

# Otimização de Sites

De acordo com HubSpot, 80% do tráfego de um site começa com uma busca. É por isso que a otimização de sites (trabalhar com SEO) é tão importante.

Você examina de perto o desempenho geral do site, em seguida, define e implementa novas metas com base no seu exame.

## Otimizar seções do Site

<https://www.quicksprout.com/>

### Sugestões do QuicksProut:

- Refazer o título do site para que o tamanho fique entre 15 e 65 caracteres: Canto do cake, laravel, joomla, postgresql, servidores, etc.
- Incluir pelo menos uma das palavras chaves do conteúdo do site: cakephp, joomla, laravel, postgresql, etc.
- Sidebar: refazer o h2 do sidebar com 15-65 para conter pelo menos uma das palavras chaves do conteúdo: Aqui encontrará cakephp, laravel, joomla, servidores, etc
- Refazer o H2 do artigo Boas Vindas para que contenha de 15-65 pelo menos uma das palavras chaves do conteúdo:

Boas Vindas ao Cantinho do Cake, Joomla, PostgreSQL, Laravel, etc.

Assim proceder com o H3 de: Novidades, Populares, Pensamento do Dia

## Usar apenas um único H1 por página.

### Básicos:

- Contratar um bom serviço de hospedagem, de preferência com discos SSD para que seja mais rápido.
- Evite serviços limitados, com limitada taxa de transferência, que pode chegar a deixar o visitante sem acesso ao site
- Entre outras boas características de uma boa hospedagem.

Um dos maiores desafios que blogueiros e profissionais de marketing de conteúdo encaram é escrever conteúdo que é otimizado para os mecanismos de busca, e que seja também atrativo para as pessoas.

Seu conteúdo precisa ser acompanhado de dois objetivos: primeiro, ter apelo para o usuário final (consumidores, clientes, prospects, leitores, etc.) e segundo, resolver um problema em particular.

SEO é um método de otimizar (melhorar a efetividade de) seu conteúdo para os mecanismos de busca de maneira a ajudá-lo a ter uma classificação mais elevada do que o conteúdo dos outros sites que tem como alvo os mesmos termos de busca.

Google exibe páginas da web em seus resultados de pesquisa com base na autoridade e relevância da página. E como medir autoridade e relevância?

O Google determina a relevância da sua página analisando seu conteúdo com base em vários fatores, incluindo onde e quantas vezes você usa certas palavras e em que parte do conteúdo.

O Google mede autoridade pelo número de links que apontam para aquela página e quão confiável esses links são.

Quem ajuda a conduzir o usuário a tomar alguma decisão? Um redator (copywriter) o faz. Um redator é um profissional habilidoso que escreve textos para publicidade, promoções e textos que se conectam com o consumidor. No mundo do marketing, eles frequentemente são chamados de “criativos.”

Um redator é alguém que entende as pessoas, sabe o que sua audiência gosta, e escolhe as palavras que trarão apelo a eles. O título, palavras, frases, sentenças e parágrafos usados no conteúdo tem que persuadir e influenciar os leitores a tomarem alguma decisão.

As tags de título são elementos importantes de SEO (otimização de sites) e devem ser criadas corretamente. São básicas e compatíveis com os padrões HTML, razão pela qual o Google espera vê-las no seu site.

Se você quer construir um negócio online próspero e sobreviver nesse mundo de SEO em constante mudança, seu trabalho é criar conteúdo útil que seja interessante, persuasivo, e bem otimizado para os mecanismos de busca — e você tem que fazer isso de maneira consistente.

Alguns elementos de conteúdo valioso, como utilizar um visual interessante, são marcas de um bom copywriting.

## **Velocidade do site**

Um estudo da Akamai revelou estas estatísticas:

40% das pessoas irão abandonar a página se ela demorar mais do que 3 segundos para carregar completamente.

47% dos usuários finais esperam que a página carregue em até dois segundos ou menos.

Se o carregamento da sua página está com mais de 2 segundos, que é o padrão de carregamento para sites, então você deveria fazer algumas coisas para melhorar.

## **Medir a Velocidade do Site: (1,61s)**

<https://tools.pingdom.com/>

## **Título**

Seu conteúdo precisa ser valioso, mas se seu título é medíocre, sua taxa de cliques será baixa.

As pessoas leem os títulos cinco vezes mais do que o conteúdo.

No SEO copywriting, seu título deveria atrair a atenção das pessoas e então impulsioná-las a clicarem e lerem mais.

Via de regra escreva seu título antes de ir para o corpo do artigo ou post do blog.

Títulos com números são sempre mais vencedores.

Se você quer que seu título inteiro seja visível nos mecanismos de busca, mantenha-o abaixo de 72 caracteres. Isso também fará com que seu CTR (click-through rates) aumente.

## Conteúdo

A razão principal que faz as pessoas pesquisarem por algo no Google e nos outros mecanismos de busca é que elas estão procurando por conteúdo de qualidade. Mecanismos de busca também se alimentam de novos conteúdos, e é por isso que você deve atualizar seu site constantemente.

Se você quer escrever o melhor conteúdo que irá ter uma boa classificação no Google, você tem que usar as palavras-chave corretas. Evite usar palavras-chave em excesso (stuffing keywords) e exagerar na otimização (over-optimization). Coloque a palavra-chave em seu título, mas se certifique-se que a frase fique suave para os leitores.

A atualização do Google Panda 4.1 foi desenhada para penalizar conteúdos “magros” (thin contents) ou superficiais, mantendo-os fora da classificação mais alta do Google. Um post de um blog ou artigo deveria ter pelo menos 1.000 palavras.

Cada parte do conteúdo que você escreve precisa de uma introdução convidativa. A introdução é a parte que vem depois do título (e sub-título se você usa em seu conteúdo). Sua introdução deveria conter pelo menos uma das suas palavras-chave direcionadas.

## MetaTags do Artigo

Antes de escrever seu conteúdo e publicá-lo, use a meta descrição para te ajudar nos mecanismos de busca. Meta descrição ajuda os mecanismos de busca e os usuários a entenderem qual é o assunto e por que suas palavras-chave e frases continuam aparecendo durante o conteúdo. Nos artigos do Joomla ficam na aba Opções de Publicação

Google usa a meta descrição na sua página como um resumo quando as pessoas pesquisam por palavras-chave que sejam relevantes para sua página. Este resumo do texto é o que vai determinar se você vai conseguir cliques ou não, não importa o quanto você esteja bem classificado nos resultados de busca.

Para o propósito de SEO copywriting, a meta descrição deveria ter entre 150 – 160 caracteres.

Sua meta descrição tem que ser relevante e atrativa para eles.

## Links nas Páginas

Links nas páginas dizem ao Google que você é conectado e sociável, e que você está usando conteúdo útil que as pessoas podem acessar de algum lugar. Esse conteúdo poderia ser próprio, ou de algum outro site.

## Recomendações:

Usar link interno e externo para lugares relevantes na sua introdução

Ter links para mais conteúdos aprofundados no assunto, tanto em sua página como em outras

Usar link com um texto âncora apropriado, que flua naturalmente dentro do conteúdo

Moz diz que o formato ideal para seu título é: Palavra-chave Primária – Palavra-chave Secundária | Marca

Se você puder colocar a história da sua marca dentro de um post no blog, artigo, ou vídeo, você vai atrair mais atenção.

Humor: Uma das razões por que você deveria escrever com humor é manter o leitor/audiência engajados. Você pode também usar o humor para simplificar um assunto que seja desconfortável ou controverso.

## **Criar confiança na marca através de avaliações dos clientes**

Antes de escrever posts ou artigos, Vivian Giang recomenda uma lista de 3 or 4 benefícios fortes que você precisa oferecer. Isso é muito importante, e te ajuda a criar um cabeçalho e parágrafos poderosos.

Tenha um propósito claro: Ser claro com seu texto, post e mensagem é muito importante.

Pesquise dados precisos que sejam relevantes para seu assunto.

## **SEO**

nem todo site bom para usuário é bom para SEO, mas a maioria dos sites bons para SEO também é boa para o usuário. Só se faz bem SEO pensando bem no usuário.

SEO consiste em colocar-se no lugar de um buscador e compreender quais critérios ele usa para avaliar e como avalia de fato um site/página e assim criar o site.

## **Conteúdo**

O Google gosta mesmo de conteúdo em texto, bem explicado, bem desenvolvido.

## **Links/Referências**

Outra coisa muito curiosa, e que está no coração do Google, é a maneira de avaliar a qualidade de um site ou página em relação aos links recebidos. Mais uma vez, no mundo acadêmico a relevância de um autor é medida geralmente por quantas vezes suas teses, monografias e papers são citados.

Uau, a mesma coisa que faz um site ficar bem posicionado!

## **Otimizar o Site**

Por que otimizar nossos Sites é tão importante? Simplesmente porque nenhum usuário gosta de perder tempo esperando o carregamento das páginas. É extremamente irritante. E isso tem graves consequências, como mostram esses estudos:

O Yahoo! descobriu que, para cada 400ms de melhora na performance, seu tráfego aumenta em 9% (fonte).

Ao cortar 2,2s da landing page do Firefox, a Mozilla aumentou o número de downloads em 15%, totalizando um ganho de mais de 60 milhões de cópias por ano (fonte).

A Amazon concluiu que apenas 100ms de melhora aumentam 1% seu faturamento (fonte).

Em um de seus vários experimentos, o Google aumentou o número de resultados por página de 10 para 30. Isso aumentou o tempo de carregamento de 0.4s para 0.9s, o que diminuiu em 20% o tráfego das buscas (fonte).

A Microsoft mostrou que 2s a mais de latência no Bing diminuía o faturamento em 4,3% (fonte).

Em um experimento, a Caelum subiu o tamanho de sua página de 100kb para 300kb, aumentando o número de requests de 12 para 42, o que resultou em um crescimento no tempo de carregamento de 2s para 6s. Os impactos foram queda de 21% no tempo que os usuários ficam no Site, menos 28% pageviews e uma queda de 18% no conversion rate.

Há diversos outros experimentos publicados, incluindo um estudo que mostra uma relação entre sites lentos e queda da pressão arterial (fonte).

- Minificar CSS e JS
- Otimizar imagens
- Habilitar gzip
- Comprimir HTML
- Reduzir cookies e headers
- Fundir arquivos JS
- Fundir arquivos CSS
- Usar sprites de imagens
- Especifique o tamanho das imagens
- Use o JS no final da página
- Use o CSS no topo
- Use ferramentas de diagnóstico
- Escreva código eficiente

## **Usar web analytics para medir o impacto das otimizações**

### **Instalar a extensão SEO Doctor**

#### **Conteúdo de Artigos:**

Título (H1, automático pelo template)

Subtítulo (H2). Este não deve repetir o título, mas complementá-lo

Conteúdo do artigo

Seus usuários ideais de um produto ou serviço dão um feedback, que então determina que tipo de novo conteúdo você irá criar para melhor atendê-los.

As opiniões dos seus usuários contam. O público determina quais ideias, artigos, produtos ou conceitos serão investidos ou compartilhados.

## Pesquisa de mercado:

- <https://www.quora.com/>
- <https://ubersuggest.io/>
- <https://ahrefs.com/>

## Estatísticas de Sites

<http://www.webpagetest.org/>

## Analisar os assuntos mais populares do site

Enquanto você responder a perguntas dos usuários com o seu conteúdo, seu tráfego de busca irá melhorar e também sua taxa de conversão.

Criação de landing pages (páginas de promoção de um conteúdo/produto/serviço): O conteúdo deve ter mais de 2000 palavras, porque isso é o que é preciso para provar ao Google que sua página é valiosa e merece uma boa classificação nas buscas.

O conteúdo da sua landing page tem que ser útil. Escreva para persuadir as pessoas a dar o próximo passo, porque esse é o objetivo número 1 de todo texto de vendas convincente: levá-lo a ler a frase seguinte.

O “Design é o rei“, diz Derek Halpern. Se o seu conteúdo é útil, mas seu design é uma porcaria, você provavelmente vai falhar.

Links ainda são um grande fator de ranking do Google no que diz respeito à otimização de sites. Sem links de qualidade, a página pode não classificar bem nos rankings, mesmo se você tiver um texto excelente.

Faça seu Site Responsivo e Otimizado para Dispositivos Móveis Você pode aumentar seu tráfego de pesquisa, visando usuários móveis. Nos últimos dois anos, as consultas de busca móvel tiveram uma taxa de crescimento de 5x.

Mais pessoas agora usam seus dispositivos móveis para acessar a web. Quatro em cada cinco consumidores usam smartphones para fazer compras.

Os usuários de dispositivos móveis são compradores ardentes, talvez porque eles podem fazer compras em qualquer lugar.

Outra razão para realizar a otimização de sites para dispositivos móveis, é que o Google penaliza sites que não são responsivos.

Há muito potencial num infográfico na otimização de sites. Quando você cria informações visuais de alta qualidade, você aumenta o seu tráfego web.

Por que os usuários de busca e consumidores preferem infográficos na hora de realizar a otimização de sites?

É porque o cérebro humano processa dados visuais 60.000 vezes mais rápido do que texto. Além disso, 65% dos usuários são aprendizes visuais. E também, 90% da informação transmitida ao cérebro humano é visual.

## Criação de infográficos:

- <https://visual.ly/>
- <http://www.hongkiat.com/blog/infographic-tools/>
- <http://www.modernmarketingpartners.com/top-20-free-infographic-directories-and-submission-tips/>

Pegue dados do seu infográfico e transforme-o em um artigo detalhado para acompanhar o gráfico.

Um dos fatores que o Google considera ao classificar páginas da web é a Indexação semântica latente (LSI).

LSI é uma técnica de indexação e recuperação (otimização de sites) que usa uma fórmula matemática para identificar padrões num determinado parágrafo de texto.

O objetivo do uso LSI na otimização de sites é para dizer ao rastreador do Google para indexar seu conteúdo com base em sua intenção. LSI na otimização de sites irá essencialmente deixar seus rankings à prova de balas e entregar resultados significativos para você.

Google espera que você mencione Bill Gates quando você está escrevendo sobre Microsoft Windows, ou “mídia social” quando você menciona Facebook e Twitter.

Excesso de palavras-chave é quando você insere uma enorme quantidade de palavras-chave e frases que se relacionam com a palavra-chave principal. É uma má prática de SEO que você deve evitar a todo custo.

Crie uma apresentação sobre um assunto no SlideShare e mostre ao final ou em cada seção que couber, links para seu site.

Não deixe que suas páginas de arquivos fiquem esquecidas. Comece identificando as melhores páginas de arquivos e a criar melhores conteúdos, com base em tendências e desenvolvimentos recentes. Seu tráfego de busca irá aumentar dramaticamente.

Escreva um título compartilhável: O passo mais crítico de todos é escrever um título que irá inspirar as pessoas a compartilharem o seu post.

Um blog é uma poderosa ferramenta de marketing para sua marca. De acordo com Search Engine People, blogs estão entre as cinco fontes de informações mais confiáveis online. E 82% dos consumidores gostam de ler conteúdos relevantes de marcas.

Talvez seja porque, pela sua própria natureza, blogs fornecem um toque pessoal não encontrado em outro lugar.

## Referências:

- <https://neilpatel.com/br/blog/10-tecnicas-avancadas-de-seo-que-vaio-dobrar-seu-trafego-de-busca/>
- <https://neilpatel.com/br/blog/seo-copywriting-como-escrever-conteudo-para-as-pessoas-e-otimizar-para-o-google/>
- <https://www.quicksprout.com/university/how-to-use-heading-tags-to-get-more-search-engine-traffic/>
- <http://www.searchenginejournal.com/14-best-paid-search-seo-tools/118689/>

- <https://www.quicksprout.com/2013/12/02/how-to-grow-your-blog-to-100000-visits-a-month-in-18-months/>
- <http://youzign.com/blog/how-to-increase-blog-traffic-using-infographics/>
- <http://neilpatel.com/wp-content/uploads/2015/07/SEO-Copywriting.pdf>
- <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>
- <https://www.quicksprout.com/the-advanced-guide-to-seo/>
- <https://www.madfishdigital.com/blog/case-study-usability-study-audit-results-30-increase-job-application-interest/>
- <https://moz.com/blog/visual-guide-to-keyword-targeting-onpage-optimization>
- <https://www.crazyegg.com/blog/speed-up-your-website/>
- <http://conversionxl.com/11-low-hanging-fruits-for-increasing-website-speed-and-conversions/>
- <http://backlinko.com/google-ranking-factors>
- <https://www.conversion.com.br/otimizacao-de-sites-seo/>
- <https://www.conversion.com.br/blog/o-que-page-layout-muda-em-seo/>
- <http://blog.caelum.com.br/por-uma-web-mais-rapida-26-tecnicas-de-otimizacao-de-sites/>