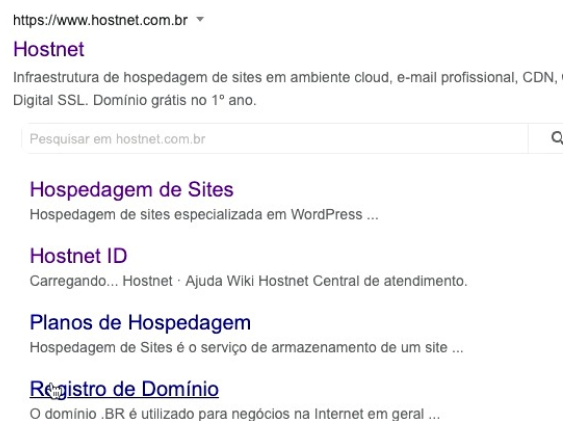


CONCEITOS ESSENCIAIS

- **SEO (Search Engine Optimization):** é a prática de otimizar páginas da web para melhorar o posicionamento nos resultados orgânicos de buscadores como o Google. É como academia: os resultados são lentos, mas consistentes ao longo do tempo.
- **Backlinks:** Links de outros sites apontando para o seu. São como “votos de confiança” e aumentam a autoridade do seu site.
- **HTTPS:** versão segura do HTTP (protocolo padrão de comunicação), com criptografia SSL/TLS.
- **SSL:** garante segurança na conexão entre visitante e site. É essencial para SEO. *(mostra o cadeado de segurança no navegador, aumentando a confiança do usuário, protege dados sensíveis (como senhas, informações pessoais e dados de cartão), além de garantir que o site é confiável e pertence à empresa ou pessoa certa)*
- **Meta Description:** Trecho que aparece nos resultados de busca. Não afeta diretamente o ranqueamento, mas influencia os cliques.
- **robots.txt:** Arquivo que limita o que os buscadores podem rastrear no seu site. Não bloqueia indexação, apenas o acesso de bots. *(você pode evitar que arquivos de imagem, vídeo e áudio sejam exibidos nos resultados de pesquisa do Google.)*
- **/feed:** O feed é uma versão em XML da sua página, que o WordPress cria automaticamente para leitores de notícias e agregadores.
- **Sitemap:** Arquivo XML com a estrutura de URLs do site (todos os links do site), enviado ao Google para facilitar o rastreamento. *(tem que cadastrar na mão caso não utilize plugins do WordPress como RankMath ou Yoast)*
- **Redirecionamento 301:** Redireciona permanentemente URLs antigas para novas, preservando a autoridade da página.
- **Erro 404:** Quando uma página não é encontrada (link quebrado). Prejudica a experiência do usuário e o ranqueamento.
- **Taxonomia:** Forma de organizar conteúdos em categorias e tags.
- **Propriedade no Google Analytics e Search Console:** se refere aos sites, aplicativos ou domínios que você deseja monitorar e analisar.
- **CDN:** É um servidor próximo do usuário que baixa tudo de pesado do site, como imagens, vídeos, e conteúdos, para que o usuário não precise baixar toda vez que entrar na página.

- **Rich Snippets:** São sublinks que aparecem embaixo do site nas pesquisas do Google, como Loja, Contato, Novidades, Blog, etc.
- **Sistema de Cache:** Antecipa a requisição do usuário, busca os dados no banco, converte em HTML estático e armazena esse conteúdo em uma CDN. Assim, quando o usuário acessa o site, ele recebe diretamente o HTML, sem necessidade de nova consulta ao banco de dados — o que torna o carregamento muito mais rápido.
- **CTR:** Taxas de cliques no Google.
- **SERP:** É a página de resultados exibida após uma busca no Google.
- **Palavra-chave:** Termo digitado pelo usuário em um buscador. Serve como base para otimização de conteúdo.
- **Link outbound:** Link que redireciona para páginas externas (fora do seu domínio).
- **Head Tail:** Palavras-chave amplas e genéricas com alto volume de busca e alta concorrência (ex: “marketing digital”).
- **Long Tail:** Palavras-chave mais específicas e segmentadas, com menor volume e menor concorrência (ex: “marketing digital para pequenas empresas”).
- **Site Links:** São sublinks automáticos que o Google mostra abaixo da descrição do site na SERP, destacando páginas internas como "Contato", "Blog", "Loja", etc. São resultado de boa arquitetura e organização do site.



- **Featured Snippets:** Também chamados de "posição zero", são respostas destacadas que o Google exibe no topo da SERP para perguntas diretas. Otimizar com listas, perguntas e tabelas aumenta as chances de conquistar esse espaço.

As pessoas também perguntam

Quanto custa a Hostnet?



Como acessar E-mail Hostnet?



Qual o custo para manter um site no ar?



Qual é a melhor hospedagem de site?



Feedback

SEO ORGÂNICO vs SEO PAGO

Tipo	Vantagem	Desvantagem
Orgânico	Resultados duradouros	Leva tempo para ranquear
Pago	Resultados rápidos	Depende de investimento

FATORES DE RANQUEAMENTO

	Correto
	Refutado/Ultrapassado
	Punição

DOMÍNIO

- **ccTLD (ex: .br, .uk):** São domínios de topo por código de país. Ajudam o Google a entender a localização do público-alvo. *(interessante comprar o .com.br e .com para pessoas não caírem em golpe)*
- **Idade do domínio:** Domínios antigos tendem a ser mais confiáveis, desde que ativos e com conteúdo relevante.
- **Palavra-chave no domínio:** Já teve importância, hoje é irrelevante. Prefira nomes fáceis de lembrar.
- **Palavra-chave no TLD:** Não tem impacto. Extensões criativas como .ninja ou .guru são tratadas da mesma forma pelo Google.
- **HTTPS:** A ausência do HTTPS pode gerar penalização, resultando em perda de posições no ranking e avisos de site inseguro.

CONTEÚDO

- **Palavra-chave no título (title tag):** É um dos fatores mais importantes de ranqueamento. Quanto mais próxima do início, maior o peso.
- **Palavra-chave na tag H1:** Ajuda a definir o assunto da página para o Google. Só deve haver uma por página.
- **Palavras-chave em H2 e H3:** Reforce com variações, sinônimos e termos relacionados. Isso mostra consistência sem repetição exagerada.
- **Palavra-chave no conteúdo:** Deve aparecer logo nas primeiras 100 palavras do texto, ajudando o Google a entender o foco da página.
- **Palavra-chave na URL:** URLs curtas, objetivas e com palavras-chave melhoram o ranqueamento e a leitura.
- **Palavra-chave nas imagens:** Incluir a palavra-chave no nome do arquivo e no texto alternativo (alt) aumenta a relevância da imagem.
- **Meta Description:** Apesar de não ser fator direto de ranqueamento, influencia o CTR (taxa de cliques) e pode aumentar o tráfego orgânico.
- **Relevância sem repetição:** O Google entende sinônimos, variações e termos relacionados. Evite repetir a mesma palavra-chave de forma forçada.
- **Lista com links para tópicos:** Ajuda o usuário e pode ser usada pelo Google como featured snippet.
- **Conteúdo multimídia:** Imagens, vídeos, infográficos e GIFs aumentam o tempo de permanência e melhoram a experiência do usuário.
- **Links outbound:** Inserir links para fontes externas confiáveis transfere um pouco da autoridade para seu conteúdo. (mas não exagere)
- **Links internos:** Ajudam o Google a mapear seu site. Use palavras-chave nos textos âncora e foque nas páginas mais importantes.
- **Comprimento da URL:** URLs curtas ranqueiam melhor, pois são mais claras e compreensíveis para o usuário e os buscadores.
- **Fontes e referências:** Citar fontes (mesmo sem link) passa mais credibilidade e é um dos critérios considerados pelo Google.
- **E-A-T (Especialização, Autoridade, Confiabilidade):** Essencial para nichos sensíveis como saúde, finanças e direito. O Google prioriza conteúdo de fontes qualificadas e confiáveis. (verificar como comprovar credenciais no site)
- **Profundidade do conteúdo:** Páginas que abordam o tema com profundidade, cobrindo diferentes ângulos, têm melhor desempenho.
- **Comprimento do conteúdo:** Textos mais longos (sem enrolação) costumam ranquear melhor por oferecerem mais valor.
- **Originalidade do conteúdo:** Plágios são identificados e prejudicam o ranqueamento. Produza conteúdo único e autêntico.

- **Conteúdo fresco:** Atualizações frequentes são importantes em tópicos sensíveis ao tempo (como tecnologia e notícias).
- **Frequência das atualizações:** Sites que publicam com frequência e qualidade tendem a ser indexados mais rapidamente e priorizados pelo Google.
- **Meta Description duplicada:** Não gera penalização. O ideal ainda é personalizá-las para aumentar o CTR, mas a duplicação em si não afeta o ranqueamento.
- **Erros de linguagem (gramática, ortografia, sintaxe):** Comprometem a legibilidade e a confiança do conteúdo. O Google considera esses erros como sinal de baixa qualidade.

PÁGINA

- **Categoria coerente:** Páginas bem categorizadas facilitam a navegação e o ranqueamento. Uma página de geladeiras deve estar inserida na categoria Eletrodomésticos por exemplo. *(isto perderá pontos no ranking do Google)*
- **Idade da página:** Páginas novas ranqueiam melhor em nichos como notícias. Já páginas antigas e confiáveis se saem melhor em conteúdos atemporais. *(depende apenas do nicho da sua página)*
- **Velocidade de carregamento:** Páginas rápidas ranqueiam melhor. Melhore usando imagens otimizadas (compressão) e no tamanho certo, cache, poucos scripts, baixo número de fontes (máx. 2), poucos espaçamentos e comentários no HTML, CSS e JS, CDN etc.
- **Mobile-friendly:** Páginas responsivas (adaptadas para celular) têm prioridade no ranqueamento.
- **Conteúdo visível:** Evite esconder conteúdos importantes atrás de abas ou botões. *(é bem provável que o conteúdo escondido não seja indexado)*
- **Dados estruturados (estruturação do HTML bem-feita):** Ajudam os buscadores a entenderem melhor o conteúdo (ex: avaliações, produtos) e aumentam chances de rich snippets.
- **Arquitetura do site:** Páginas próximas da home têm mais importância. *(quanto mais páginas o usuário tiver que navegar para chegar no conteúdo, pior será)*
- **Conteúdo duplicado:** Causa penalizações. Use a tag canonical para indicar a versão original.
- **Links quebrados:** Prejudicam a experiência e o ranqueamento, levando ao ERRO 404.

- **Erros de HTML:** Dificultam o rastreamento e podem rebaixar o site.
- **Excesso de anúncios:** Prejudicam a visibilidade do conteúdo e a experiência do usuário.

IMAGENS

- **Texto alternativo (alt text):** Descreve o conteúdo da imagem e é essencial para acessibilidade. Também ajuda o Google a entender do que se trata a imagem, influenciando no ranqueamento da página e nos resultados do Google Imagens. Use palavras-chave relevantes de forma natural.
- **Nome do arquivo:** Nomes descritivos e com palavras-chave (ex: `agulheiro-limpador-bico.jpg`) têm mais valor do que genéricos (ex: `IMG0001.jpg`). Isso reforça o contexto da imagem para os buscadores.
- **Legenda da imagem:** Se exibida ao usuário, ela contribui para o contexto da imagem, ajudando o Google a interpretá-la junto ao conteúdo da página.
- **Tamanho e compressão:** Imagens otimizadas (sem perda de qualidade perceptível) carregam mais rápido e melhoram o desempenho da página, impactando positivamente o ranqueamento. *(WebP quando possível)*
- **Imagens decorativas sem alt ou com alt genérico (ex: “imagem”):** Prejudicam a acessibilidade e não contribuem para o SEO.
- **Imagens com textos importantes embutidos:** O Google não consegue ler textos em imagens. Prefira usar texto HTML sempre que possível

FERRAMENTAS

- **Google Analytics:** Mostra as estatísticas do seu site, como Análise de tráfego, comportamento, fontes de acesso, tempo de permanência etc.
- **Google Search Console:** Mostra como o Google vê seu site. Informa palavras-chaves que levam ao seu site, erros, tráfego de busca, segurança.
 - ❖ **OBS:** o Google Search Console não se passa para o cliente, pois demora para o site indexar no Google e normalmente o cliente não vai entender *(o ideal é dar os dados recolhidos em manutenções feitas por você de tempos em tempos)*
- **PageSpeed Insights:** É uma ferramenta gratuita do Google que avalia a velocidade dando notas de 0 a 100 e sugere melhorias técnicas.

- **Google Site Kit:** Plugin que integra ferramentas do Google como Analytics, Search Console, AdSense, PageSpeed Insights, e Tag Manager ao WordPress.
- **RankMath/Yoast:** Plugins de SEO para WordPress que ajudam a configurar títulos, URLs, meta descriptions, sitemaps, dados estruturados etc. *(deve-se escolher um ou outro, mas ambos fazem a mesma coisa)*
- **Google Trends:** Mostra o volume de pesquisa de palavras-chave ao longo do tempo e permite comparar tendências.
<https://trends.google.com.br/trends>
- **SEOquake (extensão do Chrome):** Analisa páginas rapidamente, exibindo dados como densidade de palavras-chave, títulos, backlinks, estrutura de heading tags, entre outros. Útil para análise da concorrência e auditoria de SEO.
- **Duplichecker:** Ferramenta gratuita para verificar plágio e conteúdo duplicado por URL ou texto. <https://www.duplichecker.com/pt>
- **Ubersuggest (Neil Patel):** Ferramenta para análise de palavras-chave, SEO técnico, backlinks e auditoria do site. Mostra ideias de conteúdo, dificuldade de SEO e tráfego estimado.
<https://app.neilpatel.com/pt/dashboard>
- **Planejador de Palavras-Chave do Google Ads:** Precisa ter uma conta no Google Ads para usar. Permite ver ideias de palavras-chave relacionadas ao seu negócio, volume de busca e nível de concorrência para SEO e anúncios pagos.
- **DNS Checker:** Verifica se todos os servidores atualizaram corretamente o DNS após alterações. <https://dnschecker.org>

- **Copy.ai:** Ferramenta de inteligência artificial que gera títulos, descrições de produtos, meta descriptions e outros conteúdos otimizados para SEO.