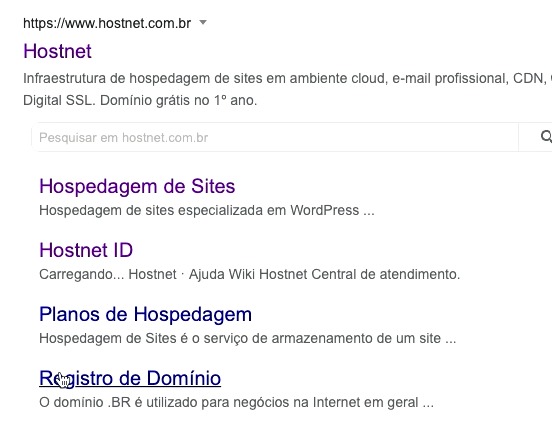
**CONCEITOS ESSENCIAIS**

* **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.

**Interface gráfica do usuário, Texto, Aplicativo

O conteúdo gerado por IA pode estar incorreto.**

**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.