

Guia para iniciantes de posicionamento nos Motores de Busca - Posicionamentoweb.com

Este guia é uma introdução ao [posicionamento nos motores de busca](#). Vamos dar-lhe as chaves fundamentais que permitem que tenha o máximo de oportunidades para que o **seu site apareça nos primeiros resultados de pesquisa**.

Decidimos concentrar-nos no Google porque é o principal motor de busca utilizado em Portugal, e o que mais importa hoje em dia.

O que o Google quer

O objectivo do Google é fornecer aos usuários os melhores resultados de pesquisa possíveis. Se nos esforçamos para oferecer conteúdo de qualidade, com uma estrutura adequada, de fácil utilização para os nossos visitantes e também para os *robots* que indexam as páginas e se fazemos uma promoção adequada do site, **Google nos recompensará com uma boa posição**. É tão simples como isso.

Ou seja, os três pilares são: **conteúdo, estrutura e promoção**.

Conteúdo

Ter conteúdo de qualidade é a estratégia para o [posicionamento](#) de longa duração e menos sujeita a variações do algoritmo do Google. Não importa se a nossa Web é informativa, um serviço, loja online ou offline, blog ou fórum. Estes princípios se aplicam a todos os tipos de sites:

- O nosso site tem que ter algo de interesse para os visitantes.
- O conteúdo deve ser original e apropriado.
- Google penaliza conteúdo duplicado.
- É necessário pensar nas palavras-chave utilizadas pelo visitante para tentar encontrar o nosso site, e garantir a sua inclusão.

Se o nosso conteúdo é excelente, temos a metade do trabalho feito.

Estrutura

O nosso site tem de ser fácil e agradável de usar para os nossos usuários, quer sejam humanos ou máquinas. Aqui é onde muitos sites falham redondamente e perdem as suas possibilidades de aparecer nas primeiras posições.

Recomendações para humanos

Quanto mais agradável e fácil de usar é o nosso site para os nossos visitantes, mais facilitada está a **promoção**, já que os próprios usuário irão recomendar o nosso conteúdo e com isso [receber mais links de outros sites](#).

Algumas recomendações específicas:

- **Design limpo**, com texto legível e imagens otimizadas para carregamento rápido.
- **Estrutura clara**: os nossos visitantes têm que saber onde se encontram a cada momento - por exemplo com a utilização de uma [barra de navegação](#) - quais são as outras secções do site, quais as páginas já visitadas, e como voltar à página inicial principal.
- **Usabilidade**: todas as recomendações de usabilidade são poucos, pois recomendamos a página <http://www.usabilidade.org/>
- **Evite Flash**: os sites feitos em Flash são muito bonitos, mas muito inconveniente de usar para os nossos visitantes: lento para carregar, ([Google valoriza a rapidez da web](#)), não pode ser lido pelos robots dos motores de busca, não podem ser utilizados a partir de dispositivos móveis como o iPhone, etc.

Muitas das recomendações na próxima secção também afectam os visitantes humanos.

Recomendações para as máquinas (*robots* dos motores de busca)

Aqui começam o verdadeiro trabalho de optimização e [posicionamento nos motores de busca](#). É necessário meter-se um pouco no código HTML, mas não se preocupe, é mais fácil do que parece.

Há três elementos fundamentais: o [título](#), [descrição](#) e a [URL](#). Considere por exemplo, para pesquisar "posicionamento web":



The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "posicionamento web". Below the search bar, there are two radio buttons: "Pesquisar a Web" (selected) and "Pesquisar páginas em Português". To the right of the search bar is a "Pesquisar" button and a link to "Pesquisa Avançada". Below the search bar, the results are displayed. The first result is from "SEO PORTUGAL. PUBLICIDADE ONLINE. PUBLICIDADE INTERNET ...". The second result is from "Blog de Posicionamento Web | CONSULTORIA SEO - WEB MARKETING". The results are organized into columns for "Título" (Title) and "Descrição" (Description). The URL for the second result is highlighted in green.

1. O título

O título do documento HTML é provavelmente o factor mais importante para o posicionamento de uma página Web:

- Aparece na janela do navegador quando visita a página.
- Utilizado para guardar nos favoritos.
- É o texto que Google utiliza como link para o nosso site.
- Os termos de pesquisa são destacados em negrito.

O título aparece na secção <head> do documento HTML, dentro da tag <title>. Todos

os programas de edição de páginas Web (como o Dreamweaver) permitem facilmente modificá-lo.

Recomendações para títulos:

- Google recomenda especificamente **títulos curtos e descritivos**, criados especificamente para cada página e não para toda a Web.
- O título deve **convidar o visitante a clicar** quando aparece entre os resultados do Google.
- O **título deve descrever com precisão o conteúdo da página**. Se o título não corresponde ao conteúdo, será "batota" para os nossos visitantes, e Google irá penalizá-lo por isso.
- O comprimento máximo que aparece nos resultados da pesquisa é de **66 caracteres**, incluindo espaços e pontuação. Se o título for superior a esse comprimento, Google cortará as últimas palavras e substituirá por reticências.
- Apesar disso, o título pode ter a longitude que considere adequada.

2. A descrição

A descrição é outra etiqueta que também aparece na secção `<head>`, concretamente `<meta name="Description">`. Também é possível modificar directamente a partir dos programas de edição de páginas Web.

A descrição é muito importante. Se realizada correctamente, Google mostrar-la-á nos resultados de pesquisa, debaixo do título da página, e com os termos da pesquisa em negrito. É como desenvolver o nosso próprio anúncio, mas **grátis!**

Recomendações para descrições:

- A descrição deve ser concreta e específica para cada página. Se usarmos a mesma descrição em todas as páginas, ou muito semelhante, o Google irá ignorá-la.
- O Google não irá exibir mais de **160 caracteres** (limite máximo de caracteres na descrição) nos resultados da pesquisa, por isso deve incluir o máximo de informações que julgue relevantes e quanto mais específica e descritiva melhor.

Um bom título complementado com uma boa descrição é um instrumento fundamental para obter um bom posicionamento.

Se o nosso site está listado no Dmoz Open Directory, Google tende a usar a descrição que aparece aí. Para evitar isso, devemos adicionar a seguinte etiqueta na secção `<head>` do nosso documento HTML:

```
<meta name="robots" content="NOODP">
```

3. O endereço do documento (URL)

O próximo elemento a considerar é a própria URL, ou seja, o nome de documento HTML e o directório onde se encontra armazenado.

É importante que a **estrutura geral do nosso site** seja simples e lógica. Para isso é desejável planejar com antecedência quais serão as secções, subsecções e o nome que vamos dar a estes directórios e arquivos.

A importância das páginas internas dependerá da [estrutura de links](#) do site. As páginas que aparecem relacionadas directamente com a página principal têm mais importância para o Google que aquelas páginas que estão escondidos em uma subsecção.

Também é aconselhável fazer um [mapa do site](#): uma página com links para todas as páginas do nosso site. Isso facilita a indexação por parte dos motores de busca, e também é útil para os usuários, que podem ter uma visão geral do site.

Recomendações para URLs:

- Procure um endereço **curto, descritivo e simples**. Novamente as palavras-chave aparecerão a negrito.
- É uma boa idéia usar o título do documento para a URL ou se este é muito comprido utilizar parte do título.
- Não coloques a página dentro de muitos subdirectórios. Recomendamos não mais de 3.
- Não use espaços, substituí-los por hífen (-).
- Não utilizar caracteres raros (como o ç ou acentos). Pode criar problemas para determinados navegadores e motores de busca.
- Ao contrário do que acontece com domínios nas URLs há uma diferença entre maiúsculas e minúsculas. É mais prático utilizar apenas letras **minúsculas**.

Um exemplo de URL pode ser:

http://www.posicionamentoweb.com/formas-conseguir-trafico/publicar-notas_prensa.html

Naturalmente, ter um bom domínio que inclua as palavras-chave também é uma ajuda importante.

Links internos e navegação

É também muito importante escolher com cuidado o [texto dos links](#) internos, porque **Google aprecia particularmente o texto do link**.

- Tente sempre colocar um link descritivo, de modo que o usuário tenha claro onde o link o leva.
- Evite a todo custo criar links como "clique aqui".
- Evitar os links extremamente compridos.

Correcto:

Contrate hoje mesmo os nossos [serviços SEO](#)

Incorrecto:

Para contratar os serviços SEO [clique aqui](#).

HTML: Tags <Hx> e textos alternativos

É importante usar corretamente os títulos no documento. Os títulos são um elemento HTML que define as partes do documento, e estão ordenados por relevância desde <h1> até <h6>.

Se utilizamos bem os *headers* nas secções do nosso documento, com os [cabecinhos](#), melhoraremos a apresentação (a mudança de tamanho da letra geralmente nos ajuda a definir visualmente as secções) e também o [posicionamento](#), já que o Google usa essas informações para determinar a relevância da página.

Outro detalhe importante: o Google não pode ler o conteúdo das imagens. Portanto, devemos especificar o texto alternativo, através do atributo *alt* que aparece no tag *img*. Pode adicionar directamente a partir do programa de web design. Este texto deve descrever a imagem de forma precisa e breve. Também ajuda colocar a tag *title* para reforçar o conteúdo da imagem. Exemplo:

```
img src="imagens/painel\_facebook\_ads.jpg" alt="Painel facebook ads"
title="Painel Facebook Ads"
```

O texto *alt* é apresentado em alguns browsers quando a imagem não é carregada completamente, e também é utilizado por leitores de ecrã para pessoas com dificuldades de visão.

Promoção do site

A tecnologia principal do Google, o [Page Rank](#), baseia-se na estrutura de links, especialmente que páginas apontam a outras e que [texto utiliza no link](#).

Para que Google começa a indexar o seu site, é necessário que pelo menos haja um link de outro site. Também é aconselhável enviar a URL para o Google em <http://www.google.es/addurl.html>.

[Obter links relevantes](#) é o caminho certo para melhorar o [posicionamento web](#). Os resultados melhoraram consideravelmente:

- Quanto mais links apontam para o nosso site;
- Quanto mais importante a página que nos liga;
- Quanto mais descritivo seja o texto do link (incluindo [palavras-chave](#)).

Não fazer spam

Finalmente, uma recomendação que se aplica a todas as secções do guia: **Não fazer spam**, nem na criação nem na promoção de seu site.

- Não use palavras-chave que não têm a ver com o seu site.
- Não repetir as palavras-chave incessantemente.

PosicionamentoWeb.com

- Não encher as páginas de links e cabeçalhos desnecessários.
- Não incluir texto "escondido" nas páginas.
- Não criar páginas específicas para o Google, crie para os seus visitantes.
- Não passar o tempo a inundar fóruns e blogs com links para seu site.
- Não envie correios massivos para promover a sua página.
- ... etc

Finalmente, aplicar o senso comum e não tentar ser "mais inteligente" do que o Google, ou acaba por pagar o preço.

Para saber mais

Google publica informações úteis sobre o seu funcionamento e [posicionamento web](#). Recomendamos que dê uma olhadela com calma.

- [Ajuda Webmasters](#)
- [Diretrizes para webmasters](#) é o item mais importante, a leitura é essencial.

Usabilidade:

[Jakob Nielsen](#) é o maior especialista do mundo sobre usabilidade.