

SEO

Boas Práticas

edurebecca.com

AVISOS

Para referências utilizamos a seguinte URL: <http://edurebecca.com/>

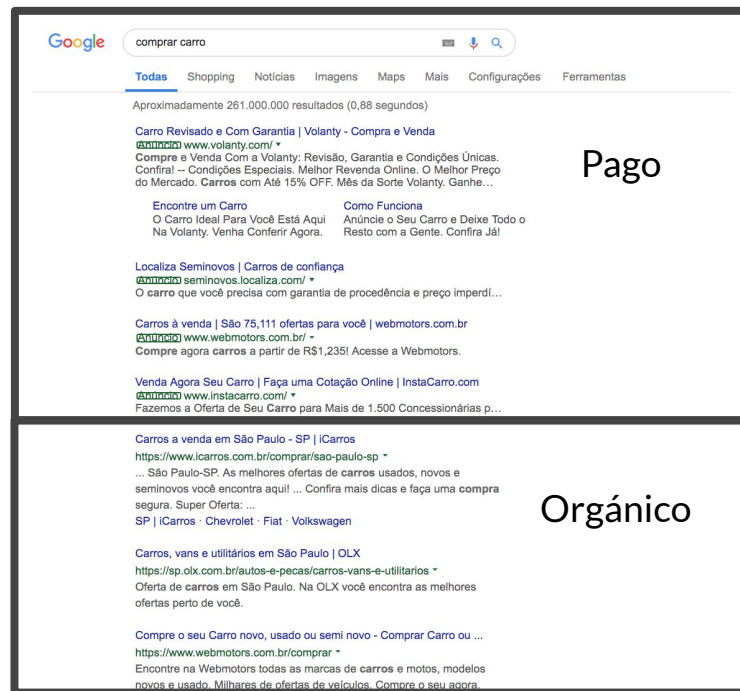
Além da expertise da equipe também contamos com as boas [práticas do Google](#), ferramentas Google e ferramentas diversas.

Para melhor aproveitamento, é necessário ter conhecimento em desenvolvimento web.

Guia do Google: <http://bit.ly/2JdvW3Z>

O que é SEO /Search Engine Optimization

São técnicas utilizadas em sites para serem melhor ranqueados nos mecanismos de buscas (ex: Google). Quanto melhor as estratégias adotadas, mais chances de um site aparecer logo nas primeiras páginas e em melhores posições, com isso probabilidade de acessos também é maior.



Como funciona? /google

A busca do Google baseia-se em um sistema de crawlers (robôs) que funcionam como um rastreador, para encontrar as páginas que estão disponíveis. Esses robôs vão entrando de link em link, descartando apenas páginas que contenham códigos de indexação que indiquem que elas não devem ser encontradas. Esses robôs que lêem todos os conteúdos disponíveis, indo de URL em URL e coletando informações sobre as páginas para os servidores do Google.

Como aparecer?

Relevância

Conteúdo de qualidade com bom mix de palavras chave, mix de forma de conteúdo, ex: texto, vídeo.

Autoridade

Sites/Apps/Canais no youtube etc, que te referenciem com links enviando para o seu site.

Performance

Website performance, tempo de carregamento, qualidade do código da pagina etc.

Pilares

Palavra
Chave e
conteúdo

SEO
Técnico

Performa
nce e
Carregam
ento

Mobile

Conteúdo

Ferramen
tas
Google

SEM
Rush

Palavra-Chave e Conteúdo

PALAVRA-CHAVE

A palavra-chave é a base para o conteúdo, pois é o termo utilizado pelo usuário para fazer a busca.

Existem diversos serviços para estimar a quantidade de busca por determinada palavra-chave. Recomendamos a utilização da ferramenta do Google, [Google Keyword Planner](#), como principal referência.

Quando falamos de palavra-chave é importante levar em consideração que o Google faz uma análise semântica do conteúdo e cria diversas relações textuais para o site como um todo e seus links. Ele vai relacionar o conteúdo do site, links de entrada e saída e também o desdobramento de texto.

Mais sobre semântica do Google:

<http://bit.ly/2JoH3qT>

<http://bit.ly/2JBQAen>

Conteúdo SEO

De uma forma geral podemos dizer que o conteúdo é o mais importante do site, pois os pontos técnicos são apenas para deixar o conteúdo acessível ao buscador. Toda relevância que o buscador dará o site tem como base o conteúdo.

O ponto de partida para gerar o conteúdo é a palavra-chave e o tamanho vai variar de acordo com a relevância já obtida.

Vamos abordar o conteúdo de mais amplamente no documento de conteúdo estratégico.

SEO TÉCNICO

SEO Técnico

Domínio

Quando falamos sobre o domínio e subdomínio, também surge a questão de qual direcionamento vamos dar para os buscadores e o risco de possível duplicidade de conteúdo, que é algo muito ruim para o desempenho orgânico.

Qualquer mudança desse tipo pode afetar muito o tráfego e precisa ser analisada profundamente e ter diversas hipóteses testadas.

Vamos fazer mais encontros war room com o time para chegar em um posicionamento.

SEO Técnico

WWW

Por padrão o Google recomenda o uso do WWW como uma boa prática. Verificamos que algumas páginas não faz uso de WWW ou não faz o uso com certificado de segurança.

Recomendamos fazer a transição para WWW em blocos e acompanhar o impacto. Caso tenha qualquer tipo de impacto negativo suspender as ações.

Para o processo fazer redirecionamento 301

Exemplo de Redirect 301 em HTACCESS para adicionar WWW:

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^www\
RewriteRule ^(.*)$ https://www.%{HTTP_HOST}/$1 [R=301,L]
```

SEO Técnico

HTTPS

O Google tem uma grande preocupação a segurança na transferência de informações e destaca se o site é seguro ou não em seu browser, Chrome.

A principal ideia em utilizar HTTPS é impedir, ou minimizar, a possibilidade de rastreamento de informações através de sniffers ou afins. A utilização é obrigatória caso o site transfira informações de usuários. Recomendação a utilização de HTTPS em toda e qualquer variedade do domínio ou subdomínio

Necessário rever HTTPS quando utilizar WWW.

Consultar certificado de segurança: <http://bit.ly/2JbxBH8>

SEO Técnico

Cookies

O Cookie é um arquivo, armazenado no dispositivo do usuário, que pode conter diversas informações. Este arquivo é muito utilizado para personalizar informações de acesso, preferências diversas e também por ferramentas publicitárias.

Como o Google está adequando suas sugestões de busca e outros serviços baseado na GDPR, o aviso sobre cookies é muito importante, assim como se adequar a GDPR.

Mais informações sobre cookies: <https://europa.eu/european-union/abouteuropa/cookies>

Mais informações sobre a GDPR: <https://eugdpr.org/>

SEO Técnico

Sitemap

O sitemap é um arquivo que contém todas as páginas do site de uma forma estruturada para que seja lido pelos motores de busca.

É necessário adicionar um sitemap na raiz do domínio que aponte para todos outros sitemaps de cada subdomínio.

Recomendamos também utilizar na localização e nomenclatura padrão para facilitar a indexação por todo e qualquer robô (<http://edurebecca.com/sitemap.xml>).

<http://edurebecca.com/sitemap.xml> > http://edurebecca.com/sitemap_index.xml

<http://edurebecca.com/sitemap.xml> > <http://edurebecca.com/sitemap.xml>

Mais informações sobre: <http://bit.ly/2JeeBYJ>

SEO Técnico

Robots

Para disponibilizar ou restringir o acesso de mecanismos de busca e outros serviços podemos utilizar um arquivo (robots.txt) ou uma tag (meta robots).

Hoje em dia, o principal uso desse arquivo ou meta tag é para restringir o acesso, evitar que um buscador tenha uma cópia em seu banco de dados ou impeça o buscador de seguir os links de determinadas páginas.

O uso é recomendado pelo Google, por isso é importante ter um arquivo robot.txt. Encontramos em subdomínios, mas não encontramos no domínio em si. Recomendação a adição na seguinte localização: <http://edurebecca.com/robots.txt>.

Mais informações sobre a meta: <http://bit.ly/2J8H81I>

Mais informações sobre o arquivo: <http://bit.ly/2J6mKhH>

SEO Técnico

404 e 404 Smart

A página de erro é uma resposta do servidor para uma requisição inexistente. O servidor utiliza códigos para responder a requisições e no caso de uma requisição inexistente apresenta o número 404. Toda a faixa, de 400 a 499 estão associadas a algum tipo de requisição inexistente ou indisponível.

Como é muito comum erros desse tipo, recomendamos a utilização de uma de uma página que possa direcionar a navegação do usuário, 404 smart. A página deve ter opções para direcionar a navegação do usuário e evitar que ele abandone o site.

Mais informações sobre 404: <http://bit.ly/2J7vofH>

SEO Técnico

Links “Quebrados”

O termo link quebrado é utilizado para identificar links que levam para uma página não existente, e o usuário visualiza a página de erro.

O ideal é não ter erros no site, mas ter uma quantidade baixa não prejudicará o desempenho do site como um todo.

É importante acompanhar as páginas do site com ferramentas que podem indicar esse tipo de erro como [SEO Frog](#) ou [Google Search Console](#).

Existe uma quantia grande de indisponibilidade que deve ser acompanhada e revista utilizando o Google Search Console.

SEO Técnico

Links

Os links são caminhos internos e externos e podem prejudicar o site quando temos muitos em uma página.

Notamos que as páginas Listing contam com muitos links, cerca de 150 por página e cerca de um terço direciona o usuário para fora do site.

Recomendamos fazer uma verificação profunda e reduzir a quantidade de links internos e principalmente externos. Boa parte dos links estão relacionados a publicidade.

SEO Técnico

Busca Interna

A recomendação do Google é que a página de resultado interno não seja indexada para evitar duplicidade de conteúdo ou rejeição por parte do usuário.

Notamos que alguns resultados de busca interna estão indexados. O mais indicado é criar categorias para os produtos e redirecionar estes resultados de busca interna. Por se tratar de uma mudança grande recomendamos ser feita em blocos e com acompanhamento.

Exemplo de URLs:

<http://edurebecca.com/sao-paulo-e-regiao/eletrodomesticos/eletroportateis?o=4>

<https://www.olx.com.br/eletrodomesticos/busca/cafeteira>

SEO Técnico

URL

A URL tem peso na relevância e é exibida no resultado de busca, isso a torna importante também para o usuário. Sempre que uma URL for alterada deve ser feito um redirecionamento da URL antiga para a nova.

Dicas para URL de maior relevância:

- Utilizar a palavra-chave;

- Relacionar ao conteúdo da página;

- Utilizar termos relevantes, com maiores volumes de busca;

- Utilizar palavras sem acentuação;

- Utilizar uma estrutura de até 3 níveis;

- Utilizar URL única, não utilizar a mesma URL em outra localização do site;

- Evitar a utilização de artigos ou preposições nas URLs;

SEO Técnico

Tags

Para uma boa performance de SEO é necessário ter em sua estrutura de HTML as seguintes tags:

- Title;
- Description;
- Headings;
- Canonical;
- OG;
- Twitter Tags.

É importante a adição de acordo com a semântica do HTML. Como são basicamente tags de conteúdo, vamos discorrer mais sobre no documento de *Conteúdo Estratégico*.

SEO Técnico

BreadCrumb

Breadcrumb nada mais é que o caminho do site até determinada página.

O termo inspirado em uma fábula infantil que as crianças marcaram o caminho que estavam percorrendo com pão para não se perder na floresta.

Ter a breadcrumb baseado na navegação/estrutura de URL;

Ter a palavra-chave no texto da breadcrumb;

Marcar os dados da Breadcrumb.

SEO Técnico

Alt

A tag alt tem uma grande importância não só para buscadores, mas para softwares leitores de tela. Este tipo de software é utilizado, principalmente por deficientes visuais.

A origem da tag é ser uma alternativa a imagem, caso o navegador não consiga carregar a imagem exibe o texto, que nada mais é que uma descrição da imagem combinada com a palavra-chave. Também é uma herança do início da WWW.

Como o Google tem foco também na experiência do usuário, o uso dessa tag tem muita importância. Algumas imagens não tem a tag ou não está preenchida.

Ter a tag em todas imagens do site;

Ter a palavra-chave no texto;

SEO Técnico

Marcação de Dados

A marcação de dados é um meio de passar determinadas informações aos buscadores e serviços de uma forma estruturada.

É altamente recomendado fazer a marcação de dados!

Mais sobre dados e marcação: <http://bit.ly/2JiwANF>

Ferramenta de teste de dados: <http://bit.ly/2JkPnHZ>

SEO Técnico

Código HTML/CSS e Tags

Para um melhor desempenho e segurança recomendamos que sempre verifiquem que tags estão instaladas no site e façam um acompanhamento periódico. Muitas vezes são inseridas tags de parceiros e mesmo após o fim da parceria as tags continuam instaladas.

Para um bom desempenho do site de uma forma geral é recomendado desenvolver o HTML de forma enxuta e semântica.

É sempre importante entender qual percentual do código é conteúdo textual e é recomendado que seja maior que o percentual de programação. A recomendação é que até 30% do texto seja programação e o restante conteúdo.

Performance e Carregamento

Performance e Carregamento

A performance está relacionada ao modo como o navegador vai processar as informações e o carregamento está relacionado ao tempo que leva para transferir a informação para o computador do usuário que está navegando no site.

Por se tratar de pontos muito mais profundos no detalhamento nós vamos passar pelas principais ferramentas para auxiliar o trabalho de análise e, quando necessário, melhoria de performance e carregamento.

No diagnóstico de cada modelo de página nós detalhamos os pontos referentes a performance e carregamento.

Performance e Carregamento

CDN

CDN (Content Delivery Network) é basicamente uma rede de cache, cópia do conteúdo, espalhadas por servidores diversos.

A utilização de CDN pode fazer o tempo de carregamento do site ser bem menor que o padrão, pois o usuário receberá o arquivo do servidor mais próximo a ele, ao invés de ser do servidor principal.

Teste do uso de CDN: <http://bit.ly/2JmGKNI>

Mais informações sobre: <http://bit.ly/2JbsiHF>

Performance e Carregamento

Google Lighthouse

É uma ferramenta para auxiliar o desenvolvimento do site dentro das boas práticas e referências do Google.

É um plugin para o Chrome que faz a análise do site em 4 principais pilares: performance, acessibilidade, boas práticas e SEO. Além da verificação e validação de versão PWA.

Google Lighthouse: <http://bit.ly/2TOCRES>



Performance e Carregamento

Google Page Speed

Essa é uma das ferramentas mais antigas de auxílio no desenvolvimento de site com foco em performance e SEO. Ela faz análise no tempo de carregamento e direciona o programador a resolução pontuando o que e como fazer.

Google Page Speed: <http://bit.ly/2TRvOLj>



The **speed score** is based on the lab data analyzed by **Lighthouse**.

Analysis time: 20/03/2019, 12:13:06

Scale: ■ 90-100 (fast) ■ 50-89 (average) ■ 0-49 (slow)



The **speed score** is based on the lab data analyzed by **Lighthouse**.

Analysis time: 20/03/2019, 12:13:06

Scale: ■ 90-100 (fast) ■ 50-89 (average) ■ 0-49 (slow)

Performance e Carregamento

GT Metrix

Essa ferramenta não é do Google, mas é uma ótima opção e/ou complemento ao Page Speed. O GT Metrix tem uma visão que combina os principais pontos para Google e Bing/Yahoo.

GT Metrix: <http://bit.ly/2JmGKNI>

Mobile

Mobile

Mobile First

Estamos na fase conhecida como “Mobile First”, o Google tem o foco em dispositivos móveis pois é o maior tráfego na www.

Hoje em dia temos versões de sites específicas para dispositivos móveis e a utilização desse tipo de site ou site-app é muito importante para o destaque no resultado de busca.

Essas versões são tidas como a evolução do site responsivo e estão dominando o resultado de busca.

Teste de amigabilidade do site com dispositivo móvel: <http://bit.ly/2JgBpqx>

Mobile

AMP

AMP, Accelerated Mobile Page, nada mais é que uma versão do site acelerada para dispositivos móveis. Geralmente é uma versão da página do site com apenas uma imagem grande, pouca estilização e que carrega rapidamente.

Teste de AMP: <http://bit.ly/2Ji0T74>

Mais informações sobre: <http://bit.ly/2Jfgu7n>

Mobile

PWA

PWA, Progressive Web App, é um site que tem as vantagens de um APP, mas sem os pontos negativos como a transferência que consome muita internet para download ou até mesmo o quanto utiliza de memória ram.

Esse tipo de versão tende a aumentar muito o tráfego orgânico, pois é um dos requisitos de ranqueamento do Google

Cases PWA: <http://bit.ly/2TRVibC>

Mais informações sobre: <http://bit.ly/2JemXiO>

Recomendação de Ferramentas Google

Ferramentas Google

GTM

Por conta da praticidade e controle nós recomendamos o uso dessa ferramenta, que nada mais é que um gerenciador de códigos a serem publicados ou despublicados do site. Uma característica muito importante é a possibilidade de fazer o código só ser ativado com base em regras. Por exemplo: Ativar a tag apenas quando o botão envio for clicado.

Google Tag Manager: <http://bit.ly/2JoHT71>

Ferramentas Google

Analytics

Em todos os sites que verificamos tem Google Analytics Instalado. Recomendamos a utilização de relatórios customizados e alertas para facilitar o acompanhamento.

Alguns exemplos de relatórios customizados: <http://bit.ly/2Jn5TaE>

Ferramentas Google

Keyword Planner

Essa ferramenta é utilizada como ponto de partida para toda e qualquer palavra-chave. Utilizando essa ferramenta nós conseguimos entender o quanto determinado termo teve de busca e guiar o conteúdo de sites e anúncios.

Principais características:

Volume de busca;

Competitividade do termo;

Palavras relacionadas;

Keyword Planner: <http://bit.ly/2TeDoeF>

Ferramentas Google

Search Console

Essa ferramenta é largamente utilizada tanto para insights como para desenvolvimento de SEO. A ferramenta em si é um grande guia para todos envolvidos em SEO.

Principais características:

Acompanhar erros;

Duplicidade de conteúdo;

Submeter páginas;

Entender como o Google visualiza sua página;

Search Console: <http://bit.ly/2JkKrmj>

SEM RUSH

SEM Rush

O Sem Rush é uma das principais ferramentas para medir o desempenho de sites em resultados de busca, tanto paga quanto orgânica. É muito utilizado para entender o desempenho do site e de seus concorrentes.

Algumas características:

Posicionamento de palavras orgânicas e pagas;

Oportunidades e termos;

Dificuldade para posicionamento;

Sugestões de melhorias em SEO;

Links para o site;

SEM RUSH: <http://bit.ly/2Jn15BO>

Obrigado

