

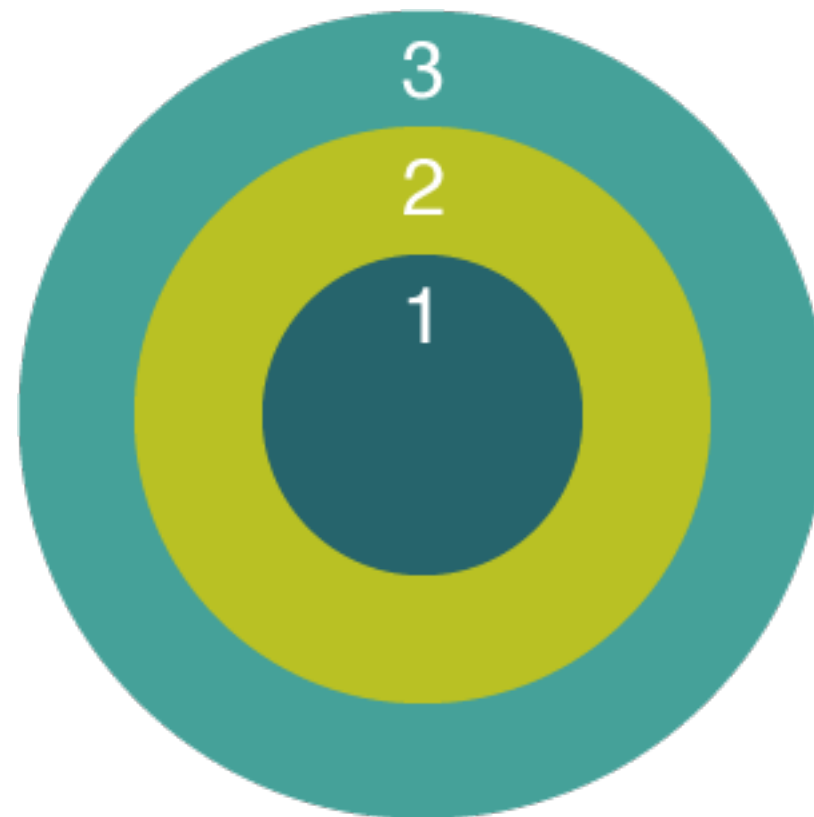
Os três pilares de uma estratégia de SEO

Esse material mostra de maneira didática os pilares que compõem o SEO 360°, sua importância e pesos.

Entendemos que para seu negócio ficar otimizado e preparado para os motores de busca, é necessário o tratamento dos três pilares de SEO:

1. **Tecnologia;**
2. **Conteúdo;**
3. **Autoridade.**

Seguindo essas premissas do trabalho de otimização – SEO, seu negócio estará preparado e otimizado.





TECNOLOGIA

Tratamento das principais barreiras tecnológicas on-page (robô e usuários).



CONTEÚDO

Conteúdo para enriquecer as páginas do site, potencializar conversões e vendas e trabalhar palavras de caudas longas.



AUTORIDADE

Objetivo de aumentar a autoridade de um termo ou vários termos com estratégias de link building.

SEO 360°

seomaster.com.br

Tecnologia

O primeiro pilar.

A Tecnologia é o ponto de partida para a otimização de um site. Em alguns casos conhecida como análises on-page.

O objetivo desse trabalho é tratar as barreiras tecnológicas que podem impedir e/ou dificultar a ação dos robôs de mecanismos de busca para indexar melhor as páginas do seu site. Outro ponto importante também é ajudar os usuários a acessar melhor seu site para assegurar uma boa experiência de navegação.

Itens tecnológicos que devem ser analisados e otimizados:

1. URLs transparentes e curtas;
2. Redirecionamentos de páginas de maneira adequada;
3. Links internos;
4. Tempo de carregamento;
5. Adaptabilidade mobile;
6. Robots;
7. Imagens;
8. Canonical;
9. Paginação;
10. Sitemap;
11. Headings.

Conteúdo

O segundo pilar.

O Conteúdo é a segunda etapa do processo de otimização. Ela deve ser pensada e alinhada ao modelo do seu negócio.

É importante nessa etapa elaborar uma estratégia de negócio e aplicar inteligência de buscas para que seu negócio tenha maior visibilidade e potencialize conversões através de técnicas de usabilidade, também conhecida como UX.

Pontos que devem ser pensado nessa etapa:

1. Palavras-chave alinhada ao negócio;
2. Title objetivos e trabalhando termos do negócio (marca ou produto);
3. Meta Description;
4. Headings estruturados;
5. Conteúdo de categorias;
6. Conteúdo das imagens;
7. Conteúdo dos principais produtos.

Autoridade

O terceiro pilar.

Por fim, e não menos importante, é o trabalho de Autoridade do site e das páginas interna. Esse trabalho também é conhecido como *Link building* por alguns profissionais e agências especialistas da área.

Essa etapa exige conhecimentos avançados do trabalho de otimização pois em alguns casos os motores de busca podem entender como manipulação do seu algoritmo e pode não gerar os resultados esperados no projeto.

Esse trabalho envolve etapas de conteúdo e em alguns casos jornalismo.

Fatores que podem auxiliar na elaboração da sua estratégia de SEO:

1. Mapeamento de competidores (sites concorrentes ao seu negócio);
2. Quantidade dos links que direcionam para o seu site/página;
3. Qualidade dos links que direcionam para o seu site/página;
4. Diversidade dos links que direcionam para o seu site/página;
5. Origem dos links.



Search Experience

seomaster.com.br



Empresa especializada em WordPress

Apiki. Orgulhosamente certificada por nossos clientes.

apiki.com/empresa-especializada-em-wordpress