

Otimização de sites para Mecanismos de Pesquisa (SEO)

- Guia do Google para Iniciantes -

Bem-vindo ao Guia do Google para Iniciantes em Otimização de sites para Mecanismos de Pesquisa. Este documento começou como um esforço para ajudar equipes dentro do Google, mas pensamos que seria igualmente útil para webmasters iniciantes no assunto e que pretendam melhorar a interação de seus sites com usuários e mecanismos de pesquisa. Embora este guia não lhe contará quaisquer segredos que façam com que seu site seja automaticamente classificado como primeiro resultado nas pesquisas no Google (desculpe!), utilizar as práticas recomendadas definidas abaixo irá facilitar aos mecanismos de pesquisa rastrear e indexar o seu conteúdo.

A Otimização para Mecanismos de Pesquisa pode muitas vezes se resumir a pequenas modificações em partes do seu site. Quando vistas isoladamente, essas mudanças podem parecer como uma pequena melhoria, mas quando combinadas com outras otimizações, podem representar um impacto significativo na experiência do usuário e no desempenho nos resultados de pesquisa orgânica. Você provavelmente já está familiarizado com muitos dos tópicos abordados neste guia, pois eles são os ingredientes básicos para páginas da web, mas talvez não esteja obtendo o máximo proveito deles.

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "baseball cards". The search bar at the top contains "baseball cards" and the search button is visible. Below the search bar, there are navigation links for "Web", "Shopping", "News", and "Books". The search results are displayed in a grid format. On the left side, there are organic search results, including "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth" and "Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!". On the right side, there are sponsored links, including "Sell Your Baseball Cards" and "Get Baseball Cards". The text "Resultados 'Pagos', AdWords" is overlaid on the sponsored links section, and "Resultados Orgânicos" is overlaid on the organic search results section.

Otimizar para Mecanismos de Pesquisa afeta apenas os resultados da pesquisa orgânica, não alterando os resultados pagos ou "patrocinados", tais como o Google AdWords

Apesar de este guia conter as palavras "mecanismo de pesquisa", gostaríamos de salientar que você deveria basear suas decisões de otimização tendo em vista primeiramente e principalmente o que é melhor para os visitantes de seu site. Eles são os principais consumidores do seu conteúdo e estão usando os mecanismos de pesquisa para encontrar o seu trabalho. Um enfoque demasiado estrito em ajustes específicos para obter melhor classificação nos resultados orgânicos dos mecanismos de pesquisa pode causar resultados indesejados. Otimizar para mecanismos de pesquisa significa dar relevância ao que seu site tem de melhor no quesito visibilidade nos mecanismos de pesquisa.

Para ajudar nas explicações, criamos um site fictício que nos acompanhará durante todo o guia. Para cada tópico, apresentaremos a informação necessária sobre o site para ilustrar o tópico abordado. Veja aqui algumas informações sobre o site que usaremos:

- Website/Nome do negócio: "Brandon's Baseball Cards" (Figurinhas de Beisebol de Brandon)
- Nome do domínio: brandonsbaseballcards.com
- Foco: Venda online de figurinhas de beisebol, tabela de preços, artigos e notícias
- Tamanho: Pequeno, aproximadamente 250 páginas

O seu site pode ser menor ou maior do que este e oferecer conteúdo completamente diferente, mas os temas de otimização que discutiremos a seguir são aplicável a sites de todos os tipos e tamanhos.

Esperamos que nosso guia lhe proporcione algumas idéias novas sobre como melhorar o seu site, e adorariamos ouvir suas perguntas, comentários e histórias de sucesso no [Grupo de Ajuda a Webmasters do Google](#).

Crie títulos únicos e precisos para suas páginas

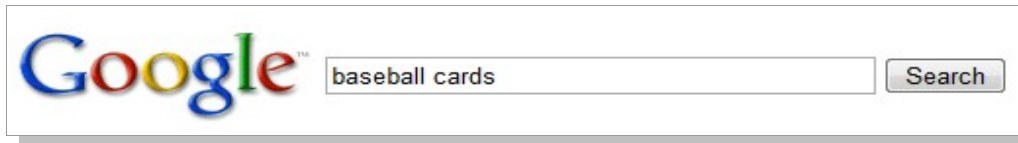
A tag de título <title> informa tanto os usuários quanto os mecanismos de pesquisa qual o tema de uma determinada página. A tag <title> deve ser colocada dentro da tag <head> do documento HTML. Idealmente, você deve criar um título único para cada página do seu site.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selec
</head>
<body>
...
```

O título da página inicial de nosso site sobre figurinhas de beisebol, que lista o nome da empresa e três tópicos principais.

Se o documento aparece em uma página de resultados de pesquisa, o conteúdo da tag de título geralmente aparecerá na primeira linha dos resultados (Se você não estiver familiarizado com as diferentes partes do resultado de pesquisa do Google, recomendamos o vídeo "[a anatomia de um resultado de pesquisa](#)" [inglês], criado pelo engenheiro do Google Matt Cutts, e este "[diagrama de uma página de resultados de pesquisa do Google](#)".) Palavras do título estarão em negrito se fizerem parte do termo pesquisado pelo usuário. Isso ajuda os usuários a reconhecer se a página é relevante para a pesquisa efetuada.

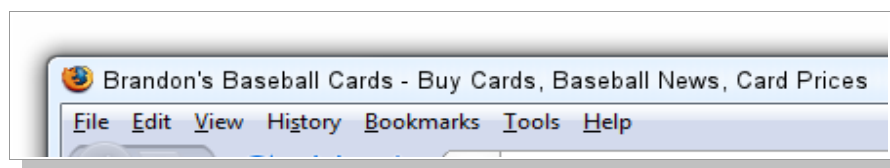
O título de sua página pode listar o nome de seu site/negócio e pode incluir outras informações importantes como o endereço do negócio ou talvez alguns dos seus principais produtos e serviços.



Um usuário realizar a consulta [figurinhas de beisebol]

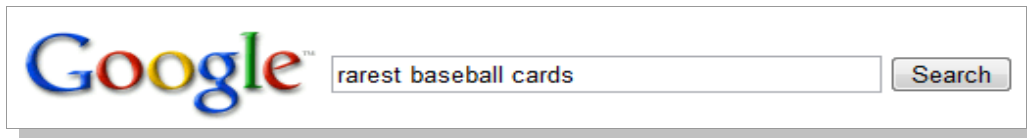


A nossa página inicial aparece como um dos resultados, com o título listado na primeira linha (repare que os termos de consulta do usuário aparecem em negrito)



Se o usuário clicar no resultado e visitar a página, o título da página aparecerá no topo da navegador.

Títulos para páginas internas de seu site devem descrever com precisão o assunto dessa página em particular e também podem incluir o nome de seu site ou empresa.



Um usuário realizar a consulta [figurinhas raras de beisebol]



Uma página interna relevante de nosso site (o título é único para o conteúdo da página) aparece como resultado

Práticas recomendadas para as tags de título

- **Descreva com precisão o conteúdo da página** - Escolha um título que efetivamente comunique o assunto da página.
Evite:
 - escolher um título que não tenha relação com o conteúdo da página
 - utilizar títulos padrão ou genéricos como "Sem título" ou "Nova Página 1"
- **Crie tags de título únicas para cada página** - Idealmente, cada uma de suas páginas deve ter uma tag de título única, o que ajuda ao Google a decidir quanto uma página é distinta das outras em seu site.
Evite:
 - usar uma única tag de título em todas as páginas de seu site ou em um conjunto grande de páginas
- **Utilize títulos descritivos e curtos** - Títulos podem ser curtos e informativos ao mesmo tempo. Se o título for demasiado longo, o Google irá mostrar apenas uma parte dele no resultado de pesquisa.
Evite:
 - utilizar títulos extremamente longos e pouco úteis para os usuários
 - preencher o título com palavras-chave desnecessárias

Faça uso da meta tag de descrição

A meta tag de descrição `<meta name="description">` dá ao Google e outros mecanismos de pesquisa um resumo do assunto dessa página. Se o título da página consiste em uma palavra ou frase, a meta tag de descrição poderia ser uma frase ou duas ou até mesmo um breve parágrafo. A Ferramenta do Google para Webmasters proporciona uma seção de [análise de conteúdo \[inglês\]](#) muito prática que lhe informa sobre qualquer meta tag de descrição que estiver demasiado curta, longa ou duplicada demasiadas vezes (a mesma informação é também mostrada para tags de título). Tal como a tag `<title>`, a meta tag de descrição é colocada dentro da tag `<head>` do seu documento HTML.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selec
</head>
<body>
...
```

O início da meta tag de descrição para nossa página inicial, que descreve o que nosso site oferece.

Meta tags de descrição são importantes porque o Google talvez as utilize como descrição de suas páginas (os "*snippets*"). Note que nós dizemos "talvez" pois o Google pode optar por utilizar um trecho relevante de texto visível da sua página caso ele represente melhor a consulta do usuário. De forma alternativa, o Google poderá utilizar a descrição de seu site presente no [Open Directory Project](#) (DMOZ) no caso de ele estar listado lá (saiba como [evitar que os mecanismos de pesquisa exibam dados do DMOZ nos resultados de pesquisa do seu site](#)). Adicionar meta tags de descrição para cada uma de suas páginas também é uma prática recomendada no caso do Google não conseguir encontrar um trecho de texto representativo para utilizar no snippet. O Blog da Central do Webmaster tem um artigo muito informativo sobre [como melhorar os snippets com melhores meta tags de descrição](#) [inglês].

Os Snippets apareçam entre o título e a URL da página em um resultado de pesquisa.



Um usuário realiza a consulta [figurinhas de beisebol]

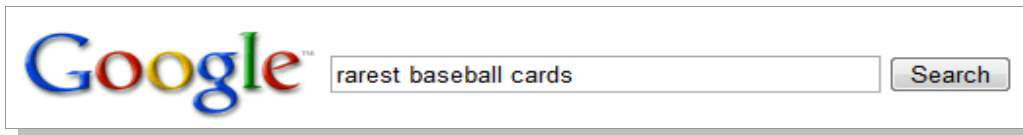
[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)

Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...

www.brandonsbaseballcards.com/ - 30s - Cached - Similar pages

A nossa página inicial aparece como um resultado, com parte de sua meta tag de descrição utilizada como snippet

Algumas palavras do *snippet* são enfatizadas em negrito quando aparecem na consulta do usuário. Isto dá ao usuário pistas sobre se o conteúdo da página coincide com o que ele ou ela está procurando. Abaixo temos outro exemplo, dessa vez mostrando um trecho de uma meta tag de descrição de uma página interna (com sua meta tag de descrição única) contendo um artigo.



Um usuário realiza a consulta [figurinhas raras de beisebol]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/top-ten-rarest-baseball-cards.htm - 30s - Cached - Similar pages

Uma de nossas páginas internas aparece como um resultado, com sua meta tag de descrição única utilizada como snippet

Práticas recomendadas para meta tags de descrição

- **Resumir com precisão o conteúdo da página** - Escreva uma descrição única que informe e desperte interesse de seus usuários se eles vissem essa descrição como um *snippet* de um resultado de pesquisa.

Evite:

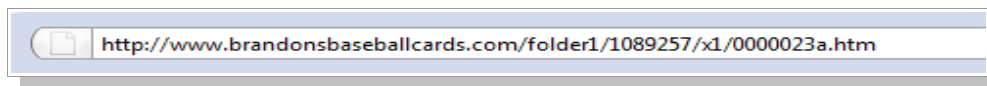
- escrever uma meta tag de descrição que não tenha relação com o conteúdo da página
 - utilizar descrições genéricas como "Esta é uma página da internet" ou "Página sobre figurinhas de beisebol"
 - preencher a descrição só com palavras-chave
 - copiar e colar todo o conteúdo do documento na meta tag de descrição
- **Utilize descrições únicas para cada página** - Ter uma descrição diferente para cada página auxilia tanto os usuários quanto o Google, especialmente nas pesquisas onde os usuários podem requisitar várias páginas em seu domínio (por exemplo, pesquisas usando o operador [site:]). Se seu site tem milhares ou mesmo milhões de páginas, provavelmente não será viável criar meta tags de descrição à mão. Neste caso, você poderá optar por gerar automaticamente meta tags de descrição baseadas no conteúdo de cada página.

Evite:

- Utilizar a mesma descrição em todas as páginas de seu site ou em um grande grupo de páginas

Melhore a estrutura das suas URLs

Criar categorias e nomes descritivos para os documentos em seu site pode ajudar não apenas você a manter seu site mais bem organizado, mas também pode levar a um melhor rastreamento de seus documentos pelos mecanismos de pesquisa. Além disso, proporcionará URLs mais fáceis e "simpáticos" para quem deseja criar um link ao seu conteúdo. Os visitantes podem se sentir intimidados por URLs extremamente longas e que contenham poucas palavras reconhecíveis.



A URL para uma página no nosso site de figurinhas de beisebol com a qual um usuário pode se sentir desconfortável

URLs como esta podem ser confusas e hostis. Os usuários terão dificuldades para memorizar a URL ou ao criar um link para ela. Além disso, os usuários podem pensar que uma parte da URL é desnecessária, especialmente se a URL possui muitos parâmetros irreconhecíveis. Eles poderiam deixar de fora uma parte da URL, tornando o link indisponível.

Alguns usuários talvez criem um link para sua página com a URL da página como texto âncora. Se a sua URL contém palavras relevantes, ela fornecerá tanto aos usuários quanto aos mecanismos de pesquisa mais informações do que qualquer ID ou outro parâmetro irrelevante poderia dar.

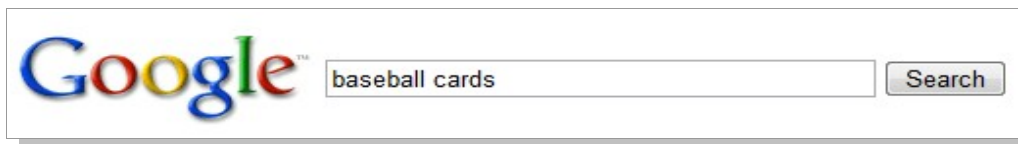
POST BY: Kevin ON DATE: Oct. 10, 2008 2:30PM

Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW!

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

As palavras destacadas poderiam informar ao usuário ou ao mecanismo de pesquisa do que se trata a página de destino mesmo antes de visitá-la.

Por fim, lembre-se que a URL de um documento é exibida como parte de um resultado de pesquisa no Google, abaixo do título e do *snippet* do documento. Tal como o título e o *snippet*, as palavras da URL no resultado de pesquisa aparecem em negrito quando elas fazem parte da consulta do usuário.

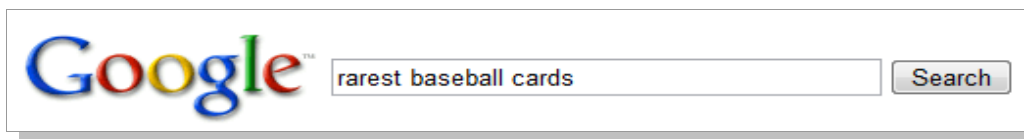


Um usuário realizar a consulta [figurinhas de beisebol]

Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices
Brandon's Baseball Cards provides a large selection of vintage and modern era baseball cards for sale. We also offer daily baseball news and events in ...
www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

A nossa página inicial aparece como um resultado, com a URL listada abaixo do título e do snippet

Abaixo mostramos um outro exemplo de uma URL no nosso domínio de uma página que contém um artigo sobre figurinhas raras de beisebol. Palavras na URL chamam mais a atenção do usuário do que um código numérico qualquer como "www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/".



Um usuário realizar a consulta [figurinhas raras de beisebol]



Uma página interna, com uma URL que reflete o tipo de conteúdo encontrado nela, aparece como um resultado

O Google faz um bom trabalho ao rastrear todo tipo de estruturas de URL, mesmo aquelas bastante complexas, mas criar URLs amigáveis tanto para usuários quanto para os mecanismos de pesquisa pode ser muito útil. Alguns webmasters procuram fazê-lo reescrevendo suas [URLs dinâmicas](#) em URLs estáticas. Esse é um procedimento avançado e se feito de forma incorreta, poderá causar problemas de rastreamento em seu site. Para saber mais sobre o que é uma boa estrutura de URL, recomendamos uma consulta à página sobre [como criar URLs amigáveis para o Google](#) na Central de Ajuda para Webmasters.

Práticas recomendadas para a estrutura de URL

- **Use palavras nas URLs** - URLs com palavras relevantes ao conteúdo e estrutura do seu site são mais amigáveis para os visitantes que navegam em seu site. Eles se lembrarão mais facilmente e a probabilidade de que criem links para o seu site aumenta.

Evite:

- utilizar URLs longas com demasiados parâmetros e IDs de sessão
 - escolher nomes genéricos para suas páginas como "pagina1.html"
 - uso excessivo de palavras-chave como "figurinhas-beisebol-figurinhas-beisebol-figurinhas-beisebol.htm"
-
- **Crie uma estrutura de diretório simples** - Utilize uma estrutura de diretório que organize seu conteúdo de forma adequada e que facilite aos visitantes saber onde eles estão em seu site. Tente utilizar a estrutura de diretórios para indicar o tipo de conteúdo encontrado naquela URL.

Evite:

- ter diversas concatenações de subdiretórios como ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/pagina.html"
 - usar nomes de diretório que não tenham qualquer relação com o conteúdo contido neles
- **Disponibilize apenas uma URL para cada documento** - Para impedir que os usuários criem links para uma versão de URL e outros para uma versão diferente (o que poderia dividir a reputação do conteúdo entre as URLs), procure utilizar e sempre se referir a mesma estrutura de URL nos seus links internos. Se você achar que as pessoas estão acessando o mesmo conteúdo através de vários endereços diferentes, criar um redirecionamento 301 apontando para a URL que deseja manter pode ser uma boa solução para esse problema.

Evite:

- deixar página nos subdomínios e no diretório raiz (por exemplo: "dominio.com.br/pagina.htm" e "sub.dominio.com.br/pagina.htm ") com o mesmo conteúdo
- misturar versões de URL com e sem www. em sua estrutura de links internos
- utilizar URLs em caixa alta (muitos usuários preferem URLs escritas em minúsculas e se lembrarão delas mais facilmente)

Torne seu site mais fácil de navegar

A navegabilidade de um site é importante para ajudar os seus visitantes a encontrar rapidamente o conteúdo que desejam. Pode também ajudar os mecanismos de pesquisa a compreender qual o conteúdo que o webmaster acha que é importante. Apesar dos resultados de pesquisa do Google serem fornecidos no nível de página, o Google também se interessa no papel que determinada página desempenha no contexto geral do site.

Todos os sites possuem uma página inicial, que normalmente é a página mais freqüentada no site e o ponto de partida para muitos visitantes. A menos que o site tenha apenas algumas poucas páginas, você deve pensar em como os visitantes irão navegar de uma página geral (a sua página inicial) para uma página que contenha conteúdo mais específico. Você possui suficientes páginas sobre um tema específico para justificar a criação de uma página descrevendo essas páginas relacionadas (por exemplo: página inicial -> listagem de tópicos relacionados-> tópico específico)?

Você possui centenas de produtos diferentes que precisam ser classificados em várias categorias e subcategoria?

```
/
/about/
/articles/
/news/
  /2006/
  /2007/
  /2008/
/price-guides/
  /1900-1949/
  /1950-1999/
  /2000-present/
/shop/
  /modern/
    /autographs/
    /rookie-cards/
    /star-cards/
  /vintage/
    /autographs/
    /hall-of-famer-cards/
```

A estrutura de diretórios para o nosso pequeno site sobre figurinhas de beisebol

Um sitemap (em minúsculas) é uma página normal de seu site, que apresenta a estrutura do seu site e geralmente consiste de uma lista hierárquica das páginas do site. Um visitante poderá visitar esta página se tiverem problemas para encontrar alguma página em seu site. Embora os mecanismos de pesquisa também visitem esta página para obter boa cobertura ao rastrear o seu site, ela deve ser essencialmente destinada aos usuários.

Um Sitemap (maiúsculas) em XML, que você pode enviar através das [Ferramentas do Google para Webmaster](#), torna mais fácil para o Google descobrir as páginas de seu site. Usar um arquivo Sitemap é também uma maneira (embora não garantida) para dizer ao Google qual versão de uma URL você prefere (por exemplo: <http://brandonsbaseballcards.com/> ou <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; para mais informações visite: [qual é o domínio de sua preferência](#)). O Google ajudou a criar um [script de código aberto \(open source\) gerador de Sitemap](#) para ajudá-lo a gerar um arquivo Sitemap para seu site. Para saber mais sobre Sitemaps, a Central de Ajuda para Webmaster fornece um [guia útil para arquivos Sitemap](#).

Práticas recomendadas para navegabilidade

- **Criar uma hierarquia natura** - Torne o mais fácil possível para os usuários navegarem do conteúdo geral para outro mais específico que eles procuram em seu site. Adicione páginas de navegação quando faça sentido e crie uma estrutura de links internos eficientes.

Evite:

- criar links de navegação complicados, por exemplo, ligando todas as páginas do seu site umas às outras
- estruturar demasiadamente seu conteúdo (fazendo-se necessário vinte cliques para se chegar ao conteúdo)

- **Usar preferencialmente texto para navegação** – Utilizar links de texto na barra de navegação torna mais fácil para os mecanismos de pesquisa rastrear e compreender o seu site. Muitos usuários também preferem esta abordagem, especialmente em alguns dispositivos que não aceitam Flash ou JavaScript.

Evite:

- ter uma navegação totalmente baseada em menus suspensos (dropdown), imagens ou animações. Muitos mecanismos de pesquisa - não todos - conseguem descobrir esses links, mas se o usuário consegue chegar a todas as páginas de um site através de links de texto normal, isto melhora a acessibilidade de seu site. Para mais informações visite [como o Google lida com arquivos que não são texto](#).
- **Use "Navegação estrutural"** - A Navegação estrutural, também conhecida como *breadcrumbs* é uma fileira de links internos na parte superior ou inferior da página que permite aos visitantes voltar para um ponto anterior ou para a página inicial. Geralmente o primeiro link mais à esquerda leva à página inicial (conteúdo geral) seguido de links para conteúdos mais específicos à direita.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

Navegação estrutural em uma página interna de nosso site

- **Coloque um sitemap HTML em seu site e utilize um Sitemap XML** – Uma página com o mapa do site (sitemap) com links para todas as páginas ou as páginas mais importantes (se forem centenas ou milhares) em seu site pode ser útil. Criar um Sitemap em XML para o seu site ajudará a garantir que os mecanismos de pesquisa descubram as páginas de seu site.

Evite:

- deixar seu sitemap HTML desatualizado ou com links quebrados
- criar um sitemap HTML que apenas liste páginas sem organização. Ao invés disso, agrupe os links por assunto, por exemplo.
- **Considere o que acontece quando um usuário remove parte da sua URL** - Alguns usuários podem navegar em seu site de diferentes maneiras e você deve antecipar isso. Por exemplo, em vez de usar a Navegação Estrutural, imagine que o usuário deixe uma parte da URL incompleta esperando encontrar um conteúdo mais geral. Ele ou ela pode estar visitando <http://www.brandonsbaseballcards.com/novidades/2008/upcoming-baseball-card-shows.htm>, mas em seguida, digita <http://www.brandonsbaseballcards.com/novidades/2008/> na barra de endereços do browser, acreditando que isso irá mostrar todas as novidades de 2008. Seu site está preparado para mostrar conteúdo nessa situação ou será que ele retorna erro 404 ("página não encontrada")? E se subirmos mais um nível como <http://www.brandonsbaseballcards.com/novidades/>

- **Tenha uma página de erro 404 útil** - Usuários ocasionalmente chegarão a uma página que não existe em seu site, quer por terem seguido um link quebrado ou por escreverem a URL errada. Ter uma [página de erro 404 personalizada](#) que gentilmente fornece aos usuários uma página alternativa no site pode melhorar significativamente a experiência do usuário. Sua página de erro 404 poderia ter um link de volta para a sua página inicial e também fornecer links populares ou relacionados ao conteúdo do seu site. O Google fornece o [widget 404 \[inglês\]](#) para que você possa incorporar em suas páginas de erro 404, que fornece automaticamente muitas características úteis. Você também pode usar o Google Webmaster Tools para [encontrar as causas de URLs retornando erro 404 \[inglês\]](#).

Evite:

- permitir que páginas de erro 404 sejam indexadas pelos mecanismos de pesquisa (certifique-se que o seu servidor web está configurado para retornar [status HTTP 404 \[inglês\]](#) quando páginas inexistentes forem solicitadas.)
- fornecer apenas uma mensagem vaga como "Não encontrado" ou "Erro 404", ou não fornecer uma página de erro 404
- usar um estilo para a sua página de erro 404 que não seja coerente com o resto do seu site

Ofereça conteúdo e serviços de qualidade

Criar conteúdo útil e atraente irá provavelmente exercer maior influência no seu site do que qualquer um dos outros fatores discutidos aqui. Os usuários reconhecem conteúdo de qualidade quando o vêem e é provável que o queiram compartilhar com outros usuários. Isso pode ocorrer através de blogs, redes sociais, e-mails, fóruns, ou outros meios.

Buzz orgânico ou propaganda boca-a-boca é o que ajuda a construir a reputação do seu site tanto com os usuários quanto com o Google e isso raramente vem sem conteúdo de qualidade.

Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

Um blogger encontra o seu conteúdo, gosta dele, e então o referencia em um post

Embora o conteúdo que você cria pode ser sobre qualquer assunto imaginável, aqui estão algumas das práticas mais recomendadas:

Práticas recomendadas para conteúdo

- **Escreva textos de fácil leitura** - Usuários apreciam um conteúdo bem escrito e de fácil compreensão.

Evite:

- escrever textos desleixados, com muitos erros ortográficos e gramaticais
- incorporar textos em imagens (os usuários podem querer selecionar o texto e os mecanismos de pesquisa não conseguem lê-lo)

- **Mantenha-se centrado no tema** – É sempre benéfico organizar o seu conteúdo a fim de que seus visitantes tenham um bom senso de onde um tópico começa e outro acaba. Dividir o conteúdo em blocos lógicos ajuda os usuários a encontrar mais facilmente o conteúdo que eles querem.

Evite:

- colocar grandes quantidades de texto sobre temas variados em uma página sem parágrafo, subtítulo, ou sem nenhuma separação

- **Utilize uma linguagem adequada** - Pense nas palavras que um usuário possa pesquisar para encontrar o seu conteúdo. Os usuários que possuem um conhecimento avançado sobre o tema poderiam utilizar palavras-chave diferentes na pesquisa do que alguém que é leigo no assunto. Por exemplo, um fanático por beisebol poderá procurar por [CBBS], sigla para a Confederação Brasileira de Beisebol e Softbol, enquanto um novo fã poderia usar um termo mais geral [beisebol]. Antecipar essas diferenças de comportamento e tê-las em conta ao escrever o seu conteúdo (usando uma boa variação de palavras-chave) poderia produzir resultados positivos. O Google AdWords oferece uma [ferramenta de palavras-chave](#) muito útil que o ajudará a descobrir novas palavras-chave, mostrando o volume aproximado de pesquisas para cada termo. Além disso, a Ferramenta do Google para Webmasters lhe fornece as [palavras-chave mais pesquisadas](#) que resultam em seu site, e quais delas fizeram com que o usuário visite seu site.

- **Crie conteúdo exclusivo e atualizado** – Conteúdo original não só fará com que seus usuários atuais voltem, irá também trazer novos visitantes.

Evite:

- reescrever (ou copiar) conteúdo existente que vai trazer pouco valor extra para seus usuários
- ter versões do seu conteúdo duplicadas ou muito parecidas em seu site (veja mais informações sobre [conteúdo duplicado](#))

- **Ofereça conteúdo e serviços exclusivos** - Pense em criar um serviço que nenhum outro site oferece. Você poderia também escrever um artigo ou publicar uma pesquisa, fazer uma entrevista exclusiva ou tirar proveito das particularidades de sua base de usuários. Outros sites podem não dispor dos recursos ou conhecimentos técnicos para fazer essas coisas.

- **Crie conteúdo essencialmente para os seus usuários e não para os mecanismos de pesquisa** – Desenvolva seu site tendo em mente as necessidades de seus visitantes, assegurando ao mesmo tempo que seu site seja facilmente acessível aos mecanismos de pesquisa. Isso normalmente produz resultados positivos.

Evite:

- inserir palavras-chave repetidas que visam os mecanismos de pesquisa e que sejam desnecessárias, sem sentido ou incomodem os usuários
- ter blocos de texto com "freqüentes erros ortográficos utilizados para chegar a esta página", o que adiciona pouco valor para os usuários
- [texto escondido](#) para os usuários, mas aparente aos mecanismos de pesquisa

Escreva texto âncora melhores

Texto âncora é o texto clicável que os usuários vêem como link, e é colocado dentro da tag de âncora `</ a>`.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

Este texto âncora descreve com precisão o conteúdo de uma de nossas páginas

Este texto diz aos usuários e ao Google algo sobre a página que você está apontando. Links em sua página podem ser internos - que apontam para outras páginas do seu site - ou externos – apontando para conteúdo de outros sites. Em ambos os casos, quanto melhor o texto âncora, mais fácil será para os usuários navegar e para Google entender do que se trata a página que você está apontando.

Práticas recomendadas para texto âncora

- **Escolha um texto descritivo** - O texto âncora que você usa para um link deve oferecer pelo menos uma idéia básica sobre a página que ele aponta.

Evite:

- escrever textos âncora genéricos como "página", "artigo", ou "clique aqui"
- utilizar um texto off-topic ou que não tenha relação com o conteúdo da página apontada
- utilizar a URL da página como texto âncora como regra geral (existem, porém, circunstâncias onde faz sentido utilizar a URL, tal como a promoção ou referencia a um novo site)

- **Escreva textos concisos** – Procure escrever textos curtos porém descritivos – geralmente algumas palavras ou uma pequena frase.

Evite:

- escrever textos âncora muito longos, tais como uma frase longa ou parágrafo

- **Estilize seus links de forma a torná-los facilmente reconhecíveis** – Torne fácil a distinção entre links e textos. O seu conteúdo pode se tornar menos útil se os usuários não perceberem os links ou se clicarem acidentalmente neles.

Evite:

- usar CSS ou estilos que façam com que links se confundam com texto normal

- **Pense também no texto âncora para links internos** – Geralmente pensamos em links como formas de apontar para sites externos, mas dar atenção ao texto utilizado nos links internos pode ajudar os usuários e ao Google a navegar melhor no seu site.

Evite:

- preencher o texto âncora com palavras-chave ou frases longas apenas para ludibriar os mecanismos de pesquisa
- criar links desnecessários que não ajudem o usuário a navegar em seu site

Use tags de cabeçalho apropriadamente

As tags de cabeçalho (não confundir com a tag <head> ou cabeçalhos HTTP) são utilizadas para apresentar estrutura da página para os usuários. Existem seis tamanhos de tags de cabeçalho, começando com <h1>, a mais importante, e terminando com <h6>, a de menor importância.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised when he
dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found
in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After some thought
the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

Em uma página contendo notícias, poderíamos colocar o nome do nosso site em uma tag <h1> e os títulos das notícias em tags <h2>

Tags de cabeçalho aumentam o tamanho da fonte, o que ajuda os usuários a perceber a importância do texto contido nelas e colabora para a compreensão do conteúdo que vem logo após ele. Utilizar tags de cabeçalhos de diversos tamanhos criando uma ordem hierárquica ajuda a estruturar o seu conteúdo e torna mais fácil para os usuários navegarem pelo seu documento.

Práticas recomendadas para a tags de cabeçalho

- **Imagine que está escrevendo um resumo esquemático** - Da mesma forma como você desenvolveria um esquema para um grande projeto, pense nos pontos principais e pontos secundários do conteúdo da página e decida em que posição utilizar adequadamente as tags de cabeçalho.

Evite:

- colocar textos na tag de cabeçalho que não são úteis na definição da estrutura da página
 - utilizar tags de cabeçalho onde outras tags como ou façam mais sentido.
 - alternar entre tags de cabeçalho sem nenhuma lógica
- **Utilize tags de cabeçalho com moderação** – Utilize tags de cabeçalho onde faça sentido. Popular sua página com demasiadas tags de cabeçalho pode tornar a leitura do texto difícil e não deixa nítido onde um assunto começa e outro termina.

Evite:

- utilizar tags de cabeçalho de forma excessiva em toda a página
- colocar todo o texto da página em uma tag de cabeçalho
- utilizar a tag de cabeçalho apenas para definir o estilo do texto e não para estruturá-lo

Otimize o uso de imagens

Imagens podem parecer um simples componente do seu site, mas você pode otimizar a utilização delas. Todas as imagens podem ter um nome de arquivo e atributo "alt" (alternativo) únicos, dos quais você deve tirar vantagem.

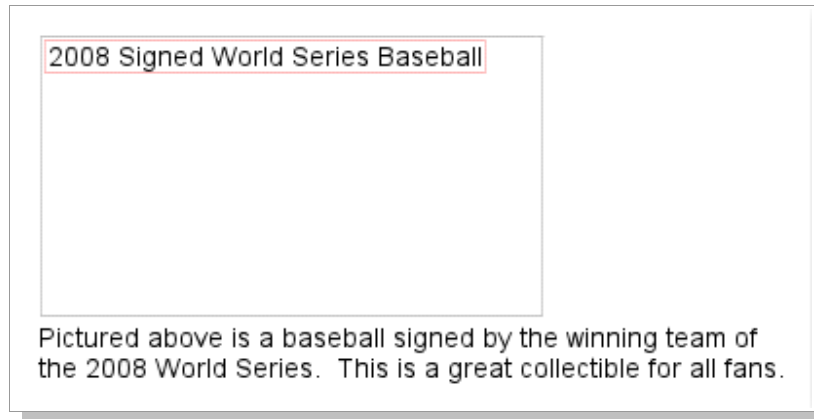
O atributo "alt" permite especificar um texto alternativo para a imagem, caso ela não possa ser exibida por alguma razão.

```

```

Nosso texto "alt" é uma breve descrição da imagem

Por que utilizar este atributo? Se um usuário estiver visualizando o site em um navegador que não suporta imagens, ou utilizando tecnologias alternativas tais como um leitor de telas, o conteúdo do atributo alt fornecer informações sobre a imagem.



Por alguma razão nossa imagem não foi exibida para o usuário, mas o texto alternativo sim

Outra razão é que se você estiver usando uma imagem como link, o texto alternativo dessa imagem será tratado de maneira similar ao texto âncora de um link de texto. No entanto, não recomendamos utilizar muitos links de imagens na navegação de seu site, onde o uso de texto é possível. Por fim, otimizar o nome da imagem e o atributo "alt" torna mais fácil para mecanismos de pesquisa de imagens, como a [Pesquisa de Imagens do Google](#), a compreender melhor as suas imagens.

Práticas recomendadas para imagens

- **Utilize nomes de arquivos e atributos "alt" curtos e descritivos** - Como muitas das outras partes da página que podem ser otimizadas, nomes de arquivo e atributos "alt" (linguagem ASCII) são melhores quando são curtos e descritivos.

Evite:

- utilizar nomes genéricos como "imagem1.jpg", "foto.gif", "1.jpg" quando possível (sites com milhares de imagens podem preferir automatizar esse processo)
- escrever nomes extremamente longos
- preencher o atributo "alt" com palavras-chave ou copiar e colar frases inteiras

- **Forneça atributos "alt" ao utilizar imagens como links** - Se você decidir usar uma imagem como um link, preencher o texto alternativo ajuda ao Google a compreender melhor a página que você está apontando. Imagine que está escrevendo o texto âncora de um link de texto.

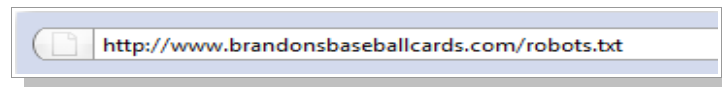
Evite:

- atributos "alt" excessivamente longos que podem ser considerados spam
- utilizar apenas imagens como links de navegação

- **Armazene imagens em um diretório separado** - Em vez de ter arquivos de imagem espalhados em diversos diretórios e subdiretórios no seu domínio, considere consolidar suas imagens em um único diretório (por exemplo, brandonsbaseballcards.com/images/).
- **Utilize formato de arquivos amplamente suportados** - A maioria dos navegadores suportam imagens em formato [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) e [BMP](#). Também é uma boa idéia ter a extensão do seu arquivo correspondendo com o formato do arquivo.

Faça uma utilização eficaz do robots.txt

Um arquivo "robots.txt" informa aos mecanismos de pesquisa se podem ou não acessar e varrer parte de seu site. Esse arquivo, que deve ser denominado "robots.txt", é colocado na raiz do site.



O endereço do nosso arquivo robots.txt

```
User-agent: *
Disallow: /images/
Disallow: /search
```

*Todos os mecanismos de pesquisa compatíveis (indicado pelo símbolo asterisco *) não deverão acessar nem indexar o conteúdo em /images/ ou qualquer URL cujo caminho começa com /search*

Você pode desejar que certas páginas do seu site não sejam rastreadas porque elas não são úteis para os usuários se encontradas em um resultado de pesquisa nos mecanismos de pesquisa. Se você quiser evitar que os mecanismos de pesquisa rastreiem suas páginas, o Google Webmaster Tools tem um [gerador de robots.txt \[inglês\]](#) que o ajudará a criar esse arquivo. Note que se seu site utiliza subdomínios, para que determinadas páginas não sejam rastreadas em um subdomínio específico, você precisará criar um arquivo robots.txt para cada subdomínio separadamente. Para obter maiores informações sobre robots.txt, sugerimos o guia [utilizando arquivos robots.txt](#) da Central de Ajuda para Webmasters.

Existem diversas formas de prevenir que seu conteúdo apareça nos resultados de pesquisa, como a adição do parâmetro "NOINDEX" na meta tag robots, utilizando .htaccess para proteger diretórios com senha ou utilizando as Ferramentas do Google para Webmasters para remover conteúdos que já foram rastreados. O engenheiro do Google Matt Cutts explica as [formas para bloquear URLs \[inglês\]](#) em um vídeo muito útil.

Práticas recomendadas para robots.txt

- **Utilize métodos mais seguros para conteúdos delicados** - Você não deve utilizar robots.txt para bloquear materiais delicados ou confidenciais. Uma das razões é que os mecanismos de pesquisa podem referenciar URLs bloqueadas (mostrando apenas a URL, sem título ou *snippet*) se houver algum link na internet apontando para essa URL. Também é possível que mecanismos de pesquisa desonestos ou não compatíveis com o *Robots Exclusion Standard* não obedeçam a instrução em seu robots.txt. Finalmente, um usuário curioso poderia examinar a estrutura de diretórios em seu arquivo robots.txt e adivinhar a URL do conteúdo que você não quer que vejam. Criptografar o conteúdo ou proteger através de senha utilizando o .htaccess são alternativas mais seguras.

Evite:

- permitir que páginas de resultado de pesquisa sejam indexadas (usuários não gostam de sair de uma página de resultado de pesquisas e cair em outra que não adicione valor significativo para eles)
- permitir a indexação de um grande número de páginas geradas automaticamente, com conteúdo idêntico ou muito semelhante: "Será que estas quase 100.000 páginas precisam realmente estar no índice do mecanismo de pesquisa?"
- permitir que URLs resultantes de um serviços de proxy sejam rastreadas

Tenha em conta rel="nofollow" para links

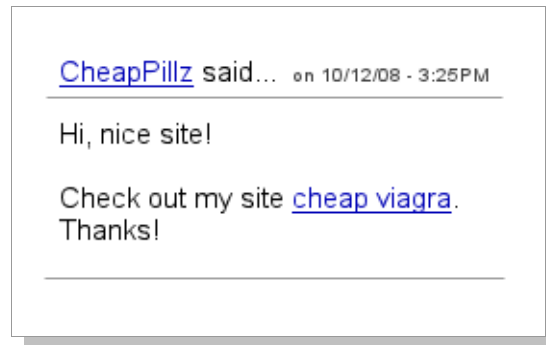
Definir o valor do atributo "rel" de um link como "nofollow" diz ao Google que determinado link em seu site não deve ser seguido ou passar a reputação da sua página para as páginas vinculadas a ela. Para criar um link nofollow, basta incluir rel="nofollow" dentro da tag âncora do link.

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

Se você aponta um link para um site que você não confia e para o qual não quer passar a reputação do seu site, use nofollow

Quando isso seria útil? Se o seu site tem um blog onde os comentários são públicos, os links presentes nesses comentários poderiam passar a sua reputação para páginas com as quais você talvez não se sinta confortável. Blogs com seções para comentários são altamente suscetíveis à spam de comentário. Aplicar a tag *nofollow* nesses links adicionados por usuários garante que você não estará passando a reputação que você conquistou a um site duvidoso. Muitos pacotes de programas para blogs aplicam *nofollow* de forma automática em todos os comentários deixado por usuários, mas aqueles que não o faz, podem ser manualmente configurados. Esse conselho também vale para outras áreas do seu site, que podem envolver conteúdos produzidos pelos usuários, tais como guestbooks, fóruns, mural de recados, lista de referencias, etc. Se você confia nos links adicionados por terceiros (por exemplo, se um comentarista é de sua confiança), então não há

necessidade de usar *nofollow* em links; porém, apontar um link para sites considerados spam pelo Google, pode afetar a reputação do seu próprio site. A Central de Ajuda para Webmaster tem mais dicas sobre [como evitar spam de comentários](#), utilizando CAPTCHAs e ativando moderação de comentários entre outros exemplos.



Um spammer de comentários deixa uma mensagem em uma postagem das nossas notícias, na esperança de obter um pouco da reputação do nosso site

Outra utilização do *nofollow* é quando você está escrevendo conteúdo e quer referenciar um site na Internet, mas não quer passar sua reputação para ele. Por exemplo, imagine que você está escrevendo um artigo no seu blog sobre o tema “spammers de comentário” e você quer mostrar um site de exemplo, que recentemente deixou spam em forma de comentário no seu blog. Como deseja avisar outras pessoas sobre o site, você inclui o link para ele em seu conteúdo; no entanto, você certamente não quer passar a sua reputação para esse site. Esta seria uma boa hora para usar *nofollow*.

Finalmente, se você estiver interessado em utilizar *nofollow* em todos os links de uma página, você pode usar "nofollow" na sua robots meta tag, que é colocada dentro da tag <head> da sua página. O Blog da Central do Webmaster possui um artigo muito útil sobre [como utilizar a meta tag robots](#) [inglês] Este método é escrito como <meta name="robots" content="nofollow">.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large sele
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

Isto aplicaria nofollow em todos os links em uma página

Divulgue seu site da forma correta

Enquanto a maioria dos links para seu site serão adquiridos gradualmente, à medida que as pessoas descubram o seu conteúdo através de pesquisa ou de outras maneiras e criarem um link para ele, o Google entende que você queira mostrar ao mundo o resultado de seu trabalho árduo. Promover eficientemente seu novo conteúdo levará a uma descoberta mais rápida por aqueles que estejam interessados no mesmo tema. Como na maioria dos pontos abordados neste documento, considerar estas recomendações a um extremo pode realmente prejudicar a reputação de seu site.

Práticas recomendadas para promover o seu site

- **Blog sobre novos conteúdos ou serviços** – Publicar novidades no blog de seu próprio site é uma boa maneira de anunciar novos conteúdos ou serviços. Outros webmasters que leiam o seu blog ou subscrevam a sua *feed* RSS poderão promover suas novidades.
- **Não se esqueça da promoção offline** – Promover o seu site offline pode também ser recompensador. Por exemplo, se você tiver um negócio local, certifique-se sua URL está listada no seu cartão de visita, papéis timbrados, cartazes, etc. Você pode também enviar boletins informativos aos clientes através do correio, com informações sobre novos produtos e conteúdos de seu website.
- **Conheça os sites de mídia social** - Sites mídia social construída em torno da interação e compartilhamento dos usuários torna mais fácil a grupos de pessoas interessadas corresponder-se com conteúdo relevante.

Evite:

- tentar promover cada pequena nova alteração de conteúdo que você faça; promova apenas grandes mudanças ou fatos interessantes.
 - envolver o seu site em programas onde o seu conteúdo é artificialmente promovido ao topo desses serviços
- **Adicione o seu negócio no Google Local Business Center** - Se você tem uma empresa local, adicionar a sua informação no [Centro de Negócios do Google](#) vai ajudá-lo a chegar a clientes que utilizem o Google Maps e a pesquisa na web. A Central de Ajuda do Webmaster tem mais dicas para [promover a sua empresa local](#).
 - **Alcance aqueles que estão em comunidades relacionadas** – É muito provável que existam sites que cobrem áreas temáticas semelhantes às suas. Comunicar-se com esses sites é geralmente benéfico. Temas da atualidade que apareçam em seu nicho ou na comunidade podem desencadear novas idéias para conteúdo ou a criação de uma boa comunidade de recursos.

Evite:

- enviar spam a todos os sites relacionados ao seu tema
- comprar links de outro sites com o objetivo de conseguir PageRank ao invés de tráfego

Utilize as ferramentas gratuitas para webmasters

Os principais mecanismos de pesquisa, incluindo Google, fornecem ferramentas gratuitas para webmasters. As [Ferramentas do Google para Webmasters](#) ajudam a ter um melhor controle de como o Google interage com os seus sites e a obter informações úteis sobre o seu site.

Utilizar as ferramentas para webmasters não irá ajudar a obter um tratamento preferencial para o seu site; no entanto, ele pode ajudá-lo a identificar questões que, quando resolvidas, podem melhorar o desempenho do seu site nos resultados da pesquisa. Com este serviço, os webmasters podem:

- ver [que partes de um site tiveram problemas de rastreamento pelo Googlebot](#)
- enviar um arquivo [Sitemap XML](#)
- [analisar e gerar um arquivo robots.txt](#)
- [remover URLs já rastreadas pelo Googlebot](#)
- [especificar o domínio preferido](#)
- [identificar problemas com títulos e meta tags de descrição \[inglês\]](#)
- entender os [termos de pesquisa mais utilizados para chegar a um site](#)
- ter uma idéia da forma [como o Googlebot vê páginas](#)
- [remover links indesejados](#) que o Google pode usar nos resultados de pesquisa
- [receber notificação de violação das diretrizes de qualidade e solicitar reconsideração](#)

Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) e Microsoft ([Live Search Webmaster Tools](#)) também oferecem ferramentas gratuitas para webmasters.

Aproveite os serviços de análise da web

Caso tenha melhorado o rastreamento e a indexação do seu site usando o Google Webmaster Tools ou outro serviço, provavelmente está curioso sobre o tráfego que chega ao seu site.

Programas de análise de tráfego como o [Google Analytics](#) são uma valiosa fonte de informação. Você pode usá-los para:

- entender como os usuários acessam e interagem com seu site
- descobrir os conteúdos mais populares do seu site

- medir o impacto das otimizações que você fizer em seu site (por exemplo, após modificar os títulos e meta tags de descrição, o tráfego vindo dos mecanismos de pesquisa melhorou?)

Para usuários avançados, a informação fornecida por um pacote de análise, combinados com os [dados de seu servidor \[inglês\]](#) podem fornecer informações ainda mais abrangentes sobre como os visitantes estão interagindo com os seus documentos (como palavras-chave adicionais que poderiam ser usadas para encontrar seu site).

Por último, o Google oferece uma ferramenta chamada [Google Website Optimizer](#) que permite que você execute testes e veja qual o efeito de pequenas modificações de modo a produzir as melhores taxas de conversão. Isto, em combinação com o Google Analytics e as Ferramentas do Google para Webmasters (consulte nosso vídeo sobre o uso do "[Google Trifecta](#)" [inglês]), representam um poderoso meio para começar a melhorar seu site.

Recursos úteis para webmasters

[Grupo de Ajuda do webmaster do Google](#) - Tem alguma pergunta ou comentário sobre o nosso guia? Avise-nos.

[Blog da Central do Webmaster](#) – Artigos freqüentemente atualizado por Googlers sobre como melhorar o seu site.

[Central de Ajuda do Webmaster](#) – Cheio de documentação em profundidade sobre as questões relacionadas com webmaster.

[Ferramentas do Google para Webmasters](#) – Otimizar a forma como o Google interage com o seu site.

[Diretrizes do Google para Webmaster](#) – Diretrizes técnicas de design, conteúdo e qualidade.

[Google Analytics](#) – Localizar a fonte dos seus visitantes, o que estão vendo, e aferir mudanças.

[Google Website Optimizer](#) – Faça testes em suas páginas para ver o que vai funcionar e o que não vai.

[Dicas para contratar um SEO](#) – Se você não quiser fazê-lo sozinho, estas dicas devem ajudá-lo a escolher uma empresa de SEO.

Salvo se anuncie o contrario, o conteúdo deste documento encontra-se sob a licença Creative Commons Attribution 3.0 License. (Traduzido por Pedro Dias (PT-Pt) e Ariel Lambrecht (PT-Br))