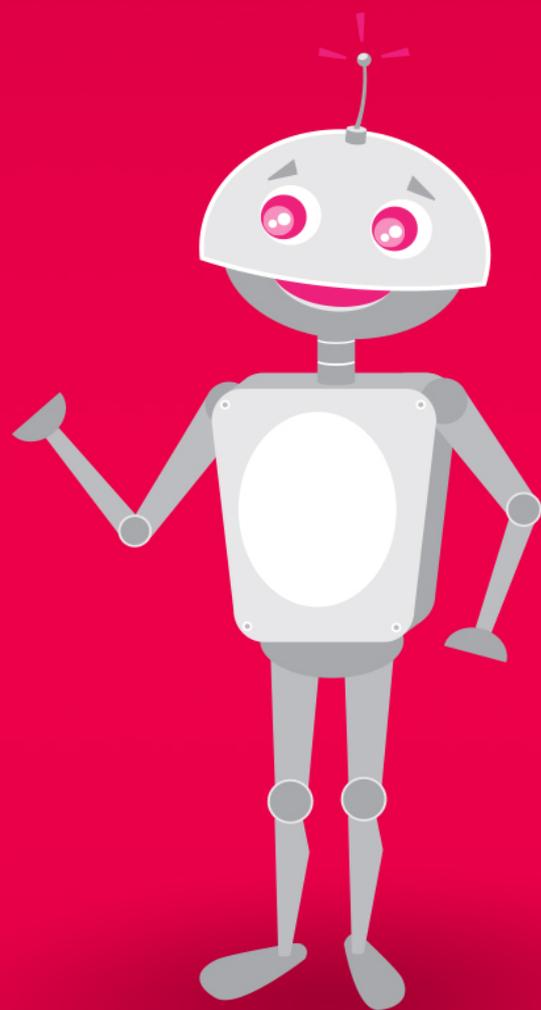


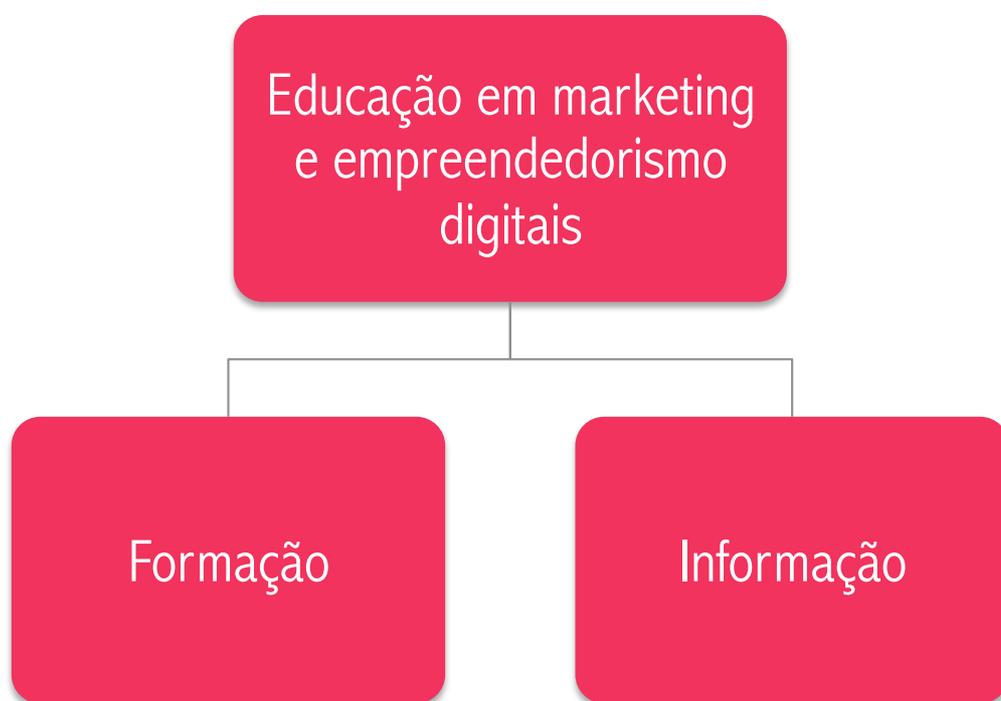
16 ERROS QUE IMPEDEM SEU SITE DE ESTAR NA PRIMEIRA PÁGINA DO GOOGLE



EVITE ESSAS FALHAS, MELHORE SEU
RANKING, AUMENTE SUAS VISITAS E
CONQUISTE NOVOS CLIENTES!

Felipe Pereira





Buscas: notícias e artigos diários.

Digaí TV: canal no Youtube com vídeos semanais (em breve).

E-books: livros digitais com conteúdo gratuito.

Cursos: treinamentos práticos com foco em resultados.

Eventos: palestras, encontros e seminários.

Felipe Pereira



Twitter: @felipeunu

Facebook: fb.com/felipeunu

E-mail: felipe.pereira@digai.com.br

Felipe Pereira é graduado em Ciência da Computação, Mestre e Doutorando em Administração pela UFPE. Empreendedor desde 2003, é diretor geral do **Digaí**, da agência digital **Unu Soluções** e da startup **Educbase**. Coordena a pós-graduação em **Comunicação e Marketing em Mídias Digitais** da Faculdade Estácio do Recife e faz parte do grupo de Gestão da Inovação em Redes de Operações (**GIRO**) e do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Redes Sociais (**NEPRES**), onde realiza pesquisas ligadas a redes sociais. Atua como consultor e palestrante, tendo ministrado palestras em eventos como **Encontro Locaweb de Profissionais de Internet** e **Fórum de Marketing Digital Digitalks**.

Sumário

• Importância das buscas e SEO _____	05
• Como funcionam os buscadores? _____	06
• Erros que impedem seu site de estar na primeira página do Google _____	07
• Erro #1 - Produzir páginas com conteúdo não indexável pelos buscadores _	09
• Erro #2- Não usar sitemaps _____	11
• Erro #3- Ter uma arquitetura da informação de má qualidade _____	13
• Erro #4 - Não usar URLs otimizadas _____	16
• Erro #5 - Não definir a tag meta description adequadamente _____	19
• Erro #6 - Possuir múltiplas URLs para a mesma página _____	21
• Erro #7 - Não definir títulos adequadamente _____	23
• Erro #8 - Não otimizar imagens _____	25
• Erro #9 - Ignorar o interesse do público ao definir o conteúdo _____	27
• Erro #10 - Produzir conteúdo de baixa qualidade e sem otimização _____	29
• Erro #11 - Não fazer link building _____	32
• Erro #12 - Não integrar o website com redes sociais _____	34
• Erro #13 - Não utilizar ferramentas para facilitar o trabalho de SEO _____	37
• Erro #14 - Não acompanhar os resultados _____	42
• Erro #15 - Utilizar técnicas black hat _____	48
• Erro #16 - Esperar resultados rápidos _____	50
• Por fim... _____	52

Importância das buscas e SEO



Buscas*

- Busca é a 2ª atividade mais popular da Internet.
- 82,6% dos internautas utilizam sites de busca.
- Mais de 100 bilhões de busca são feitas todo mês.
- 93% das experiências online começam com um buscador.

* Fonte: Search Engine Journal

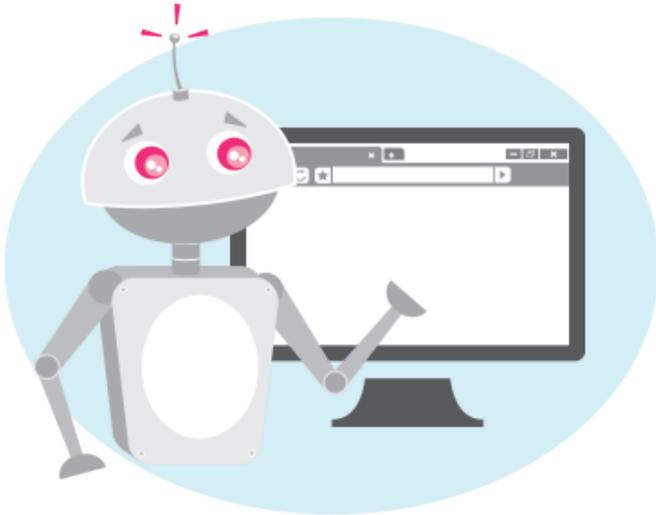
SEO

- SEO são técnicas que permitem melhorar o posicionamento das páginas de um site nos buscadores e obter mais visitas.
- SEO não requer investimento de recursos financeiros com anúncios.
- 80% dos usuários de sites de busca raramente clicam em links patrocinados*.
- *Leads* provenientes de SEO têm uma taxa de fechamento de 14,6%, enquanto os provenientes de outras mídias têm uma taxa de 1,7%*.

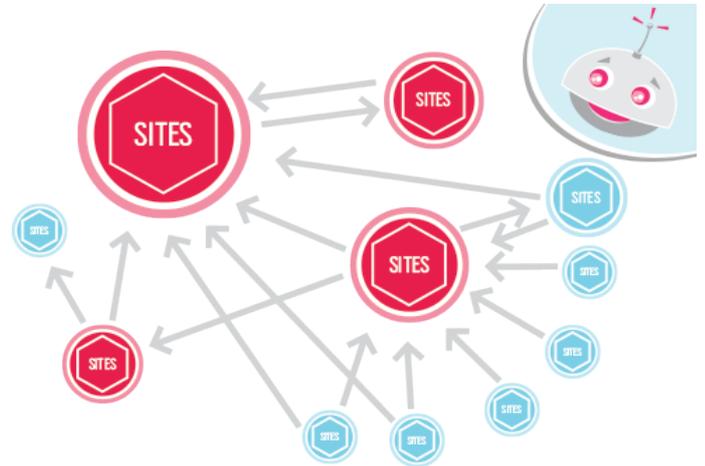
* Fonte: Search Engine Journal



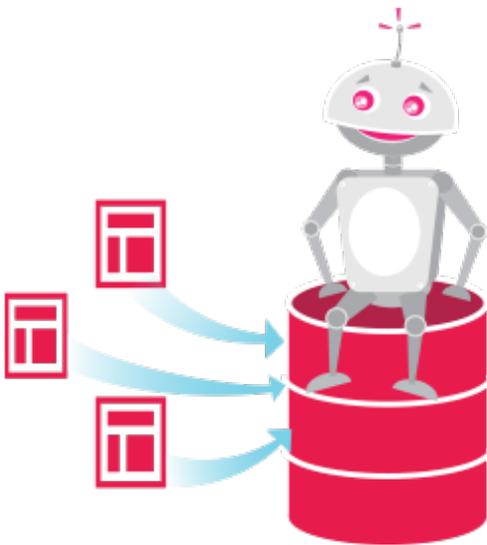
Como funcionam os buscadores?



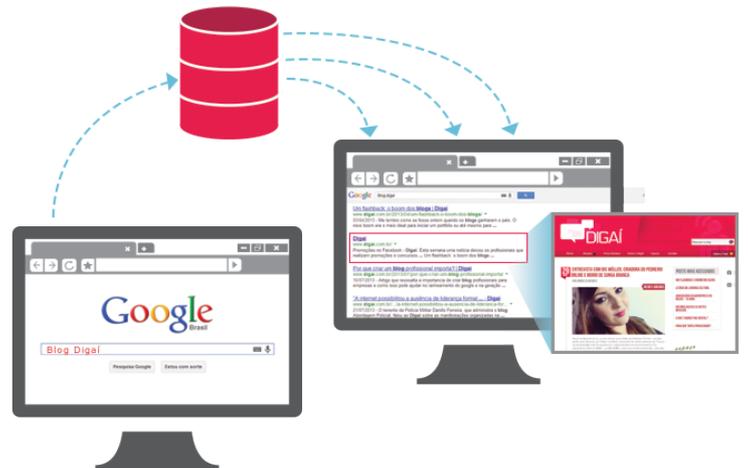
1 Os buscadores possuem robôs que navegam pela Internet.



2 Os robôs seguem os links dos sites.



3 E vão indexando cada uma das páginas em uma base de dados.

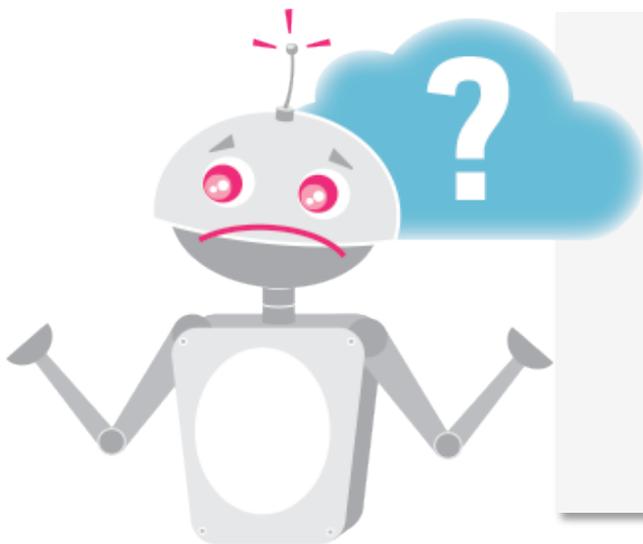


4 Diante da requisição de um usuário, o engenho de busca verifica quais as páginas mais relevantes para aquela consulta e apresenta os resultados.

A relevância depende de vários aspectos, como o conteúdo e organização da página, sua URL, links que apontam para ela e compartilhamento em redes sociais.

Erros que impedem seu site de estar na primeira página do Google

No desenvolvimento de um website ou blog e na posterior produção de conteúdo, é comum a ocorrência de falhas que pioram o ranking de nossas páginas. Conhecer e corrigir essas falhas permite melhorar o posicionamento e, conseqüentemente, aumentar o tráfego proveniente de buscadores como o Google, Yahoo e Bing.



Grande parte das falhas ocorre por desconhecimento dos profissionais envolvidos na criação ou atualização dos websites e blogs. Desse modo, a partir do momento em que os profissionais tomam ciência das mesmas, ajustes podem ser feitos e maiores resultados alcançados. Este é o intuito deste e-book.

Neste e-book, elencamos 16 erros comuns em SEO, que fazem parte de 5 categorias:



Indexabilidade - São associados à indexação do conteúdo do website pelos buscadores

- Produzir páginas com conteúdo não indexável pelos buscadores
- Não usar *sitemaps*



On-page - Dizem respeito a aspectos internos ao website

- Ter uma arquitetura da informação de má qualidade
- Não usar URLs otimizadas
- Não definir a tag *meta description* adequadamente
- Possuir múltiplas URLs para a mesma página
- Não definir títulos adequadamente
- Não otimizar imagens



Conteúdo - Estão associados ao conteúdo do website

- Ignorar o interesse do público ao definir o conteúdo
- Produzir conteúdo de baixa qualidade e sem otimização



Off-page - São relacionados a aspectos externos ao website

- Não fazer *link building*
- Não integrar o website com redes sociais



Geral - Outros aspectos, de naturezas diversas

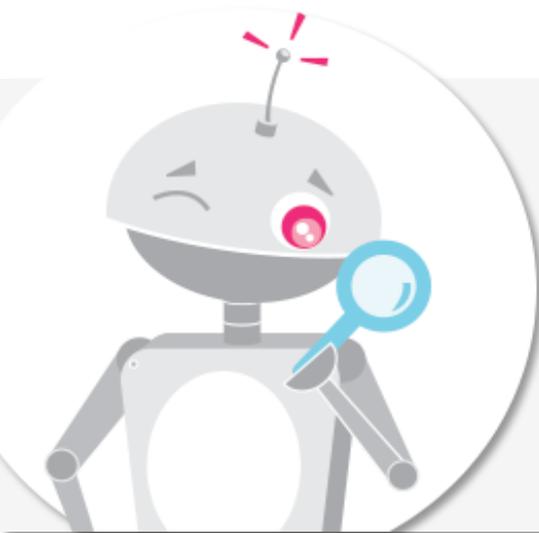
- Não utilizar ferramentas para facilitar o trabalho de SEO
- Não acompanhar os resultados
- Utilizar técnicas black hat
- Esperar resultados rápidos

Erro #1

Produzir páginas com
conteúdo não indexável
pelos buscadores

O que é?

Criação de páginas cujo conteúdo não é acessível pelos buscadores. Isso inclui textos disponíveis apenas dentro de imagens, conteúdo em Flash, Java e vídeos.



Por que prejudica o SEO?

Como os robôs de busca não conseguem “ler” o que está escrito dentro das imagens, arquivos em Flash, Java e vídeos, este conteúdo pode não ser bem indexado. Deste modo, por mais relevante o conteúdo seja, caso não esteja disponível para os robôs, não será bem posicionado nos buscadores.

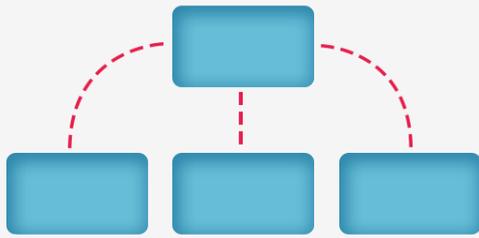


Como corrigir?

- Só utilize texto dentro em imagens quando for estritamente necessário. Neste caso, use os atributos da imagem (alt, por exemplo) para deixar o conteúdo explícito.
- Evite conteúdo em Flash e Java sempre que possível. Na impossibilidade, mostre o conteúdo como texto complementar na página.
- Vídeos são bons para SEO (por conta do Youtube), mas há dificuldades para indexação de seu conteúdo. Nesse caso, é recomendável atentar para o título, usar descrição, legenda ou transcrição.

Erro #2

Não usar *sitemaps*



O que é?

Criar um site ou blog que não possui um sitemap, arquivo que indica aos buscadores quais são as páginas do website.

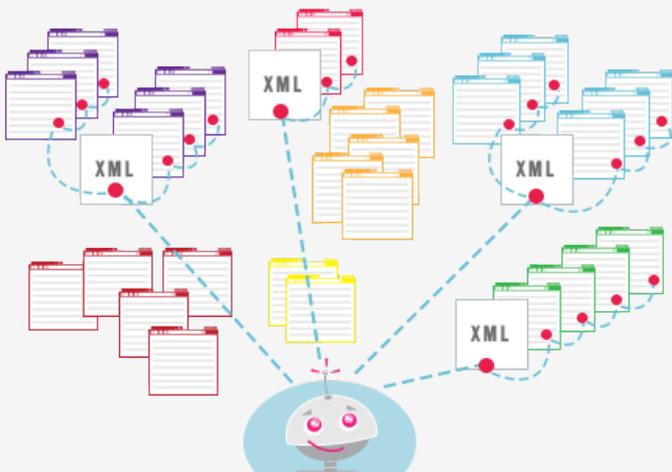
```
<url>
  <loc>http://www.digai.com.br/</loc>
  <changefreq>daily</changefreq>
</url>
<url>
  <loc>http://www.digai.com.br/design/</loc>
  <changefreq>daily</changefreq>
</url>
<url>
  <loc>http://www.digai.com.br/links-patrocinados/</loc>
  <changefreq>daily</changefreq>
</url>
<url>
  <loc>http://www.digai.com.br/marketing-digital/</loc>
  <changefreq>daily</changefreq>
</url>
```

SITEMAP

Este é um trecho de um sitemap, representando 4 páginas e suas respectivas frequências de atualização.

Por que prejudica o SEO?

A ausência do sitemap dificulta a indexação do conteúdo do website pelos buscadores, pois eles precisam navegar o site completamente acessando cada link e indexando o conteúdo dos mesmos. O sitemap indica aos robôs dos buscadores quais as páginas do site e a periodicidade em que são atualizadas.



Como corrigir?

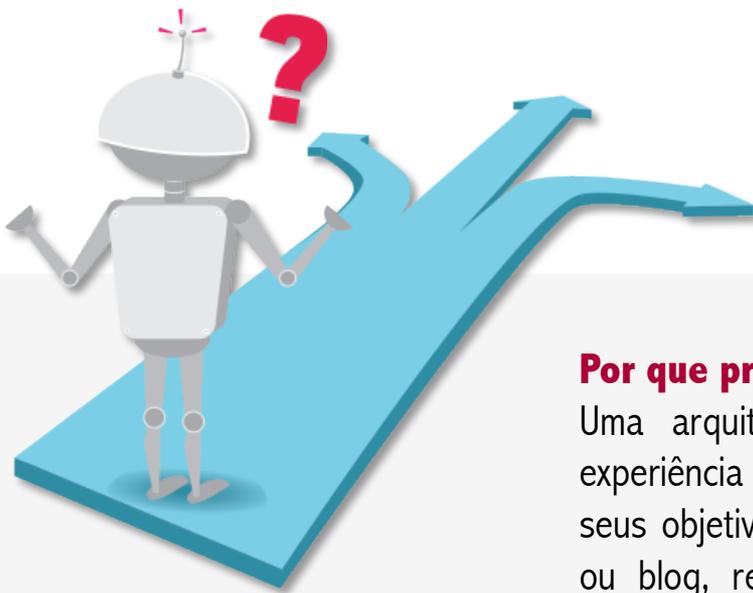
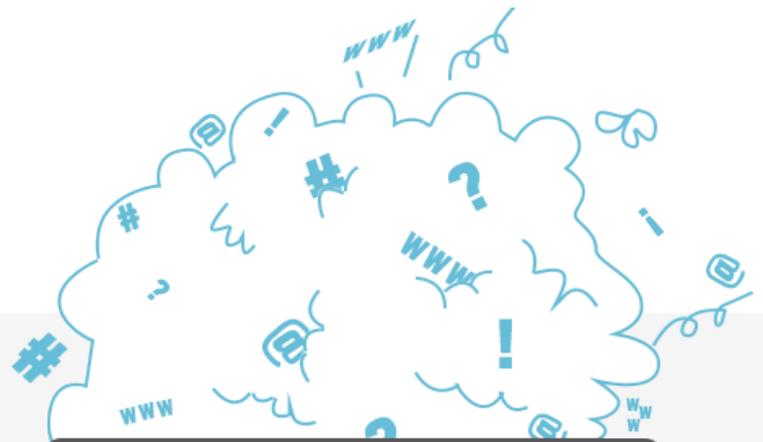
- Gere o arquivo `sitemap.xml` e envie para o buscador.
- A geração pode ser feita através de sistemas (como o <http://dig.ai/gerador-sitemap>) ou de plugins na ferramenta de website ou blog.
- Informações sobre o envio: <http://dig.ai/sitemap-yahoo> e <http://dig.ai/sitemap-google>.

Erro #3

Ter uma arquitetura da
informação de má qualidade

O que é?

Usar uma estrutura ineficiente no website ou blog, que prejudique a navegação do usuário. Isso pode envolver uma má estruturação do menu (seções mal definidas ou confusas) ou organização deficiente do conteúdo.



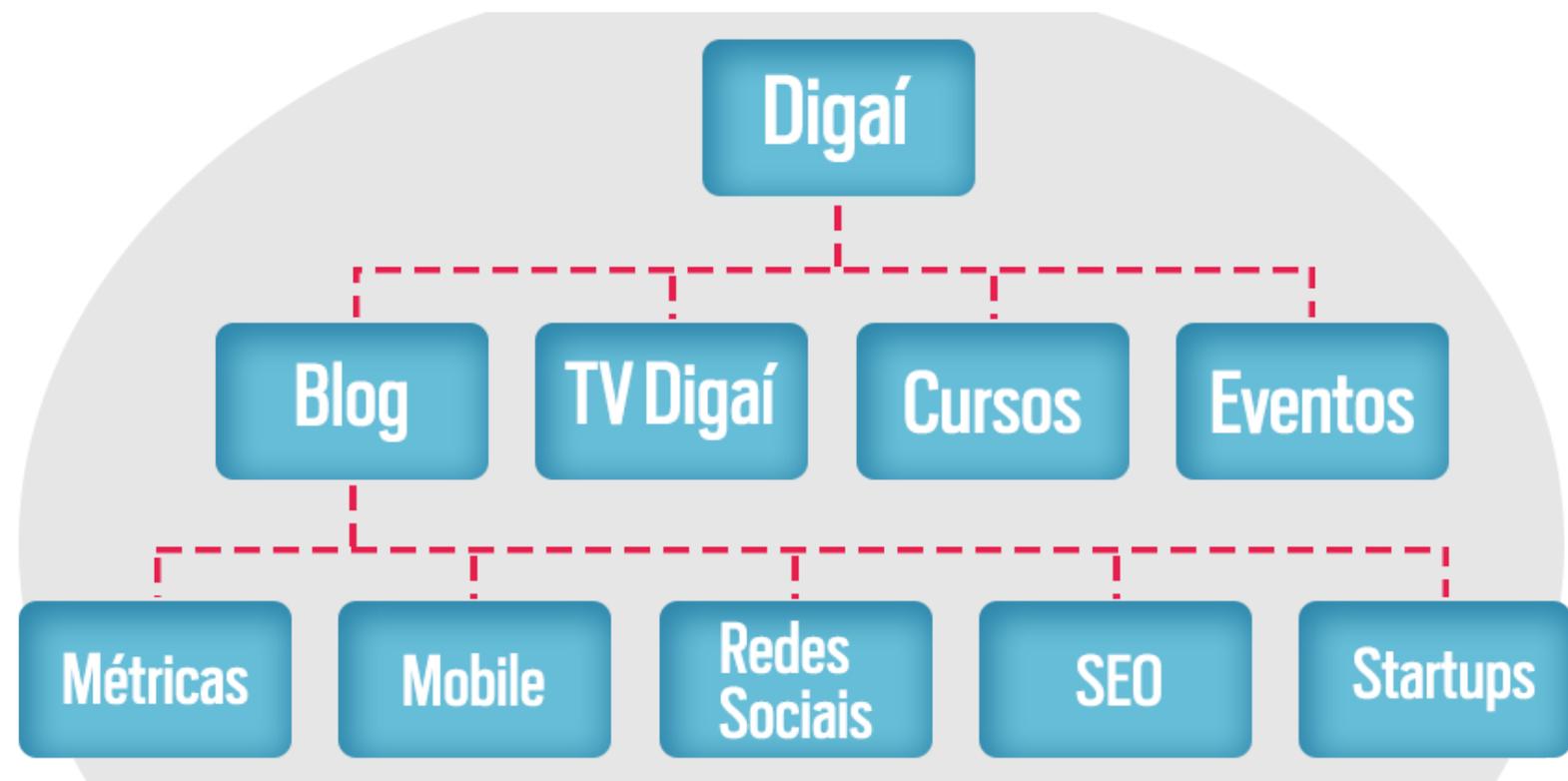
Por que prejudica o SEO?

Uma arquitetura de informação confusa prejudica a experiência do usuário, fazendo com que ele não alcance seus objetivos. Isso pode fazê-lo abandonar seu website ou blog, reduzindo o tempo que gasta no mesmo e aumentando a taxa de rejeição*. Isso pode reduzir o posicionamento das páginas do website nos buscadores.

* **Taxa de Rejeição:** métrica que indica o percentual de visitantes que abandonaram o website a partir da primeira página que visualizam, ou seja, não clicaram em link algum e não navegaram por outras páginas.

Como corrigir?

- Quando for definir a estrutura do website, analise todo o conteúdo que irá constar nele e elenque categorias e subcategorias de forma consistente.
- Pense sempre no usuário. Em que categoria ele buscaria determinada informação? Como ele se sentiria mais confortável?
- Utilize links internos para facilitar a navegação do usuário.



Esse diagrama representa parte da arquitetura de informação do futuro website do Digaí. Como pode ser observado, há 4 categorias: Blog, TV Digaí, Cursos e Eventos. A categoria Blog apresentada possui 5 subcategorias: Métricas, Mobile, Redes Sociais, SEO e Startups.

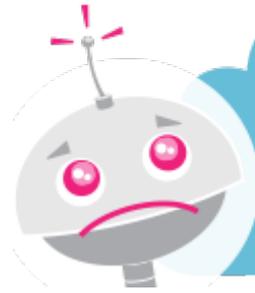
A estrutura foi definida com foco no usuário, de modo a facilitar seu acesso ao conteúdo. Em geral, quanto menos níveis hierárquicos, menos cliques são necessários para acessar o conteúdo e isso melhora sua experiência de navegação.

Erro #4

Não usar URLs otimizadas

O que é?

Utilizar URLs excessivamente longas, que não são amigáveis, com palavras-chave mal posicionadas ou separadores inadequados.



✘ URL muito longa:

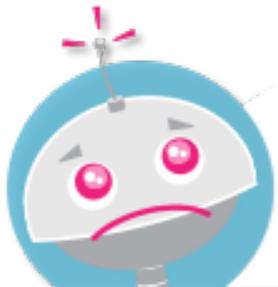
www.digai.com.br/categorias/subcategoria/nome-completo-da-pagina-com-detalhes-desnecessarios

Por que prejudica o SEO?

Um dos fatores que os buscadores utilizam para identificar o conteúdo de uma página é a sua URL. Páginas com URLs mal definidas tendem a não obter bom posicionamento.

Como corrigir?

Utilize **URLs amigáveis** (permitem que humanos – e os buscadores – identifiquem o conteúdo da página através delas antes de lerem o conteúdo completo):

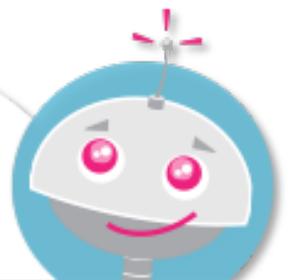


✘ URL não amigável:

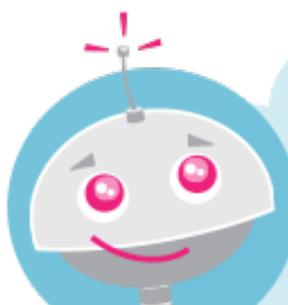
www.digai.com.br/categorias.php?codigo=11

✔ URL amigável:

www.digai.com.br/redes-sociais



Utilize **categorias de conteúdo** como pastas:



✔ URL amigável:

www.site.com.br/tenis/tenis-corrida-marca-modelo

Posicione as **palavras-chave** o mais próximo possível do nome do domínio.

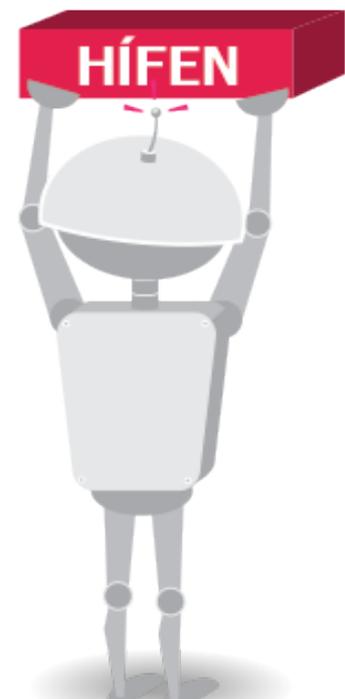


A URL da esquerda é preferível à URL da direita, caso a pasta e subpasta não indiquem uma classificação de conteúdo relevante ao usuário.

Quanto **mais curta** a URL, melhor (desde que atenda aos outros critérios).



Utilize **hífen** como separador das palavras na URL (exceto no domínio).



Erro #5

Não definir a tag

meta description adequadamente

O que é?

Não definir a *tag meta description* ou usar uma descrição pouco atraente.

Promoção no Facebook: Regras do Facebook | Digai

www.digai.com.br/.../promocao-no-facebook-regras-d... [Translate this page](#)

Conheça as 06 regras do Facebook para a realização de promoções. Assim, você poderá criar uma **promoção no Facebook** que esteja de acordo com elas.

Esta página apresenta uma *meta description* definida. Adequadamente. Como pode ser observado, o texto utilizado estimula o usuário a clicar, usando expressões como “conheça” e “assim você poderá criar”.

Por que prejudica o SEO?

O conteúdo da meta description aparece na página de resultados dos buscadores. Apesar de não influenciar diretamente no posicionamento da página, uma boa descrição estimula os internautas a clicarem.

Um flashback: o boom dos blogs | Digai

www.digai.com.br/.../um-flashback-o-boom-dos-blog... [Translate this page](#)

Apr 3, 2013 - Me lembro como se fosse ontem quando os **blogs** ganharam o país. O novo boom era o meio ideal para iniciar um portfolio ou até mesmo para ...

Página sem a tag meta description definida. Observe que a descrição que aparece no Google é simplesmente um trecho do conteúdo do website, definido pelo próprio buscador.

Como corrigir?

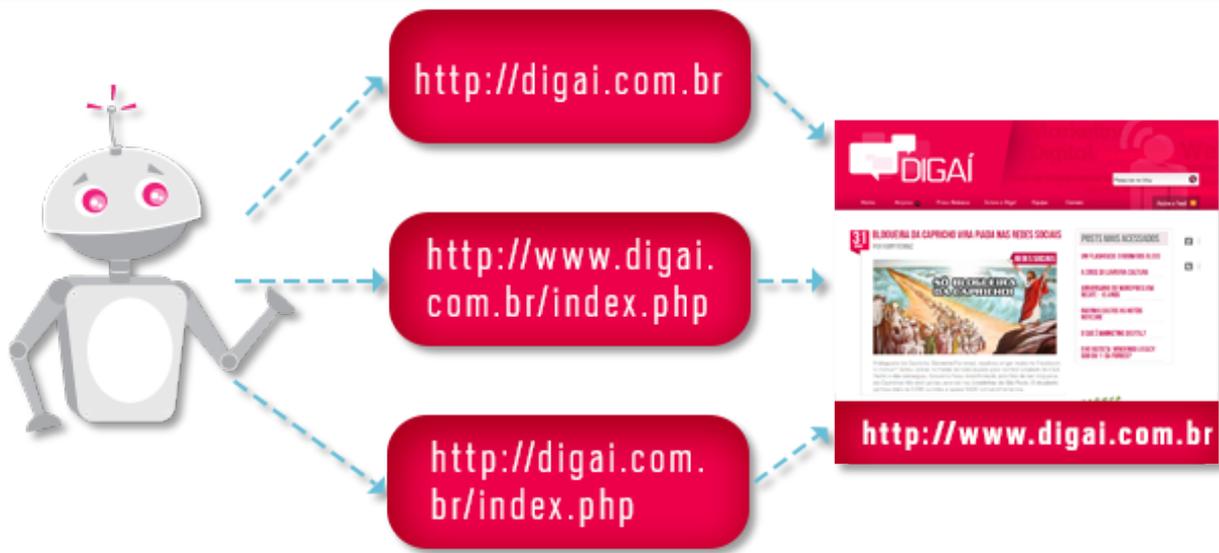
- Utilize uma descrição verdadeira, apelativa e informativa da página, que estimule os internautas a clicarem.
- Utilize palavras-chave na descrição, pois os buscadores costumam mostrar as expressões buscadas em negrito na página de resultados.

Erro #6

Possuir múltiplas URLs para a mesma página

O que é?

Possuir várias URLs no website que se referem à mesma página, exibindo o mesmo conteúdo.



Por que prejudica o SEO?

Para os buscadores, cada URL é tratada como uma página distinta, que possui seu próprio posicionamento e deveria ter conteúdo único. Apesar disso, é comum que algumas páginas do website sejam acessadas por diferentes URLs.

Por exemplo:

<http://www.digai.com.br>
 <http://digai.com.br>
 <http://www.digai.com.br/index.php>
<http://digai.com.br/index.php>
 <http://digai.com.br/index.php?afiliado=123>

Por serem URLs diferentes, os buscadores as consideram páginas diferentes com conteúdo duplicado, o que reduz sua relevância. Além disso, os links que cada uma delas recebe é contabilizado individualmente, de modo que a relevância é “diluída” pelas páginas que receberam os links.

Como corrigir?

Adicione a tag link canonical no bloco <head>

```
<link rel="canonical" href="http://url-principal" />
```

Isso faz com que todas as páginas que apresentem essa instrução sejam analisadas pelos buscadores como sendo a mesma página, com o endereço <http://url-principal>

No exemplo acima, poderia usar `<link rel="canonical" href="http://www.digai.com.br" />`

Erro #7

Não definir títulos
adequadamente

O que é?

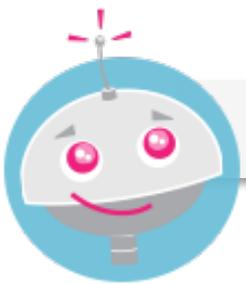
Definir títulos longos, confusos ou sem palavras-chave.

Por que prejudica o SEO?

Os títulos são um dos fatores de ranqueamento mais importantes para os buscadores. Além disso, aparecem na página de resultados e são determinantes para que um usuário decida se clica ou não. Títulos mal elaborados prejudicam o posicionamento das páginas nos buscadores e reduzem a taxa de cliques.

Como corrigir?

- O título da página deve estar na tag <title> e na tag <h1> no corpo do documento.
- Defina títulos claros e atrativos.



✓ O que é marketing digital

✗ Conheça marketing online



O título da esquerda apresenta termos mais prováveis de serem buscados.

- Defina títulos curtos, desde que não contrariem a dica anterior.



✓ Melhore seu ranking nos buscadores

✗ Saiba como melhorar o ranking de seu site nos mecanismos de busca



O título da esquerda é mais curto que o título da direita e ambos transmitem basicamente a mesma informação.

- A palavra-chave da página deve estar presente no título, o mais próximo do início dele possível. Considerando “Promoções no Facebook” como palavra-chave:



✓ Promoções no Facebook: como fazer

✗ Como fazer promoções no Facebook



Erro #8

Não otimizar imagens

O que é?

Não definir adequadamente o nome do arquivo e a legenda da imagem, bem como usar um arquivo muito “pesado” ou de baixa qualidade.

Por que prejudica o SEO?

As imagens são uma boa fonte de tráfego para os websites e, quando não são otimizadas, não possuem bom posicionamento.

Como corrigir?

- Utilize um nome de arquivo relevante para as imagens, preferencialmente com palavras-chave.
- Utilize uma identificação para a imagem no atributo “alt” da tag .



Esta imagem, que ilustra um post que trata de marketing digital, pode se chamar “marketing-digital.jpg” e possuir “componentes do marketing digital” no atributo “alt” da tag

- Tenha atenção ao “peso” da imagem. Quanto maior o tamanho do arquivo, melhor a qualidade, porém maior o tempo de carregamento.

Erro #9

Ignorar o interesse do público
ao definir o conteúdo

O que é?

Não levar em consideração temas e palavras-chave que possuem maior volume de buscas ao definir o conteúdo.



Por que prejudica o SEO?

Algumas palavras-chave ou temas possuem volume de buscas muito baixo, de modo que ter um bom posicionamento nelas gerará pouco tráfego.

Como corrigir?

- Temas recentes e polêmicos são boas opções para elaboração de conteúdo.
- Cada página do website ou blog deve focar em uma palavra-chave.
- É possível utilizar a Ferramenta de Palavras-Chave do Google Adwords (<http://dig.ai/keyword-tool>) ou o Google Trends (<http://dig.ai/google-trends>). Eles permitem inserir palavras-chave e saber o número aproximado de pessoas que as buscam mensalmente, bem como a tendência do número de buscas (se está aumentando ou diminuindo), conforme mostrado na página a seguir.



Ferramenta de Palavras-chave do Google Adwords

Encontrar palavras-chave Campanha: Clique para selecionar Grupo de anúncios: Clique para selecionar

Com base em um ou mais dos itens a seguir:

Palavra ou frase: marketing digital
página do Google
conquistar clientes

Site: www.google.com/page.html

Mostrar somente ideias estreitamente relacionadas a meus termos de pesquisa ?

Opções e filtros avançados Locais: Brasil x Idiomas: Todos Dispositivos: computadores e laptops

Pesquisar

Ideias de palavras-chave **Ideias de grupos de anúncios (Beta)** Sobre esses dados ?

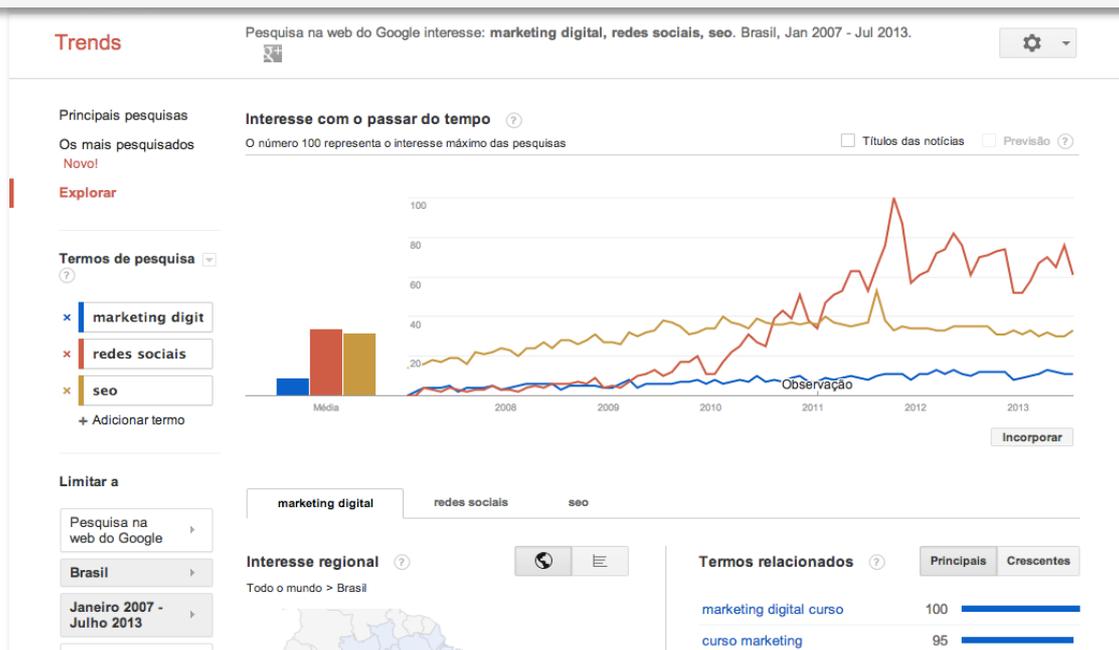
Adicionar à conta v Download v Visualizar como texto v Visualizar no Estimador de tráfego v Classificado por Relevância v Colunas v

Salvar tudo **Termos de pesquisa (3)** 1 - 3 de 3 < >

Palavra-chave	Concorrência	Pesquisas globais mensais ?	Pesquisas locais mensais ?	Tendências de pesquisas locais
<input type="checkbox"/> "marketing digital" v	Média	110.000	49.500	
<input type="checkbox"/> "página do google" v	Baixa	1.900	1.900	
<input type="checkbox"/> "conquistar clientes" v	Baixa	1.600	1.300	

A imagem apresenta o volume de buscas para consultas com as expressões “marketing digital”, “página do Google” e “conquistar clientes”. A coluna “pesquisas locais mensais” mostra o volume de buscas mensais no Brasil e, após ela, as barras representam a tendência de evolução nos últimos meses.

Google Trends



A figura representa a evolução no volume de buscas pelos termos “marketing digital”, “redes sociais” e “SEO”, de janeiro de 2007 a julho de 2013.

Erro #10

Produzir conteúdo de baixa qualidade e sem otimização

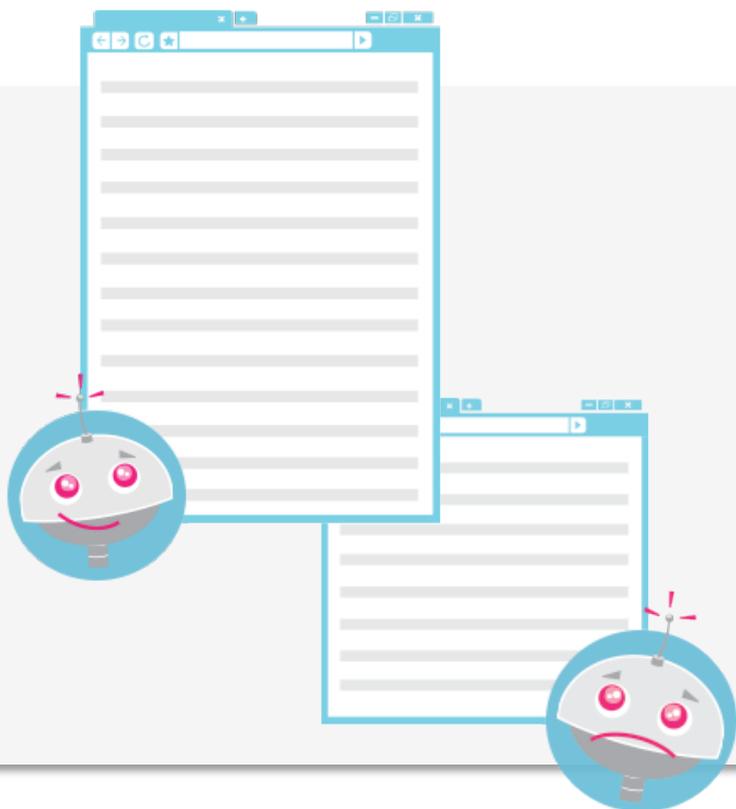
O que é?

Produzir conteúdos curtos, superficiais ou sem atentar aos aspectos valorizados pelos buscadores.



Por que prejudica o SEO?

Os buscadores estão sempre em busca de entregar maior valor aos visitantes. Desse modo, páginas que possuem conteúdos curtos, superficiais e que não contemplam alguns aspectos valorizados pelos buscadores, tendem a ter posicionamento reduzido.



Como corrigir?

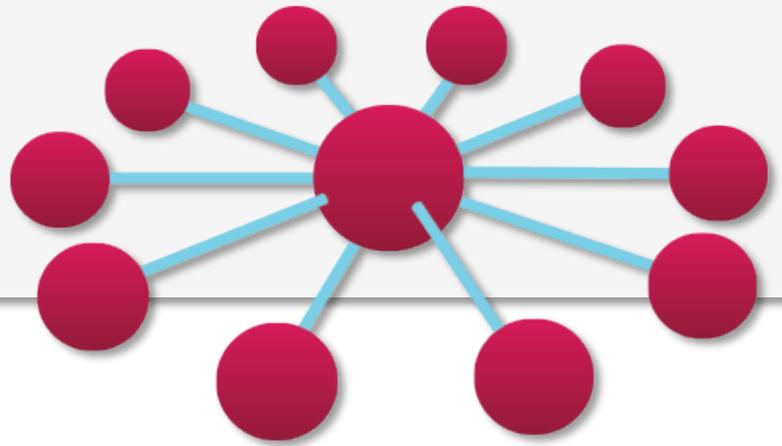
- Produza conteúdos completos e profundos.
- Utilize a palavra-chave, seus sinônimos e palavras associadas ao longo do texto, de forma natural e sem repetição desnecessária.
- Organize o conteúdo em partes, cada uma das quais identificada por um subtítulo marcado por tags `<H2>`.
- Utilize parágrafos curtos, imagens e listas
- Grafie em negrito palavras importantes.

Erro #11

Não fazer *link building*

O que é?

Focar exclusivamente no SEO on-page (que se refere aos aspectos internos, do próprio site), sem buscar links externos para o website.



Por que prejudica o SEO?

Um dos aspectos que os buscadores utilizam para definir a relevância de uma página é os links que ela recebe. Desse modo, quanto mais links uma página recebe, maior tende a ser o seu posicionamento.

Como corrigir?

- Utilize técnicas de *link building*, aquelas que atraem links para o seu website ou blog. Quanto mais links, mais relevantes as páginas que linkam e maior a associação entre o tema delas e o de sua página, melhor.
- Produza conteúdo de valor, faça *reviews*, publique entrevistas, aborde temas polêmicos. Essas são boas iscas para ganhar links. Um e-book como esse que você está lendo é um exemplo de conteúdo que pode atrair links.
- Entre em contato com outros websites e solicite links para conteúdos relevantes que estão publicados em seu site.



Erro #12

Não integrar o website
com redes sociais

O que é?

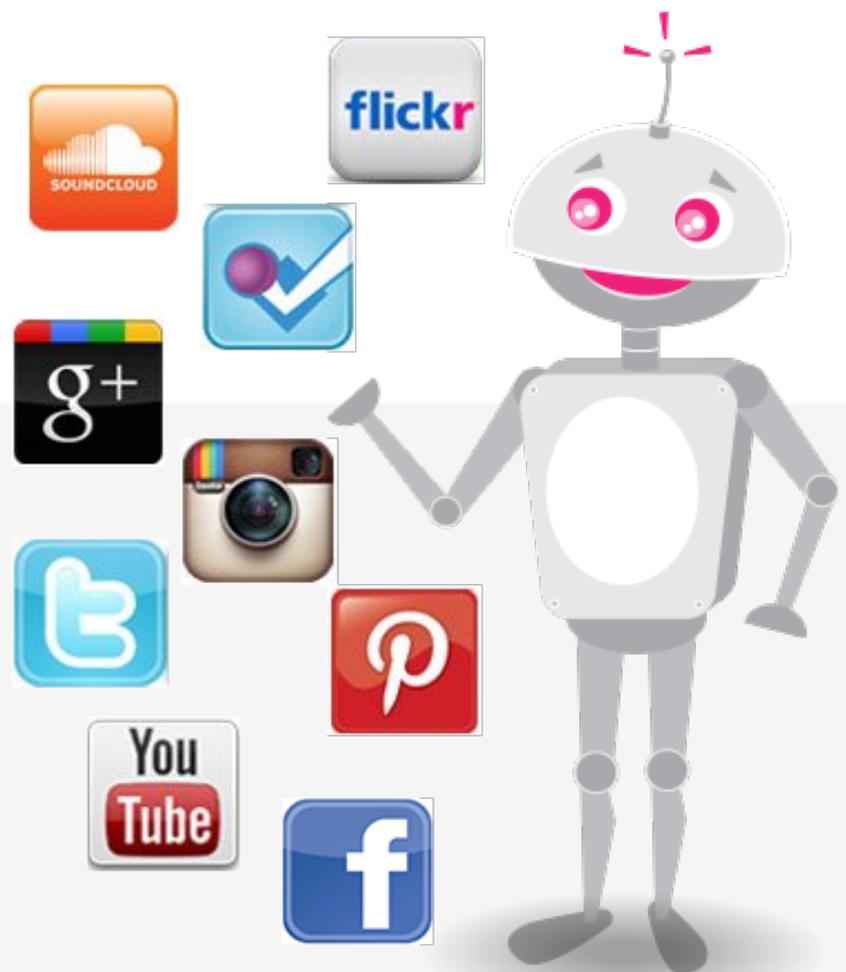
Não integrar e não facilitar o compartilhamento do conteúdo do website através de redes sociais como o Twitter, Facebook e Google+.

Por que prejudica o SEO?

Devido à crescente importância das redes sociais, os buscadores têm levado em consideração o compartilhamento nessas mídias para definir a relevância de páginas. Websites e blogs que não possuem integração com tais ferramentas perdem competitividade.

Como corrigir?

- Integre seu website ou blog às principais redes sociais e permita que seus visitantes curtam ou compartilhem cada uma de suas páginas.
- Utilize plugins que exibem o número de fãs ou seguidores de seus canais nas principais redes sociais e permitem que os visitantes curtam sua página ou sigam seu perfil diretamente a partir dela.





Plugin social do Facebook, que é inserido em websites e mostra ao visitante quais de seus amigos já curtiram o site visitado. Além de permitir que o visitante curta a página diretamente, o fato de alguns amigos serem exibidos estimula a ação.



Recurso para compartilhamento de uma página específica no Facebook, Twitter ou Google+. Além de mostrar o conteúdo da página a outras pessoas através das redes sociais, o número de *likes*, *tweets* e +1's funciona como prova social.



Recurso de comentários, que pode ser inserido nas páginas do website e a cada comentário de um usuário, este é compartilhado em seu perfil no Facebook, juntamente com o link da página. Atrai tráfego e gera prova social.

Erro #13

Não utilizar ferramentas para facilitar o trabalho de SEO

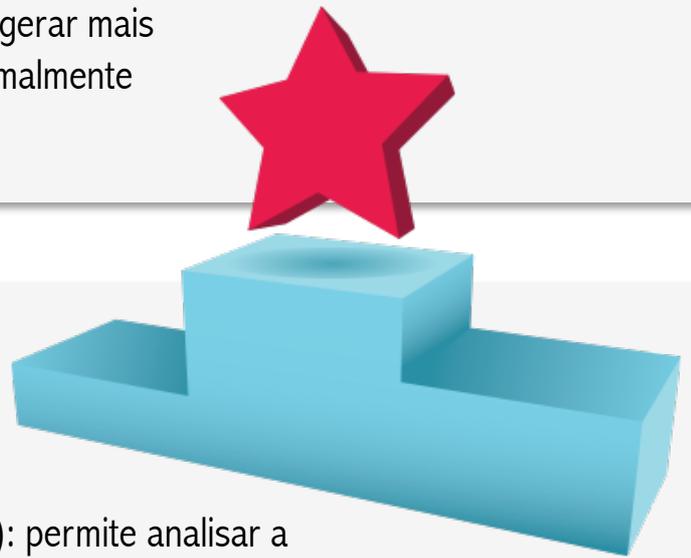
O que é?

Fazer todas as ações de SEO manualmente, sem utilizar ferramentas que facilitam o trabalho.

Por que prejudica o SEO?

Diferentemente das mídias pagas (ex.: Google Adwords e Facebook Ads), o tráfego proveniente de SEO não depende de custos financeiros desembolsados a cada clique ou impressão. Um dos principais recursos utilizados é o tempo, e este é limitado e caro.

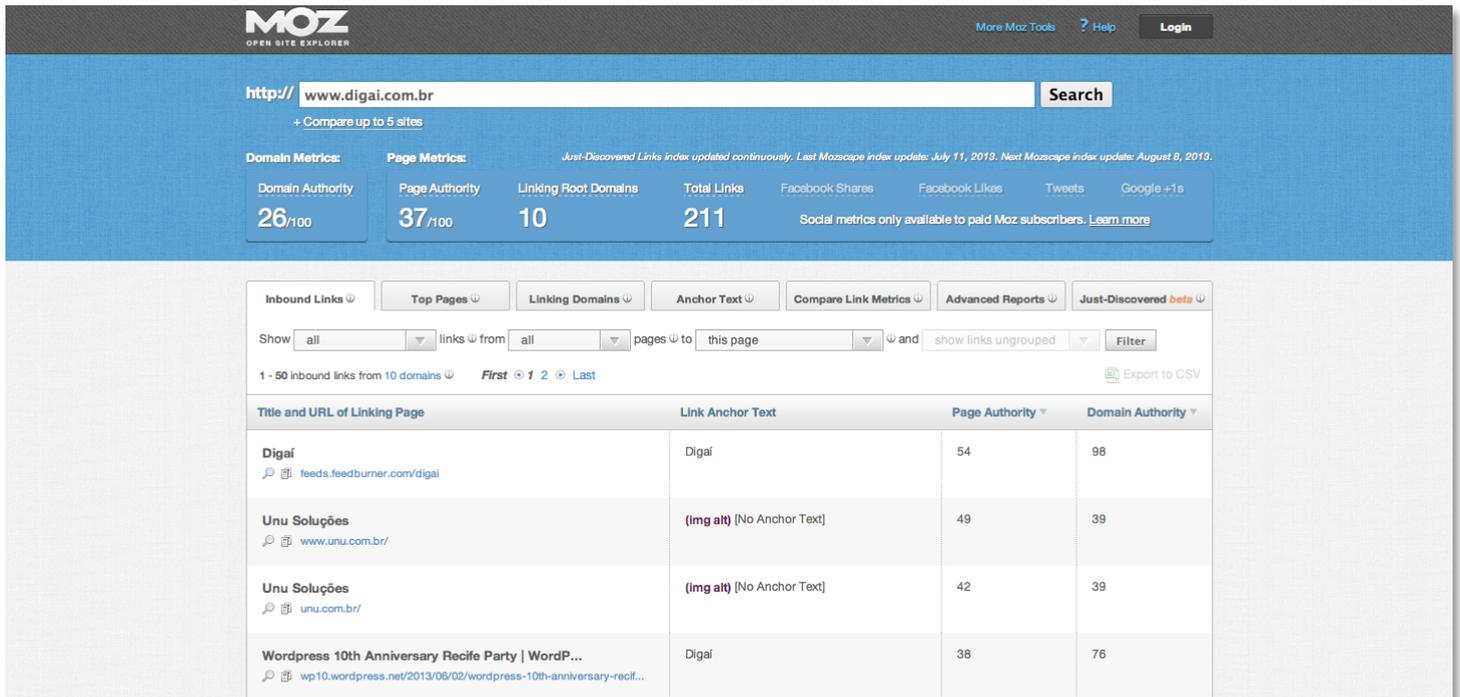
A utilização de ferramentas de apoio a SEO permite gerar mais resultados e economizar bastante tempo, o que normalmente compensa o custo das ferramentas.



Como corrigir?

Experimente e assine ferramentas que facilitam seu trabalho de SEO. Algumas delas:

- Open Site Explorer (<http://dig.ai/opensiteexplorer>): permite analisar a relevância de suas páginas e concorrentes. Pode ser acessada gratuitamente com algumas restrições.
- Moz (<http://dig.ai/moz>): suíte que oferece o Open Site Explorer, além de ferramentas para análise de posicionamento nas páginas dos buscadores, dificuldades de palavras-chave, análise de atributos on-page (dentro da página, como títulos e meta tags) e outras.
- SheerSEO (<http://dig.ai/sheerseo>): ferramenta que possui recursos para análise de posicionamento, estimativa de tráfego, análise de concorrentes, entre outras.
- SEO Master Free Scanner (<http://dig.ai/seo-master-free-scanner>): ferramenta grátis de análise on-page que contempla análise de servidor, título, imagem, *heading tags* e URL.
- HitTail (<http://dig.ai/hittail>): ferramenta que sugere palavras-chave para que seja produzido conteúdo para o website ou blog.
- Ferramentas para Webmasters do Google (<http://dig.ai/gwt>): ferramenta gratuita que analisa o seu website/blog, identifica problemas e dá dicas de como aperfeiçoá-lo.



MOZ
OPEN SITE EXPLORER

More Moz Tools ? Help Login

http:// Search

+ Compare up to 5 sites

Domain Metrics: Domain Authority **26**/100

Page Metrics: Page Authority **37**/100

Linking Root Domains **10**

Total Links **211**

Facebook Shares Facebook Likes Tweets Google +1s

Just-Discovered Links index updated continuously. Last Mozscape index update: July 11, 2013. Next Mozscape index update: August 8, 2013.

Social metrics only available to paid Moz subscribers. [Learn more](#)

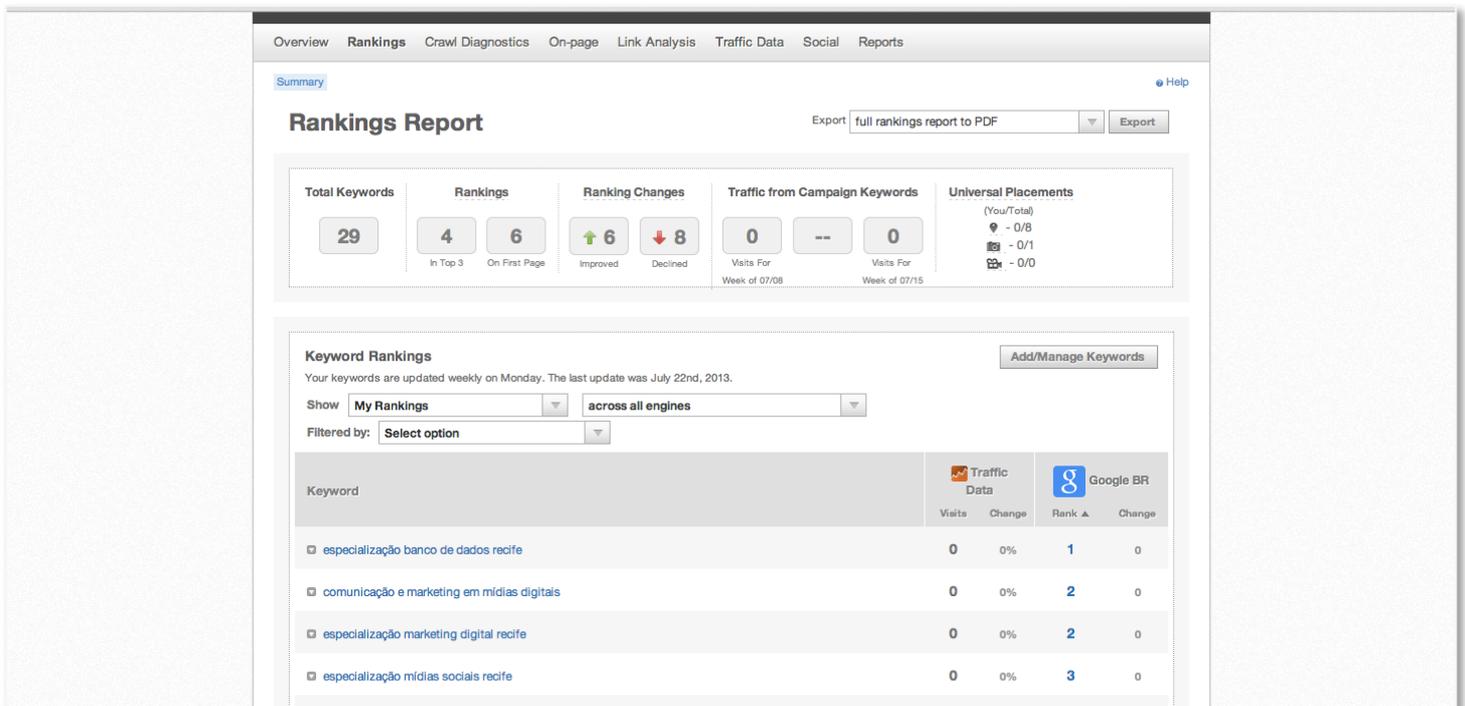
Inbound Links Top Pages Linking Domains Anchor Text Compare Link Metrics Advanced Reports Just-Discovered *beta*

Show links from pages to and Filter

1 - 50 inbound links from 10 domains First 1 2 Last Export to CSV

Title and URL of Linking Page	Link Anchor Text	Page Authority	Domain Authority
Digai feeds.feedburner.com/digai	Digai	54	98
Unu Soluções www.unu.com.br/	(img alt) [No Anchor Text]	49	39
Unu Soluções unu.com.br/	(img alt) [No Anchor Text]	42	39
Wordpress 10th Anniversary Recife Party WordP... wp10.wordpress.net/2013/08/02/wordpress-10th-anniversary-recf...	Digai	38	76

Moz - Open Site Explorer – Métricas de link building para a página www.digai.com.br



Overview Rankings Crawl Diagnostics On-page Link Analysis Traffic Data Social Reports

Summary Help

Rankings Report

Export Export

Total Keywords	Rankings	Ranking Changes	Traffic from Campaign Keywords	Universal Placements
29	4 In Top 3, 6 On First Page	6 Improved, 8 Declined	0 Visits For Week of 07/08, -- Visits For Week of 07/15	(You/Total) 📍 - 0/8 📄 - 0/1 📑 - 0/0

Keyword Rankings

Your keywords are updated weekly on Monday. The last update was July 22nd, 2013.

Show across all engines

Filtered by:

Keyword	Traffic Data		Google BR	
	Visits	Change	Rank ▲	Change
<input type="checkbox"/> especialização banco de dados recife	0	0%	1	0
<input type="checkbox"/> comunicação e marketing em mídias digitais	0	0%	2	0
<input type="checkbox"/> especialização marketing digital recife	0	0%	2	0
<input type="checkbox"/> especialização mídias sociais recife	0	0%	3	0

Moz - Ranking Reports – Ranking de algumas palavras-chave do portal Educbase

Página Analisada: <http://www.digai.com.br/2013/04/o-que-e-marketing-digital>

Palavra-chave: **o que é marketing digital**

Avaliação Geral: **BOM**

Pontuação Total: 87 de 100%

FAZER NOVO SCAN

Servidor

Pontuação: 13 de 13 | Avaliação: **EXCELENTE**

Como otimizar seu Servidor

#	Análise	Comentários / Sugestões
✓	Tempo de resposta	O tempo de resposta foi menor que 2 segundos (0.926 segundos).
✓	Código de resposta HTTP	Redirecionamento 301 detectado.
✓	Conteúdo HTML	Content-Type encontrado: text/html; charset=UTF-8

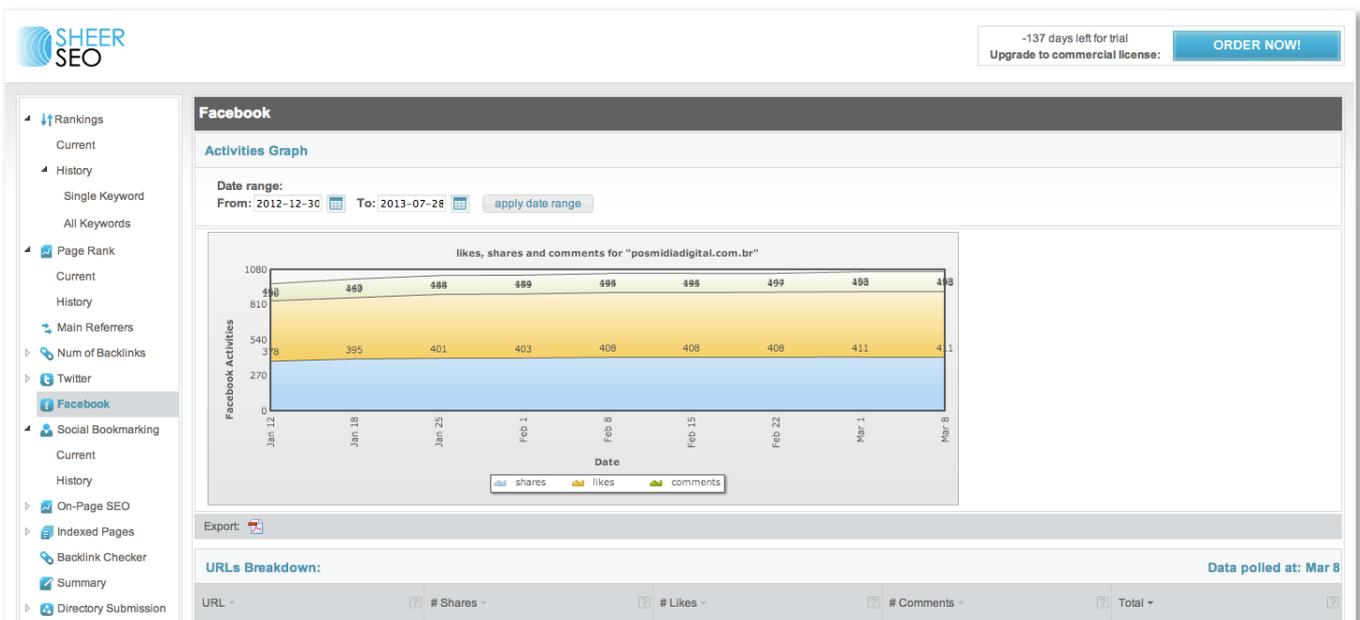
Title Tag

Pontuação: 32 de 32 | Avaliação: **EXCELENTE**

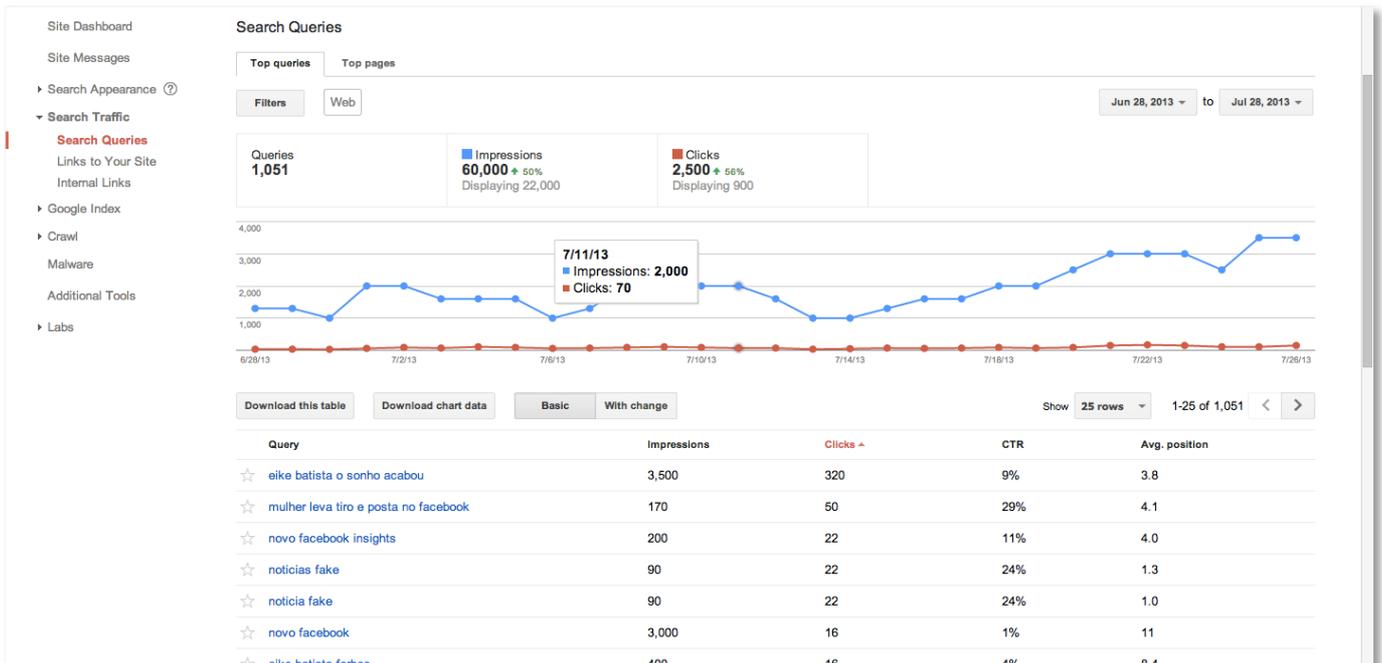
Como otimizar seu Title

#	Análise	Comentários / Sugestões
✓	Title tag encontrada	Uma title tag encontrada.
✓	Palavra-chave encontrada	A palavra-chave foi encontrada no título.
✓	Palavra-chave encontrada no início do título	Palavra-chave encontrada no início do título.
✓	Tamanho do título	O título possui menos de 70 caracteres.

SEO Master Free Scanner - Análise on-page da página <http://www.digai.com.br/2013/04/o-que-e-marketing-digital/> para a palavra chave “o que é marketing digital”



SheerSEO - Atividades no Facebook para o website www.posmidiadigital.com.br



Ferramentas para webmasters do Google - número de buscas, impressões e cliques no Google para o website www.digai.com.br

HitTail

Account Support Logout

Suggestions To do My HitTail Keywords Search Hits Articles www.unu.com.br

ALL New Paid Organic Deleted

Order an Article Help Export to Excel

Date Created	Delete	Keyword	Engine	Suggestion
7/26/2013 2:40:00 PM	🗑️	unu solucoes	www.google.com.br	
7/26/2013 1:04:00 PM	🗑️	unu solucoes	www.govome.com	
7/25/2013 6:51:00 AM	🗑️	solucoes e solucoes recife	www.google.com.br	
7/22/2013 8:49:00 PM	🗑️	cartao gestante design	www.google.com.br	
7/22/2013 12:00:00 PM	🗑️	email marketing en recife	www.google.com.br	
7/21/2013 8:00:00 PM	🗑️	design grafico	www.google.com	
7/18/2013 6:15:00 PM	🗑️	portfolios design grafico	www.google.com.br	✓
7/18/2013 7:07:00 AM	🗑️	www.unu/adm	www.google.com	
7/16/2013 5:49:00 PM	🗑️	portfolios de designers gráficos	www.google.com.br	✓
7/16/2013 8:38:00 AM	🗑️	portfolio online design gráfico	www.google.com.br	✓
7/12/2013 8:04:00 AM	🗑️	portfolio	www.google.com.br	
7/11/2013 7:10:00 PM	🗑️	websites & sistemas	www.google.com.br	
7/11/2013 6:42:00 PM	🗑️	unu	www.search.ask.com	
7/11/2013 3:05:00 PM	🗑️	servico site recife	www.google.com.br	✓
7/7/2013 11:17:00 AM	🗑️	dr ricardocansancãodepolimentosdepacientes	www.google.com.br	

> >>

Why HitTail? Leveraging Your Suggestions Common Questions

Hittail - Sugestões de palavras-chave para o website www.unu.com.br

Erro #14

Não acompanhar os resultados

O que é?

Não realizar a mensuração da visitação do website periodicamente.

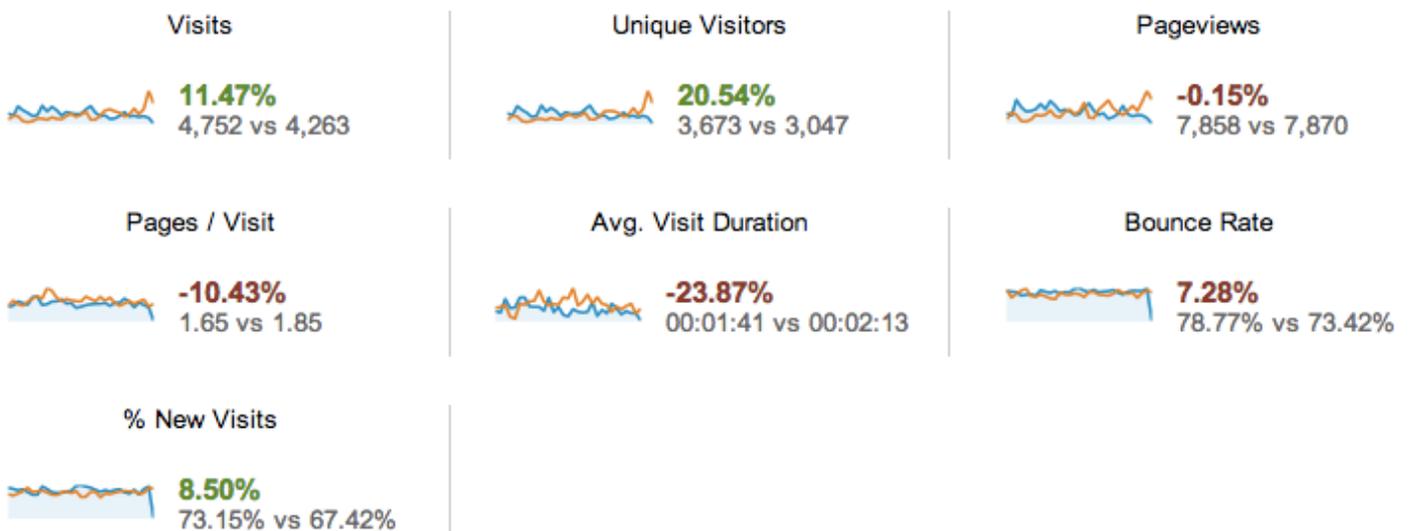
Por que prejudica o SEO?

Todo o processo de marketing digital consiste basicamente em 3 etapas: planejamento, execução e controle. Ignorar esta terceira etapa faz com que se perca a oportunidade de compreender o que tem dado certo/errado e de ampliar os resultados obtidos.

Como corrigir?

Instale o Google Analytics em seu website e crie o hábito de acompanhá-lo. Entre as informações mais relevantes, estão:

- Visitas: número de visitas obtidas em dado período. Quanto mais, melhor.
- Visitantes únicos: número de visitantes diferentes que acessaram o website em um dado período, podendo ter feito uma ou mais visita. Quanto mais, melhor.
- Visualizações de páginas: número de páginas visualizadas do website. Um visitante que entra na página principal e clica em links de duas matérias contabiliza 03 visualizações de página. Quanto mais, melhor.
- Páginas/visita: quantas páginas em média foram vistas a cada visita. Quanto mais, melhor, embora visitantes que alcancem seu objetivo rapidamente no website reduzam o número de páginas por visita.
- Duração das visitas: duração média de cada visita. Idem à métrica anterior.
- Taxa de rejeição: percentual de visitantes que visualizam apenas uma página. Quanto menor, melhor, mas o mesmo apontado anteriormente pode ocorrer.
- Percentual de novos visitantes: percentual de visitantes que acessaram o website pela primeira vez. Espera-se que cresça com o tempo, especialmente no início.

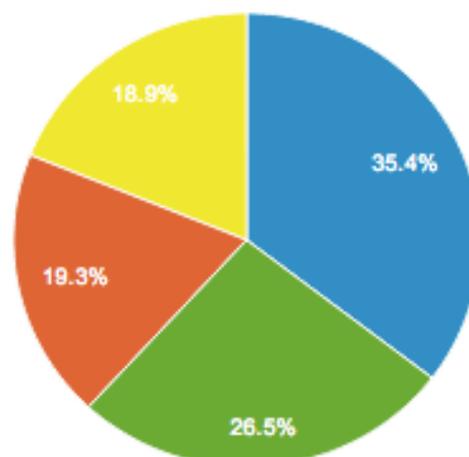


- País/cidade de origem do tráfego: número de pessoas proveniente de cada país ou cidade. Dependendo do website, espera-se uma concentração em determinada localidade ou dispersão pelo Brasil ou mundo.

1. Brazil	3,786
2. United States	333
3. United Kingdom	49
4. (not set)	19
5. Portugal	15
6. Chile	10
7. France	9
8. Canada	6
9. Argentina	5
10. Ireland	3

- Fontes de tráfego: origem do tráfego, que pode ser busca, referência (visitante que veio através de um link em outro website), direto (visitante digitou o endereço diretamente no navegador) ou campanha (links patrocinados ou e-mail marketing, por exemplo).

Jun 1, 2013 - Jun 30, 2013



- Sites de referência: listagem dos websites que geraram visitantes para o seu em determinado período.

1. facebook.com	864
2. m.facebook.com	183
3. www.facebook.com	30
4. t.co	24
5. unu.com.br	24
6. plus.url.google.com	19
7. grupofap.com.br	13
8. localhost	12
9. google.com.br	11
10. feedly.com	10

- Palavras-chave de busca: listagem das palavras-chaves que foram buscadas e geraram visitas em determinado período.

1. (not provided)	1,068
2. jeito censura de ser	24
3. arnaldo jabor pec 37	13
4. orkutização do facebook	13
5. digai	10
6. eike batista o sonho acabou	10
7. noticia fake	7
8. como postar video no instagram	6
9. eike batista forbes	5
10. internet trends	5

- Visualização de páginas: páginas acessadas e o respectivo número de acessos em determinado período.

1.	/		1,347
2.	/2013/05/aniversario-do-wordpress-em-recife-10-anos/		786
3.	/2013/05/a-crise-da-livraria-cultura/		595
4.	/2013/05/entrevista-analistas-de-midias-sociais-da-depre ssao/		228
5.	/2013/05/livraria-cultura-se-pronuncia-sobre-jeito-censura -de-ser/		207
6.	/equipe/		183
7.	/2013/05/teckler-a-rede-social-que-remunera-as-publicac oes-dos-usuarios/		169
8.	/page/2/		156
9.	/2013/05/promocao-no-facebook-legislacao-e-regras/		138
10.	/2013/05/danette-faz-chacota-com-o-sao-paulo-futebol-cl ube-e-se-da-mal/		137

Erro #15

Utilizar técnicas *black hat*

O que é?

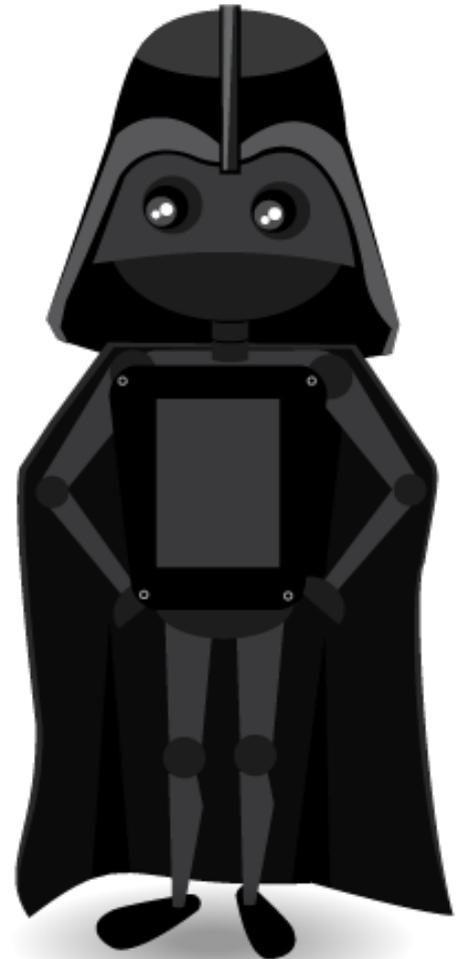
Utilizar técnicas ilícitas para melhorar o posicionamento nos buscadores.

Por que prejudica o SEO?

Técnicas *black hat* são odiadas pelos usuários de Internet e pelos buscadores, que estão constantemente à procura de websites que as utilizem e punindo-os. Apesar de gerar resultados, estes não são sustentáveis e podem gerar inclusive o descadastramento do website do buscador.

Como corrigir?

Conheça e evite as técnicas *black hat*. Em geral, não faça algo com o único objetivo de aumentar o posicionamento e que não seja natural.



Algumas técnicas que devem ser evitadas:

- *Keyword stuffing*: utilizar excesso de palavras-chave no texto.
- SPAM em blogs e fóruns: visitar blogs e fóruns e deixar links aleatórios para o seu website.
- Compra ou troca de links: por não ser algo natural, os buscadores entendem essa prática como tentativa de manipulação do posicionamento.
- *Doorway pages*: compra de vários domínios com palavras-chave específicas, criando páginas otimizadas para elas.
- *Cloaked pages*: criar páginas que apresentam versões diferentes, sendo uma para os visitantes (versão comum) e outra para os buscadores (versão otimizada).

Erro #16

Esperar resultados rápidos

O que é?

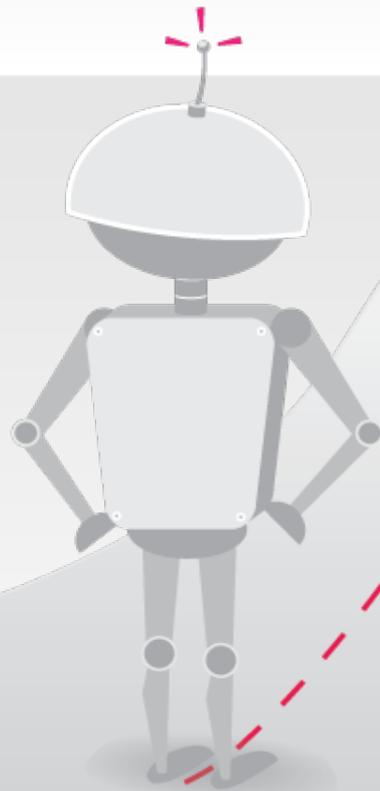
Esperar que os resultados de SEO sejam visualizados nos primeiros dias.

Por que prejudica o SEO?

SEO é uma ação de médio/longo prazo, cujo retorno pode demorar meses para acontecer. Apesar disso, pode gerar bastante tráfego e resultados consistentes.

Como corrigir?

Esteja ciente de que SEO não é uma ação de curto prazo e que os resultados virão em médio prazo. Apesar disso, tenderão a ser consistentes.



Por fim...

Bom, chegamos ao fim deste e-book. Seguindo essas dicas, seu site poderá melhorar o ranqueamento nos buscadores e seu tráfego aumentará consideravelmente!

Para melhorar seus resultados, não é necessário seguir todas as dicas de uma única vez. Implemente-as uma a uma, de acordo com a facilidade de execução e sua disponibilidade de tempo.

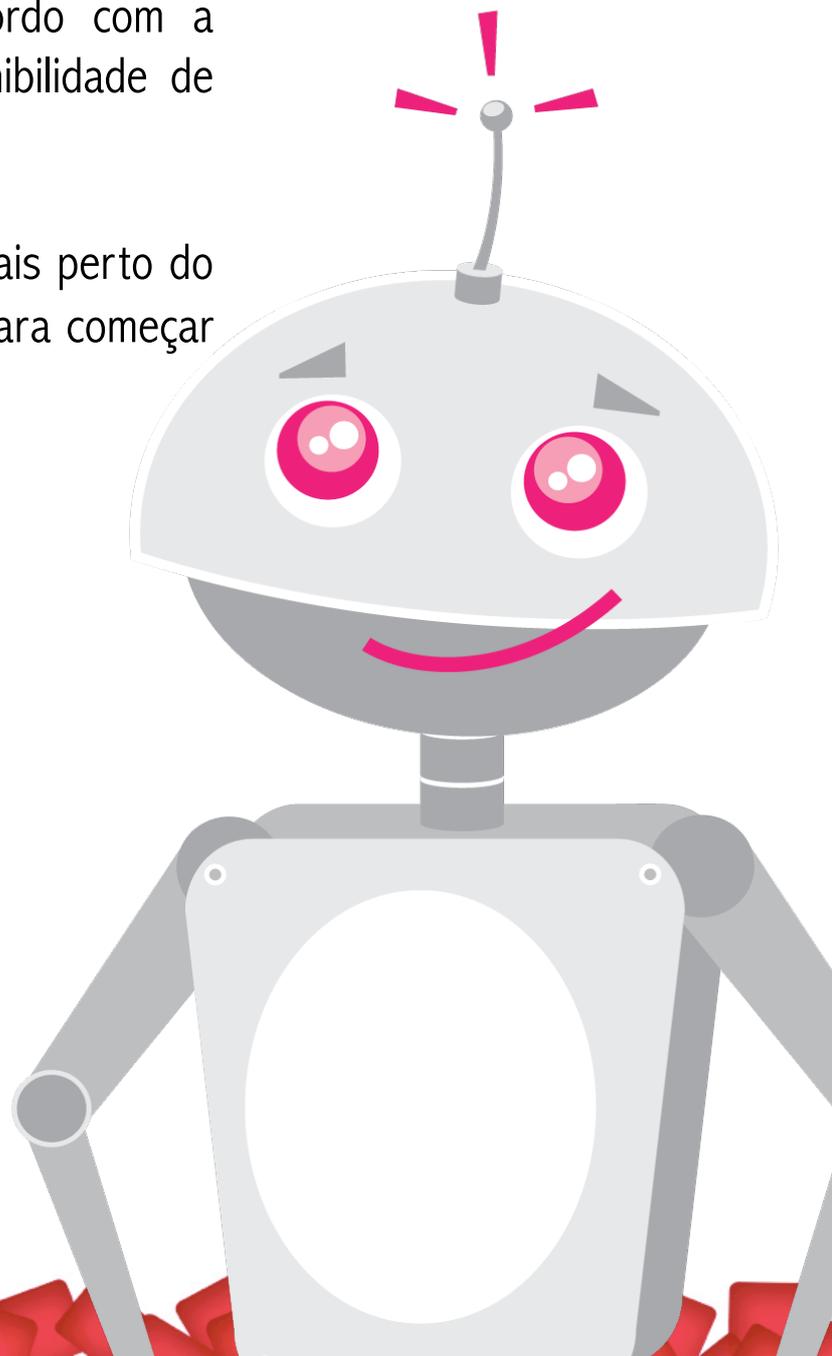
Dê o primeiro passo e você estará mais perto do sucesso. Espere tudo estar perfeito para começar e você estará no mesmo lugar.

Sucesso!

Felipe Pereira

felipe.pereira@digai.com.br

[@felipeunu](#)





O que achou de nossas dicas?

Comente em nossa página no Facebook, envie-nos um tweet ou nos contate por e-mail!

 /curtadigai  @sigadigai  falecom@digai.com.br

www.digai.com.br
