



**COMO REPENSAR
SEU SEO COM O
AdaptiveSEO™ da WSI**



Introdução

Nos últimos cinco anos, tivemos uma palavra para descrever claramente a experiência de SEO (otimização de sites) para pequenos negócios, empresas de grande porte e até alguns profissionais do Marketing. Essa palavra é “confusão”! Dependendo do ano, os impactos oriundos da diferença entre o conhecimento e prática de uma agência de SEO, de quem você pode ter contratado serviços, e as atualizações algorítmicas do Google oscilaram entre pequenos efeitos e efeitos catastróficos. Infelizmente para muitas empresas, seus posicionamentos despencaram e, como consequência, tiveram queda no tráfego do site e piora nas vendas. Isso deixou muitos desesperados atrás de ajuda ou simplesmente perdidos quanto às ações corretivas de SEO que eram necessárias. Por existirem muitas empresas de SEO pouco confiáveis, que aplicavam métodos obscuros, quando o Google lançou seus mecanismos de correção os clientes muitas vezes se viram mudando de agência de marketing para agência de marketing sem conseguir ter nenhum resultado positivo. As empresas não conseguiam entender porque não estavam bem posicionados nos



resultados de busca (SERPs), nem porque, de repente, desapareciam da primeira página. Eram dias difíceis para o SEO – tanto na indústria quanto em termos de táticas – e muitas empresas continuam abaladas, desde então, por essa experiência negativa.

No final das contas, sabendo do caos gerado pelas atualizações algorítmicas do Google, como Panda, Penguin e Hummingbird, houve uma grande divisão, inclusive dentro da própria comunidade SEO. Muitos diziam que o SEO tinha chegado ao seu fim. Diziam que: “ninguém mais vai querer

comprar e que essas três iniciais não deviam mais ser repetidas.” Mas estavam errados, ao menos parcialmente. É verdade que muitas empresas ficaram com medo em decorrência de sua experiência ruim e nunca mais compraram serviços de SEO. No entanto, nesses casos, o mais provável é que eles nunca entenderam o que vem a ser SEO. Logo não temos muito que dizer. Jornalistas, por sua vez, olhando de fora, diziam que o SEO estava morto desde 2012. Novamente, que conhecimento eles têm do tema para afirmarem isso? A visão negativa da expressão SEO era tão forte que o gigante da indústria de software, SEOMoz, mudou seu nome para simplesmente Moz. Um dos motivos para essa mudança foi que, “Para muitas pessoas fora da nossa comunidade, o termo SEO passou a estar associado (injustamente) com as expressões spam e manipulação”.

Não há dúvida que o termo SEO passou, injustamente, a ter esse estigma negativo. Mesmo assim, isso não significa que o SEO chegou ao fim, mas apenas que apresenta agora um maior número de obstáculos a superar. Talvez ainda haja um espaço para que as empresas possam ver mais adiante do que

essas publicações negativas e entenderem que as boas práticas de SEO ainda funcionam. Aqueles que conseguirem “olhar fora da caixa” terão uma vantagem competitiva sobre os demais. Considerando a atual percepção desse tabu nas mídias e que os sistemas de buscas ainda dominam a experiência dos usuários na internet, não é nenhum absurdo pensar que uma estratégia de SEO eficaz, de longo prazo, pode estar sendo deixada de lado pelos seus concorrentes.

Por fim, a nova versão do SEO – que a WSI gosta de chamar AdaptiveSEO™ (ASEO) – contempla a eliminação de táticas desatualizadas e a implementação de um enfoque mais natural na geração de melhor posicionamento orgânico e maior tráfego, mas sempre atendendo aos requisitos impostos pelo Google. Mais difícil e mais complexo? Sim. Você terá que dedicar mais tempo, esforços e recursos na sustentação de uma estratégia de longo prazo mais efetiva? Sim. Mas você verá melhores resultados, independentemente do que você lê em outros lugares. O AdaptiveSEO™ está vivo e bem!

1. Por que aplicar o AdaptiveSEO™?

Porque buscas no Google ainda lideram

Veja só: Mais de um bilhão de buscas são feitas no mundo todo, por dia! Um bilhão. Logo, fica bem claro que as pessoas usam sim o Google. Mais importante ainda (e mais difícil ainda de ser esquecido do que o um bilhão de buscas), é que 94% das buscas são oriundas de buscas orgânicas. Simplificando: São 940 milhões de motivos para você esquecer tudo que ouviu sobre “SEO ter chegado ao fim” e voltar a incorporar essa estratégia efetiva e de longo prazo, chamada AdaptiveSEO™, nas suas soluções de marketing digital.

Se tiver sido penalizado pelo Google, você ainda pode se recuperar

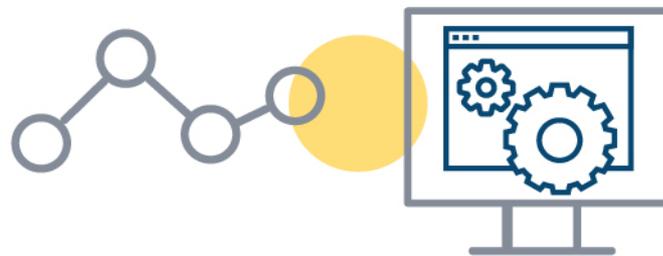
Digamos que você contratou três agências de marketing para prestar serviços de SEO nos últimos cinco anos, com a seguinte orientação: “Queremos nos posicionar em #1 no Google para as seguintes palavras-chave”. Agência A não entregou os resultados esperados e, com isso, você mudou para a Agência B. Agência B, por sua vez, conseguiu colocá-lo em #1, mas o fez apenas para algumas palavras-chave. Você então contratou a Agência C, que em pouco tempo o classificou como #1 para todas as palavras-chave, resultando em aumento acentuado no tráfego, aumentando muito as vendas e lhe trazendo ótimos resultados.

No entanto, com a atuação agressiva do Google, que penalizou essas táticas que usaram para “tirar vantagem”, você teve uma perda de 70% no tráfego do seu site e suas vendas caíram assustadoramente. Isso indica que uma ou até todas as agências de SEO que você contratou estavam usando métodos não reconhecidos para chegar nesse posicionamento desejado. “Mas eu não sabia!” você pode querer argumentar. Mesmo assim, o Google não lhe ouvirá. A verdade é que você não deu a atenção necessária ou não participou o bastante do processo de contratação de terceiros para as suas ações de marketing digital.

A boa notícia é que mesmo tendo sido por conteúdo sem qualidade, links obtidos através de ações de spam ou otimização exagerada, seu site pode recuperar o posicionamento e voltar a ser respeitado pelo Google. Como? Mesmo que esteja difícil para você aceitar (por acreditar que a culpa ainda é do SEO), você deve adotar o novo SEO. Ou seja, uma estratégia de AdaptiveSEO™.

Como acompanhar as mudanças nos algoritmos de busca.

Caso não saiba, o Google muda as fórmulas que ranqueiam os SERPs com frequência. O Google funciona como se fosse o lobo mau que soprou e destruiu a sua casa, sem você nem saber que ele estava na porta. Isso pode acontecer novamente se você não acompanhar de perto o que o Google diz ou faz. Por sorte, grande parte do ASEO não só mantém atualizadas as mudanças algorítmicas, mas também prevê, adapta e implementa estratégias que não dependem de caprichos para tornar um motor de busca eficaz.



Você continuará tendo resultados além de seu investimento inicial.

AdaptiveSEO™ é como se fosse um presente contínuo, que não para de chegar. Não importa o que aconteça, a estratégia estabelece bases que perduram, mesmo com mudanças no algoritmo e nas tendências da Internet, de modo que você continuará obtendo bons resultados. Ele exige uma quantidade de tempo e recursos no início, mas, uma vez introduzido, você começará a aproveitar os benefícios. E então ficará feliz por ter feito esse investimento.

PONTOS IMPORTANTES

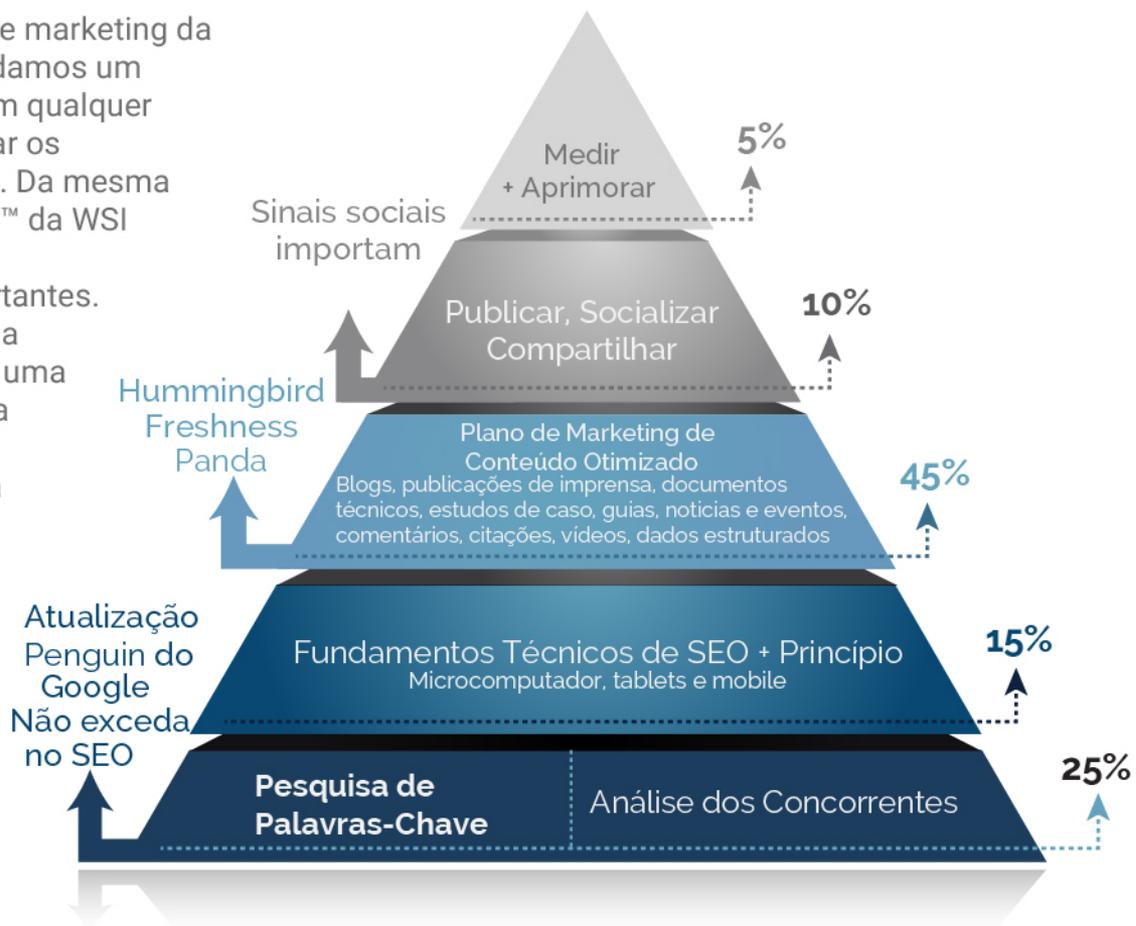
Você deve adotar AdaptiveSEO™ pois:

- Dentre um bilhão de buscas no Google por dia, 94% são buscas orgânicas.
- A única forma de reverter qualquer penalidade em seu posicionamento é melhorando o SEO
- Você precisa se manter atualizado nas mudanças nos algoritmos de busca.
- Isso vai lhe mostrar bons resultados por um longo período de tempo.



2. A Metodologia AdaptiveSEO™ da WSI

Ao ler sobre qualquer das soluções de marketing da WSI, você verá que sempre recomendamos um caminho comum: para ter sucesso em qualquer tática ou estratégia, é preciso dominar os fundamentos básicos que a sustenta. Da mesma maneira, a metodologia AdaptiveSEO™ da WSI está amparada na crença de que os fundamentos de SEO são mais importantes. O gráfico é uma visualização da forma como o planejamento e execução de uma estratégia AdaptiveSEO™, te ajudará a navegar pelas atualizações algorítmicas do Google e maximizará seu investimento em ASEO.



Palavras-chave e análise competitiva

O primeiro passo em qualquer estratégia de AdaptiveSEO™, é efetuar uma análise dos seus concorrentes, bem como, definir uma lista dos temas e das palavras-chave que acredita que seu público-alvo buscará. A palavra-chave representa uma parte vital da sua estratégia de ASEO pois é o determinante em como o Google conecta o público-alvo com os websites. Você quer criar páginas e conteúdo que o Google julga ser relevante para as palavras-chave que o público-alvo busca.

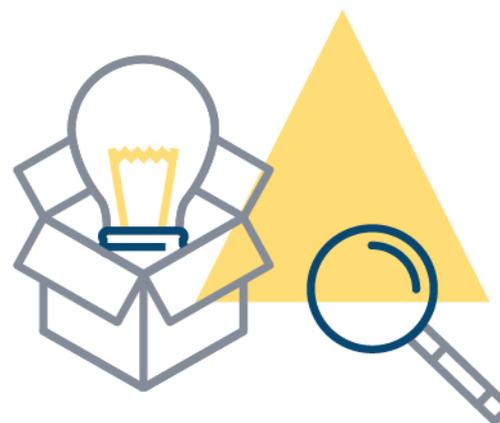
Palavras-chave e análise dos seus concorrentes devem compor aproximadamente 25% das suas tarefas de SEO e devem ser parte de um processo contínuo focado em identificar as palavras-chave que mais geram tráfego e convertem visitantes em clientes. Essa fase do processo deve incluir atividades como:

Pesquisar sobre seus concorrentes. Se você colocar uma boa palavra-chave e seu concorrente aparecer, analise o conteúdo e avalie se você pode criar algo que agregue mais valor para seus visitantes. Audite também o website de seus concorrentes para outras palavras-chave e temas que você não havia considerado, mas que seu

público-alvo pode estar buscando.

Pensar fora da caixa. Entrar na mente das pessoas é uma ótima maneira para achar palavras-chave, mas não é tão fácil quanto parece. Existem outras formas de se encontrar novas palavras-chave como usando o Google Keyword Planner para atrair ideias com base em landing pages e consultas no Wikipedia.

Utilizando temas e conceitos. Da maneira como os algoritmos do Google estão mudando e na velocidade em que dados (não disponíveis) estão reduzindo, é uma boa ideia criar conteúdo focado em temas e conceitos ao invés de apenas palavras-chave. Seu conteúdo deve ser sobre conceitos e ideias que respondem as perguntas do seu público e não apenas coincidir com as palavras que estão digitando.

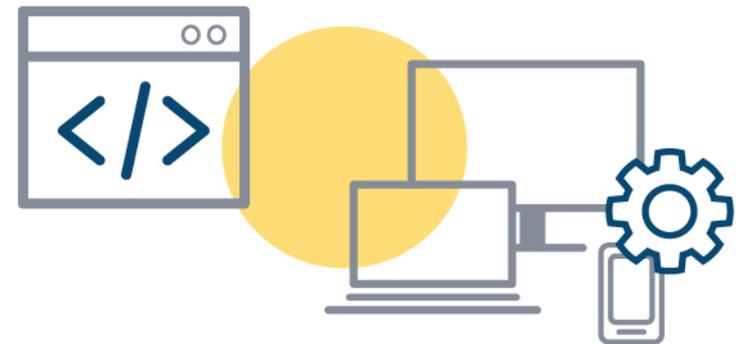


Fundamentos e Formação das Técnicas de SEO

Uma vez que você tenha uma relação das palavras-chave pesquisadas, está pronto para o segundo passo: ser encontrado pelo Google. Este é o principal objetivo do SEO, começa e termina com uma formação sustentada. Uma avaliação técnica vai facilitar a adoção das táticas e estratégias aplicadas nos níveis mais altos da metodologia SEO. Fundamentos técnicos de SEO e sua formação devem representar 15% dos esforços de SEO, incluindo as seguintes ações:

SEO on-page. Pode parecer óbvio, mas muitos websites falham na implantação de meta títulos e descrições, tags de h1, e uso natural das palavras-chave. Essas tarefas, apesar de tediosas, representam um dos componentes mais importantes (e mais fáceis) do SEO on-page.

Estrutura do conteúdo. A maneira como você organiza seu conteúdo é importante, não só para fins de SEO, mas também para assegurar boas taxas de conversão. Seu público-alvo precisa achar facilmente e navegar até o conteúdo que procuram, bem como sair dele, completando os objetivos que você traçou.



Experiência do usuário e design responsivo. Já há algum tempo, o Google vem dizendo que prefere sites que atendem a mesma URL em todos os dispositivos. Isso significa que é preciso adotar design responsivo sempre que possível. A principal razão para isso é que ele melhora a experiência do usuário dando consistência às informações disponíveis em todos os dispositivos. Essas que são, agora, consideradas as melhores práticas.

Autoria Google. Configurar autoria é uma tarefa simples, que só precisa ser feita uma vez, onde você se conecta a todo o conteúdo que você criou ajudando a classificá-lo como uma autoridade aos olhos do Google. Autoria também incorpora seu perfil nos resultados, acarretando em aumento nas taxas de conversão.

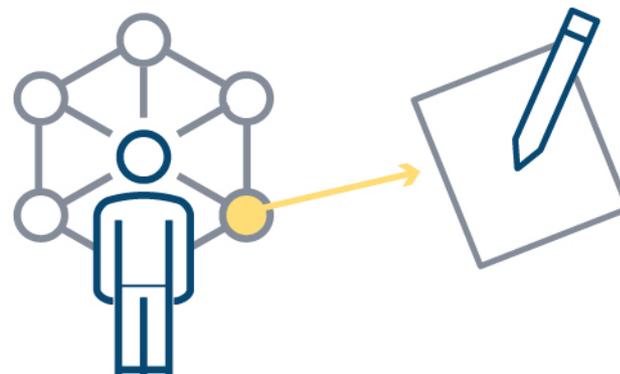
Plano para Otimização do Marketing de Conteúdo

Marketing de conteúdo tem aparecido com frequência nos noticiários da nossa indústria, pois a criação e publicação de conteúdo tem sido a principal área de atenção para muitas atualizações algorítmicas do Google. Não é que conteúdo seja algo novo (pois não é), mas o Google tem solicitado as empresas para tentarem entregar o melhor valor possível através de seu conteúdo para que o algoritmo possa melhor conectar o público com exatamente o que estão buscando. Planejamento, criação e otimização de conteúdo formam uma parte importante da estratégia de ASEO e devem representar 45% dos seus esforços de SEO, com ações como:

Desenvolvimento de personas. Você não deve ser um especialista em qualquer tema, mas sim um especialista em temas que seu cliente em potencial tem interesse. Para fazer isso, desenvolva personas para os diferentes tipos de clientes que tenha e crie conteúdo que ajude cada um dos grupos a avançar ao longo do funil de compras, no seu ritmo.

Adotando os princípios básicos. Lembra tudo que falamos sobre fundamentos e sobre identificar palavras-chave e temas importantes? A etapa de marketing de conteúdo é quando esses esforços começam a mostrar resultados. Crie conteúdo em torno dos tópicos e palavras-chave que descobriu durante sua análise dos concorrentes, e certifique-se que também está adotando as melhores técnicas de SEO on-page.

Planejando e criando conteúdo. O marketing de conteúdo – e sua estratégia ASEO, se tiver seguido a nossa metodologia – representa o prato principal em uma refeição. Planejando e criando conteúdo que Google avalia como relevante e de valor para o público é parte integrante do ser encontrado na internet. Pode ser você mesmo, sua equipe, seus colaboradores ou uma combinação dos três, a criação de conteúdo de qualidade é obrigatória.



Publicando, socializando, compartilhando

Criar conteúdo de qualidade é apenas uma das batalhas. Simplesmente porque foi publicado não significa que será lido. Uma vez concluído, seu conteúdo terá que fazer o máximo de esforço em termos de RP e compartilhamentos, para ser divulgado e replicado. Publicação, socialização e compartilhamento devem representar 10% dos seus esforços na estratégia de ASEO. Esses esforços incluem:

Publicar e distribuir conteúdo. Participação em grupos, fóruns e hotspots de indústrias, na internet, são ótimas maneiras de ampliar a distribuição do seu conteúdo, uma vez publicado. Em alguns casos, uma atenção à essas áreas, antes de sua publicação, pode ampliar os interesses no conteúdo a ser publicado.



Compartilhe seu conteúdo. Envie e compartilhe seu conteúdo em todas as mídias onde tem perfis: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Pinterest e muitas outras plataformas ou fóruns em que esteja participando.

Socialize com especialistas e fãs. Participe de conversas informais com especialistas e fãs sobre temas que esteja escrevendo. Seja honesto e verdadeiro sobre o que conhece e esse grupo vai identificar, ler e compartilhar seu conteúdo sem você sequer mencioná-lo.

Medir e Aprimorar

Você não pode só criar conteúdo e torcer que dê certo. Para introduzir um plano de marketing de conteúdo, otimizado ao máximo, precisará medir e depois melhorá-lo com seus esforços. Essa ação final deve representar 5% dos seus esforços de SEO e inclui medir e melhorar as métricas como:

- Impressões
- Taxa de rejeição
- Porcentagem de novos visitantes
- Indicadores sociais
- Classificação das palavras-chave
- Tráfego orgânico
- Perfil de backlinks



PONTOS IMPORTANTES

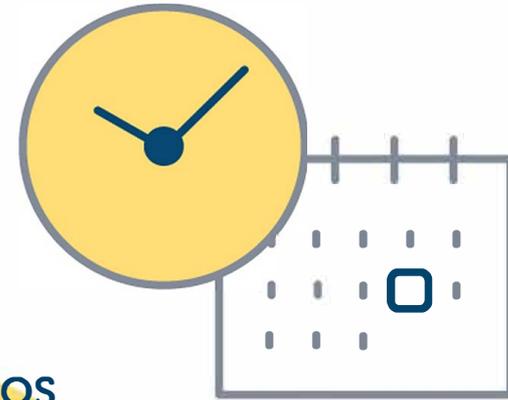
Metodologia AdaptiveSEO™ inclui:

- Palavras-chave e análise da concorrência
- Fundamentos e formação das técnicas de SEO
- Plano para otimização do marketing de conteúdo
- Publicando, socializando, compartilhando
- Medir e aprimorar

3. Esteja comprometido com uma Estratégia de Longo Prazo

Pode ser difícil esperar para ver os benefícios de longo prazo que uma estratégia ASEO oferece (ainda mais se você se sentiu prejudicado por SEO no passado). Mas a verdade é que a paciência e o compromisso inabalável são necessários para o sucesso no ASEO. É como uma dieta ou uma mudança de estilo de vida, não vai acontecer da noite para o dia, mas fazendo, agradecerá por ter se comprometido com as metas de longo prazo.

A Metodologia AdaptiveSEO™ da WSI foi desenvolvida para ter uma duração mínima de seis meses, com ações contínuas de marketing de conteúdo e apoiada em mídias sociais. Sabemos que é necessário um grande comprometimento, mas com os seus fundamentos sólidos, um trabalho completo de pesquisas de palavras-chave, desenvolvimento de conteúdo, compartilhamento nas mídias sociais, e interação contínua, valerá a pena esperar. Mas não é só isso: também continuarão a entregar resultados muito além dos esforços iniciais, e superará qualquer efeito de atualização de algoritmo que o Google vier a fazer.



PONTOS IMPORTANTES

- ASEO é uma maratona e não um sprint final
- ASEO é sobre ser encontrado e empolgar o público com conteúdo interessante
- Seus esforços de ASEO agora representarão presença Web no futuro

Conclusão

É difícil sugerir que deixemos de valorizar a importância do Google, pois sempre estamos discutindo suas atualizações e como elas dominam o mundo das buscas. No entanto, ASEO nos orienta a fazer o melhor marketing – com ou sem Google. Dito de outra forma, se o Google desaparecer ou perder sua dominância de mercado, o ASEO continuará sendo uma estratégia de marketing bastante efetiva por não ser baseada apenas em dicas ou técnicas para contornar um sistema existente. No final, ASEO é sobre o relacionamento de uma companhia com seus potenciais clientes e sempre representará fundamentos para um marketing de sucesso.



Sobre a WSI

WSI é líder mundial em marketing digital e estamos preparados para implementar um conjunto amplo de soluções de Internet para a sua empresa. Vamos trabalhar com você para determinar quais táticas são mais adequadas para atingir seus objetivos de negócios. Para mais informações acesse nosso site: **www.wsimarketingdigital.com.br**

Copyright ©2015 WSI. Todos os direitos reservados. Cada unidade de consultoria WSI é de propriedade e operação independentes.