

Sumário Resumido

Introdução	XV
Parte I: Entendendo a SEO	1
Capítulo 1: Fundamentos dos Motores de busca	3
Capítulo 2: Criando um plano de SEO	17
Parte II: Estratégias de SEO	31
Capítulo 3: Criando seu Site com a SEO em Mente	33
Capítulo 4: Palavras-chave e o seu Web Site	59
Capítulo 5: Pay-per-Click e a SEO	73
Capítulo 6: Maximizando as Estratégias de Pay-per-Click.....	97
Capítulo 7: Aumentando o Sucesso das Palavras-Chave	115
Capítulo 8: Entendendo e Usando o Direcionamento Comportamental	125
Capítulo 9: Gerenciando as Campanhas de Palavras-chave e de PPC.....	133
Capítulo 10: Ferramentas e Serviços para Palavras-Chave.....	151
Capítulo 11: Elaborando as Tags do seu Site.....	167
Capítulo 12: A Questão do Conteúdo	177
Capítulo 13: Entendendo o Papel dos Links	193
Parte III: Otimizando as Estratégias de Busca	209
Capítulo 14: Adicionando seu Site aos Diretórios.....	211
Capítulo 15: Serviços de Inclusão Paga.....	219
Capítulo 16: Robôs, Spiders e Crawlers.....	227
Capítulo 17: A Verdade Sobre o Spam de SEO	239
Capítulo 18: Adicionando Otimização para Mídias Sociais.....	247
Capítulo 19: Otimização Automatizada.....	257
Parte IV: Fazendo a Manutenção da SEO	263
Capítulo 20: SEO Depois do Lançamento	265
Capítulo 21: Analisando o Sucesso.....	271

Apêndices	279
Apêndice A: Otimização para os Principais Motores de Busca	281
Apêndice B: Entrevistas com Profissionais	287
Apêndice C: Software, Ferramentas e Recursos de SEO	345
Apêndice D: Planilhas	355
Glossário	369
Índice Remissivo	377

Sumário

IntroduçãoXV

Parte I: Entendendo a SEO **1**

Capítulo 1: Fundamentos dos Motores de busca **3**

O que é um Motor de busca?5

Anatomia de um Motor de busca5

Interface de consulta6

Crawlers, spiders e robôs7

Bancos de Dados8

Algoritmos de Busca8

Recuperação e ranking9

Características da Busca11

Classificações dos Motores de busca11

Motores de busca primários11

Motores de busca secundários13

Motores de busca objetivados13

Fazendo os Motores de busca Trabalhar para Você13

Manipulando os Motores de busca14

Capítulo 2: Criando um plano de SEO **17**

Entendendo Por Que Você Precisa da SEO18

Definindo os Objetivos da SEO19

Criando o seu Plano de SEO20

Estabelecendo a prioridade das páginas21

Avaliação do site21

Finalizando o plano22

Acompanhamento posterior23

Entendendo a SEO Orgânica23

Atingindo a SEO Orgânica24

Conteúdo do Web site24

Google Analytics25

Links internos e externos26

Experiência do usuário27

Interatividade do site28

Parte II: Estratégias de SEO

31

Capítulo 3: Criando seu Site com a SEO em Mente	33
Antes de Construir seu Site	34
Conheça o seu alvo	34
Elementos da Página	35
Entendendo a Otimização dos Sites.....	39
O hosting faz diferença?	39
Dicas para o nome do domínio	39
Entendendo a usabilidade	41
Componentes de uma Página SEO Ideal.....	43
Entendendo as páginas de entrada e de saída.....	44
Escolhendo um Programa de Análise	45
Usando títulos poderosos	46
Criando um ótimo conteúdo	47
Maximizando os gráficos.....	48
Páginas Problemáticas e Soluções	49
Portais problemáticos.....	50
Frames problemáticos	51
Cookies complicados.....	52
Linguagens de Programação e SEO	52
JavaScript	52
Flash	53
ASP Dinâmica.....	53
PHP	54
Outras Questões Referentes ao Projeto.....	54
Cloaking de domínio.....	54
Conteúdo duplicado.....	55
Páginas escondidas.....	56
Uma vez Criado o seu Site.....	56
Cuidado com os ladrões de conteúdo.....	56
Lidando com atualizações e mudanças no site	57
Capítulo 4: Palavras-chave e o seu Web Site	59
A Importância das Palavras-Chave.....	59
Entendendo a Heurística	61
O Difícil Algoritmo.....	63
Usando Texto Âncora.....	64
Escolhendo as Palavras-Chave Certas	65
Qual é a Densidade de Palavras-Chave Certa?	67
Tirando Proveito das Palavras-Chave Orgânicas	70
Evite o Enchimento de Palavras-Chave.....	70
Mais Sobre a Otimização das Palavras-Chave.....	71
Capítulo 5: Pay-per-Click e a SEO	73
Como o Pay-per-Click Funciona.....	75

Determinando o Valor do Visitante.....	76
Colocando o Pay-per-click para Funcionar.....	77
Categorias de Pay-per-Click	77
Programas de Pay-per-click Baseados em Palavras-Chave	77
Programas de Pay-per-click Baseados em Produto	78
Programas de Pay-per-click Baseados em Serviço.....	79
Entendendo como o PPC Afeta a SEO	79
O PPC <i>Não é</i> Inclusão Paga!	80
Pesquisa Competitiva de Palavras-Chave.....	81
Ferramentas de Sugestão de Palavras-Chave	81
Escolhendo Palavras-Chave Eficientes	88
Criando a sua primeira lista de palavras-chave.....	88
Termos de busca proibidos e “poison words”	89
Prevenido volumes de busca.....	91
Finalizando a sua lista de palavras-chave.....	93
A Longa Trilha de Busca.....	94
Escrevendo Descrições de Anúncios.....	95
Monitorando e Analisando os Resultados	96
Capítulo 6: Maximizando as Estratégias de Pay-per-Click.....	97
Entendendo a Colocação das Palavras-Chave	97
Alt e Outras Tags e Atributos	97
Tags Title	98
Meta tags description	100
Texto Âncora	102
Conteúdo da Tag Header	106
Texto de Corpo	108
Tags Alt.....	109
URLs e Nomes de Arquivos.....	112
Capítulo 7: Aumentando o Sucesso das Palavras-Chave	115
Escrevendo o Texto dos Anúncios das Palavras-Chave	116
Criando Ótimas Páginas de Chegada.....	119
Entendendo e Usando o Teste A/B	122
Evitando o Enchimento de Palavras-Chave.....	123
Capítulo 8: Entendendo e Usando o Direcionamento Comportamental	125
O que é o Direcionamento Comportamental?.....	126
Tirando Proveito do Direcionamento Comportamental	127
Outras Dicas Referentes ao Direcionamento Comportamental	130
Capítulo 9: Gerenciando as Campanhas de Palavras-chave e de PPC.....	133
O Orçamento para as Palavras-Chave	133
Um Tipo Diferente de Leilão.....	135
Entendendo o Gerenciamento de Lances.....	136
Gerenciamento de lances manual	136
Gerenciamento de lances automático	137

Sumário

A Custosa Fraude de Cliques.....	139
Monitorando as Palavras-Chave e as Conversões	140
Reduzindo os Custos de Pay-per-Click	143
Gerenciando as campanhas de PPC	143
Palavras-chave negativas	145
Divisão por dia.....	146
Melhorando as Taxas de Click-Through	147
Mais Informações sobre a Fraude de Cliques.....	148
O RSI do PPC.....	149
Capítulo 10: Ferramentas e Serviços para Palavras-Chave.....	151
Google AdWords	152
Gerenciamento da campanha	153
Relatórios	155
Análises	156
Minha conta.....	157
Anúncios impressos	157
Yahoo! Search Marketing	158
Dashboard	159
Campanhas.....	159
Relatórios	161
Administração	162
Microsoft adCenter	163
Campanha.....	163
Contas & Cobranças.....	164
Pesquisa.....	165
Relatórios	166
Capítulo 11: Elaborando as Tags do seu Site	167
Por que as Tags são tão Importantes?.....	168
Como as Tags Funcionam?	168
Tags HTML Adicionais	170
Nofollow	170
Strong e emphasis	171
Noframes	171
Tag table summary	172
Tags acronym e abbreviation	173
Inclusões virtuais	173
Tags como Bookmarking Social.....	174
Usando Páginas de Redirecionamento.....	175
Capítulo 12: A Questão do Conteúdo	177
Como o Conteúdo do Site Afeta a SEO?	178
Elementos do Conteúdo Competitivo	179
Usar ou Não Usar? Conteúdo Duplicado	181
Acabando com a Infração de Copyright.....	183
Mantenha-se Longe do Spam de Motores de Busca.....	185

Páginas-Corredor.....	185
Texto escondido e minúsculo.....	186
Submissões exageradas.....	186
Roubo de páginas.....	186
Atrair e mudar.....	186
Cloaking.....	187
Links escondidos.....	187
Considerações para Sites Multilíngües.....	188
Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo.....	188
Quando você deve usar CMS?.....	189
Escolhendo o CMS certo.....	189
Como o CMS afeta a SEO.....	190
Entenda e Use o Conteúdo Viral.....	191
Capítulo 13: Entendendo o Papel dos Links.....	193
Como os Links Afetam a SEO.....	194
Entendendo o PageRank do Google.....	194
Algoritmo PageRank Simplificado.....	194
Algoritmo PageRank Incluindo o Fator de Amortecimento.....	195
Como os Links Funcionam.....	198
Conseguindo links para o seu site.....	198
Criando links de saída.....	200
Tirando vantagem do cruzamento de links.....	202
O básico sobre as fazendas de links.....	204
Fundamentos da Criação de Links.....	205
Usando Links Internos.....	206
Avaliando a Eficiência dos seus Links.....	207
Parte III: Otimizando as Estratégias de Busca.....	209
Capítulo 14: Adicionando seu Site aos Diretórios.....	211
O Que São Diretórios?.....	212
Submetendo seu site aos diretórios.....	213
Principais diretórios online.....	215
Diretórios pagos x gratuitos.....	215
O Básico Sobre os Metamotores de Busca.....	216
Geo-Direcionando Estratégias de SEO.....	216
Usando Ferramentas de Submissão.....	217
Capítulo 15: Serviços de Inclusão Paga.....	219
Quando Usar os Serviços de Inclusão Paga.....	221
Entendendo o Modelo de Negócios.....	221
Gerenciando os Serviços Pagos.....	222
Contratando os Profissionais Certos.....	223
Considerações sobre os Contratos.....	224
Quando o Relacionamento não está Funcionando.....	225

Sumário

Capítulo 16: Robôs, Spiders e Crawlers.....	227
O que são Robôs, Spiders e Crawlers?	228
O que é o Padrão de Exclusão dos Robôs?	229
A Meta Tag Robots	232
Inclusão com Mapeamento de Site XML.....	233
Criando o seu próprio mapa do site XML	234
Submetendo o mapa do seu site	238
Capítulo 17: A Verdade Sobre o Spam de SEO	239
O que Constitui Spam de SEO?	240
Cuidado com as Estratégias de Troca de Links.....	242
.....	242
Por Que o Spam de SEO é uma Má Idéia?	243
Evitando o Spam de SEO.....	244
Capítulo 18: Adicionando Otimização para Mídias Sociais.....	247
O que é a Otimização para Mídias Sociais?	250
O que é diferente na otimização para mídias sociais?.....	251
O Valor das Mídias Sociais	251
Estratégias para Mídias Sociais.....	252
Avaliando a Otimização para Mídias Sociais	255
Capítulo 19: Otimização Automatizada	257
Eu Devo Automatizar?	258
Você nem Sempre é Penalizado	259
Ferramentas de Automação.....	260
Parte IV: Fazendo a Manutenção da SEO	263
<hr/>	
Capítulo 20: SEO Depois do Lançamento	265
Ainda não acabou	265
Usando Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo.....	268
Problemas e Soluções em SEO	268
Você foi banido!	268
Roubo de conteúdo.....	269
Fraude de cliques	269
Capítulo 21: Analisando o Sucesso.....	271
Analisando os Sucessos de SEO	271
Gerenciando as expectativas de SEO	272
Encontre a si mesmo.....	273
Analisando estatísticas web	273
Análise Competitiva.....	275
Análise de Conversão.....	276
Analisando os Logs do Servidor.....	277

Apêndices

279

Apêndice A: Otimização para os Principais Motores de Busca.....	281
Otimização para o Google	281
Entendendo o PageRank do Google	282
Otimização para o MSN	284
Otimização para o Yahoo!	284
O Crawler de Busca do Yahoo!	285
Apêndice B: Entrevistas com Profissionais.....	287
Eric Bloomfield, Vice-Presidente de Tecnologia & Serviço ao Cliente, SendTraffic	289
Jessica Bowman, Diretora de SEO, Business.com	291
Brian Combs, Fundador e VP de Serviços, Apogee Search	295
Rhea Drysdale, Gerente de Marketing Internet, MPS Group	297
Paul Dyer, Executivo de Contas Sênior, Marketwire	301
Miki Dzugan, Presidente, Rapport Online Inc.	305
Rand Fishkin, CEO e Co-Fundador, SEOmoz	309
Duane Forrester, Fundador e Co-Presidente do Comitê Interno da SEMPO	313
Stephen Harris, Consultor, SPH Associates	319
Ryan Hoppe, Diretor de Marketing de Produto, Fast Search	323
Diane Kuehn, Presidente, VisionPoint Marketing	327
Matt Naeger, VP e Consultor Geral, IMPAQT	331
Simon Otter, Gerente Técnico, thebigword	335
Sarah Skerik, VP de Serviços de Distribuição, PR Newswire	337
Andrew Wetzler, Presidente, MoreVisibility	341
Jill Whalen, Fundadora e CEO, High Rankings	343
Apêndice C: Software, Ferramentas e Recursos de SEO	345
Principais Motores e Diretórios de Busca	345
Motores de Busca Secundários	346
Metamotores de Busca	349
Ferramentas de Palavras-Chave	350
Recursos de Conteúdo	351
Feeds e Aplicativos RSS	352
Recursos e Artigos sobre Marketing para Motores de Busca	352
Serviços e Programas de Registro	353
Recursos e Software de Links	353
Pay-per-Click	354
Ferramentas de Mídias Sociais	354
Apêndice D: Planilhas	355
Plano para SEO.....	356
Plano para SEO.....	357
Lista de Verificação para SEO	358
Estado Atual.....	358

Sumário

Pesquisa de Palavras-Chave	358
Design do Web-Site.....	358
Escreva Código Limpo	358
Use Tags e Atributos	358
Conteúdo Adequado para SEO	359
Submissões Manuais	359
Estratégias de Links.....	359
Conversões.....	359
Lista de Verificação para Palavras-Chave	362
Glossário.....	369
Índice Remissivo	377