

# SUMÁRIO

---

INTRODUÇÃO .....	1
1. OTIMIZAÇÃO DE SITES (SEO) .....	3
1.1. A Busca Através de Robôs.....	4
1.2. Princípios da Otimização de Sites (SEO).....	9
2. PROCESSO DE OTIMIZAÇÃO DE SITES .....	10
2.1. Fase de Abertura .....	11
2.1.1. Briefing .....	11
2.1.2. Análise de Viabilidade .....	12
2.1.3. Risco do Projeto .....	13
2.2. Fase de Elaboração .....	15
2.2.1. Elaboração de Palavras-chave .....	16
2.2.2. Requisitos de SEO .....	17
2.2.3. Landing Pages .....	18
2.2.4. Estudo dos Concorrentes.....	19
2.3. Fase de Execução.....	21
2.3.1. On-Site.....	23
2.3.2. Off-Site .....	24
2.4. Fase de Monitoramento.....	25
2.4.1. Métricas .....	26
2.5. Fase de Ajustes .....	28
2.5.1. Ajustes On-Site.....	29

2.5.2. Ajustes Off-Site .....	30
2.6. Conclusão Sobre o Processo de Otimização de Sites .....	31
3. CASO: LOJA DE INSTRUMENTOS MUSICAIS .....	32
3.1. Briefing.....	32
4. PALAVRAS-CHAVE .....	34
4.1. Escolha de Palavras-chave.....	36
4.2. Landing Pages das Palavras-chave.....	38
5. OTIMIZAÇÃO ON-SITE .....	41
5.1. Título da Página (Title).....	43
5.2. Meta Tag Description.....	45
5.3. Meta Tag Keywords.....	48
5.4. URL .....	50
5.4.1. Parâmetros na URL.....	52
5.4.2. Domínio para Representações em Outros Países .....	54
5.5. Otimizando a Codificação de um Site .....	56
5.5.1. Declaração do Doctype.....	56
5.5.2. Validando o Código das Páginas do Site.....	57
5.5.3. Charset (Meta content-type) .....	60
5.5.4. Estilos de Formatação.....	62
5.5.5. Exportando Código JavaScript.....	64
5.6. Otimizando o Conteúdo de um Site .....	65
5.6.1. Evidenciando Títulos e Subtítulos.....	66
5.6.2. Uso do “Strong” como Destaque em Informações Importantes .....	69
5.6.3. Listas com Marcadores .....	70
5.6.4. Listas de Definição .....	71
5.7. Adequando Imagens na Otimização de Sites.....	73
5.8. Vídeos .....	77
5.8.1. Vídeos como Estratégia.....	78
5.9. Estrutura de Links.....	80

5.9.1. Links Internos .....	80
5.9.2. Links de Saída .....	83
5.9.3. Imagens Substituindo o Texto-âncora .....	84
5.9.4. Menus em Flash .....	84
5.10. Usabilidade Proporcionando Conversão .....	86
5.10.1. Convenções Navegacionais .....	89
5.10.2. Interface de Busca .....	91
5.10.3. Página 404: Recuperando-se de Erros .....	93
5.10.4. Migalhas de Pão .....	96
5.11. Bloqueando Diretórios Através de Robots.txt .....	98
5.12. Canonical Element .....	103
5.13. Sitemap.xml .....	104
5.13.1. Cuidados com Caracteres Especiais .....	106
5.13.2. Compactação de Sitemaps .....	107
5.14. Outras Páginas do Site .....	108
5.15. Blog .....	110
5.15.1. Estratégia de Blog para a Loja de Instrumentos .....	111
5.15.2. Ferramentas de Blog .....	113
5.16. Indexação de Outros Documentos .....	117
6. OTIMIZAÇÃO OFF-SITE .....	120
6.1. Link Building, Prospecção de Links de Forma Inteligente .....	122
6.2. Relacionamento com Outros Blogs .....	132
6.3. Fóruns de Discussão .....	133
6.4. Diretórios .....	135
7. REDES SOCIAIS .....	137
7.1. Colaboração como Vantagem Competitiva .....	138
7.2. Como Isso Pode Ajudar a Otimização de Sites? .....	140
7.3. Estratégia de Redes Sociais para a Loja .....	140

8. SERP DOMINATION .....	144
8.1. Resultado Identado .....	147
8.2. Resultados com Sitelinks .....	148
8.3. Subdomínios.....	150
8.4. Notícias .....	152
8.4.1. Evidenciando Boas Notícias.....	152
8.4.2. Como Tratar as Notícias Inconvenientes.....	153
8.5. Imagens e Vídeos.....	153
8.6. Mapas .....	155
8.7. Perfis de Redes Sociais em Resultados.....	158
9. MÉTRICAS .....	162
9.1. Indicadores para o Projeto de Otimização de Sites .....	165
9.1.1. Indicadores Operacionais.....	165
9.1.2. Indicadores Táticos.....	170
9.1.3. Indicadores Estratégicos .....	173
9.2. Google Analytics .....	174
9.2.1. Acessos de Busca Orgânica .....	176
9.2.2. Taxa de Rejeição.....	179
9.2.3. Comércio Eletrônico.....	180
10. FERRAMENTAS.....	184
10.1. Google Webmaster Tools .....	184
10.1.1. Termos de Pesquisa Mais Comuns .....	186
10.1.2. Links para o Site.....	187
10.1.3. Links Internos.....	187
10.1.4. Erros de Rastreamento .....	188
10.1.5. Sugestões de HTML .....	189
10.1.6. Sitemap.xml .....	190
10.2. Yahoo! Site Explorer .....	191

10.2.1. Explorando o Site.....	193
10.2.2. Feeds .....	194
10.3. Webmaster Center (Bing).....	195
10.3.1. Backlinks e Outbound Links.....	196
10.4. SEO Quake .....	198
10.4.1. Dados Completos Sobre Determinado Domínio.....	199
10.5. Free Monitor for Google.....	201
11. MUDANÇAS ESTRATÉGICAS.....	207
11.1. Plano de Mudanças.....	208
11.2. Integração das Áreas e Estratégias.....	211
CONCLUSÃO .....	213
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	217