

Guerreiro

SEO

John I. Jerkovic

Novatec

Sumário

Prefácio	13
CAPÍTULO 1 ■ Uma visão geral.....	20
Benefícios da SEO	21
Áreas nas SERPs	21
O fator confiança	23
Menor custo de propriedade.....	25
Desafios da SEO.....	26
Concorrência	26
Falta de garantias	26
Flutuações de ranques.....	26
Fatores de tempo.....	27
Estrutural organizacional.....	28
O processo de SEO.....	29
Fase de pesquisa	30
Fase de planejamento e estratégia	32
Fase de implementação	35
Fase de monitoramento.....	36
Fase de avaliação.....	37
Fase de manutenção.....	38
Alternativas à SEO	38
Anúncios pagos (ou links).....	38
Marketing tradicional.....	39
Resumo	39
CAPÍTULO 2 ■ Introdução aos mecanismos de busca.....	40
Mecanismos de busca que importam hoje: Google.....	41
Yahoo!.....	42
Bing	43
Tipos dos mecanismos de busca e diretórios web	44
Mecanismos de busca de primeiro nível.....	44
Mecanismos de busca de segundo nível	45
Mecanismos de busca regionais	45
Mecanismos de busca tópicos (ou verticais)	45
Mecanismos de busca baseados em web spiders	46
Mecanismos de busca híbridos.....	46
Mecanismos de metabusca	47
Diretórios web	48
Anatomia dos mecanismos de busca.....	48

Spiders, robôs, bots e crawlers.....	49
A interface de busca (ou consulta)	52
Indexação por mecanismos de busca.....	53
Classificação nos mecanismos de busca	54
Resumo	55
CAPÍTULO 3 ■ O essencial sobre websites	57
Opções de nome de domínio	58
Espaços nominais de nomes de domínio.....	58
Aquisição de nomes de domínio.....	61
Opções de hospedagem	67
Seleção de plataformas	68
Tipos de hospedagem.....	69
Design de site personalizado ou software de terceiros	73
Empregando desenvolvimento personalizado	73
Uso de software gratuito ou pago	78
Usabilidade do website.....	80
Considerações gerais.....	81
Considerações de vinculação (linking).....	81
Conheça sua demografia	82
Garanta compatibilidade com os navegadores	82
Crie layouts de página simples.....	83
Use formatação de página inteligente.....	83
Crie formulários HTML inteligentes	83
Otimize seu site em nome da velocidade	84
Teste a usabilidade do projeto de sua interface.....	84
Acessibilidade do website	84
Resumo	85
CAPÍTULO 4 ■ Fatores de classificação internos	86
Análise de SERPs	86
Fatores de classificação nas páginas.....	87
Palavras-chave na tag <title>	87
Palavras-chave na URL da página	89
Palavras-chave copiadas na página.....	90
Palavras-chave na tag <meta> de descrição	91
Palavras-chave nas tags de cabeçalho	92
Proximidade de palavras-chave.....	93
Proeminência de palavras-chave	93
Palavras-chave no link do texto âncora.....	94
Links de saída com qualidade	96
Idade da página web	97
Tamanho da página web.....	97
Fatores de classificação relativos ao site	98
Palavras-chave no nome de domínio.....	98
Tamanho ou quantidade do conteúdo.....	100

Considerações de vinculação (linking)	101
Novidade das páginas	104
Juntando as peças	104
Execução do script	104
Relatório HTML final.....	105
Resumo	107
CAPÍTULO 5 ■ Fatores de classificação externos.....	108
Links externos	108
Conheça seus referenciadores	108
Quantidade e qualidade de links externos.....	111
Links de saída quebrados	116
Como lidar com links quebrados.....	116
Padrões de comportamento de usuários.....	117
Análise da interface de consulta do mecanismo de busca.....	118
Google Analytics.....	119
Barra de ferramentas do Google	120
Lições de comportamento de usuário	121
Desempenho e idade do website	122
Desempenho do website.....	122
Idade do website	123
Resumo	124
CAPÍTULO 6 ■ Monitoramento de estatísticas web	125
Logs de servidor web e seus formatos.....	125
Formato NCSA Common	126
Formato NCSA Combined	127
Formato NCSA Combined no Apache.....	128
Conversão do W3C do IIS para o NCSA Combined.....	128
Como encontrar um Web Spider em seus web logs	128
Ferramentas populares de estatísticas web.....	129
Uso do WebLog Expert	130
Número de visitantes	130
Visitantes singulares versus total de visitantes.....	131
Número de acessos	131
Número de acessos às páginas	132
Referenciadores	132
Acessos (por referência) dos mecanismos de busca	133
Buscas/palavras-chave.....	134
Acessos de web spiders.....	134
Uso do AWStats	134
Uso do Webalizer	136
Como ligar buscas às páginas web individuais.....	140
Padrões dos web spiders	141
Padrões de usuários.....	142
Filtragem de dados específicos.....	144

Tipos de elementos das páginas web	144
Resumo	145
CAPÍTULO 7 ■ Google Webmaster Tools e Google Analytics	146
Google Webmaster Tools	146
Configuração do Webmaster Tools	146
Dashboard	147
Seção de configuração do site	148
Seção de seu site na web	151
Seção de diagnósticos	154
Google Analytics	156
Instalação e configuração	156
Navegação pelo Google Analytics	157
Dashboard	158
Fontes de tráfego	163
Conteúdo	163
Objetivos	164
Deficiências do Google Analytics	167
Resumo	169
CAPÍTULO 8 ■ Armadilhas para mecanismos de busca	170
Armadilhas em JavaScript	170
Conteúdo gerado por JavaScript	170
Links e menus dinâmicos em JavaScript	173
Ajax	175
Armadilhas para widgets dinâmicos	177
Uso de Flash	177
Uso de applets Java	178
Uso de controles ActiveX	179
Armadilhas HTML	180
Uso de frames	180
Uso de iframes	181
Uso de DIVs externos	184
Uso de texto gráfico	184
Páginas extremamente grandes	185
Problemas de HTML e formatação complexos	186
Armadilhas de desempenho do website	187
Páginas muito lentas	187
Páginas de erro	190
IDs de sessão e variáveis de URL	191
Páginas splash ou páginas Doorway	192
Robots.txt	193
Resumo	193

CAPÍTULO 9 ■ Protocolo de exclusão de robôs	194
Saiba mais sobre o REP	194
Rastreamento versus indexação.....	195
Por que proibir o rastreamento ou a indexação?	195
Mais sobre o robots.txt.....	200
Criação do robots.txt	200
Validação do robots.txt	201
Localização do robots.txt	201
Rastreadores importantes	201
Saiba mais sobre o formato do robots.txt	202
Diretrizes do Robots.txt	203
Diferenciação entre letras maiúsculas e minúsculas	207
Configurações comuns do robots.txt	208
Resumo das diretrizes do robots.txt	210
Metadiretrizes de robôs	211
Metadiretrizes HTML	211
Diretrizes de cabeçalho HTTP	213
O atributo de link nofollow	214
Como lidar com spiders mal-intencionados.....	214
Autenticação reversa de rastreador por DNS	214
Resumo	216
CAPÍTULO 10 ■ Sitemaps.....	217
Saiba mais sobre os sitemaps	217
Por que utilizar sitemaps?.....	218
Sitemaps em HTML	219
Geradores de sitemaps em HTML.....	220
Sitemaps em XML.....	222
Formato do sitemap em XML.....	222
Exemplo de sitemap em XML.....	225
Por que utilizar sitemaps em XML?.....	226
Recuperação automática de sitemaps em XML	227
Vários sitemaps em XML.....	227
Localização e nomenclatura dos sitemaps	228
Limitações dos sitemaps em XML.....	229
Geradores de sitemaps em XML	230
Validadores de sitemaps em XML	230
Apresentação de sitemaps em XML.....	231
Uso de outros tipos de sitemaps.....	235
Sitemaps em texto puro (listagens de URLs).....	235
Sitemaps de notícias.....	236
Sitemaps em RSS e Atom	236
Sitemaps móveis.....	236
Sitemaps em vídeos.....	237
Resumo	238

CAPÍTULO 11 ■ Pesquisa de palavra-chave	239
Estratégia de palavras-chave	240
Palavras-chave de cauda longa	241
Palavras-chave e linguagem	243
Importância da radiciação de palavras	243
Modificadores de palavras-chave	245
Indexação semântica latente (LSI)	247
Processo de pesquisa de palavras-chave	248
Estabelecimento de uma linha de base atual	248
Compile uma lista de rascunho de palavras-chave almejadas	249
Avalie suas palavras-chave	263
Finalize sua lista de palavras-chave	266
Implemente sua estratégia	266
Resumo	266
CAPÍTULO 12 ■ Construção de links.....	267
Precusores da construção de links.....	268
Comece cedo a construir sua reputação	268
Avalie a situação atual	268
Emule sua concorrência	269
Aquisição natural de links	270
Fontes de links e qualidade de links.....	270
Elementos da construção de links	270
Elementos básicos.....	270
Isca para links.....	271
Bookmarking social	274
Syndication no website	278
Diretórios	284
Adicione seus links a todos os lugares.....	287
Construa um site complementar.....	288
Resumo	289
CAPÍTULO 13 ■ Pesquisa e análise da concorrência	290
Como encontrar seus concorrentes	290
Pesquisa de concorrência com base em palavras-chave.....	291
Descoberta de palavras-chave adicionais de concorrentes.....	296
Pesquisa dos backlinks da concorrência	297
Análise de sua concorrência	299
Análise histórica	299
Presença na web e análise de tráfego web	300
Estimativa de tráfego do website	303
Estimativa da presença em redes sociais	305
Monitoramento de concorrentes	307
Auditoria do estado atual do concorrente.....	307
Monitoramento de estado futuro.....	308
Automatização da verificação de ranque em mecanismo de busca.....	309
Resumo	312

CAPÍTULO 14 ■ Considerações de conteúdo	313
Como tornar-se uma fonte	313
SEO preditiva	313
Conteúdo de curto prazo	315
Conteúdo de longo prazo	318
Balanço de conteúdo	319
Motivos de criação de conteúdo	319
Duplicação de conteúdo	320
Elemento de link canônico	320
Várias URLs	323
Indexação de conteúdo pormenorizada	325
Duplicação de conteúdo externa	325
Páginas semelhantes	326
Conteúdo em links profundos	326
Proteção de seu conteúdo	327
Verticais de conteúdo	328
Busca vertical	329
Resumo	332
CAPÍTULO 15 ■ O fenômeno das redes sociais	333
Plataformas sociais e comunidades	334
Blogs	334
Twitter	335
Sites de compartilhamento de conteúdo	338
Sites de bookmarking social	343
Sites de redes sociais	344
Estratégia de mídia social	347
Realize uma pesquisa	347
Formule sua estratégia	349
Implemente sua estratégia	349
Uso de automação	349
Criação de um agendador de tarefas para Twitter	350
O Google e os sites de mídia social	353
Buscas em tempo real	354
Pesquisa em tempo real do Twitter	355
Pesquisa em tempo real do OneRiot	355
Resumo	356
CAPÍTULO 16 ■ Marketing nos mecanismos de busca	357
O mundo da SEM	358
Plataformas PPC	358
Fundamentos do PPC	359
O processo da SEM	362
Google AdWords	365
Instalação do AdWords	365
Configuração da campanha	368

Tipos de correspondência de palavras-chave	373
Configuração do anúncio	377
Testes no AdWords	380
Dicas do AdWords	383
Google AdSense	385
Configuração do AdSense.....	386
Rendimentos do AdSense	386
Configuração de website no AdSense	387
Dicas do AdSense.....	388
SEM e SEO em uníssono	389
Apuração de palavras-chave de SEO com testes em PPC.....	389
Seleção de palavras-chave melhores	390
Resumo	390
CAPÍTULO 17 ■ Spam de mecanismos de busca	391
Saiba mais sobre o spam de mecanismos de busca.....	392
O que constitui spam de mecanismo de busca?	392
Spam de mecanismos de busca detalhado	394
E se meu site for penalizado por spam?	404
Resumo	406
CAPÍTULO 18 ■ A agitação do mercado	407
Bing.....	407
A ferramenta Keyword Dashboard.....	408
SearchWiki	409
O SearchWiki em ação	409
Benefícios do SearchWiki	411
Sobre preocupações quanto ao SearchWiki	411
O atributo de link nofollow	411
Formato	412
Pensamentos adicionais.....	412
Como encontrar a agitação.....	413
Sites relacionados à SEO fornecidos pelos mecanismos de busca	413
Sites de blogs	414
Resumo	415
APÊNDICE A ■ Listagens de scripts	416
APÊNDICE B ■ Servidores ping.....	480
APÊNDICE C ■ Ambiente de programação	483
Índice remissivo	505