

Introdução ao SEO

Seu guia rápido às práticas eficientes
de SEO

Aravind Shenoy
Anirudh Prabhu

Novatec

Original English language edition published by Apress, Copyright © 2016 by Apress, Inc.. Portuguese-language edition for Brazil copyright © 2016 by Novatec Editora. All rights reserved.

Edição original em Inglês publicada pela Apress, Copyright © 2016 by Apress, Inc. Edição em Português para o Brasil copyright © 2016 pela Novatec Editora. Todos os direitos reservados.

© Novatec Editora Ltda. 2016.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/1998. É proibida a reprodução desta obra, mesmo parcial, por qualquer processo, sem prévia autorização, por escrito, do autor e da Editora.

Editor: Rubens Prates

Tradução: Lúcia A. Kinoshita

Revisão gramatical: Priscila A. Yoshimatsu

Editoração eletrônica: Carolina Kuwabata

ISBN: 978-85-7522-527-1

Histórico de impressões:

Outubro/2016 Primeira edição

Novatec Editora Ltda.

Rua Luís Antônio dos Santos 110

02460-000 – São Paulo, SP – Brasil

Tel.: +55 11 2959-6529

E-mail: novatec@novatec.com.br

Site: www.novatec.com.br

Twitter: twitter.com/novateceditora

Facebook: facebook.com/novatec

LinkedIn: linkedin.com/in/novatec

Sumário

Sobre os autores.....	13
Sobre o revisor técnico.....	14
Agradecimentos.....	15
Introdução.....	16
Capítulo 1 ■ Introdução ao SEO	18
O que é SEO?.....	19
Vantagens do SEO.....	19
Desafios do SEO	23
SEO black hat versus SEO white hat	25
SEO on page e off page.....	26
Resumo	28
Capítulo 2 ■ Ferramentas de busca	29
Evolução das ferramentas de busca	30
Processos e componentes das ferramentas de busca.....	34
Web crawling.....	34
Indexação	36
Consultas de busca	37
Como as ferramentas de busca funcionam	39
Diretórios web	41
Resumo	42
Capítulo 3 ■ Classificação em SEO	43
SEO on page	44
Otimização de tags de título.....	44
Metapalavras-chaves e metadescrições.....	48
Tags de cabeçalho (h1, h2, h3, h4, h5 e h6)	49

Conteúdo atraente.....	50
Otimização de imagens e mídia interativa	52
Links de saída e internos	52
SEO on site	53
Otimização de URL	54
Mapas de site	55
Confiança no domínio e domínios locais	56
Otimização de sites móveis e sites responsivos	57
Velocidade de carga de sites.....	58
SEO off page.....	59
Mídia social.....	59
Uso de blogs	60
Localização e citações	61
Links de entrada	61
Resumo	62

Capítulo 4 ■ Introdução às ferramentas do Google63

Google My Business.....	63
Google AdWords Keyword Planner	66
Google Trends	67
PageSpeed Insights.....	68
Google Analytics	70
Google Search Console	75
Search Appearance (Aparência da pesquisa)	78
Search Traffic (Tráfego de pesquisa).....	78
Google Index (Índice do Google).....	80
Crawl (Rastreamento)	81
URL Parameters (Parâmetros de URL).....	82
Security Issues (Problemas de segurança).....	82
Site Settings (Configurações do site)	82
Resumo	83

Capítulo 5 ■ Obstáculos em SEO84

SEO black hat.....	84
Conteúdo irrelevante.....	86
Visando o público-alvo incorreto	86
Concorrência	86
Menosprezando as mídias sociais como um meio	87

Ignorando a UX em seu site	87
Ausência de mapas de site XML e HTML	87
Carga de página demorada	88
Usando Flash em seu site	88
Problemas de acessibilidade com JavaScript	89
AMP	90
Resumo	92

Capítulo 6 ■ Mapas de site 93

Tipos de mapas de site	94
Diferenças entre mapas de site HTML e XML	94
Fazendo a escolha	97
Criando um mapa de site	98
Geradores populares de mapas de site	102
MindNode	102
WriteMaps	103
Dyno Mapper	104
Resumo	104

Capítulo 7 ■ Pesquisa e estratégia para palavras-chaves 105

Tipos de palavras-chaves	107
Cabeça	107
Corpo	107
Cauda longa	108
Fontes para encontrar palavras-chaves	108
Avaliando a concorrência	112
SpyFu	113
SEMrush	113
MozBar	114
SEOquake	115
Dando um impulso em seu SEO on page usando palavras-chaves e termos de cauda longa	116
Resumo	118

Capítulo 8 ■ Link building 119

Fatores importantes para link building	120
Relevância	120
Confiabilidade e popularidade	121
Links de mídia social	121

Conteúdo interativo	121
Spams.....	122
Autoridade de domínio	122
Conteúdo atraente ao usuário.....	123
Links e conteúdos recentes	123
Recursos e utilitários para link building.....	123
Estratégia baseada em conteúdo	124
Campanhas de divulgação por email	125
Métodos para postagem de convidado	126
Fóruns, feeds RSS e uso de blogs	127
Mídia social, marcadores sociais e diretórios web.....	129
Criação de redes de conexões com pessoas influentes e especialistas no assunto.....	129
Pesquisa baseada na concorrência.....	130
Ferramentas para link building.....	131
OpenLinkProfiler.....	132
Alltop	132
Flickr.....	133
Resumo	134
Capítulo 9 ■ Considerações sobre o conteúdo	135
Fatores a serem considerados quanto ao conteúdo e à implementação subsequente	135
Relevância	136
Inserção de palavras-chaves.....	137
Títulos e subtítulos	137
Links de saída.....	137
Listas e fontes	138
Revisões e plágios	138
Conteúdo intuitivo e de alta qualidade.....	139
Ferramentas usadas para consideração e manutenção do conteúdo	140
Digg.....	140
Quora.....	140
LinkedIn Pulse.....	141
Copyscape	142
Resumo	143

Capítulo 10 ■ Utilitários e ferramentas para SEO 144

Pesquisa e análise de palavras-chaves.....	145
Soovle.....	145
WordStream	145
Übersuggest.....	146
Crawlers para rastreamento profundo do site	147
Screaming Frog Spider.....	148
DeepCrawl	148
SEO Crawler de Rob Hammond	149
Link building, remoção e análise de links	150
Majestic SEO	150
Open Site Explorer.....	151
Rmoov.....	152
Velocidade do site	153
GTmetrix.....	153
DareBoost.....	154
Geração e otimização de conteúdo.....	155
Grammarly	155
Siteliner	156
Hootsuite	157
BuzzSumo	158
Auditorias em sites.....	159
SEO SiteCheckup.....	159
WooRank	160
Resumo	161

Capítulo 11 ■ Marketing em mídias sociais e SEO 162

Implementando o SMM.....	162
Redes populares de mídia social	164
Facebook	164
LinkedIn	166
Google+	167
Twitter.....	168
Pinterest	169
YouTube	170
Yelp.....	171
Foursquare	171
Resumo	173