

OTIMIZAÇÃO DA PRESENÇA DO SITE



Objetivo

Aumentar a visitação através da colocação da URL no topo das listas dos *search-engines*.

Comentário

Este *ranking* relativo é visto, geralmente, como a luta para utilizar as palavras-chave (descritores) que melhor descrevem o *site*, em vez de uma luta para fazer melhor do que a competição.

Estratégia

Buscar nos principais *search-engines*, através das palavras-chave escolhidas, os *sites* que lideram a lista.

Analísá-los para descobrir como superá-los na hora da indexação (naturalmente que isto exclui *spamming*).

PASSOS A SEGUIR



nº 0

É possível estar consistentemente entre os 10 *top sites* nos *rankings* dos principais *search-engines* e diretórios mas é preciso entender que os resultados mudam quase que semanalmente em consequência da competição, portanto, monitoramento e reconstrução são importantes.

Lembre-se, além destas estratégias, existem outras, relativas ao design, listas de *e-mail*, criação de *banners*, etc. que auxiliam na popularização e promoção de um *site*.

nº 1 - Identifique seus concorrentes

Usando as palavras-chave que se espera que os usuários potenciais utilizem para localizar seu *site*, crie uma lista das 5 URLs do topo de cada lista dos principais *search-engines*.

nº 2 - Use o *link tracking* para localizar os *links* p/ aquela *URL*

Isto pode indicar a existência de diretórios e outros lugares com os quais você deseja fazer parcerias, i.e., se eles “linkam” para sua concorrência, você há de querer que “linkem” para o seu *site* também. Para descobrir estes *links*, utilize nos *search-engines* consultados a *URL* do *site* como descritor, pois ela precisa existir no *tag* do *link*.

nº 3 - Identifique os descritores utilizados

Se não existirem meta *keywords* no *site* investigado, é provável que elas estejam ocultas por *scripts* do servidor que submetem páginas geradas por CGIs para proteger as palavras chave ou ocultar uma carga muito grande delas.

nº 4 - Repita de 1 a 3 até esgotar todas as palavras-chaves

Mantenha a consistência nos uso das palavras na busca: palavra1, palavra2, palavra3, etc. em todos os *search-engines*. Depois, palavra2, palavra3, palavra1, etc. de novo.



nº 5 - Combine palavras-chaves baseado na frequência

Se você acabar por obter uma lista muito grande de descritores, coloque-os em ordem descendente de importância. Utilize sinônimos e palavras que ajudam a esclarecer ou refinar o sentido. Por exemplo, “capital” também admite capital intelectual, etc. Procure usar o radical das palavras mais importantes. Considere também os possíveis erros de ortografia e inclua-os. Lembre-se, o uso repetido de uma palavra nos meta *tags* pode fazer com que o *search-engine* ignore ou diminua o peso daquela palavra. Outra boa idéia é utilizar as palavras-chave nos ALT *tags*.

O que deve ser evitado:

- repetição de palavras;
- palavras sem relação c/ o *site*;
- meta *refresh tags*;
- texto escondido com a mesma cor do *background*;
- duplicação das pgs em diferentes URLs;
- utilização de descritores pouco utilizados.





nº 6 - Use um TITLE bem descritivo

É importante que o campo *TITLE* seja ocupado por palavras que repitam as palavras-chave, que sejam descritivos e diferentes para cada URL. E utilize-as também no conteúdo de texto do *BODY* do *site*, pois alguns *search-engines*, como o Excite, não contabilizam as meta *tags*.

Outra prática eventualmente útil é colocar os descritores com a primeira letra em maiúscula. Alguns mecanismos de busca privilegiam as palavras iniciadas por letras em caixa alta.

nº 7 - Registre-se, não aguarde ser encontrado

Os robots dos *search-engines* buscam os documentos por servidores e por *links* entre os documentos. Estes programas possuem também uma periodicidade variável. É de boa prática registrar-se em todos eles e ter o cuidado de não adicionar mais do que 5 URLs por dia (vá em ordem hierárquica), porque alguns consideram *spamming* registrar um volume maior de URLs do mesmo *site*. A maioria destes lugares também não registrará mais do que 25 endereços por diretório, por isto é de boa prática criar subdiretórios no *site*, caso este seja grande.



nº 8 - Refine sua lista de descritores e use-a com consistência

Procure usar os descritores mais importantes de forma consistente: nas meta *tags*, campo de *TITLE*, *ALT tags*, nome de imagens e no corpo do texto*. Ex:

```
<HTML> <HEAD>
<TITLE>Veleiro de Quilha Retrátil </TITLE>
<META NAME = " keywords" CONTENT=" Quilha retrátil, Veleiro, Barco" >
<META NAME=" description" CONTENT=" Estaleiro fabricante de barcos
veleiros com quilha retrátil para navegação em águas rasas" >
</HEAD> <BODY>
<IMG SRC=" quilha-retratil.jpg" ALT=" Veleiro de Quilha Retrátil" >
<!-- COMMENT: Esta é uma página sobre barcos, em especial sobre veleiros
que possuam uma quilha que seja retrátil -->
```

(texto falando do estaleiro etc etc etc)

```
</BODY>
</HTML>
```

~~~~~  
\*Insista com o *webdesigner* para usar esta estratégia.

### **nº 8 - (ainda neste tópico)**

Alguns *search-engines* consideram *spamming* a EXATA duplicação das palavras na lista das *keywords* e retiram aquela(s) URL(s) de sua lista., Portanto, repita-as mas não na mesma ordem e, de preferência, crie sentenças, para que existam outras palavras entre elas. O InfoSeek ignora o texto nas *tags* de *comment* mas os demais não e, por esta razão, é uma boa idéia utilizá-los. Aqui também é um bom lugar para esconder as “variações” decorrentes de erros de ortografia mais comuns das suas principais palavras.

Outra boa prática é colocar sempre as tags das dimensões de HEIGHT/ WIDTH nas imagens quando quiser que o texto seja mostrado antes que elas apareçam, em vez de ter o usuário esperando que todas as imagens sejam “carregadas” antes de mostrar seu conteúdo. Ex:

```
<IMG SRC= "quilhazinhas.gif" HEIGHT= 5 WIDTH= 400>
```

Ao registrar uma URL, utilize os mesmos descritores da pg. Faça isto 1 vez por mes nos *sites* indexadores e/ou faça um *update* regular de seus documentos. Nos catalogadores, uma vez é suficiente.



### **nº 9 - Confira os *search-engines* regularmente**

Antes de mais nada, pode levar até duas semanas para que a sua URL seja incorporada no banco de dados disponibilizado. Depois disso, faça buscas regulares e compare a sua *performance* e colocação com a dos concorrentes.

### **nº 10 - Refine e expanda suas palavras-chave**

Retorne ao item 1 e recomece o processo sempre que sua posição nas listas estiver ameaçada.

**LEMBRE-SE:** Marketing é essencial mas, sem o design adequado, seus clientes em potencial não irão retornar ao *site*. Escolha sempre comunicar informação em vez de colocar efeitos especiais tecnologicamente impressionantes mas demorados e irrelevantes. Alguns *browsers* na plataforma WINTEL + antigos poderão ter um *crash* quando o som está *enabled*, razão pela qual muitos usuários o desligam. Estima-se que no mínimo 20% dos *web-users* não *enable* nem mesmo os gráficos, quanto mais os *plug-ins* de *java script*, *flash*, etc.. Está também comprovado que as animações diminuem as vendas. EVITE-AS!

