



10 ERROS DE SEO A EVITAR NO SEU NOVO WEBSITE

LATIGID¹

A BELEZA NÃO É TUDO

Criar um novo website, ou redesenhar o atual, não deve ser um mero exercício estético.

A componente visual é importante para captar a atenção dos visitantes, mas se eles não chegam lá, ou se têm uma má experiência de navegação, ter o site mais bonito do mundo não vai fazer qualquer diferença.

Neste ebook, vamos falar-lhe sobre o lado menos conhecido dos sites, a otimização para motores de busca, e mostrar-lhe 10 erros de SEO que deve evitar na criação do seu novo site.



O QUE NÃO FAZER



1. NÃO PENSAR EM SEO DESDE O INÍCIO

Muitas vezes, a grande preocupação de quem cria um novo website é que ele fique maravilhoso, cheio de vídeos, animações e fotografias, mas, na verdade, isso não chega para garantir tráfego.

É cada vez mais importante envolver uma equipa de SEO na criação da estrutura do novo site, de forma a garantir que os elementos mais importantes para a otimização dos motores de busca são tidos em consideração desde o início do projecto.

Desta forma, todo o processo vai ser mais eficiente, uma vez que não vai ser necessário voltar atrás no design ou na programação caso o website não seja SEO-friendly.

2. NÃO FAZER UMA AUDITORIA AO SITE ATUAL

Antes de acabar de vez com o seu site antigo, deve fazer uma análise daquilo que estava a funcionar ou não. Aqui estão algumas métricas que deve ter em conta:

- Número de visitas/visitantes/visitantes únicos (média mensal);
- Keywords com melhor performance (em termos de ranking, tráfego e geração de leads);
- Número de domínios linkados para o seu site;
- Número total de páginas indexadas;
- Número total de páginas que recebem tráfego.

3. NÃO IDENTIFICAR (NEM INCLUIR) AS KEYWORDS MAIS PESQUISADAS

O SEO tem mudado muito nos últimos anos e colocar o máximo de keywords possíveis numa página já não funciona. Se quer [atrair tráfego para o seu site](#), preocupe-se em utilizar as keywords o mais naturalmente possível.

Ou seja, crie conteúdo relevante, que responda ao que os seus potenciais clientes estão a procurar nos motores de busca, e em escrever palavras que eles próprios vão usar para o encontrarem.

Olhe para as keywords que poderão gerar mais tráfego e foque-se em criar conteúdo à volta de cada uma.

4. NÃO CONFIGURAR OS REDIRECIONAMENTOS 301

Um redirecionamento 301 é um redirecionamento permanente de um URL para outro. Quer esteja a mudar o nome do domínio ou a reestruturar URLs, configurar o redirecionamento 301 é crucial para garantir que os URLs antigos são transferidos para os novos.

Ou de uma forma mais simples: imagine que o seu site atual tem uma página chamada “Equipa” e outra chamada “Cultura”. Se, no seu site novo, quiser fundir estas duas páginas numa só, chamada “Sobre Nós”, por exemplo, deve fazer um redirecionamento 301 das páginas antigas para a nova.

Desta forma, vai manter o ranking que o seu site já tinha adquirido anteriormente e certificar-se que os visitantes não vão parar a uma página 404 (o famoso aviso de “página não encontrada”).



5. NÃO PENSAR NA ESTRUTURA DOS URL

Se o seu website tem URLs gigantes e indecifráveis, reestruturá-los deve ser uma das suas prioridades na construção do novo site.

Tal como os visitantes, os motores de busca preferem URLs que lhes permitem perceber em que página se encontram ou que conteúdo vão encontrar.

Ou seja, em vez de “nomedaempresa.pt/5fsg677sjd0snss”, deve certificar-se que os URLs do seu novo site estão organizados e separados por hífen: “asuaempresa.pt/onde-estamos”, por exemplo.

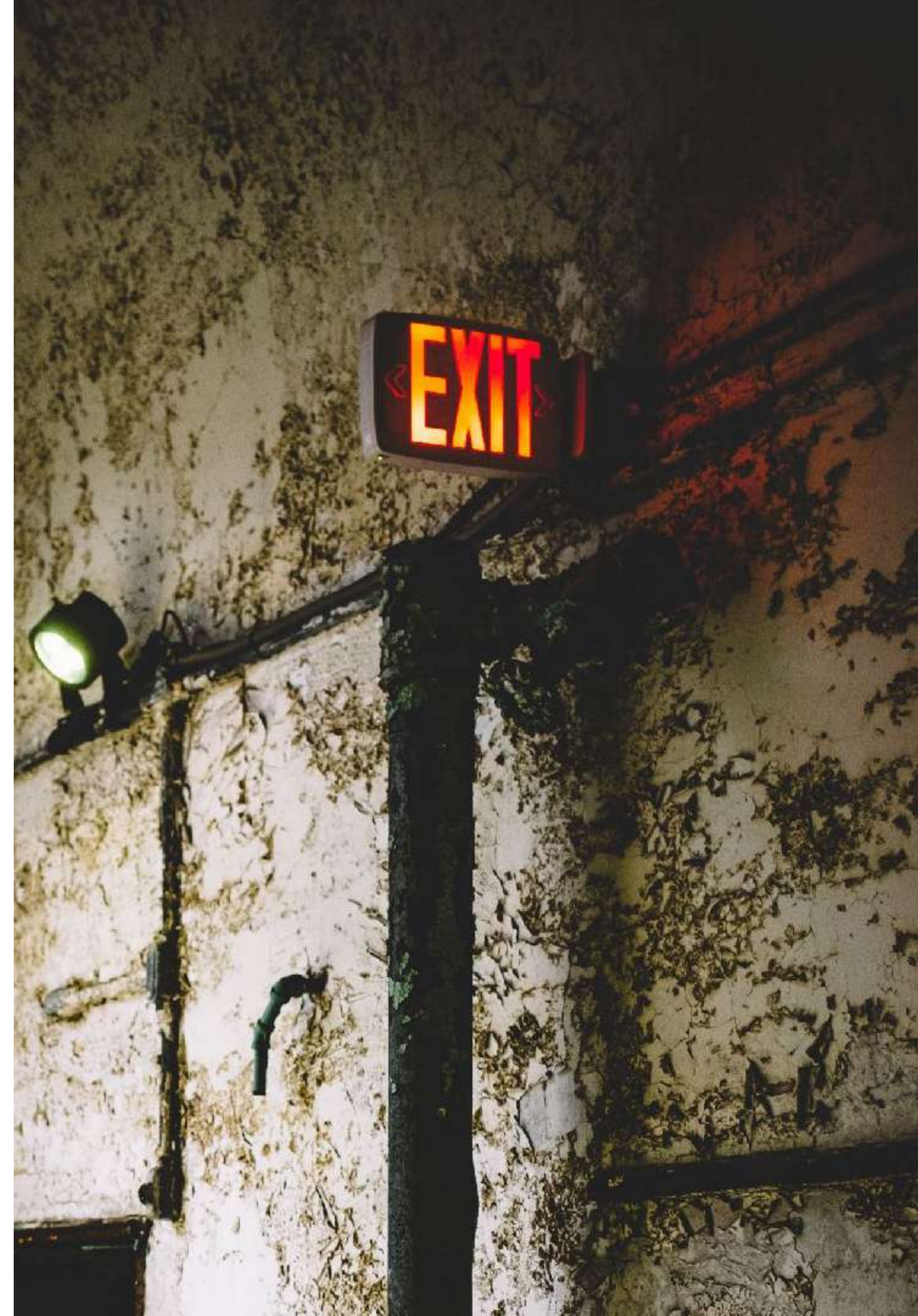
Desta forma, vai garantir que os URLs do seu novo site estão otimizados para UX e motores de busca.

6. TER BACKLINKS DUVIDOSOS

Ter backlinks (links de outros sites que direcionam para o seu) de sites de confiança ajuda a melhorar a reputação do seu website e a torná-lo mais relevante para os motores de busca, mas os backlinks nem sempre são positivos.

Imagine que tem backlinks de sites de spam. Esses links são considerados de baixa qualidade pelos motores de busca e vão penalizar o seu ranking.

A criação de um novo website é a altura ideal para analisar os backlinks e remover os mais duvidosos. Se usa o Google Webmaster Tools, pode identificar os links que não interessam e removê-los.



7. NÃO IMPLEMENTAR RESPONSIVE DESIGN

Hoje em dia, não faz qualquer sentido criar um site que não seja responsive. É mau para os utilizadores, que vão ter uma má experiência de navegação, e para os motores de busca, que vão penalizá-lo nas pesquisas.

Uma das muitas vantagens é que os sites com responsive design apresentam os mesmos URLs para todos os dispositivos, o que faz com que os rastreadores do Google consigam encontrá-los e apresentá-los mais facilmente.

Isso vai fazer com que sejam mais Google-Friendly e, por consequência, mais apresentados nas pesquisas.



8. NÃO DESBLOQUEAR O ACESSO DOS MOTORES DE BUSCA

Passados meses de estratégia, criação de layouts e programação, chega finalmente o momento em que o seu novo website vai ver a luz do dia. Mas há um pequeno problema: quando procura o seu novo e maravilhoso site no Google, ele não aparece! E agora?

Calma, é muito provável que tenha bloqueado o acesso dos motores de busca ao seu site durante a fase de criação e se tenha esquecido de o desligar.



9. ESQUECER-SE DE ACRESCENTAR ANALYTICS AO SEU SITE

Sem um software de analytics, nunca vai conseguir comparar a performance do seu novo site com a do antigo.

Deve começar a reunir informação assim que o seu novo site é lançado. Se não o fizer, não vai saber se a sua estratégia de keywords está a resultar, se a estrutura de URLs permite uma fácil navegação aos seus visitantes ou se o conteúdo que criou é relevante.

Quantos mais dados tiver, mais fácil será perceber o que está a funcionar ou não.



10. NÃO PENSAR COMO UM SER HUMANO

A tendência dos motores de busca é tornarem-se cada vez mais “humanos” na forma como procuram, processam e mostram informação aos utilizadores.

Com o aparecimento dos assistentes virtuais nos sistemas operativos, as pesquisas efetuadas vão ser cada vez mais conversadas e fluídas. E isso muda a forma como deve definir as suas keywords e conteúdos.

A Google já não se preocupa em mostrar os resultados que as empresas tentam promover, mas sim aqueles que sabe que vão responder melhor às pesquisas dos utilizadores.



A composite image featuring a construction site. The top half shows several yellow tower cranes against a clear blue sky with a flock of birds in the upper left. The bottom half shows a large building under construction, completely encased in a dense network of dark metal scaffolding. A section of the building at the bottom is covered with a brown tarp.

O tempo gasto a construir uma boa estrutura para um site pode trazer um retorno até 10 vezes maior.

— *Darren Varndell* —

CONCLUSÃO



A NÃO ESQUECER

Um site é muito mais do que um espaço para falar sobre si e sobre a sua empresa. Se quer realmente trazer pessoas até ao seu site, deve dar tanta atenção à criação de uma boa estratégia de SEO como à vertente gráfica.

Além da estratégia de SEO, deve focar-se também na criação de conteúdo relevante para os seus potenciais clientes, utilizando keywords específicas e construindo conteúdo à volta de cada uma.

No fundo, um site é como uma cidade: pode ser a mais segura, limpa, animada e bonita do mundo, mas se não tiver estradas para trazer as pessoas, ninguém vai conseguir chegar lá!

ESTAMOS AQUI PARA SI

Hoje em dia, quase todas as empresas têm o seu próprio site, mas a verdade é que muitas delas não têm qualquer estratégia de geração de tráfego ou de SEO nem de criação de conteúdo, o que as torna invisíveis para os seus potenciais clientes.

Se sente que o site da sua empresa não está a obter os resultados que esperava ou pretende criar um novo, tão forte em SEO como em design, faleconnosco@latigid.pt ou descubra o outro lado do digital em www.latigid.pt.

SABER MAIS

EBOOK GRATUITO - 17 MITOS SOBRE SEO

Neste ebook, mostramos os mitos mais comuns sobre Search Engine Optimization, de forma a poder criar uma estratégia de SEO que traga resultados para a sua empresa.

Carregue na imagem para fazer download do ebook e obter respostas a estas e outras questões:

- Será que as meta descriptions são realmente importantes para o SEO?
- É preferível ter mais links ou mais conteúdo?
- O inbound marketing e o SEO podem funcionar em conjunto?



SOBRE NÓS



O OUTRO LADO DO DIGITAL

Somos uma agência digital que aposta na criação de conteúdos relevantes para atrair, converter e fidelizar clientes com as marcas, através de estratégias de [inbound marketing](#) que permitem ganhar o interesse das pessoas em vez de o comprar.

Ao contrário do marketing tradicional, que usa estratégias de telemarketing, email marketing e anúncios (muitas vezes intrusivos) para chegar aos seus clientes, ajudamos as marcas a colocarem os conteúdos certos, nos locais certo, à hora certa, tornando-se uma referência na área e conquistando a confiança de potenciais clientes.

 Estratégia Digital

 Criação de Conteúdos

 Social Media

 SEO

 Email Marketing



LATIGID⁷
o outro lado do digital.