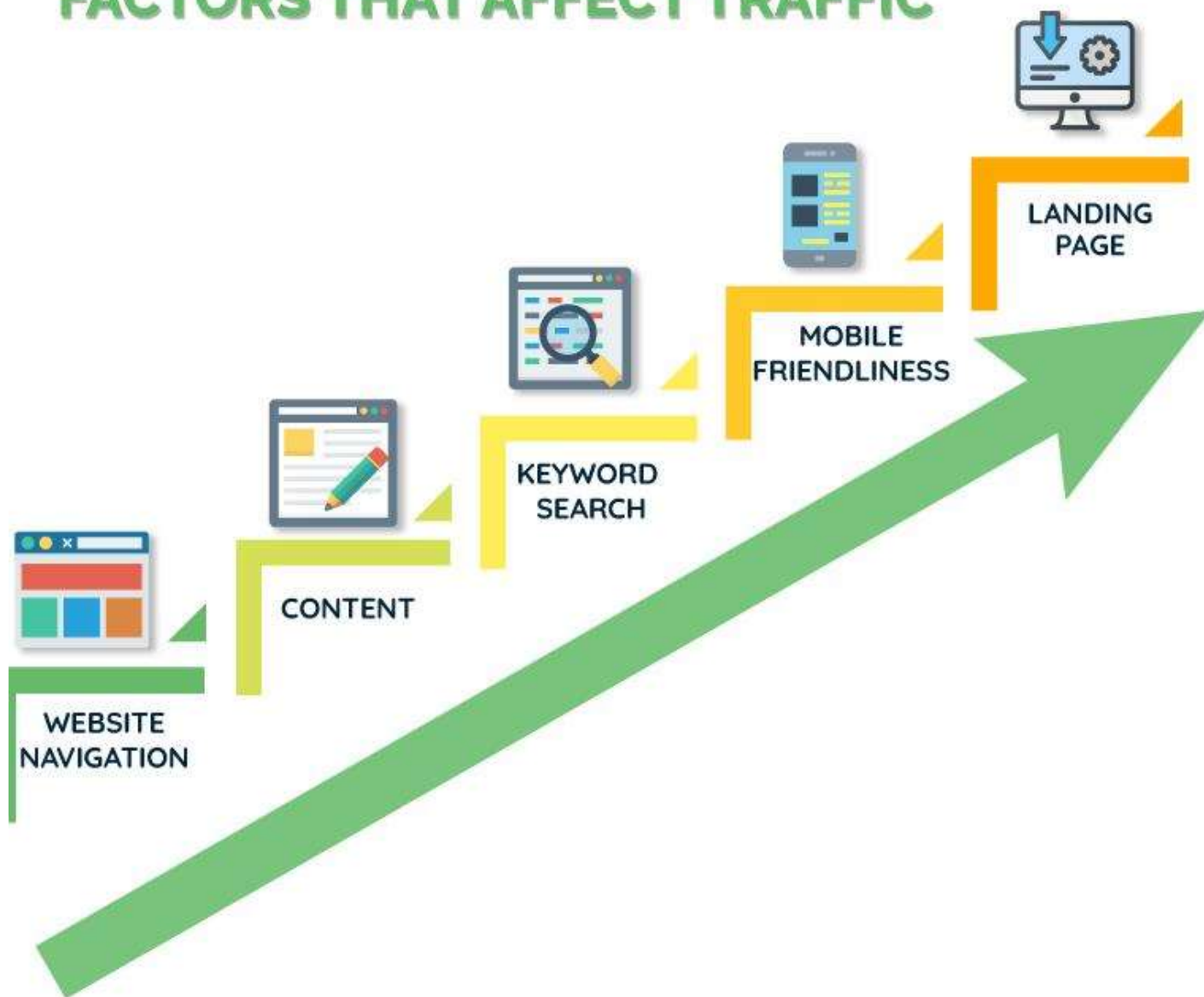


Dicas poderosas para obter mais tráfego de S.E.O.

FACTORS THAT AFFECT TRAFFIC



Cada profissional de marketing tem como objetivo obter mais e mais tráfego para seu conteúdo por meio de SEO. O tráfego é importante, mas mais importante é a **qualidade desse tráfego**. Se o visitante de um site ficar à procura de uma determinada palavra-chave e estiver praticamente sujeito a um conteúdo diferente e irrelevante, é provável que ele saia rapidamente. Isso prejudicará o valor do conteúdo e afetará negativamente a credibilidade.

O tráfego orgânico é mais significativo do que o tráfego pago. Isso ocorre porque o tráfego orgânico chega ao seu site através da página de resultados do mecanismo de pesquisa (SERPs) diretamente com a influência apenas da qualidade do conteúdo. O tráfego orgânico é resultado de uma boa classificação nos mecanismos de pesquisa e da promoção de conteúdo por eles. É importante porque, diferentemente do tráfego pago, não há nenhum direcionamento especial envolvido nele.

SEO é o sistema de suporte de conteúdo. Sem o outro, SEO e conteúdo permanecem incapazes de realizar todo o seu potencial. O desafio com o SEO é garantir que, com os inúmeros uploads na internet todos os dias, o conteúdo seja destacado para os usuários mais relevantes. A seguir estão as dicas que podem ajudar a conseguir isso:

1. Otimize a navegação e a arquitetura do site

O sucesso de um site está diretamente relacionado ao quanto as pessoas **confiam em seu conteúdo**. A confiança aumenta quando o site e todas as páginas relacionadas apresentam uma mensagem clara ao usuário sem confundir-lo. Além da aparência e estética do site, o fator de confiança de um site também depende de sua facilidade de navegação.

Imagine que um site tenha um design não uniforme, o texto esteja ilegível ou a fonte esteja muito alta. Tudo isso faz uma pessoa perder sua confiança na credibilidade do conteúdo e, eventualmente, sai do site.

Portanto, **um site bem equilibrado** é uma necessidade; e uma certa uniformidade no detalhamento de seus elementos essenciais para construir uma reputação positiva.

2. Forneça mais valor através do conteúdo

A importância do conteúdo não pode ser enfatizada o suficiente. Mas o que é conteúdo de qualidade e como você obtém?

Bem, conteúdo de qualidade aborda os problemas do usuário final. Por exemplo, se seus usuários finais são uma comunidade de amantes de animais de estimação, o conteúdo deve ser relevante para suas aspirações e gostos específicos.

O conteúdo direcionado provavelmente será recebido melhor que o aleatório. As pessoas hoje têm pouco tempo e precisam ser abordadas com cuidado. Esse princípio ajuda bastante na criação de conteúdo com base em qualidade e valor.

3. Palavras-chave de cauda longa

Usar palavras-chave é um pouco complicado. Não existe um tamanho único para todos. Por um lado, o uso de palavras-chave de alta ocorrência pode parecer benéfico, mas, por outro lado, a concorrência por palavras-chave de alta ocorrência pode ser enorme e, portanto, a vantagem pode ser perdida.

Em vez das palavras-chave comuns, pode-se melhorar usando palavras-chave estreitamente ligadas ao conteúdo e que visem criar um espaço distinto para ele. Mais frequentemente, as pessoas usam frases nos mecanismos de pesquisa, em vez de palavras simples, e essas frases podem ser usadas como frases-chave das meta descrições.

4. Garanta um design otimizado para mobile / celular

O Google anunciou recentemente seu índice 'mobile-first'. De acordo com esse novo índice, um site será classificado bem se for considerado adequado para um dispositivo móvel e não para o desktop.

Se não for projetado adequadamente para dispositivos móveis, um site pode perder significativamente seus usuários, porque quase 50% das pesquisas são realizadas em dispositivos móveis. Um design otimizado para celular pode pavimentar o caminho para isso.

5. Simplifique a página de destino

A primeira impressão de uma empresa é apresentada ao usuário por meio da página de destino. E as primeiras impressões contribuem bastante para o desenvolvimento da confiança em relação aos negócios. Uma landing page é uma introdução aos negócios para a comunidade e precisa ser persuasiva e ao mesmo tempo prática.

O foco não deve ser apenas as conversões, mas também o valor que pode ser oferecido ao cliente. Algumas considerações a serem observadas:

A página responde às perguntas do usuário?

Os próximos cliques são relevantes?

O conteúdo é compartilhável?

O usuário pode navegar facilmente para o produto / serviço?

Resumo

O SEO não deve ser considerado um saco de truques que podem ativar o tráfego em um site assim. Ele precisa ser incorporado no site desde o início, da navegação até ao design. Além disso, a peça central do SEO é sempre o conteúdo. Ao fazer o SEO, todos esses fatores devem ser considerados e o caminho a seguir deve buscar uma abordagem integrada.

Fonte: **C y r i l G u p t a** Adapt