



Ebook

# Como a **performance** do seu site influencia nas suas **metas**



# Sumário

<b>1. Para quem recomendamos este e-book?</b>	4
<b>2. Introdução</b>	5
<b>3. Por que você deve melhorar a performance do seu site e qual é a relação entre performance e as metas da sua empresa?</b>	6
• A importância da pesquisa orgânica no acesso do seu site	6
• Os critérios utilizados pelo Google para classificar sites	8
• Qualidade do conteúdo	8
• Autoridade do site	9
• Velocidade e performance	9
• Responsividade (mobile friendly)	9
• Segurança	9
• Palavras-chave	10
• Arquitetura do site	10
<b>4. Velocidade do site</b>	10
• Como analisar a velocidade	11
• Page Speed Insights	11
• GTMetrix	11
• Como melhorar a velocidade a partir dessa análise	12
• Melhorias dentro do site	12
• Otimização de imagens	12
• Atualização de plugins e WordPress	13
• Configure o cache do site	13
• Cuidado com seu tema WordPress	13
• Minificar HTML, CSS e JavaScript	14
• Plugins para otimizar seu site	14
• Melhorias fora do site	17
• Escolha um bom servidor	17
• Utilize um CDN	18

# Sumário

<b>5. Otimizar SEO</b>	18
• O que é SEO e para que serve?	19
• Estratégias de SEO	19
• Otimização da arquitetura do site e do seu conteúdo estrutural	19
• Otimização do conteúdo em blog	20
• Link Building (construção de links)	21
• Gestão de redes sociais	21
• Anúncios no Google (busca paga)	22
• Ferramentas de análise de SEO	22
• Google Analytics	22
• Search Console	23
• SemRush	23
• Ubersuggest	24
<b>6. Conclusão</b>	25
<b>7. Conheça a Studio Visual / Como a Studio Visual pode ajudar sua empresa?</b>	26

## Para quem indicamos este ebook?

Desenvolvemos este ebook de nível básico/intermediário, para empreendedores, empresários e profissionais do marketing digital em geral.

Nosso principal objetivo é atualizá-los sobre a importância da otimização e da performance do site, tanto do ponto de vista estrutural, como de conteúdo, além de passar dicas e estratégias para uma melhor performance do site e, conseqüentemente, uma boa classificação nos mecanismos de busca do Google.





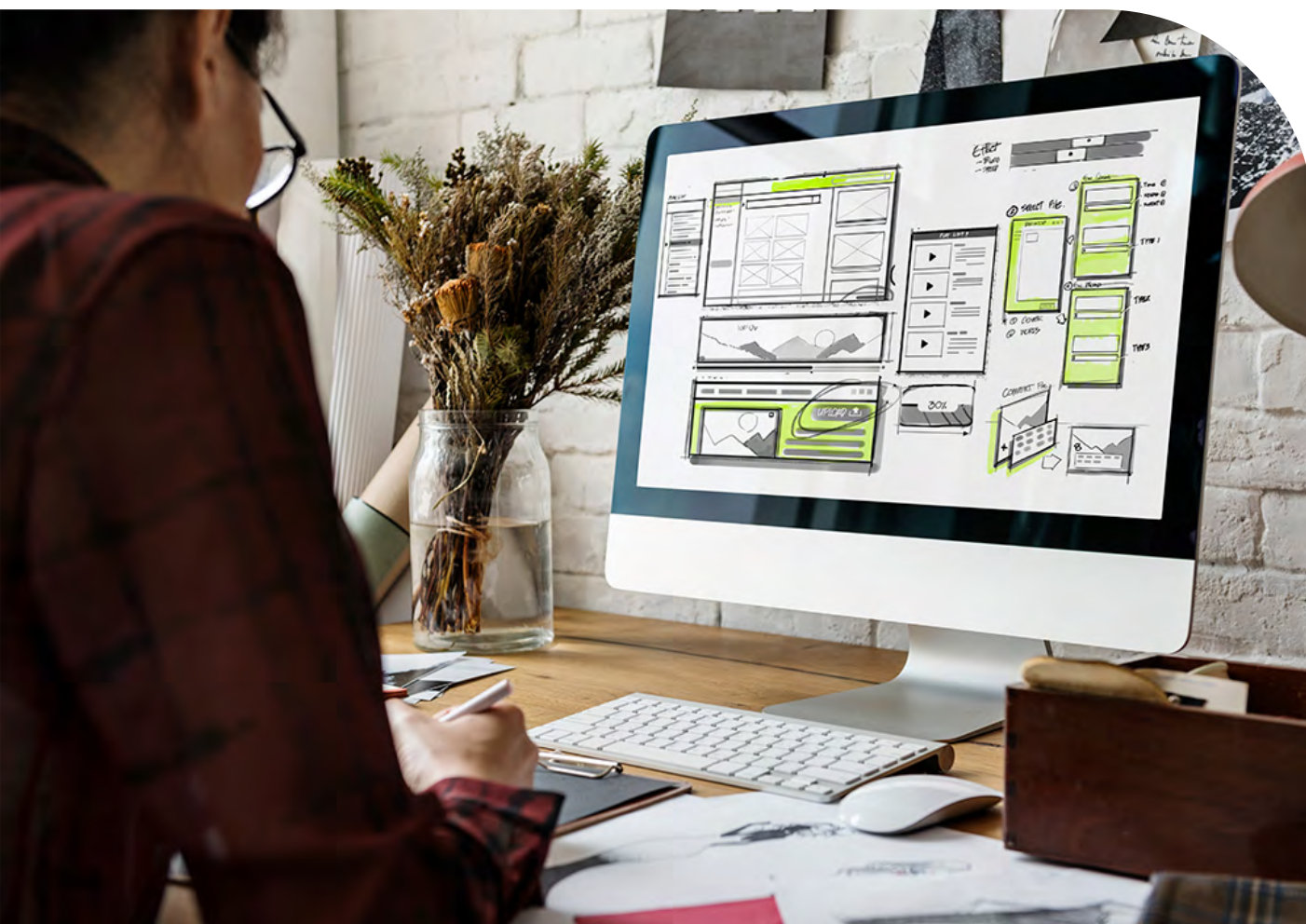
# Introdução

**O site é o local final para o qual você levará seus clientes potenciais para o fechamento de negócio.**

Além de ser uma representação da sua empresa no ambiente online, ele também pode ser um ponto de venda, seja de produtos ou serviços.

Pensando nisso, é fundamental que o seu site esteja com uma estrutura profissional, **boa performance** e estratégias aplicadas de SEO. Para que, dessa forma, consiga classificar a sua empresa entre os primeiros resultados da busca do Google, conseguir muito tráfego e conversões.

**Para que isso aconteça, um site veloz e otimizado para SEO é fundamental.**



# Por que você deve melhorar a performance do seu site e qual é a relação entre performance e as metas da sua empresa?

Primeiramente destacamos que um site lento, de baixa performance, afasta rapidamente os usuários.

As pessoas estão cada vez mais objetivas e sem paciência para lentidão, demora no carregamento e na entrega daquilo que acessam.

Além disso, a performance influencia na classificação da empresa nos mecanismos de busca, a velocidade de carregamento é um dos critérios de classificação do seu conteúdo.

Logo, um site lento influenciará em uma quantidade menor de conversões e baixa classificação nos mecanismos de busca.

**Mas, por que eu deveria me preocupar com a classificação que o meu site recebe nos mecanismos de busca, como o Google?** Entenda mais a seguir.

## A importância da pesquisa orgânica no acesso do seu site

Podemos considerar o site da empresa como o ponto final, para onde o usuário vai conhecer a sua empresa, ou ter o primeiro contato com ela até comprar seu produto/serviço.

Normalmente trata-se do objetivo final, é o canal para o qual queremos levar nossos potenciais clientes para uma relação maior com a sua empresa, e no melhor dos casos, para uma conversão (lead ou venda)

**Existem diversas formas de levar os usuários da internet para o seu site (meios de aquisição).**

**Dentre elas, destacamos:**

- Anúncios pagos nas redes sociais
- E-mail marketing
- Redes Sociais
- Blog
- Busca orgânica
- Busca paga (anúncios no Google)

Para que o site receba uma grande quantidade de tráfego, recomendamos que você trabalhe todos os canais de aquisição citados acima.

De qualquer forma, destacamos que provavelmente o canal que lhe trará um maior retorno no número de usuários que visitam o site é a pesquisa orgânica.

**Vale destacar que além de trazer uma quantidade enorme de usuários até o seu site, a pesquisa orgânica possui uma outra grande vantagem: é gratuita.**

Sites que estão em primeiro lugar nos resultados de pesquisa orgânica, não gastam um centavo com anúncios para isso. Eles aparecem entre os primeiros resultados pela aplicação de estratégias de SEO (escolha das melhores palavras-chave, criação de conteúdo relevante, original e que gere interesse no usuário). Além da qualidade de estrutura, velocidade de carregamento do conteúdo do site e outros itens relevantes que são avaliados pelos mecanismos de busca.

Para qualquer empresa presente na internet, estar entre os primeiros classificados no mecanismo de busca é uma das estratégias mais relevantes do marketing digital, tendo em vista que a busca por informações no Google é uma das principais formas de se decidir uma compra hoje em dia.

## Os critérios utilizados pelo Google para classificar sites

Constantemente o Google faz atualizações no seu algoritmo e repassa para a comunidade da internet o que são essas atualizações e como preparar o seu site para elas.

As mudanças são constantes e influenciam na classificação de todos os sites.

O que ficou claro (tendo em vista todas as atualizações de algoritmo já feitas até hoje), é que o Google busca, acima de tudo, entregar informação de qualidade para o usuário final. O que isso quer dizer?

Que o Google dá preferência para sites e textos feitos por especialistas, que possuem informação de qualidade e que seja original. Além da qualidade do conteúdo, ele também se preocupa com a forma com que este conteúdo é apresentado.

Sites com baixa visibilidade, lentos e não responsivos, costumam ser penalizados, já que dificultam o consumo desse conteúdo pelo usuário, que sairá frustrado por não ter conseguido consumir esse conteúdo de forma apropriada.

Tudo que falamos aqui tem como base as comunicações de atualizações de algoritmos do próprio Google, assim como estudos de empresas especializadas em SEO, que testam e colocam em prática estratégias variadas, buscando boas classificações para seus sites.

Entre as principais estratégias de SEO, defendidas por empresas especializadas em SEO, tais como a Moz, SemRush, Ahrefs, destacamos:

### • Qualidade do conteúdo

Como citamos acima e devemos sempre ressaltar, o conteúdo é primordial e será sempre a principal estratégia de qualquer empresa quando falamos em marketing digital. Por isso, produza um conteúdo que seja original e valioso para o seu usuário, ou seja, um conteúdo de qualidade. Esse é o principal fator de ranqueamento do Google.



### • **Autoridade do site**

O Google elabora uma pontuação que define a autoridade de diferentes sites, essa pontuação é baseada em diversos fatores, tais como:

- . Quantidade de links externos qualificados apontando para o seu site;
- . Quantidade de menções nas mídias sociais;
- . Idade do domínio na internet (sites mais antigos costumam receber uma avaliação melhor);
- . Quantidade de buscas que a marca que representa o site recebe.

### • **Velocidade e performance**

Outro critério super importante de avaliação do Google é a velocidade e capacidade de performance do site. Um site muito lento, que afasta o consumidor dele, acaba sendo penalizado pelo Google. Por isso, é fundamental pensar em otimização constante de performance.

### • **Responsividade (mobile friendly)**

Estamos falando de mais um ponto estrutural do site que influencia na qualidade e classificação do mesmo nos mecanismos de busca.

Vivemos em uma sociedade cada vez mais mobile, o acesso à internet por dispositivos móveis já ultrapassou o acesso via desktop. Se o seu site ainda não é responsivo, ou seja, adaptado para telas menores, está extremamente desatualizado e conseqüentemente será penalizado na classificação do Google.

### • **Segurança**

O Google busca exibir nos seus resultados de pesquisa, sites que entregam aquilo que o seu usuário procura e que também ofereçam um ambiente seguro para esse usuário.

Sites com problemas de segurança, que colocam o usuário e suas informações de acesso em risco, são penalizados.

### • **Palavras-chave**

As palavras usadas na estrutura e conteúdo do site são as principais responsáveis pela classificação e identificação do Google sobre o que se trata a empresa.

Palavras que são muito usadas por usuários ao pesquisar o mercado em que você atua, devem ser trabalhadas constantemente no site, para que você esteja entre os principais resultados de buscas relevantes em seu segmento.

### • **Arquitetura do site**

Quando falamos da arquitetura do site, estamos falando sobre sua estrutura principal, ou seja, suas páginas principais, basicamente aquelas que se encontram no seu menu principal e todos os sub-menus subsequentes.

Uma estrutura bem pensada, de acordo com palavras-chave relevantes para o seu negócio, podem gerar boas classificações para o site no Google.



**Tanto o trabalho da arquitetura como das palavras-chave em si, são de responsabilidade dos profissionais de SEO e são fundamentais para o sucesso da sua empresa na internet.**

## **Velocidade do site**

Neste eBook nosso foco está em otimizar o seu site no que diz respeito à sua velocidade, performance e classificação nos mecanismos de busca. Como falamos anteriormente, a velocidade é um dos critérios mais importantes para a classificação do seu site nos mecanismos de busca, como o Google.

Pensando nisso separamos algumas dicas valiosas que vão melhorar a velocidade do site da sua empresa, e conseqüentemente a sua classificação. Vamos às dicas?

## Como analisar a velocidade

Para realizar a análise completa da velocidade do seu site como um todo recomendamos o uso de duas ferramentas poderosas, online e gratuitas, são elas:



Ferramenta excelente e gratuita do Google, o PageSpeed Insights faz análises da velocidade de carregamento e performance do seu site, tanto em dispositivos mobile, como no desktop (a velocidade pode variar de um meio para o outro).

Nessa ferramenta você não apenas faz a mensuração da velocidade do site, como também recebe diagnósticos e dicas de possíveis edições. Basicamente, por meio dessa ferramenta, você faz a auditoria do seu site e recebe dicas de soluções estruturais e de programação para melhoria. Uma estrutura bem pensada, de acordo com palavras-chave relevantes para o seu negócio, podem gerar boas classificações para o site no Google.



Outra ferramenta excelente e gratuita para análise de performance do site. Por meio dela você também recebe dicas de como melhorar essa performance, seja otimizando imagens, códigos de programação, entre outros. Ela seria um complemento da PageSpeed Insights, recomendamos o uso das duas basicamente aquelas que se encontram no seu menu principal e todos os sub-menus subsequentes.

## Como melhorar a velocidade do site a partir dessa análise

Existem diversas formas de melhorar a velocidade do site, as soluções de velocidade podem variar de um site para outro, por isso é interessante o uso das ferramentas citadas acima, em busca de soluções personalizadas para o seu projeto.

De qualquer forma, iremos enumerar a seguir, as principais soluções para aumentar a velocidade do seu site. Aquelas mais comumente usadas e que apresentam excelentes resultados no que diz respeito à melhora da performance.

### Melhorias dentro do site

Primeiramente, vamos falar nas melhorias que podem ser aplicadas dentro da área administrativa do seu site. Confira:

#### • Otimização de imagens

Essa dica é fundamental, já vimos diversas empresas pecarem no tamanho das imagens e arquivos que carregavam dentro dos seus sites. O tamanho do conteúdo interno do site tem muita influência na velocidade do mesmo. Por isso, nossa primeira recomendação é essa: otimize o tamanho e conseqüentemente o peso das imagens que são carregadas no site.

Por exemplo, imagens em alta resolução não são necessárias, na verdade, imagens em alta resolução são usadas para impressão e não para projetos web.

Arquivos de imagens em que suas dimensões ultrapassam 2000 pixels, seja de altura ou largura, são totalmente dispensáveis.

Mais importante do que analisar o tamanho das imagens, é considerar o peso do arquivo total. Para ter ideia, imagens com mais de 5Mg (mega-bytes) são extremamente desnecessárias tendo em vista que o ambiente web exige uma resolução muito menor.



Carregue imagens de preferência em formato JPEG e em tamanhos menores, sem abrir mão da qualidade dela, mas não exagere na qualidade e peso da imagem (lembrando que uma imagem pesada não possui, necessariamente, uma alta resolução).

### • **Atualização de plugins e arquivos da área administrativa**

Plugins desatualizados podem ser prejudiciais para o seu site como um todo, isso porque as atualizações são feitas para melhorar o desempenho e segurança desse plugin e conseqüentemente do seu site.

Lembre-se, sempre que for fazer atualizações no site, faça um backup antes de atualizar, isso evita que potenciais problemas nessa atualização que façam você perder todo o site.

### • **Configure o cache do site**

Outra estratégia importante para otimizar a performance é habilitar o cache do seu site para o servidor do usuário que volta a visitá-lo.

Dessa forma, o conteúdo do site irá carregar mais rapidamente para o usuário que está visitando o site novamente.

Isso ocorre pois o cache faz com que parte do seu site já esteja salvo no navegador do usuário, sem que este precise carregar todas as informações de conteúdo, como na primeira vez em que visitou o site.

### • **No caso de sites em WordPress, tome cuidado com os temas utilizados**

Alguns temas prontos para sites em WordPress são extremamente pesados por possuírem diversos recursos complexos, alguns inclusive já vem com mídias pesadas (fotos, vídeos, etc), isso pode fazer com que seu site também fique muito pesado.

Além disso, sempre ressaltamos a importância de nunca usar temas ou plugins falsificados, de autoria duvidosa, já que eles podem estar infectados com malwares que não apenas prejudicam a performance do seu site, mas colocam em risco toda a estrutura do site e do servidor.

### • **Minificar HTML, CSS e JavaScript**

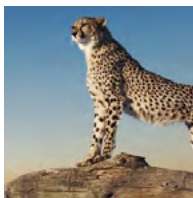
Minificar é uma das técnicas mais úteis se você quer melhorar o desempenho do seu site. Na tentativa de reduzir o tamanho dos arquivos do front-end e scripts (HTML, CSS, JS) removendo caracteres desnecessários, como espaços e comentários destes arquivos para diminuir seu tamanho e peso.

### • **Plugins para otimizar seu site WordPress**



Plugins são ferramentas extremamente potentes e interessantes de se trabalhar para otimizar o WordPress, eles são elaborados por toda uma comunidade de desenvolvedores WordPress.

#### **Entre os principais plugins para otimizar o seu site, destacamos:**



#### **WP Fastest Cache**

Trata-se de um dos melhores plugins para trabalhar o cache do seu site. Como citamos acima, a configuração do cache é fundamental para o rápido carregamento do site para visitantes que retornam a ele.

O WP Fastest Cache é um plugin simples de se usar e que gera bons resultados na performance do site.



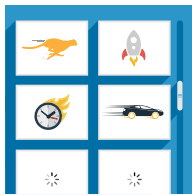
### Smush

Esse plugin auxilia na questão da compactação e otimização das imagens do seu site. Ela basicamente faz a compressão e diminuição dos arquivos de imagem sem que para isso a qualidade da imagem seja diminuída.



### WP Health

Este plugin coloca em prática a maioria das análises de otimização que citamos no artigo. Você instala no seu site e a partir disso ele analisa os principais problemas que o mesmo está apresentando, seja em relação ao SEO, segurança ou velocidade do site.



### Lazy Load

Esse plugin faz com que o conteúdo que não está visível ao usuário não seja carregado. Ele muda a ordem de carregamento do site, e o foco vai todo para o conteúdo que está visível na página do usuário. Trata-se de uma estratégia bem interessante para o aumento da velocidade do site, já que apenas o conteúdo necessário será carregado, aumentando assim a velocidade de processamento.

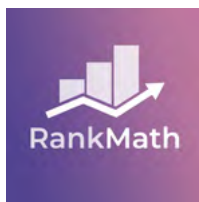


### **Yoast SEO**

Um dos melhores plugins do WordPress quando o assunto é SEO, ele é responsável pela análise das páginas do site no quesito ranqueamento e indexação nos mecanismos de busca.

Além de analisar a qualidade das páginas para SEO ele oferece dicas e soluções que irão lhe auxiliar na busca de uma melhor classificação no Google.

O uso dessa ferramenta é fundamental, por exemplo, para blogs que trabalham constantemente com diferentes palavras-chave na busca de uma boa classificação no Google.



### **WP Health**

Possui a mesma funcionalidade do Yoast SEO, ou seja, facilita o processo de criação de blog posts e páginas do site, pensando em técnicas de SEO e formas de classificar o seu site entre os primeiros resultados de busca. Podemos considerar esta ferramenta um pouco mais completa do que a sua concorrente Yoast, por possuir funcionalidades gratuitas que só são encontradas na versão paga da Yoast. Tais como a análise de mais de uma palavra-chave principal dentro de uma mesma página e o trabalho de Schema Markup, possibilitando que sua página apareça nos resultados de pesquisa com formatos que vão além do tradicional resultado de texto.





## Melhorias fora do site

### • Escolha um bom servidor

Por incrível que pareça o servidor que você escolhe para hospedar o seu site influencia nas estratégias de otimização.

Isso porque existem diversos tipos de servidores onde o seu site pode se hospedar, entre os principais destacamos: a hospedagem compartilhada, o servidor VPS, servidor dedicado e o servidor cloud.

Diferentes tipos de servidores influenciam em diferentes performances no seu site já que cada um possui uma capacidade de carregamento diferente.

Logo, servidores de alta qualidade, como no caso do servidor cloud e dedicado, trarão mais velocidade e segurança para o seu site.



## • Utilize um CDN

CDN (Content Delivery Network em português: Rede de Fornecimento de Conteúdo) é um termo que descreve um sistema de servidores otimizados localizados em diversas partes do mundo que estão interligados através da internet e que trabalham de modo transparente para fornecer a entrega rápida de conteúdos para os usuários.

**Utilizando um CDN o desempenho do site é melhorado pois a conexão ocorrerá por um servidor geograficamente mais perto do visitante. Os serviços de CDN mais usados são: CloudFlare e Sitelock CDN.**

## Otimizar SEO

O foco desse eBook era a performance e velocidade do site, tendo em vista o seu impacto nos resultados do site da sua empresa. Porém, não podemos deixar de falar sobre SEO, já que ele também interfere nesses resultados e faz parte das estratégias de otimização para melhorar seus resultados.



SEO está dentro de estratégias de otimização de conteúdo e são fundamentais para a classificação do site nos mecanismos de busca, saiba mais a seguir:

## O que é SEO e para que serve?

Objetivamente falando, o termo **SEO** se refere a “**Search Engine Optimization**”, na tradução literal significa: “**Otimização para Mecanismos de Busca**”.

Indo além da tradução literal, podemos considerar que SEO envolve todas as estratégias para alavancar o seu site ou o seu blog nas páginas de busca da internet, como no Google.

O trabalho de SEO é feito para que, quando as pessoas pesquisarem determinados termos (palavras-chave) no Google, encontrem entre os primeiros resultados da busca o seu site!

Para isso, trabalha-se com otimizações estruturais e de conteúdo, no site ou blog da sua empresa.

## Estratégias de SEO

Para que o termo fique mais claro buscamos alguns exemplos práticos de estratégias de SEO utilizadas para melhorar a posição do site nos mecanismos de busca.

### • **Otimização da arquitetura do site e do seu conteúdo estrutural**

Muitos desenvolvedores utilizam estratégias de SEO para a preparação do conteúdo do site. Dos seus textos, títulos, menus principais e sub-menus. Isso porque a parte estrutural de um site é analisada pelo Google e já influencia na classificação do mesmo nos mecanismos de busca.

Para isso, o profissional de SEO pesquisa pelas principais palavras-chave relacionadas àquela empresa, normalmente palavras que remetem aos serviços ou produtos prestados pela mesma.

Esse profissional consegue analisar quais são as principais pesquisas feitas pelo público-alvo no Google, o que procuram, quais palavras usam para buscar os serviços oferecidos pela empresa e quais são as principais dúvidas relacionadas ao segmento em que a empresa atua. A partir dessa pesquisa, todo o projeto do site é direcionado para ser construído utilizando na sua estrutura essas palavras.

Tudo isso é feito para que o seu negócio seja um dos primeiros a aparecer como resultado de pesquisa do Google.

### • **Otimização do conteúdo em blog**

Praticamente o mesmo trabalho realizado na otimização da arquitetura do site também pode ser feito para o blog da empresa.

A diferença do SEO em blog, quando o comparamos com o SEO estrutural do site, é que ele permite que você explore palavras-chave mais amplas e que as trabalhe de uma forma mais criativa e dedicada. Por exemplo, nele você pode criar um texto totalmente focado em responder alguma dúvida específica do mercado em que sua empresa atua, ou então fazer um estudo de caso de algum projeto desenvolvido por sua empresa.

Além disso, no blog, dedica-se toda uma estrutura complexa de textos em cima de uma palavra-chave específica. Com isso, conseguimos resultados mais expressivos no ranking do Google.

O blog também pode ser considerado uma forma de utilizar e trabalhar em uma frequência maior uma palavra-chave (já que vários textos novos podem ser publicados no seu site por meio dele, com uma alta frequência).

Trata-se de uma estratégia fundamental quando falamos de SEO, inclusive recomendamos que você busque mais informações sobre o que é blog, e também sobre plataformas onde ele normalmente é desenvolvido, como o WordPress.



## • **Link Building (construção de links)**

Uma estratégia relevante quando falamos de SEO é a construção de links para o seu site.

Essa construção, para ser eficiente, deve ser feita internamente (links internos do seu site) e externamente (links externos, provenientes de sites e páginas de outras empresas).

Isso é importante porque trata-se de outro fator analisado pelo Google ao fazer a classificação do seu site nos seus mecanismos de busca.

Quanto mais sites na internet fazem links direcionados para o seu site (backlinks), melhor você será visto pelo Google.

Isso porque ele interpreta que, se existem outros sites “falando” sobre o seu site, é porque você provavelmente é uma autoridade no assunto.

Ele também interpreta que o conteúdo oferecido por você é relevante, ao ponto de outros sites e empresas falarem sobre ele.

Já quando falamos sobre links internos, O Google utiliza-os para avaliar quais páginas do seu site são mais importantes.

Resumidamente, aquelas páginas com o maior número de links internos dentro do seu site, costumam se destacar para o Google.

## • **Gestão de redes sociais**

A gestão de redes sociais está dentro das estratégias de marketing digital, porém elas também podem ser extremamente relevantes para o SEO quando essas ajudam a aumentar o número de visitas no seu site.

Sim, a quantidade de visitas no site também é um critério de avaliação e classificação do Google.

Por isso, quanto mais pessoas você conseguir levar para o seu site, proveniente de diferentes locais da internet, melhor será para a classificação dele nos mecanismos de busca.

## • Anúncios do Google (busca paga)

Os anúncios pagos no Google são uma forma extremamente rápida de colocar o seu site entre os primeiros resultados de pesquisa do mecanismo de busca.

Nesse caso você paga para o Google colocar o seu site entre os primeiros resultados de determinadas palavras-chave que você considera importantes para o negócio.

Por exemplo, suponhamos que você tenha um restaurante japonês na cidade "X" e você quer que ele apareça para as pessoas logo quando elas pesquisam por "restaurante japonês na cidade X".

Pelos anúncios pagos do Google, você pode ser um dos primeiros resultados a aparecer para as pessoas que pesquisam por esse termo, o que pode ser extremamente benéfico para o seu negócio.

## Ferramentas de análise de SEO

Para colocarmos as estratégias de SEO citadas acima em prática, recomendamos o uso de algumas ferramentas, dentre elas destacamos:

### • Google Analytics

Análise de dados é fundamental, e quando se trata da análise das visitas que o seu site gera, o Google Analytics é a melhor plataforma para isso. A plataforma lhe oferece análises interessantes, como o local de onde vem suas visitas, análise do público visitante, tempo que ele gasta dentro do site, entre outros dados.

Para usar a plataforma basta você acessar o Google Analytics, e acessar o painel administrativo da plataforma, copiar o código oferecido por ele e colar no "header" do seu site.

É um processo que podemos considerar simples para ser implementado no site, você pode executá-lo por conta própria ou pedir para que o desenvolvedor do seu site o faça.

Para mais informações sobre esse processo acesse:

[Como configurar o Google Analytics no seu site.](#)

### • **Search Console**

Outra plataforma excepcional oferecida gratuitamente pelo Google é o Search Console, ela também é focada na análise do seu site, porém de uma forma bem mais voltada para o SEO do mesmo.

Nessa plataforma você irá analisar quais são as palavras-chave que os usuários da internet estão utilizando para chegar até o seu site.

Ela também analisa a velocidade e responsividade do seu site (que também são critérios de SEO), quais são os links externos direcionados ao seu site, e também os links internos dele.

### • **SemRush**

O SemRush está entre as ferramentas mais interessantes para análise e pesquisa de palavras-chave.

Por meio dessa ferramenta você conseguirá descobrir quais são os termos e palavras mais utilizados pelo seu público-alvo ao buscar informações relacionadas à sua empresa.

#### **Algumas das suas principais funcionalidades são:**

- . Exibição de volume de buscas para determinados termos;
- . Ranking de dificuldade para se posicionar entre os primeiros resultados;
- . Informações sobre os sites concorrentes que estão em primeiro lugar para determinadas palavras-chave;
- . Sugestões de palavras e termos semelhantes àqueles que são muito buscados pelo seu público.

Recomendamos que essas pesquisas pelo SemRush sejam sempre realizadas antes do desenvolvimento de qualquer site e antes do desenvolvimento de qualquer blog post.



**Faça tudo de forma planejada, escolhendo aqueles termos que melhor atendem às necessidades do seu potencial cliente.**

### • **Ubersuggest**

O Ubersuggest é uma opção semelhante ao SemRush, inclusive o objetivo das ferramentas é o mesmo: pesquisar palavras-chave que serão interessantes de se trabalhar no seu site ou blog.

A ferramenta também oferece excelentes recursos de pesquisa, e seu maior diferencial quando a comparamos com o SemRush é o fato dela ser totalmente gratuita.



## Conclusão:

Estratégias voltadas à otimização do site se tornaram fundamentais tendo em vista que estamos dentro de um mercado online cada vez mais competitivo.

Ter um site com alta performance, estrutura profissional e conteúdo (SEO) adaptado para boas classificações nos mecanismos de busca, são diferenciais fundamentais para que a sua empresa possa se destacar na internet.

Recomendamos que a sua empresa busque sempre a excelência na estrutura do site. Afinal, trata-se da representação dela no ambiente web, podendo inclusive se transformar no seu principal canal de vendas (para muitas grandes empresas, como Magazine Luiza, as vendas nas lojas virtuais já ultrapassaram as vendas das lojas físicas).

Em tempos de crise, em que muitas empresas não conseguem atender seus clientes nos pontos físicos, os pontos de atendimento digitais se tornam cada vez mais importantes.

Trate a sua loja online ou o seu site institucional com o mesmo cuidado que você teria com a sua loja física ou com o ponto físico da sua empresa, pensando que ele pode lhe ajudar até mais quando o assunto é conversão e aquisição de novos clientes.

**O conteúdo deste eBook, quando aplicado de maneira correta no site da sua empresa, trará grandes benefícios e vantagens competitivas na internet.**

Você se **interessou** pelo conteúdo, mas quer **ir além**?



O que você acha de receber uma **avaliação gratuita** do seu site, oferecido pela **Studio Visual**?

[Quero receber uma avaliação gratuita](#)



# Conheça a **Studio Visual**

A Studio Visual é uma das principais empresas de desenvolvimento web do mercado nacional. Entre os nossos clientes destacamos grandes players, tais como, Totvs, Serasa Experian, Dotz,

Roche,

Anhembi Morumbi, entre outros.

Desde 2001 atuamos com uma grande equipe de desenvolvedores e processos de criação e manutenção de sites extremamente profissionais.

**Entre em contato conosco para mais informações.**



**+55 11 2339-5205**

**contato@studiovisual.com.br**

Siga-nos

