

# Curso Completo



de Seo

# Curso Completo de SEO

A equipe SEO Master elaborou um detalhado curso de [SEO](#) para aprimorar seus conhecimentos e impulsionar seu site rumo aos primeiros resultados do Google.

Esse **curso de SEO** é um dos mais completos já feitos em língua portuguesa, onde são abordados os principais assuntos relacionados à otimização de sites. Todas as aulas são bem didáticas, compostas por exemplos práticos, o que facilita bastante a sua compreensão.

Para quem não está muito familiarizado com Search Engine Optimization, sugerimos a leitura do [artigo de SEO](#), de Thiago Bacchin, editor do portal [SEM Brasil](#). Dentre os vários benefícios por ele citado em seu artigo, destacamos os seguintes:

- Aumento gradativo em visitas, podendo alcançar até 6000% de crescimento;
- É a forma mais econômica de atingir clientes potenciais;
- Posiciona o site nos resultados naturais (orgânicos) dos sites de busca, que têm a preferência de cliques dos internautas;
- Traz um tráfego de alta qualidade, segmentado;
- Possui alto índice de conversão, cinco vezes maior do que uma visita gerada por um banner.

Lembrando que futuramente estaremos adicionando novas aulas, portanto não esqueça de realizar seu [cadastro](#) para se manter informado.

É importante ressaltar também que os dados presentes nas aulas são dinâmicos, como Page Rank e posicionamento dos sites nos mecanismos de busca. Logo, estão sujeitos à possíveis alterações, possuindo um caráter apenas ilustrativo.

Faça bom proveito do curso!

**Curso SEO -> Aula 1 -> SEO & Palavras-Chave**

## Escolhendo e otimizando palavras-chave de forma correta

[SEO - Search Engine Optimization](#) (em português, em português, otimização de sites para mecanismos de busca) trata-se do processo de otimizar uma ou mais páginas de um site a fim de que estas possam ficar bem posicionadas na lista dos resultados de pesquisas feitas em sites como Google e Yahoo. A página que apresenta os resultados para uma busca é chamada de SERP - Search Engine Results Page.

A idéia é bem simples: faça uso das [melhores práticas de SEO](#) para que seu site fique

bem posicionado nos mecanismos de busca e, desta forma, fazer com que as pessoas cheguem até você ao realizarem suas buscas na Internet. É sobre estas práticas e como as utilizar que vamos falar no decorrer deste curso.

Vamos agora a um exemplo bastante didático a respeito de quais são os primeiros passos a seguir quando se cria um site, independente do qual seja o assunto.

**Obs:** No decorrer do curso, você perceberá que não serão explicadas teorias e nem muito blá blá blá... Vamos apresentar exemplos específicos e reais utilizando textos explicativos bem como screenshots de sites. Dessa forma, o aprendizado flui de uma maneira melhor e mais rápida, já que o ser humano aprende mais facilmente com exemplos visuais.

Em nosso primeiro exemplo, vamos criar um site que oferece Cursos de Java Linguagem de programação de grande adoção mundial desenvolvida pela Sun Microsystems. Antes de começar a produzir conteúdo para colocar no site, precisamos realizar primeiro uma pesquisa sobre palavras-chave Conjunto de palavras ou termos que melhor descrevem o conteúdo de seu site/blog. É através delas que o internauta, ao fazer uma pesquisa no Google, irá chegar à sua página. A escolha das palavras certas é crucial para o processo de otimização ser bem-sucedido. Esta etapa é bastante importante e não deve ser pulada. Para realizar este levantamento, vamos visitar alguns sites.

O 1º deles deve ser <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>.

O que importa são os resultados™

## Ferramenta de palavras-chave

Utilize a Ferramenta de palavras-chave para obter novas idéias de palavra-chave. Selecione uma opção abaixo para inserir algumas palavras ou frases descritivas ou digite o URL do seu site. [Dicas para a Ferramenta de palavras-chave](#)

**Observação importante:** Não podemos garantir que estas palavras-chaves melhorarão o desempenho da sua campanha. Também reservamo-nos o direito de reprovar quaisquer palavras-chave novas que você adicionar. Você é o único responsável pelas palavras-chaves que seleciona e por assegurar que o uso dessas palavras-chaves não viola as leis aplicáveis em vigor.

Os resultados são adequados a **Português, Brasil** [Editar](#)

**Você gostaria de gerar idéias de palavras-chave?**

Frases ou palavras descritivas  
(por exemplo, chá verde)

Conteúdo do site  
(por exemplo: [www.exemplo.com/product?id=74893](http://www.exemplo.com/product?id=74893))

Digite uma palavra-chave ou frase por linha:

Use sinônimos.

Digite os caracteres que você vê na figura abaixo.



As letras não diferenciam maiúsculas de minúsculas

**Figura 1: Ferramenta de Palavra-chave do Google**

Esta ferramenta do Google nos possibilita descobrir palavras-chave relacionadas ao conteúdo que nosso site aborda, bem como saber qual o volume de pesquisas e a concorrência existente no [Google AdWords Plataforma online de publicidade do Google](#). para cada uma delas.

Digitando o termo "curso java" e clicando no botão "Obtenha sugestões de palavras-chave" (mantenha a opção "Use sinônimos" selecionada), você pode notar, na figura 2, que o KeywordTool do Google retorna uma lista de termos relacionados à palavra-chave em questão. Por default, são mostradas 3 colunas. A 1ª coluna, "Concorrência do anunciante", mostra a disputa pelo ranking de posições para a palavra-chave no AdWords. A coluna do meio apresenta o volume de buscas realizadas no mês anterior e a coluna "Volume de pesquisa mediano" representa a quantidade de buscas que cada palavra-chave recebeu nos últimos 12 meses no Google.

Palavras-chave relacionadas ao(s) termo(s) inserido(s) - classificado por relevância ?

Palavras-chave	Concorrência do anunciante ?	dezembro Volume de pesquisa ?	Volume de pesquisa mediano ?	Tipo de correspondência: ? Ampla
curso java				Adicionar
curso de java				Adicionar
cursos java				Adicionar
cursos de java				Adicionar
treinamento java				Adicionar
curso java online				Adicionar
curso de java online		Não há dados		Adicionar
curso java rj		Não há dados		Adicionar
curso java on line		Não há dados		Adicionar

**Figura 2: Resultado pesquisa palavras-chave**

Essa etapa é de suma importância, pois temos que saber se existe mercado para qualquer coisa que escolhemos vender ou falar sobre, assim como qual é o tamanho da procura pelas palavras-chave relacionadas ao nosso site. Essa ferramenta irá dizer rapidamente se as pessoas estão procurando, ou seja, se há demanda no mercado, para o que estamos pretendendo trabalhar.

Uma outra ferramenta do Google para avaliar a procura por palavras é o [Google Trends](#). Com ele, podemos avaliar diversas situações:

- Sinônimos: quando uma palavra-chave possui um ou mais sinônimos, como saber qual é o mais buscado? Exemplo: [carro x automovel](#). Neste caso, podemos observar que a procura por "carro" é bem superior ao seu sinônimo "automovel".

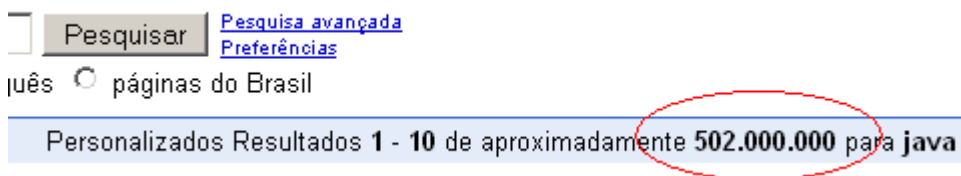
- Plural: a mesma dúvida pode surgir com relação a uma palavra-chave e sua forma no plural. Exemplo: [gatinha x gatinhas](#). Aqui, o termo no plural possui uma quantidade de buscas maior.
- Sazonalidade: algumas palavras possuem uma certa sazonalidade em relação a sua quantidade de pesquisas realizadas. Exemplo: [carnaval](#), [eleições](#), [pascoa](#).

## Não comece a otimização pelas palavras-chave mais procuradas!

Por que? - Você deve estar perguntando... Se escolhermos as palavras mais procuradas, maior será a quantidade de pessoas visitando o meu site, não? Bem, na maioria dos casos, isso é mera ilusão. Quanto maior a procura, maior também é a concorrência pelas palavras-chave. Definitivamente, não é uma coisa que você deve procurar enfrentar por agora. Para um site novo ou que esteja em fase inicial de otimização, é melhor que sejam selecionadas frases mais específicas, chamadas de "long tail keywords". Além de possuírem uma concorrência menor, produzem tráfego mais "qualificado". Falaremos disso mais adiante.

A seguir, temos um exemplo de concorrência por palavras-chave muito disputadas:

Vamos dar uma olhada rápida no Google para ver quantos sites estão competindo pela palavra-chave "java".



**Figura 3: Concorrência da palavra java no Google**

Caso você esteja querendo otimizar seu site para esta palavra-chave, vai estar concorrendo com cerca de 502 milhões de outros sites! Esta parece não ser uma tarefa tão trivial para começar um trabalho.

**Obs:** No final deste curso, você estará apto a brigar em casos de palavras onde a disputa é mais acirrada, porém é sempre melhor começar com palavras-chave que possuam menor competição. Obtenha acessos com essas palavras primeiramente e depois passe a tentar as mais disputadas.

Além disso, quem procura pela palavra "java" não necessariamente está querendo se matricular em um **curso de java**. A pessoa pode estar procurando a documentação da linguagem, um exemplo de código-fonte ou simplesmente saber mais sobre a história

desta tecnologia.

As chances de uma pesquisa por "curso java" resultar em um aluno matriculado são muito maiores do que uma busca feita apenas pela palavra-chave "java". Ou seja, otimizando seu site para o 1º caso, você estará recebendo visitantes que estão realmente procurando por um curso de java, aumentando assim a taxa de conversão. Essa taxa corresponde ao número de matrículas efetuadas em relação ao total de visitantes do seu site. Portanto, temos um exemplo de tráfego qualificado: o visitante procura por alguma coisa relacionada ao conteúdo de seu site e consegue chegar até ele - neste caso, através de uma boa otimização para mecanismo de buscas.

Bem, uma vez escolhidas de 2 a 4 palavras-chave que descrevem bem o que nosso site aborda, precisamos voltar ao Google e ver como anda a concorrência para estas palavras, a fim de avaliar o grau de dificuldade que terá o nosso trabalho de otimização.

Para o exemplo de site com que estamos trabalhando nessas aulas, podemos ficar com "curso java" e "treinamento java".

Uma vez escolhidas nossas palavras-chave, vamos agora analisar como se comportam os sites melhores colocados relacionados a essas palavras.

A seguir, descrevemos um estudo para uma busca feita por "curso java".

Como podemos ver, o site que ocupa a 1º posição no ranking para "curso java" é: <http://www.dm.ufscar.br/~waldeck/curso/java/>.

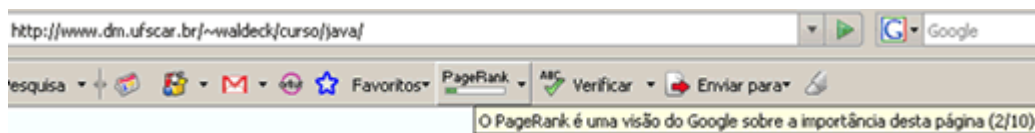


Figura 4: Resultado Google para a palavra "curso java"

**Obs:** estes rankings das engines de busca não são constantes e é possível que este não seja mais o 1º lugar. Isto pode acontecer caso algum concorrente tenha realizado uma otimização melhor para a palavra-chave em questão.

O fato do 1º lugar no Google ser uma subpágina, isto é, não é uma homepage, é uma boa notícia para nós. Isso porque temos uma imediata vantagem caso otimizemos uma página principal (ex: [www.seusite.com.br](http://www.seusite.com.br)) para a palavra-chave em questão. Por enquanto, tome isso como uma verdade. Posteriormente, será mostrado com mais detalhes porque é mais fácil conseguir uma boa posição para uma homepage do que para qualquer outra página interna de um site.

Podemos notar também que o site possui PageRank 2, conforme a figura 5.



**Figura 5: PageRank**

**Nota:** aqui vai uma rápida definição do que é PageRank. PageRank é uma forma que o Google usa para atribuir um valor discreto, que pode variar de 0 a 10, para medir a popularidade de uma página web. É baseado na quantidade e na "qualidade" do número de links que outros sites possuem para o seu.

Para saber mais sobre PageRank, visite <http://pt.wikipedia.org/wiki/PageRank>.

Para saber qual é o PageRank do seu site, assim como de qualquer outro, baixe e instale o [Google Toolbar](#) em seu computador.

É também uma boa notícia para nós o fato do site que ocupa a 1º colocação possuir um PageRank 2, já que isto não é uma tarefa muito difícil de se obter. Lembre-se: a única forma de aumentar o PageRank de um site é conseguindo links de outros sites.

Na próxima aula, vamos fazer uma análise das técnicas de SEO utilizadas por este site, que ocupa a 1º posição, para uma pesquisa feita com os termos "curso java" para saber se é possível superá-lo.

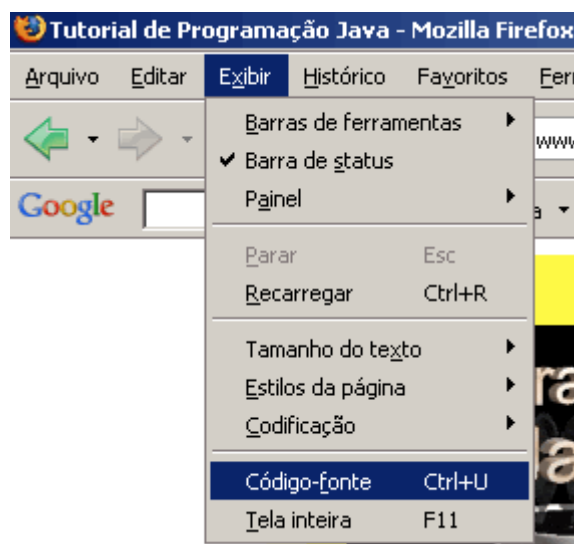
**Curso SEO -> Aula 2 -> Onpage SEO**

## Otimização Interna - Onpage SEO

Nesta aula, vamos fazer uma análise de [Search Engine Optimization](#) do site <http://www.dm.ufscar.br/~waldeck/curso/java/>, o qual ocupa o 1º lugar no Google para uma busca feita com as palavras-chave "curso java", como mostramos na aula anterior.

**Analisando código-fonte**

Primeiramente, temos que ver o código-fonte do site selecionando. Para isso, vá até o menu do seu navegador, clique no o item "Exibir" e depois em "Código-fonte", como é mostrado na figura 1. Também é possível clicar com o botão direito do mouse no site e escolher o item "Código-fonte".



**Figura 1: Exibindo o código-fonte de um site**

**Obs 1:** Código-fonte é o código que foi usado para criar a página. Você não precisa entender HTML, que é a linguagem mais usada na criação de sites. Basta saber o que procurar quando for analisar o código.

Isso irá abrir um arquivo texto no qual vamos dar uma olhada para saber se esse site está atualmente otimizado para os chamados "[Fatores de Otimização Onpage](#)" com relação à palavra-chave "curso java".

**Obs 2:** Existem dois tipos de otimização: interna (onpage) e externa (offpage). A [otimização interna](#) se refere aos fatores relacionados ao próprio site, como URL, título, conteúdo, tempo de carregamento, dentre outros. Já a [otimização externa](#) diz respeito a como os outros sites se relacionam com o seu. Neste caso, os fatores são quantidade de links apontando para o site, o texto desses links, Page Rank dos sites que apontam e etc. Falaremos deste segundo tipo de otimização mais a diante no curso.

Ao analisarmos o código HTML do site em questão, temos que avaliar alguns itens:

- **Título**

Talvez seja o fator de otimização interna mais importante. Caso você tenha tempo apenas para realizar uma única ação de SEO em seu site, gaste este tempo criando bons títulos para cada página dele.

Cada página deve possuir um título diferente, contendo as principais palavras-chave, sendo que essas também devem aparecer no corpo da página.

Com relação ao site analisado:

Estão usando a principal palavra-chave na tag <title> do site?  
Nesse caso, eles estão usando uma das palavras no título: Java. Esta é uma das razões de estarem bem posicionados no ranking para "curso java". O título é "Tutorial de Programação Java" e o código HTML correspondente é:  
<title>Tutorial de Programação Java</title>.

- **Heading Tags**

Ótimo para organização do conteúdo da página. Insira suas principais palavras-chave no texto destas tags (<h1>...<h6>), porém cuidado com seu uso em excesso.

Com relação ao site analisado:

Estão sendo usadas heading tags do tipo <h1>...<h6> e a palavra-chave "curso java" está contida nessas tags?  
Nesse caso, a palavra-chave não está presente, pois o site não está nem usando heading tags. Boa notícia para nós!

- **Meta Keywords**

Nesta tag, liste as principais palavras-chave de cada página, separando-as por vírgula. Não coloque palavras-chave que não estejam também presentes no texto da página e também não as repita mais de uma vez dentro da tag (não faça spam).

Estão utilizando "curso java" na meta tag keywords?

Neste caso, as duas palavras, "curso" e "java", estão presentes na meta tag keywords. Bom para ele!

- **Meta Description**

Escreva uma ou duas frases que descrevam bem a página. Mais uma vez, para cada página, utilize uma descrição única. Muitas vezes esse texto é o que descreve a sua página nos resultados de alguma busca, ou seja, utilize-a para conseguir conquistar o clique do usuário.

Estão utilizando "curso java" na meta tag description?

Este exemplo não faz uso dessa meta tag. Mais um ponto negativo.

- **Palavras-chave em negrito, itálico ou sublinhadas**

Utilize-se desse recurso para dar ênfase as suas principais palavras-chave no decorrer do texto, porém seja moderado e não aplique esta técnica a todas as ocorrências das palavras.

Estão utilizando "curso" e/ou "java" em negrito, itálico ou sublinhado em algum lugar no corpo da página?

Outra boa notícia: nenhum dos casos acima acontece no site em questão.

- **URL**

Utilize URLs diferentes para cada página e introduza a principal palavra-chave da página em sua respectiva URL. Tente utilizar o menor número de caracteres possíveis, bem como a quantidade de separadores "/". Se a palavra-chave for composta por mais de uma palavra, como Curso Java, separe-as com traço "-" (ex: curso-java). Utilize suas principais palavras-chave também para nomear pastas e arquivos no servidor.

As palavras-chave estão presentes na URL do site?

Neste caso, tanto a palavra "curso" como "java" estão presentes na URL da página. Porém, seria melhor se fosse <http://www.dm.ufscar.br/curso-java>

- **Image Tags - Atributo Alt**

Importantíssimo para os rankings de [busca por imagens](#). Se a imagem possuir link, o texto presente no atributo <alt> atuará similarmente ao anchor text de um link em texto. Tente combinar suas palavras-chave com a descrição de cada imagem para compor o texto a ser colocado nestas tags.

Estão utilizando tags de imagens contendo o atributo <alt> e colocando a palavra-chave "curso java" no texto dele?

Neste caso, estão usando novamente parte da palavra-chave "curso java". O atributo <alt> possui o texto "Programação Java". Com relação aos nomes das imagens, utilize nomes contendo nossas palavras-chave também. Por exemplo, poderíamos criar uma imagem e chamá-la de "inscricao-curso-java.jpg".

- **Utilizando palavras-chave no texto**

Sempre escreva conteúdo para o visitante. Porém, tente encaixar suas principais palavras-chave ao longo do texto, mantendo-o coerente e de agradável leitura. Além disso, tente posicionar suas palavras-chave logo no início do site, bem como perto do fim. Faça uso de plurais e de termos relacionados às suas palavras-chave.

Com relação ao site:

A nossa última verificação é se estão utilizando a palavra-chave no começo do site assim como perto do fim e se há um número razoável de ocorrências das palavras "curso" e "java" no decorrer do texto da página.

Nesse caso, há 5 ocorrências da palavra "java" no texto sendo que uma aparece logo no começo e outra está perto da porção inferior direita da página. Já a palavra "curso" é citada apenas uma vez. Neste quesito, eles poderiam estar melhor.

Agora que já fizemos uma análise dos fatores de [otimização interna](#) do site que está em 1º lugar, podemos ver que não será uma tarefa difícil ultrapassá-lo no ranking dos resultados para uma busca feita para "curso java". A razão pela qual podemos superá-lo se dá pelos seguintes itens negativos que encontramos ao analisarmos o site:

- O site não está usando a palavra-chave "curso java" em tags de cabeçalho <h1> ou <h2>;
- O site não utiliza image tags com o atributo <alt> contendo "curso java";
- Não há uso da meta tag description;
- O site possui um Page Rank 2, o qual pode ser rapidamente batido. Podemos atingir facilmente um Page Rank 2 ou maior. Nas próximas aulas, estaremos explicando como;
- O site é rankeado para uma subpágina. Otimizando nossa página principal para a palavra-chave em questão, levaremos vantagem;
- O título do site somente possui a palavra "java". A utilização de "curso java" faria uma enorme diferença para nós;
- A palavra "curso" ocorre só uma vez em todo o site e, assim como a palavra "java", em nenhum momento aparece sublinhada, em negrito ou em itálico;
- A palavra "java" é citada poucas vezes na página, ou seja, o site apresenta uma baixa densidade desta palavra com relação ao total de palavras presentes no texto.

Ok, então tínhamos selecionado 2 palavras-chave:

- Curso Java
- Treinamento Java

Perceba que todas as palavras-chave contêm "Java". Isso tornará nosso trabalho um pouco mais fácil quando começarmos a otimização offpage, a qual estaremos abordando mais a frente.

Vamos à otimização.

A primeira coisa que devemos fazer é escolher um Título para nosso site.

### **Adicionando Título**

O título da página deve incluir APENAS nossas principais palavras-chave. Quanto menor for o número de palavras no tag title, maior será o peso que o Google atribuirá a cada uma delas. A única exceção é com relação a Home de um site, a qual deve apresentar o nome da empresa também no título.

**Nota:** quando falamos em "Google", estamos nos referindo as maiores engines de busca (Google, Yahoo e MSN). Porém, falamos Google, pois esse é o sistema de busca ao qual você deve priorizar sua otimização, já que representa mais da metade das buscas feitas na internet.

Ao criar um título para seu site, ele não deve se parecer com:

- Seja bem-vindo ao nosso site!
- Código HTML usado para criar esse título: `<title> Seja bem-vindo ao nosso site!</title>`

Ele também não deve parecer com o exemplo seguinte, o qual contém nossas palavras-chave, porém apresenta um número desnecessário de palavras.

- Curso de Java e Treinamento em Java
- Código HTML usado para criar esse título: `<title> Curso de Java e Treinamento em Java </title>`

Mesmo esse título não sendo tão horrível e contendo todas as nossas palavras-chave, devemos fazer algumas coisas para reduzir a quantidade de palavras usadas.

Esse poderia ser um título perfeito para nossa página:

- Curso Java | Treinamento Java
- Código HTML usado para criar esse título: `<title> Curso Java | Treinamento Java </title>`

Veja o que fizemos:

- Retiramos termos conectores como "e" e "em";
- Substituímos cada "e" pelo caracter "|".

### **Sempre combine suas palavras-chave no título de suas páginas!**

Quando o Google olhar para nosso título, ele verá todas as nossas palavras-chave. Combinar palavras-chave para reduzir a quantidade total de palavras no título é uma boa maneira de aumentar o peso de cada uma delas e, dessa forma, ajuda a melhorar o ranking de nosso site.

### **Adicionando heading tag <h1>**

Vamos precisar adicionar uma heading tag <h1> e colocar nela nossa principal palavra-chave.

Esta tag deve ficar o mais próximo possível do topo da página. Quando o Google lê uma página web, ele começa a varredura pelo lado superior esquerdo e termina no canto inferior direito.

**Nota:** Segue uma ferramenta que permite que você veja como os robôs de busca lêem seu site: <http://www.webmaster-toolkit.com/search-engine-simulator.shtml>.

Dessa forma, é melhor posicionar sua tag de cabeçalho <h1> no canto superior esquerdo ou na parte superior central. Podemos pensar na tag <h1> como sendo um título para qualquer conteúdo presente no site.

Por exemplo, a tag <h1> para esta aula poderia ser:

**"Curso SEO"**

E o código HTML correspondente seria: <h1> Curso SEO </h1>

### **Adicionando tags de cabeçalho <h2>**

Agora, vamos à criação da tag de cabeçalho <h2>. Esta tag pode ser considerada como um subtítulo de nossa página. Você deve colocar sua segunda mais importante palavra-chave nesta tag. A tag <h2> deve ficar localizada na metade superior de sua página.

Uma tag <h2> apropriada para essa aula seria:  
<h2> [Otimização Interna | Onpage SEO](#) </h2>

Feito isso, devemos agora criar o conteúdo de nossa página. Ao escrever o conteúdo, tente espalhar suas principais palavras-chave ao longo do site. Porém, não exagere de forma alguma.

Tente mencionar cada palavra-chave de uma maneira natural conforme vai escrevendo o texto. Mas fique atento a incluir pelo menos uma palavra-chave a cada 1 ou 2 parágrafos, dependendo da largura de sua página.

**Dica:** Tenha certeza de ter mencionado sua principal palavra-chave na parte superior esquerda assim como na porção inferior direita do seu site. Um truque que geralmente usamos é incluí-la na linha de informação de copyright, no final da página. Para nosso exemplo, um bom rodapé seria:

© 2008 copyright www.dominio.com.br - O melhor em Treinamento Java

Desta forma, a palavra-chave se encaixou sem problemas.

### **Negrito, itálico e sublinhado**

Após ter construído o conteúdo do site, devemos seguir a diante e colocar em negrito, itálico ou sublinhado algumas palavras-chave, uma vez cada uma, no máximo. Somente faça uma vez para cada palavra-chave ou isso poderá acabar prejudicando mais do que ajudando. Este procedimento não é crucial, mas é bom fazê-lo para algumas de suas palavras-chave.

### **Incluindo atributos <alt> corretamente**

Por fim, selecione a imagem mais próxima do topo de seu site (geralmente, essa imagem é o seu header) e inclua um atributo <alt> utilizando o texto "curso java header". Escolha mais duas imagens presentes na página e coloque sua outra palavra-chave, adicionando palavras extras como "gráfico" ou "imagem". Por exemplo, poderíamos usar "gráfico treinamento java" ou "imagem treinamento java". Desta forma, o Google não enxergará isso como spam.

Exemplificando, se tivermos uma imagem em nosso site chamada "figura1-treinamento-java.jpg", o código HTML usado para inserir esta imagem seria assim:

```

```

Agora, se fôssemos colocar uma imagem com o atributo <alt> contendo a frase "Inscrição Treinamento Java", o código ficaria desta forma:

```

```

Na próxima aula iremos lhe ensinar a indexar seu site em menos de 48 horas! Não deixe de conferir...

**Curso SEO -> Aula 3 -> Indexação Imediata**

# Como ser indexado em menos de 48h

Você já deve ter se deparado com gente reclamando sobre a demora em conseguir [ser indexado pelo Google](#). Ao que parece, quase todas as pessoas, principalmente as que postam em fóruns, dizem que ter um site indexado pelos robôs de busca em 48 horas é uma façanha que só pode ser conquistada através de algum grande segredo de marketing ou uma avançada técnica de otimização.

Bem, a verdade sobre isso é:

## Ser indexado no Google em menos de 2 dias é realmente fácil!

Primeiramente, vamos falar sobre o que NÃO devemos fazer. Após ler essa aula, não gaste seu tempo fazendo as coisas a seguir. Repetindo: não perca seu tempo com o que vamos mostrar agora.

A URL a seguir deve parecer familiar para você:

<http://www.google.com/addurl.html>

The image shows a screenshot of the Google 'Add your URL to Google' form. At the top left is the Google logo. The main heading is 'Add your URL to Google'. On the left side, there is a navigation menu with links: Home, About Google, Advertising Programs, Business Solutions, Webmaster Info, and Submit Your Site. Below the menu is a search box with the text 'Find on this site:' and a 'Search' button. The main content area is titled 'Share your place on the net with us.' and contains the following text: 'We add and update new sites to our index each time we crawl the web, and we invite you to submit your URL here. We do not add all submitted URLs to our index, and we cannot make any predictions or guarantees about when or if they will appear.' Below this is a paragraph asking for the full URL, including the http:// prefix, with an example: 'http://www.google.com/'. It also mentions that comments or keywords can be added. A 'Please note' section states that only the top-level page is necessary and that Google updates its index regularly. At the bottom of the main content area, there are input fields for 'URL:' and 'Comments:', and an 'Optional:' section with a CAPTCHA image. On the right side, there are three sections: 'Other Options', 'Instant Ads on Google', 'Google AdSense for Web Publishers', and 'Google-Quality Site Search', each with a brief description and a 'Learn more' link.

Figura 1: Cadastrando um site no Google

Esse é o site do Google para submissão de URLs. Eles afirmam que você pode utilizar este formulário para enviar seu site ao sistema de busca. Porém, seu site não será indexado imediatamente. Primeiramente, ele ficará numa espécie de "freezer", chamado de [Google Sandbox](#) e permanecerá lá por volta de 3 meses até que seja realmente incluído no resultado das pesquisas.

Eu não sei a seu respeito, mas esperar 3 meses para ter um site incluído nos resultados de buscas é praticamente inviável, ainda mais quando se trata de obter top rankings.

## **Jamais utilize o Formulário de Submissão de URL do Google!**

Você nunca deve usar este formulário de submissão ou qualquer outro pertencente aos principais engines de busca para submeter seu site. As principais engines compreendem Google, Yahoo, MSN, Altavista, etc.

### **Então, como estar presente na indexação em menos de 48 horas?**

Existem muitas maneiras, mas para alguém que acabou de lançar um site e não possui outros mais antigos já indexados pelo Google, sugerimos duas formas para que este seja listado rapidamente nos mecanismos de pesquisa.

#### **Método 1**

Antes de começar a aprender como ser indexado rapidamente, você deve saber como os robôs de busca encontram os sites na Internet. É bastante simples.

Os mecanismos de busca encontram os sites da seguinte forma: eles visitam uma página já presente em seus índices e, a partir dessa página, visitam os links presentes nela, chegando assim a outros sites. Nesses outros sites, repete-se o mesmo processo: os robôs de busca procuram por links e visitam os sites apontados e assim por diante. Esse processo é chamado de "crawling".

No exemplo abaixo, se o Google visitasse essa página, ele iria percorrer todos os links presentes a fim de encontrar outros sites.



**Figura 2: Exemplo de Crawling**

Neste caso, alguns links que o Google iria encontrar seriam:

- [www.aprex.com.br](http://www.aprex.com.br)
- [www.boo-box.com](http://www.boo-box.com)
- [www.descolando.com.br](http://www.descolando.com.br)
- Etc.

Ok. Vamos pensar um pouco sobre isso... Vamos supor que tenhamos criado um novo site: [www.MinhaBolsaDeValores.com](http://www.MinhaBolsaDeValores.com). Ele não está indexado por nenhum mecanismo de busca, ou seja, as engines de busca não sabem que este site existe e, conseqüentemente, ninguém consegue chegar até ele, para qualquer que seja a busca.

Então, como fazer para que este site seja encontrado pelo Google e cia? Fácil! Eles precisam achá-lo percorrendo links em outras páginas já indexadas. Não faz sentido?

Tudo bem, agora que já sabemos disso, tudo o que temos que fazer é procurar sites que já estão indexados no Google e fazê-los apontar para o nosso.

Até então, tudo muito bom e perfeito, porém não deve ser tão trivial conseguir que outros sites apontem para nós, caso não tenham algum incentivo para fazer isso.

Sem problemas. Basta usar o método que já iremos ensinar a você para que consiga links de vários websites e em pouco tempo.

Tudo o que você terá que fazer é escrever um artigo baseado no conteúdo presente em seu site. Como nosso suposto site é [www.MinhaBolsaDeValores.com](http://www.MinhaBolsaDeValores.com), vamos escrever

um artigo intitulado "10 passos para se tornar um investidor de sucesso". No topo ou no final de nosso artigo, colocaremos um link para nosso site:  
<http://www.MinhaBolsaDeValores.com>.

Uma vez feito isso, vamos agora visitar os mais populares sites de diretórios de artigos na Internet e submeter nosso artigo a esses diretórios. Sendo nosso artigo adicionado e agora existindo um link para nossa página, os robôs de busca irão visitar estes sites e varrer todos os links neles existentes. Um desses links será exatamente o que aponta para nós e pronto! Estamos indexados pelo mecanismo de busca.

Quanto maior for o número de diretórios aos quais submetermos nosso artigo, mais links apontando para nosso site teremos e maior também será o número de vezes que os robôs de busca visitarão nosso site. Quanto mais links conseguidos, mais facilmente seremos indexados.

Parece simples, não é? Pois é, é realmente simples!

**Abaixo, segue uma lista de sites de diretórios de artigos:**

- <http://www.goarticles.com>
- <http://www.ezinearticles.com/>
- <http://www.articlecity.com/>
- <http://www.certificate.net/wwio/>
- <http://www.amazines.com/>
- <http://www.article-directory.net/>
- <http://www.submyourarticle.com/articles/>
- <http://www.magportal.com/>
- <http://www.isnare.com/>
- <http://www.article-hangout.com/>
- <http://www.webarticles.com/>
- <http://www.articlecube.com/>
- <http://www.article-buzz.com/>
- <http://www.free-articles-zone.com/>
- <http://www.newarticlesonline.com/>
- <http://www.articleto.com/>
- <http://www.articleworld.net/>
- <http://www.impactarticles.com/>
- <http://www.articlealley.com/>
- <http://www.directorygold.com/>
- <http://www.content-articles.com/>
- <http://www.softwaremarketingresource.com/marketing-article-directory.html>
- <http://www.niche-article-directory.com/>
- <http://www.jogena.com/articles/articleform.htm>
- <http://news.collectors.org/>
- <http://superpublisher.com/>
- <http://www.articlecentral.com>
- <http://www.article-directory.net>
- <http://www.ideamarketers.com>

Perceba que a lista acima possui somente sites estrangeiros. No Brasil, não existem muitos sites a respeito de submissão de artigos e os que existem possuem Page Rank baixo, falam apenas de um assunto específico ou são versões dos sites americanos para a língua portuguesa. Abaixo, seguem alguns exemplos dos que fazem este tipo de serviço por aqui:

- <http://www.artigonal.com/>
- <http://www.brpoint.net/arquivo/ego-trip/envie-seu-artigo-anuncie-participe.html>
- <http://www.diretoriodeartigos.com/>
- <http://www.artigosbrasil.net/>
- [http://www.eletronica.org/modules.php?name=Submit\\_News](http://www.eletronica.org/modules.php?name=Submit_News)
- <http://www.gomeshp.com/maxpt/article.asp>
- <http://www.soartigos.com/>
- <http://www.artigocientifico.com.br/>
- <http://www.webartigos.com/>
- <http://www.artigos.com/>

**Importante:** procure sempre escrever e postar artigos de acordo com o conteúdo de seu site. Não vá escrever um artigo sobre plantas sendo que seu site trata de tecnologia, apenas para conseguir mais um link. Se isso acontecer muitas vezes, pode até ser visto como uma prática negativa de SEO e pode ser penalizada pelos mecanismos de busca.

E isso é o que temos que fazer para estar indexado pelo Google em menos de 48 horas. Agora, vamos ao outro método para ser listado nas engines de pesquisa rapidamente também.

## Método 2

Vamos voltar ao nosso site sobre Curso de Java da aula passada. Primeiro:

- Vá até o Google e digite a principal palavra-chave que você acha relacionada ao seu site. Neste exemplo, será a palavra "curso java". Feito isso, você verá a lista de resultados do Google;
- Entre em cada site e preste atenção ao Page Rank de cada um deles;
- Então, tente encontrar sites que tenham Page Rank 3 ou maior;
- Uma vez encontrando estes sites, procure pela seção de Fale Conosco deles;
- A partir daí, mande email ou preencha o formulário de Fale Conosco perguntando se é possível uma troca de links entre ele e você, ou seja, seu site apontaria pra o dele e vice-versa. Se você fizer profissionalmente e corretamente, eles o responderão a respeito da troca de links.

**Obs 1:** Obviamente, para convencer alguém a colocar um link para seu site você deve oferecer uma boa razão para isso. Pensando nisto, sempre procure sites que estejam mais relacionados com o seu (é mais bem visto pelo Google) e pense em uma maneira de oferecer alguma coisa que contribuísse para os visitantes dele, caso ele apontasse para você.

**Obs 2:** O tópico "Curso Java" utilizado nestas aulas não é muito bom para exemplificar essa troca de links através de formulários de Fale Conosco, pois a maioria dos sites que retornarão da busca feita com as palavras-chave "curso java" serão prováveis concorrentes nossos, isto é, empresas que também oferecem cursos de Java. Talvez, seja melhor procurar por "Java" e encontrar blogs ou outros tipos de sites relacionados à tecnologia para tentar a troca de links.

Caso você consiga um link proveniente de um site com Page Rank 5, provavelmente estará indexado em menos de 3 dias. Se conseguir um Page Rank 6 apontando para você, estará listado nos resultados de pesquisa em 24h, como na maioria dos casos.

Portanto, chegamos ao fim dessa aula. Agora, conhecemos duas fáceis maneiras de ser indexado pelo Google rapidamente.

**Curso SEO -> Aula 4 -> Offpage SEO**

## OffPage SEO - Otimização Externa

É extremamente prazeroso ver nossos sites recém-criados bem posicionados no Google rapidamente. Grandes saltos no ranking são conseguidos principalmente devido ao processo denominado OffPage SEO ou Otimização Externa.

Até aqui, citamos 2 tipos de otimização:

- Otimização Interna (OnPage SEO)
- Otimização Externa (OffPage SEO)

Já discutimos a Otimização Interna nas aulas anteriores. Então, vamos agora nos concentrar na Otimização Externa, que é o principal fator que fará a diferença no ranking do seu site.

**Importante!** Um planejamento adequado para OffPage SEO será o responsável por fazer seu site pular de uma posição 900 para os primeiros das pesquisas.

Então, o que é Otimização Externa realmente? OffPage SEO basicamente consiste em todos os fatores OffPage de um site, ou seja, aqueles que estão fora dele, mas que influenciam em sua posição no Google. Dentre eles, podemos citar alguns como:

- O número de sites que apontam para o seu;
- Quais sites apontam para você;
- O Page Rank de cada site apontador;
- Há quanto tempo seu site está sendo apontado;
- O título das páginas que têm links para seu site;

- O texto usado no link e ao redor dele;
- A quantidade e a qualidade dos links que apontam para o site que aponta para você;
- O total de Outbound Links (explicado mais adiante) que o site apontador possui;
- O endereço IP dos sites que apontam para você;
- E mais algumas outras coisas que veremos em seguida...

Voltando ao exemplo utilizado até este momento, para otimizarmos nosso site com relação à palavra-chave "curso java", devemos analisar a estratégia de links dos 10 sites melhores ranqueados para esta palavra.

Porém, vamos agora fugir um pouco do nosso tema e analisar os sites melhores colocados para a palavra-chave "hospedagem", a qual possui uma concorrência muito maior do que "curso java". Desta forma, podemos ilustrar melhor que tipo de OffPage SEO você poderá precisar para conseguir atingir top rankings nos mecanismos de busca.

Assim, para começo de análise, precisamos ir ao Google e digitar a palavra-chave "hospedagem". Devemos visitar os 10 primeiros colocados na pesquisa para esta palavra-chave e coletar as informações listadas anteriormente.

### Sites Apontando

São os sites que apontam para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br), o qual é o 1º resultado no Google para uma pesquisa feita para o termo "hospedagem". Existe uma dezena de maneiras para encontrar os links que apontam para este site. A mais comum é ir até o Google e fazer um busca desta forma: **link:www.kinghost.com.br**, como podemos ver a seguir.



**Figura 1: Pesquisa de links no Google**

Uma vez feito isso, é retornada uma lista contendo os links que apontam para o site pesquisado. Como podemos ver na figura 2, o Google contabilizou um pouco mais de 6000 links para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br).



**Figura 2: Resultado busca de links no Google**

**Obs:** Há algum tempo, o Google vem cortando o número de links que são mostrados na pesquisa como a feita acima. Uma alternativa é utilizar o Yahoo. Neste caso, a pesquisa ficaria da seguinte forma: **link:http://www.kinghost.com.br** e, provavelmente, retornaria um número maior de links. Repare que para pesquisar no Yahoo é necessário digitar o "**http://**" para realizar a busca.

Agora que temos a lista de todos esses sites, devemos analisar a qualidade de cada um deles:

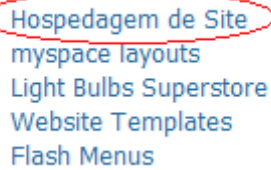
### **Texto dos Links (Anchor Text)**

É o texto propriamente dito presente no link que aponta para um site. Por exemplo, no link abaixo, o anchor text é "Ferramenta SEO".

[Ferramenta SEO](#)

**Obs:** Anchor Text é um dos principais fatores de Otimização Externa. Ao conseguir um link para seu site, sempre tente colocar suas principais palavras-chave no texto dele.

Analisando o resultado da busca que retornou os links que apontam para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br), podemos ver que o 1º deles vem do site <http://www.sephiroth.it/firefox/>. Entrando neste site e procurando pelo link, podemos observar que o seu texto é "Hospedagem de Site", conforme mostra a figura 3:



Hospedagem de Site  
myspace layouts  
Light Bulbs Superstore  
Website Templates  
Flash Menus

**Figura 3: Anchor Text para King Host**

Código-fonte:

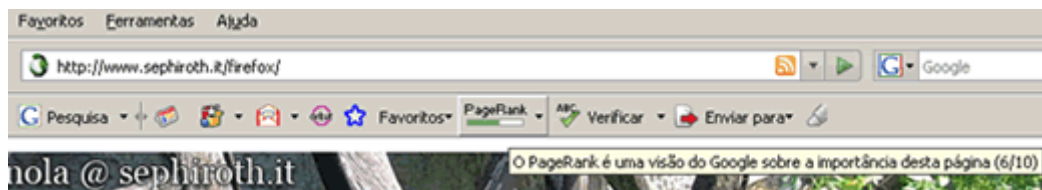
```
<a href="http://www.kinghost.com.br">Hospedagem de Site</a>
```

Observe que no texto do link está presente a palavra "hospedagem" - exatamente a palavra-chave usada em nossa busca e que retornou o site [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br) em 1º lugar. Fique atento a isso!

## Page Rank

Continuando com o nosso exemplo, é o Google Page Rank da página que contém link para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br). Para saber qual é o Page Rank de um site, é necessário instalar a barra de ferramentas do Google, que pode ser obtida gratuitamente em <http://toolbar.google.com>.

Visitando novamente o 1º site que aponta para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br), podemos constatar que ele possui um Page Rank 6, o que é excelente, conforme ilustra a figura 4:

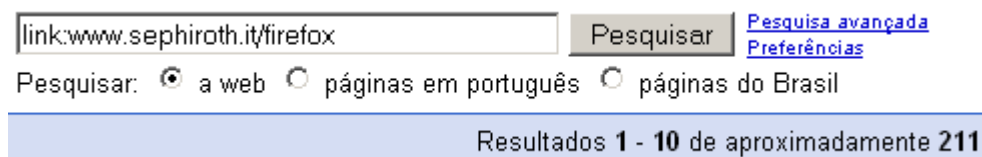


**Figura 4: Exemplo de Google Page Rank**

## Popularidade dos Links

A popularidade de um link se refere ao número de links que apontam para ele. Você pode encontrar esses números da mesma forma que fizemos no item "Sites Apontando". Ou seja, digitando para cada link, o seguinte comando de pesquisa no Google: **link:www.NomeDoSite.com**. Depois é só contar o total de resultados que é retornado. Outra alternativa é ir a um site como [www.linkpopularity.com](http://www.linkpopularity.com), que também faz esse tipo de busca para Yahoo e MSN.

Fazendo uma pesquisa digitando "link:www.sephiroth.it/firefox" no Google, vemos que esta página possui um total de 211 links apontando para ela.



**Figura 5: Exemplo de Popularidade de Link**

## Outbound Links

São os links externos de uma página. No caso do site [www.sephiroth.it/firefox](http://www.sephiroth.it/firefox), são os links que não apontam para nenhuma página pertencente ao domínio [www.sephiroth.it](http://www.sephiroth.it), ou seja, são os links que referenciam outros sites.

Analisando os links existentes na página [www.sephiroth.it/firefox](http://www.sephiroth.it/firefox), podemos perceber que o número de outbound links chega a 17.

## Quantidade de Links

Representa a quantidade total de links existentes em uma página, o que inclui o número de Outbound Links, bem como os links que apontam para páginas do próprio site, chamados de Internal Links (links internos).

Neste caso, o número total de links encontrados em [www.sephiroth.it/firefox](http://www.sephiroth.it/firefox) foi de 85.

**Nota:** quanto menor for a quantidade total de links presentes numa página que possui link para seu site, melhor será a qualidade desse link.

## Título da Página

É o título do site que está apontando para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br). Neste caso, o título, "Firefox extensions - sephiroth.it", não contém nenhuma das palavras-chave para as quais o site [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br) está tentando se otimizar, como "hospedagem" e "hospedagem de sites".

**Nota:** obter links de sites que possuam em seus títulos alguma de nossas principais palavras-chave é extremamente importante e poderoso e, além disso, é uma coisa que as pessoas geralmente não percebem e acabam não fazendo.

## Endereço IP

Quanto maior for o número de sites que apontam para você provenientes de endereços IP diferentes, melhor para seu site.

Para descobrir o endereço IP de um site, vamos precisar de uma ferramenta auxiliar. Podemos usar esta:

<http://www.webrankinfo.com/english/tools/class-c-checker.php>

Com ela, podemos digitar a URL dos sites desejados e obter os respectivos endereços IP rapidamente.

Comparando os dois primeiros sites que possuem links para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br), podemos ver que eles possuem IPs diferentes.

## Results

URL	IP Address	Class C
<a href="http://www.sephiroth.it/firefox/">www.sephiroth.it/firefox/</a>	64.13.207.73	64.13.207
<a href="http://cfsilence.com/blog/client/index.cfm/Excel-Hacks">cfsilence.com/blog/client/index.cfm/Excel-Hacks</a>	64.22.126.23	64.22.126

**Conclusion:** These 2 sites are hosted on **different** Class C IP ranges.

**Figura 6: Verificando endereço IP**

Ok. Então, até aqui temos os seguintes dados:

- Existem cerca de 6090 páginas listadas pelo Google que possuem links para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br);
- O Page Rank de uma destas páginas ([www.sephiroth.it/firefox/](http://www.sephiroth.it/firefox/)) é 6;
- O Anchor Text do link proveniente desta página é "Hospedagem de Site";
- O título da página é "Firefox extensions - sephiroth.it";
- O número de links apontando para a página em questão ([www.sephiroth.it/firefox/](http://www.sephiroth.it/firefox/)) é 211;
- A quantidade de outbound links é 17;
- Número total de links presentes na página: 85;
- O endereço IP da página é 64.13.207.73.

Nosso próximo passo é criar uma planilha no Excel, ou em qualquer outro programa do gênero, para guardar todos esses dados. Cada item listado acima deve ser representado por uma coluna. Repare que todo esse processo foi para analisar somente o link proveniente de [www.sephiroth.it/firefox/](http://www.sephiroth.it/firefox/).

Considerando todos os links que apontam para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br), vamos precisar calcular:

- O percentual de sites que contém as palavras-chave "hospedagem" ou "hospedagem de sites" em seus títulos;
- O percentual de sites que contém as palavras-chave "hospedagem" ou "hospedagem de sites" no texto dos links que apontam para [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br);
- O percentual de sites que possuem endereços IP diferentes;
- Além de outras estatísticas...

E também armazenar esses dados em colunas na planilha.

Feito isso, passemos agora para o próximo link listado pelo Google, conforme mostra a figura 7, para realizarmos novamente toda a análise que fizemos para [www.sephiroth.it/firefox](http://www.sephiroth.it/firefox).

Google   [Pesquisa avançada](#)  
[Preferências](#)  
Pesquisar:  a web  páginas em português  páginas do Brasil

Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 6.090 com

[Firefox extensions - sephiroth.it](#) - [ [Traduzir esta página](#) ]  
Free Flash Flex files, tutorials and much more. The site main goal is the integration between macromedia flash and PHP in order to create advanced and ...  
[www.sephiroth.it/firefox/](http://www.sephiroth.it/firefox/) - 19k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[cfsilence: Excel Hacks](#) - [ [Traduzir esta página](#) ]  
Posted At : January 11, 2007 12:00 PM | Posted By : todd sharp Related Categories:  
ColdFusion, Excel Hacks. I blogged a while back about using the XML ...  
[cfsilence.com/blog/client/index.cfm/Excel-Hacks](http://cfsilence.com/blog/client/index.cfm/Excel-Hacks) - 46k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[cfsilence: Spam for Christmas](#) - [ [Traduzir esta página](#) ]  
The personal blog of Todd Sharp.: Spam for Christmas.  
[cfsilence.com/blog/client/index.cfm/2005/12/23/Spam-for-Christmas](http://cfsilence.com/blog/client/index.cfm/2005/12/23/Spam-for-Christmas) - 41k -  
[Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[Leandono's Blog - Blog](#)  
Weblog personal de Leandro D'Onofrio , en el cual podrás encontrar temas sobre Diseño , Recursos , Tutoriales , Tecnología , Opinión , Ejemplos , algunas ...  
[www.leandronofrio.com/seccion/blog/5/25/](http://www.leandronofrio.com/seccion/blog/5/25/) - 29k - [Em cache](#) - [Páginas Semelhantes](#)

[MAX Keynote Notes Day 2 - Part Deux: Raymond Camden's ColdFusion Blog](#) - [ [Traduzir esta página](#) ]  
A blog for ColdFusion, AJAX, Web Development and other topics.MAX Keynote Notes Day 2 - Part Deux :  
[www.coldfusionjedi.com/index.cfm/2007/10/2/MAX-Keynote-Notes-Day-2-Part-Deux](http://www.coldfusionjedi.com/index.cfm/2007/10/2/MAX-Keynote-Notes-Day-2-Part-Deux) - 24k -

**Figura 7: Continuação da Pesquisa de Links**

Terminada a coleta de todas as informações do 2º link e dos 6088 restantes, podemos ver agora qual é exatamente a estratégia de links ([Link Building](#)) do site [www.kinghost.com.br](http://www.kinghost.com.br).

Pois é, temos alguns problemas aqui:

- A não ser que você disponha de uma força tarefa com dezenas de pessoas, coletar todas essas informações com relação a 6000 links é manualmente impossível;
- Só para lembrar, ainda estamos no 1º resultado da busca feita para "hospedagem", isto é, restam ainda 9 sites a terem suas estratégias de links analisadas.

Bem, talvez seu site não tenha concorrentes que possuam uma estratégia de links muito vasta. Neste caso, a análise sugerida nesta aula torna-se possível de ser realizada.

**Lembre-se:** é extremamente importante ter noção de como é o Link Building de seus concorrentes. Desta forma, podemos saber de onde vêm seus links, que trabalho (tempo + dinheiro) teremos para atingir melhores posições, possíveis fontes de links e várias outras coisas.

Nesse sentido, nossa equipe vem desenvolvendo uma [ferramenta online de SEO](#) a qual realizará não só toda a análise feita nesta aula, mas também diversas outras funções com apenas alguns cliques. Não esqueça de se cadastrar no site para receber informações sobre o lançamento da ferramenta. Nosso objetivo é fornecer sempre aos nossos usuários o melhor conteúdo e a melhor tecnologia de SEO. Esperemos que tenha entendido o conceito de otimização externa. Até a próxima aula!

**Curso SEO -> Aula 5 -> Black Hat SEO**

## **Black Hat SEO**

Uma simples pergunta: você está pedindo ao Google para ter seu site penalizado?

Tenho certeza de que está pensando: "Bem, é óbvio que não!"

Todos os dias, acompanhamos pessoas reclamando em fóruns sobre SEO a respeito de seus sites terem sido banidos pelo Google. Essas pessoas dizem não ter feito nada de errado assim como não possuem a mínima noção do motivo do Google ter agido dessa forma com seus sites.

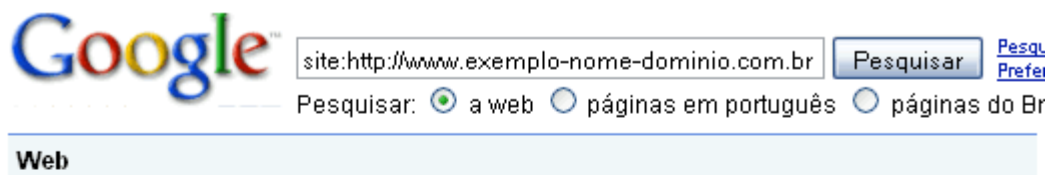
O propósito dessa aula é ensinar a você uma coisa muito importante:

**O que NÃO fazer quando estiver otimizando os fatores onpage e offpage em seu site.**

### **Como saber se seu site foi banido?**

Primeiro, vamos mostrar a você se seu site foi realmente banido do Google. Muitas vezes, as pessoas acham que foram banidas, mas na verdade seus sites simplesmente despencaram no ranking e não são mais encontrados facilmente no resultado de uma busca. Essa perda de ranking pode ser gerada por uma punição dada pelo Google ou pela não manutenção de SEO em seu site. A otimização de sites para mecanismos de busca é um processo contínuo, não adianta fazer uma vez e parar daqui a dois meses.

Para saber se seu site foi banido, acesse o Google e digite o prefixo *site:* seguido da URL completa do seu site na caixa de pesquisa. Por exemplo, digite `site:http://www.exemplo-nome-dominio.com.br` e clique em "Pesquisar".



**Figura 1: Procurando um domínio no Google**

Perceba que o Google diz não ter informações a respeito desta URL. Isto significa que ela não está presente em suas bases de dados.

Há duas explicações para esse fato ocorrer: ou é um site recém-criado e que ainda não foi indexado pelos robôs de busca (neste caso, essa mensagem aparecerá até o site ser indexado) ou é um site que foi banido pelo Google.

Agora, já sabemos como identificar se nosso site foi banido ou não.

## O que pode levar seu site a ser banido?

Existem diversos fatores de [otimização onpage](#) bem como [fatores offpage](#) que podem levar o Google a penalizar seu site com perda de posições no ranking ou até mesmo retirá-lo de seus índices. Iremos abordar nessa aula alguns desses fatores que podem ser causas dessas punições.

Antes de começar, você deve ficar ciente de que existem muitos sites que estão impunes mesmo realizando estas práticas. Elas não ajudam no ranking do seu site e são uma completa perda de tempo. Nunca as utilize! Mais cedo ou mais tarde o Google irá encontrá-las e o seu site receberá uma punição. Não vale a pena correr o risco com coisas que não lhe ajudam muito a melhorar o posicionamento do seu site. O conjunto dessas técnicas maliciosas e não éticas é chamado de "Black Hat SEO" e, fazendo uma comparação direta, seria o mesmo que o Spam é para o E-mail Marketing.

A seguir, vamos explicar com mais detalhes algumas dessas técnicas de **Black Hat SEO**.

## Textos Hidden

Textos hidden (escondidos) são textos que os visitantes não conseguem ver ao entrar em um site. Alguns webmasters fazem isto com a intenção de adicionar palavras-chave no decorrer da página sem deixar tal conteúdo visível a quem visita o site, já que esteticamente ficaria feio. Porém, estes textos, mesmo estando escondidos dos visitantes, são lidos pelos robôs de busca.

Por exemplo, vamos supor que seu site tenha um fundo branco. Caso você desejasse esconder algum tipo de texto, poderia simplesmente fazer a cor do seu texto ser igual à cor do fundo da sua página: branco. Dessa forma, os visitantes não perceberiam a existência do texto adicionado.

Vamos a um exemplo real: <http://www2.uol.com.br/guiamaua/hoteis/55.htm>

Este é o 1º site do resultado da pesquisa realizada no Google para as seguintes palavras: "pousadas em visconde de maua".



Figura 2: Site Black Hat no Google

Visitando o site, não percebemos onde está o texto escondido.

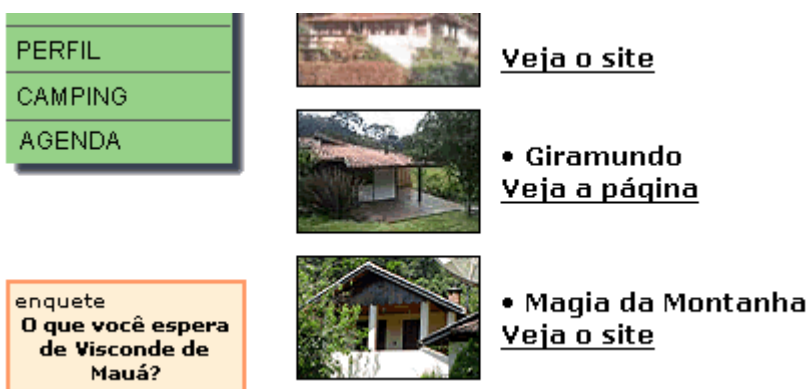


Figura 3: Site Black Hat - O texto está escondido

Porém, basta apertar as teclas "ctrl + a" do seu teclado para que a farsa apareça. Esse comando irá selecionar todo o texto da página e, até mesmo, textos hidden.



Figura 4: Site Black Hat - Texto hidden revelado

Esse texto hidden contém algumas das palavras-chave para as quais o site está bem posicionado no ranking do Google. Porém, este não é o principal motivo deste site possuir a 1ª colocação no ranking. Caso viessem a retirar esses textos escondidos, certamente continuariam com a mesma posição, além de acabar com a possibilidade de ser penalizado ou banido pelo Google.

### Alt Image Tag Stuffing

Essa é uma outra maneira que as pessoas tentam usar para inserir palavras-chave em seus sites, visando a leitura dos robôs de busca, porém sem deixar que os visitantes percebam qualquer diferença.

A seguir, temos um exemplo de um site que gostaria de possuir um bom ranking para os termos "cabbage soup diet". O que eles fizeram foi inserir uma figura de um repolho (cabbage, em inglês). Quando um visitante entra no site e passa o mouse sobre a figura, aparece um pequeno popup.

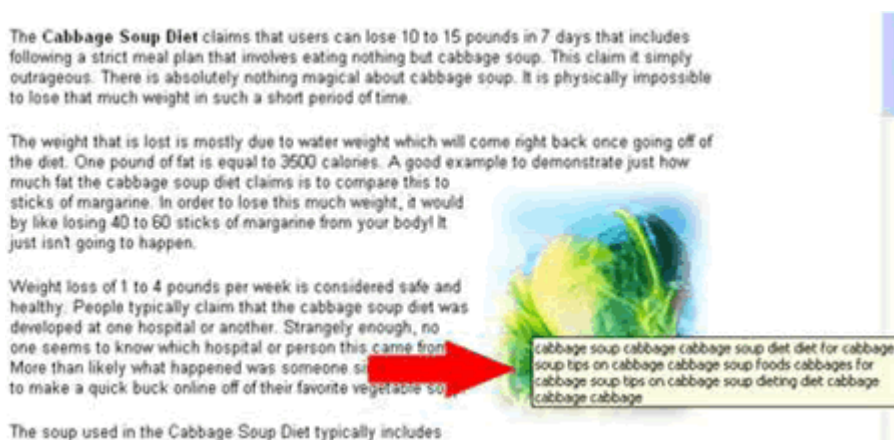


Figura 5: Exemplo de Alt Image Tag Stuffing

Repare quantas vezes ele repetiu as palavras "cabbage soup" e "cabbage". Não há outra explicação para isto, a não ser querer inserir o maior número de palavras repetidas possíveis em sua página.

O propósito real do atributo <alt> de uma tag de imagem é mostrar o texto presente neste atributo caso um usuário entre no site e a imagem não seja carregada. Este artifício é usado para auxiliar pessoas que possuem problemas de visão.

Alt tag Spam é uma coisa da qual você deve manter distância. O uso do atributo <alt> em tags de imagem é aconselhável, sendo até recomendado, e um exemplo adequado de texto para o atributo <alt> neste caso seria: cabbage soup diet graphic.

### **Meta Tag Stuffing**

Neste tópico falamos de pessoas que enchem de palavras-chave, e às vezes até palavras repetidas, as meta tags description e keywords.

Por exemplo, o uso da tag abaixo se refere a um site que deseja obter um bom ranking para as palavras-chave "livro de anatomia":

```
<meta name="keywords" content="LIVRO DE ANATOMIA, livros de anatomia, Livros de Anatomia, ANATOMIA, LIVROS, Livros de ANATOMIA, LIVRO DE ANATOMIA, LIVRO ANATOMIA, ANATOMIA, Livro de Anatomia, LIVROS de ANATOMIA, ANATOMIA, LIVROS LIVROS ANATOMIA, LIVRO anatomia livros de anatomia, anatomia anatomia, ANATOMIA, Livro Anatomia"/>
```

Isto é realmente ridículo. O Google não faz uso de meta tags para construir seu ranking de sites. Além disso, este site será penalizado.

Fique longe dessa técnica também.

### **Title Tag Stuffing**

Abaixo, temos um exemplo de Title Tag Stuffing:



**Figura 6: Exemplo de Title Tag Stuffing**

Não faça isto.

Você não deve repetir palavras-chave no título de seu site. Deve-se incluir as palavras-chave escolhidas apenas uma vez. Qualquer quantidade a mais irá diminuir o peso atribuído a cada uma delas e, no caso de spam, como no exemplo acima, o site certamente será penalizado.

### **Doorway**

Uma "doorway page" é uma página criada especificamente para conseguir um bom posicionamento nos mecanismos de busca. Porém, sua principal função é levar o visitante a outras páginas. Geralmente não possuem conteúdo algum destinado ao internauta, são extremamente otimizadas para determinadas palavras-chave e possuem links para outras páginas. Em alguns casos, há inclusive redirecionamento automático para outros sites através de JavaScript ou meta refresh.

O Google e os demais mecanismos de busca condenam o uso desta técnica, já que o visitante não é levado para onde ele realmente clicou e desejava ir, ou seja, ele está sendo enganado!

## **Cloaking**

Só pra lembrar, os robôs de busca atualizam suas bases de dados e formulam seus rankings visitando cada site presente em seus índices, bem como cada link presente em cada site visitado e assim por diante. Cloaking consiste em apresentar um conteúdo para o robô de busca e outro completamente diferente para o visitante.

A página apresentada ao robô não apresenta nenhum conteúdo útil. Ela é construída em função da leitura do crawler (robô de busca) a fim de se conseguir uma boa posição no ranking. Geralmente é inflacionada com palavras-chave e não possui uma leitura seqüencial lógica para um ser humano.

Isso fere algumas das [diretrizes do Google](#), que preza conteúdo de qualidade e feito para o visitante. Portanto, não utilize essa artimanha também.

Essas são apenas algumas coisas que as pessoas continuam a fazer. São técnicas que eventualmente acabam em banimento e que não o ajudarão a se posicionar bem nas pesquisas. Realmente não vale a pena desperdiçar seu tempo em algo que não traz resultados e que pode ainda acarretar em prejuízos a seu site.

Resumindo, fique sempre longe dessas técnicas chamadas de Black Hat SEO. Há muita gente trabalhando para que os crawlers não sejam enganados. Mais cedo ou mais tarde você será descoberto e seu site será penalizado. Definitivamente, não vale a pena!

## **Links "maus" podem prejudicar meu site?**

Com relação à obtenção de links, não participe de [link farms](#) e mantenha distância de sites suspeitos ou que utilizem deliberadamente técnicas de Black Hat SEO. Se o Google detectar links de sites maliciosos apontando para a sua página, seu site pode ser penalizado.

Porém, existem vários fatores que o Google utiliza para analisar a situação antes de efetuar uma punição desse tipo. Senão, imagina quantas pessoas iriam simplesmente adicionar sites concorrentes em link farms ou então inserir links em páginas maliciosas apontando para as páginas de seus concorrentes? Sem dúvida, haveria muitos casos de sabotagem.

Para evitar que sites sejam punidos injustamente, o Google considera fatores como o tamanho e a idade do site, sua autoridade, verifica se os links provenientes de sites black hat e link farms são otimizados ou se são somente links aleatórios. Mesmo assim, seu site ainda pode ser punido injustamente por uma ação eficiente de sabotagem da concorrência.

Caso isso ocorra, trate de identificar quais são os sites maliciosos que apontam para a sua página, acesse imediatamente as [Ferramentas para Webmasters do Google](#) e faça um [pedido de reconsideração](#). Afirme que você não se interessa e nem apóia os links provenientes dos sites black hat identificados e peça para eles simplesmente desconsiderarem tais links, eliminando qualquer crédito ou descrédito que eles possam estar passando para a sua página. Assim, o Google deverá remover a punição.

Outra maneira de ter seu site penalizado pelo Google é conter em suas páginas alguma referência (link) para sites "maus", como:

- Links Farms
- Sites penalizados pelo Google

Você deve estar achando que é fácil manter seu site fora desses casos, certo? Errado!

Tome este caso como exemplo: suponha que nós temos um site e trocamos links com o seu site. Até o presente momento, tudo certo. Somos dois sites de boa qualidade, com conteúdos relacionados e com Page Rank 4. É uma troca de links perfeita.

Passados alguns meses, começamos a fazer uso de algumas técnicas de Black Hat SEO. Percorrido mais algum tempo, o Google descobre nossas técnicas maliciosas e decide banir nosso site.

Portanto, não estamos mais presentes nos índices de sites do Google e, conseqüentemente, nos resultados de suas pesquisas.

Até agora, nenhum problema com relação ao seu site, certo? Errado!

Veja só, você ainda continua apontando para nosso site, o qual agora, é considerado "mau" por utilizar técnicas não éticas para enganar os algoritmos do Google. E, por causa disso, seu site também será severamente penalizado. E isso tudo mesmo sem você ter mudado uma linha de código do seu site!

Para e pense nisso por alguns instantes...

Seu site pode perder centenas de posições no ranking sem mesmo você saber o motivo!

Portanto, é muito importante manter o controle dos links presentes no seu site. De tempos em tempos, sempre verifique os sites para os quais está apontando para saber se eles foram de alguma forma penalizados pelo Google ou até mesmo banidos.

**Curso SEO -> Aula 6 -> Ponto Crítico do SEO**

# Provavelmente o conceito mais errado na hora de se rankear bem

Nas aulas anteriores, foram mostradas diferentes estratégias de otimização. Além disso, foram apresentadas também as diferenças entre **otimização onpage e offpage**.

## Revisão rápida

**Otimização onpage** se refere às modificações que você deve fazer no código do seu site, tais como:

- Title tag
- Header tag
- Negrito, itálico e sublinhado
- Tags de imagem alt
- Meta tags
- Distribuição de palavras-chaves
- Etc.

**Otimização offpage** se resume aos sites que estão apontando para o seu e como estão fazendo isso. São considerados os seguintes fatores:

- Texto usado no link
- Título da página que possui o link para você
- Page Rank do site que o aponta
- O assunto abordado pelo site que possui link para o seu
- Etc.

A otimização onpage **DEVE** ser realizada em seu site, contudo são os fatores offpage que farão a diferença entre estar ou não no topo dos resultados das buscas.

## Vamos a um exemplo

Neste exemplo, iremos analisar o 1º lugar para uma busca feita no Google para a palavra-chave "**clique aqui**".



The image shows a screenshot of the Google search interface. The Google logo is on the left. The search bar contains the text "clique aqui". To the right of the search bar is a "Pesquisar" button. Below the search bar, there are radio buttons for "a web" (selected), "páginas em português", and "páginas do Brasil". To the right of the search bar, there are links for "Pesquisa avançada" and "Preferências". Below the search bar, there is a "Web" tab and "Personalizados Resultados 1 - 10 de ap". Below the search bar, there is a link for "Imagem de exemplo da barra de ferramentas do Google". Below the search bar, there is a footer with links for "Bem-vindo,, Sua conta · Sair · Seu carrinho de compras · Contacto · Brasil (mudar) · Início · Soluções. Setores: Educação · Serviços financeiros · Governo ...". Below the search bar, there is a link for "www.adobe.com/br/products/acrobat/readstep2.html - 23k". Below the search bar, there is a link for "Em cache - Páginas Semelhantes - Anotar isso".

**Figura 1: busca no Google para a palavra-chave "clique aqui"**

Como você pôde ver na figura 1, o 1º colocado é o site [www.adobe.com](http://www.adobe.com). Mas surge a pergunta: porque adobe.com é o 1º colocado para uma busca com esses termos?

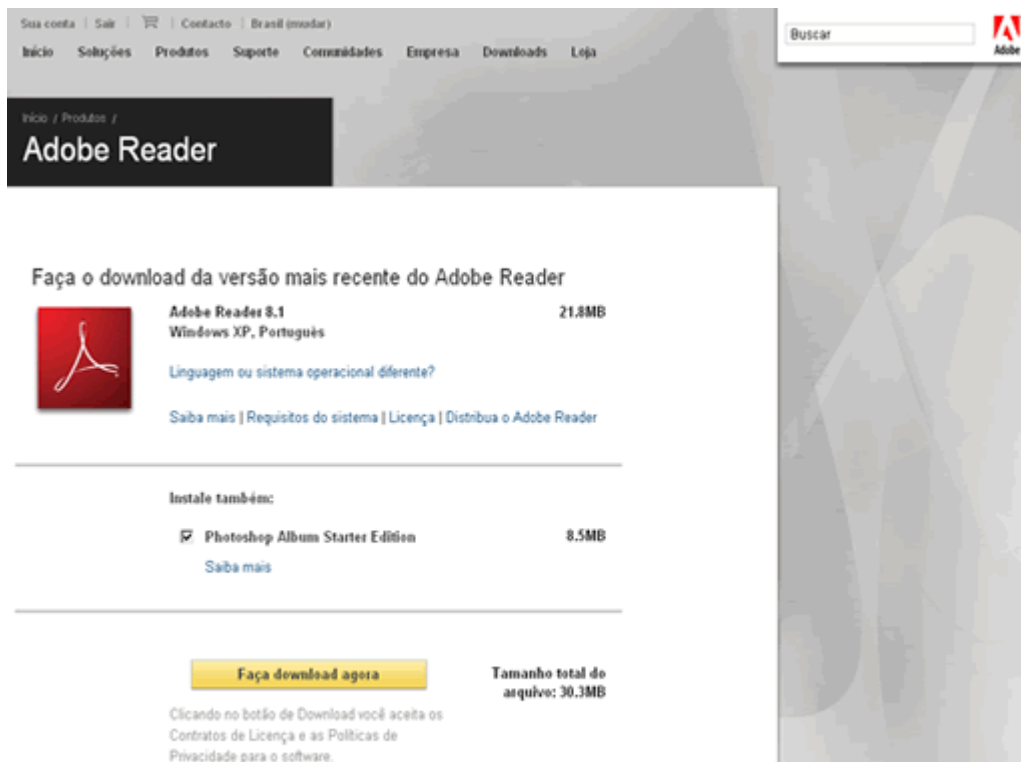
Seria mais razoável se fosse para as seguintes palavras:

- Programas de design gráfico
- Criação de documentos para impressão
- Programas para web design
- E outras palavras relacionadas aos produtos que eles vendem...

Algumas coisas que você deve notar na figura acima:

- 1) A palavra "clique aqui" não está presente no título da página.
- 2) A palavra "clique aqui" não está presente na URL.
- 3) A palavra "clique aqui" não está presente nem na descrição mostrada no Google.

Agora, vamos voltar ao resultado da busca e entrar no site. Abaixo, segue um print da página que estamos analisando:



**Figura 2: página da Adobe.com**

Observando a figura 2, percebemos que a palavra "clique aqui" não aparece nenhuma vez no site!

Se todos os fatores de otimização onpage que muitas empresas e pessoas julgam mais importantes fossem verdade, você não acha que o 1º lugar do ranking para estes termos deveria ser outro site?

Fatores de otimização como:

- Densidade de palavra-chave
- Palavras em negrito, itálico e sublinhadas
- Tags de imagem <alt> e cabeçalho <h1>, <h2>
- Etc.

Não são fatores críticos em relação a se posicionar bem para certas palavras-chaves.

**SIM**, você deve distribuir sua palavra-chave pelo decorrer de sua página e realizar todas as outras estratégias de otimização onpage que mencionamos nas aulas anteriores. Isso fará a diferença na hora do Google determinar o posicionamento do seu site em relação ao seu concorrente de Page Rank parecido com o seu. Mas queremos que aprenda uma coisa: é a otimização offpage que irá melhorar drasticamente seu posicionamento nas engines de busca, principalmente Google, Yahoo e MSN.

Vamos mostrar então porque adobe.com é o 1º colocado para a palavra-chave "clique aqui".

Esse resultado é devido aos links que apontam para ele. Mais especificamente quem está apontando e como estão fazendo.

Vamos ver na prática:

Primeiro, devemos ir até o Google e fazer uma busca com o termo link:<http://www.adobe.com/br/products/acrobat/readstep2.html>. Esta busca irá retornar os links que apontam para o site da adobe.com, o qual é o 1º colocado para "clique aqui".

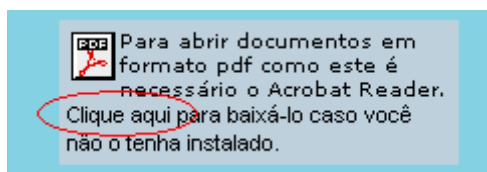


**Figura 3: busca no Google por páginas que linkam para a Adobe.com**

Como podemos observar na figura 3, o Google nos retornou um número de aproximadamente 5600 links, o que é uma quantidade muito boa. Além disso, observando com um pouco mais de calma, vemos que os sites que apontam para o adobe.com são sites importantes e com Page Rank elevado. Dentre eles, podemos citar: Unibanco, IBM, TVE, sites do poder público como Detran, Tribunais de Justiça, Universidades, etc.

Um outro aspecto interessante é com relação ao anchor text utilizado pelos sites que apontam para o nosso 1º colocado.

Na figura 4 é mostrado o link presente no site do Greenpeace Brasil. Repare que nossa palavra "clique aqui" está presente no texto do link. E isso também acontece nos links de vários outros sites.



**Figura 4: link com a palavra-chave clique aqui**

As duas principais razões para que adobe.com esteja em 1º lugar no rank para a palavra-chave "clique aqui":

1. Os sites que possuem links para adobe.com possuem Page Rank alto.
2. Os sites que possuem links para adobe.com utilizam as palavras-chaves "clique" e "aqui" nos textos dos links.

Existem mais alguns fatores de **otimização offpage** que possam estar contribuindo para o site adobe.com estar rankeado na 1º posição. Porém, essas duas são as principais razões.

Espero que você tenha percebido o poder e a importância da [otimização offpage](#).

**Curso SEO -> Aula 7 -> PR de Páginas Internas**

## Como aumentar o Page Rank de suas páginas internas

Agora que aprendemos como fazer para que nossa homepage (index.html, por exemplo) possua uma boa posição no ranking dos mecanismos de busca, vamos passar a focar nas técnicas para melhorar o posicionamento das páginas internas (inner pages) de um site.

Apesar de parecer pouco importante, o que vamos ensinar nesta aula pode fazer a diferença em relação à busca por certas palavras-chave, tendo em vista que a maioria dos sites não possui uma boa estrutura de [links internos](#). Esses links são usados para apontar para outras páginas do próprio site.

De acordo com o que foi visto nas aulas anteriores, é de suma importância a presença de suas principais palavras-chave no texto dos links que apontam para seu site. *Anchor Text* é o fator offpage mais relevante para estar bem rankeado nas engines de busca. Você não só deve conseguir links de outros sites contendo suas palavras-chave mais importantes no texto, como também deve utilizar uma estrutura interna de links, na qual também faz uso de suas principais palavras-chave no anchor text destes.

Para explicar melhor como moldar seus links internos, vamos utilizar dois exemplos de sites. O primeiro possui uma boa estrutura de links internos, no qual você pode se basear. O segundo mostra o que não se deve fazer.

Vamos ao 1º exemplo: <http://www.marketingdebusca.com.br/>, que é mostrado na Figura 1.

Este é um site que, como o próprio nome já diz, é relacionado ao tema marketing de busca, ou seja, um dos vários termos usados em português para "traduzir" SEO. O [marketingdebusca.com.br](http://www.marketingdebusca.com.br/) foi criado pelo Paulo Rodrigo Teixeira, que é consultor do MBA-GETI de uma universidade e especialista em marketing na Internet. Também mantém blogs e escreve artigos para revistas e portais nesta área.



Figura 1: Página MarketingdeBusca.com.br

Se dermos uma olhada rápida no site, podemos notar que existe na coluna da esquerda uma série de links para várias outras páginas do mesmo site. Observe também, que o texto dos links contém as palavras-chave que ele deseja otimizar para cada página interna correspondente.

Por exemplo, ele otimizou muitas de suas páginas internas para vários termos relacionados a SEO:

- Marketing de Busca
- Mercado SEO
- Números SEO

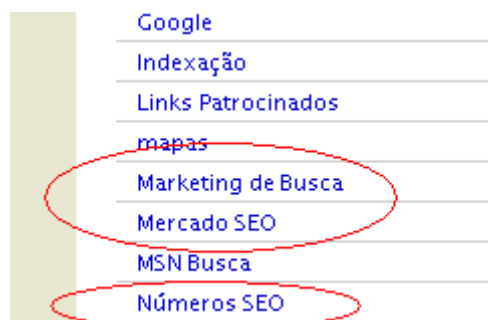


Figura 2: Exemplos de Otimização Interna

Vamos analisar uma dessas páginas. Se clicarmos no link "Mercado SEO", vamos ser direcionados para uma página que foi otimizada para a palavra-chave "Mercado SEO".

Você pode notar que o Paulo Rodrigo utilizou várias [técnicas de otimização onpage](#) que já foram abordadas em aulas anteriores.

A primeira delas é inserir a palavra-chave "Mercado SEO" na URL da página:

<http://www.marketingdebusca.com.br/tag/mercado-seo/>

Ele também utilizou as palavras-chave em questão no início do título da página, conforme mostra a figura 3.



**Figura 3: Título Otimizado**

Apesar de não possuir o termo "Mercado SEO" na tag de cabeçalho <h1>, este está presente na tag <h2> e posicionado perto da porção superior esquerda do site, como mostra a figura 4.

```
<h2>Arquivado em Mercado SEO</h2>
```

**Figura 4: Utilização da Tag <h2>**

Na figura 5, podemos notar o resultado do uso da tag <h2>.



**Figura 5: Visualização da tag <h2> na página**

"Mercado SEO" também aparece várias vezes no decorrer da página, principalmente nas tags que classificam os posts do blog, como podemos ver na figura 6.



Figura 6: Distribuição da keyword "Mercado SEO" pelo site

Porém, em nenhuma das ocorrências, a palavra aparece em negrito, em itálico ou sublinhada, o que poderia melhorar ainda mais sua otimização onpage.

Mas lembre-se: estratégias de otimização onpage são coisas que você deve fazer, contudo sozinhas não levarão seu site ao topo dos resultados dos mecanismos de busca. São os links que impulsionarão o seu ou qualquer outro site no ranking das pesquisas.

Vamos agora analisar o anchor text dos links que apontam para este site.

Visitando o Google e digitando o texto

**link:**<http://www.marketingdebusca.com.br/tag/mercado-seo/>

obtemos os links que apontam para o site [marketingdebusca.com.br/tag/mercado-seo/](http://www.marketingdebusca.com.br/tag/mercado-seo/), como mostra a figura 7.



**Figura 7: Links para o site Marketing de Busca**

Como podemos observar na figura acima, existem 26 links apontando para o site pesquisado. E percorrendo todas as páginas do resultado da pesquisa, percebemos que TODOS os links são provenientes do próprio site! Realmente nosso amigo Paulo conseguiu realizar um bom *internal linking* (termo em inglês para estrutura de links internos).

Agora, voltemos novamente ao Google e vamos fazer uma pesquisa com o termo "mercado seo".

Veja o resultado na figura 8:



**Figura 8: Resultado da Busca pelo termo "Mercado SEO"**

Deixando o espanto de lado, em uma busca que traz 474.000 resultados, o site que estamos analisando aparece nas duas primeiras posições do Google. E o motivo principal deste fato é a utilização de links do próprio site!

Internal Linking é definitivamente uma estratégia a ser usada.

Como mencionamos anteriormente, Paulo Rodrigo é um especialista em Marketing e SEO e seu site <http://www.marketingdebusca.com.br> possui uma ótima estrutura interna

de links, na qual você pode tranquilamente se basear.

Agora, vamos ao exemplo do que você não se deve fazer. Neste caso, apesar do site estar em inglês, o que queremos ensinar é facilmente compreensível.

Nosso exemplo negativo é: <http://www.marketopsinc.com>.

Este é um típico site bonitinho que provavelmente não consegue muitos acessos e é difícil de ser encontrado nos mecanismos de busca para qualquer que seja a palavra-chave.



Figura 9: Página [www.marketopsinc.com](http://www.marketopsinc.com)

Será que você consegue observar algumas coisas erradas que eles estão fazendo?

- O título da página é [www.marketopsinc.com](http://www.marketopsinc.com) - Apesar de ser o nome da empresa, isto não tem propósito algum. Ninguém irá procurar por este termo nos mecanismos de busca.
- Não existem tags de cabeçalho <h1>, tags de imagem <alt>, palavras em negrito, em itálico ou sublinhadas.
- A maior parte do texto do site está em uma figura imensa.
- E muitas outras coisas...

Analisando a [estrutura interna de links](#), percebemos que seus links não são textos! Eles estão presentes em figuras! Este fato não o ajuda em nada, pois os mecanismos de busca como o Google não conseguem ler as figuras. Simplesmente está deixando de conseguir alguns "votos" para o [Page Rank de suas próprias páginas internas](#).

Caso este site não possua uma boa quantidade e qualidade de links externos, não temos nenhuma dúvida em afirmar que ele não aparecerá nas pesquisas para as palavras-chave

presentes em seu Menu, que devem estar entre os termos de busca mais importantes para o site em questão. São elas:

- Consulting Services
- Business Products
- Strategic Sourcing
- Etc.

Se formos ao Google ou a qualquer outro mecanismo de busca e colocarmos as palavras acima na pesquisa, vamos perceber que o site [www.marketopsinc.com](http://www.marketopsinc.com) não aparece nunca nas primeiras páginas dos resultados das pesquisas.

Diante deste fato, podemos claramente perceber o que não deve ser feito.

Lembre-se: se você puder "votar" para uma página interna de seu site utilizando sua principal palavra-chave no anchor text no link, SEMPRE faça isso. Como pudemos ver no caso do [www.marketingdebusca.com.br](http://www.marketingdebusca.com.br), essa técnica pode ajudar a levar seu site para o topo do ranking dos sites de busca.