

k

KINSTA



Para a versão sempre atualizada, por favor scaneie o código QR acima ou vá para: https://www.kinsta.com/pt/ebooks



O Guia Definitivo da Kinsta para Melhorar o SEO

O Guia Definitivo da Kinsta para Melhorar o SEO

Conteúdo

Introdução	7
CAPÍTULO 1	
O que é Otimização de Mecanismo de Pesquisa?	8
Como Funcionam os Mecanismos de Pesquisa?	8
CAPÍTULO 2	
Entenda a Análise do seu Site	10
Ferramentas SEO	10
Métricas SEO	11
CAPÍTULO 3	
Crie uma Base Sólida com Estas Dicas de SEO no Site	16
Configure suas Ferramentas Web	16
Use um Domínio Curto Para a Sua Marca	16
Escolha seu Domínio Preferido	17
Instale um Plugin SEO WordPress	20
Instale um Certificado SSL	21
Configure Permalinks Amigáveis	23
Configure um Sitemap XML	24
Otimize a Velocidade do Seu Site	27
Assegure Que o Site seja Responsivo aos Dispositivos Móveis	28
Indexe as Categorias dos Artigos	29
Crie um Rodapé Profissional para o Site	31
Páginas Chave para Construir sua Credibilidade	33

CAPÍTULO 4	
Ajude os Mecanismos de Pesquisa Rastrearem o seu Site	35
Envie seu Sitemap XML para o Google e Bing	35
Solicite um Rastreamento para uma Indexação mais Rápida	37

Aplique o Schema Markup	38
Otimize seu Conteúdo para o Snippets em Destaque do Google	41
Otimize seu Conteúdo para Sitelinks do Google	43
Otimize seu Conteúdo para o Google Discover	46

CAF	UTI	LOS	5		
			-		

Otimize seu Conteúdo com Palavras-Chave	47
Faça Pesquisa por Palavras-Chave	47
Use Sempre uma Palavra-Chave Foco	49
Evite a Canibalização de Palavras-Chave	50

CAPÍTULO 6

Melhore seu SEO On-Page	54
Inclua sua Palavra-Chave Foco em sua Title Tag	54
Escreva Meta Descriptions para Aumentar a Taxa de cl	iques 55
Use Heading Tags Adequadas	58
Use URLs Curtas	59
Preste Atenção à Contagem de Palavras	61
Incorpore Links de Âncora em Conteúdo mais Longo	62
Crie uma Estratégia de Links Internos	63

CAPÍTULO 7

Manutenção do seu Conteúdo	65
Atualize o Conteúdo Antigo e Concentre-se no Conteúdo Evergreen	65
Prática da Poda de Conteúdo	66
Corrija Links Quebrados	66
Desindexar Conteúdo Duplicado	68

CAPÍTULO 8

Otimize a Mídia do seu Site	70
Use Imagens de Alta Qualidade	70
Otimize suas Imagens para o Desempenho	70
Adicione Texto Alt às suas Imagens	72

Adicione Title Tags nas Imagens	76
Dê um Nome Sábio aos seus Arquivos de Imagem	77
Faça Com Que as Imagens Sejam Acessíveis se Usar um CDN	77
Não Indexe Páginas com Anexos de Imagem	78
Tire Vantagem dos Vídeos	80

CAPÍTULO 9

Construa Credibilidade com Backlinks e Conteúdo Patrocinado	82
Construa Backlinks de Qualidade	82
Concentre-se nos Links Externos com a Alta Autoridade de Domínios	83
Conheça a Diferença entre Links Nofollow, Dofollow,	84
Patrocinado e UGC	
Adicione Atributo Patrocinado em Links de Afiliados	87
Considere o SEO Negativo	88

CAPÍTULO 10 Implemente o SEO local 90 Cadastre-se no Google Meu Negócio 90 Otimize seus Negócios no Google Meu Negócio 93 Cadastre-se no Bing Places 94

CAPÍTULO 11

Use as Mídias Sociais para Aumentar o Tráfego	95
Reivindique Seus Perfis Sociais	95
Utilize os Sinais Sociais	96
Especifique o Social Markup	98
Conclusão	99

Introdução

SEO, ou Search Engine Optimization, é uma grande tarefa de marketing para qualquer site. Mas com SEO impulsionando 93% de todo o tráfego do site, é desnecessário dizer que o foco em SEO pode ter resultados dramáticos. Isto inclui se destacar de seus concorrentes, aumentar seu tráfego orgânico, melhorar sua experiência de usuário, e muito mais.

O SEO certamente funcionou para nós da Kinsta. As próprias dicas apresentadas neste ebook aumentaram nosso tráfego orgânico em mais de 123% ano após ano!

Leia este ebook para descobrir:

- Como o SEO funciona a partir de uma perspectiva de mecanismo de pesquisa
- Ferramentas e análises para monitorar o progresso e o desempenho
- Dicas de SEO para todo o site
- Como otimizar e fazer a manutenção do seu conteúdo e mídia
- Dicas locais de SEO
- E muito mais!

A melhor parte? Além do óbvio investimento de tempo, todas estas dicas podem ser implementadas de graça.

CAPÍTULO 1

O que é Otimização de Mecanismo de Pesquisa?

A otimização para mecanismos de pesquisa é o processo de melhorar seu site para que ele fique em primeiro lugar nos resultados dos mecanismos de pesquisa para certas palavraschave. O objetivo é fazer com que os usuários visitem seu site sem pagar diretamente pela publicidade.

Como Funcionam os Mecanismos de Pesquisa?

A otimização do seu site o ajudará a alcançar resultados positivos em todos os mecanismos de pesquisa, mas como o Google representa mais de 69% da participação de mercado dos mecanismos de pesquisa dos EUA, geralmente é melhor seguir as melhores práticas do Google.

Para entender as técnicas de SEO descritas nos capítulos seguintes, é preciso primeiro entender como o Google aborda a pesquisa. O Google vai mais fundo em sua abordagem na busca, mas para resumir, o objetivo do Google é fornecer as melhores respostas para a consulta de um usuário de forma clara e organizada. O Google encontra estas informações através de **rastreamento** e **indexação**. Primeiro, seus rastreadores de sites (coletivamente conhecidos como Googlebot) vasculham sites e tomam nota do conteúdo, novos sites ou páginas, mudanças no conteúdo existente, links mortos, e muito mais. Estas informações são então indexadas e estão prontas para serem servidas na próxima consulta de pesquisa relevante.

Com o índice de pesquisa do Google contendo centenas de bilhões de páginas web, fazer seu site se destacar pode parecer um objetivo assustador. Mas se você implementar as dicas nos próximos capítulos, prometemos que você verá os resultados. CAPÍTULO 2

Entenda a Análise do seu Site

Antes de enfrentar qualquer tarefa SEO, é bom ver onde seu site está agora para medir melhor as melhorias ao longo do tempo e determinar quais áreas você deve enfrentar primeiro.

Ferramentas SEO

Há três ferramentas principais que podem acompanhar as mudanças em seu SEO ao longo do tempo: **Google Search Console, Google Analytics**, e **Bing Webmaster Tools.** E todas elas são de uso gratuito!

O **Google Search Console** é uma coleção de ferramentas que ajudam a garantir que seu site seja saudável e amigável ao Google. Use-o para diagnosticar qualquer problema técnico de SEO, entender suas páginas mais populares e ver onde você está posicionado para aumentar seu tráfego orgânico.

O **Google Analytics** é um serviço de relatórios oferecido pelo Google para rastrear o tráfego do seu site. Use o Google Analytics para monitorar o desempenho de suas páginas e descobrir sobre as pessoas que visitam seu site, juntamente com seus comportamentos de navegação.

Nota: É importante vincular sua conta do Google Analytics com sua conta no Google Search Console para experimentar as melhores métricas de relatórios. Para fazer isso, clique em Admin na parte inferior do menu à esquerda e depois clique em Configurações de Propriedade. O painel de controle deve guiá-lo pelo resto do processo a partir daí.

Bing Webmaster Tools é um serviço da Microsoft que você pode usar para monitorar e manter a presença do seu site no Bing. Pense no Bing Webmaster Tools como a versão do Bing do Google Search Console.

Métricas SEO

Uma vez configurado no Google Search Console e no Google Analytics, faça uma rápida auditoria SEO para usar como referência ao acompanhar seu progresso ao longo do tempo. Aqui estão algumas métricas a serem consideradas:

Core Web Vitals

O Core Web Vitals representa um grupo de indicadores de desempenho mensuráveis que analisam o bom funcionamento do seu site a partir da perspectiva da experiência do usuário. Isto é importante porque uma má experiência do usuário pode impactar negativamente seu SEO.

Você pode verificar o desempenho de suas páginas usando o relatório Core Web Vitals no Google Search Console, que classifica as páginas como "Boa", "Precisa Melhorar", ou "Pobre". O relatório fornece resultados tanto para celular quanto para desktop, permitindo que você analise seu desempenho com base na experiência que seus usuários estão recebendo de qualquer dispositivo. Boas pontuações em ambos os quesitos lhe darão um impulso na classificação para todos os visitantes.. O relatório é composto de 3 fatores:

- Largest Contentful Paint (LCP), que mede o tempo que leva para carregar o conteúdo principal em uma página da web.
- First Input Delay (FID), que mede o tempo necessário para que os usuários possam interagir com os elementos da sua página web.
- Cumulative Layout Shift (CLS), que analisa como suas páginas carregam e se as mudanças no layout podem fazer com que os usuários inadvertidamente cliquem em outros elementos da sua página.

O relatório do Core Web Vitals usa dados de campo para mostrar o desempenho da página com base em dados reais do usuário. Como em todos os relatórios disponíveis no Google Search Console, apenas uma amostra de URL é fornecida. Independentemente disso, isto deve lhe dar uma idéia muito boa dos tipos de páginas que têm problemas.

Palavras-chave

Vamos abordar este tópico mais adiante no CAPÍTULO 5, mas monitorar sua classificação de palavras-chave é a chave para sua estratégia e pesquisa de palavras-chave. Dentro do Google Search Console, você pode encontrar informações sobre quais palavras-chave seu site já está classificado em **Performance > Search results**.

Outra grande ferramenta para rastrear suas classificações em qualquer país e em diferentes dispositivos é o AccuRanker. Na verdade, é uma ferramenta que usamos na Kinsta para acompanhar as palavras-chave essenciais que estamos focando no ranking. O AccuRanker nos permite rastrear as palavras-chave ao redor de um artigo no blog, adicionar uma nota sobre o que otimizamos e, mais tarde, voltar para ver como nossos rankings foram afetados pelas mudanças.

Tráfego Orgânico

Dentro do Google Analytics, você pode acompanhar as mudanças do seu SEO ao longo do tempo. **Overview > Acquisition** irá destacar os canais que direcionam o tráfego para seu site, incluindo a pesquisa orgânica. Clique no relatório **Organic Search** para ver informações detalhadas sobre o tráfego que vem do Google, Bing, Yahoo, e outros mecanismos de pesquisa. Observando a porcentagem de seus visitantes que chegam através desses canais, você terá uma boa idéia de quão eficazes foram seus esforços de SEO.

Tempo de Permanência

O tempo de permanência refere-se a quanto tempo os pesquisadores gastam em um site que encontraram em um SERP antes de retornar para ver outros resultados. Embora o Google tenha negado que o tempo de permanência seja um fator de classificação direta, é um sinal claro de que um usuário encontrou a resposta à sua pergunta.

Aumentar o tempo de permanência de suas páginas não é exatamente um processo de cortar e secar, mas há várias estratégias que você pode tentar.

Para começar, coloque informações importantes acima da página onde é fácil de encontrar, ou seja, acima do ponto onde os usuários precisam percorrer para ver o resto do seu conteúdo. Em seguida, certifique-se de que sua navegação seja clara e fácil de entender, e reduza as distrações que os usuários possam achar incômodas, como pop-ups e vídeos de rolagem automática. Finalmente, responda às perguntas que seus usuários estão procurando.

Taxa de Rejeição

Quando se trata de sites, "rejeição" é quando um usuário acessa uma página do seu site, mas depois navega imediatamente para longe dela. Você pode ver as taxas de "bounce" de suas páginas no Google Analytics navegando para **Behavior > Overview** e olhando abaixo do gráfico principal.

A taxa de rejeição não é um fator direto para o Google ou outros mecanismos de pesquisa. Mas uma alta taxa de rejeição é geralmente considerada uma coisa ruim porque significa que os visitantes não ficam por perto o tempo suficiente para se converterem. Entretanto, em alguns casos, uma alta taxa de rejeição é totalmente normal, particularmente quando os usuários obtêm a resposta à sua consulta de pesquisa sem a necessidade de tomar qualquer outra ação (clicando em artigos de notícias, artigos em blogs, etc.).

Os usuários podem sair por muitas razões diferentes. Às vezes é devido ao fato da página não atender as necessidades do usuário. Também pode ser devido à navegação confusa do site, títulos ou links enganosos, anúncios excessivos ou até mesmo simples erros em que os visitantes clicam em um link ou botão por acidente.

CAPÍTULO 3

Crie uma Base Sólida com Estas Dicas de SEO no Site

Veja como estabelecer as bases que prepararão seu site para o sucesso do SEO.

Configure suas Ferramentas Web

Cobrimos isto no capítulo anterior, mas aqui vai um rápido lembrete. Há três ferramentas principais que o ajudarão no seu caminho para um SEO padrão de ouro: Google Search Console, Google Analytics, e Bing Webmaster Tools.

Reveja os benefícios de cada um no CAPÍTULO anterior e use os links para aprender como configurá-los para o seu site.

Use um Domínio Curto Para a Sua Marca

O domínio do seu site representa sua marca e influenciará a primeira impressão do usuário sobre seu site.

Escrevemos um artigo inteiro sobre a escolha do seu domínio. Aqui está a versão resumida:

- Escolha algo relativamente curto e fácil de lembrar.
- Incorpore palavras-chave se isso fizer sentido.

- Faça seu domínio soar como um nome de marca.
- Evite usar os domínios Exact Match Domains (EMDs).

Esta última dica é especialmente importante para o SEO do seu site. Os EMDs são domínios que correspondem exatamente à palavra-chave para a qual o site está tentando se classificar.

Por exemplo, se estivéssemos tentando usar um EMD, nosso endereço de site poderia ser algo como managedwordpresshosting.com. Embora esta fosse uma estratégia SEO eficaz, criou muitos problemas. Os sites eram capazes de subir ao topo do SERPs porque seus domínios indicavam que eles eram altamente relevantes para as pesquisas dos usuários, mas a qualidade de muitos desses sites era muito baixa.

Para acomodar isso, o Google aplicou mudanças em seu algoritmo de modo que ter um EMD só é útil se seu site também tiver conteúdo de alta qualidade.

Escolha seu Domínio Preferido

Uma vez selecionado um domínio curto da sua marca, há algumas outras coisas que você precisa levar em consideração.

www Vs Non-www

Ao lançar seu site, você será confrontado com a decisão de optar por incluir (ou não incluir) www em seu domínio.

De uma perspectiva SEO, não há benefício em ter www em seu domínio.

Embora usar www como parte do seu domínio não seja mais padrão, isto não quer dizer que você deve sempre ir com um endereço que não seja www. Uma razão pela qual você ainda pode ver sites incorporando-o é simplesmente que mudá-lo pode ser complicado e também pode causar problemas. Portanto, muitas marcas mais antigas simplesmente continuam usando.

Grandes empresas com muito tráfego podem querer usar www devido aos registros do Domain Name System (DNS). Os domínios nus (não www) tecnicamente não podem ter um registro CNAME usado para redirecionar o tráfego para failovers. No entanto, há soluções para esta questão.

Seja qual for a versão escolhida, configure o redirecionamento para que apenas uma versão seja acessível. Por exemplo, se você visitar www.kinsta.com, ele simplesmente redireciona para kinsta. com.

Evite URLs Duplicadas

Como mencionado acima, você só deve permitir o acesso a uma versão de suas URLs, configurando redirecionamentos para levar usuários e rastreadores para a URL correta.

Existem outras maneiras de ter URLs duplicadas acidentalmente. Por exemplo, os seguintes URLs provavelmente carregarão o mesmo conteúdo, mas os mecanismos de pesquisa podem indexálas como duas páginas separadas: kinsta.com/about-us/

kinsta.com/About-Us/

O mesmo se aplica para as URLs que terminam com ou sem uma barra:

kinsta.com/about-us/ kinsta.com/about-us

E também com base no protocolo:

https://kinsta.com/about-us/
http://kinsta.com/about-us/

Isto é ruim para o SEO porque cada versão duplicada está efetivamente competindo com a original. Ao redirecionar qualquer URL duplicada para a URL original, você assegura que todos os sinais de classificação vão para uma versão. Isto deve melhorar suas chances de aparecer nos resultados da pesquisa.

As regras de redirecionamento garantem que qualquer pessoa que acesse a versão errada seja direcionada para a versão correta.

Este vídeo explica como adicionar redirecionamentos ao seu site WordPress:



Melhores Précicas de Redirecionamento do _{KINS}. WordPress

Instale um Plugin SEO WordPress

O WordPress fora da caixa já é muito bom quando se trata de SEO. No entanto, recomendamos que você também instale um plugin SEO para ter controle total sobre a otimização do que o Google vê em seu site.

Há algumas opções para escolher, mas o plugin gratuito Yoast SEO é a opção mais popular.



O plugin Yoast SEO WordPress

Com o Yoast SEO, você pode:

- Escrever melhor conteúdo com análise de página e palavrachave.
- Editar title tags e meta descriptions.
- Gerar automaticamente sitemaps XML.
- Habilitar breadcrumbs.
- Adicionar social e schema markup.

Para instalar o Yoast SEO, baixe o plugin gratuito no repositório WordPress, e depois ative-o dentro do seu painel do WordPress. Uma vez ativado, uma nova seção do SEO aparecerá em sua barra lateral, que pode ser usada para otimizar seu site.



As configurações do Yoast SEO no painel do WordPress

Instale um Certificado SSL

O Google afirma que o HTTPS é um fator de classificação devido ao fato de que a segurança é uma prioridade máxima.

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) é um mecanismo que permite que seu navegador ou aplicativo web se conecte com segurança a um site. É uma das medidas que ajudam a manter sua navegação segura e protegida. De fato, sites sem HTTPS tendem a ver avisos no Chrome, Firefox e outros navegadores destacando que a conexão do site não é segura.



Um exemplo de um navegador que notifica o usuário sobre uma conexão insegura

Para migrar de HTTP para HTTPS e se beneficiar com o aumento da segurança e ranking, você precisará instalar um certificado SLL (Secure Sockets Layer) em seu site.



Um certificado SLL lhe aproximará um passo de um site seguro. Baixe nosso ebook gratuito para aprender outras maneiras de limitar ainda mais o risco de hacks ou violações de segurança.

Download "O Guia Definitivo para Proteger Sites de Clientes" »

Configure Permalinks Amigáveis

Um permalink é o link que é usado para acessar uma parte específica do conteúdo do seu site. Cada página do site (incluindo artigos, páginas, páginas de arquivo e outras páginas, como a página 404) terá seu próprio permalink.

Por padrão, o WordPress cria permalinks confusos cuja estrutura conterá a data e o nome do artigo ou da página. Por exemplo:

```
https://kinstalife.com/2021/03/31/sample-post/
```

O Google geralmente prefere URLs baseadas no título e/ou palavras-chave do seu conteúdo, e URLs mais curtas são geralmente melhores. Recomendamos o uso da configuração Permalink do nome do artigo, pois ela é limpa e pode beneficiar o SEO do seu site:

```
https://kinstalife.com/sample-post/
```

Você pode mudar para uma estrutura de Permalink **Post name** clicando em **Permalinks** sob o menu Configurações no painel do WordPress. Selecione **Post name** e clique em Salvar alterações:

Common Settings	
O Plain	https://kinstalife.com/1p=123
O Day and name	https://kinstalife.com/2020/02/24/sample-post/
O Month and name	https://kinstalife.com/2020/02/sample-post/
O Numeric	https://kinstalife.com/archives/123
Post name	https://kinstalife.com/sample-post/
Custom Structure	https://kistalife.com //ApostnameK/ [] Analable tags: Syperk Kmonthrum M. Maly M. Mourik Kminutek Keecond K. Mpost JHK Meetameek Kaatagaryk Mauther K.

Modificação de permalink WordPress

Nota: Você pode quebrar os links anteriores se mudar sua estrutura permalink depois que o artigo estiver ativo.

Se você estiver mudando a estrutura de permalink em um site antigo, redirecione as URLs anteriores para as novas, aproveitando o recurso de redirecionamento no MyKinsta ou aproveitando um plugin de terceiros, como Permalink Manager Lite.

Veja como é fácil usar o recurso de redirecionamento no MyKinsta com nossa demonstração gratuita. »

Configure um Sitemap XML

Um sitemap XML é uma lista de URLs que você deseja que estejam disponíveis ao público. Como seu nome sugere, é um "mapa" do seu conteúdo que ajuda os mecanismos de pesquisa a rastrear melhor seu site e entender a hierarquia e a estrutura do seu site WordPress.

Um sitemap XML pode melhorar a capacidade de rastreamento através dele:

- Tempos de rastreio mais rápidos: Os sitemaps podem ajudar os robôs de pesquisa a rastrear seu conteúdo mais rapidamente do que fariam sem eles. Isto também pode levar a que seu conteúdo seja indexado mais rapidamente.
- Rastreamento prioritário: Os sitemaps permitem que você peça ao Google para priorizar o rastreamento de determinadas páginas em seu site, adicionando metadados.
- Maior informação a partir do conteúdo de mídia: Se você usar muitos vídeos e imagens, o Google pode obter informações adicionais de sitemaps para pesquisa.

O plugin Yoast SEO tem a capacidade de gerar automaticamente seus arquivos sitemap para você. Veja aqui como ativar ou verificar este recurso:

Passo 1: Ative a Configuração do Sitemap XML

Dentro do Yoast SEO, navegue para **SEO > General** em seu painel do WordPress. Alterne o **XML sitemap** para ativar. Isto deve criar automaticamente seu sitemap sem nenhum esforço extra da sua parte.

2 Dashboard	General - Yoast SE	0	
אל Posts	Dashboard Features	Webmaster Tools	Yoast recommendations for you
91 Media	Eastures		
II Pages	View 050 come with a lot of	feetings Management and the state of the second state of the state of	Upgrade to Yoast SEO Premium
Comments	question mark gives more info	mation about the feature.	 Rank better with synonyms & related keyphrases
Appearance	SEO analysis		+ Preview your page in Facebook and
⊯ Plugins	On C	241	+ Get real-time suggestions for internal
A Users	Readability analysis		links
& Tools		24	+ No more dead links a.k.a. 404 pages + 24/7 email support
			+ No ads!
Eu Settings	Cornerstone content		Out Manual OFO Description 1
📢 SEO 🧹	On C	110	Get Toast SEO Premium F
General	Text link counter		
Search Appearance	On C	110	Extend Yoast SEO
Search Console Social	VIII eltermore O		Be found on Google Maps!
Tools	Ame another o		you rank in Google Maps and
Premium	00 0	71	local results.
Collapse menu	Ryte integration		Rank in Google Video
	00 0	2H	and are easy to share with our
	Admin bar menu 🔘		2 Wassesservers SEO
	Save changes		Aptimize your shop's SEO and ell more products!

As configurações do sitemap Yoast SEO XML

Passo 2: Teste seu Sitemap

É sempre sensato verificar se os arquivos gerados automaticamente foram de fato criados com sucesso. Você pode visualizar seu index do sitemap anexando **sitemap_index.xml** ao seu domínio, desta forma:

https://domain.com/sitemap index.xml

O resultado deve ser algo parecido com isto:

XML Sitemap

Generated by YoastSEO, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 14 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
https://kinsta.com/post-sitemap.xml	2021-02-12 12:45 +00:00
https://kinsta.com/page-sitemap.xml	2021-02-12 12:01 +00:00
https://kinsta.com/affiliate-academy-sitemap.xml	2021-01-31 17:02 +00:00
https://kinsta.com/knowledgebase-sitemap.xml	2021-02-12 12:42 +00:00
https://kinsta.com/learn-sitemap.xml	2021-02-12 11:23 +00:00
https://kinsta.com/case_studies-sitemap.xml	2021-01-31 16:35 +00:00
https://kinsta.com/client_quotes-sitemap.xml	2021-02-12 04:16 +00:00
https://kinsta.com/partner-sitemap.xml	2021-01-30 19:29 +00:00
https://kinsta.com/feature-updates-sitemap.xml	2021-01-28 13:17 +00:00
https://kinsta.com/tool-sitemap.xml	2019-08-13 14:37 +00:00
https://kinsta.com/ebook-sitemap.xml	2020-12-29 21:29 +00:00
https://kinsta.com/webinar-sitemap.xml	2021-01-18 16:26 +00:00
https://kinsta.com/video-sitemap.xml	2021-01-18 16:17 +00:00
https://kinsta.com/author-sitemap.xml	2021-02-05 11:04 +00:00

Exemplo do sitemap que usamos na Kinsta

Você pode então clicar em qualquer um dos sitemaps dentro do seu index, o que lhe permitirá ver as URLs referenciadas em cada arquivo.

No próximo capítulo, você aprenderá como enviar este arquivo ao Google e ao Bing para uma indexação e um rastreamento mais rápido.

Otimize a Velocidade do Seu Site

A velocidade do site é enorme quando se trata de SEO para WordPress. Em 2010 o Google anunciou que isso afetava sua classificação.

E a velocidade da página é importante para seus visitantes. Aqui estão algumas estatísticas para provar este ponto:

- Um em cada quatro visitantes abandona um site se demorar mais de quatro segundos para carregar.
- Quase 70% dos consumidores dizem que a velocidade da página impacta sua disposição para comprar on-line.

 As maiores taxas de conversão do eComerce ocorrem quando as páginas levam menos de 2 segundos para serem carregadas.
 Algumas maneiras de melhorar facilmente a velocidade do seu site é implementar um CDN, usar um tema rápido, e otimizar seu site de acordo com isso.

Sua hospedagem de sites também desempenha um enorme papel na velocidade do seu site, portanto, investir em um provedor WordPress gerenciado com qualidade é fundamental. Na Kinsta, alguns de nossos clientes viram até 200% de aumento na velocidade do site depois de fazer a troca.

Explore nossos planos »



Abordamos algumas formas de acelerar o seu site WordPress acima. Confira nosso ebook gratuito para mais de 200 dicas de desempenho.

Download "Como Acelerar o seu Site WordPress" »

Assegure Que o Site seja Responsivo aos Dispositivos Móveis

O Google anunciou o teste da sua estratégia de indexação que prioriza dispositivos móveis em 2016. Os algoritmos de classificação do Google agora usam principalmente a versão móvel do conteúdo de um site para classificar as páginas. Esta é uma enorme mudança na forma como o Google está agora indexando o conteúdo.

Se você ainda não tem um site responsivo, pare com tudo o que está fazendo e comece a fazer isso imediatamente. Você pode usar a ferramenta de teste de compatibilidade com dispositivos móveis do Google para ver se o seu site WordPress atual passa no teste.



O site da Kinsta no teste de compatibilidade móvel do Google

Outra opção é a implementação do Google AMP, que é uma estrutura aberta que permite aos sites construir páginas web leves. Embora não tenha nos fornecido muitas melhorias, algumas empresas como The Washington Post, Gizmodo e Wired viram grandes melhorias. Leia nosso estudo de caso para saber mais sobre o motivo pelo qual decidimos remover o Google AMP do nosso site.

Também é útil verificar o Google Analytics para ver quanto tráfego seu site está recebendo nos dispositivos móveis. Se você é um cliente Kinsta, você também pode visualizar o tráfego móvel vs desktop no MyKinsta Analytics e usá-lo para determinar quanta prioridade você deve atribuir à capacidade de resposta.



Relatório de tráfego móvel vs desktop no MyKinsta Analytics

Teste nossa demonstração MyKinsta gratuitamente para ver que outras opções analíticas existem »

Indexe as Categorias dos Artigos

Esta estratégia é opcional, mas a indexação de categorias no Google pode aumentar a relevância de seu conteúdo para aumentar a classificação da sua página, aumentar seu tráfego, e melhorar seu SEO WordPress Muitos temas do WordPress não mostram descrições de categoria por padrão. Siga os passos abaixo para indexar suas categorias e mostrá-las em seu site.

Habilite a Indexação de Categoria no Yoast

A primeira coisa que você vai querer fazer é navegar para **SEO** > **Search Appearance** e clicar na aba **Taxonomies**. Em seguida, verifique se a opção **Show Categories in search results** está habilitada. Isto também adiciona um sitemap de categoria ao seu index de Sitemap XML, permitindo que os rastreadores encontrem e rastreiem facilmente suas páginas de categoria.

a Dashboard	Search Appearance - Yoast SEO		
🖈 Posts	General Content Types Media Taxonomies	Archives Breadcrumbs RSS	Yeast recommendations for you
91 Media			
Pages	Cotogories (Upgrade to Yoast SEO Premium
Comments	categories (category)	~	+ Rank better with synonyms & related keyphrases
Appearance	Show Categories in search results?		+ Preview your page in Facebook and Twitter
🖆 Plugins	Yes No		+ Get real-time suggestions for internal links
🛓 Users			+ No more dead links a.k.a. 404 pages
Tools عکر	SEO title	O Insert snippet variable	+ 24/7 email support
Settings	Term title Archives Page Separator Site title		+ No ads!
1			Get Yoast SEO Premium >
y SEO	Meta description	Insert snippet variable	
General	Modify your meta description by editing it right here		
Search Appearance			Extend Yoast SEO
Search Console			Be found on Google Maps!
Tools	Yoast SEO Meta Box		Our Local SEO plugin will help you rank in Google Maps and
Premium	Show Hide		local results.
Collapse menu			Rank in Google Video Make sure your videos rank

Yoast SEO mostra categorias na configuração dos resultados da pesquisa

Escreva as Descrições das Categorias

Digite a descrição da categoria sob a categoria específica do artigo que você deseja indexar. Você pode fazer isso navegando até **Posts** > **Categories** e clicando em **Edit** sob a taxonomia relevante. Não se esqueça de clicar em **Update** quando estiver pronto.



Adicionando uma descrição de categoria

Crie um Rodapé Profissional para o Site

Se você deslizar até o final do seu site WordPress, você pode encontrar alguns créditos que não colocou lá. Um provavelmente será o link padrão "Powered by WordPress" que é aplicado a todos os sites WordPress. O outro é freqüentemente um crédito que aponta de volta ao site do desenvolvedor do tema.



Neve | Powered by WordPress

Um crédito de tema e o link "Powered by WordPress" em um rodapé

Embora estes links não sejam incorporados com más intenções, eles não parecem particularmente profissionais. E como os links têm um impacto significativo em seu SEO WordPress, recomendamos a remoção dos mesmos.

Confira nosso guia para remover o link "Powered by WordPress" do seu rodapé. Quanto aos créditos de qualquer tema que possam ser incluídos, você poderá excluí-los através do Customizador.



Removendo o crédito do tema no Customizador

Alternativamente, você poderá remover este link editando o arquivo **footer.php** do seu tema. Isto pode ser um pouco mais complicado, por isso é melhor ficar com o Customizador, se possível.

Páginas Chave para Construir sua Credibilidade

Esta dica não se trata de um fator de classificação direta, mas ainda assim é importante.

Há algumas páginas chaves que todo site de qualidade e credibilidade deve ter:

- Uma página "Sobre": Isto deve fornecer informações básicas sobre sua marca, sua missão e o que você tem a oferecer aos visitantes. Muitas vezes ajuda a enquadrar este conteúdo como uma narrativa, por exemplo, descrevendo como sua marca chegou até aqui.
- Uma página de "Contato": Exibindo um endereço físico (se sua empresa tiver um), número de telefone, e-mail e outros detalhes de contato relevantes mostram aos usuários que existe uma pessoa real por trás do seu site. Também facilita o contato entre eles e você com perguntas sobre seus produtos ou serviços, o que pode ajudá-lo a conseguir vendas.
- Páginas "Divulgação", "Política de Privacidade" e "Termos e Condições": As páginas legais necessárias para seu site variam um pouco, dependendo do tipo de conteúdo que você produz. Se você fornecer qualquer conselho (por exemplo, através de artigos no blog) ou incorporar links de afiliados, uma página de divulgação é ideal. Qualquer site que coleta dados de usuários deve estar em conformidade com o GDPR e/ou com o CCPA. Se você vende produtos ou serviços on-line, você vai querer listar seus termos e condições.

Reverse Engineered Jon Penland falou com Donata Stroink-Skillrud, Presidente da Termageddon e Vice-Presidente do Comitê de Privacidade da American Bar Association, sobre por que as empresas precisam de uma política de privacidade. Duça o episódio do podcast da Donata »

Além destas páginas, adicionar alguma prova social ao seu site pode ajudar a aumentar sua confiabilidade também. Links para suas contas de mídia social como depoimentos e revisões de clientes, clientes ou usuários são ideais.

CAPÍTULO 4

Ajude os Mecanismos de Pesquisa Rastrearem o seu Site

Como mencionado no CAPÍTULO 1, os mecanismos de pesquisa utilizam bots para rastrear e indexar seu site. Embora isso seja feito automaticamente, existem algumas maneiras de ajudar esses bots a encontrar as informações que você deseja que eles encontrem. Estas dicas também o ajudarão a aproveitar ao máximo os recursos da página de resultados dos mecanismos de pesquisa (SERP -Search Engine Result Page).

Envie seu Sitemap XML para o Google e Bing

No capítulo anterior, explicamos como criar um sitemap XML. A seguir, vamos abordar como enviá-lo aos mecanismos de pesquisa.

Google

No Google Search Console, clique em **Sitemaps** sob a seção **Index**. Em seguida, digite a localização do arquivo Sitemap, e clique em **Submit**.

Você verá então quantas páginas/artigos foram enviadas e quantas estão de fato indexadas. Agora o Google irá automaticamente rastrear seu arquivo sitemap regularmente.

https://kinsta.com/ - Sitemaps									
: Oven/ex . URL inspection formance	Add a new sitemap https://kinsta.com/	URL.	K			SUB	ылт		
Search results Discover Google News	Submitted sitemaps	Tota	Edwitted ¥	Last read	Datas	Discovered UELs	Ŧ		
а -	/es/sitemap_index.xml	Sitemap index	Dec 3, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,140			
Coverage Sitemaps	/#/sitemap_index.xml	Sitemap index	Dec 1, 2020	Feb 12, 2021	Success	914	8		
Removals	/dk/sitemag_indecom/	Sitemap index	Dec 1, 2020	Feb 12, 2021	Success	587	63		
incements ^	/se/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 17, 2020	Feb 11, 2021	Success	632	8		
Core Web Vitals	/jp/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 16, 2020	Feb 12, 2021	Success	549	8		
Mobile Usability	/de/sitemag_index.sml	Sitemap index	041 16, 2020	Feb 11, 2021	Success	1,033	63		
FAQ	/sitemap_index.aml	Sitemap index	Oct 16, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,285	63		
Sitelinks searchbox	/pt/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 15, 2020	Feb 12, 2021	Success	1,048			
TABLE .	/th/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 15, 2020	Feb 11, 2021	Success	1,151	8		
arity & Manual Actions	/nl/sitemap_index.xml	Sitemap index	Oct 15, 2020	Feb 12, 2021	Success	012	13		
cy tools and reports v				Drawn ner na	ar 10 r	1.10.4/21 <	>		

Enviar um sitemap para o Google Search Console

Bing

Também é recomendado que você envie seu sitemap para o Bing Webmaster Tools.

Após o login, clique em **Sitemaps** no menu lateral, depois clique no botão **Submit sitemap**, e adicione sua URL de indexação do sitemap.

👯 📕 Microsoft Bing 🔤					
kinsta.com/		Sitemaps			Submit sitemap
© Home → Search Performance → URL Inspection		Known sitemap 35	is Sitemaps with errors 9	Sumaps with warnings	Total URLs discovered 13 231
Site Explorer	_	Sitemop det Type: All	Submit sitemap	×	🛓 Download all
URL Submission		Site	https://kinsta.com/sitemap_index.xml Formats: XML, RSS 2.0, mRSS (Media RSS), Atom 0.3 & 1.	0 and text files.	tatus URLs discovered
SEO Configuration		http he/f Siten		6	rror 0 :
Tools & Enhancements Security & Privacy		http Sitemap		Cancel Submit	Varning 0 :

Envie um sitemap para o Bing Webmaster Tools
Solicite um Rastreamento para uma Indexação mais Rápida

O Googlebot é muito bom em descobrir novas páginas naturalmente através de rastreamento e sitemaps XML. Este processo pode levar de alguns minutos, horas ou dias. Embora na maioria dos casos seu rastreamento automático sirva suas necessidades, pode haver casos em que você queira solicitar a indexação.

É aqui que a ferramenta Solicitar um novo rastreamento no Google Search Console é útil. Esta ferramenta pode ser útil ao testar como suas páginas são classificadas após fazer atualizações em uma página. Vale notar que muitas vezes há um atraso, portanto não espere ver suas páginas atualizadas indexadas instantaneamente.

Dentro do Google Search Console, clique na opção **URL Inspection** em **Overview** na barra lateral, e digite a URL da página que você deseja solicitar a indexação.

Lá, você deve ver uma caixa que lhe diz se a URL que você especificou está disponível no Google. Abaixo disso, há um botão chamado **Request Indexing**. Clique sobre ele para solicitar um rastreamento para este URL.

≡ Google Search C	onsol	e Q Inspect any URL in Titl	ps.//kirsta.co	xnv"					0	26		III 🕼	
Mtps://kinsta.com/	÷	https://kinsta.com/blog/wordpress-cli	sar-cache/	←									
Overview O, URL Inspection		URL Inspection									TE	ST LIVE URL	
Performance G Search results # Discover E Google News			0	URL is on G It can appear in request) with all VIEW CRAWLED	Google Google Search n relevant enhanc PAGE	suits () f not subject to a manual action or remo ensents. Leach.mode	val Page changed	REQUEST INDEXING					
Index D Coverage S Sitemaps Removals			S e	Coverage		Submitted and indexed		~					
Enhancoments C: Core Web Vitals D: Meble Unability			0	vlobile Usability Sitelinks searchbor	C	Page is mobile friendly 1 valid item detected		>					
© FAQ © Sitelinks searchbox © Videos			0	lideos		1 valid item detected		,					
Security & Manual Actions	* *												

A ferramenta de inspeção de URL no Google Search Console

Se o Google não conseguir acessar sua página por algum motivo, você poderá ver uma mensagem de erro. É aconselhável verificar periodicamente suas páginas mais importantes usando a ferramenta de inspeção URL para identificar erros de indexação e garantir que suas páginas possam ser exibidas corretamente nos resultados de pesquisa.

Aplique o Schema Markup

Schema markup é um tipo de metadados (referidos como microdados) que ajuda os mecanismos de pesquisa a fornecer dados maiores e melhores aos visitantes. Ele é adicionado ao HTML dentro das páginas do seu site para dar aos elementos individuais propriedades extras, tais como que tipo de informação eles incluem e qual é o contexto.

Exemplo de Schema Markup

Se fizermos uma pesquisa por "URL de login WordPress" na pesquisa de vídeo do Google, você verá no topo o ranking de artigos do nosso blog, que apresenta um vídeo sobre este tópico. Ao adicionar dados estruturados, pudemos instruir o Google sobre como exibir o vídeo, fornecendo a imagem em miniatura, URL do vídeo, duração do vídeo, e muito mais.



Usando o VideoObject schema para influenciar os resultados da pesquisa do Google

Se você conectar o site Kinsta à ferramenta de teste de pesquisa aprimorada do Google, você verá que há ainda mais microdados incluídos em nosso site.

ntps:/kirsta.com/brog/besi-wordpress-review-prugins/		NEW TEST
<pre>clocryse.bonb Gaal lange*exc25></pre>		
Check Conta varae""FFF-0"> Conta varae""FFF-0"> Conta varae""FFF-0">	Article	0 ERRORS 0 MARNINGS
<pre>cmets name="theme-color" concent="#ffffff "></pre>	ID. https://kinsts.com/blog/bestwordpress.review.plugins/#article	
<lisk 11"="" app.erg="" krefe"bhtp:="" rele"profile"="" wfn=""></lisk>	6104	Article
Clink P14* apple-touch-local sizes* lexies* http://kinka.com/ep-colocal/sizes/instat/fivipos/to Clink P14* apple-touch-local sizes* lexies* http://kinka.com/ep-colocal/sizes/instat/fivipos/to Clink P14* apple-touch-local sizes* lexies* local base/fiber//linka.com/ep-colocal fiber/sizes/instat/fivipos/to Clink P14* apple-touch-local sizes* local base fiber/sizes/fiber/linka.com/ep-colocal fiber/sizes/instat/fiber/sizes/fiber/sizes/instat/fiber/	014	https://kinsta.com/blog/best-wordpress-review-plugins/#article
<pre>clisk rel-'icon' type-'image'pog' sizes-'itsil' host-'https://kimsts.com/wp-content/themes/kimsts/favicous/favic</pre>	articleSection	Best WordPress Plusing and Themes
<pre>slisk rel*"manifest" href*"https://kista.com/wp-costent/themes/kista/favicons/manifest.json"></pre>	commentCount	7
Giak pil-"mask-ion," kel-"https://tiskts.com/up-ontent/tiskts/farious/salari-pined-tak.org" color-"#	dateMolified	2020-03-02112 13 52-00 00
(gea)	(and disks	2015 04 24 20 24 20 20 20 20
	handline	The 11 Best Monthlese Dense (Burns (Bullow and Scheme)
	in the second se	The Fireford work from Action Freght (values go and accenta)
	kayvores	wordmess.xops.grs
* DOE 1000 1 DOE 1000 1 DOE 100*1 * DOE 1 DOE 1 DOE 1	sation	
·	01904	Pesos
HINNHH FRIHL	₿H4	https://kinsta.com/it/schema/person/3413283a6309/09be3e3a038 f133be
	description	Editor in Chief at Kineta and Content Marketing Consultant for WordPress plugin developers. Connect with va Invel - "Ittas./Inviter.com/matteoduci"-Matteo on Twitter./a-
	10/14	Mutteo Dub
	umate	https://www.koke.fo.com/in/methan/wo/
Wo're building a world-class bosting platform at Finata.	interfe	https://witecom/patienture
Stepate Styrese & Lick-ass	inner	
		And a state in the
	8494	imageuoject
https://kkakka.com/careere/	84	mps_renets.com/ sumoroge
	caption	Mutheo Deo
1	wi .	https://kinsta.com/avatar/78636e34d9c125693ef37e0893e77e889 a=1688d=mm&r+g
	image	
millorthe 11 Best MeedFrees Baview Flygins in 2005//iilor	8hpr	ImageObject
tatple types'test/cos' ids'easy-social-share-bottons-isline-cos' medias'all's.sosh_fixed (tops 100px fisportant		https://kinata.com/blog/best-wordpress-review-
<1 This site is optimized with the Tasat EDD Premium playin v12.8 - https://post.com/wordpress/ployins/sea/ -	8M	plugine/formervirnage
<pre>cmets name='constription' content='maring cerieve on your site adds credibility and social proof. Learn about Cents name='robots' content='maring:scipest(), maringse_proview(large, mar.video.sreeiev()'/></pre>	ration	Best WordPress review plucing
dial adaptation in the second s		and the set of the paper

O esquema de dados estruturado da Kinsta

(Há também um ovo de Páscoa bem legal na forma da logo e outras informações gráficas apresentadas como código!)

A inspeção dos resultados da ferramenta de teste de dados mostra os tipos de dados do schema markup que estão sendo usados, alguns deles são:

- @type: Página Web
- publisher @type: Organização
- publisher sameAs: https://www.facebook.com/kinstapt (também há dados para Instagram, Twitter e outros canais de mídia social)
- isPartOf name: Hospedagem Gerenciada de WordPress da Kinsta

Geralmente, o que você quer ver é zero erros e algum tipo de retorno no lado direito da tela. Se estiver completamente em branco, isso significa que seu site WordPress não tem nenhum schema markup adicionado a ele.

Isto é apenas uma amostra dos microdados fornecidos sobre a Kinsta. Você pode encontrar o resto através do Teste de pesquisa aprimorada do Google.

Adicione Schema Markup ao seu Site WordPress

Há diferentes maneiras que você poderia usar para adicionar a marcação schema.org.

Você pode instalar um tema que já tenha a marcação schema. org incluída. Pesquise por "schema" no diretório de temas do WordPress para ver diferentes opções.



Resultados da pesquisa do tema do Schema

Adicione Schema Markup Através de um Plugin WordPress Dedicado

Se você não quiser baixar um novo tema, você pode usar um plugin de schema markup. Yoast SEO adiciona automaticamente alguns dados estruturados a suas páginas, com recursos adicionais disponíveis (a um custo) para enriquecer ainda mais seu conteúdo.

Encontre aqui uma lista completa de plugins SEO.

Otimize seu Conteúdo para o Snippets em Destaque do Google

Um snippet em destaque (também conhecido como trechos em destaque) é um breve resumo de uma resposta à pergunta de um usuário. Eles são indiscutivelmente uma das características SERP mais valiosas. Os snippets em destaque são exibidos na parte superior das SERPs e são extraídos de uma página da Web. O objetivo é fornecer aos usuários uma resposta rápida e direta a sua pergunta sem ter que sequer clicar em um resultado de pesquisa/site específico.

Gogle	scripting languages X 🎍 Q			
	Q, All 🕞 Images 🗈 Videos 🔟 News 🖉 Shopping I More Settings Tools			
	And a LEARNING MARKED 22 ACCORD	Image: A second secon		
	So If you eet might in the state of the stat	A scripting or script language is a programming language for a special in-in-time environment that automates the execution of tasks the tasks could alternatively be executed one-by-one by a human operator. Scripting languages are often interpreted, rather than compiled. Webgedia		
	Ruby.	Programs	~	
	- Groovy. - Perl.	Types	~	
	Lua. Bash.		Suggest edit	
	More Items * 2 Feb 2021			
	kinsta.com > blog > scripting-languages			
	Top 13 Scripting Languages You Should Pay Attention to in			

O Google apresentou um exemplo de snippet

Como os snippets em destaque ocupam muito mais espaço do que o tradicional link azul e a descrição, há implicações positivas no número de cliques que sua página pode receber, portanto, obter snippets em destaque é uma ótima maneira de direcionar mais tráfego para o seu site.

Não há receita mágica para colocar seu conteúdo nos snippets em destaque, mas a partir de nossa experiência pessoal, descobrimos que o seguinte pode ajudar:

- Concentre-se nas palavras-chave que você já classificou nas posições 1 a 10. Quanto mais impressões cada consulta tiver, mais tráfego você provavelmente terá se conseguir passar para a posição zero.
- Adicione um schema markup para ajudar o Google entender sobre o que é seu conteúdo e como ele se encaixa em seu site.

- Use tags de cabeçalho (<H1> <H6>), listas com marcadores, e listas numeradas de forma eficaz.
- Estruture seus artigos de uma forma organizada.
- Mantenha seus parágrafos curtos. Os Snippets em destaque tendem a ter em torno de 40 50 palavras.
- Use perguntas como cabeçalhos e responda-as abaixo (perguntas frequentemente acionam snippets em destaque).
- Use imagens de alta qualidade e vídeos..

Otimize seu Conteúdo para Sitelinks do Google

Os sitelinks do Google aparecem sob o primeiro resultado de busca em um SERP. Eles são links internos para o site, apresentados com uma breve descrição. Os sitelinks são frequentemente encontrados ao realizar uma pesquisa da marca, e ajudam o usuário a navegar em seu site.



Google no SERPs

Os sitelinks do Google melhoram sua taxa de cliques (CTR click-through rate), criam confiança e credibilidade, aumentam o conhecimento da marca e do produto e permitem que os usuários naveguem em seu site com mais profundidade.

Infelizmente, os sitelinks não são algo que você possa habilitar, ativar ou simplesmente optar por eles. Cabe ao Google habilitálos para um site que eles acham que é autoritário para uma determinada consulta.

Felizmente, há algumas coisas que você pode fazer para aumentar suas chances de ter sitelinks.

Tenha um Nome de Site Exclusivo

Os sitelinks de pesquisa do Google são predominantemente encontrados para pesquisas de marcas, portanto, ter um nome de marca única o ajudará a ocupar a primeira posição.

Um nome genérico como "A Agência Digital" terá dificuldades para ser classificado, pois é difícil para o Google saber se o usuário está procurando por uma agência digital em geral ou por esta empresa específica.

Nomes ambíguos de empresas podem, às vezes, ser bem classificados nas condições certas. Por exemplo, uma busca por "Apple" trará resultados para o gigante tecnológico e não para a fruta, porque o Google entende a intenção de um usuário.

Entretanto, sem ter uma presença de marca incrivelmente forte, é difícil classificar para um nome bastante genérico.

Posicione a sua Marca na Primeira Colocação

Os sitelinks do Google são atribuídos apenas ao primeiro resultado de pesquisa, portanto, você precisa estar no primeiro lugar se quiser ter uma chance de obter sitelinks.

Use Dados Estruturados

Dados estruturados, como o breadcrumbs schema, ajudam o Google e outros mecanismos de pesquisa a entender melhor seu site. Nós cobrimos o schema apenas algumas páginas atrás.

Use Estruturas e Navegação limpa no Site

Sites com estruturas complicadas ou pouco claras são mais difíceis de serem rastreados pelos mecanismos de pesquisa e difíceis de serem navegados pelos usuários.

Garanta que sua página inicial seja a página principal do seu site e que todas as outras páginas se ramificam a partir daí. Use cabeçalhos claros e uma estrutura intuitiva para organizar suas páginas e dividir tudo em subcategorias relevantes sempre que possível.

Como visto no CAPÍTULO 3, também é bom ter as páginas "padrão" cobertas, tais como Sobre, Contato e Produtos/Serviços. Estas são muito facilmente compreendidas tanto pelo Google quanto pelos usuários, e fazem ótimas páginas de aterrissagem (landing pages) do SERPs.

Otimize seu Conteúdo para o Google Discover

Google Discover é o serviço de sugestão de conteúdo do Android. É basicamente um feed de conteúdo que o Google acha que os usuários encontrarão relevante, com base em seu histórico de pesquisa e em outros conteúdos que tenham lido. Como mencionamos anteriormente, o tráfego móvel está crescendo como uma loucura, portanto, otimizar suas postagens para esta plataforma só pode ajudá-lo.

Como o Google Discover não é baseado em pesquisas, a pesquisa e otimização de palavras-chave não o ajudará a colocar suas postagens nos feeds dos usuários. Há, no entanto, várias medidas que você pode tomar para melhorar suas chances:

- Crie conteúdo de alta qualidade.
- Use imagens e vídeos em seus artigos.
- Crie conteúdo evergreen (mais sobre isso no CAPÍTULO 7), bem como novos artigos em intervalos regulares.
- Construa confiança com seu conteúdo, incorporando provas sociais.
- Traduza seu conteúdo.

No que diz respeito às imagens que você inclui em seus artigos, você também pode querer considerar a possibilidade de permitir o uso de grandes imagens para o Google Discover. As estatísticas mostram que isto leva a um aumento no CTR, na duração da visualização da página e na satisfação do usuário.

Você pode acompanhar quanto tráfego o Google Discover está enviando para o seu site, juntamente com as páginas que estão aparecendo, ao dirigir-se ao relatório Discover no Google Search Console.

CAPÍTULO 5

Otimize seu Conteúdo com Palavras-Chave

Nós introduzimos primeiramente palavras-chave no CAPÍTULO 1 como uma métrica que você deve estar ciente enquanto otimiza seu site para o SEO.

As palavras-chave são palavras ou frases que representam o conteúdo do seu site. Elas são usadas pelos mecanismos de pesquisa para trazer conteúdo relevante às consultas dos usuários.

Antes de adicionar palavras-chave ao seu conteúdo, aqui estão algumas estratégias que você deve considerar para obter o maior retorno possível dos seus esforços.

Faça Pesquisa por Palavras-Chave

A pesquisa por palavras-chave é o ato de encontrar e vetar palavras-chave a serem alvo em uma campanha de SEO.

Isto é feito usando uma série de ferramentas gratuitas e/ou pagas que mostram o que as pessoas estão procurando no Google e em outros mecanismos de pesquisa. Alguns de nossos favoritos incluem KWFinder, SEMrush, e Ahrefs.

Google • wordpre	ss hosting	United St	ates 🔻	Q. 679 / 700 weekly reports left. @	982 / 1,00	00 monthly SERP updates left @	
Overview	Overview: wordpress host	ing How to use SERP & KD a	How to use SERP & KD updated 11 hours ago. Update				
Ads history ^{mess} Keyword ideas Matching terms Related terms Search suggestions	Keyword difficulty ©	Volume © CPC © 35K \$30.00 • Volume trend		Clicks © CPS © RB 0 40K 1.15 1.27 <td< td=""><td>Global volume 78K United States</td><td>35K 44%</td></td<>		Global volume 78K United States	35K 44%
Traffic share By domains By pages	87 Super hard	1	78K	• Organic cacks only 57%	100%	Cunited Kingdom	8.7K 11% 7.3K 9% 2.4K 3%
Keywords lists YouTube Tutorials K 2 APM 65	We estimate that you'll need backlinks fn ~569 websites to rank in the top 10 for this keyword	Sep 2015 - Mar 2021		Sep 2015 — Dec 2019	0%	 Germany Canada 	2.1K 2% 2.0K 2%
PHP 75 JAMstack 14 Laravel 05	Parent topic @ wordpress hosting Search volume 35K	#1 result for parent topic How to Choose the Best WordPress Hosting https://www.wpbeginner.com/wordpress-ho Total traffic 19K	in 2021 sting/ •				
	Keyword ideas						
	Terms match	Questions @		Also rank for @		Also talk about 🛞	
	wordpress hosting	35K what is wordpress hosting	500	wordpress	720K	wordpress	720K
	best wordpress hosting	19K what is managed wordpress hosting	80	bluehost	316K	free	542K
	best hosting for wordpress	18K what is wordpress hosting?	40	siteground	159K	best	372
	managed wordpress hosting	8.0K what is the best hosting for workforess	40	recommended	138K	web	218K

Uma pesquisa por "WordPress hosting" no Ahrefs

Por que a Pesquisa por Palavras-Chave é Importante?

A qualidade de suas palavras-chave é a diferença entre uma campanha de marketing bem-sucedida e uma perda de tempo. Por quê? Porque você pode criar o melhor conteúdo e construir links incríveis que lhe pontuam no primeiro lugar no ranking do Google e ainda assim obter zero benefícios em termos de crescimento de negócios ou receita, se você visar as palavras-chave erradas.

Como Fazer Pesquisa por Palavras-Chave

Aqui está um resumo rápido sobre como determinar em quais palavras-chave você deve se concentrar:

 Encontrar idéias de palavras-chave baseadas em termos-chave, pesquisa relacionada, palavras-chave de cauda longa, e LSI (Latent Semantic Indexing, também conhecido como sinônimos ou palavras-chave relacionadas).

- Verifique a verdadeira dificuldade da palavra-chave e o volume da pesquisa.
- 3. Determine a intenção do usuário.

Encontre aqui instruções mais detalhadas sobre a pesquisa por palavras-chave.

Use Sempre uma Palavra-Chave Foco

Você definitivamente deveria estar escrevendo para seus visitantes e clientes, mas escreva com inteligência.

Uma palavra-chave foco é exatamente como ela soa: É a palavrachave central para uma página em seu site que deve estar sempre em mente ao criar conteúdo.

No plugin Yoast SEO, defina a palavra-chave foco sobre a qual você deseja escrever. Por exemplo, para este artigo no blog sobre SEO, usamos a palavra-chave de foco " SEO WordPress". Você pode ver que Yoast SEO analisa a densidade de palavras-chave, e está relatando que ela é um pouco baixa:



Exemplo de uma palavra-chave foco

Também é sábio incluir sua palavra-chave foco em sua title tag, cabeçalho H1, dentro do primeiro parágrafo, em texto alt de imagem e nomes de arquivos de imagem, quando possível, e em sua meta description.

Evite a Canibalização de Palavras-Chave

A canibalização da palavra-chave ocorre quando duas ou mais páginas em seu site WordPress competem pela mesma palavrachave. Embora isto possa às vezes resultar na classificação das duas páginas, geralmente é mais fácil concentrar todos os seus esforços em uma única página, ao invés de diluir a autoridade da página através de várias páginas. Isto, em teoria, ajudará sua versão única a subir ainda mais na classificação. Se você tiver a sorte de ter mais de uma página classificada nas duas primeiras posições, você pode se considerar sortudo e passar a rever outra palavra-chave.

No exemplo abaixo, podemos ver o Yoast ranking com 2 resultados. Combinando estas duas páginas e os sinais que as acompanham, elas poderiam ter mais chances de subir no ranking:



Exemplo de canibalização de palavras-chave

A canibalização da palavra-chave também pode levar a classificações instáveis, fazendo com que as posições de suas páginas flutuem. Pode não estar claro para os mecanismos de pesquisa qual é a página mais relevante a ser usada. Isto significa que uma página pode ser bem classificada por alguns dias, depois a outra página pode tomar seu lugar, mas em uma posição inferior.

Como Verificar por Canibalização de Palavras-Chave

Há várias maneiras de verificar se a canibalização de palavras-chave está causando problemas para seu site WordPress. Usando uma ferramenta como Ahrefs, você poderá verificar se há mais de uma página para suas palavras-chave alvo.

Para começar, você pode ver rapidamente qualquer mudança de ranking, que é onde diferentes páginas entram e saem dos rankings.



Exemplo de canibalização de palavras-chave no Ahrefs

Você também poderia usar o Google Search Console para ver quando várias páginas se classificam para as mesmas palavras-chave.

Na seção **Search Results**, selecione a aba **Queries**, depois filtre Linhas por **Position**, onde a **Position** é menor do que **20.** Isto mostrará as duas primeiras páginas nos resultados do Google.

Em seguida, selecione **Clicks**, **Impressions**, e **Average Position**, depois revise palavras-chave de alta impressão com uma posição maior que **1**.

Ao clicar em cada palavra-chave e selecionar a aba **Pages**, você pode revelar se mais de uma página em seu site está classificada para a consulta selecionada.

Você pode querer adicionar seu país de destino aos filtros na parte superior, particularmente se você tiver seu conteúdo traduzido para outros idiomas.

Ao verificar a **Position** e os **Clicks** para cada página, você pode descobrir rapidamente situações em que as páginas estão pulando para dentro e para fora dos rankings como resultado da canibalização da palavra-chave.



Canibalização por palavra-chave vista no Google Search Console

CAPÍTULO 6

Melhore seu SEO On-Page

Ter uma ideia clara sobre qual(is) palavra(s) chave a ser enfocada(s) é apenas o primeiro passo. Você precisará então estruturar seus artigos e páginas de forma que os mecanismos de pesquisa entenda em qual palavra-chave se concentrar.

Aqui estão algumas maneiras de melhorar seu SEO on-page.

Inclua sua Palavra-Chave Foco em sua Title Tag

Title tags são uma das principais maneiras que o Google pode entender do que se trata a sua página.

Title tags são frequentemente confundidas com os cabeçalhos que você vê em uma página. Embora muitas vezes tenham o mesmo conteúdo, o HTML por trás delas desempenha papéis diferentes nos mecanismos de pesquisa. Veja como este artigo no blog sobre WordPress e o title tag do Drupal ficaria em HTML:

```
<title>WordPress vs Drupal - Which
One is Better in 2021?</title>
```

E aqui está como é o primeiro cabeçalho da página, "WordPress vs Drupal - Qual é o melhor em 2021? (Prós e Contras)" parece em HTML:

```
<h1>WordPress vs Drupal - Which One
is Better in 2021? (Pros and Cons)</
h1>
```

Finalmente, aqui está como o artigo do blog aparece no Google como você pode ver, o title tag é a parte mais aparente do resultado do mecanismo de pesquisa:

https://kinsta.com > blog > wordpress-vs-drupal

WordPress vs Drupal - Which One is Better in 2021?

 $\label{eq:Jul 9} Jul 9, 2021 - Drupal Advantages \cdot Custom content types and views - while WordPress does offer custom post types, most people consider Drupal's custom content ...$

Como uma title tag aparece nos resultados de pesquisa do Google

Tenha em mente o comprimento quando escrever suas title tags. O que o Google mostrará pode variar, mas uma boa regra a ser seguida é 55-60 caracteres ou 600 pixels. Aqui está uma útil ferramenta de pré-visualização SERP para garantir que suas title tags não sejam muito longas.

Coloque sua palavra-chave foco no título, mas mantenha natural. Muitas vezes é a primeira coisa que as pessoas vêem nos SERPs, portanto, deixe uma boa impressão para encorajá-las a clicar e ler mais em seu site.

Escreva Meta Descriptions para Aumentar a Taxa de cliques (CTR - Click-through rate)

Se o title tag é o título da sua página, a meta description é o resumo de uma linha atraindo as pessoas continuarem lendo.

Meta descriptions não afetam diretamente seu SEO, mas afetam seu CTR. Quanto mais alto for seu CTR, mais relevante o Google considerará seu conteúdo, classificando, portanto, sua página mais alta. Portanto, de certa forma, as meta descriptions podem afetar indiretamente a sua classificação. Você pode definir sua meta description manualmente no plugin Yoast SEO clicando no botão **Edit Snippet** abaixo do editor.

Pré-visualizar como:

kinsta.com > pt > blog > meta-description-wordpress

Como Adicionar Meta Description no WordPress (Melhore a Taxa de ...

Jan 22, 2020 — A meta description afeta directamente a sua taxa de cliques. Precisa de adicionar meta description ao WordPress? Aprenda como com este guia e impulsione ...

du	ļ	5
-		

Título SEO

Insert variable

Insert variable

Como Adicionar Meta Description no WordPress (Melhore a Taxa de Cliques em até 5,8%)

Slug

meta-description-wordpress

Descrição

A meta description afeta directamente a sua taxa de cliques. Precisa de adicionar meta description ao WordPress? Aprenda como com este guia e impulsione o seu SEO.

Meta description no plugin Yoast SEO

Anteriormente, havia um limite de 156 caracteres para meta descriptions. O Google atualizou isto em dezembro de 2017 para 320 caracteres, mas depois reverteu a alteração de volta para 150-170 caracteres. Qualquer coisa sobre isso poderia não ser visível no SERPs. Também é sábio incluir sua palavra-chave foco em sua meta description. O Google destacará o termo de pesquisa em negrito ao exibi-lo nos resultados da pesquisa, como nesta pesquisa sobre mecanismos de pesquisa alternativos:

kinsta.com > blog > alternative-search-engines v

21 Alternative Search Engines To Use in 2020 - Kinsta Feb 13, 2020 - Google isn't the only search engine out there. Check out the best alternative search engines for encrypted data, more privacy, and cool search ...

Palavra-chave em negrito na meta descrição



Palavra-chave em negrito na meta descrição

Use Heading Tags Adequadas

O Googlebot verifica o header tags HTML (também conhecido por tags de cabeçalho HTML) como H1, H2, H3, etc., para determinar a relevância do conteúdo do seu site. Geralmente, a melhor prática é ter uma única tag H1 por artigo ou página, e depois várias H2 e H3 por baixo disso.

Header tags podem ser pensadas como uma hierarquia de importância. A tag H1 é seu cabeçalho mais importante e deve conter sua palavra-chave de foco. Cabeçalhos adicionais também podem incluir sua palavra-chave ou variações de cauda longa dela.

Dito isto, observe que os cabeçalhos devem ser usados apenas para dividir seu conteúdo para facilitar o consumo - e não como um meio de colocar palavras-chave em lugares de destaque em suas páginas.

A maioria dos temas do WordPress, se codificados corretamente, atribui automaticamente o título da sua página ou artigo como o cabeçalho H1. Você pode então atribuir cabeçalhos H2, H3, H4, etc. dentro de seu artigo ou página.

Você pode criar um cabeçalho no Editor Clássico usando o menu suspenso no editor visual.

Dashboard	Edit Post Add New			Screen Options 🔻	Help ¥	
🖈 Posts 🔸	Hello world!			Publish		
All Posts Add New	Permalinic http://			Categories +		
Tags	Paragraph A B I E E 66 E C C d P E E	Vocal	×	Tags	*	
 ♀) Media III Pages III Comments > Appearance 	Paragraph (vx)	t post. Edit or delete it,		Post Attributes Template Default Template v		
≴r Plugins ≛ Users ⊁ Tools	Heading 2 (real Heading 3 (real			Editor Switch to Block Editor	•	
El Settings (V) SEO O Collepse menu	Heading 4 (~C4) Heading 5 (~C6) HEADING 6 (~C6)			Featured Image		
	Preformatted	aved at 10:23:39 pm. Last edited on November 15, 2019 at 5:	16 pm			

Adicionando um cabeçalho no Editor Clássico

Isto atribui automaticamente ao texto selecionado as tags HTML que o Google precisará para ler seus cabeçalhos. No Editor de Blocos, você pode usar o bloco de cabeçalhos para obter o mesmo efeito.



Adicionando um cabeçalho no Editor de Blocos

Use URLs Curtas

O Google gosta de sites que sejam limpos, organizados e estruturados. URLs curtas também podem melhorar seu CTR.

Infelizmente, slugs e permalinks auto-gerados do WordPress nem sempre são ideais.

Por exemplo, neste artigo no blog sobre URLs, o permalink original do WordPress teria sido algo parecido:

https://kinsta.com/blog/what-is-a
-url-explained-learn-how-to-get-mostout-your-sites-url

Este link é muito longo e não é ideal para compartilhamento ou SEO. Para contornar isto, optamos por uma URL mais curta:

```
https://kinsta.com/blog/what-is-a-url
```

Veja aqui como encurtar sua URL para um artigo ou página do WordPress:

```
Passo 1: Encontre a Configuração Permalink
```

Tanto nos Editores Clássico como nos Editores de Blocos, você encontrará uma configuração permalink que lhe permite editar a slug do seu artigo, ou a parte da URL que aparece após a última barra (/). No Editor Clássico, ele aparece diretamente abaixo do título do artigo.



Acesso à configuração permalink no Editor Clássico

Clique no botão **Edit** para habilitar o campo slug.

No Editor de Bloco, você pode encontrar esta opção na aba **Page** da barra lateral direita em **Permalink**, ou na parte superior do seu título.

🛡 3 🕂 New View Post	¢i e	Ciear Cache Howdy, Matteo Duò 🧾
き つ つ つ モ		Switch to Draft Preview Update 🔯 🗹 🗄
	WordPress SEO: 50+ Tips to Grow Organic Traffic	Decement Decement Decement Construct Model Construct Model Decement Decement
	Lorem ipsum	O 2 Revisions
Yoaat SEO SEO O Readable Fecus keyphysise O	v < mr	Permidia (Uti, Sug modures-see modures-see The lead of the UTIL_Back double terminalises of Voie Point total_Anoight combenduress-see()

Acesso à configuração permalink no editor de blocos

O campo de texto necessário já estará visível.

Passo 2: Edite a Slug do seu Artigo

A seguir, basta digitar a nova slug para o seu artigo. Lembre-se de separar as palavras com hífens e usar caracteres minúsculos.

Cada artigo e página do seu site deve ter uma URL única, de modo que você não possa repetir slugs que já tenha usado. Ao fazer isso, o WordPress adicionará automaticamente "-1" à sua slug para diferenciar as duas entradas.

Preste Atenção à Contagem de Palavras

O velho ditado "Conteúdo é Rei" ainda está vivo e bem vivo. O Google e os visitantes adoram conteúdo de alta qualidade.

O conteúdo de forma longa tem provado repetidamente ganhar nas páginas de resultados dos mecanismos de pesquisa (SERPs -Search Engine Results Pages). Outra vantagem do conteúdo de forma longa é que, com o tempo, você também começará a classificar várias variações de palavraschave de cauda longa, além de sua palavra-chave foco. Isto pode se estender para cobrir centenas de termos e frases de pesquisa populares..

Incorpore Links de Âncora em Conteúdo mais Longo

Com conteúdo mais longo, é melhor incluir links de âncora.



O que são os operadores de busca do Google?

Os operadores de busca do Google (às vezes chamados de *operadores de busca avançada do Google* ou *comandos de busca do Google*) são comandos especiais que ampliam as capacidades das buscas de texto regulares no Google.

Links de âncora em um artigo no blog Kinsta

Os links de âncora são excelentes para melhorar a experiência do usuário, pois permitem que os leitores cheguem diretamente às respostas que estão procurando. Em um longo artigo onde alguns leitores podem precisar apenas de uma parte das informações que seu conteúdo fornece, as âncoras são muito úteis e evitam a necessidade de rolagem excessiva. Além disso, seus links de âncora também podem aparecer sob os títulos de seus artigos no SERPs, na forma de links do site do Google, como visto abaixo:



Este aumento de informação pode ajudá-lo a gerar mais tráfego orgânico.

Crie uma Estratégia de Links Internos

Links internos são links que apontam de uma página ou postam em seu site para outra página ou postam no mesmo site. Eles não são apenas chave para SEO, mas também para a navegação do site.

Você pode incorporar links internos quando se referir a outros conteúdos que tenha escrito ou quando fizer um link para suas próprias páginas de destino.

Moz tem um ótimo artigo sobre por que links internos são importantes, mas em resumo:

- Eles ajudam os usuários a navegar em seu site, o que pode levar a um maior consumo de conteúdo e mais tempo gasto em seu site.
- Eles ajudam a estabelecer uma estrutura e hierarquia de informações no site.
- Ajudam a aumentar a autoridade do seu site, passando valor através de links..

Recomendamos acrescentar pelo menos 3-5 links internos a cada artigo ou página que você escreve. Dependendo da extensão do conteúdo, você pode adicionar ainda mais.

Para adicionar links internos ao seu conteúdo, destaque a palavra ou palavras para as quais você deseja adicionar seu link. Este será seu texto âncora. Em seguida, use a ferramenta hyperlink para colar seu link, ou pesquisar por ele.

Nota: Não adicione links internos que não façam sentido. Certifique-se de que haja uma correlação direta entre o link e o texto âncora que você escolher. CAPÍTULO 7

Manutenção do seu Conteúdo

Você já aprendeu que o conteúdo deve ser relevante, divertido, convincente e valioso. Não apenas o conteúdo de qualidade impulsiona o tráfego do site, mas também estabelece a autoridade do seu site.

Mas você não pode simplesmente publicar conteúdo e esquecê-lo. Como qualquer outra coisa, alguma manutenção é necessária.

Atualize o Conteúdo Antigo e Concentre-se no Conteúdo Evergreen

O Google considera o "frescor" do conteúdo ao classificar os resultados, de modo que ao passar por seus artigos e modificá-los para refletir melhor as mudanças em sua indústria pode aumentar significativamente sua visibilidade.

Conteúdo Evergreen é conteúdo que é sempre relevante, não importa quando você o lê.

Uma das principais vantagens do conteúdo Evergreen é que você pode compartilhá-lo uma e outra vez, e continuar criando backlinks (mais sobre backlinks no CAPÍTULO 9) e sinais sociais para ele.

Embora algumas atualizações ainda sejam necessárias, já que a maioria dos setores muda ligeiramente com o tempo, o nível de manutenção

necessário para os artigos Evergreen é muito menor do que as notícias regulares. Se você tiver a opção de publicar conteúdo evergreen vs notícias, é aconselhável optar pelo jogo a longo prazo.

Prática da Poda de Conteúdo

A poda de conteúdo envolve a remoção de conteúdo datado do seu site se não puder ser atualizado e melhorado.

Apesar de ser muito difícil apagar o conteúdo que você trabalhou arduamente para criar, é melhor ter menos conteúdo de alta qualidade do que ter um monte de posts que não são valiosos para os visitantes.

Isso também permitirá que você faça melhor uso de seu "orçamento de rastreamento", ou seja, o número de páginas em seu site que o Google rastreia dentro de um determinado período de tempo.

A poda de conteúdo é uma arte. Não recomendamos que você vá apagar metade das postagens de seu site de uma só vez. Dê uma olhada no trabalho que está envolvido neste estudo de caso onde a HubSpot removeu 3.000 artigos do seu blog.

Se você decidir remover o conteúdo, crie um redirecionamento 301 para que os visitantes e a autoridade da página não se percam.

Corrija Links Quebrados

Links quebrados são ruins para o seu site WordPress por algumas razões diferentes:

- 1. Links quebrados impactam negativamente a experiência do usuário.
- Eles desperdiçam seu orçamento de rastreamento no Google. Cada página 404 que um Googlebot encontra como resultado de um link quebrado é uma página no ar que o Google poderia ter rastreado em seu lugar.
- 3. Eles não oferecem os benefícios de SEO que você está procurando em uma estratégia interna de links.

Para encontrar links quebrados no Google Search Console, navegue até a seção **Coverage**. Aqui você verá um relatório que anota páginas em seu site com erros e avisos, assim como conteúdo válido ou excluído.



Relatório de cobertura no Google Search Console

Se você clicar na caixa de **Error** e rolar até a seção **Details**, você verá uma lista de quaisquer problemas encontrados pelo Google durante o rastreamento do seu site. Isto inclui erros 404, que normalmente indicam links quebrados.

Embora existam plugins de links quebrados para WordPress, não os recomendamos, pois tendem a prejudicar o desempenho geral do seu site.

Outras ferramentas de SEO como Ahrefs também podem ajudá-lo a identificar links internos quebrados, tanto em seu site como de outros sites.

Desindexar Conteúdo Duplicado

Pode parecer bobagem ter duas cópias idênticas do mesmo conteúdo, mas isso acontece com mais frequência do que você imagina. Uma razão comum para isso é quando um site de teste é indexado pelo Google.

Ter múltiplas cópias do seu conteúdo indexado pode levar a alguns problemas sérios de SEO. Embora o Google não o penalize formalmente por ter artigos ou páginas duplicadas, ele ainda pode ter um impacto em sua classificação.

O principal problema é que quando apresentado com dois conteúdos idênticos, o Google não sabe qual deles classificar. Hipoteticamente, isto significa que seu site de teste poderia começar a aparecer no lugar de suas páginas web atuais, o que seria, no mínimo, embaraçoso.

Neste caso, a maneira mais simples de tratar esta questão é desindexar seu ambiente de teste.

O WordPress permite que você o faça facilmente. Navegue até **Settings** > **Reading** em seu site de teste, e selecione a caixa de seleção ao lado de **Discourage search engines from indexing this site.**



Desindexação de um site WordPress

Se você estiver usando um ambiente de teste da Kinsta, você pode ter certeza de que ele será configurado automaticamente para não ser indexado pelos mecanismos de pesquisa.

Outros exemplos de conteúdo duplicado incluem www vs non-wwww (como visto no CAPÍTULO 3), bem como o uso de parâmetros em URLs.

A regra geral para evitar este tipo de conteúdo duplicado é usar uma tag canônica de auto-referência em cada página. Uma tag canônica destaca sua versão preferida de suas URLs. Por exemplo, este artigo SEO no blog contém os seguintes itens canônicos na tag <head>

```
<link rel="canonical" href="https://
kinsta.com/blog/wordpress-seo/">
```

Você também pode adicionar regras de redirecionamento ao seu arquivo **.htaccess** do WordPress para garantir que usuários e bots sejam sempre redirecionados para suas URLs canônicas. CAPÍTULO 8

Otimize a Mídia do seu Site

A mídia, por exemplo, imagens, vídeos, e realmente qualquer visual em seu site, pode trazer seu site de chato para bonito. Veja aqui como otimizar sua mídia para receber todos os benefícios SEO.

Use Imagens de Alta Qualidade

A adição de imagens e gráficos ao seu conteúdo beneficia seu site de algumas maneiras:

- Suas imagens podem ser classificadas no Google Image Search, gerando mais tráfego orgânico para o seu site.
- As imagens podem ajudar a demonstrar a relevância de seus artigos para os rastreadores dos mecanismos de pesquisa.
- As imagens tornam seu conteúdo mais interessante, atrativo e de fácil leitura.

Na próxima seção, você aprenderá como otimizar estas imagens para que elas não atrasem seu site.

Otimize suas Imagens para o Desempenho

As imagens compõem em média 21% do peso total de uma página web. Imagens grandes tornam suas páginas da web mais lentas, o que cria uma experiência do usuário menos otimizada. A otimização de imagens para o desempenho é o processo de diminuição do tamanho de seus arquivos. Isso pode ser feito antes de carregar imagens para o WordPress em uma ferramenta como o Adobe Photoshop ou Affinity Photo. Também pode ser feito usando plugins. O objetivo principal da formatação de suas imagens é encontrar o equilíbrio entre o menor tamanho de arquivo e a qualidade visual aceitável.

Cobrimos detalhadamente a otimização de imagens em nosso blog, mas aqui estão algumas das melhores práticas gerais:

- Se você estiver usando um plugin WordPress, opte por um que comprima e otimize as imagens no próprio servidor. Isto reduzirá o carregamento do seu site.
- Use imagens vetoriais sempre que possível.
- Use um CDN para servir suas imagens rapidamente aos visitantes em todo o mundo.
- Remova dados de imagem ou metadados desnecessários.
- Corte o espaço branco e recrie-o usando o CSS para fornecer o acolchoamento.
- Use os efeitos CSS3 ao invés de JavaScript o máximo possível.
- Salve suas imagens nas dimensões adequadas (embora lembrese que o WordPress agora suporta imagens responsivas para servi-las sem redimensioná-las com CSS).
- Use sempre o formato de arquivo .ico para seu favicon.
- Use fontes web em vez de colocar texto dentro das imagens.
- Use imagens em formato raster apenas para cenas com muitas formas e detalhes.
- Reduza a intensidade de bits para uma paleta de cores menor.
- Use compressão com perdas sempre que possível.
- Use GIFs comprimidos para animação.

- Use PNG se você precisar de altos detalhes e altas resoluções.
- Use JPG para fotos e capturas de tela em geral.
- Automatize o processo o máximo possível.
- Em alguns casos, você pode querer carregar imagens preguiçosas para uma renderização mais rápida na primeira página.
- Exportar imagens como "otimizadas para a web" em ferramentas como o Photoshop.
- Use WebP no Chrome para servir imagens menores.



Se você otimizou suas imagens mas ainda está sofrendo com um site lento, pode haver outros problemas em jogo. Descubra outras formas de melhorar o desempenho com o nosso ebook gratuito.

Download "Como Acelerar o seu Site WordPress" »

Adicione Texto Alt às suas Imagens

O texto Alt refere-se ao atributo Alt, ou texto alternativo, que é aplicado às imagens em seu site. As tags Alt são usadas por leitores de tela para usuários com deficiência visual, fornecendo contexto extra para as imagens.

Por exemplo, se alguém estivesse usando o software Dragon Naturally Speaking, o texto alt poderia realmente ajudá-los a navegar melhor na página.

Estes pedaços de texto descritivo também são usados pelos mecanismos de pesquisa para obter uma melhor compreensão do conteúdo de uma imagem e como ela se relaciona com o conteúdo ao seu redor.
Ao visualizar o HTML do seu site, você pode detectar atributos alt dentro de tags , assim:

```
<img src="image.jpg" alt="image de-
scription" title="image title"/>
```

Você deve sempre adicionar texto alt a suas imagens. Se você ainda não o fez, você pode voltar e fazer isso agora.

Com o WordPress, você não precisa saber nenhum código para adicionar texto alt. Você pode simplesmente digitá-lo selecionando uma imagem em sua Biblioteca de Mídia ou clicando em uma imagem dentro do editor do WordPress.

No Editor de Bloco, você encontrará o campo Alt Text (Alternative Text) na aba Block da barra lateral, em Image Settings.



Adicionando texto alt no Editor de Blocos

Para adicionar texto alt no Editor Clássico, siga os passos abaixo.

Passo 1: Abra as Configurações de Imagem

Abra seu artigo ou página no Editor Clássico. Em seguida, clique na imagem para a qual você deseja adicionar o texto alt. Você verá uma barra de ferramentas que será exibida acima dela.



Abrindo as configurações da imagem no Editor Clássico

Clique no ícone do lápis para abrir as configurações da imagem.

Passo 2: Adicione o Texto Alt no Campo Apropriado

Se você estiver executando a última versão do WordPress, o campo **Alternative Text** deve ser o primeiro na janela resultante.

Image Details	×
Alternative Text Describe the purpose of the image. Leave empty if the image is purely decorative. Caption DISPLAY SETTINOS Align Left Center Right None Size Custom Size Width Height 1000 * 651 Image size in pixels Link To None * ADVANCED OPTIONS *	Edit Original Replace
	Update

Adicionando texto alt no Editor Clássico

Clique no botão azul **Update** quando estiver pronto.

Pode ser benéfico adicionar sua palavra-chave foco aqui se ela for aplicável à imagem. Entretanto, não adicione apenas sua palavrachave foco como um texto alt em todas as suas imagens. Como em todas as coisas no SEO, faça isso com moderação. O Google não gosta de spamming.

Adicione Title Tags nas Imagens

O texto do título da imagem não influencia seu SEO e não é rastreado pelo Google ou Bing, mas o título de uma imagem de forma apropriada poderia melhorar sua experiência de usuário.

Use o texto do título da imagem para adicionar dicas de ferramentas às imagens. Esta pode ser uma ótima maneira de incorporar um call to action (CTA) quando alguém estiver passando por cima dele em seu site.

Assim como no texto alt, você não precisa saber nenhum código para adicionar texto de título no WordPress. Você pode adicioná-lo através da Biblioteca de Mídia, clicando em uma imagem e preenchendo o campo **Title**.

Attachment Details			<	>	×
	File name: daisy.jpg File type: image/jpe Uploaded on: Nover File size: 34 KB Dimensions: 1000 b) Iber 6, 2019 y 651 pixels			_
	Alternative Text				
		Describe the purpose of the image. Leave empty if the image is purely decorative.			
	Title	daisy			
	Caption				
	Description				
	Uploaded By	admin			
Edit Image	Copy Link	Talija (Taligarija			
	View attachment pa	je Edit more deta	ils Dele	te Perma	nently

Adicionando o atributo do título da imagem na Biblioteca de Mídia

Você também pode adicionar uma title tag a suas imagens com o Editor Clássico abrindo o menu suspenso **Advanced Options** e adicionando seu texto ao campo **Image Title Attribute**.

Dê um Nome Sábio aos seus Arquivos de Imagem

Os arquivos de imagens são mais importantes do que a maioria dos proprietários de sites da Web sabem. Com algumas das melhores práticas corretas de SEO para WordPress, você pode ver um bom impulso tanto no SERPs quanto no Google Image Search.

Algumas diretrizes incluem:

- Sempre nomeie seus arquivos de imagem com palavras reais relacionadas ao seu conteúdo antes de carregá-las no WordPress. Por exemplo, ao invés de DC0000.jpg, nomeie a imagem para wordpress-seo.jpg.
- Inclua sempre hífens entre as palavras nos nomes dos arquivos de imagem. Nomes de arquivos como wordpress_seo.jpg ou wordpressseo.jpg não são legíveis pelo Google.
- Inclua sua palavra-chave foco, se aplicável.
- Inclua sempre sua palavra-chave foco na imagem apresentada.
- Mantenha seus nomes de arquivo em letras minúsculas. Isto mantém suas URLs de imagem limpas e manterá a consistência para todas as suas URLs.

Faça Com Que as Imagens Sejam Acessíveis se Usar um CDN

O tráfego de imagens pode se somar com o tempo, por isso é importante verificar se suas imagens podem ser rastreadas por mecanismos de pesquisa. Se você estiver usando um CDN, certifique-se de que suas imagens não estejam sendo bloqueadas pelos **robots.txt** do seu provedor de CDN.

Se você usar o plugin Yoast SEO, adicione o seguinte código ao final do seu arquivo **functions.php** (mas primeiro o domínio e o domínio CDN com o seu próprio):

```
function wpseo_cdn_filter( $uri ) {
return str_replace( `http://yourdo-
main.com', `http://cdn.yourdomain.
com', $uri );
}
add_filter( `wpseo_xml_sitemap_img_
src', `wpseo cdn filter' );
```

Confira nosso Guia de Otimização de Imagens para saber mais sobre como conseguir que suas imagens apareçam nos resultados da pesquisa.

Também recomendamos assistir a este Search Central Lightning Talk de John Mueller no Google, que oferece muitas dicas úteis para a otimização das melhores práticas de imagem.

Não Indexe Páginas com Anexos de Imagem

Sempre que você carrega uma imagem no WordPress e a insere em um artigo ou página, ele cria uma página de anexo separada na qual a imagem reside. Se você não tiver cuidado, o Google pode realmente começar a indexar estas páginas. Como elas não têm valor, pode ser um desperdício do seu orçamento de rastreamento. Além disso, se alguém clicar em uma página de anexo de imagem nos resultados da pesquisa, tudo o que verá é a imagem e não o conteúdo no artigo. Esta falta de contexto aumentará sua taxa de retorno.

Se você notar isso em seu site WordPress, o plugin Yoast SEO tem uma opção de redirecionamento para corrigir o problema. Basta navegar para **SEO** > **Search Appearance** e clicar na guia **Media**.



Agora ative a opção **"Redirect attachment URLs to the** attachment itself".

Você pode verificar quão bem suas imagens estão funcionando no Google Image search, revendo o filtro do tipo de pesquisa de **Images** no relatório **Search Results** do Google Search Console.

Tire Vantagem dos Vídeos

Há duas maneiras de se obter o máximo do vídeo. Discutiremos os dois aqui.

Reutilize Conteúdo Escrito em Recursos de Vídeo

As pessoas gostam de consumir conteúdo de diferentes maneiras. Algumas ficam felizes em ler longos artigos no blog, enquanto outras preferem assistir ao conteúdo de vídeos. Se você oferecer a seus usuários ambas as opções, você pode visar um público mais amplo.

O YouTube é uma plataforma de propriedade do Google que cresceu rapidamente nos últimos anos, subindo para ocupar o segundo lugar na lista dos 100 sites mais visitados por tráfego de pesquisa. Isto significa que adicionar versões em vídeo do seu conteúdo o ajudará a direcionar novos visitantes através de um novo canal.

A otimização de vídeos para o YouTube (conhecida como YouTube SEO) é uma disciplina totalmente diferente sobre a qual você pode ler mais em nosso guia para o YouTube SEO.

Otimize Vídeos para Pesquisa de Vídeos

A aba **Vídeo** no Google permite que você pesquise o conteúdo do vídeo. Embora o Google seja muito bom em puxar vídeos de páginas da web, você pode incentivar o Google a incluir seus vídeos (ou vídeos de outras pessoas que você incorporou em suas páginas), fornecendo mais contexto usando o VideoObject schema. Como mencionamos anteriormente, VideoObject schema pode ser usado para alimentar o Google com mais detalhes sobre seus vídeos, incluindo o título, a descrição e a imagem em miniatura.

Descobrimos que os vídeos que incluímos, juntamente com dados estruturados, muitas vezes têm um bom desempenho nos resultados de vídeo do Google, particularmente para as palavraschave que também classificamos bem na Pesquisa do Google.

Você pode verificar o bom desempenho de seus vídeos no Google Search Console selecionando o filtro de tipo de pesquisa de **Video** no relatório dos **Search Results**, bem como selecionando **Videos** na aba **Search Appearance** sob o tipo de pesquisa da **Web**.

CAPÍTULO 9

Construa Credibilidade com Backlinks e Conteúdo Patrocinado

No CAPÍTULO 6, falamos sobre estratégias de backlinks. Agora é hora de adicionar links para seu site em conteúdo externo. Isto é chamado de backlinks.

Construa Backlinks de Qualidade

Backlinks são importantes, pois aumentam sua credibilidade, direcionam o tráfego para o seu site e atuam como uma ferramenta de gerenciamento de reputação.

Geralmente, é um bom sinal se o número de domínios de referência vinculados a você estiver em uma tendência ascendente. Isto significa que com o passar do tempo, cada vez mais sites estão se conectando ao seu.

Ahrefs pode obter uma visão geral do seu perfil de backlink. Você pode ver o número total de backlinks para seu site, o número de domínios de referência, palavras-chave de classificação orgânica, e muito mais. As notificações de backlink desta plataforma também são úteis.

Dica rápida: Compartilhe as páginas que fazem link para seu site nas mídias sociais. Isto ajuda a construir sinais sociais para eles em sua página, o que por sua vez pode levar a uma maior conscientização e a mais links, o que pode construir a autoridade da sua página. Links de sites com maior autoridade na página também são benéficos para o seu SEO WordPress, portanto, é um ganho para todos.

Concentre-se nos Links Externos com a Alta Autoridade de Domínios

Assim como adicionar links internos, você também deve adicionar alguns links externos a sites de alta autoridade de domínio. Isto mostra ao Google que você está vinculando a conteúdo de alta qualidade que é relevante para o seu. Além disso, melhora a experiência do usuário ao fornecer aos seus visitantes/usuários informações adicionais.

Esta também pode ser uma ótima maneira de iniciar conversas com outras marcas. Se você criar um link para outra empresa em seu artigo, envie um rápido e-mail ou tweet para eles depois de publicálo e peça para compartilhar.

Ao adicionar links externos, um pequeno truque para manter as pessoas em seu site é fazer com que o link seja aberto em uma nova aba ou janela.

Algumas pessoas podem argumentar que não gostam disso, mas isso pode ajudar a encorajar os usuários a voltar e navegar em seu site mais tarde, quando eles poderiam ter esquecido de você de outra forma.

No Editor de Bloco, você pode definir um link para abrir em uma nova aba clicando nela, em seguida, clicando na seta suspensa e alternando a chave.



Estabelecendo um link para abrir em uma nova aba no Block Editor

No Editor clássico, abra suas configurações de link e selecione a caixa de seleção **Open link in a new tab**.

Isto adiciona o elemento target="_blank" a tag HTML do seu link. O resultado será o seguinte:

Kinsta

Conheça a Diferença entre Links Nofollow, Dofollow, Patrocinado e UGC

Há vários tipos básicos de links na Internet quando se trata de SEO.

Links Dofollow

Por padrão, cada link que você cria no WordPress é um link dofollow. O Google rastreia estes tipos de links ao analisar seu site. Isto ajuda a construir autoridade e afeta sua classificação, já que o link "juice" é passado a partir da página de links. Você já deve ter ouvido as pessoas dizerem que você precisa de mais backlinks. Se assim for, eles provavelmente estavam se referindo a links dofollow de outros sites de alta autoridade.

Links Nofollow

Os links de nofollow contêm o atributo <rel> de <nofollow> , como visto abaixo:

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="nofollow">my link</a>
```

Os links Nofollow dizem aos rastreadores dos mecanismos de pesquisa para ignorá-los. Isso não quer dizer que os links nofollow não sejam importantes. Eles ainda podem gerar tráfego, mesmo que não passem autoridade e influenciam sua classificação. Você pode ler nosso tutorial sobre diferentes maneiras de adicionar links nofollow no WordPress.

Os links nofollow são frequentemente usados quando um link é colocado a pedido do site vinculado. Isto porque os links passam de valor entre páginas, portanto deve ocorrer naturalmente. Manipular sites para linkar com você é contra as diretrizes do Google, portanto ignorar isto pode fazer com que seu site seja penalizado.

Geralmente, um perfil natural de backlink inclui uma boa relação entre links dofollow e nofollow.

Links Patrocinados

Os links patrocinados contêm o atributo <rel> de <sponsored>, como visto abaixo. Isto é usado para mostrar que um link é patrocinado.

my link

Os links patrocinados são frequentemente usados como parte de campanhas pagas, onde o objetivo do link patrocinado deve ser a condução do tráfego em vez de passar valor a partir da página do link. É contra as diretrizes do Google pagar por links que passam de valor, por isso é importante garantir que qualquer link patrocinado utilize o atributo de link patrocinado.

Links Gerados pelo Usuário

Os links UGC, ou links de Conteúdo Gerado pelo Usuário, contêm o atributo <rel> de <ugc>, como visto abaixo:

```
<a href="https://kinsta.com"
rel="ugc">my link</a>
```

Os links UGC são usados para mostrar quando um link foi criado pelos usuários - por exemplo, quando os links são incluídos na seção de comentários do usuário na parte inferior de um artigo do blog.

Adicione Atributo Patrocinado em Links de Afiliados

Muitos blogueiros de WordPress e até mesmo algumas empresas utilizam links de afiliados em seus sites. Os links de afiliados são geralmente usados quando você deseja rastrear uma comissão ou referência de um produto ou inscrição entre sites.

Infelizmente, o Google normalmente não aceita links de afiliados se eles não forem configurados corretamente. Alguns sites têm até mesmo sido penalizados por terem muitos links de afiliados. Para usar com segurança os links de afiliados, eles devem sempre incluir o atributo sponsored.

Uma ótima maneira de acompanhar seus links de afiliados e sempre se certificar de que eles usem o atributo patrocinado é usar um plugin de afiliados como o Pretty Links ou ThirstyAffiliates

O Pretty Links permite criar links de afiliados fáceis e curtos que incluem o atributo patrocinado e também redirecioná-lo com o 301. Basta ir para **Pretty Links > Options** em seu painel de controle do WordPress para habilitar estas configurações.



O Guia Definitivo da Kinsta para Melhorar o SEO

Você pode selecionar o tipo de redirecionamento relevante no menu suspenso, e selecionar as caixas de seleção **Enable No Follow** e **Enable Sponsored** para fazer com que todos os seus links afiliados incluam os atributos nofollow e sponsored. A adição do atributo nofollow garantirá que todos os mecanismos de pesquisa entendam que não se trata de um link natural.

Programa de Afiliados da Kinsta

Se você é um cliente Kinsta ou simplesmente um empreendedor on-line que procura diversificar seus fluxos de renda, o programa de afiliados da Kinsta é uma ótima maneira de ganhar dinheiro extra ao mesmo tempo em que recomenda uma hospedagem WordPress de alto nível.

Dependendo do plano, os afiliados Kinsta podem ganhar até US\$ 500,00 com cada referência. Eles também recebem uma comissão mensal adicional de 10% pelo período de duração do contrato do cliente indicado. Com uma taxa de rotatividade inferior a 4%, os afiliados da Kinsta podem desfrutar de uma renda mensal recorrente consistente através de suas indicações.

Saiba mais sobre o programa de afiliados da Kinsta »

Considere o SEO Negativo

O SEO negativo é um tópico com o qual muitas pessoas não sabem como lidar.

Como visto anteriormente neste capítulo, os backlinks ajudam a melhorar o seu SEO. Infelizmente, há jogadores antiéticos que podem tentar

penalizar seu site através de backlinks de sites inadequados ou spammy.

Não só este uso malicioso de links é contra as diretrizes do Google, mas seu site também pode perder tráfego e possivelmente ser excluído dos resultados de pesquisa.

Para evitar ficar preso em um esquema de links, monitore seu perfil de backlink regularmente. Se você vir qualquer pico repentino em backlinks ou links usando texto de âncora incomum, muitas vezes com tema adulto, investigue-os rapidamente.

Por exemplo, aqui está o que um comerciante viu quando acordou em uma manhã:

All link types +						Scanned	i today –	\rightarrow Export \sim
Link text (60)	Total backlinks *	Juicy links	Notollow links	Toxic links	Linking domains	Linking pages	.EDU	.GOV
+ buy viagra uk	191 • 14	171 🕈 9		10%	36	191		
+ viagra	94 \$ 10	69 \$ 17		26%	34	94		
+ cialis 20mg	90	72 💶		20%	37	90		-
* viagra online	87 + 2	63 + °		39%	39	87		
* cheap viagra	82	54 + 10		34%	34	82		
🕕 generic cialis	82 📲 1	59 4 3		28%	36	82	-	
+ viagra for sale	82 🛊 1	52 4 8	-	36%	35	82	-	
* buy cialis online	80 🕈 2	55 + 7		31%	34	80		
• generic viagra online	79 🐠 1	53 + 9	121	32%	34	79		-
💌 natural viagra	78 ± 1	49 🔹 6	-	37%	36	78	-	
+ cialis dosage	77 4 2	50 \$ 12		35%	33	77		
• ed pills	77 🔹 3	58 \$ 7		24%	32	77		
* canadian pharmacy	76 🛊 4	58 • 7		23%	36	76		-
🔹 kamagra	76 🛊 1	54 🐠		28%	29	76		
+ cialis online	75 🔮 2	47 + 5		37%	36	76		

Spammy links

Para ajudar os sites que foram alvo, o Google criou a ferramenta Disavow. Ela permite que você crie uma lista de URLs e domínios que você quer que o Google ignore. Isto pode proteger seu site de qualquer queda no SEO, mas utilize com cuidado, pois você não quer acabar repudiando links legítimos que estão ajudando seu SEO.

CAPÍTULO 10

Implemente o SEO local

A SEO local é extremamente importante, especialmente para pequenas empresas com presença local. Se você tem uma empresa que vê clientes pessoalmente, você vai querer especialmente criar contas no Google Meu Negócio e Bing Places.

Cadastre-se no Google Meu Negócio

Google Meu Negócio é um serviço gratuito que você pode usar para promover seu negócio no Google Search e no Google Maps. Implemente-o para dar aos clientes acesso fácil ao seu horário de funcionamento, endereço, número de telefone, site, serviços, e muito mais. E como todos os produtos Google, ele vem com análises úteis para ver como os clientes estão interagindo com seu perfil.

Como isso ajudará sua empresa? O crescimento de seus contatos locais e seu perfil no Google Meu Negócio andam de mãos dadas. Quando as pessoas procuram por um produto ou serviço perto delas, geralmente procuram comprar algo..

www.knlopterene.com - boation - new-yek * New York - Krispy Kreme - Doughnut Stores Doughnuts Near Kolegy tream tew Yerk - Pens takas, Open at 8.00 AM. Order New Crist New. shop de banner. New York - Pens Batas. Two Pione Plaza Antosk Level.	eal.	Permitiana State
krispykrema.com i location i new-york-6th-ave -		See photos
New YOR Oth AVE - KRISPY KREME - DOUGHTLUT Stores Krispy Kreme New York Bh Ave. Opens at 8:00 AM. Order Now Order Now, shop detail ba New York Bh Ave. 964 Bh Ave. New York, NY 10018, Male My	newer.	Krispy Kreme
		Website Directions Save
People also ask		4.3 * * * * 1,233 Google reviews E - Douchnut Shop
Does New York have Krispy Kreme?	~	
When did Krispy Krame open in New York?	~	Longtime chain serving a variety of donut flavors & shapes, plus soffee & frozen drinks.
Why did Krispy Kreme leave New York?	~	× Dine-in · ✓ Takesway · ✓ Delivery
Does 7 Eleven sell Krispy Kreme donuts?	~	Address: Two Penn Plaza Amtrak Level, New York, NY 10001,
ny.exter.com i krispy-izreme-times-square-location 💌	Feedback	United States Hours: Open - Closes 8PM - See more hours A Hours or services may differ
Krispy Kreme to Open New New York City Location in Times		Menu: krispykreme.com
10 Jun 2019 - The new outpost, located at 1601 Broadway at West 48th Street, is expected open in early 2020 and will make doughnuts on-site within view of	lo .	Order: +1212-695-6428

Um exemplo de um anúncio do Google Meu Negócio

Veja aqui como configurar o seu:

Passo 1: Acesse o Site Oficial do Google Meu Negócio

Visite a página oficial do Google Meu Negócio e clique no botão **Gerenciar Agora**.

Se você ainda não estiver conectado à sua conta do Google, ele lhe pedirá para fazer o login antes de ir adiante. Dica rápida: Certifique-se de estar conectado à conta que você deseja associar ao anúncio do Google Meu Negócio que você está criando.

Passo 2: Como Encontrar sua Empresa ou Criar um Novo Anúncio

Procure o nome do seu negócio, mesmo que você não tenha estabelecido um anúncio. Não é raro que alguém já tenha listado sua empresa. Se ela não aparecer, clique em **Inclua sua empresa no Google.**

Passo 3: Defina seu Nome e Categoria

Adicione seu nome comercial e depois selecione a categoria que melhor descreva seu negócio. De uma perspectiva SEO, é importante se você quiser aparecer na página de resultados do Google quando os clientes estiverem procurando por um produto ou serviço que você oferece.

Defina suas categorias primária e secundária, e aproveite as sugestões geradas automaticamente pelo Google se você estiver se sentindo preso.

Passo 4: Defina o Endereço da sua Empresa

Este passo ajuda o Google a diferenciar entre empresas com loja ou um escritório e empresas sem serviço presencial. Escolha a que melhor se adapta ao seu negócio.

Nota: Mesmo que você não forneça serviço presencial, você ainda pode selecionar um local no qual você atende clientes, o que ajudará a trazer novos clientes relevantes para sua empresa.

Passo 6: Adicione seus Detalhes de Contato

Ajude os clientes a entrar em contato, incluindo detalhes de contato em seu anúncio. Adicionar seu site ao seu perfil do Google Meu Negócio pode potencialmente levar um cliente ao seu site, onde você pode convertê-los mais facilmente. Da mesma forma, listar seu número de telefone dá aos clientes uma maneira de entrar em contato diretamente com você.

Passo 7: Finalize e Verifique o seu Anúncio

Depois de preencher as informações relevantes, você pode enviar seu anúncio.

Para que seu anúncio no Google Meu Negócio apareça, você precisa verificá-lo. Isto pode levar alguns dias, embora você possa otimizar seu anúncio enquanto espera.

A maneira mais comum de verificar sua empresa é pelo correio - um cartão postal com um código de verificação será enviado a você. Recomendamos que você não faça edições em seu nome comercial, endereço, categoria comercial ou solicite um novo código durante este período, pois isso pode retardar seu processo de verificação.

Dependendo do tipo de listagem da empresa que você está tentando gerenciar ou obter a listagem, você também pode ter a opção de verificar por telefone ou e-mail, ou usar os sistemas de verificação instantânea ou em massa do Google.

Otimize seus Negócios no Google Meu Negócio

Agora que você configurou sua conta, otimize-a para aumentar seu retorno sobre o investimento. Faça isso:

- Mantendo suas informações do anúncio atualizadas
- Carregando fotos para o seu anúncio
- Adicionando informações sobre seus produtos/serviços
- Construindo a ferramenta FAQ do seu perfil
- Publicando artigos no Google
- Obtendo opiniões de clientes

Dica rápida: Baixe o aplicativo móvel gratuito do Google Meu Negócio, útil para mudanças em seu perfil.

Cadastre-se no Bing Places

Bing agora permite que você use suas informações do Google Meu Negócio para criar uma conta no Bing Places, economizando muito tempo e tornando-o um "no-brainer" para ser listado com ambos os serviços.





Um exemplo de anúncio no Bing Places

CAPÍTULO 11

Use as Mídias Sociais para Aumentar o Tráfego

A mídia social pode não impactar diretamente o ranking SEO do seu site, mas é útil para melhorar a reputação da sua marca e distribuir conteúdo.

Reivindique Seus Perfis Sociais

É sábio reivindicar todos os seus perfis de mídia social o mais rápido possível, mesmo que você ainda não tenha criado seu negócio. A maioria dos backlinks dos perfis de mídia social são nofollow (veja CAPÍTULO 9), o que significa que eles não ajudarão seu SEO, mas ainda podem lhe enviar muito tráfego.

Outra grande vantagem desta estratégia é que as páginas de perfil das mídias sociais podem muitas vezes ser muito bem classificadas nos SERPs. Isto pode ser enorme para a marca, pois permite que você tenha mais controle sobre os primeiros resultados de pesquisa que seus visitantes verão.

Vejamos o exemplo da Kinsta.

Se pesquisar no Google "Kinsta", pode ver que os nossos perfis no Twitter, Facebook, LinkedIn, e YouTube estão todos classificados na primeira página. Se você for muito ativo no Twitter, pode também qualificar-se para um resultado de pesquisa especial com os seus 3 tweets mais recentes, como pode ver na SERP da marca Kinsta.

A utilização de perfis de redes sociais pode ser uma vitória instantânea para a sua marca, e requer muito pouco esforço.



A marca SERP da Kinsta

Utilize os Sinais Sociais

Sinais sociais incluem atividades on-line relacionadas à sua marca que não ocorrem no próprio site WordPress. Isto inclui tweets, compartilhamentos, upvotes e outras indicações similares sobre a qualidade da sua marca. Os sinais sociais afetam o SEO? Infelizmente, não é clara.

No passado, vimos artigos de tendências nestes sites serem imediatamente classificados na primeira página do Google. Uma vez que não há mais tendências, a classificação desses artigos tende a flutuar e eventualmente se estabilizar em um nível em que eles serão classificados mais altos a longo prazo.

Como isso acontece? Nossa teoria é que a combinação da enorme quantidade de tráfego e de sinais sociais faz com que o Google veja esses artigos como altamente relevantes, o que faz com que eles subam nos SERPs. Muitos especialistas em SEO debaterão isto, mas já vimos este fenômeno acontecer muitas vezes.

Aqui está um exemplo de um artigo que escrevemos com um volume decente de palavras-chave que dispararam nos SERPs no dia seguinte, o que parece ser devido ao fato de termos conseguido muito tráfego social nesse artigo:

KEYWORI	D		LOCATIO	N	RANK ^		RANK +		RANK +/- URL		+/- URL		+/- URL		URL		VISITORS ?	POTENTIAL ?	TIME AGO
seo	Tags	 SE	0		<		↑ ₩		0	>	>								
long-tail	variation 1	ĢG			12		↑ 254	F /domain.co	o 0	720	0		7 hours						
long-tail	variation 2	₽G	-		12	+	1 2	John Main.co	0	260	0		7 hours						
focus ke	yword	ĢG	-		19		1 63	≓ /domain.co	0	1,900	0		7 hours						

O tráfego de sinais sociais

A maior vantagem é que o compartilhamento, os sinais sociais e o tráfego mais intenso provavelmente influenciam seu ranking, de uma forma ou de outra. Criar um fluxo em torno de um conteúdo ajuda a colocá-lo na frente de mais pessoas, o que muitas vezes também leva a mais links à medida que outros fazem referência ao seu conteúdo a partir do seu próprio conteúdo. Portanto, recomendamos aproveitar ao máximo a

Especifique o Social Markup

O plugin Yoast SEO também permite que você acrescente um social markup. Isto ajuda o Google a conectar seus perfis de mídia social ao seu site, que é usado para alimentar o painel de conhecimento da sua marca.

Basta listar seus perfis de mídia social a fim de associá-los ao seu site usando dados estruturados.

Dashboard	Social - Yoast SEO	
🖈 Posts	Accounts Facebook Twitter Pinterest	Yoast recommendations for you
¶] Media	Organization social profiles	
Pages		Opgrade to Hoast SEO Premium
Comments	Facebook Hage UHL	 Rank better with synonyms & related keyphrases
Appearance	Twitter Username	 Preview your page in Facebook and Twitter
🖉 Plugins	Instagram URL	 Get real-time suggestions for internal links
👗 Users	Linkedin URL	+ No more dead links a.k.a. 404 pages
🖋 Tools	MySpace URL	+ 24/7 email support + No ads!
E Settings	Pinterest URL	Get Yoast SEO Premium +
🕅 seo 📢	YouTube URL	
	10/	
Search Appearance	Wikipedia URL	Extend Yoast SEO
Search Console		Be found on Google Maps!
Social	Save changes	Our Local SEO plugin will help
Tools		you rank in Google Maps and
Premium		
Collapse menu	Upgrade to Yoast SEO Premium	Rank in Google Video Make sure your videos rank

As configurações do Yoast SEO social

Conclusão:

O SEO é essencial para o sucesso de qualquer negócio. SEO é uma maratona, não apenas uma corrida, mas ao trabalhar com este ebook, você certamente se aproximará da cobiçada posição de topo no SERPs.

Finalmente, nunca é demais ressaltar que o Google leva a velocidade da página muito a sério devido ao impacto que ela pode ter sobre a experiência do usuário do seu site. Você sabia disso?

- 1 em cada 4 visitantes abandonam um site se demorar mais de 4 segundos para carregar.
- 46% dos usuários não retornam aos sites com mau desempenho.
- Os proprietários do site têm apenas 5 segundos para atrair os visitantes antes de pensar em sair.

Na Kinsta, usamos tecnologia de ponta como Nginx, PHP 8.0, contêineres de software LXD, MariaDB e VMs otimizadas para garantir que seu site carregue em um piscar de olhos.

Portanto, se você quiser aumentar a velocidade do seu site e maximizar seus esforços de SEO, escolha Kinsta como seu provedor de hospedagem.

Veja porque a Kinsta é o provedor de hospedagem gerenciada ideal para você »





