

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

Práticas para blog
Fábio Ricotta

SUMÁRIO MÓDULO

03 Introdução
Time: 00:02

08 Boas práticas para ter
bons resultados com o
blog
Time: 09:25

04 Vale a pena manter
um blog?
Time: 03:35

00'02"

INTRODUÇÃO

“Quem lê um blog hoje em dia?”

Eu ouvi essa pergunta recentemente e eu entendo de onde ela vem. É um fato que, aparentemente, o blog deu resultado no passado, quando a internet era uma novidade.

Atualmente, **o que a maioria das pessoas acreditam é que o blog faliu e que não é possível ter resultados com essa mídia no Google.** Mas e se eu te disser que você está perdendo dinheiro por não alimentar um blog?

E se eu te disser que você pode alcançar *leads* qualificados através de um blog bem posicionado no Google? **Neste material eu vou te provar que vale a pena investir em um blog e como colocar essa mídia para jogo.**

Então, continue a leitura!

03'35

VALE A PENA MANTER UM BLOG?

A resposta é sim!

Mas, por quê?

Essa estratégia é válida para todas as páginas internas do site e pode aumentar a credibilidade da empresa sobre determinados serviços.

Além dessas estratégias, a página de contato parece óbvia, mas muitos clientes não disponibilizam no site. **Tenha em mente que seu endereço**

precisa ser visível na página para que o Google entenda que seu negócio possui NAP (Name, Address and Phone Number). Essas informações fazem com que seu site seja posicionado corretamente no Google.

Na hora de colocar o telefone, sempre faça a portabilidade do número. O meu maior erro foi mudar de uma empresa telefônica para outra e não fazer a portabilidade. Se você passar por uma mudança de endereço e de número telefônico, mas não fizer as devidas atualizações no Google, seu posicionamento ficará prejudicado.

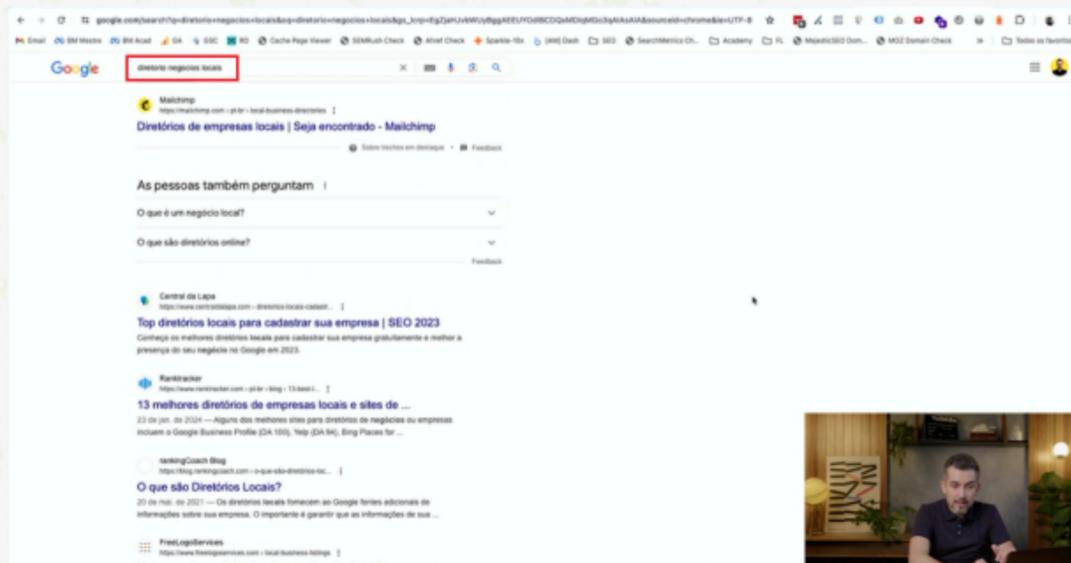
Esteja atento aos diretórios locais, visto que fazer parte deles, ou seja, ser citado em outras páginas, faz com que o Google valide a sua presença virtual.

No portal [Whitespark](#) você encontrará informações sobre como o Google recebe dados dos diretórios locais. Para validar a existência real de empresas locais, o Google usa informações de diversos diretórios que citam essas marcas.

Conseqüentemente, quanto mais menções, mais você estará no topo do Google.

“Mas como eu vou ser citado nesses diretórios?”

O seu trabalho é cadastrar sua empresa nestes diretórios para receber menções. Pesquise por **“diretório negócios locais”** no Google e faça seu cadastro nas opções que aparecerem na primeira página de busca:



Não se esqueça de estar presente no Facebook e em outras plataformas de recomendação.

Existem, **além destes pontos, alguns outros questionamentos para detalhar e preencher certas lacunas na elaboração/criação da sua persona.** Essas perguntas envolvem fatores, como: idade, onde mora, potencial cliente, assuntos que interessam, atividades que realiza, nível de instrução, desafios e obstáculos da vida, tipos de informação que consome, onde consome essas informações, redes sociais que está presente, livros ou revistas que lê, ramo de atuação, cargo, personalidade e como toma decisões.

E para construir o seu "Mapa de Empatia", você pode - e deve - otimizar a tarefa com a ajuda do Chat GPT, porque o desenho do seu mapa ficará muito mais completo. Mas, é importante você saber que isso não exclui a necessidade da construção da sua pesquisa, porque é necessário um prompt (comando) completo e muito detalhado, inclusive com os resultados e respostas da sua pesquisa, para que a I.A. consiga produzir uma persona muito mais próxima dos objetivos do seu negócio.

“Mas, visualmente, eu gostaria de ter a ideia da minha persona!”

Então, nesse caso, eu te indico a **ferramenta XTension**, onde você pode **baixar o template para criação de persona** e customizar com as informações e dados que você adquiriu com a pesquisa e o resumo elaborado pelo Chat GPT, sem mistério ou dificuldade. Então, **você pode criar uma conta gratuita e o site é bastante intuitivo e simples de utilizar.**

E é como eu sempre digo: **o SEO é como no Tetris, não adianta colocar as peças em qualquer lugar**, porque nós estamos falando de uma técnica de composição, você tem que saber como organizar cada um dos fatores para ter um bom resultado!

Toda vez que você desejar saber mais sobre a sua audiência, você precisa falar diretamente com ela, e não se basear em suposições ou deduções próprias. **Criar pesquisas para descobrir - e entender - o que o seu público sente, pensa, ouve, vê, faz e suas necessidades ou dores é uma excelente alternativa para estabelecer esse contato.**

Esse processo é extremamente importante para a sua estratégia de negócios e pode ser desenvolvido por vários canais, como o Whatsapp, e-mail, páginas e anúncios na internet. E você pode ter certeza: **desses formulários e pesquisas que você criar, conseguirá extrair ótimos insights.**

Entrando em ferramentas mais avançadas, nós temos opções tanto pagas quanto gratuitas, a exemplo da **SemRush, AhRefs e Also Asked.**

Um aspecto bem interessante da SemRush, além do acesso às variações de palavras-chave, é a **ordenação automática das ferramentas de busca e o fornecimento da informação acerca do índice de dificuldade** atrelado a sua palavra chave.

Na versão paga, a SemRush ainda oferece a oportunidade de você **criar o seu projeto dentro da plataforma e realizar o upload de toda a sua lista de palavras-chave**, para, assim, realizar um *match* entre o volume de busca e o desenho da dificuldade.

Já na Also Asked, você consegue ter **a visão de todo o mapa de palavras-chave relacionado a determinado assunto**, o que transforma essa ferramenta em um mecanismo excelente para descobrir temáticas, fator essencial para a produção de conteúdo. Até se você quiser criar conteúdo para um vídeo do YouTube, por exemplo, **com certeza a Also Asked vai te fornecer os melhores insights para que você consiga fazer isso.**

Essas são as ferramentas que eu mais utilizo para colocar em prática as minhas técnicas e que me ajudam, significativamente, a manipular todos os dados que eu tenho acesso.

Realmente, você não poderia estar mais certo, por isso, fica de olho nesse tipo de visão, para conseguir sair na frente com suas estratégias de negócios, beleza?

E para construir o seu “Mapa de Empatia”, você pode - e deve - otimizar a tarefa com a ajuda do Chat GPT, porque o desenho do seu mapa ficará muito mais completo. Mas, é importante você saber que isso não exclui a necessidade da construção da sua pesquisa, porque é necessário um prompt (comando) completo e muito detalhado, inclusive com os

resultados e respostas da sua pesquisa, para que a I.A. consiga produzir uma persona muito mais próxima dos objetivos do seu negócio.

09'25"

BOAS PRÁTICAS PARA TER BONS RESULTADOS COM O BLOG

Para ter bons resultados com o blog, a primeira **coisa a ser feita é apresentar detalhes sobre seus produtos e serviços na primeira dobra da página.**

O maior erro das páginas por aí é apresentar uma headline genérica sobre a empresa, um telefone para contato e só. Não é dessa forma que o usuário vai engajar com este site.

É interessante, também, **criar uma planilha de palavras**, contendo informações como a própria palavra, seu volume de busca e a classificação do funil, porque **a ferramenta já pré-calcula para você a dificuldade que você pode encontrar**, e essa é a inteligência do cara que trabalha com SEO: **ele não vai trabalhar com qualquer palavra-chave, ele vai trabalhar com as mais fáceis e as que têm uma maior conciliação com os mecanismos de busca.**

Existem 3 formas de realizar a sua busca de palavras-chave, considerando os meios mais comuns de busca de palavras para o seu projeto, e são elas:

- **Conhecimento prévio e navegação;**
- **Pesquisa através do Google;**
- **Ferramentas avançadas.**

Esse é o pulo do gato, utilizar o Google como acervo para descobrir o que as pessoas estão buscando e pesquisando sobre determinado tema, já que antes mesmo de você dar um "Enter" na sua pesquisa, o Google já sugere, pelo menos, uma lista de 10 assuntos relacionados àquela palavra inicial que você digitou.

O coração do SEO é a junção da organização e da priorização com as peças-chave, e você precisa entender que o Google é baseado em consultas, e essas consultas são formadas por palavras, conhecidas como palavras-chave.

Se você sabe quais são as consultas que as pessoas realizam e, com base nisso, consegue se posicionar nelas, você adquire uma **vantagem competitiva bem significativa**.

Então, quando falamos de palavras-chave, **precisamos alinhar cada uma delas a cada etapa do funil**, primeiramente, pesquisando essas palavras, depois categorizando e, finalmente, criando a sua estratégia de site e/ou conteúdo.

Normalmente, **é interessante associar as palavras-chave ao momento de busca do usuário**, ao desenhar uma jornada de compra para cada persona e, conseqüentemente, elencar alguns desafios relacionados a cada uma.

A seleção de palavras-chave é um trabalho árduo, que vai muito além de 2 ou três palavras, mas que envolve centenas delas, então, **desenvolver consciência dos mecanismos que você pode utilizar para associar estas a cada etapa do funil, é essencial para determinar o êxito da sua estratégia**.

Aliado a isso, **o Google Trends é uma excelente ferramenta para auxiliar no seu mapeamento de palavras-chave**, porque você consegue não só ver as regiões do país que mais estão buscando sobre determinado tema, como, também, identificar as pesquisas relacionadas, ou seja, palavras que possuem relação umas com as outras.

Quando você terminar a sua planilha, você vai utilizar outra ferramenta muito boa que é a **Keyword Planner**, que nada mais é do que um **planejador de palavras-chave**. Se você faz anúncios no Google, essa ferramenta vai ser muito legal para você e só demanda que você tenha uma conta de anúncios.

Nessa ferramenta, você pode **exportar as palavras-chave que você encontrar, junto com seus respectivos volumes de busca, e depois somar com as palavras da sua planilha**. Por último, é só jogar todas as linhas da sua planilha na plataforma e você terá acesso ao volume de busca de todas as suas palavras-chave!

Tranquilo?

Leia este material quantas vezes precisar e não se esqueça de colocar tudo o que aprendeu em prática. Quanto mais cedo você praticar, melhores serão seus resultados.

Tamo junto!

