

CINTO DE UTILIDADES | TÉCNICAS DE SEO

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

Práticas para E-commerce
Fábio Ricotta

SUMÁRIO MÓDULO

03

Introdução
Time: 00:02

10

**A jornada do cliente
impactará muito em
suas estratégias**
Time: 10:35

03

**Como usar as
técnicas de SEO em
um e-commerce?**
Time: 01:35

00'02"

INTRODUÇÃO

Nas próximas páginas eu vou te mostrar como usar as técnicas de SEO para alcançar *leads* qualificados para seu e-commerce. De fato, os e-commerces exigem muitos processos para que bons resultados sejam possíveis, mas a boa notícia é que as técnicas de SEO podem fazer esse modelo de negócios explodir de vendas.

Quer aprender essas práticas? Então, continue a leitura!

01'35"

COMO USAR AS TÉCNICAS DE SEO EM UM E-COMMERCE?

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?

O “Mapa de Empatia” é dividido em **6 elementos**, que são:

- O que a pessoa **pensa** e **sente**?
- O que **ouve**? O que **vê**?

- O que **fala e faz**?
- Quais são as suas **dores**?
- Quais são as suas **necessidades**?

Lembra que eu falei no material anterior que as pessoas possuem dores, necessidades e contexto? Pois é, **o contexto são todas as outras perguntas que complementam o “Mapa de Empatia”** e que te permitem entender muito mais a sua audiência.

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.

Sendo assim, é importante que você crie conteúdos que recebam links de outras páginas, para que o Google valorize ainda mais a sua produção.

Então, coloque isso na sua cabeça: **não publique nenhum conteúdo que você não tenha orgulho dele**. Se você olha para a sua produção e ela te provoca qualquer coisa menos satisfatória, desconfie da qualidade desta publicação.

Se você faz conteúdos meia-boca, seus resultados serão da mesma forma. E, claro: **não adianta você estar satisfeito com o resultado dos seus conteúdos se eles não são relevantes para a sua audiência**.

Por esse motivo é fundamental conhecer seu público-alvo e os segmentos de mercado para os quais você pode produzir conteúdos usando as técnicas de SEO.

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.

“Quem é o cliente que, ao comprar, terá o melhor aproveitamento e poderá continuar comprando?”

Refletindo sobre essa questão, você pode chegar a alguns pontos importantes, como:

- **Demografia:** idade, etnia, renda, situação empregatícia, estado civil, entre outros.
- **Localização:** onde está esse consumidor?
- **Forma de consumo:** onde e como irá consumir o produto/serviço.
- **Financeiro:** qual o poder financeiro necessário?
- **Nível de consciência:** quão consciente do problema está.
- **Contexto:** qual a situação no momento de compra?
- **Dores:** o que “aperta” no seu dia a dia e oferece desconforto?
- **Necessidades:** o que busca mudar em sua vida?

Falar sobre criação de persona é ter que **definir as características, frustrações, motivações e principais estratégias para atração do**

público, além de fazer toda a equipe que desenvolve o marketing ter lucidez em relação a esse tipo de iniciativa - por meio da demonstração da audiência que você pretende “atacar”.

Por isso, tendo clareza desses tópicos, você consegue ter sucesso na criação da sua persona e, também, na aplicação da sua técnica de SEO, tranquilo?

Então, **criar uma boa página inicial e conteúdo de páginas internas (especificando os temas apresentados), são estratégias importantíssimas.** Outro grande erro dos sites institucionais é o conteúdo inexistente ou muito pequeno das páginas internas.

As páginas internas podem melhorar seu posicionamento no Google porque nelas você pode trabalhar melhor determinados conteúdos. Você também pode apresentar melhor o seu produto ou serviço através de uma descrição atraente e relevante.

Ao final dessa página, coloque campos para que o *lead* faça solicitações de orçamento para a empresa em questão.

“Mas como eu vou escrever o conteúdo das páginas secundárias?”

Faça uma entrevista com o seu cliente para descobrir como são os seus produtos ou serviços. Quanto mais informações você tiver, melhor será seu texto final.

Além disso, **pesquise no Google sobre aquele produto ou serviço e vá até a seção de perguntas:**



Veja quais são os questionamentos mais frequentes e responda alguns deles na sua página interna. Dessa forma, você aumentará suas chances de aparecer para usuários que estão procurando pelo produto ou serviço em questão.

“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!

10'35"

A JORNADA DO CLIENTE IMPACTARÁ NAS SUAS ESTRATÉGIAS

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!

