

## Para saber mais

Vejamos agora alguns KPIs importantes para gerenciar o trabalho de SEO. Adaptado do texto [KPIs de SEO: o que medir para validar o sucesso da sua estratégia](https://rockcontent.com/br/blog/kpis-de-seo/) (<https://rockcontent.com/br/blog/kpis-de-seo/>).

### KPIs de tráfego

- Aumento do tráfego orgânico
- Aumento do número de páginas que geram tráfego considerável para o site
- Aumento do tráfego proveniente de páginas não relacionadas à marca da empresa

Dois números que seguimos no Google Search Console são:

- Número total de impressões orgânicas
- Aumento no CTR das minhas páginas no buscador

### KPIs de geração de leads

- Porcentagem de visitantes convertidos em leads
- Porcentagem de novas assinaturas de newsletter
- Total de leads geradas através do blog

### KPIs de branded keywords

As branded keywords nada mais são que as palavras-chave que estão diretamente ligadas à identidade do seu negócio.

No caso do nosso curso, seriam o nome da empresa (Digital Marketing Cube) e a forma como ela presta serviço (Consultoria em Marketing Digital).

Então, quando pensamos em palavras-chave branded, os KPIs que você deve ficar de olho são:

- Aumento do tráfego proveniente de branded keywords
- Aumento no número de menções de branded keywords
- Principalmente o último número, as menções de palavras-chave do nosso negócio, são de extrema importância.

### KPIs de Link Building

- Número total de Links conquistados
- Número de Links de sites de autoridade
- Número de Links obtidos provenientes de sites relevantes

### KPIs que CMO e CEO adoram:

- Quanta receita foi gerada graças ao tráfego orgânico: Descubra quantos clientes foram gerados que são provenientes de acessos orgânicos.

- Se o custo de aquisição de clientes (CAC) caiu: Faça uma comparação do custo de aquisição de todos os canais da sua empresa. Caso sua estratégia de SEO esteja dando resultados positivos, você pode ter certeza que este número será interessante para seus superiores.
- ROI de sua estratégia em SEO: Básico do básico, a comprovação de que todo o investimento realizado em sua estratégia de SEO está valendo a pena.
- Economia em Adwords: faça um cálculo para descobrir quanto seria necessário investir em adwords para obter o mesmo tráfego caso estivéssemos investindo em mídia paga. Tráfego orgânico = Custo zero
- Cuidado com as métricas e KPIs da vaidade. Aqueles que todo mundo se empolga, mas não representam nada de realmente positivo para o seu projeto de SEO.

## Como montar uma apresentação com os resultados de SEO?

- Visão Geral do tráfego;
- Tráfego de Visitas Orgânicas;
- Comparativos mês atual x mês anterior;
- Comparativos mês atual ano atual x mesmo mês mas ano anterior;
- Conversões por tráfego de pesquisa orgânica;
- Top 10 Páginas Visitadas;
- Porcentagem de tráfego por canais;
- Posicionamento de Palavras-chave estratégicas.