

Organizacao de url

Design, estrutura e organização do site

Fazer as otimizações para SEO de um site é um trabalho multidisciplinar. Nas otimizações HTML que vimos no capítulo anterior, precisamos de um pouco de programação para realizarmos as melhorias. A partir de agora vamos precisar de algum trabalho de usabilidade e estruturação da informação no nosso site, além algum trabalho com o design.

Sempre tenha em mente que, quanto mais usável site for para o usuário, melhor ele também será para os indexadores e para o ranqueamento.

A regra dos 3 cliques

Alguns anos atrás, o time para o qual eu torço foi rebaixado para a segunda divisão do campeonato brasileiro. É um ritual matinal meu abrir meu site de notícias preferido e ver o que há de novidades. Porém, logo após o rebaixamento, eu não conseguia mais entrar facilmente na página do meu time pela home do site.

Havia uma seção com os links diretos para os 20 times da primeira divisão, e meu time não estava mais lá. O que antes estava a 1 clique de distância havia ficado a 4 cliques. Eu precisava passar por várias páginas diferentes até chegar às notícias do meu time. O caminho basicamente virou: Home -> Esportes -> Futebol -> Série B -> Meu time. Tudo isso clicando e navegando pelas 4 páginas (sem contar a home). Era desesperador. Você não imagina a minha felicidade quando isso foi consertado. Essa facilidade para chegar aos conteúdos do seu site influencia na usabilidade das páginas.

Uma regra que muitos profissionais de usabilidade recomendam seguir é a do "3 cliques". Isso significa que qualquer página do seu site deve estar a no máximo 3 cliques de distância da página que está aberta. Vale salientar que, como tudo em SEO, apenas seguir essa regra não é garantia de bons rankings, mas de qualquer maneira é algo que, se seguido, no mínimo irá garantir uma melhor experiência ao usuário que acessar seu site.

Trabalhando com URLs

As URLs que são utilizadas no site possuem um peso importante no ranqueamento dos buscadores. Muitas vezes encontramos endereços com caracteres estranhos e endereços que possuem pouco significado, como:

`http://www.casadocodigo.com.br/p183471734`

Esse endereço poderia ser referente à página do livro de SEO no site da Casa do Código. Mas isso está claro nesse endereço? Evidentemente, não.

A ARTE DA GUERRA - Sun Tzu - L&PM Pocket - A maior ...

www.lpm.com.br/livros/go.asp?LivroID=637373 ▾ [Translate this page](#)

Muitas vezes, a vitória arduamente conquistada guarda um sabor amargo de derrota, mesmo para os próprios vencedores. **A arte da guerra** do chinês Sun Tzu, ...

O endereço é uma das primeiras formas de indicar para os ::crawlers:: sobre o que a página diz respeito. Aproveite para já deixar visível para ele no que você quer ranquear, com o uso de alguma palavra-chave que seja interessante para seu site.

No site da Casa do Código, percebemos que gostaríamos de rankear para "Livro de XXX", onde XXX é o assunto principal do livro. Dessa forma, fizemos nossas URLs seguirem o padrão:

`http://www.casadocodigo.com.br/products/livro-xxx`

No caso do livro de SEO, a URL válida é <http://www.casadocodigo.com.br/products/livro-seo> (<http://www.casadocodigo.com.br/products/livro-seo>). As URLs podem ter até aproximadamente 2000 caracteres (esse número pode variar um pouco de acordo com o navegador).

A Arte da Guerra - Submarino.com.br
www.submarino.com.br/produto/.../a-arte-da-guerra ▾ Translate this page
R\$19.71
Realista e moderado, Sun Tzu acreditava que, na guerra, o ideal é vencer sem combater. Predecessor de Clausewitz, escreveu seu tratado 600 anos antes de ...

Sempre procure manter suas URLs as mais concisas e descritivas possíveis. Lembre-se que a URL é exibida no momento da busca e também é algo que pode chamar a atenção do usuário que visualiza sua página no resultado da busca. Por outro lado, uma URL com caracteres estranhos pode até mesmo desmotivá-lo, passando uma sensação de algo pouco profissional e até mesmo abaixando o seu ::CTR::.

Organização e estrutura do seu site

Um bom processo de arquitetura da informação para a criação do conteúdo fará com que você economize a paciência do usuário e também a dos spiders dos buscadores. Muitas vezes entramos em sites onde não conseguimos encontrar as informações de que precisamos. Sabemos que elas estão lá, em algum lugar, mas temos muita dificuldade em achar.

Isso é muito comum acontecer em e-commerces. Quantas vezes eu já me peguei tentando procurar os novos lançamentos de jogos para PlayStation e me vi andando em círculos pelos menus do site.

Pensar na estrutura de um site é igual pensar na planta de uma casa. Hoje em dia você não faria uma casa com um banheiro do lado de fora, com difícil acesso. Atualmente muitos apartamentos "agrupam" ambientes, como a cozinha americana, que de certa forma junta a sala com a cozinha, ou as varandas gourmets, juntando a sacada com a cozinha. Enfim, são diferentes combinações com um único objetivo comum: tornar a movimentação pelo ambiente o melhor possível e mantendo ainda uma organização lógica dos ambientes.

Um dos casos que eu acredito que melhor faz esse trabalho é o site do G1:



Ali é possível acessar os diversos níveis de agrupamentos de informações pelo portal e é fácil saber aonde ir caso você queira ver todas as notícias sobre "Economia". Se eu quiser ver o que foi notícia no Jornal Nacional de ontem, eu só preciso ir ao menu *na tv* e escolher o programa. Lá eu terei todos os vídeos e conteúdos sobre o programa que eu quiser. Esse agrupamento poupa esforço intelectual dos usuários e também serve para SEO.

Na Casa do Código, esse agrupamento é bastante importante. Há a divisão dos livros por assuntos. Percebemos durante um tempo que muitas pessoas procuravam pelo termo "livros de mobile" e para rankearmos bem para essas buscas, fizemos uma seção só com os livros relacionados a mobile:



Dessa forma, além de facilitar o usuário que acessa o site e está interessado apenas em determinadas informações, criamos mais uma página onde podemos rankear. Outro ponto importante a notar, complementando o assunto das URLs, da seção *secaourls*, é que podemos refletir esse agrupamento na URL de diferentes formas.

Na Casa do Código, utilizamos o endereço <http://www.casadocodigo.com.br/collections/livros-de-mobile> (<http://www.casadocodigo.com.br/collections/livros-de-mobile>). No entanto, várias outras opções são possíveis, desde que mantendo uma organização também da informação. Por exemplo, poderíamos também usar os seguintes endereços <http://www.casadocodigo.com.br/livros/mobile> (<http://www.casadocodigo.com.br/livros/mobile>), para refletir essa mesma organização. A decisão é sua, escolha uma estrutura com que mais se identificar, lembrando de que ela deve ser clara e concisa.

O peso de se ter um site mobile

Desde o final de 2014, o Google passou a reconhecer também a importância dos dispositivos mobiles nas buscas. Se você pesquisar por um termo no seu computador e fizer a mesma pesquisa no seu celular, é bem provável que terá resultados diferentes. Mas por que isso?

Frequentemente tentamos acessar alguns sites que não funcionam corretamente nos nossos tablets e celulares. E não é interesse do Google fazer com que acessemos, nesses dispositivos, esses sites. Justamente por isso, o Google dá preferência para sites que funcionam corretamente no mobile.

Para conseguir fazer um site que abra adequadamente no computador e no celular, existem diversas estratégias. Eu particularmente recomendo seguir a concepção de um site responsivo, já que o trabalho geralmente é menor e o resultado acaba sendo mais satisfatório do que as outras abordagens, como replicar o site em um outro domínio mobile (geralmente conhecido como <http://m.site.com> (<http://m.site.com>)). Além disso, recomendo fortemente a leitura dos livros ::Web Design Responsivo::, do Tarcio Zemel, e ::A Web Mobile::, do Sérgio Lopes, que são focados justamente nesse assunto.

Para se ter uma ideia, o peso que o Google dá para isso é tão grande, que atualmente ele mostra nas buscas feitas no celular uma indicação visual para o site que é ::Mobile-friendly::.



Portanto, sempre tenha atenção com a qualidade do seu site nos celulares, já que, além de ser importante para o SEO, ele é cada vez mais um mercado em crescimento e algo que você não quer perder no site de que você cuida.



O código da minha página, o meu layout e agora as páginas de buscas?

Vimos na aula anterior que o código HTML da sua página possui importância no ranqueamento das suas páginas. Agora acabamos de ver que a estrutura da informação e o layout também influenciam nisso. No final do capítulo, vimos que o próprio resultado da busca dá algumas informações a mais sobre a página, como foi o caso do ::Mobile-friendly::. Mas o leitor atento deve ter percebido que existia uma informação a mais ali. No caso do site da Casa do Código, havia o preço do produto direto no resultado da busca. Como isso é feito? Será que podemos passar mais informações ali?