

Configurações de SEO

Explore nossa área de tutoriais de SEO e aprenda como analisar as informações apresentada pela nossa Ferramenta de SEO para corrigir ou adicionar as configurações necessárias para impulsionar sua visibilidade online. Aprenda como dominar as configurações de SEO para otimizar seu conteúdo, aumentar o tráfego orgânico e posicionar seu site no topo dos resultados de busca.

- [O que são configurações de SEO?](#)
- [Dados e Métricas](#)

O que são configurações de SEO?

[Sem-nome-\(1900-x-900-px\).png](#)

SEO, sigla para **Search Engine Optimization**, traduz-se diretamente como “Motor de Otimização de Busca” e refere-se a um conjunto de técnicas e estratégias aplicadas a um site para melhorar sua visibilidade nos resultados dos motores de busca ou **mecanismos de buscas**, responsáveis por permitirem aos usuários pesquisar e encontrar informações na internet, eles trabalham coletando, indexando e classificando uma vasta quantidade de conteúdo disponível na web para fornecer resultados relevantes às consultas dos usuários, entre os mais conhecidos no Brasil estão o Google, o Bing e o Yahoo.

Sendo assim, o principal objetivo do SEO é auxiliar na classificação do seu site nos diferentes mecanismos de busca e aumentar a quantidade e a qualidade do **tráfego orgânico** que chega as suas páginas. Entende-se como tráfego orgânico toda visita que um site recebe naturalmente e não paga, ou seja, são os visitantes que chegam ao site através dos resultados de pesquisas feitas sem que o site tenha pago por esse destaque, conhecido como tráfego pago.

E quais as vantagens do tráfego orgânico?:

Confira abaixo as principais vantagens de investir nas configurações de SEO para um bom tráfego orgânico.

- **Econômico:** O tráfego orgânico não exige investimento direto para obter cliques ou visualizações, ao contrário do tráfego pago por anúncios.
- **Credibilidade e Confiança:** Visitantes que chegam por meio de resultados orgânicos tendem a ver seu site como mais confiável e autoritário ao ver que alcançou uma boa posição nos resultados de busca baseado em relevância e qualidade.

- **Estabilidade:** Embora o tráfego pago seja imediato, é necessário manter o pagamento de anúncios constante, já o tráfego orgânico, se mantido com boas práticas de SEO, torna-se consistente e estável a longo prazo.
- **Melhor Taxa de Conversão:** Normalmente, o tráfego orgânico apresenta uma taxa de conversão mais alta, pois os visitantes chegam ao site por interesse específico no que você oferece, resultando em interações mais valiosas.
- **Valor a Longo Prazo:** Investir em SEO para tráfego orgânico oferece um retorno duradouro, pois, as configurações feitas para otimizar seu site continuam a gerar resultados ao longo do tempo, mantendo seu posicionamento constante nos mecanismos de busca.

E como os mecanismos de busca analisam as configurações de SEO?

[Gif-Ranqueamento.gif](#)

Os mecanismos de busca analisam as configurações de SEO de diferentes maneiras para determinar a relevância, a qualidade e a autoridade de um site, utilizando algoritmos complexos para rastrear, indexar e classificar páginas da web com base nestes fatores.

Alguns dos principais aspectos analisados pelos mecanismos de busca incluem:

1. **Relevância do Conteúdo:** Os mecanismos frequentemente avaliam se o conteúdo do site corresponde à intenção de busca do usuário. Ou seja, analisam o uso adequado de **palavras-chave** no próprio conteúdo associadas ao tema pesquisado.
2. **Qualidade do Conteúdo:** São validadas e verificadas a originalidade do conteúdo inserido nas páginas, a profundidade e a utilidade do conteúdo, principalmente no período pós-IA, evitando conteúdos mecanizados produzidos artificialmente.
3. **Estrutura do Site:** Examinam a **organização do site**, a usabilidade, a velocidade de carregamento, a compatibilidade com dispositivos móveis e a **arquitetura das informações** dispostas nas páginas. De forma geral, são analisados pelos mecanismos de busca a experiência do usuário (UX) ao acessar determinado conteúdo, incluindo a facilidade de navegação, o tempo gasto no site e a taxa de rejeição.
4. **Autoridade do Domínio e Links Externos:** Além das questões externas, os mecanismos de busca consideram questões internas relacionadas ao seu site, como: o domínio conectado, as configurações de SSL, GDPR e apontamentos no geral, além da quantidade e

qualidade de **links** para redirecionamentos externos adicionados a página. Por esse motivo, a transparência é essencial para um bom ranqueamento.

5. **Metadados e Tags:** Verificam se as **tags** de título, **meta descrições**, **tags de cabeçalho** e outras informações fornecem uma representação precisa do conteúdo da página. E são esses metadados que nossa ferramenta de SEO te ajuda a verificar e iremos aprender no próximo tutorial, visto que, compõem uma grande parte da análise de SEO e ranqueamento do site.
6. **Rastreamento e Indexação:** Verificam a capacidade de rastrear e indexar o conteúdo do site de maneira eficiente, ou seja, a facilidade que o seu site oferece para os mecanismos de busca percorrerem, entenderem e armazenarem informações sobre as páginas nos seus bancos de dados para posteriormente exibi-las nos resultados de busca.

Sabendo agora que, diversos fatores influenciam no ranqueamento do seu site na internet, percebemos ser imprescindível o uso da Ferramenta de SEO da Builderall, dessa forma, alguns dos principais critérios necessários em um site/página são analisados automaticamente e já informados a você para correção. Sendo assim, dominar essa ferramenta é crucial para compreender e aprimorar as estratégias de otimização do seu site.

No próximo tutorial, aprenderemos passo a passo a interpretar cada informação indicada por essa ferramenta. O primeiro passo é ler atentamente as informações fornecidas pela ferramenta e depois assistir ao vídeo de visão geral disponibilizado. Dessa forma, você aprenderá de forma abrangente sobre as capacidades e funcionalidades da ferramenta de SEO da Builderall, essencial para um uso eficaz.

[Próximo tutorial >](#)

Autor(a):

[Foto-Paula.png](#)

Paula Bianca

Sua Success Coach

Builderall

[Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!](#)

Faça seu negócio decolar 

Dados e Métricas

Neste tutorial, aprenderemos como interpretar os principais dados fornecidos pela Ferramenta de SEO às suas páginas, e para isso, é essencial começar compreendendo o papel das Meta Tags. Chamadas de “Meta” por serem Tags de metadados, elas desempenham um papel fundamental na otimização de um site para motores de busca. Essas tags fornecem informações cruciais sobre os dados e as informações de uma página, sem fazerem parte do conteúdo visível dela e são as principais informações indicadas na ferramenta de SEO para classificar o ranqueamento das suas páginas.

Sucesso! O Construtor de Sites da Builderall possibilita a inserção dessas informações, como Title Tags, Meta Descriptions e outras Meta Tags, de forma intuitiva por meio de campos predefinidos e interfaces gráficas, simplificando a criação de sites e tornando mais acessível até para nossos usuários com menos conhecimento técnico. Sendo assim, em vez de você precisar editar diretamente o código HTML do seu site, você apenas precisa preencher os campos específicos com informações como título, descrição, palavras-chave e outras configurações e o construtor de sites gera automaticamente o código HTML necessário com base nas informações fornecidas.

A Ferramenta de SEO indica cada informação de forma breve e geral, lembre-se que, neste tutorial aprenderemos a interpretar as informações analisadas, porém, é indispensável que você leia atentamente cada fator individualmente e compreenda o que está de acordo ou faltando em sua página.

Conheça mais sobre a Ferramenta de SEO! [Clique aqui](#) para acessar o vídeo de Visão Geral da ferramenta em nossa Central de Ajuda.

Interpretação dos Dados:

Title Tag (`<title>`):

A Title Tag, ou tag de título, é uma das Meta Tags mais cruciais em termos de SEO. Ela é utilizada para definir o título de uma página da web, sendo exibida como o título principal nos resultados de busca. O objetivo principal da Title Tag é fornecer uma descrição precisa e relevante do conteúdo da página, ao mesmo tempo, em que atrai os usuários a clicarem no link nos resultados de busca. Portanto, priorize a relevância e a naturalidade sobre a repetição excessiva da palavra-chave na Title Tag.

Meta Description (`<meta name="description" content="...">`):

Fornecer um resumo conciso do conteúdo da página nos resultados de busca. Embora não influencie diretamente o ranqueamento, impacta a taxa de cliques. É recomendado ter uma única Meta Description única e relevante para cada página do seu site, já que os mecanismos de busca tendem a exibir a Meta Description que consideram mais relevante para a consulta feita pelo usuário. Nesse caso, a ferramenta de SEO analisa se a palavra-chave pesquisa existe na descrição meta.

Image not found or type unknown

Heading Tags (H1 - H4):

As Heading Tags, identificadas como H1, H2, H3 e H4, são elementos fundamentais para estruturar o conteúdo de uma página, organizando hierarquicamente cada elemento de texto. Quando se fala em organizar hierarquicamente, refere-se à criação de uma estrutura lógica e ordenada, onde cada elemento tem sua posição e importância claramente definidas em relação aos outros.

1. **H1 (Heading 1):**

- A tag H1 é a mais importante das Heading Tags e é utilizada para o **título principal** de uma página, sendo assim, indica o tema principal ou o conteúdo mais relevante da página. Geralmente, deve haver apenas um H1 por página de um site para destacar o principal objetivo ou tema daquela página.

2. **H2 (Heading 2):**

- A tag H2 é usada para destacar **subtítulos** ou seções importantes no conteúdo de uma página. Ela está hierarquicamente abaixo do H1, sendo usada para subdividir o conteúdo principal em seções menores.

3. **H3 (Heading 3):**

- A tag H3 é usada para subdividir o conteúdo em hierarquias mais detalhadas. Ela está abaixo do H2 e pode ser usada para subdividir seções de um H2 em tópicos mais específicos.

4. **H4 (Heading 4):**

- A tag H4 é usada para subdivisões adicionais e é hierarquicamente abaixo do H3. Geralmente, é utilizada para tópicos ou subseções mais específicos no conteúdo de um H3.

Image not found or type unknown

Vamos imaginar uma analogia com um livro:

O H1 seria o título do livro; os H2 seriam os capítulos do livro, dividindo o conteúdo em seções principais e destacando diferentes áreas do tema principal; os H3 seriam as subdivisões dentro dos capítulos, detalhando as seções principais e dividindo-as em subseções menores; já nos H4 continuariam a mesma estrutura de subdivisões, trazendo mais detalhes e subdivisões dos H3.

Lembre-se que, cada subcategoria é interligada a anterior, sendo assim, é necessário, no momento da criação das páginas do seu site, pensar logicamente no uso de cada Heading Tag, criando uma organização fácil de seguir, tanto para os leitores quanto para os motores de busca.

Body (`<body>`):

Representa todo conteúdo principal de uma página da web. É dentro dessa tag que todo o conteúdo visível para os visitantes da sua página é colocado, como: textos, imagens, vídeos, links e outros elementos. No Construtor de Sites da Builderall, o HTML representando esse conteúdo é criado automaticamente toda vez que o site é publicado, considerando os elementos adicionados nas páginas disponíveis no editor através das interfaces gráficas. Dentro do `<body>`, o conteúdo é organizado utilizando outras tags HTML, como as Heading Tags `<h1>` a `<h6>` para títulos, `<p>` para parágrafos, `` para imagens e muitas outras.

Tag Alt

A Tag Alt é um atributo usado com a tag `` fornecendo um texto alternativo/descritivo para uma imagem. É utilizado principalmente por tecnologias assistivas, como leitores de tela, para descrever a imagem aos usuários que não podem vê-la, seja por questões de acessibilidade ou quando a imagem não é carregada corretamente. Além de melhorar a acessibilidade, o atributo também é relevante para SEO, já que os mecanismos de busca consideram o texto alternativo ao indexar e compreender o conteúdo daquela imagem em uma página, influenciando no ranqueamento nos resultados de busca, visto que, a imagem é associada a palavra-chave mesmo não sendo um elemento de texto.

Exemplo do uso da tag em HTML:

```

```

No Construtor de Sites da Builderall a Tag Alt é configurada diretamente nas opções de configurações do elemento “imagem”.

(B/STRONG/EM/I):

Cada opção indicada é uma tag HTML utilizada para modificar o estilo e a semântica do texto em uma página da web:

1. `` **(Bold - Negrito)**: Esta tag é usada para deixar o texto em negrito. No entanto, ela não indica nada sobre a importância ou significado do texto, apenas muda a apresentação visual para deixar o texto mais destacado.

Exemplo: `Texto em negrito`

2. `` **(Strong - Forte)**: Similar à ``, a tag `` também deixa o texto em negrito, mas ela tem um significado semântico adicional. Indica que o texto é semanticamente mais importante ou enfatizado.

Exemplo: `Texto com ênfase`

3. `<i>` **(Italic - Itálico)**: Esta tag é utilizada para colocar o texto em itálico. Historicamente, era usada principalmente para isso, mas não possui um significado semântico.

Exemplo: `<i>Texto em itálico</i>`

4. `` **(Emphasis - Ênfase)**: Esta tag é usada para colocar ênfase no texto, normalmente fazendo-o aparecer em itálico. Assim como ``, `` tem um significado semântico ao indicar ênfase no texto.

Exemplo: `Texto em itálico para ênfase`

Atualmente, o Construtor de Sites da Builderall oferece apenas as opções de negrito e/ou itálico na edição dos elementos "texto".

Canonical Tag - Tag Canônica (`<link rel="canonical" href="URL">`):

A Tag Canônica é uma meta tag utilizada para resolver problemas relacionados ao conteúdo duplicado em páginas da web. Ela é uma maneira de comunicar aos mecanismos de busca qual versão de uma página deve ser considerada a versão preferida, ou seja, a versão canônica, evitando problemas de conteúdo duplicado e direcionando melhor a autoridade e a relevância para a versão correta da página nos resultados de busca. Em sites complexos ou com estruturas que geram múltiplas URLs com conteúdo similar ou idêntico, os mecanismos de busca interpretam como conteúdo duplicado associado ao mesmo domínio, afetando negativamente o ranqueamento nos resultados de busca ao precisarem decidir qual versão da página exibir para os usuários.

Exemplo do uso da tag em HTML:

```
<link rel="canonical" href="https://www.exemplo.com/nome-da-pagina-no-site">
```

No Construtor de Sites da Builderall a Tag Canônica é configurada diretamente nas opções de configurações de SEO do site no campo "MetaTag", basta colar o script acima com as informações relacionadas ao site.

Meta Keywords (`<meta name="keywords" content="...">`):

As Meta Keywords, usadas para listar palavras-chave ou termos relevantes para o conteúdo de uma página, oferecendo aos mecanismos de busca informações sobre o tema do conteúdo, **eram** um elemento importante, no passado, para otimização de mecanismos de busca, mas atualmente sua relevância é limitada ou até mesmo inexistente, devido ao seu uso excessivo e inadequado por spammers tentando manipular os resultados de pesquisa, por esse motivo, atualmente, muitos motores de busca, incluindo o Google, não as consideram mais como um fator significativo para classificação de SEO.

E embora tecnicamente não prejudiquem diretamente a classificação do seu site, o uso das Meta Keywords pode ser considerado **Spam ou Black Hat**, por esse motivo, não recomendamos o seu uso na própria análise feita pela ferramenta de SEO. Ao invés disso, concentre-se na criação de conteúdos relevantes e úteis para os seus usuários.

Fica a dica: Nem sempre o caminho mais fácil é o melhor! Black hat refere-se a práticas antiéticas ou maliciosas utilizadas para manipular os resultados de mecanismos de busca e obter classificações mais altas artificialmente, enganando algoritmos e obtendo posicionamento privilegiado nos resultados de pesquisa. As práticas de black hat resultam em penalidades severas pelos mecanismos de busca, incluindo desindexação total do seu site ou enormes quedas de ranqueamento!

Meta Robots (`<meta name="robots" content="...">`):

As Meta Robots são um conjunto de instruções para os mecanismos de busca, inseridas nas páginas da web através da tag HTML `<meta>`. Essas instruções fornecem diretrizes específicas sobre como os robôs de busca devem interagir e indexar o conteúdo de uma página. Confira abaixo alguns dos principais valores associados ao uso das Meta Robots:

1. `index` e `noindex`: A tag `index` instrui os mecanismos de busca a indexarem o conteúdo da página, enquanto `noindex` faz o oposto, solicitando que a página não seja indexada. Quando um mecanismo de busca indexa uma página, ele a inclui em seu banco de dados, isso significa que, quando alguém faz uma pesquisa usando palavras-chave ou frases relacionadas ao conteúdo da página, o mecanismo de busca pode identificar essa página como uma possível correspondência e exibi-la nos resultados de pesquisa.
2. `follow` e `nofollow`: O atributo `follow` indica aos mecanismos de busca que, ao encontrarem um link em sua página, eles podem seguir esses links, ou seja, é permitido a leitura dos links como parte da relevância do conteúdo oferecido. Enquanto `nofollow` instrui a não seguir esses links ao rastrear a página, não transferindo o valor ou a relevância do seu

próprio site para o site vinculado.

Essa prática é normalmente utilizada quando um site não deseja "endossar" o conteúdo vinculado, como links de patrocinadores ou publicidades pagas,. O objetivo é controlar como o valor de classificação é distribuído entre as páginas e evitar a manipulação dos resultados de busca através de links não autênticos ou pagos, não considerando o destino do link como uma fonte de credibilidade ou autoridade associada ao conteúdo da página.

3. **noarchive**: Esta instrução solicita aos mecanismos de busca que não armazenem em cache a versão da página nos resultados de busca. Quando uma página é armazenada em cache, significa que uma cópia dela é salva temporariamente nos servidores do mecanismo de busca.
4. **nosnippet**: Esta instrução solicita aos mecanismos de busca que não exibam trechos de texto (conhecidos como snippets) do conteúdo da página nos resultados de pesquisa.

Normalmente, quando alguém faz uma pesquisa nos mecanismos de busca, cada resultado exibe um título, uma URL e um pequeno trecho de texto descritivo, conhecido como snippet, que corresponde à consulta da pesquisa realizada pelo usuário. Com a instrução, esses snippets são extraídos das páginas indicadas no momento da pesquisa.

5. **max-snippet** e **max-image-preview**: Esses valores permitem especificar um limite máximo para o tamanho do snippet de texto e de imagens exibidas nos resultados de pesquisa.

Mesmo que as Meta Robots não estejam diretamente associadas a palavras-chave específicas e não sejam analisadas da mesma forma que outros elementos na ferramenta de SEO. Continuam tendo um impacto significativo nas configurações de ranqueamento por oferecerem instruções diretas aos mecanismos de busca sobre como interagir com o conteúdo de uma página, afetando diretamente sua indexação, seguimento de links, exibição nos resultados de pesquisa e outros aspectos.

Autor(a):

[Foto-Paula.png](#)

Paula Bianca

Sua Success Coach

Builderall

[Avalie a nossa Central de Ajuda, sua opinião é importante para nós!](#)

Faça seu negócio decolar 