

SEO e sua importancia

SEO pode ser considerado o lado esquerdo dos buscadores. São os resultados que aparecem por uma série de fatores que os robôs consideram e que muitos inclusive amam dizer que ninguém paga nada por isso. Não leve a mal, mas você pode até não pagar ao buscador, mas sem dúvida vai precisar pagar a uma agência SEM ou um profissional para ter bons resultados no lado orgânico dos mecanismos de pesquisa e sua [otimização de site](#). Tudo começa quando você faz um site e na verdade os erros começam com você; resolve fazer o site e depois que o site ficar pronto você vai contratar o profissional ou empresa especializada em SEO. Se você vai fazer um site, ou até mesmo se vai refazer, o ideal é começar um trabalho de otimização em paralelo. Assim que o site ficar pronto, espero que você tenha no mínimo o google analytics configurado em sua máquina e espero também que você esteja usando o google analytics para o bem, ou seja, espero que você esteja usando a sua ferramenta de web analytics para tomar decisões [divulgar site](#), principalmente em ações futuras. Mas como você sabe se seu site está bem ou mal com relação a otimização e principalmente com relação a performance esperada nos mecanismos de pesquisa? Em primeiro lugar, seria bom que você tivesse um histórico, mesmo que seja básico, mesmo que seja com indicadores apenas de visita, page view e visitante único. O importante mesmo é ter alguma métrica para comparar o passado com o presente. Se você só agora está usando uma ferramenta de web analytics, para [otimizar site](#), infelizmente agora vai poder analisar os números. Caso você tenha um histórico, o ideal é acompanhar os números no passado com os números de hoje e verificar se a evolução é positiva ou não. O grande problema é: que métrica analisar e comparar? Se estamos falando em ações de SEO, em primeiro lugar e desconsiderando milagres, você vai levar algum tempo para começar a ter resultados com o trabalho de otimização. Uma ação de SEO demora aproximadamente 3 meses para começar a dar retorno. Se você tiver um presidente de empresa que quer decidir tudo então, pode estar certo que vai levar um bom tempo para conseguir os primeiros resultados. E se você não está acostumado a analisar números ou relatórios com foco em ações de search? O ideal é definir em um primeiro momento KPIs básicos. Além de analisar o número e a porcentagem de acessos vindos de mecanismos de pesquisa, você pode também analisar somente os acessos vindos por google (organic), Yahoo e Bing. Não esqueça que estamos analisando somente SEO, ok?

About the Author

Conhecimento é tudo.

Source: <http://artigosgratis.com>