



# DICAS PARA CHEGAR AO topo do Google

Especialistas explicam como aumentar os resultados de busca usando estratégia de marketing online para atrair mais clientes

POR LIVIA CAPELI

**I**ndependentemente da área de atuação do fotógrafo, ter um portfólio online gera maior visibilidade e novos clientes. Por isso, quem quer alcançar ainda mais sucesso precisa ter o site nas primeiras posições de busca no Google.

Eduardo Nogueira, fotógrafo e analista de sistemas, diz que algumas pesquisas do Google apontam que 60% dos usuários que fazem busca na plataforma clicam apenas nos três primeiros resultados que aparecem no topo da página, sendo que 70% sequer acessam a segunda página mostrada no resultado. Portanto, com uma boa posição no *ranking* de pesquisa, a chance de seu site ser encontrado e de você fechar mais negócios é muito maior.

Nogueira, que se tornou um especialista no assunto para a área de fotografia, conta que o sistema SEO (*Search Engine Optimization*, ou seja, otimização do mecanismo de bus-

ca) é o grande responsável por assegurar o melhor desempenho de pesquisa para um site. E com essa estratégia é possível aumentar a visibilidade, a relevância e o número de acessos para uma página e se dar bem no Google, mesmo que seu negócio seja pequeno.

Segundo Márcio Hanashiro, fotógrafo e coordenador de Criação, Conteúdo e Performance da Locaweb, para conquistar mais espaço no mercado é extremamente importante estar com as práticas de SEO em dia. Isso torna o site mais atraente para os motores de busca e melhora o posicionamento no resultado orgânico. “Para comparar, é como começar uma corrida com alguns metros de vantagem. A minha dica é que não dá para falar de bons resultados sem estruturar conteúdo e ações com o AdWords, o serviço de publicidade do Google”, diz ele.

Entretanto, aplicar o mecanismo SEO para um site não é tarefa tão

**Com o mecanismo de SEO, fotógrafos estão conseguindo melhores desempenhos em buscas no Google**

Shutterstock





Fazer o processo sozinho é possível, entretanto, com a ajuda de quem entende o resultado é muito mais garantido



Arquivo Pessoal

simples. Nogueira explica que a menos que o fotógrafo tenha um alto nível de conhecimento em sistemas, a ajuda de um analista em SEO é imprescindível para colocar o site no topo. Tanto Eduardo Nogueira quanto Márcio Hanashiro contam aqui os passos necessários para uma página ter eficiência para ser ranqueada e como fazer o básico para melhorar o desempenho de um site para a pesquisa do Google. Acompanhe.

### **BÊ-Á-BÁ DO SISTEMA**

A primeira pista para administrar a ferramenta é compreender o que é o SEO. A sigla vem da abreviação de *Search Engine Optimiza-*

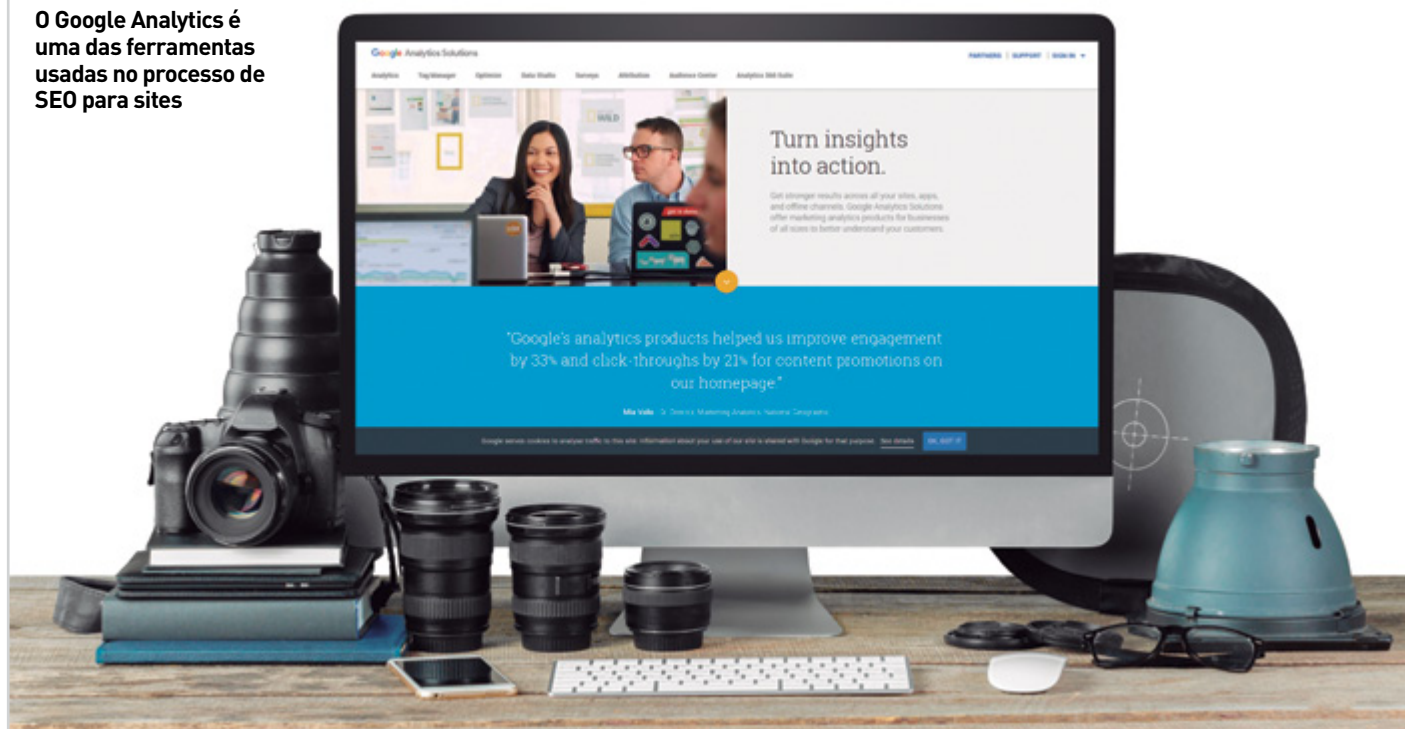
**Eduardo Nogueira, fotógrafo que se tornou especialista em SEO para os profissionais do setor**

*tion* e na prática é quando alguém utiliza técnicas para melhorar o posicionamento de um site nas buscas orgânicas, ou seja, aquelas que não são pagas.

De acordo com Nogueira, uma das funções mais conhecidas que influenciam no *ranking* de sites é a escolha de palavras-chave. “Ter bem definido qual o foco principal na fotografia é o melhor começo. Em seguida, um bom ranqueamento depende também da página inicial do site, que deve conter termos que representem bem o negócio”, explica Nogueira.

É importante lembrar que cada buscador tem fatores próprios de classificação que definem quais resultados vão aparecer primeiro. Dos mais de 200 parâmetros usados pelo Google, os mais relevantes, segundo informações oficiais,

**O Google Analytics é uma das ferramentas usadas no processo de SEO para sites**



são: qualidade e destaque do conteúdo, *links* que apontam para o site e versão responsiva (quando o site automaticamente se encaixa em dispositivos como computadores, celulares e *tablets*).

Existem ferramentas que monitoram palavras-chave, como o Google Analytics, que mede a eficácia do SEO, além de verificar volume de acessos. Por outro lado, um leigo não consegue aplicar o

serviço sozinho. É preciso ter conhecimento para conseguir definir questões técnicas. O recomendado é que um especialista analise a página do fotógrafo e defina os objetivos do negócio, bem como do público-alvo que o profissional pretende atingir. Somente com a ajuda de um analista será possível definir quais as estratégias certas para ter boa classificação do site.

“Depois disso, o básico para melhorar

Arquivo Pessoal



**Fotógrafo e coordenador de criação da Locaweb, Márcio Hanashiro (acima) acredita que manter o SEO em dia ajuda a conquistar mais espaço no mercado**



Fotos: Shutterstock





Shutterstock

**A página precisa ter um foco bem definido e palavras-chave eficientes para o SEO trazer resultados**

**A fotógrafa Claudia Ruiz (abaixo), que usa o sistema de SEO para o site dela**



Arquivo Pessoal

o desempenho de busca de um site (tratando-se de páginas desenvolvidas em plataforma WordPress) compreende instalar e configurar o Yoast WordPress Plugin, que é uma ferramenta poderosa para controlar títulos, metadescrição e palavras-chave de um site WordPress”, explica Eduardo Nogueira.

São processos complexos para quem não tem conhecimento técnico, pois vêm acompanhados de instalações de outros conjuntos de ferramentas para efetividade do mecanismo SEO. Porém, com a ajuda de um especialista, e uma questão de tempo, o próprio fotógrafo consegue realizar as configurações para o site.

### **PACIÊNCIA**

Vale lembrar que os resultados para quem realiza SEO não aparecem de repente. É importante ter calma e ser esperto para entender quem é seu cliente e como ele pesquisa no Google. É preciso focar no conteúdo, produzindo materiais que agradem ao público-alvo e valorizem o trabalho do profissional.

“Algumas pessoas acham que sabem usar o SEO, acreditando que basta colocar palavras-chave para tudo se resolver sozinho. Quando se faz da maneira correta, parece mágica. Mas por trás de tudo existe planejamento. Com a ajuda de um especialista passei a entender bem melhor o que eu achava que entendia”, diz a fotógrafa Claudia Ruiz, usuária do sistema.

Segundo Hanashiro, basicamente, é preciso integrar três estratégias (SEO + conteúdo + AdWords) para maximizar o investimento-lucro. “Comece investindo no SEO do seu site e deixe a casa pronta, encontre a cadência de produção de conteúdo que você possa executar, um post ou artigo semanal, por exemplo”, ensina ele.

Com isso tudo em mãos, Hanashiro recomenda separar parte do dinheiro dos *jobs* para usar o Adwords, montando uma campanha e acompanhando os resultados. Para ele, não é necessário gastar rios de dinheiro. Com campanhas pequenas já é possível entender o comportamento do público-alvo e segmentar o investimento onde existe mais conversão.