

Criar uma estratégia para a escolha de palavras

1- Palavras relacionadas com um tópico

A escolha das palavras para o seu site, obedece a critérios diversos que devem ser conduzidos numa óptica tripartida: nicho onde pretendemos actuar, nomes das páginas e nome do site.

A procura de um nicho pode vir a revelar-se decisiva quanto ao sucesso do seu site. Um nicho é uma parte do mercado que não está excessivamente explorada e onde pensamos poder encontrar espaço que nos permita actuar com êxito. Não sendo um deserto de interessados, também não é alvo de procura desenfreada por todos aqueles que se instalam diariamente na rede. Se já tem algum produto ou serviço que pretenda vender ou divulgar, não precisa procurar um nicho, mas sim descobrir os termos de pesquisa que lhe dão mais possibilidades de tráfego e conversões.

Nem todas as palavras ou frases poderão apenas por si, indicar qual a rentabilidade de dado nicho. Sabemos que a quantidade de conversões não tem a ver com a quantidade de tráfego obtido. Sendo assim, deve tentar posicionar-se onde a concorrência exista pois é sinal de que há ali procura justificativa. Mas por outro lado se estiver a iniciar-se e os seus conhecimentos ainda não estiverem alicerçados numa boa prática, certos sectores de tanto explorados, poderão ser a receita para um desafio que lhe vai levar muito tempo a vencer.

Experimente no seu navegador fazer estas pesquisas: "Games" ou "Jogos" (muitos milhões de páginas não é?) ou "Dietas" e "Perder Peso". Pelo número de páginas indexadas pode ter a certeza que aqui teria uma tarefa ciclópica pela frente. Repare nestas últimas o elevado número de anúncios de sites patrocinados. Esta profusão de publicidade significa que se há tanto quem invista, é porque há dinheiro a remunerar estes investimentos. Por outro lado, certos temas como sejam "meio ambiente" ou "aquecimento global", quase não têm anúncios. Já se compreende que aqui é mais fácil conseguir aparecer, por outro lado não vai conseguir grande rentabilidade nos tempos mais próximos. Então que fazer? Já deve ter ouvido a expressão "no meio está a virtude"...

Exactamente, é por aí que tem de começar. Não se atemorize com a concorrência mas evite à partida causas perdidas.

A concorrência num nicho é aliás um dos factores de análise para saber com o que pode contar. Utilizando o seu navegador faça uma pesquisa da(s) palavra(s) que quer analisar e fazem parte da sua primeira ideia para um nicho. Preferencialmente utilize mais de uma palavra. As pesquisas de uma só palavra são muito abrangentes, dão muitas páginas de resultados e em condições normais não se abalance já a tentar um bom posicionamento assim.

Os 10 resultados por página que lhe aparecem sem anúncios (resultados orgânicos ou naturais) incorporam os seus concorrentes principais para esses termos. Veja qual é o número de "links" que cada um tem nos 3 motores Google, Yahoo e Msn (são os números que aparecem após a letra L). Se os links não ultrapassam os 1000, não considere uma tarefa fora do seu alcance para os próximos meses (poderá vir a obter também volumes equivalentes). Mas analise todas as 10 páginas, pode acontecer que as primeiras estejam muito distantes das da segunda metade. No fim de contas uma primeira página é sempre uma primeira página e a diferença entre o 1.º e o 3.º lugar não é muito diferente em contagem de visitas (excepto se falarmos de dupla listagem ou da posição 10). Se encontrar

algum site mais vulnerável nestes 10 em número de "links", não ponha de lado as suas hipóteses nessa pesquisa.

Deve concentrar-se nos 5 a 10 termos que melhor definirão o site que tem na mente. Podem ser constituídos por uma ou mais palavras e ajudam a definir o tema do seu site, à volta das quais irá depois escrever o conteúdo. Mas não se obstine demasiado neste momento com cada um deles, em qualquer altura poderá vir a incluir outros que melhor garantias lhe dêem.

Repare que nem sempre os termos que pensa serem os melhores correspondem à realidade de quem pesquisa na rede. Os profissionais de qualquer sector têm uma linguagem diferente do público, mas são as terminologias populares que queremos descobrir.

Outras precauções a ter em conta dizem respeito à utilização de plurais. Inclua-os quando for conveniente, pois apesar de haver motores que não lhes dão significado, o Google separa-os para as pesquisas. No entanto faça-o naturalmente e de preferência em páginas diferentes. Também há quem se preocupe em escolher termos que poderão ser pesquisados em função de erros de digitação ou de caligrafia. Mas não faz sentido estarmos a escrever texto com erros de propósito, por muito que saibamos que no Brasil se escreve "otimizar" em vez de otimizar...

Utilize agora estes "links" para saber os volumes das pesquisas efectuadas para os termos que já tem e estão relacionados com o conteúdo do seu site:

[Trellian](#) (resultados para as primeiras 100 palavras). Use também quando passar para o ponto 3.

[Wordtracker](#) (receberá email para acesso a pesquisas durante 2 horas). A utilizar apenas no ponto 3.

Se só domina o português utilize este "link":

[Adwords.google](#)

No entanto nenhum dos resultados são completamente fiáveis (apresentam números estimados de pesquisas efectuadas em certas zonas, para mostrar quais são os nichos mais rentáveis através do "Keyword Effectiveness Index" ou "KEI": n.º de pesquisas divididas pelos sites concorrentes). Existe muito "lixo" na rede com sites que deturpam os resultados obtidos, já que geram automaticamente páginas à procura de receitas com anunciantes.

Recomenda-se alguma precaução e deixar um julgamento definitivo quanto aos resultados desta pesquisa para melhor apreciação. Mais tarde, quando tiver o site em funcionamento poderá utilizar o [Adwords](#) para testar o seu nicho. Apesar de lhe custar algum dinheiro, dar-lhe-á por outro lado a certeza de que não vai perder tempo em vão trabalhando certas palavras.

2- Procurar relacionar termos num tema

Uma vez fixado num nicho e descobertos aqueles termos que nos parecem mais óbvios, é a vez de irmos à procura de termos que se agrupem num tema. Através do Trellian vá percorrendo os termos encontrados em 1 e escolha as 10 variantes mais populares para cada. Coloque todos os termos numa folha de cálculo e dê-lhe classificações de relevância como sim, não e talvez. Pense que se por exemplo está a investigar um site para vender bonés, "bonés do Barcelona" ou "bonés do Manchester" fazem todo o sentido. Agora se

encontrar a variante "bonés do Milão grátis" ela não lhe interessa pois aquilo que pretende é vendê-los. Se conseguir dizer sim ou talvez para 3 variações dum termo, podemos considerá-lo como válido. Fazendo uma lista destes termos e das suas variações, vamos reuni-los num agrupamento ou "cluster". O seu número pode variar mas em princípio vamos pensar em 10 a 15 agrupamentos.

3- Expandir agrupamentos sobre temas

Chegados aqui temos de começar a atribuir prioridades às palavras ou frases de pesquisas mais interessantes. Recorde o que dissemos acima sobre a importância do tráfego e do que é provável ser mais determinante para nós: se só 15% dos visitantes em cada 1000 são relevantes, o número que nos interessa são 150, portanto use de algum bom senso para determinar quais são aquelas 10 a 15 frases que vão constituir a nossa primeira prioridade na construção das páginas.

Chegou a altura de fazermos o alargamento dos nossos agrupamento, utilizando variações. Alguns exemplos de variações: dicas, como fazer, ajuda, informações, vídeos, CD, manual, guia, tutorial, novidades, planos, exemplos, ideias, fotos, recursos, directório etc. Podemos ter "vídeos para treinar cães", "manual para treinar cães", "ideias para treinar cães", etc.

Recorra ao Trellian e ao Wordtracker e procure as 100 variações mais utilizadas para cada termo de pesquisa do seu agrupamento e elimine todos aqueles que não façam parte das suas 10 mais procuradas variações.

Há casos em que é importante que acrescente a estas variações, a identificação do local onde poderá ser encontrado algo e a marca de um produto. Por exemplo "fabricante de ovos moles em Ovar" ou "Land Rover" em vez de "jeep". O visitante que entra no seu site já está mais qualificado e não vai sentir frustração com o que encontra. Direcione-o para as páginas correctas e vai conseguir maiores conversões.

4- Colocação dos agrupamentos em páginas

Depois de termos seleccionado uma boa quantidade de agrupamentos, estamos agora em condições de começar a decidir quais vão ser as páginas que queremos colocar no topo das listagens dos motores de busca. Como podemos vir a ter duas páginas ou mais indexadas para os mesmos termos em cada agrupamento, é conveniente seleccionarmos o termo mais relevante seguido pelo segundo e eventualmente terceiro. Será muito difícil otimizar uma página para mais do que um agrupamento, pelo que tenha isso em consideração e tente escrever mais conteúdo relevante para cobrir os outros termos que considera valerem a pena.

Se os termos de um dado agrupamento são em quantidade e relevância que o justifique, poderia em alternativa criar sub-páginas para os poder englobar. No entanto numa fase inicial não consideramos conveniente ir por esse caminho. Mais à frente voltaremos ao assunto quando tratarmos da expansão do conteúdo e então explicaremos o que deve fazer.

Os seus agrupamentos devem apontar para páginas secundárias, deixando a primeira página livre. Quando muito poderá tentar que na primeira página haja dois ou três agrupamentos cujos termos mais populares sejam integrados nela. À medida que for dominando a técnica de SEO, poderá vir a tentar otimizar outros agrupamentos para a primeira página, mas fique-se para já por aqui. Agora que já distribuiu os seus agrupamentos por páginas, é chegada a altura de olharmos para a estrutura geral do site e saber como ela se deve organizar para podermos melhorar as hipóteses de boas indexações.

(Não tenha qualquer problema se depois de ter chegado aqui, concluir que é melhor começar tudo de novo. Se acha que a sua escolha inicial não tem base de sustentação em procura relevante e que valha a pena, abandone esse nicho e pesquise outro.)

Afiliados: para trabalhar como Afiliado clique [aqui](#).