A importância do SEO para o site da sua empresa

O SEO significa otimização para mecanismos de buscas. É o que faz com que o site da empresa seja encontrado na internet em buscas relativas aos produtos ou serviços oferecidos por ela. Mas não basta que apenas a otimização do site faça com que o endereço eletrônico seja encontrado nas pesquisas das palavras-chave – ele deve estar entre as primeiras posições para ser clicado. As pessoas em geral não vão até a segunda página de resultados do Google e, mesmo em maior número, muitas não chegam nem ao fim da primeira página para clicar em um resultado.

Um sistema de SEO aplicado com sucesso gera também credibilidade ao site, pois as pessoas associam credibilidade e importância no ramo aos primeiros resultados exibidos em pesquisas. A empresa é tida como referência na sua área de atuação, pois o bom posicionamento significa que a página possui conteúdo relevante.

Atualmente, 90% dos internautas do Brasil – de um total de mais de 100 milhões – usam a internet para fazer buscas por empresas, produtos e serviços. E milhões também são os resultados exibidos para cada pesquisa. Então, se a página institucional não estiver bem otimizada e com conteúdo relevante, ficará para trás – pois muitos também são os sites bem preparados para o ranqueamento orgânico do Google.

Porém, a busca orgânica não é a única forma de aparecer entre os primeiros resultados do maior buscador de conteúdo do mundo. Cada vez mais empreendimentos, de todos os portes, estão investindo em links patrocinados. Mas não basta pagar ao

Adwords para aparecer sempre como primeiro site nas buscas. É necessário que a campanha de links patrocinados esteja bem feita, com escolha das palavras-chave corretas e com segmentação eficaz. Ainda assim, é essencial que o site esteja otimizado, pois o Google usa classificações de qualidade de campanha e página de destino para ranquear no Adwords os sites. Com um bom sistema de SEO e uma campanha bem feita, uma empresa com lance mais barato para o clique pode passar a frente de outra que pague mais, porém não tenha tanta qualidade na página e na escolha das palavras-chave da campanha.

O investimento no Adwords, com a otimização correta, tem retorno garantido, pois o Google só cobra o serviço da empresa se houver clique no link e conversão em interação ou venda de produto ou serviço na navegação.