


SEO – 5 dicas para conquistar o mercado local

Agora, mais do que nunca, **SEO local** deve ser o foco  principal do plano de marketing de uma empresa. Como o número de **buscas móveis** continua a aumentar, o mesmo acontece com a importância de ser encontrado através dessas buscas móveis, além de pesquisas locais realizadas em computadores pessoais.

Os motores de busca (Google, Bing, Yahoo) estão constantemente introduzindo atualizações e fazendo mudanças do algoritmo para trazer aos seus usuários os resultados mais precisos e pertinentes relativos à sua busca. Por exemplo, se um consumidor localizado em Curitiba, Paraná, está à procura de um médico e digita “Curitiba médico” no motor de busca do seu smartphone, faz todo o sentido que todos os resultados sejam consultórios médicos localizados na área de Curitiba, certo?

Assim sendo, o que os médicos de Curitiba, e as empresas locais de uma forma geral, precisam fazer para colocar a empresa no topo dos resultados de pesquisa locais? Comece seguindo as 5 dicas abaixo:

1 . Escolha correta de palavras-chave e otimização pro local

Selecionar as palavras corretas é uma parte importante do processo de otimização do motor de busca local. Cada empresa precisa identificar os termos de busca que irá resultar em fornecer os visitantes a mais alta qualidade para seu site ou listagem de empresas.

O senso comum, juntamente com a pesquisa de palavras-chave irão ajudar a descobrir as melhores condições para segmentar. Vamos usar um advogado em Porto Alegre, cuja área de atuação principal é a defesa, por exemplo. O termo “advogado de Porto

Alegre” tem um volume de pesquisa mensal maior do que a palavra “advogado de Porto Alegre defesa”, mas isso não significa necessariamente que esta é a escolha mais inteligente. Os consumidores que procuram termos específicos para a área de prática são visitantes de alta qualidade e têm uma maior probabilidade de se transformar em um telefonema, uma consulta ou um cliente .

Uma vez que a melhor palavra-chave(s) são selecionadas, é hora de se certificar de que o site está devidamente otimizado para elas. Para obter os melhores resultados a palavra-chave(s) deve ser usado naturalmente nas tags de título, meta descrição, tags de cabeçalho e conteúdo da página. Usando o mesmo exemplo acima, vamos focar a tag título. Uma tag título aceitável que inclui a palavra-chave principal seria “(Nome do advogado): Seu advogado de defesa em Porto Alegre | (URL do site) “, uma vez que usa a palavra-chave principal de uma forma natural e não-spam.

2 . Páginas Locais

Não é segredo que o **Google+ Lugares, Yahoo Local e Bing Locais** são três das mais importantes listagens de diretórios de negócios locais. Estes são os resultados que mostram, na parte superior dos resultados de pesquisas. Se você é um negócio local , então você quer ter certeza de que sua empresa está listada dentro destes resultados. Enquanto muitas empresas têm esses perfis configurados, a maioria deles não os tem otimizado corretamente.

Ao configurar esses perfis de empresas locais , é importante preencher todas as informações. Não deixe qualquer seção vazia ou incompleta. Tomando tempo para completar totalmente as listagens trará ótimos resultados a longo prazo de SEO locais. Envie vídeos, imagens, escreva uma descrição detalhada do negócio certificando-se de usar a palavra-chave(s), e certifique-se de que todos os detalhes de contato reflitam aqueles em sua página de contato.

3 . Incentive Críticas Online

É importante incentivar seus clientes a fazerem comentários e críticas em suas páginas. Comentários positivos sobre estas páginas, juntamente com outros sites, como Yelp.com desempenhar um papel importante em SEO local.

Não tenha medo de pedir aos clientes para deixar um comentário. Se você tiver fornecido um bom serviço, certamente eles não se recusarão em fazer isso.

Um exemplo simples: Vamos fingir que você possui um restaurante e quer fazer seus clientes cientes dos sites de avaliação. No final da experiência de jantar de seu cliente, inclua uma nota do tamanho de um pequeno cartão de visita junto da conta, dizendo: “Esperamos que tenha gostado seu tempo com a gente hoje! Nós gostaríamos de ouvir sobre sua experiência!” juntamente com links para os sites de avaliação

4 . Citações precisas & Diretórios de Negócios

Quando o motor de busca descobre o nome da empresa, endereço e número de telefone em diretórios de negócios adicionais, ele vai começar a atribuir mais autoridade para a listagem local. Não faça spam dos seu negócio através de diretórios de baixa qualidade. O nome do jogo aqui é a qualidade e autoridade.

Concentre-se na citação de seu negócio em diretórios principais, certificando-se de usar o mesmo formato exato entre todos eles. Este é o lugar em que prestar atenção aos detalhes o recompensará.

5 . Links & Sinais Sociais

Quando chega a hora de criar links para seu site lembre-se que este não é um jogo de números. O melhor tipo de link é um **link**

natural e marketing de conteúdo é uma ótima maneira de obter esse tipo de coisa.

Crie um blog em seu site e mantenha ele atualizado constantemente. Forneça aos seus leitores informações úteis e eles irão naturalmente se espalhar em toda a web para você. Quando eles começarem a compartilhar suas informações no Facebook e no Twitter, estes criarão fortes sinais sociais que os motores de busca adoram.

[box type="info"]A **EIGHTY Web** conta com profissionais qualificados com experiência em otimização de buscadores, que poderão ajudar o seu negócio a crescer e possuir maior visibilidade. [Entre em contato](#) conosco para obter detalhes sobre este serviço.[/box]