

Todos querem estar na primeira página do Google

O desejo de todas as empresas que têm um site e que já descobriram as vantagens de ter uma presença na internet querem estar na 1ª página do Google (apesar de ser importante a presença nos outros motores de busca, como o Sapo ou o Bing, ninguém fala disso, já que a maioria das pessoas utiliza o Google). Ora isto é fisicamente impossível, já que existem milhares de empresas e a 1ª página do Google lista apenas 10 sites (habitualmente). Ou será que não?

Antes de pensarmos em ambicionar uma presença na 1ª página do Google há que pensar para que termos de pesquisa queremos essa presença. Para as palavras relacionadas com os meus produtos e serviços; dirá a maioria dos responsáveis das nossas empresas. E isso mesmo, logo há que perguntar e analisar, antes de tudo, quais são os nossos produtos e serviços e como é que os nossos potenciais clientes os pesquisam na internet. Pelo nome? Pela marca? Pela funcionalidade? Pela necessidade? Pelo problema que resolvem?

Logo de seguida há que verificar se esses termos têm volume de pesquisa, se são procurados. Afinal, de que vale estar bem colocado no ranking do Google para uma palavra que ninguém procura? E há que fazer um balanço entre o volume de pesquisa e o nível de concorrência das palavras pretendidas. De que vale querer uma palavra com milhares de pesquisas mensais se todas as empresas concorrentes, e outras, também a querem, e se nunca iremos conseguir ser mais relevantes que sites de grandes empresas com centenas de páginas e milhares de euros para investir na optimização do mesmo?

E só depois desta pesquisa é que vale a pena pensar em querer estar na 1ª página do Google. Não para todas e quaisquer palavras-chave, mas sim para aquelas que são relevantes para o nosso negócio e têm um volume de pesquisa suficientemente atractivo para justificarem o investimento, mas sem uma tal concorrência que dificilmente se conseguirá resultados. E podemos começar a trabalhar na optimização do site para essas palavras escolhidas.

Algumas empresas que vejo a actuar no mercado utilizam um argumento de venda muito sonante para os responsáveis das empresas: "Por X euros, por mês colocamos o seu site na 1ª página do Google durante esse mês", que é o que os responsáveis dessas empresas querem ouvir. Depois implementam o serviço com uma campanha no Google Adwords para algumas palavras-chave com pouca ou nenhuma pesquisa, cujos resultados ficam aquém das expectativas, mas estão na 1ª página do Google. Pois... é uma forma de trabalhar, do meu ponto de vista não a mais rentável para a empresa, mas... posso estar errado!

Outras ainda, garantem resultados, algo que o próprio Google diz ser impossível. Claro que garantir a 1ª página para a palavra-chave "estratégias de marketing na internet e optimização de sites para motores de busca" é relativamente fácil e pode ser dada a garantia, pois dificilmente se consegue. Mas quem pesquisa assim na internet, com uma frase desse tamanho? As pessoas procuram o termo "SEO", termo com milhares de pesquisas mensais e muitos milhares de sites a concorrer por ele. Gostava de ver essas empresas a garantir a 1ª página do Google para a palavra "SEO"!

Querer estar na 1ª página do Google é sem dúvida uma ambição legítima e uma estratégia rentável a médio prazo. Mas pondere antes de tudo as palavras que podem interessar e estabeleça uma estratégia para optimizar o site para essas palavras. Ou contrate uma empresa profissional nessa área, mas não acredite em milagres. Peça sempre um esclarecimento cabal do trabalho que lhe está a propor e das expectativas que deve de ter em relação aos resultados.

Sobre o Autor

Carlos Venancio WSI Internet Marketing Consultant WSI de Sintra [Google](http://www.artigopt.com)

Source: <http://www.artigopt.com>