

Link Building: Estratégias para 2013

Muitas pessoas quando veem sites na primeira página do Google não entendem exatamente como e por que esses sites sempre estão na primeira página. Muitos pensam que é por que o site é bonito e bem otimizado internamente mas o fator principal que garante um bom posicionamento para um site estar bem colocado no Google e em outros mecanismos de busca é a quantidade e qualidade de links de outros sites que apontam para esse site. A psicologia de links de outros sites Muitos não entendem por que ter links de outros sites apontando para seu site ajuda e muito no posicionamento e maior visibilidade na rede, mas explicaremos de forma simples a razão pela qual é muito importante ter links de outros sites linkados ao seu site. Vamos usar um exemplo prático para facilitar o entendimento, vamos pegar uma empresa qualquer que está no mercado a um bom tempo e tem certa reputação em seu ramo de atuação. Essa empresa para conseguir essa boa reputação precisou batalhar muito para ter uma boa cartela de clientes e esses clientes conhecerem, indicarem e falarem bem dessa empresa, convenhamos que quanto mais pessoas conhecerem e falarem bem dessa empresa mais credibilidade ela irá passar a outras pessoas que conhecem essa empresa, dessa forma teremos algumas indicações e recomendações de outras pessoas que já conhecem. Agora mudando o foco para links, vamos supor que um site de uma empresa que citamos acima e que os links que apontam para esse site são as pessoas que já conhecem essa empresa e falam muito bem dela, quanto mais links (pessoas) falarem bem dessa empresa (site) maior será a relevância e credibilidade para outras pessoas que conhecem essa empresa ou no nosso caso, os mecanismos de busca como Google, Yahoo e outros. Quanto mais links apontarem para o site melhor ele será visto pelos mecanismos de busca pois cada link funciona como um voto de confiança de outras pessoas que estão recomendando seu site e passando a informação para os mecanismos de busca que o site em si é bem visto por outros sites. Entenderam? Por isso não basta apenas ter uma quantidade enorme de links apontando para seu site se esses links não tiverem boa reputação com outros sites ou ainda usando nosso exemplo, se essas pessoas que falam bem do seu site não tiverem boa reputação com outras pessoas também. Seu site deve ter links de sites com alto [pagerank](#) e boa reputação perante os mecanismos de busca, dessa forma aumenta o nível de confiança e de credibilidade que seu site passa aos mecanismos de busca. Construção de links internos de seu site Muitos profissionais de SEO focam sempre seus esforços na obtenção de links externos de outros sites e acabam esquecendo de uma das etapas mais importantes no processo de construção de links, os links internos dentro do seu site. A inter-relação e conciliação de conteúdo entre essas páginas devem ter links amigáveis uma para as outras relacionando o tema principal do seu site, dessa forma você ajuda a rastreamento da maioria das páginas de seu site para os robôs de busca, ainda cria uma relação de importância entre cada página. Para melhor esclarecer essa inter-relação entre as páginas de seu site vamos supor que você tem como conteúdo principal de sua página o termo [otimização de sites](#) e no decorrer desse conteúdo você cita vários assuntos relacionados como [SEO](#). Nessas citações crie um outra página relacionada somente a [SEO](#) e já otimizada para esse termo principal e crie um link no texto [aqui](#) para essa página dentro da página de [otimização de sites](#). Dessa forma você agrega valor para ambas as páginas que estão falando sobre temas relacionados, e outro fator importante é que os robôs de busca enxergam esses links e valorizam ainda mais seu site e as páginas contidas nele. A engenharia de links internos faz parte de SEO on-page e é extremamente importante tanto para a navegação do usuário que lê o conteúdo de seu site como para a indexação e classificação de relevância para os robôs de busca, dessa forma invista a atualizar sempre seus links internos conforme for criando novas páginas para seu site. Redes sociais e construção de links Nos últimos anos as redes sociais passaram a fazer parte da vida de praticamente todas as pessoas, dessa forma é extremamente importante ter sua empresa bem divulgada nos principais sites como [Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#) e recentemente [Pinterest](#). Quando dizemos o termo divulgar não estamos falando de ter milhares de seguidores e ficar espalhando SPAM de propagandas o dia todo para seus seguidores. Divulgar é expor sua empresa e pesquisar o que seu público quer ver e curtir e partindo desse princípio criar suas estratégias de prospecção. Mas como saber o que seu público quer? Essa é uma tarefa fácil e demanda muito esforço, pesquisa de conteúdo novo e criatividade na hora de desenvolver e apresentar esse conteúdo aos seus seguidores. Uma forma bem bacana e legal de apresentar um conteúdo é na forma de [infográficos](#), que nada mais são do que imagens com dados que resumem determinado texto ou pesquisa. Os infográficos tem como sua principal função apresentar um conteúdo de texto em forma de imagem de forma simples e animada para o usuário. Outra forma também é criar uma página para sua empresa nessas redes sociais e começar a prospecção de pessoas e novos usuários para se tornarem seus seguidores. Como fazer esses usuários se tornarem seus seguidores? Simples. Criatividade e bom conteúdo no seu site. Crie conteúdos e divulgue aos seus poucos seguidores e com passar do tempo o número de seguidores irá crescer pois seu conteúdo é atraente e interessante e portanto chama a atenção de outras pessoas. Entenderam como funciona a criação de uma imagem de uma empresa dentro das redes sociais? Depois que sua reputação estiver alta e estejam comentando seu conteúdo aí sim você deve divulgar um infográfico ou propaganda de seu produto, mas com

moderado e sem exagero na divulgação senão você irá acabar com toda a reputação que você conseguiu até o momento. O ideal é divulgar seus produtos ou serviços dentro de seus conteúdos e dessa forma os produtos passam a agregar valor ao seu conteúdo e não ao contrário. Assim você almeja divulgar um conteúdo relevante ao usuário e ainda mostra o que sua empresa faz de forma subliminar. Cadastro em diretórios, ainda vale a pena? Desde os primórdios da cultura de obtenção de links externos o cadastro de envio de seu site para diretórios de sites sempre foi uma técnica muito útil e com passar do tempo agregava valor ao site e aumentava seu pagerank gradativamente. Atualmente digamos que o conteúdo que os diretórios não sirvam mais para nada, mas eles perderam grande valor desde as últimas atualizações no Googlebot ou robô de busca do Google. Resumidamente, na última atualização nos critérios de classificação e relevância do Google e outros mecanismos os diretórios passaram a não agregar o valor que anos atrás agregavam a um site, isso por que digamos que ter seu site cadastrado em vários diretórios não passa mais a credibilidade e confiança aos robôs de busca pois qualquer site pode facilmente ser cadastrado nesses diretórios sem maiores dificuldades e nem sempre esses sites são de boa qualidade e boa reputação. A nova política de pagerank do Google que conteúdos interessantes e criativos automaticamente são isentas para links de outros sites, dessa forma a obtenção de links fica mais fácil e clara para os mecanismos de busca. Mesmo com essas novas políticas de classificação não devemos descartar de vez os diretórios de sites, somente devemos escolher com cautela em quais diretórios cadastrar nosso site. Procure diretórios com alto pagerank, quando dizemos alto pagerank estamos dizendo um pagerank de 3 para cima. Os diretórios ainda são importantes sim, mas devemos escolher criteriosamente diretórios de qualidade e que possam agregar valor ao nosso site. Cadastro em sites de empresas Outra técnica muito útil é procurar sites de cadastros de empresas e cadastrar seu site nelas, por aqui vale a mesma regra na seleção de cadastro em diretórios. Sempre analise o pagerank desses sites antes de cadastrar sua empresa, sempre opte por sites com pagerank 3 para cima, nunca menos que isso, certo? Alguns sites bem importantes que você tem que obrigatoriamente cadastrar seu site são: local, GuiaMais e sites do governo. Cadastro em sites .gov, .edu e .org Para quem não sabe sites com domínio .gov por exemplo: www.receita.gov.br, são sites governamentais e tem um altíssimo pagerank além de ter uma relevância enorme perante o Google e outros mecanismos de busca. Outros sites que tem o mesmo valor de relevância são sites de domínio .edu, por exemplo: www.usp.edu.br. Em sua grande maioria sites com esse domínio são sites de universidades e sites institucionais e alguns deles permitem que você possa cadastrar sua empresa. Por último e não menos importante ficam os domínios .org, por exemplo: www.greenpeace.org. Sites com essa nomenclatura normalmente são sites de organizações sem fins lucrativos e em sua grande maioria são muito bem vistos pelo Google e outros mecanismos de busca. Agora que você já sabe quais sites tem maior valor para os mecanismos de busca basta fazer uma busca dentro desses sites e procurar maneiras de cadastrar sua empresa ou seu link dentro desses sites. Esse cadastro pode ser feito por meio de artigos e outras citações que possam agregar valor a esses sites e consequentemente agregar valor ao seu site também. Considerações finais sobre link building Acima citamos as técnicas mais atuais e eficazes de obtenção de links de qualidade para seu site por isso lembramos que essas técnicas apenas são a ponta do iceberg e a construção de um marketing de links é constante e não tem fim, temos que sempre estar atentos a oportunidades de inserir nosso site em aberturas que bons sites deixam a desejar. Além disso não se prenda somente a cadastrar seu site e milhares de outros sites, tenha em mente que se seu site tiver um conteúdo interessante automaticamente ele receberá links de outros sites com passar do tempo, isso é um processo natural e lento mas funciona.

Sobre o Autor

Analista e consultor SEO desde de 2006, formado na Universidade Metodista de São Paulo no curso de Publicidade e Propaganda.

Source: <http://www.artigo7.com>