

SEO e Links Patrocinados

Atualmente a grande maioria das grandes empresas que tem um bom orç¸amento para investimento em marketing acabam por investir nos [links patrocinados](#), ainda. Mesmo com todo contédo sobre otimiza¸ão de sites e SEO os links patrocinados ainda são muito utilizados devido a maior confiabilidade no pr&ocute;prio Google e nos anúncios do Google Adwords. Obviamente, é muito mais fácil para as empresas entenderem como funciona e como se administra uma campanha de links patrocinados, isso por que ele é mais semelhante aos métodos tradicionais de marketing direto do que SEO. O problema está que, investindo em links patrocinados o retorno sobre o investimento é visto pelo cliente mediante a relat&ocute;rios e acompanhamento de custos pelo pr&ocute;prio painel de fatura¸ão dos links patrocinados. Já com otimiza¸ão de sites ou SEO isso não acontece, pois poucas empresas entendem que SEO é um investimento a longo prazo e que os primeiros resultados de um bom projeto somente come¸am a aparecer depois de alguns meses. Dessa forma os links patrocinados passam mais confiabilidade as empresas em compara¸ão a SEO. Devido a essa cultura de entendimento entre SEO e links patrocinados até hoje os anúncios do Google tem sido considerados uma mais explicável ferramenta de marketing direto, que se utilizada de forma inteligente e correta traz bom retorno sobre investimento para qualquer empresa, poré os gastos também são proporcionais a receita obtida. Somente a partir de 2012 que a grande maioria das empresas passou a encurtar seus or¸amentos e come¸aram a investir pesado em projetos de SEO e otimiza¸ão de sites, poré esse número ainda é pequeno, isso por não conhecimento e falta de confian¸a no trabalho a ser desenvolvido, as empresas ainda acabam caindo nos links patrocinados. Poré a procura por come¸ar a entender e quanto investir em cima de SEO está muito grande, digamos que as empresas estão procurando entender como funciona o investimento para depois investir de forma mais clara e confiável. SEO junto com Links Patrocinados Como visto acima, os links patrocinados ainda ganham pela confiabilidade que eles passam a diversos usuários e empresas que procuram algum produto ou servi¸o na internet, dessa forma por que ao invés de investir somente em um projeto de otimiza¸ão de sites não investimos em links patrocinados junto com SEO? Pesquisas provam que mesmo que seu site esteja na primeira página do Google pela busca orgânica, ainda assim é possível aumentar a taxa de cliques por meio dos links patrocinados. Um pesquisa daAdGooroo mostrou que o fato de ter um anúncio dos links patrocinados na primeira página do Google e ao mesmo tempo ter seu site também na primeira página pela a busca orgânica aumenta em 20% sua taxa de cliques pela busca orgânica. Ou seja o fato de você ter um anúncio aumenta a credibilidade do seu site pela busca orgânica pois o usuário que analisa os resultados da pesquisa percebe que o mesmo site está aparecendo duas vezes na primeira página do Google, dessa forma passa mais confian¸a e credibilidade para seu site. Já está bem claro que 70% dos usuários clicam nos resultados da busca orgânica e apenas 30% clicam em links patrocinados, dessa forma ao ter seu site tanto na busca orgânica como nos anúncios do Google dobra a credibilidade do seu site, e o mais curioso é que mesmo o usuário vendo seu anúncio na lateral direita nos anúncios do Google ele, ou pelo menos a grande maioria irá clicar na busca orgânica, e como todos sabemos na busca orgânica não pagamos nada por cliques obtidos, diferente dos links patrocinados. Dessa forma tenham em mente que os links patrocinados apenas estarão na primeira página para ajudar na confiabilidade e credibilidade de seu site, que irá aparecer duas vezes nos resultados de busca do Google. É obvio que você terá cliques em seus anúncios pagos, poré a margem de cliques entre a busca orgânica e os links patrocinados serão bem diferentes, pois a quantidade de cliques na busca orgânica será bem maior do que nos anúncios do Google. Sendo assim, invistam em ambos. Tanto em um projeto de otimiza¸ão de sites como em anúncios do Google, poré tenham em mente que os links patrocinados apenas serão um incentivo para seu site tenha mais cliques pela busca orgânica e que sua receita irá aumentar em até 20% somente pelo fato de aparecer no Google duas vezes.

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.artigopt.com>