

e-Book

GUIA COMPLETO PARA **CONQUISTAR TRÁFEGO ORGÂNICO PARA SEU SITE**



Introdução	03
Conheça o tráfego orgânico	05
Conheça muito bem o seu público	11
Entregue conteúdo relevante e original	14
Otimize o conteúdo para buscadores	17
Mensure os resultados	24
Conclusão	28
Sobre a Via Agência Digital	31



Introdução

Atualmente, manter uma boa **presença online** é essencial. Mas nem sempre essa é uma tarefa fácil. Se a sua marca está com poucos visitantes no site e não consegue converter seus esforços em vendas reais, este e-book foi feito para você!

Investir em marketing digital é fundamental para crescer e manter uma empresa de modo saudável e lucrativo. Entretanto, é preciso pensar em estratégias que sejam realmente eficientes para as necessidades do seu negócio e apresentem resultados satisfatórios.

Pensando nisso, mostraremos as principais práticas para **geração de tráfego orgânico** do seu conteúdo, aumentando os resultados sustentáveis. Além disso, vamos explicar como entregar um conteúdo de qualidade, aumentar o alcance do seu conteúdo e otimizar seu site para os mecanismos de busca. Confira e inspire-se!



Conheça o tráfego orgânico



Com a concorrência do mercado cada vez mais acirrada, as empresas precisam buscar estratégias para acelerar os resultados na web. Para isso, o [tráfego orgânico](#) pode ser um importante aliado do seu negócio.

Esse tráfego é aquele que direciona o usuário ao seu site de forma **natural e espontânea**. Diferente dos anúncios, essa prática faz com que os potenciais clientes conheçam a sua marca e conteúdo a partir de uma pesquisa própria ou indicação de alguém.

De forma resumida, podemos dizer que a grande característica e até mesmo benefício do tráfego orgânico é que ele não tem um **custo de investimento direto**. Todas as visitas recebidas no seu site a partir desse tráfego vieram de pesquisas simples dos usuários em sites de busca como o Google.

Ainda não ficou convencido de que o tráfego orgânico é importante para o seu negócio? A seguir, listamos as principais razões para você investir nessa estratégia.





DIMINUIÇÃO DO CUSTO DA ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

Embora as estratégias que trabalham o tráfego orgânico da sua marca na web tenham alguns custos fixos – como a hospedagem do site e o trabalho dos desenvolvedores e profissionais de marketing –, os valores investidos são consideravelmente menores do que em outras ferramentas. Isso porque, diferentemente do tráfego pago, no orgânico, **você não precisa pagar para ser bem ranqueado dos resultados de busca.**

MAIOR VISIBILIDADE DA SUA MARCA

Ao investir em técnicas para aumentar o tráfego orgânico do seu site, será possível alcançar melhores posições nos resultados das buscas e, consequentemente, aumentar a **visibilidade da sua marca** na internet. Afinal, estar bem posicionado em sites como o Google ajuda consideravelmente a otimizar os acessos à sua página.

GERAÇÃO DE AUTORIDADE

Além da visibilidade, conquistar as melhores posições nos resultados de busca passa **credibilidade** à sua marca. Isso porque o público tende a valorizar – e clicar – mais os primeiros sites que aparecem nas pesquisas. Mas atenção! Não adianta estar bem posicionado se você não oferecer conteúdos atrativos e de qualidade, que ajudem a manter o [relacionamento com os leads](#).

AUMENTO DA CAPTAÇÃO DE LEADS

E por falar em leads, o aumento do tráfego orgânico da sua página vai ajudar na captação de um número maior de **leads qualificados**, que estejam realmente interessados no seu conteúdo e nas soluções oferecidas pela sua marca.





**Conheça muito
bem o seu público**

Entender o seu público é um dos passos mais importantes para construir estratégias que sejam realmente eficientes na geração de clientes qualificados e na otimização dos resultados por meio do tráfego orgânico. Para isso, é preciso conhecer e trabalhar o conceito de **persona**.

As personas são um resumo ou uma espécie de perfil do consumidor ideal de uma empresa. Elas são personagens semifictícias que foram criadas com base em informações sobre pessoas reais e têm como finalidade ajudar na tomada de decisões e na elaboração de estratégias eficientes para a captação de clientes.

Muito além de dados demográficos, esses perfis geralmente abrangem informações mais específicas, como **interesses, motivações e preocupações**. Com isso, é possível compreender o público da sua empresa de forma mais profunda e detalhada, oferecendo um atendimento personalizado.



É possível que uma única empresa tenha várias personas entre os seus clientes. E para criar esses perfis, será necessário realizar uma pesquisa extensa na sua base de consumidores, identificando padrões de comportamento e características.

Uma boa forma de fazer isso é por meio de **pesquisas de mercado, formulários, pesquisas online** e até mesmo uma conversa informal com alguns dos seus clientes mais fiéis.



**Entregue conteúdo
relevante e original**

Ao investir no tráfego orgânico, a empresa atrai reais admiradores para sua marca de forma sustentável e, por consequência, conquista mais lucratividade. No entanto, para isso, é primordial entregar um **conteúdo de valor**, a fim de impulsionar o tráfego orgânico do [site](#). Mas, afinal, o que é um conteúdo de qualidade e quais são os formatos ideias para conquistar a atenção do público?

Um conteúdo de qualidade é aquele capaz de solucionar um problema ou tirar alguma dúvida específica da persona. Além disso, esse material precisa trazer uma explicação completa e eficiente sobre um determinado assunto de interesse do seu público-alvo.



No quesito de ranqueamento, espera-se que um conteúdo de qualidade seja aquele que ocupa as melhores posições nos resultados de busca do Google.

Sobre os melhores formatos, profissionais de marketing indicam alguns modelos principais para atrair a atenção do seu público e entregar um conteúdo relevante. São eles: tutoriais, passo a passo, guest posts, estudos de caso, storytelling e infográficos. E diante de tanto material, uma pergunta muito comum dos gestores é: como se manter **criativo e relevante** na criação dos conteúdos? Embora essa não seja uma tarefa fácil na prática, a resposta é mais simples do que se imagina.

O grande segredo para manter a qualidade nos materiais oferecidos é se manter sempre atualizado com as tendências do mercado, organizar as ideias de forma cronológica e estratégica e não parar de produzir.



Otimize o conteúdo para buscadores

Os mecanismos de busca estão em constante aprimoramento para apresentar os melhores resultados para os usuários. Os algoritmos consideram centenas de **fatores para o ranqueamento**, e você precisa conhecer alguns dos mais importantes, de forma a otimizar o seu conteúdo.

O **SEO**, sigla para Search Engine Optimization, é uma das formas mais comuns, sendo utilizado pelos profissionais de marketing para otimizar o seu conteúdo nos resultados de busca e deslançar a sua marca na internet. Quando usado corretamente, ele aumenta as chances de atingir o público certo e alcançar um retorno realmente satisfatório para as suas ações.

A seguir, preparamos uma checklist com tudo o que você precisa conhecer – e praticar! – para melhorar os acessos ao seu site com o uso correto das práticas de SEO. Confira:



CUIDE DAS URLS

A URL, também conhecida como endereço da página, é um elemento muito importante para a **otimização do seu conteúdo** e merece uma atenção especial. Para melhorar a compreensão do usuário, é importante que ela antecipe o assunto do texto ou conte com a palavra-chave do texto.

Mas atenção: para ajudar no ranqueamento, o ideal é deixar o endereço o mais curto e claro possível.

USE AS PALAVRAS-CHAVE CORRETAMENTE

As palavras-chave são um dos itens mais importantes para conseguir um **conteúdo otimizado para os buscadores**. Isso porque elas são utilizadas nas pesquisas dos usuários e definem o tipo de resultado que será oferecido.

Mas é preciso estar atento. Termos muito genéricos, como marketing digital, podem prejudicar o ranqueamento do seu conteúdo. Por isso, em vez de priorizar as palavras-chave curtas, ou **short tail keywords**, prefira as palavras mais segmentadas, conhecidas como **cauda longa**. Embora isso possa diminuir o volume de pesquisas, a tendência é que o tráfego qualificado aumente. O bom uso de uma palavra-chave inclui a colocação estratégica do termo no título, no endereço e ao longo do conteúdo publicado. O ideal é que ela seja usada pelo menos uma vez na introdução, em um intertítulo, no desenvolvimento e na conclusão. Cuidado com o exagero!

RETIRE CONTEÚDOS DUPLICADOS

Quando falamos em otimização de SEO, o plágio e até mesmo o autoplágio são um dos problemas mais comuns enfrentados pelas empresas que trabalham com conteúdos em blogs. Para evitar ser punido pelo Google e perder o seu bom ranqueamento, **nunca copie o conteúdo de outros sites e blogs** e, sempre que possível, faça uma busca no seu site para retirar os materiais que podem ser considerados duplicados.





ADAPTE PARA O AMBIENTE MOBILE

O crescimento do **acesso mobile** já é uma realidade no mercado digital e precisa ser considerado na otimização do seu conteúdo para os buscadores. Nos últimos anos, o Google começou a priorizar o ranqueamento dos sites que contam com uma versão responsiva para dispositivos móveis. E para aproveitar esse novo fator de ranqueamento, é preciso ir além da versão mobile do seu site e blog, priorizando também a **escaneabilidade** e uma experiência de navegabilidade otimizada para os usuários.

Dentre os muitos fatores já citados aqui, a confiabilidade do conteúdo e o tempo de permanência no site são alguns dos fatores de grande relevância para o ranqueamento do Google e precisam ser trabalhados na otimização de [SEO](#) do seu negócio.

Uma boa estratégia de **link building**, que conte com referência de páginas externas de qualidade, além da linkagem adequada para conteúdos internos, é ideal para trabalhar esses algoritmos e mostrar o valor do seu site para os buscadores.





Mensure os resultados

Diferentemente de outros formatos de comunicação tradicionais, no marketing digital, tudo pode ser [acompanhado e mensurado](#). Por isso, após colocar as nossas dicas acima em prática, é fundamental analisar os resultados obtidos para verificar o que está dando certo e o que ainda pode ser melhorado.

A etapa de **mensuração de resultados** é uma das mais importantes no processo de conquistar tráfego orgânico para o seu site. Isso porque é nesse momento que você vai conseguir identificar os erros e acertos e, assim, otimizar a sua estratégia em busca de um retorno cada vez melhor.

Mas, afinal, quais são as principais métricas para medir o tráfego orgânico do seu site? A seguir, listamos alguns indicadores que podem te ajudar.

CTR

Sigla para Click Through Rate, o CTR ajuda a verificar a **eficácia dos seus anúncios** a partir do número de cliques que ele teve. Para identificar a porcentagem dos acessos orgânicos, é só comparar os números obtidos com a quantidade de exibições como um todo.



VISITANTES ÚNICOS

A métrica de visitantes únicos indica a quantidade de pessoas que já acessaram o seu site. Embora esse indicador desconsidere a frequência de acesso, é possível ter uma visão bem real sobre o **fluxo de audiência** da página.

TAXA DE REJEIÇÃO

Também conhecida como bounce rate, a taxa de rejeição mostra quantas pessoas abandonam o seu site rapidamente, após acessarem apenas uma página. Essa métrica ajuda a avaliar o quanto seu conteúdo é relevante e interessante para o público.

ORIGEM DE VISITAS

Esse indicador mostra como os visitantes chegaram ao seu site, se a partir de redes sociais, buscadores ou [e-mail marketing](#). Além disso, ele ajuda a compreender se a estratégia de tráfego orgânico está realmente funcionando e o número de **acessos espontâneos**.

E para ter acesso a todos esses dados, é preciso contar com ferramentas específicas de mensuração de resultados. É possível encontrar no mercado plataformas variadas, com recursos gratuitos e pagos, sendo a mais conhecida delas o Google Analytics.



Conclusão



Como pudemos perceber ao longo deste artigo, conquistar tráfego orgânico para uma página na web nem sempre é uma tarefa fácil. Entretanto, seguindo as nossas dicas e as boas práticas do mercado, é possível otimizar esse processo e **potencializar as ações online do seu negócio.**

Independentemente do tipo de ferramenta ou técnica usada nas ações estratégicas da sua marca, é importante ter sempre em mente que esse não é um trabalho rápido. **Ganhar credibilidade no mercado e destacar o seu site** nos resultados de busca exige pesquisa, planejamento e muito empenho.

Mas, no fim, todo o empenho valerá a pena! Afinal, ao aumentar o tráfego orgânico do seu site, além de reduzir custos de anúncios, você estará diante de um público ainda mais qualificado e com grande potencial de se transformar em [clientes](#) reais e fiéis à sua marca.

E agora que você já sabe como atrair o público-alvo para a sua página de forma orgânica, está esperando o que para colocar nossas dicas em prática? Comece a se organizar hoje mesmo e potencialize os resultados do seu negócio na web de uma vez por todas.



AGÊNCIA DIGITAL

Criada em 1999, a **Via Agência Digital** é uma agência de soluções digitais e reúne uma equipe totalmente focada em resultados. Tendo a mudança e a adaptação como sua principal força motriz, a empresa vai muito além de itens básicos do marketing digital e busca oferecer uma mentoria estratégica completa para os seus clientes.

Dentre os serviços oferecidos, a Via Agência Digital trabalha com soluções de Inbound Marketing, Business Intelligence, SEO e criação de sites. Conheça e surpreenda-se!