



CURSO DE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO): FUNÇÕES E IMPORTÂNCIA DO RANQUEAMENTO DE PÁGINAS E O TRÁFEGO ORGÂNICO**SEARCH ENGINE OPTIMIZATION COURSE (SEO): FUNCTIONS AND IMPORTANCE OF PAGE RANKING AND ORGANIC TRAFFIC**

SOUSA, Esdras Wagner de¹
FASSHEBER, Daniela Monteiro²

“Às vezes, quando você inova, você comete erros. É melhor admiti-los rapidamente e seguir em frente para melhorar suas outras inovações.”
(Steve Jobs)

RESUMO

Esse trabalho planeja esboçar, em suma, com o auxílio da pesquisa bibliográfica elaborada o SEO: curso de SEO, ranqueamento de páginas e o tráfego orgânico, o que são e quais as suas importâncias. Já que se tem o intuito de estudar as formas das práticas de técnicas de SEO num curso específico para formar profissionais de SEO articulando com o ranqueamento de páginas ao buscar-se desvendar os principais fatores de ranqueamento do buscador Google, quais os fatores de ranqueamento que de alguma forma podem ajudar a traçar as estratégias de SEO, entendendo o conceito das práticas de otimização de sites e como interferem nessas estratégias essenciais para disseminação de informações por meio de aplicativos móveis disponibilizados no formato mobile-friendly específico para estratégias de SEO, onde isso tudo filtrado no funil de vendas resulta no tráfego orgânico ao mesmo tempo que, os sites que se entrega os melhores resultados ao usuário são mais valorizados e visitados com mais frequência. Saber-se sobre o papel do webmaster avançado como web-designer no web-designe serem conceitos diferentes para uma mesma finalidade — página na Internet responsável pela indexação da página na web, no uso de palavras-chave no mercado do marketing digital, no uso de link building, vendo nisso tudo uma perspectiva didático-

¹ Graduação Técnica em: Administração, IFES Campus Linhares, Espírito Santo; Informática Generalista, ARTH Informática, Itanhaém São Paulo. Graduação em Bacharelado em Serviço Social, UNIMES, Campus Santos, São Paulo. Pós-Graduado em Especialização em: Ciência Política, ISEIB, Timóteo, Minas Gerais; Ciência da Religião, FAVENI, Venda Nova do Imigrante, ES; Sociologia e Serviço Social, FASOUZA, Ipatinga, MG. Pós-Graduando em Especialização em Saúde Coletiva, FASOUZA, Ipatinga, MG. Consultor Educacional FASOUZA, Ipatinga, MG. E-mail: esdraswagnerdesousa.1981@hotmail.com.

² Graduada em: Administração, Contabilidade e Fisioterapia, UNILESTE, Coronel Fabriciano, MG. Especialista em: Fisioterapia Dermato Funcional, UGF, Rio de Janeiro, RJ; Saúde Pública com Ênfase em Saúde da Família, FUI, Ipatinga, MG e Gestão e Estratégia em EAD, SENAC, Jurubatuba, SP. Conteudista e Coordenadora Pedagógica FASOUZA, Ipatinga, MG. E-mail: coordenadorapedagogica@faculdefasouza.com.br.

pedagógica com visão em formação acadêmica cunhada numa possível atuação laboral desenvolvida por um profissional qualificado em SEO onde o fruto de tudo isso é o e-commerce com maiores probabilidades de fidelização da carteira de clientes.

Palavras-chave: Curso de SEO-Webmaster avançado. Indexação-Tráfego orgânico. Ranqueamento de páginas-Mobile friendly. Funil de vendas-Palavras-chave. Marketing digital-Link building-E-commerce.

ABSTRACT

This work plans to outline, in short, with the help of bibliographical research prepared, SEO: SEO course, page ranking and organic traffic, what they are and what their importance is. Since we have the idea of studying the ways of practicing SEO techniques in a specific course to train SEO professionals, articulating with page ranking, seeking to unveil the main ranking factors of the Google search engine, which ranking factors in some way they can help to outline SEO strategies, i understand the concept of website optimization practices and how they interfere with these essential strategies for disseminating information through mobile applications made available in a mobile-friendly format specific to SEO strategies, where this everything filtered in the sales funnel results in organic traffic, at the same time that sites that deliver the best results to the user are more valued and visited more frequently. Knowing about the role of the advanced webmaster as a web-designer in web-design is different concepts for the same purpose — the Internet page responsible for indexing the web page, the use of keywords in the digital marketing market, the use of link building, seeing in all this a didactic-pedagogical perspective with a vision of academic training coined in a possible work performance developed by a professional qualified in SEO where the result of all this is e-commerce with greater chances of customer loyalty.

Keywords: Advanced SEO-Webmaster course. Indexing-Organic traffic. Page ranking-Mobile friendly. Sales funnel-Keywords. Digital marketing-Link building-E-commerce.

1. INTRODUÇÃO

Iniciando-se esse trabalho, antes de falar-se diretamente no seu objetivo proposto em seu resumo, realiza-se uma comparação paralela entre o título do mesmo, bem como com as palavras-chave do mesmo com a frase de Steve Jobs usada na epígrafe acima, onde ele fala que, “às vezes, quando você inova, você comete erros. É melhor admiti-los rapidamente e seguir em frente para melhorar

suas outras inovações”, ou seja, nenhuma experiência é inútil, nenhuma conquistada pode ser vista como eterna ou passageira.

Todavia, faz parte, do processo de inovação a aprender, desaprender, reaprender, errar e aprender com os próprios erros e com os erros dos outros, isso no processo de começar algo novo é permite-se ter percepções que motivam o sujeito levando-o a aprimorar constantemente suas ideias, invenções, buscas, melhorar cada vez mais seu produto, isso é um dos elementos fundamentais em SEO e são dicas de Steve Jobs, o dono da Apple, uma das maiores gigantes da informática.

Então, Steve Jobs, considerado um gênio da informática, visionário e inovador com isso, fundou em 1976 com Steve Wozniak sua empresa na área de tecnologia, a Apple, uma das maiores nos ramos da informática, comunicação, telefonia móvel, apps (Aplicação ou Programas e Aplicativos para Dispositivos Fixos ou Móveis, que Podem Ser Usados On-line e Off-line), softwares e hardwares, Steve Jobs é considerado uma referência positiva no mundo das startups, principalmente no mundo dos negócios, um exemplo de empresário bem-sucedido.

Evocasse que, inovar não é criar algo sempre, pode-se recriar algo que já existe, reinventar o que já está inventado, melhorar o que já foi inventado e ainda existe, reutilizar o que não mais é utilizado e torná-lo útil e funcional, isso como processo de inovação, aperfeiçoando o que já foi e já é e assim mantendo a qualidade de algo que foi aprimorado, logo sendo-se uma referência.

Trazendo-se isso para a realidade desse Artigo, a proposta do título desse trabalho, tem-se como proposta falar de SEO (Search Engine Optimization ou Otimização para Mecanismos/Motores de Busca na Internet), o Curso de SEO na formação do Profissional de SEO num viés didático e pedagógico, sua atuação junto ao Ranqueamento de Páginas no Funil de Vendas na utilização do Tráfego Orgânico o que são e quais as suas importâncias, ponderar sobre Webmaster Avançado (Mestre em Rede Avançado, Analista de SEO ou Web-designer atuando em Web-designe para Internet), que desenvolve sites responsivos no formato Mobile Friendly (Compatível com Dispositivos Móveis), então cabendo a esse a devida Indexação de

Sites usando Palavras-chave adequadas para facilitar a busca por algo em específico numa Página na Internet o que são e quais as suas importâncias.

Informasse que, esses mecanismos são voltados para uso do Marketing Digital que usa o Link Building como referência na Internet, na prática do E-commerce (Mercado na Internet) e que em dias atuais até Commodity em economia significa mercadoria que corresponde a produtos básicos globais não industrializados, ou seja, matérias-primas, insumos, sem diferenciação independente de quem as produzem e sua origem, de preço sendo seu preço uniformemente, de padrão tabelado, onde quem determina é a oferta e procura no mercado internacional.

O presente trabalho tem-se como objetivo específico, mostrar o conceito que consiste em uma perspectiva profissionalizante desenvolvida didática e pedagogicamente relacionadas ao curso de SEO como área de atuação laboral formal, legalizada como profissão, reconhecida como campo de trabalho, que demanda de mão de obra específica, com formação educacional profissionalizante sólida, certificada e de qualidade com suas atribuições e peculiaridades as características que lhe são inerentes, que a identifica como ramo de atividade trabalhista elencada no respeito e pautada na ética profissional, da importância da formação de mão de obra específica e qualificada para atuação na área de SEO e que gradualmente vai tomando corpo e sendo reconhecida como ferramenta essencial nas Ciências Sociais e Exatas usada na Comunicação Social.

Então que, o aparato de SEO permite que páginas na Internet apareçam em primeiros lugares nos resultados de buscas realizados em mecanismos de busca como o Google, por exemplo, fazendo desses sites líderes de mercado, essa técnica faz também com que essas páginas estejam bem posicionadas nos resultados orgânicos; outro atributo do mecanismo de SEO é diminuir os custos com aquisição de mídias pagas e melhorando assim a desempenho das taxas de conversão.

Tendo em vista que depois dessa introdução em SEO, onde que o curso de SEO além de ensinar a todas as artimanhas e facetas usadas nessa tecnologia desenvolvida para o mercado de consumo no uso da Internet, espera-se que com o

aprendizado dessas atuações midiáticas de SEO, que o futuro profissional dessa área entenda que as pessoas estão em constantes buscas; suas buscas na Internet por produtos e serviços, por exemplo, que facilitem sua vida de forma mais hábil e ágil, procuram por algo espontâneo, instantâneo e prático, que surtam efeito a curto, médio e longo prazo dependendo de sua necessidade satisfazendo assim carência, desejo e vontade.

Compreender-se como dá-se o processo de busca que é um ponto fundamental para o sucesso das ações de SEO aplicadas e voltadas para a otimização de sites para mecanismos de buscas na Internet, a compreensão desse se dá ao atender as demandas do público-alvo, os consumidores virtuais e como tais são exigentes e abraçados por Legislação que os amparam como, por exemplo, o CDPC/CDC (Código de Defesa e Proteção do Consumidor) e Marco Civil da Internet (Norma legal que disciplina o uso da Internet no Brasil) ao nível de Brasil e órgãos de defesa do consumidor como o PROCON (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor) também, tomando como exemplo dentre outros que existem na Jurisdição Brasileira.

Entender-se que as análises de SEO, estarão, pois, pautadas nos conceitos fundamentais exigidos pela Escola de Marketing digital para e-commerce virtual que em simultâneo, articulando em harmonia com o público-alvo, requerendo do profissional de SEO uma maior responsabilidade e autonomia de atuar junto ao cliente em potencial e desenvolver uma técnica de SEO nas práticas de otimização de site para uma veiculação de promoção de imagem On-Page/Off-Page (Aplicações de SEO dentro e fora da página virtual na Internet).

Cogita-se que o curso é teoria e prática, um seguido do outro e, ao mesmo tempo, lado a lado, ensinando as técnicas necessárias para a prática, permitindo a esse aluno elaborar projeto de SEO, nesse contexto a aprendizagem deve acontecer de maneira natural e gradativa considerando a capacidade intelectual de desenvolvimento cognitivo de cada indivíduo.

Reforça-se que com as dúvidas sobre o que é ranqueamento hoje em dia dentro de SEO e qual sua importância, ponto esse que é fundamental num curso de

SEO onde o futuro profissional deve-se se eliminar definitivamente as mesmas, ou seja, saber tomar as decisões certas sobre como aplicar as manobras de SEO na criação de conteúdos digitais para Internet, elaborados principalmente dentro do Google, que atualmente é o maior mecanismo de busca na Internet, segundo os especialistas em SEO e marketing digital, assuntos esse também abordado no curso e nessa obra.

2. DESENVOLVIMENTO

Pede-se nessa etapa desse trabalho que nos permita fazer uma abertura em seu desenvolvimento antes de adentrar em seu tópicos específicos informando que em SEO para que tudo isso concretize-se no que foi informado na introdução dessa obra que ao querer ser o site mais alcançado em termos de acessos, cliques ou visitas, por isso esse conteúdo foi-se preparado com no intuito de sanar não de uma vez por todas, pois sempre poderá a ver uma dúvida e na tecnologia as mudanças são constantes e dinâmicas, quase que um loop infinito, repetindo-se, porém sempre trazendo algo novo, um ciclo de informações num círculo que se repete, ou seja, as buscas sempre começam, acabam, recomeçam, retomam-se, terminam-se, culminasse na Internet.

2.1. CONHECENDO O CURSO DE SEO E SUAS IMPORTÂNCIAS NA INTERNET

Começa-se, fazendo uma breve descrição do que seria no mínimo segundo autores e profissionais da área grade curricular do curso de SEO de modo a entender-se de forma prática e objetiva o que é o curso de SEO em palavras, outrora já usadas por outros autores e que são universais e generalistas, que resumem o curso para qualquer entidade ou instituição que o oferta como área profissionalizante ou ramo de saberes e conhecimento no mercado de trabalho voltado para o e-commerce, uma formação com caráter de especialização exclusiva e unicamente voltada para SEO, com teor voltado profissionalização em SEO, abrindo as portas a

oportunidade de trabalho no que tange ao mercado profissional na área de SEO, uma formação transcendental, a grosso modo, holística.

Entende-se então pelo curso de SEO com suas respectivas disciplinas onde que: Como as Pessoas Buscam; Entendendo os Buscadores; Sistemas de Classificação; Técnicas de Buscas Avançadas; Como Fazer um Plano de SEO; SEO para Tráfego; Branding e Venda; Funil de Vendas; Arquitetura de SEO para Novos Sites e para Sites Existentes; Analisar Concorrentes; SWOT para SEO; Como Selecionar Palavras-chave; Domínio; Subdomínio e Diretório; Otimização de URLs; Migração de Sites; Idiomas e SEO; Construir Popularidade Através de Ações Off-Page; SEO para Redes Sociais; Otimizar Buscas por Vídeos; Otimizar Buscas por Imagens; Otimizar Buscas por Notícias; Como medir o resultado de SEO; Etapas: Produzir, Lançar, Medir e Refinar; Ferramentas para SEO; Como Gerenciar o Trabalho de Um Profissional ou Agência de SEO e Como Estudar SEO usando como referência Zaccho, 2021:

Realizar a otimização de sites para os buscadores é um processo óbvio? Nem tanto! Uma das principais vantagens desse curso de seo online é que seu acesso permanece ativo enquanto esse site permanecer no ar. Isso que dizer que você sempre estará atualizado sobre as novidades e dicas de SEO. Você aprenderá ferramentas de SEO como Google Analytics, Google Search Console, como vincular suas campanhas de links patrocinados a seu projeto de SEO e outras. O curso dará a base necessária para gerenciar profissionais de SEO que trabalham na sua equipe ou agência de SEO terceirizadas. É fundamental entender os conceitos, a forma como executá-los e manter-se atualizado para elevar o nível dos seus colaboradores e pares (ZACCHO, 2021).

Visando-se entender-se as técnicas de SEO e quais são permitidas nos motores de busca, ter conhecimento de quais técnicas são proibidas pelos mecanismos de busca, quais técnicas não fazem efeito no uso de SEO e por fim como fazer SEO saindo da teoria, tirando do papel e realizando concretamente, na prática, praticando as ações de SEO para entender-se a finalidade para qual essa ferramenta foi criada, para qual propósito foi elaborada e qual seu papel nos sites na Internet e o que se espera das propostas ofertadas nas aplicações de SEO e suas características.

Então que, de forma geral, de maneira prática a poder-se entender no curso

de SEO, que aprender-se-á a lógica que os buscadores utilizam para propagar os sites na Internet, a fórmula que utilizam para os sites sobreviverem no ar, os algoritmos que esses mecanismos de busca os alteram e aperfeiçoam constantemente, sofrem mudanças radicais e mutações velozes, importante estar acompanhando-se essas novidades sobre os algoritmos poderosos de motores de busca mais poderosos como exemplo o Google, o maior de todos em todos os quesitos entendendo-se esses conceitos logo, os resultados de uma aplicação de SEO serão melhores, sabendo-se que o referido curso é ideal para iniciantes em SEO e necessário para quem já conhece sobre o tema, conforme Com School, 2021:

O Google já é responsável por mais de um terço das origens de tráfego dos sites brasileiros. Cada vez mais as pessoas utilizam os buscadores para encontrar produtos e serviços. Mesmo que você não venda online, seu site deve ser facilmente encontrado. Capacitar os alunos a melhorarem o posicionamento de seus sites nos resultados do Google; demonstrar como funciona a lógica dos buscadores; identificar oportunidades para outros sites apontarem para o seu; ensinar técnicas para melhorar os textos do seu site (seja Google Friendly); mostrar como, onde e porque o código fonte deve ser alterado (você não precisa ter conhecimentos em programação (COM SCHOOL, 2021).

Engana-se que nem tanto é assim, dentre umas das vantagens do Curso de SEO, a principal é que o aluno tem acesso permanente ao seu site, ou seja, permanecesse ativo seu acesso, enquanto seu site estiver veiculando no ar na Internet (On-Page) quer-se dizer que, o aluno de SEO mesmo após concluir o curso, sempre deverá estar atualizando-se em SEO, isso buscando notícias sobre novidades e dicas de SEO, tais com, aprender ferramentas de SEO, dentre essas o Google Analytics, Google Search Console, vincular-se campanhas de links patrocinados, a projeto de SEO dentre outras ferramentas.

O Curso de SEO dar-se a base necessária, garantindo-se que o profissional de SEO consiga gerenciar outros profissionais de SEO, independente se trabalha em sua equipe ou uma agência de SEO terceirizada daí é fundamental entender-se os conceitos de SEO, como executá-los, como administrá-lo e manter-se atualizado, assim sendo, elevar-se o nível do conceito profissional dos seus colaboradores, funcionários, seja esses diretos ou indiretos, satisfazendo seus pares considera-se

Volpato, 2020:

Este guia não traz segredos para levar seu site automaticamente ao primeiro lugar da Pesquisa Google, porém, seguindo as práticas recomendadas descritas abaixo, você facilita o trabalho dos mecanismos de pesquisa, que é rastrear, indexar e entender seu conteúdo (VOLPATO, 2020).

Objetiva-se que ao chegar-se ao final do Curso de SEO, o aluno da Escola de SEO deverá estar-se habilitado a gerenciar e executar projetos completos de SEO, onde que no referido curso irá trabalhar-se com outros alunos de forma articulando a troca de informações, experiência, conhecimentos e saberes, para que juntos discentes e docentes identifiquem-se com o curso e suas particularidades, assim assumindo esses desde o início do curso a responsabilidade de gerenciar e traçar ações voltadas para projeto de SEO que tem seu foco em interpretação em pessoas digitais.

O curso utiliza-se de um mix de metodologia de curso, misturando-se teoria e prática, fortalecendo-se o aprendizado do aluno então dominar-se o assunto é outro objetivo do curso, de maneira rápida e não menos clara, tendo-se como base necessárias, todos os dispositivos de apoio a aprofundar-se nos estudos sobre SEO, aprimorando constantemente os conhecimentos sobre SEO e que cada vez mais se desenvolvam técnicas de SEO aprovadas com efeito positivo, fazendo-se diferença no desenvolvimento de SEO responsivo e referencial na otimização de sites com qualidade e quantidade equivalentes, com excelência, capacidade e responsabilidade, no respeito a ética e seus princípios morais refletindo em Zaccho, 2021:

Projetei esse curso de forma modular. Recomendo que todos, independente do nível, estudem todos os módulos pois foram pensados com bastante cuidado e as tarefas práticas ajudam a fixar/desenvolver os conceitos. De qualquer forma você pode pular um módulo indo diretamente para o módulo que você mais gostaria de aprender e voltar a um módulo anterior sem problemas (ZACCHO, 2021).

Fala-se isso porque o curso é voltado a um público exigente, que promovem o nome e a marca registrada de um grupo, pessoa, instituição, empresa ou entidade, que impactam a promoção desses na Internet no desenvolvimento de conteúdo

digital e mobile-friendly, logo os profissionais que mais buscam pelo curso são: profissionais de marketing, estudantes de marketing, programadores de sites, web-designers/webmasters, profissionais trabalham em agências de publicidade e propaganda, empresários que atuam com tecnologias para fazer render o negócio no mercado digital, empreendedores, startups, relações, públicas e internacionais, jornalismo, profissionais da tecnologia da informação, dentre outras que citou-se anteriormente ou ira-se citar posteriormente nesse trabalho.

Em suma, o curso deve contar sempre com uma equipe formada de profissionais capacitados, renomados e conceituados, essa equipe é responsável por elaborar um curso com competência e dinâmico, detalhando o curso para aprimorar os conhecimentos do cursando, assim fazer impulsionar a elaboração da estratégia de SEO desse cursando e fazer de seu site o mais visitado permitindo um rumo promissor ao site do cursando e em sua carreira — um profissional de SEO capacitado e certificado, bem como seu trabalho ser os primeiros resultados do Google ou em outro motor de busca popular de acordo com Academia do Marketing, 2021:

O Curso de SEO tem como público-alvo profissionais e empresas que querem entender o funcionamento dos mecanismos de busca e que desejam dominar as técnicas para conquistar as melhores posições para sua marca, produtos ou serviços nas páginas de respostas dos grandes buscadores (ACADEMIA DO MARKETING, 2021).

Por fim, ver e rever as técnicas e dicas de outros sites, artigos, páginas, autores, livros, escritores, estudantes, outros profissionais de SEO ou de áreas afins que usam o SEO ou dele tem-se necessidade de ter conhecimento ou atuação, de forma estar-se sempre informados das novidades sobre SEO, técnicas novas ou versões melhoradas, buscar-se outro olhar clínico, lógico, analítico e reflexivo, que aponte para fatores especiais que visam melhorar a constante aprimoramento do curso e conhecerem-se as ferramentas softwares, apps e hardwares e como esses articulam entre si, faz-se de extremo fundamental para o projeto de SEO viável em sua totalidade e com qualidade de mercado digital e fazer um curso desse nível é o primeiro passo para adquirir conhecimento específico sobre essa prática e tornar-se um profissional de SEO.

2.2. CONHECENDO O RANQUEAMENTO DE PÁGINAS E SUAS IMPORTÂNCIAS NA INTERNET

Saber-se como funciona o ranqueamento em motores de busca, antes de entrar profundamente no assunto, para compreender corretamente seu conceito outra já mencionado na introdução desse trabalho e nos tópicos onde esses assuntos se esbarram, assim se completando e complementando, mencionado nos trechos não por questão de capricho, mas sim tendo em vista que se encontram para dar base, sustentação argumentativa e científica a esse trabalho garantindo sua viabilidade e visibilidade no meio acadêmico-científico.

Segundo especialista no assunto, cerca de 200 fatores de ranqueamento compõe esse algoritmo, ou seja, o Google que tomamos nesse artigo como exemplo fixo de Buscador na Internet, acredita-se que esses são analisados em questão de milissegundos por cada busca realizada, alguns fatores desse algoritmo foram divulgados pela Google, já outros, foram comprovados em estudos realizados por especialista no assunto, mais precisamente do marketing digital, enquanto muitos outros tratam-se apenas de especulações, tendo em vista que, a Google não cogita revelar todos os segredos de seu poderoso e complexo algoritmo de ranqueamento segundo Tallos, 2022:

Um algoritmo nada mais é que uma sequência de instruções ou comandos realizados de forma sistemática com a finalidade de resolver um problema ou executar uma determinada tarefa. Ou seja, é criado para resolver “problemas”, com instruções bastante simples e exatas (TALLOS, 2022).

Tão logo que a empresa Google já declarou verbalmente e a próprio punho que não fez em momento alguma nenhuma afirmação que trabalha com exatidão com esse dado número de critérios de fatores de ranqueamento e que nunca autorizou nenhuma informação sobre seus métodos de trabalho relativos ao seu algoritmo de fatores de ranqueamento de busca, portanto, questionam-se alguns fatores que os podem ser.

Logo a Revista Moz em sua Edição de 30 de agosto de 2013, em um de seus artigos, já fez críticas a tipificação dessa lista de critérios de fatores de

ranqueamento, segundo a Moz em seu artigo, podem ser alguns itens dessa suposta lista os seguintes fatores: mitos do mercado, sem qualquer comprovação; fatores de correlação, não de causalidade e fatores usados apenas para atingir o número de 200, assim também não se planeja criar definitivamente uma possível lista com 200 fatores hipotéticos usados pelo algoritmo de ranqueamento do Google, isso devido perceber-se que não se chegou precisamente com a esse número exato onde lendo o autor Brian Dean para a Revista Back Linko, 2013 onde os fatores de acordo com suas afirmações são:

Você já deve saber que o Google usa mais de 200 fatores de classificação em seu algoritmo... Mas o que são eles, exatamente? Bem, você terá uma surpresa porque eu elaborei uma lista completa. Alguns são comprovados. Alguns são controversos. Outros são especulações de nerds de SEO. Mas eles estão todos aqui. E recentemente atualizei toda esta lista para 2023. Vamos mergulhar de cabeça. Fatores de Domínio. Fatores no nível da página. Fatores no nível do site. Fatores de backlink. Interação com o usuário. Regras especiais de algoritmo do Google. Sinais de marca. Fatores de spam na Web no site. Fatores de spam fora do site (DEAN, 2013).

Dentre que, de todos os mecanismos de buscas na Internet, o Google é o buscador mais utilizado pelos usuários, são poucos os motores de busca, com esse privilégio, isso, faz da Google, uma empresa que por questão de qualidade, leva a manter os padrões exigidos nos critérios do algoritmo do seu buscador, assim sendo, em constante atualização, sempre continuam sendo entregues em suas páginas os melhores conteúdos, sempre dando preferência como respostas os sites que melhor se enquadram nos seus critérios ou que se aproximam deles.

Logo que um profissional de SEO, sem dúvida já se questionou quais são os fatores de ranqueamento do Google, certamente já se perguntou quais os critérios adotados por esses fatores, mais uma vez, a resposta a essa interrogação revela-se que precisasse realizar as otimizações assertivas de modo a alcançar as primeiras posições no Google ou em qualquer outro renomado mecanismo de busca, sabe-se que um algoritmo complexo é utilizado pelo Google classificando os sites numa ordem de relevância de busca para o usuário fundamentando-se em outro autor e especialista sobre o assunto Gianluca Fiorelli, para a Revista Moz na Edição de 30 de setembro de 2014 onde ele afirma que:

A mulher do gif abaixo acabou de dizer ao Capitão Picard que pode mostrar a ele a lista definitiva e completa dos 200 fatores de ranking do Google. Picard, que é um homem sábio, não pode fazer nada além de ir embora com uma palma na cara. Quem pode culpar o Capitão Picard pela sua reação? Todos nós sabemos, na verdade, que não existe uma lista completa e definitiva dos 200 fatores de classificação. Se você concorda, por que ainda vemos estatísticas como essas abaixo no Buzzsumo? Deixe-me oferecer este aviso antes de continuar: Não estou escrevendo este post para atacar pessoas como Brian Dean, que, em agosto, publicou uma atualização da "lista completa" que o Backlinko apresentou pela primeira vez em 2013. Brian, a quem estimo, criou uma peça eficaz de link bait (como o 318 backlinks obtidos testemunham). Estou escrevendo este post porque essas listas são, simplesmente, inúteis e perigosas, e porque espero ajudar as pessoas – especialmente as novas gerações de SEO – a entender que não existe uma “lista” definitiva e completa dos fatores de classificação do Google. Além disso, alguns dos fatores que aparecem nessas listas: 1. São mitos; 2. São fatores de correlação e não fatores causais; 3. São apresentados apenas para chegar ao número de 200. Crie um site, teste teorias, tente quebrar as regras para entender como o Google possivelmente está funcionando (FIORELLI, 2014).

Pensar-se que as marcas que se alocam seus orçamentos de marketing digital, reconhecem nisso possibilidades reais de fechamento de negócios, pensando nisso desenvolvem estratégias de SEO me modo alcançar o ranqueamento, revelando-se que a otimização para mecanismos de pesquisa é amplamente considerada tática de marketing de conteúdo mais eficiente, fica-se claro mais uma vez que, um bom projeto de SEO deve-se se organizado de modo a realizar a monitoração das atualizações do algoritmo de critérios de fatores de ranqueamento do mecanismo de busca do Google tendo em vista que esse tem-se uma variedade de ferramentas a fornecer de modo ajudar todos que de algum tipo quer ter-se sucesso dentro ou fora da Internet,

Frisa-se que o Google por possuir programas de publicidade e anúncios de texto para a web, além disso, também disponibiliza ferramentas de computação fornecidas em nuvem, entre outros serviços on-line e off-line bem como por possuir recursos técnicos exclusivos para desenvolver alternativas de empreendimento de maneira, a conquistar-se um bom posicionamento no ranque do Google.

Logo que um planejamento de marketing digital eficiente por meio de contato, conhecimento e os serviços Google resultando isso, num conteúdo de qualidade que

alinhado as expectativas do algoritmo do Google, assunto esse já discutido anteriormente em melhores práticas relativas à produção relevante de peças digitais que sejam eficazes e atraindo o consumidor on-line afirma Prime Web, 2018:

O **ranqueamento de sites** no Google ou em outro mecanismo de pesquisa é feito por uma análise de relevância das páginas anexadas. O **ranqueamento de sites** é importante para o sucesso de um empreendimento, pois quem estiver mais bem posicionado nesta lista de resultados, possui uma chance maior de receber novas visitas e conseqüentemente melhorar suas vendas e imagem. O **ranqueamento de sites** é determinado por um logaritmo complexo que considera inúmeros fatores e é constantemente atualizado para exibir o resultado mais relevante para o usuário. Para conquistar um bom **ranqueamento de sites** para seu negócio é fundamental contar com uma empresa especializada, que te ofereça confiabilidade, segurança e excelentes resultados (PRIME WEB, 2018).

Sabe-se que praticamente tudo hoje em dia funciona-se baseando-se no Google, ao ter-se qualquer dúvida, desejo, dificuldade, curiosidade sobre determinado assunto, a pessoas de imediato recorre a fazer pesquisa na Internet, afinal o comportamento do consumidor tornou-se parte do gigante de pesquisas, assim sendo-se investir-se em marketing de conteúdo pode-se ajudar e muito no ranqueamento de site no Google.

Informa-se que inclusive esses quesitos aparecem nas diretrizes de qualidade do Google sendo pontos importantes e critérios essas a serem analisados em uma página, logo que a prática, pode-se exemplificar-se, a que nível conhecesse o tema contextualizado pelo desenvolvedor de conteúdo que assina esse texto, seria, por exemplo, o nível de confiabilidade, se essa página não apresenta risco ao usuário, se o conteúdo é nocivo ou inapropriado, e autoridade do site, ou seja, se conhece o teor do que está-se promovendo na página e das informações em si.

Entende-se que os principais fatores de ranqueamento do Google precisa-se saber de maneira a conhecer os mesmos, depende-se também para qual empreendimento ou negócio quando se trata de SEO, tendo-se como resposta que ao certo ninguém sabe quais fatores específicos ao certo são esses, uma coisa é certa, em querer-se dizer que o Google sabe com certeza, mas não divulgara o segredo de sua “fórmula mágica” tendo em vista que, sua generosidade foi o bastante ao publicar-se um guia de SEO completo voltado para iniciantes em SEO,

deixando bem claro no começo desse guia um recado causando assim uma reação de decepção ao leitor dizendo-se ao contrário sobre seus fatores de ranqueamento conseguinte Target Host, 2018:

O ranqueamento, como bem explicado pelo próprio nome, é o ranking dos melhores sites, dependendo da pesquisa feita pelo usuário. Quanto melhor forem usadas as estratégias de otimização, mais bem posicionada a página estará para o Google. Estar em uma boa posição do ranking do Google é primordial para os sites por diferentes motivos. Os principais são: **Ser mais visto**: quando um site tem uma boa posição nas buscas, ele é mais visto pelos usuários. O que é extremamente vantajoso para todas as páginas online. **Mais chances de visita**: quanto mais visto um site for, maiores são as chances de novos usuários visitarem a página e acabarem descobrindo a marca ou empresa em questão. **Fácil de encontrar**: um outro benefício é que sites melhores ranqueados são bem fáceis de serem encontrados (TARGET HOST, 2018).

Enfim, desde que a Google apareceu em cena pela primeira vez a web evoluiu-se muito, permanecendo-se a infinita possibilidade da própria Internet, prova disso o posicionamento de marketing digital especializado com o uso de técnicas de otimização de site (SEO), conquistando-se um ranqueamento de site de maneira ótima, elaborando-se por uma equipe especializada, que se orienta em todos os processos envolvendo o desenvolvimento, criando-se um bom posicionamento do site em buscadores na Internet agradando-se até personagens fictícios.

2.3. CONHECENDO O TRÁFEGO ORGÂNICO E SUAS IMPORTÂNCIAS

Dar-se respostas a essas perguntas, mostrar-se o caminho a traçar pelas marcas usando-se estratégias de otimização de modo ganhar-se maior visibilidade, ou seja, tráfego orgânico nos primeiros lugares de busca do Google, ou seja, quebrar-se a cabeça entendendo o funcionamento do algoritmo do Google, suas principais atualizações e conquistar-se esse algoritmo acompanhando a saber tudo sobre o mesmo, tendo-se em mente que esse é um conjunto de operações a definir-se de forma os resultados de buscas e como esses serão apresentados ao usuário.

Explicando-se como começou tudo isso na web, um local nada hospitaleiro com alguns sites despercebidos e gifs sem qualidade, não se demorou muito,

centenas de páginas ocuparam esse lugar e a web tornou-se a opção dos internautas que buscam informação e muito entretenimento, resumindo-se a história dos primórdios do SEO é explicar-se para ajudar entender-se o grande propósito do Google, sendo melhorar a experiência de busca do navegante e facilitar-se a navegação, objetivo esse do funcionamento do algoritmo, servindo-se em descobrir todo o conteúdo da Internet, descobrindo-os, entendendo-os e organizando-os, entregando finalmente melhores respostas aos usuários em suas pesquisas.

Todavia que cada clique dado em um conteúdo ranqueado na página do buscador do Google, de maneira paga, gera custos financeiros, no entanto, esse processo orgânico de ranqueamento, tende a sair mais caro que o esperado quando contratado esse tipo de serviço, apesar de válida, a opção de utilizar o Google Ads nem sempre é acessível, no fim das contas é inviável para quem não tem condições financeiras suficiente para manter seu site ranqueando no buscador Google, se uma empresa é de pequeno porte principalmente, startup é um exemplo de inviabilidade de pagar pelo serviço Google Ads compreendendo Search Lab, 2019:

Em programação, algoritmo tem como significado uma sequência lógica de determinadas instruções que precisam ser seguidas pelo sistema para a execução de tarefa ou solução de problema. Ou seja, é como se fosse um tutorial com um passo a passo de como fazer ou resolver algo técnico. No caso dos algoritmos do Google, eles também funcionam com um conjunto de fórmulas e operações lógicas, mas com o objetivo de criar páginas de resultados de pesquisa mais assertivas na busca orgânica. E para isso, reúnem centenas de fatores de ranqueamento para entregar a melhor experiência de usuário possível. Vale lembrar que a internet é como uma biblioteca gigante e lá nos primórdios dela, os buscadores foi criada para encontrar rapidamente as informações que a pessoa pesquisou. Como a quantidade de páginas vem crescendo exponencialmente ao longo das décadas, o Google precisou atualizar os algoritmos existentes para continuar entregando resultados com qualidade. Por esse motivo há tantos com os updates e até novos algoritmos. Algoritmos do Google são fórmulas responsáveis por transformar perguntas em respostas para o usuário no buscador. Estão em constante atualização para garantir qualidade de entrega dos resultados e aperfeiçoar a experiência do usuário (UX) (SEARCH LAB, 2019).

Ressaltar-se que, apenas investir-se em publicidade não se garante que um conteúdo digital, por melhor que seja, ele irá se entregue ao usuário no mecanismo de busca. No meio digital, é comum ouvir-se que um bom texto tende a atrair

usuários para seu criador, uma premissa para um desenvolvedor de conteúdo digital, indo além, isso faz-se com que o público-alvo, permaneça mais tempo nesse site, assim garantindo um fator de ranqueamento, é um ponto positivo para quem tem sua marca promovida na Internet. Então, deve-se investir no texto desenvolvido tendo como a maior aliada para o sucesso desse texto a estratégia de SEO.

Um fator de vanguarda consiste-se no próprio conteúdo, o peso no mesmo é determinante para o ranqueamento de um site e estar-se apropriado de um bom conteúdo, bem-produzido, consistindo-se numa elaboração original, importa-se, que se responda o mais exato que a pergunta feita pelo usuário, ou seja, produzir-se algo maravilhoso e que não foi pedido, de nada se adianta uma produção pomposa.

Visa-se entregar exatamente o que o usuário procura, respondendo suas perguntas, tirando suas dúvidas, satisfazendo os seus desejos, atingindo seus objetivos, essa é a função do marketing de conteúdo bem como, tendo essas estratégias no intuito de educar-se cada vez melhor, o mercado virtual pontua-se Volpato, 2020:

Conheça alguns dos principais fatores de ranqueamento do Google e como eles influenciam nos resultados orgânicos do seu site. Fatores de ranqueamento são critérios que o Google leva em consideração para posicionar melhor organicamente um site na página de resultados para uma busca a uma determinada palavra-chave. “SEO (search engine optimization ou otimização para mecanismos de busca) é o conjunto de ações e estratégias de Marketing Digital que têm como objetivo o aumento do tráfego e do desempenho de um site por meio de resultados orgânicos de mecanismos de pesquisa como Google, Bing e até YouTube.” Então, resumindo, fatores de ranqueamento são critérios que o Google leva em consideração para posicionar melhor organicamente um site na página de resultados para uma busca a uma determinada palavra-chave (VOLPATO, 2020).

Enfim, trazendo consigo mais leads com maiores qualificações, assim sendo aumentar o reconhecimento de determinada marca, que nos fins das contas, gera mais lucros financeiros e um maior tráfego orgânico, ou seja, maior número de visitação, tendo-se como resultado o aumento do reconhecimento de uma marca, outro ponto importante nos critérios dos fatores de ranqueamento do Google, todavia, ao procurar-se sobre um determinado assunto, se a marca de terminado site manter-se entre os líderes do mercado virtual, naturalmente, ira-se ser reconhecida nesse

quesito como uma das maiores autoridades no texto veiculado na Internet.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Soube-se, que nada é totalmente conclusivo, e que esse trabalho de pesquisa bibliográfica, teve o objetivo de colaborar com a sociedade onde, considerou-se, a compreensão básica de SEO em sua totalidade e pode-se analisar de melhor maneira que o bom mesmo é pesquisar é investir num bom curso de SEO, aprendendo assim analisando-se os milhares de palavras-chave tendo talvez algum tipo de resultado, mas a conclusão é que não se precisa fazer sozinho essas buscas, todavia, existem empresas que realizam esse trabalho periodicamente com mão de obra humana e tecnológica especializadas, sempre buscando indicações em estudos direcionados nesse assunto, outra coisa que ajuda é estar inscrito em uma conta Google para estar-se sempre atualizado nesse tema.

Questionou-se que o algoritmo do Google funciona de modo ser responsável ao usar-se sequência lógica de operações ranqueando as páginas de resultados de busca onde, levaram-se conta critérios variados focados na seleção de qualidade, entregando-se exatamente o que o usuário procura, fatores de ranqueamento esses que oferecem uma melhor experiência de busca possível ao usuário onde nos primórdios da Internet não foi sempre assim, os buscadores permitiam nas primeiras posições, conteúdos artificiais derivados das limitações tecnológicas, necessitando-se de constantes aprimoramentos do algoritmo e resultados de updates assertivos e personalizados.

Permitiu-se ao longo de décadas de trabalho que o Google melhorar consideravelmente a experiência dos usuários, consolidando-se o buscador mais usado no mundo, conclusão, confirmou-se onde importa-se conhecer, os principais fatores de ranqueamento utilizado pelo algoritmo do Google.

Vale-se a pena reforçar a título de curiosidade dizer-se que os projetos de SEO para e-commerce elaborados para cada nicho têm-se características bem específicas e fez-se saber que são essas primordiais e ter-se todos os insumos

disponíveis para realizar essa atividade, depois planejar-se o projeto de otimização como a exemplo de uma loja virtual, tendo-se esses de acordo pode-se seguir em frente no projeto de SEO.

Ponderou-se que há questões preocupantes para responsáveis, gerentes ou proprietário de negócios on-line, já que como disse o ditado popular onde que “o que engorda o gado é o olho do dono”, estar-se aberto a conversa sobre esses desafios, abrir as portas para novas possibilidades de conquistas, montar-se um projeto de SEO específico a cada tipo de necessidade e perfil de cliente ou usuário, público-alvo do funil de vendas, refinando-se as buscas para o cliente em potencial.

Disse-se que também a título de informação que SEO com sua rotina, está longe de ser algo simples, isso já se foi há um tempo, exige-se de todo trabalho em SEO acompanhe as atualizações dos algoritmos, monitorando-se a concorrência, assim buscando-se oportunidades, estando além de toda frente tecnológica e claro de desenvolvimento de SEO.

Falou-se que os algoritmos são fórmulas complexas e de sua responsabilidade em transformar perguntas em respostas na busca do usuário, salientou-se que o Google permanentemente trabalha atualizando seu algoritmo aperfeiçoando-se assim o UX ou Experiência do Usuário, usando de paralelo autores que temos que dar os devidos créditos e reconhecimento, mesmo que só lidos, suas obras contribuíram com esse artigo e não deveriam passar despercebidos e sim, terem sua menção nessa obra em suas referências bibliográficas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Algoritmo do Google: entenda como funciona e saiba como ranquear em 2020. Para ranquear nas primeiras posições no maior buscador do mundo, é preciso antes entender como o algoritmo do Google funciona, suas atualizações, estratégias e muito mais. **Rock Content**, 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

ALVARENGA, Felipe. Apple e Jobs são destaques da revista Fortune. **Mac Magazine**, 06 de março de 2008. Disponível em: <<https://macmagazine.com.br/post/2008/03/06/apple-e-jobs-sao-destaques-da->

revista-fortune/>. Acesso em 17 set. 2023.

As grandes empresas já foram pequenas. Inspire-se na Microsoft. **Empresas Cooperativas**, 02 de junho de 2017. Disponível em: <<https://empresasecooperativas.com.br/inspire-se-na-microsoft/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CAMARGO, Gabriel. O que é Black Hat e como essa estratégia pode prejudicar seu site?. **Rock Content**, 11 de junho de 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/black-hat/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CASAGRANDE, Erich. 15 fatores de SEO do Google que podem impactar seu site. **Semrush**, 29 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/fatores-ranqueamento-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Curso de SEO Online. Curso de SEO Grátis da SEO Master: A equipe SEO Master elaborou um detalhado curso de SEO gratuito para aprimorar seus conhecimentos e impulsionar seu site rumo aos primeiros resultados do Google. **SEO Master**, c2021. Disponível em: <<https://www.seomaster.com.br/curso-tutorial-seo-gratis.html>>. Acesso em 27 abr. 2021.

Curso de SEO Online - Otimização de Sites: Aprenda as técnicas de SEO - Otimização de Sites para Ferramentas de Busca, e destaque seu site nos primeiros lugares do Google. **Academia do Marketing**, c2021. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/curso-de-seo-online/>>. Acesso em 27 abr. 2021.

Curso de SEO na Prática - Curso de SEO. COMSCHOOL apud. ONSEOSP. **Com School**, c2021. Disponível em: <<https://www.comschool.com.br/curso-de-seo>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

DEAN, Brian. Os 200 fatores de classificação do Google: a lista completa 2013 (2023). Atualizado em 22 de setembro de 2023. **Back Linko**, 30 de agosto de 2013. Disponível em: <<https://backlinko.com/google-ranking-factors>>. Acesso em 30 set. 2023.

Dicas de Marketing Digital. Qual a diferença entre ranquear e indexar no Google?: Entenda! **RGB**, c2006-2021. Disponível em: <<https://www.rgb.com.br/qual-a-diferenca-entre-ranquear-e-indexar-no-google-entenda>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Entenda como os algoritmos do Google atuam no SEO. **Search Lab**, c2019. Disponível em: <<https://searchlab.com.br/algoritmos-do-google/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

Entenda o que é algoritmo e ranqueamento. **Target Host**, 29 de novembro de 2018. Disponível em: <<https://www.targethost.com.br/entenda-o-que-e-algoritmo-e-ranqueamento/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

Escola E-commerce e Marketing Digital. SEO - Planejamento e Prática: Curso SEO - Planejamento e Prática. **Impacta**, c2021. Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/curso/SEO-Planejamento-e-Pratica.php>>. Acesso em 27 abr. 2021.

FIORELLI, Gianluca. O mito dos 200 fatores de classificação do Google. SEO Avançado; Mecanismos de busca e Noções básicas de SEO. As opiniões do autor são inteiramente próprias (excluindo o evento improvável da hipnose) e podem nem sempre refletir as opiniões de Moz. **Moz**, 30 de setembro de 2014. Disponível em: <<https://moz.com/blog/the-myth-of-googles-200-ranking-factors>>. Acesso em 30 set. 2023.

Foco é dizer não. Steve Jobs. Jundiaí, 28 de maio de 2020. Facebook: **Cake Comunicação Digital**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/CakeComunicacao/videos/542423426453069/>>. Acesso em 17 set. 2023.

HONORATO, Gustavo. Por que os consumidores preferem a busca orgânica? **Seo Master**, 19 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.seomaster.com.br/blog/por-que-os-consumidores-preferem-a-busca-organica>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MORGUETTI, Eduardo. Saiba como o marketing de conteúdo pode ajudar no ranqueamento do site no Google. **Kryzalis**, 27 de agosto de 2019. Venda pela Internet. Disponível em: <<https://www.kryzalis.com.br/blog/ranqueamento-do-site-no-google>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MOUSINHO, André. Conheça os 172 principais fatores de ranqueamento do Google em 2021. **Rock Content**, 21 de maio de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/fatores-de-rankeamento-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

O que é algoritmo e como ele funciona?. **Tallos**, 04 de março de 2022. Disponível em: <<https://tallos.com.br/blog/o-que-e-algoritmo-e-como-ele-funciona/>>. Acesso em 30 set. 2023.

O que é SEO e como ele pode ajudar a sua empresa. **Digital Land**, 04 de abril de 2017. Disponível em: <<https://digitalland.com.br/blog/o-que-e-seo-e-como-ele-pode-ajudar-a-sua-empresa/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

O que Steve Jobs pode te ensinar sobre como fazer um bom currículo? **Pink Fire**,

04 de abril de 2023. Disponível em: <<https://pinkfire.com.br/como-fazer-um-bom-curriculo/>>. Acesso em 17 set. 2023.

PEREIRA, Fabiana Andrade; KRZYZANOWSKI, Rosaly Favero, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PARA BIBLIOTECAS VIRTUAIS: ESTUDO DE CASO DA BV FAPESP. **Research Gate**, São Paulo, 26 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-3-Principais-caracteristicas-do-Search-Engine-Optimization-SEO_fig2_331594987>. Acesso em 17 abr. 2021.

PEREIRA, Marcelha. SAIBA COMO POTENCIALIZAR O SEU RANQUEAMENTO ORGÂNICO. **Carratu**, 29 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://blog.carratu.com.br/como-potencializar-ranqueamento/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Planejamento e Prática: Módulo Único. **Impacta**, c2021. Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/curso/SEO-Planejamento-e-Pratica.php>>. Acesso em 17 abr. 2021.

RANGEL, Rafael. Quatro principais características do Marketing moderno. **Agência R8**, 22 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.agenciar8.com.br/4-principais-caracteristicas-do-marketing-moderno/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Ranqueamento de Sites: Como funciona o ranqueamento de sites?. **Prime Web**, 20 de dezembro de 2018. Disponível em: <<https://www.agenciaprimeweb.com.br/ranqueamento-de-sites>>. Acesso em 27 abr. 2021.

TUCUNDUVA, Rodrigo. Vantagens do SEO: sete razões para você investir imediatamente. **LAHAR**, c2021. Disponível em: <<https://blog.lahar.com.br/seo/vantagens-do-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

TURCATO, AUGUSTO. Steve Jobs, marketing e vendas: o que ele nos ensinou sobre isso tudo? **Pipe Run**, c2022. Disponível em: <<https://crmpiperun.com/blog/steve-jobs/>>. Acesso em 17 set. 2023.

VALLE, Alberto. Analista de SEO – Quem é esse profissional e o que ele faz. **Academia do Marketing**, 16 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/analista-de-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

VOLPATO, Bruno apud. Google. Fatores de ranqueamento do Google que você precisa conhecer: Conheça alguns dos principais fatores de ranqueamento do Google e como eles influenciam nos resultados orgânicos do seu site. **Resultados Digitais**, 04 de março de 2020. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/fatores-ranqueamento-google/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

ZACHO, Ricardo. Curso de SEO Completo – Do básico ao avançado. Otimização de mecanismos de busca (SEO). **Udemy**, c2021. Disponível em: <<https://www.udemy.com/course/curso-de-seo-completo-do-basico-ao-avancado/>>. Acesso em 17 abr. 2021.