

**FREE**

# SEO para WORDPRESS

**Não fique atrás nas buscas**

por Fábio Pessoa





O autor

## Olá eu sou o Fábio Pessoa,

Trabalho com SEO desde 2009, fundador da Personal Search, onde ofereço consultoria de SEO, Links Patrocinados e Criação de WebSites em Wordpress.

Especialista em SEO - Otimização de Sites, Links Patrocinados - PPC/SEM, Google Analytics, Web Master Tools, usabilidade e Wordpress.

Em meu site pessoal, [www.fabiopessoa.com.br](http://www.fabiopessoa.com.br) dou dicas de SEO, Links Patrocinados PPC/SEM, LinkBuilding, Google Analytics, Bing Ads, Google Adwords e muito mais.

Espero que tirem o maior proveito do EBOOK, Aplicando as técnicas mostradas aqui, seu SEO on-page básico vai melhorar muito.



# Antes de Começar

Eu gostaria de deixar algumas coisas bem claras, antes de você começar a ler esse ebook.

Todas as técnicas que descrevo, não achem simplesmente que de um dia para o outro vai chover milhões de visitas e você vai ganhar muito dinheiro, não é bem assim.

Não existe truque de magia e nem receita de bolo para SEO, o grande segredo é muito trabalho e colocar mão na massa.

Pois o Google é imprevisível, o que funciona hoje pode não funcionar amanhã, você precisa sempre está atualizado, seguindo os especialistas da área e principalmente se você vai depender de um tráfego orgânico do Google, você deve seguir o Matt Cutts ([@mattcutts](https://twitter.com/mattcutts)), se você não o conhece, é o chefe da equipe de webspam do Google.

Ao final da leitura do ebook, revise todo o seu site e veja quais mudanças precisam ser feitas.

Crie conteúdo de qualidade e único, comece postar com frequência, assim você vai criar uma audiência, com essa audiência você vai ter um público fiel e vai se tornar referência no assunto.



# O que você encontra nesse livro

## 1/Google Analytics

Mensure os dados de acesso do seu site e saiba a melhor posição para colocar o código de acompanhamento.

## 2/Web Master tools

Conte aos buscadores que seu site existe.

## 3/Otimização de Títulos

Criar títulos atrativos sem ultrapassar os limites do Google.

## 4/Otimização de Description

Como otimizar a sua mensagem em apenas 150 caracteres.

## 5/Headings

Entenda os cabeçalhos e nunca mais quebre a hierarquia.

## 6/URLs Amigáveis

O que são e como fazer trabalhar com url's amigáveis.

## 7/Plugins

3 plugins que não podem ficar de fora do seu site.

## 8/Robots.txt

Indique aos buscadores o que ele deve ou não “ver”.

## 9/Sitemaps

Informe o tamanho e a frequência de atualização do seu site.

## 10/Redirect 301

Mudou as páginas de lugar? Aprenda a informar aos buscadores o novo caminho e as novas páginas.

# 1/ Google Analytics

## DICA

Clique e veja como é simples configurar a busca interna com o Google Analytics

[Como Configurar Busca Interna no Google Analytics](#)

Um erro comum que vejo sempre, são sites ou blogs que não utilizam o Google Analytics em suas páginas.

Algumas pessoas ainda acham que a ferramenta do Google Analytics só serve para contabilizar as visitas, por esse motivo colocam contadores de visitas.

PS: Jamais coloquem contadores de visitas em seus sites ou blogs.

O Analytics é muito mais que um simples contador, explore ao máximo e extraia dados que vá ajudar você no seu dia a dia. Caso você ainda não tenha o Analytics, pode criar sua conta nesse link [Google Analytics](#).

Eu escrevi um artigo sobre [Melhor Posição e Otimização do Código analytics, visite](#), recomendo a leitura.

Eu escrevi um artigo sobre (Pode manter o link) recomendo a leitura. Agora a técnica matadora, você pode fazer o Analytics trabalhar para você apenas configurando a busca interna. Fazendo isso você vai coletar dados que seus usuários buscam em seu site e com isso criar conteúdo que vai ajudar seu público.

Caso não tenha uma caixa de busca em seu site ou blog, recomendo que faça isso AGORA. Minha dica ao lado mostra o passo a passo como configurar a busca interna.

Vejam a imagem abaixo:

A imagem mostra a interface de configuração da busca interna no Google Analytics. No topo, há o título "Configurações da pesquisa interna". Abaixo, há uma seção "Acompanhar pesquisa interna" com um botão "ATIVAR" e um ícone de ajuda. Segue a seção "Parâmetro de consulta" com uma instrução "Use vírgulas para separar até cinco parâmetros (não diferencia maiúsculas de minúsculas)", um campo de texto com o caractere "\$" e uma opção desativada "Eliminar os parâmetros de consulta do URL". Abaixo disso, há a seção "Categorias da pesquisa interna" com um botão "ATIVAR" e um ícone de ajuda. Por fim, há a seção "Parâmetro de categoria" com a mesma instrução de uso de vírgulas, um campo de texto com o caractere "\$" e uma opção desativada "Eliminar os parâmetros de categoria do URL".

# 2/ Google Webmaster Tools

Os principais mecanismos de pesquisa, incluindo Google, fornecem ferramentas gratuitas para webmasters.

As Ferramentas do Google para Webmasters ajudam a ter um melhor controle de como o Google interage com os seus sites e a obter informações úteis sobre o seu site.

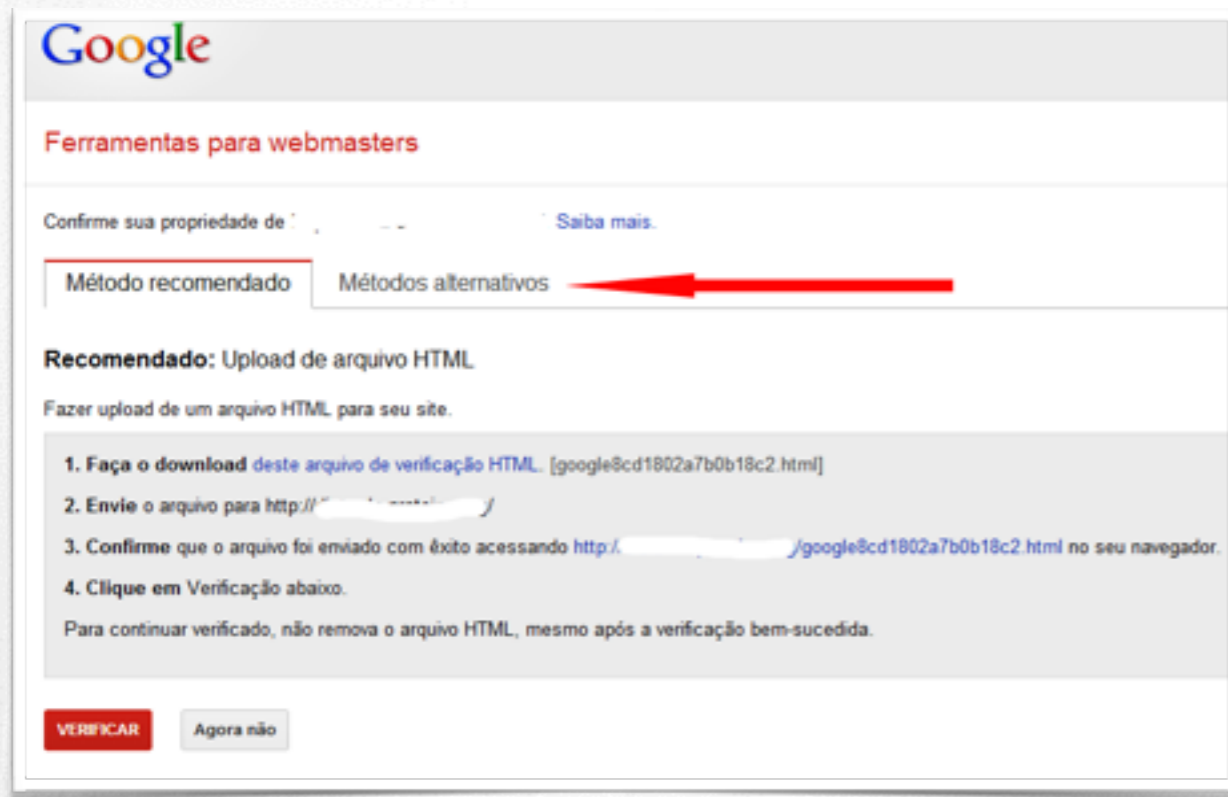
Utilizar as ferramentas para webmasters não irá ajudar a obter um tratamento preferencial para o seu site; no entanto, ele pode ajudá-lo a identificar questões que, quando resolvidas, podem melhorar o desempenho do seu site nos resultados da pesquisa.

O Bing também oferece uma ferramenta gratuita para webmasters: [Bing Webmaster tools!](#)

Muitas pessoas não conhecem essa ferramenta ou simplesmente conhece, mas ignoram ela por não conhecer o verdadeiro valor que ela oferece totalmente de graça.

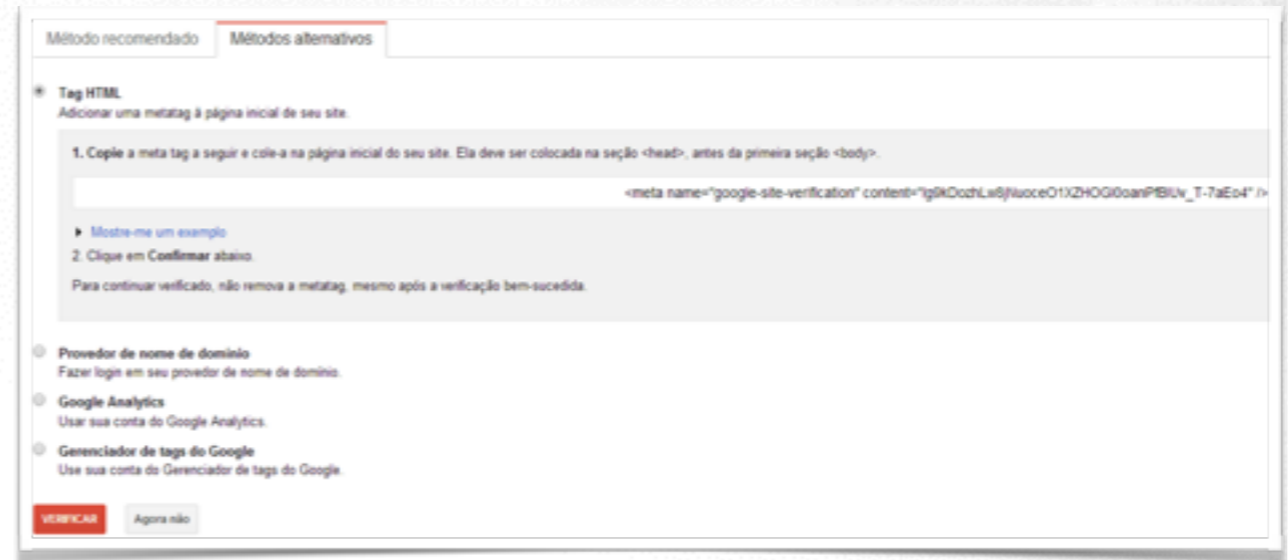
Segue o link para a [webmaster tool do Google](#), usar ela é muito simples, você precisa associar sua conta Google (ex. gmail).

Depois clique no botão, Adicionar um Site você será redirecionado para uma página como na imagem ao lado.



# 2/ Google Webmaster Tools

Por padrão você vai ser redirecionado para essa página, eu particularmente gosto de validar com o método alternativo.



Notem que no método alternativo tem quatro opções de validações.

**1 - Tag HTML, (Essa que eu uso, como está na imagem acima)**

**2 - Provedor de Nome de Domínio**

**3 - Google Analytics**

**4 - Gerenciador de tags do Google**

Como mostrei eu gosto de usar a primeira, ela me facilita a validação, pois basta eu acessar o painel de ADM, ir ao editor e colocar a tag no <head>. Assim não preciso acessar o FTP ou outros.

PS: Cuidado quando trocarem de template, não se esqueça de recolocar as tags.

Podem ficar a vontade para usar o método que melhor lhe convir.

# 3/ Otimização de títulos

A tag de título <title> informa tanto os usuários quanto os mecanismos de pesquisa qual o tema de uma determinada página. Idealmente, você deve criar um título único para cada página do seu site.

Crie títulos atrativos que chame a atenção do usuário para ação, (Nesse caso o clique em seu site)

Recentemente o Google diminuiu a quantidade de caracteres do título de 70 para 61 caracteres, então tente ser criativo em apenas 61 caracteres. Tome muito cuidado para não ultrapassar esse limite, pois quando isso acontece o Google coloca a reticência (Os famosos três pontinho,...) e com isso você perde a atratividade de seu título.

Uma dica, sempre use o nome da sua marca no final do título, assim você fortalece a marca (Brand), sei que isso nem sempre é possível, mas quando for utilize. Coloque a palavra chave em primeiro!

Vejam um exemplo de uma empresa que sabe trabalhar muito bem sua marca (Brand): o Ponto Frio.

**Playstation 3 - Ofertas de Playstation 3 em Games | Pontofrio**

[www.pontofrio.com.br](http://www.pontofrio.com.br) > Games ▼

Aproveite os descontos em **Playstation 3** do Pontofrio. Encontre as melhores opções de marcas e modelos de **Playstation 3** no nosso departamento de Games.

Nesse título ele usou 61 caracteres, usou duas palavras chaves (keyword) e ofereceu o produto e no final colocou sua marca (Brand).

# 3/ Otimização de títulos

## Práticas recomendadas para as tags de título

Descreva com precisão o conteúdo da página - Escolha um título que efetivamente comunique o assunto da página.

**Evite:**

- Escolher um título que não tenha relação com o conteúdo da página
- Utilizar títulos padrão ou genéricos como "Sem título" ou "Nova Página 1"

Crie tags de título únicas para cada página - Idealmente, cada uma de suas páginas deve ter uma tag de título única, o que ajuda ao Google a decidir quanto uma página é distinta das outras em seu site.

**Evite:**

- Usar uma única tag de título em todas as páginas de seu site ou em um conjunto grande de páginas

Utilize títulos descritivos e curtos - Títulos podem ser curtos e informativos ao mesmo tempo. Se o título for demasiado longo, o Google irá mostrar apenas uma parte dele no resultado de pesquisa.

**Evite:**

- Utilizar títulos extremamente longos e pouco úteis para os usuários
- Preencher o título com palavras-chave desnecessárias

# 4/ Otimização de description

## Faça uso da meta tag de descrição

A meta tag de descrição <meta name="description"> dá ao Google e outros mecanismos de pesquisa um resumo do assunto dessa página.

Se o título da página consiste em uma palavra ou frase, a meta tag de descrição poderia ser uma frase ou duas ou até mesmo um breve parágrafo.

A Ferramenta do Google para Webmasters proporciona uma seção de análise de conteúdo muito prática que lhe informa sobre qualquer meta tag de descrição que estiver demasiado curta, longa ou duplicada demasiadas vezes (a mesma informação é também mostrada para tags de título).

Meta tags de descrição é importante porque o Google talvez as utilize como descrição de suas páginas (os "snippets").

Note que eu disse "talvez", pois o Google pode optar por utilizar um trecho relevante de texto visível da sua página caso ele represente melhor a consulta do usuário.

Adicionar meta tags de descrição para cada uma de suas páginas também é uma prática recomendada no caso do Google não conseguir encontrar um trecho de texto representativo para utilizar no snippet.

### Playstation 3 - Ofertas de Playstation 3 em Games | Pontofrio

[www.pontofrio.com.br](http://www.pontofrio.com.br) > Games ▼

Aproveite os descontos em Playstation 3 do Pontofrio. Encontre as melhores opções de marcas e modelos de Playstation 3 no nosso departamento de Games.

Vejam que ele criou uma descrição que tem haver com o produto e ainda conseguiu colocar duas palavras chaves na frase com contexto.

# 4/ Otimização de description

## Práticas recomendadas para meta tags de descrição

**Resumir com precisão o conteúdo da página** - Escreva uma descrição única que informe e desperte interesse de seus usuários se eles vissem essa descrição como um snippet de um resultado de pesquisa.

### Evite:

- Escrever uma meta tag de descrição que não tenha relação com o conteúdo da página;
- Utilizar descrições genéricas como "Esta é uma página da internet" ou "Página sobre figurinhas de copa do mundo";
- Preencher a descrição só com palavras-chave;
- Copiar e colar todo o conteúdo do documento na meta tag de descrição.

**Utilize descrições únicas para cada página** - Ter uma descrição diferente para cada página auxilia tanto os usuários quanto o Google, especialmente nas pesquisas onde os usuários podem requisitar várias páginas em seu domínio (por exemplo, pesquisas usando o operador [site:]).

Se seu site tem milhares ou mesmo milhões de páginas, provavelmente não será viável criar meta tags de descrição à mão.

Neste caso, você poderá optar por gerar automaticamente meta tags de descrição baseadas no conteúdo de cada página.

### Evite:

- Utilizar a mesma descrição em todas as páginas de seu site ou em um grande grupo de páginas

Não ultrapasse o limite de caracteres que no caso da descrição é de 150 caracteres.

# 5/ Headings

```
<h1>Main Heading</h1>  
├── <h2>Sub Heading</h2>  
│   ├── <h3>Sub Sub Heading</h3>  
│   └── <h2>Sub Heading</h2>  
│       ├── <h3>Sub Sub Heading</h3>  
│       └── <h3>Sub Sub Heading</h3>
```

Hierarquia de Headings

## DICA

A tag `<h1>` use sempre para o título da página, porém alguns templates do wordpress veem com o `<h1>` na logo, vai ser preciso fazer a troca caso isso aconteça. Fique de olho!

As headings, caso você não conheça são as tags, H1, H2, H3 etc...

Ela é muito importante na estrutura de um site ou blog, foram criadas para marcar pontos em destaque em um conteúdo, mas nem sempre são usadas de forma correta para fornecer uma boa experiência ao usuário na hora da leitura.

Exemplo de Uso:

- A heading `<h1>` é para fazer um resumo do que o usuário vai encontrar no texto;
- A heading `<h2>` é para abordar subsequente da página;
- As demais headings obedecem à mesma filosofia e hierarquia.

**Cuidados:** Cada página deve conter apenas um `<h1>` e não se esqueça de uma coisa muito importante, nunca quebre a hierarquia da tag heading, essa hierarquia já mais pode ser quebrada.

Lembre-se: você pode usar dois ou mais `<H2>`, `<H3>`, `<H4>`... Mas sempre mantenha a hierarquia depois de um `<H2>` vem `<H3>` não `<H4>` então tome muito cuidado.

## FERRAMENTAS

Existem muitas ferramentas que ajudam na validação das tags heading verificando se estão corretas, eu recomendo usar o [Web Developer](#), pois ele tem extensões para os navegadores, Chrome, Firefox e Opera.

# 6/ Url's Amigáveis



Tela da área de Permalinks do Wordpress

## O que é uma URL Amigáveis?

São todas aquelas de fácil compreensão para o usuário e também para os buscadores, assim que você ver já sabe o que se trata a página.

O wordpress por padrão cria a seguinte URL's para a página, exemplo (www.fabiopessoa.com.br/?p=123), você conseguiria descobrir de que se trata essa página? Acho muito difícil que sim.

Nesse outro exemplo, repare como fica a URL amigável (www.fabiopessoa.com.br/seo-para-wordpress), agora você já consegue rapidamente saber o que se trata a página.

Agora eu recomendo a seguinte configuração para wordpress “/%category%/%postname%/” esse código na estrutura personalizada.

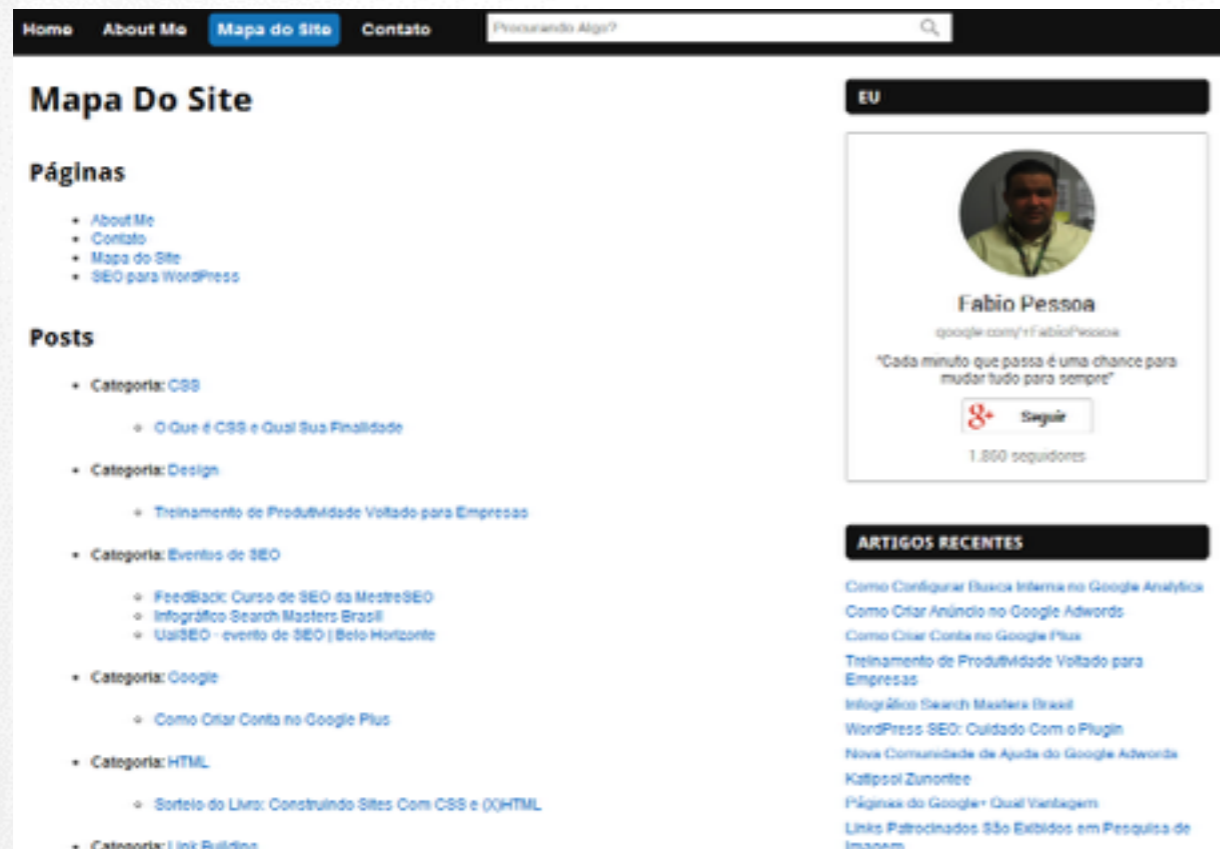
Você vai a seu painel de controle, em [Opções] > [Ligações Permanentes] marque a opção > [Estrutura Personalizada] e escreva o seguinte código “/%category%/%postname%/” e salve.

Após a configuração você vai notar que entrou a categoria na URL como no exemplo (www.fabiopessoa.com.br/seo/seo-para-wordpress), porque a configuração diz “/%category%/%postname%/” (categoria e nome do post ou página), caso não tenha um blog, seja apenas um site corporativo ele vai mostrar o nome da página.

### AVISO

Quando fizer a mudança na URL não esqueça que precisa redirecionar as páginas antigas para a nova URL, se não fizer isso você vai perder toda relevância das páginas antigas e também as visitas, tome muito cuidado, não cometa esse erro, caso queira mudar suas URLs. Leiam com muita atenção o redirecionamento 301!

# 7/ Plugins



Modelo de Sitemap com o Dagon Sitemap plugin

Antes de começar a falar de plugins, vou dar um alerta. Não use plugin desnecessário, algumas vezes apenas pequenas linhas de código pode resolver.

Muitos plugins ativos podem deixar seu site muito pesado e lento no carregamento. Então não saia instalando plugin para tudo!

Os plugins que recomendo:

## Wordpress SEO

Atualmente o wordpress SEO é o melhor plugin de SEO para o wordpress. Caso você já utilize outro plugin e queira testar o wordpress SEO, recomendo que leia tudo sobre ele, assim você vai aproveitar ao máximo as suas funcionalidades.

Recomendo que leia o artigo que escrevi, [Cuidado Com o Plugin WordPress SEO](#)

## WP Super Cache

Um dos métodos mais eficaz para melhorar o desempenho de um site ou blog feito em wordpress é a utilização de um plugin de cache.

## Dagon Sitemap

Esse plugin é sensacional, ele cria um mapa de seu site, você colocando ele no menu de navegação melhora a experiência do usuário.

## Contact Form 7

Apenas outro plugin de formulário de contato. Simples mas flexível.

Um erro comum é não ter um formulário de contato em seu blog ou até mesmo um site, se você tem um blog coloque um formulário nele para que possam entrar em contato com você, às vezes alguns blogueiros perdem dinheiro por não ter um simples formulário de contato.

# 8/ Robots.txt



## O que é robots.txt?

É um arquivo.txt (bloco de notas), que funciona como a porta de entrada em seu site para os robôs de busca, nele você diz quais locais do site o robô tem permissão de acessar, você pode determinar quais páginas ou pastas (diretórios). Assim você limita o que os robôs podem ou não indexar em seu site.

## User-agent

A função do comando user-agent é listar quais robôs devem seguir as regras indicadas no arquivo robots. Você deseja bloquear somente o robô de busca do Google? Basta ir ao arquivo robots.txt, indicar o User-agent como Googlebot.

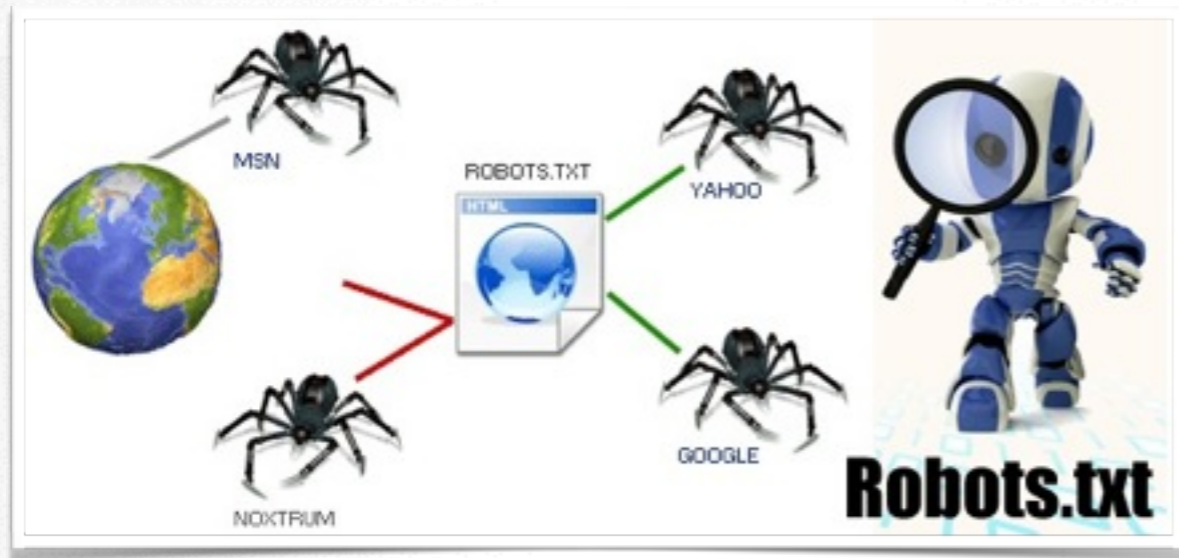
```
User-agent: Googlebot
```

Caso não queira especificar um robô de busca, basta colocar apenas:

```
User-agent:
```

Assim tudo que você escrever depois do “user-agent:” vai ser pra qualquer robô de busca.

# 8/ Robots.txt



Três diretórios que eu bloqueio para não gerar conteúdo duplicado, são as tags e também a busca interna.

**Tag:** Ao criar um artigo você coloca algumas tags que identificam aquele assunto, assim facilita a navegação do usuário ou também colocam na sidebar aquelas nuvens de tags. O Google indexa todas elas e acaba gerando conteúdo duplicado.

**Busca interna:** Quando o usuário faz uma busca a URL gerada pela busca o Google acaba indexando e assim duplicando todas.

*User-agent:*

*Disallow: /tag/*

*Disallow: /tags/*

*# qualquer endereço que contenha, [busca interna] ?*

*Disallow: /\*?\**

## **CUIDADO:**

É muito fácil acessar o conteúdo existente no robots de qualquer site, inclusive de concorrentes.

Assim, cuidado com o que é incluso no robots. Evite bloquear arquivos confidenciais. Nesses casos, o ideal é utilizar meta tag no-index.

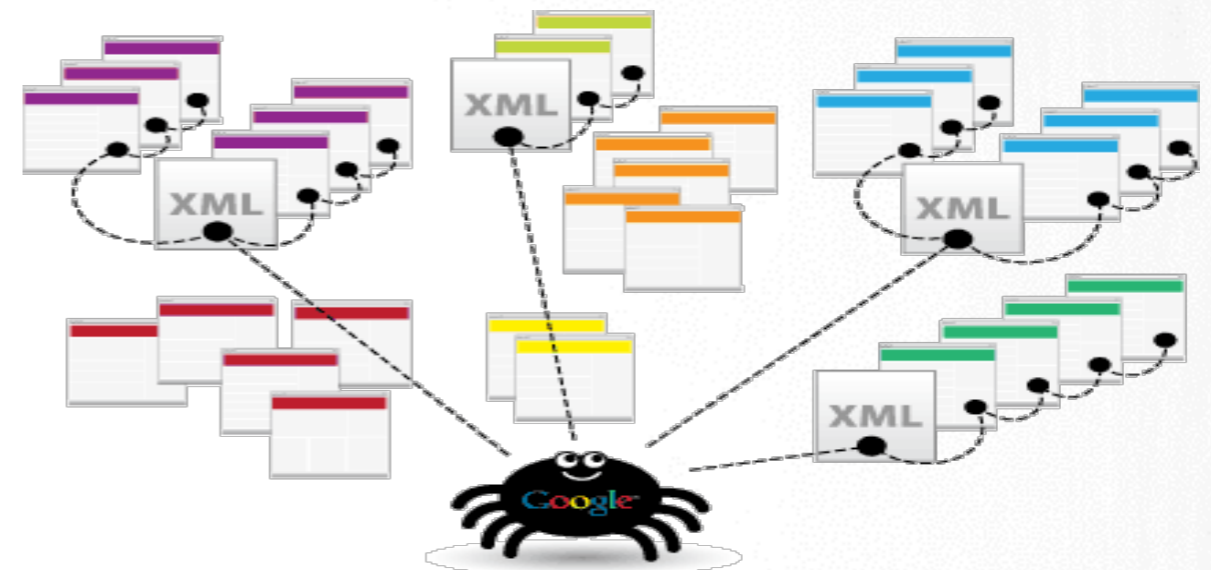
Vejam o exemplo do meu robots: <http://www.fabiopessoa.com.br/robots.txt>

# 9/ Sitemaps

Os sitemaps são uma forma de informar ao Google sobre páginas do seu site que, de outra forma, talvez não possamos encontrar. Resumidamente, um Sitemap de XML (geralmente chamado de Sitemap, com S maiúsculo) é uma lista das páginas do seu site.

Criar e enviar um sitemap ajuda a garantir que o Google tenha conhecimento de todas as páginas do seu site, incluindo URLs que não seriam normalmente encontrados por meio do processo normal de rastreamento do Google.

Você pode criar um Sitemap com base no Protocolo do Sitemap ou pode enviar um arquivo de texto ou feed RSS/Atom como um Sitemap. Como criar um sitemap.



Além disso, também é possível usar sitemaps para fornecer metadados ao Google sobre tipos específicos de conteúdo no seu site, incluindo vídeos, imagens, dispositivos móveis e notícias.

Por exemplo, uma entrada de Sitemap de vídeo pode especificar o tempo de execução, a categoria e o status "indicado para menores" de um vídeo.

Uma entrada de Sitemap de imagem pode fornecer informações sobre o assunto, o tipo e a licença de uma imagem.

# 9/ Sitemaps

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:image="http://www.google.com/schemas/sitemap-image/1.1">
  <url>
    <loc>http://www.mysite.com/sample.html</loc>
    <image:image>
      <image:loc>http://www.mysite.com/image.jpg</image:loc>
    </image:image>
    <image:image>
      <image:loc>http://www.mysite.com/photo.jpg</image:loc>
      <image:geo_location>Paris, France</image:geo_location>
    </image:image>
  </url>
</urlset>
```

Você pode também usar um Sitemap para fornecer informações adicionais sobre o seu site, como a data da última atualização e a frequência com que você espera que a página seja alterada. Recomendamos que você use um sitemap diferente para enviar informações do Google Notícias.

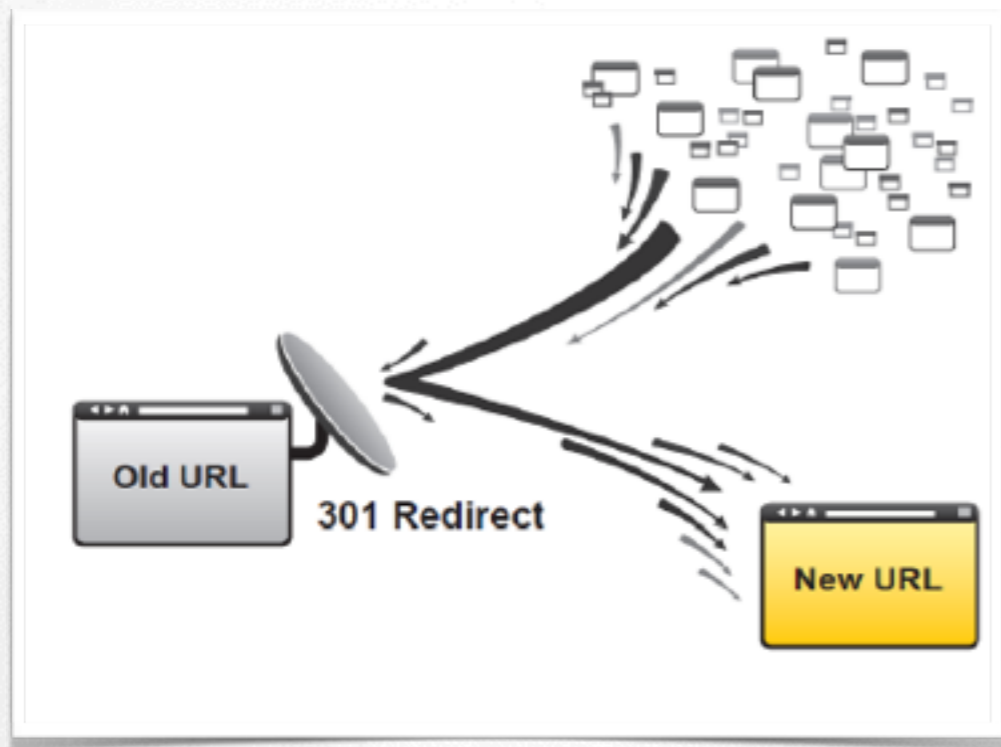
Os Sitemaps são especialmente úteis se:

Seu site tiver conteúdo dinâmico.

- O seu site tiver páginas que não podem ser facilmente encontradas pelo Googlebot durante o processo de rastreamento, como por exemplo páginas com conteúdo AJAX ou imagens.
- O seu site for novo e houver poucos links para ele. Como o Googlebot rastreia a web seguindo os links de uma página para a outra, se o seu site não estiver bem vinculado, será difícil detectá-lo.
- Seu site tem um grande arquivo de páginas de conteúdo que não estão bem vinculadas entre si ou que simplesmente não têm vínculo.

Você pode usar o próprio plugin WORDPRESS SEO para criar seu sitemap.

# 10/ Redirect 301



O código 301 indica que a sua página foi “movida permanentemente”, ou seja, ela foi renomeada ou movida para um novo local de forma definitiva. Vejamos abaixo a aplicação do redirecionamento para as linguagens do wordpress que é htaccess:

## Redirecionamento 301 com .htaccess

```
redirect 301 /antigo/arquivo_antigo.htm http://www.seusite.com.br/  
aquivo_novo.htm
```

## Redirecionando um domínio antigo para um novo

Algumas vezes precisamos mudar o nosso domínio e não queremos perder nenhum link antigo, nenhum visitante que acesse o site antigo ou o principal, não perdermos Pagerank.

Então, necessitamos redirecionar todos os cliques do domínio antigo para o novo. Para redirecionar todos os arquivos e pastas do seu antigo domínio para o seu novo domínio siga corretamente a seguinte regra:

```
Options +FollowSymLinks
```

```
RewriteEngine on
```

```
RewriteRule (.*) http://www.seusite.com.br/$1 [R=301,L]
```

Troque o “www.seusite.com.br” no código acima pelo novo nome do seu domínio.

O arquivo .htaccess deve ser inserido no arquivo raiz do seu antigo domínio, ou seja, onde está localizado o seu arquivo index.

# 10/ Redirect 301

## Redirecionamento para inserir o WWW no início do seu domínio

A falta de uso deste código de redirecionamento implica na divisão do Pagerank do seu site, pois uma série de links pode apontar para <http://seusite.com.br> e outros links podem apontar para <http://www.seusite.com.br>.

Outro problema gerado é o conteúdo duplicado, pois em ambas as URLs você consegue acessar o mesmo conteúdo.

Para prevenir estes dois problemas, você pode utilizar o código abaixo em seu arquivo `.htaccess`:

```
Options +FollowSymlinks
```

```
RewriteEngine on
```

```
rewritecond %{http_host} ^seusite.com.br [NC]
```

```
rewriterule ^(.*)$ http://www.seusite.com.br/$1 [r=301,NC]
```

Troque o “[www.seusite.com.br](http://www.seusite.com.br)” no código acima pelo novo nome do seu domínio.

O arquivo `.htaccess` deve ser inserido no arquivo raiz do seu antigo domínio, ou seja, onde está localizado o seu arquivo `index`.

# Agora é com você!



## SEO para WORDPRESS

Não fique atrás nas buscas

por Fábio Pessoa

Design e produção

**Cajũ**  
digital

[www.cajudigital.com.br](http://www.cajudigital.com.br)