

DIFERENÇAS E  
AFINIDADES ENTRE

# *Links Patrocinados e SEO*

e-book

tratativa

# SU- MÁ- RIO

Diferenças e afinidades entre Links Patrocinados e SEO

e-BOOK



Introdução



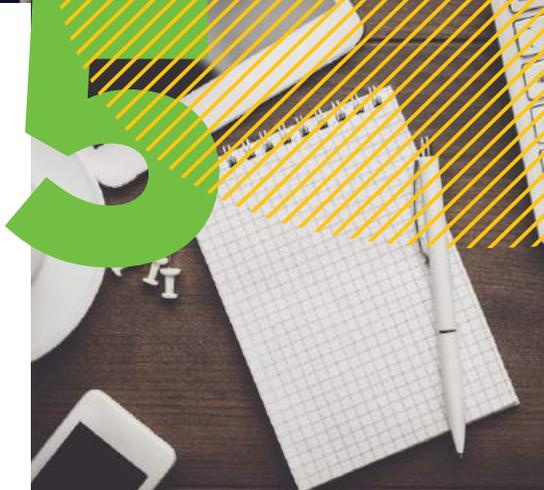
Entenda os Conceitos



Boas Práticas



A Gestão  
Estratégica



A Importância  
do Conteúdo



Conclusão

tratativa

INTRO-  
DUÇÃO AOS

# Links Patrocinados e SEO

# 1 INTRODUÇÃO AOS LINKS PATROCINADOS E SEO

*links patrocinados*  
+ **SEO**

tratativa

Marketing digital é mesmo um mar de oportunidades, concorda? Você pode ter um blog, páginas em redes sociais, site, enviar e-mails marketing, produzir conteúdo, contar sua história, compartilhar, interagir, criar e inovar de tantas maneiras diferentes que, muitas vezes, confundimos alguns conceitos, práticas e estratégias.

## diferenças e afinidades entre Links Patrocinados e SEO



Você não vai precisar decifrar termos técnicos nem procurar o dicionário para compreender os conceitos, suas

interdependências e como colocar essas estratégias em prática. Parece bom para você? Então vamos nessa!

Este é o caso dos links patrocinados e do SEO — Search Engine Optimization. Como estão intimamente ligados, às vezes fica difícil separar o que é um e o que é outro. Mas, como nosso lema é não parar de evoluir, o conhecimento está aqui, e **te mostraremos quais são as diferenças e afinidades entre SEO e Links Patrocinados de uma forma bastante didática e intuitiva.**



e-book

Diferenças e afinidades entre Links Patrocinados e SEO

# ENTENDA OS *conceitos*

**A**ntes de pensar na aplicação de cada estratégia, você precisa entender quais são os conceitos de SEO e Links Patrocinados.

**Ambos fazem parte de uma estratégia maior, o SEM — Search Engine Marketing**, por isso, vamos começar por aqui.



# Que é SEM



Diferenças e afinidades entre Links Patrocinados e SEO

e-BOOK

SEM, ou Search Engine Marketing, é um conjunto de estratégias voltadas para o marketing de busca, isto é, estratégias de marketing que ajudam sua empresa a se destacar nos mecanismos de busca, como Google, Yahoo, Bing, entre outros.

Com uma boa estratégia de SEM, você ganha maior visibilidade na internet, melhora

o posicionamento do seu site nos resultados de busca e, com isso, gera mais visitas para o seu site.

SEO e Links Patrocinados fazem parte das estratégias de SEM, por isso, estão sempre de mãos dadas!

# O QUE É SEO

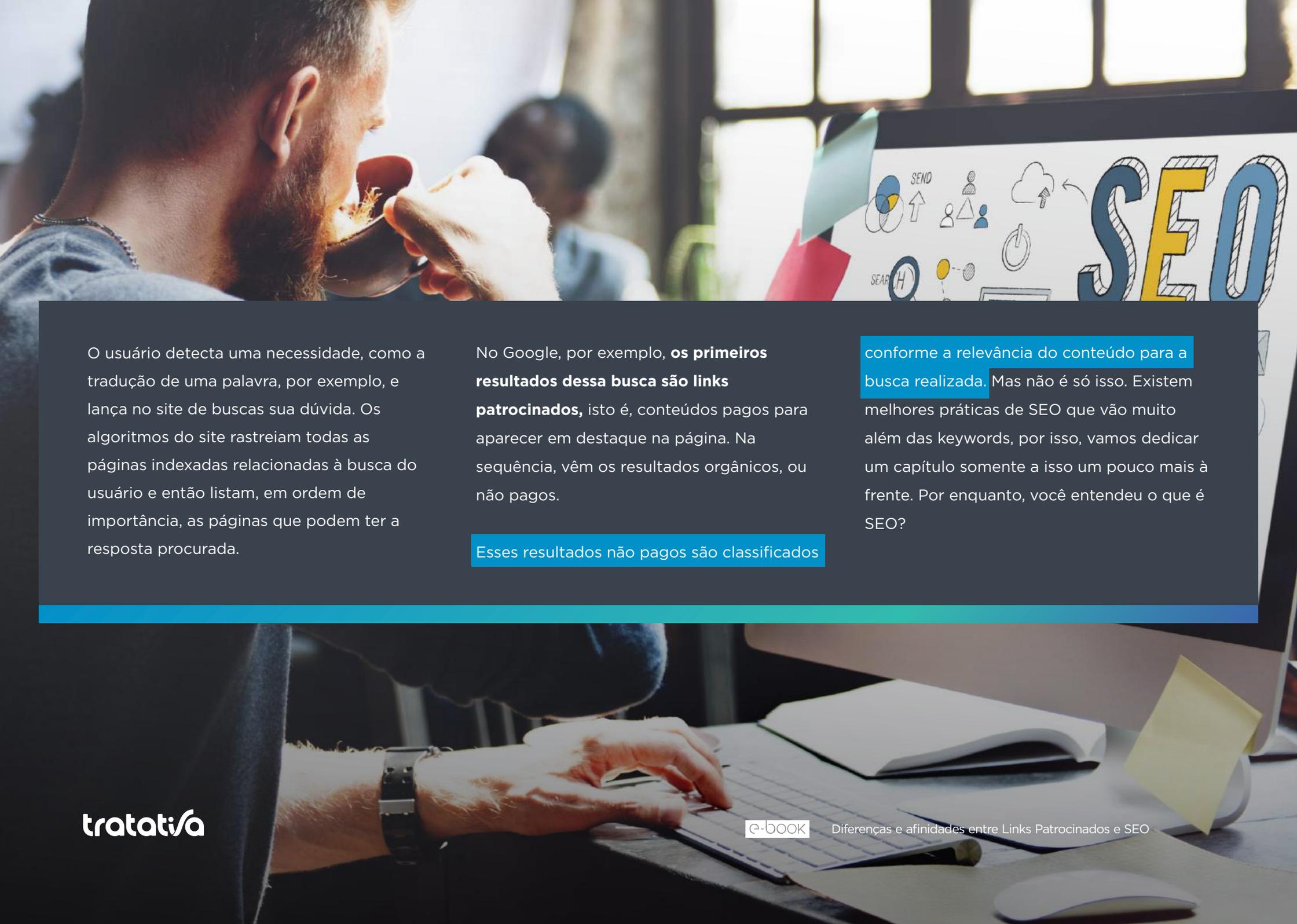
Search Engine Optimization, nosso tão aclamado SEO, é um conjunto de estratégias utilizadas para tornar um conteúdo mais amigável para os mecanismos de busca, ou seja, mais relevante e facilmente descoberto.

Como conteúdo, não entenda apenas o texto que você escreve, mas também a linguagem de programação utilizada no seu site, as

imagens, vídeos, gifs e outros elementos que possam ser identificados pelos mecanismos de busca e, assim, melhorar o seu posicionamento.

O SEO surgiu juntamente com os sites de busca, como forma de obter uma melhor classificação nos resultados. Por essa razão ele é baseado em palavras-chave — ou keywords —, que são a base de todas as buscas na internet.





O usuário detecta uma necessidade, como a tradução de uma palavra, por exemplo, e lança no site de buscas sua dúvida. Os algoritmos do site rastreiam todas as páginas indexadas relacionadas à busca do usuário e então listam, em ordem de importância, as páginas que podem ter a resposta procurada.

No Google, por exemplo, **os primeiros resultados dessa busca são links patrocinados**, isto é, conteúdos pagos para aparecer em destaque na página. Na sequência, vêm os resultados orgânicos, ou não pagos.

Esses resultados não pagos são classificados

conforme a relevância do conteúdo para a busca realizada. Mas não é só isso. Existem melhores práticas de SEO que vão muito além das keywords, por isso, vamos dedicar um capítulo somente a isso um pouco mais à frente. Por enquanto, você entendeu o que é SEO?

## O QUE SÃO *links patrocinados*

Como dissemos há pouco, links patrocinados são **conteúdos pagos para aparecer em destaque nos resultados de busca**. Também são chamados de anúncios pagos, por se tratarem de uma forma de alavancar uma ação, produto ou serviço na internet.

Os links patrocinados só são exibidos

quando a pesquisa do usuário e a palavra-chave que você utiliza no seu anúncio batem. Por exemplo, se você está em busca de uma agência de marketing digital e digita exatamente esse termo no Google, terá como primeiros resultados anúncios pagos por alguma agência de marketing digital.

Essa estratégia serve para que você chegue mais rápido ao seu público, sem precisar alcançar boas posições nos resultados orgânicos somente com o SEO, o que pode demorar um pouco. Além disso, os links

patrocinados permitem que você segmente o público que vai visualizar seu conteúdo, melhorando o desempenho da sua campanha de marketing com a atração de um público mais qualificado.

Como está sua empresa? No caminho certo para a implementação do SEO e dos Links Patrocinados? Então vamos para as melhores práticas!

# BOAS *práticas*

**S**EO é, de certa forma, uma isca, já que você sutilmente insere as palavras-chave que o seu público costuma utilizar em todo o conteúdo do seu site ou links patrocinados para que eles se tornem mais atraentes e, com isso, conquistem mais visitas ou cliques. **Para lançar essa isca, você precisa se atentar para algumas das melhores práticas de SEO e colocá-las em ação:**



## a. URL

URL é o endereço do seu site ou o link para a página de destino do seu link patrocinado. Otimizar esse elemento é fundamental porque ele é um dos primeiros a serem lidos pelos robôs de busca, ou seja, se a palavra-chave buscada está na URL, ponto positivo para você.

## b. META TAG DESCRIPTION

Se você usa motores de busca com frequência, sabe que logo abaixo do título da página listada vem uma breve descrição. Essa descrição se chama meta tag description e serve para dar um panorama do conteúdo da sua página. Para melhorar o SEO, insira palavras-chave nesse campo de forma natural, dizendo o que o leitor tem a ganhar clicando no seu link.

## c. TÍTULO DAS PÁGINAS

Cada página do seu site deve ter um título único, que reflita todo o seu conteúdo. Por exemplo, na página “Produtos e Serviços” você vai inserir todas as soluções que a sua empresa oferece. Mas o importante aqui é que “produtos” e “serviços” apareçam no título da página para que, mais uma vez, você se destaque e consiga conquistar mais posições nos resultados de busca.

## d. NAVEGAÇÃO

Também faz parte do SEO promover uma navegação tranquila, intuitiva, para os seus visitantes. Isso significa que eles têm que entender de primeira onde buscar as informações. Uma boa forma de otimizar sua página para melhorar a navegação é desenvolver um sitemap, ou mapa do site, onde conste toda a estrutura hierárquica das páginas. Os robôs de busca leem estas informações e retornam para o usuário respostas mais precisas em relação ao que eles estão buscando.



## e. LINKS INTERNOS

Links internos, ou âncoras, são links entre páginas do seu site, que fazem com que o visitante não vá embora. Ao terminar de ler um conteúdo, ele vai para outro e assim por diante, aumentando o tempo de permanência e contato com a sua comunicação. Se o seu conteúdo for de qualidade, vai gerar engajamento, compartilhamentos, comentários e, quem sabe, até vendas.

## f. ALT TEXT

SEO não é apenas para texto escrito, também é para imagens, vídeos, gifs e outros elementos que você possa inserir no seu site. Como os motores de busca não conseguem ler conteúdo visual, o que você faz é nomear esse conteúdo com a meta tag Alt Text, utilizando também palavras-chave. Assim, quando o usuário procura por uma imagem que corresponde à sua palavra-chave, também encontra o seu site.

## g. CÓDIGO HTML

HTML é uma linguagem de programação e forma toda a estrutura do seu site. O que você vê em imagens é criado a partir de códigos, isto é, texto. Sendo assim, nunca deixe de otimizar o código HTML do seu site com técnicas de SEO. Escolha suas palavras-chave e utilize-as em toda a estrutura do site.

## h. LINKS PATROCINADOS

Como dissemos, links patrocinados também são otimizados com SEO para que apareçam em destaque nos resultados de busca. Use as palavras-chave no título do anúncio, no texto, na chamada para a ação e também na URL. Assim, será bem mais fácil atrair as pessoas certas!

## EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO



e SEO

Diferença

e-BOOK

Alguns dizem que UX (User Experience) é o novo SEO. De fato, **a experiência do usuário é um grande fator de ranqueamento dos resultados de busca.** O Google já deixou claro o seu objetivo de servir as pessoas com conteúdos relevantes que forneçam uma experiência positiva para aquilo que elas estão buscando. Por isso, questões como uma boa arquitetura da informação, interfaces adaptadas para dispositivos móveis e o tempo baixo de carregamento das páginas são fatores que impactam diretamente no posicionamento dos sites nos resultados de busca.

Dessa forma, percebemos que uma boa estratégia de UX poderá também ser considerada uma boa estratégia de SEO, impactando positivamente o posicionamento do seu site nos mecanismos de busca.

Existem muitas outras práticas de SEO que você pode utilizar para melhorar sua presença digital. **Para não se perder no caminho, comece com essas e vá aprimorando suas estratégias ao longo do tempo.**

# A GESTÃO *estratégica*

**M**ais do que uma distribuição estratégica de palavras-chave por todo o seu site ou link patrocinado, **SEO é uma forma de alavancar o seu negócio no ambiente digital**, destacando-o por aquilo que você considera importante.



# 4. A GESTÃO ESTRATÉGICA

chaves  
PALAVRAS  
chave

A partir do momento que você tem sua estratégia de marketing digital definida, com objetivos claros e mensuráveis, você começa a pensar o SEO como forma de conduzir a empresa até esses objetivos.

Por exemplo, se você quer aumentar a autoridade da sua marca no mercado, o SEO deve refletir esse pensamento com o uso das palavras-chave certas, tanto na estrutura do site quanto no conteúdo que você produz e nos links patrocinados que você cria.

É no SEO que você vai concentrar esforços para fazer com que sua empresa seja conhecida como você deseja, transmitindo sua visão e missão. É também com ele que você vai fazer

com que as pessoas conheçam seus produtos e serviços e passem a considerá-los como opções de compra.

fazer com que sua empresa seja conhecida como você deseja



# SEO E A GERAÇÃO DE *leads*

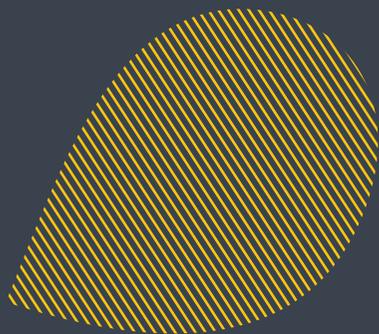
Gerar leads é estabelecer relacionamentos com pessoas que têm interesse real no que você produz. É travar um diálogo, entender o que essas pessoas procuram e fornecer valor a elas por meio de conteúdos exclusivos que as ajudem a tomar decisões de compra mais conscientes. E como você atrai leads?

Com SEO, é claro! Se um usuário de internet precisa de uma calculadora financeira e você vende calculadoras financeiras, é o SEO que vai proporcionar esse encontro, desde que você **otimize suas estratégias com a palavra-chave** “calculadora financeira”.

Tanto o conteúdo do seu site quanto seus links patrocinados terão essa palavra-chave inserida, fazendo com que você seja encontrado facilmente e passe a se relacionar com esse cliente em potencial.



# SEO E AS *conversões*



Links patrocinados são estratégias focadas em conversão. O grande objetivo é fazer com que o internauta clique no seu link e seja direcionado para uma página de destino que o leve a fazer o que você espera, como o download de um e-book ou a compra de um produto.

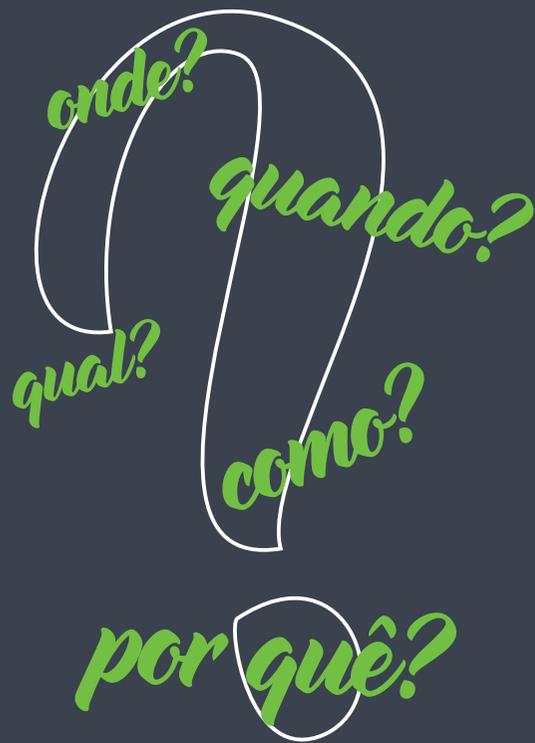
Quando seu SEO é efetivo, ele atrai as pessoas certas, ou seja, aquelas que terão maior disposição para comprar de você naquele momento. Essas pessoas são leads qualificados, que já conhecem seu produto ou serviço e estão em busca da solução imediata.

# A IMPORTÂNCIA DO *conteúdo*

**V**ocê deve ter percebido que falamos o tempo todo de conteúdo. Isso porque SEO é focado em **otimizar o conteúdo do seu site para que ele se destaque dos demais**. Mas como fazer isso? Que importância tão grande tem o conteúdo nisso tudo?



# 5 AS PESSOAS ESTÃO EM BUSCA DE CONHECIMENTO



Quando a internet abriu as portas para o mundo, abriu as portas para a criação e compartilhamento de conhecimento.

Tudo o que buscamos na internet tem a ver com perguntas como “Quando?”, “Como?”, “Por quê?”, “Quem?”, “Onde?”, “Para quê?” e “Qual?”, entre outras que têm como objetivo sanar a curiosidade, tirar uma dúvida, conhecer um processo, entender alguma coisa. E é por isso que a criação de conteúdo de valor se destaca como uma das principais estratégias de marketing digital.

Ao compartilhar o seu conhecimento você atrai pessoas interessadas no seu nicho de mercado, desperta o interesse, ajuda, educa, informa e entretém, que é o que todos os usuários estão buscando na internet.

E qual é o princípio de toda essa interação? Palavras-chave, ou seja, SEO. Se você tem um conteúdo otimizado,

melhora consideravelmente suas chances de fazer com que o seu conhecimento chegue ao público certo.

**fazer com que sua empresa seja conhecida como você deseja**



# CONTEÚDO ÚTIL GERA *autoridade*

À medida que você se torna conhecido pelo conteúdo que compartilha, ganha autoridade no mercado, torna-se referência. Sites que são muito acessados, que têm links de outros sites apontando para suas páginas, são bem vistos pelos mecanismos

de busca. Quanto mais visitas você recebe, mais pessoas compartilham o que você diz e melhor é o seu posicionamento nos resultados de busca, ampliando ainda mais sua visibilidade na internet.



## O CONTEÚDO É *móvel*



Com o aumento no número de usuários de dispositivos móveis, o conteúdo se tornou acessível em qualquer lugar. O usuário não precisa estar na frente de um computador para fazer uma pesquisa, tampouco você precisa de estratégias separadas para ambos ambientes. O conteúdo que você produz é único, mas é flexível, adaptável e serve a todos os perfis de consumidores online. Portanto, seu SEO está onde seu conteúdo estiver.

# COM CONTEÚDO, VOCÊ ATRAI O *público certo*

Se posicionamento nos mecanismos de busca dependesse apenas de palavras-chave, bastaria que você preenchesse uma página inteira do seu site com as palavras-chave do seu negócio e pronto: tudo estaria

resolvido. Mas as coisas não são assim.

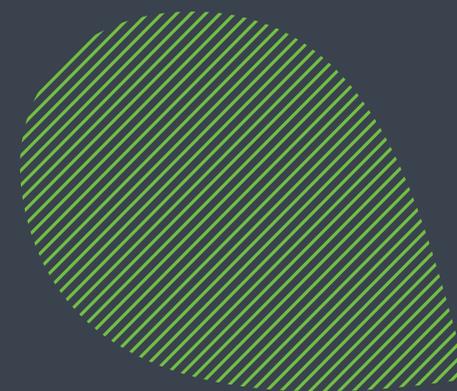
O que atrai de verdade o internauta é a qualidade do seu conteúdo. O valor que você tem a oferecer, o conhecimento, o diferencial, a sua Ferrari. O SEO é o motor dessa Ferrari, o que vai fazer com que seu conteúdo ganhe velocidade, admiração, que vai fazer as pessoas pararem para olhar para ele.



# CONTEÚDO TAMBÉM *fideliza*

Quando você encontra uma pessoa interessante, você quer saber mais sobre ela, certo? Investiga redes sociais, procura e-mail, telefone, blog, qualquer informação que coloque você em contato direto com ela. O conteúdo funciona da mesma forma.

Num primeiro momento, ele atrai. Mas, depois que o usuário descobre que ele é interessante, ele continua voltando. E espera que você compartilhe outros conteúdos, comenta, replica para outras pessoas, recomenda. E isso se chama fidelização: uma coisa **difícil de conquistar, mas que traz grandes resultados para uma empresa.**



# AGORA É HORA DE COLOCAR EM *prática*

**S**eparar SEM, Links Patrocinados, SEO e conteúdo é algo impossível de se fazer. Eles fazem parte de uma estratégia integrada de marketing digital, que leva em consideração todas as formas de relacionamento de uma empresa com seu público-alvo, conduzindo ao sucesso. **Se você deixa de considerar um desses elementos, sua estratégia não está completa**, portanto, os resultados não são os melhores.



## Compreender os conceitos

Compreender os conceitos dessas estratégias e como aplicá-las na sua empresa é fundamental para que você possa mensurar os resultados e buscar a melhoria contínua, afinal, marketing online é isso, evoluir sempre!

Esperamos que você tenha gostado desse

e-book e que possa aproveitar esse conhecimento para melhorar a performance da sua empresa com marketing digital. Se quiser ir mais a fundo nesses e em outros temas, fique à vontade para visitar o nosso blog e acompanhar as novidades!

e-book

Diferenças e afinidades  
entre Links Patrocinados  
e SEO

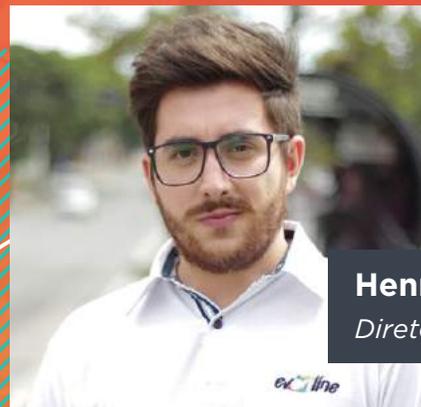
esperamos que  
você tenha gostado  
desse conteúdo.



tratativa

não pare de evoluir

tratativa.com.br



projeto gráfico  
+ conteúdo

**Henrique Baptista**  
*Diretor de Criação*

diagramação



**Mikhael Gusso**  
*Estagiário de  
Design Gráfico*