



SEO CHECKLIST

Seu Blog na primeira página do Google. Ajuste suas páginas e seu site e fique no topo das buscas.

Autora: Lídia Stateri

www.minhacasameunegocio.com.br | Blog de Empreendedorismo

Ebook SEO Checklist

Esse ebook foi especialmente construído para ser um guia de otimização do seu site e dos seus artigos. Pense nele como um tutor que informa o que deve ser feito. Nele você irá encontrar as melhores práticas de SEO.

Fique atento, **não faça apenas a otimização das descrições e dos títulos**, essas otimizações não são suficientes para posicionar bem os seus artigos.

Para que você acredite no que eu te informo, busque no Google “dirigir no Reino Unido” ou “Rentalcars é confiável”, você encontrará meus artigos, do meu blog de viagem www.estanamira.com.br. Vamos ao trabalho.



SEO CHECKLIST

CHECKLIST DE TAREFAS QUE VOCÊ FARÁ

ANÁLISE DO WEBSITE	3
ANÁLISE DOS COMPETIDORES	9
PESQUISA DE PALAVRAS-CHAVE.....	12



ANÁLISE DO WEBSITE

CONTEÚDO DAS PÁGINAS

- Use de 2 a 5 vezes as palavras chaves primárias e secundárias onde for relevante,
- Procure usar a palavra-chave no início do primeiro parágrafo,
- Procure utilizar as palavras chaves nos títulos H2 H3,
- Tenha certeza que seu conteúdo é original,
- Tenha sempre em mente um conteúdo de qualidade,
- Imagens definidas com o atributo ALT, alinhadas as palavras chaves,



SEO CHECKLIST

- ☑ Revisão dos tamanhos das imagens (rápido carregamento),
- ☑ Fique atento a quantidade de palavras, atualmente um conteúdo profundo tem aproximadamente 2000 palavras,
- ☑ Tenha claro o objetivo da página alinhado ao título,
- ☑ Verifique se às chamadas à ação estão claras (conversão, venda, captura de clientes etc.),
- ☑ Revisão da Semântica HTML (H1 H2 H3 H4 utilizados adequadamente).



SEO CHECKLIST

LINKS NA PÁGINA (INTERNOS E EXTERNOS)

- Inserir um número relevante de links internos na página, não apenas para a homepage,
- Assegurar que o texto âncora é diferente do texto do título da página linkado,
- Tente inserir um link externo no primeiro parágrafo.

DESCRIÇÕES DAS PÁGINAS

- As descrições devem ter entre 100 e 150 palavras,
- inclua as palavras-chaves primárias e se possível as secundárias,



SEO CHECKLIST

- ☑ Evite incluir palavras-chaves não utilizadas no conteúdo (keyword stuffing),

TÍTULO DAS PÁGINAS

- ☑ Os títulos devem ter menos de 70 caracteres,
- ☑ Sempre inclua sua palavra-chave, de preferência no início do título,
- ☑ Crie títulos específicos e únicos (não copie da concorrência),
- ☑ Evite incluir palavras-chaves não utilizadas no conteúdo (keyword stuffing).

ESTRUTURA DA URL



SEO CHECKLIST

- ☑ URLs amigáveis à pesquisa,
- ☑ Coloque no slug as palavras chaves separadas por traços.

TEMPO DE CARREGAMENTO DO SITE

- ☑ Assegure-se que a página carrega em menos de 3 segundos, tenha como meta 1,5 segundos,
- ☑ Verifique o tempo de carregamento de suas imagens, use sites como o GTMetrix,
- ☑ Se o tempo de carga está muito grande, se você utilizar o WordPress retire algum plugin e refaça o teste, alguns plug-ins impactam negativamente no site,



SEO CHECKLIST

- ☑ Utilize temas leves, de preferência temas Premium. Se trabalha com marketing de afiliados recomendo 2 temas **Centive Avante** ou **Avenger**.

LAYOUT DA PÁGINA

- ☑ Facilidade de leitura / uso,
- ☑ Verifique se o seu site é responsivo (celulares, tablets, computadores),
- ☑ Se trabalha com marketing de afiliados recomendo 2 temas **Centive Avante** ou **Avenger**.

VERIFIQUE ERROS DO SITE

- ☑ Assine o recebimento de erros do Google Search Console e corrija todos os erros que forem detectados,



SEO CHECKLIST

- Crie uma rotina para checar os erros do site como no NeilPatel ou GTMetrix.

INTEGRAÇÃO A SOCIAL MEDIA

- Canais Ativos visíveis nas páginas (cabeçalho e rodapé),
- Botões de Compartilhamento.

ANÁLISE DOS COMPETIDORES

LISTA DE SITES COMPETIDORES

- Listar 2-3 concorrentes especializados em áreas.



SEO CHECKLIST

ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS COMPETIDORES

- Principais páginas,
- Qualidade do conteúdo,
- Tipo de Conteúdo,
- Frequência de atualização,
- Chamada à Ação.

MÍDIAS SOCIAIS

- Canais ativos,
- Nível de engajamento,
- Frequência,
- Relacionamento com influenciadores,
- Marcas pessoais dentro da marca.



SEO CHECKLIST

ANÁLISE DE TRÁFEGO

- Alexa.com,
- Compwise.com,
- Hitwise.com,
- Quantcast.com,
- Semrush.com.

ANÁLISE DE LINKS

- Número total de links de entrada,
- Número total de link,
- Conteúdo de criação de link,
- Qualidade dos links,
- Fonte da geração de links,
- Facilidade de replicação,
- Canais de distribuição.



PESQUISA DE PALAVRAS-CHAVE

USE FERRAMENTAS DE PESQUISA DE PALAVRAS-CHAVE

- Ubersuggest,
- Soolve,
- SEMruch,
- Google Keyword tools.

CRIE A LISTA DE PALAVRAS-CHAVE EM UMA PLANILHA

- Faça pesquisas usando as ferramentas acima usando o seu site e dos competidores,



SEO CHECKLIST

- ☑ Fortaleça as palavras chaves que tem direcionando tráfego do Google Search Console,
- ☑ Faça uma pesquisa ou análise dos consumidores (passados ou presente),
- ☑ Verifique nas Mídias Sociais e as Menções dos clientes ou potenciais clientes e identifique novas palavras-chaves.

TABULE AS PALAVRAS-CHAVES

- ☑ Relevância
- ☑ Volume
- ☑ Dificuldade para tráfego orgânico e pago
- ☑ Valor por conversão
- ☑ Estimativa do custo do tráfego.



SEO CHECKLIST

IDENTIFIQUE QUAIS PALAVRAS-CHAVES VOCÊ IRÁ PRIORIZAR

- Selecione as palavras-chaves que você irá utilizar
- Identifique frases com as palavras-chave para utilização nos textos

CONCLUINDO

Depois que você trabalhar nas otimizações, não se esqueça de me falar de como você conseguiu melhorar seu ranking.

Fique atento que não a mudança não será da noite para o dia, até que os mecanismos de indexação passem



SEO CHECKLIST

novamente em todos os sites e verifiquem a mudança de sua qualidade.

Te vejo nos top 10 do Google!

Lídia Stateri



www.minhacasameunegocio.com.br

Página 15