

O QUE É

SEO?

UM GUIA COMPLETO PARA LOJISTAS

LOJA PERFEITA



O que é SEO? Um guia completo para lojistas

Existem diferentes estratégias que contribuem para **aumentar a visibilidade de um negócio na internet**. O SEO é uma das mais eficazes na geração de visitas para um site.

Neste e-book, você entenderá em detalhes o que é SEO, quais são as suas principais técnicas e como usá-lo em benefício da sua loja de materiais de construção.

Ao final desta leitura, você terá todas as informações para dar o pontapé nas estratégias de SEO do seu negócio. Acompanhe!

LOJA **PERFEITA** 

ÍNDICE

1. O que é SEO? _____	4
2. Qual é a importância do SEO para lojas de materiais de construção? _____	6
3. Quais são os tipos de SEO? _____	8
4. Quais são as principais ferramentas de SEO? _____	13
5. Como começar uma estratégia de SEO? _____	17
6. Para ir além: GEO e novo SEO _____	20
Conclusão _____	22
Sobre o projeto Loja Perfeita _____	23





O que é SEO?

SEO é a sigla para *Search Engine Optimization* — que, em português, significa **“Otimização para Mecanismos de Busca”**.

Trata-se do conjunto de estratégias voltadas para tornar páginas e conteúdos mais “visíveis” para os buscadores, como o Google. Como resultado, elas **umentam as chances de um site aparecer nas páginas de resultados** do mecanismo de pesquisa (SERP) da busca orgânica.

Em outras palavras, o SEO é uma maneira de **posicionar uma marca** na internet sem o investimento direto em publicidade.

A estratégia consiste em **melhorar a posição do site** nos resultados de busca e, conseqüentemente, as chances de ele aparecer para potenciais clientes.



Anúncio

[Blue bar]

[Green bar]

[Grey bar]

[Grey bar]

Anúncio

[Blue bar]

[Green bar]

[Grey bar]

[Grey bar]

[Blue bar]

[Green bar]

[Grey bar]

[Grey bar]

[Blue bar]

[Green bar]

[Grey bar]

[Grey bar]



BUSCA PAGA



BUSCA ORGÂNICA



Qual é a importância do SEO para lojas de materiais de construção?

A otimização para mecanismos de busca contribui para que o negócio **aumente a sua visibilidade online, atraindo novos clientes e potencializando os resultados** de vendas.

A seguir, você confere outros motivos que tornam o SEO tão **importante** para as empresas. Dá uma olhada!

Atração de tráfego qualificado

Um SEO bem feito contribui para **conquistar um público mais qualificado para o site**, ou seja, alcançar as pessoas certas.

Com uma base realmente interessada, o endereço digital ganha relevância na web e abre portas para melhores resultados de conversão de visitantes em clientes.

Possível redução de custos com publicidade

O SEO é uma **estratégia orgânica**; dessa forma, é possível diminuir os investimentos em publicidade paga. Diferentemente dos anúncios feitos no Google, na Meta e em outras plataformas, a otimização potencializa a presença online da loja sem recursos diretos em campanhas.

⚠ Mas vale uma observação: mesmo que não seja necessário pagar para exibir o site, é preciso fazer outros investimentos. Contratação de especialistas e criação de conteúdos são custos geralmente atrelados a essa tática.

Fortalecimento da marca e da confiança

Pesquisa da [Conversion](#), empresa de SEO, indica que os brasileiros confiam mais em resultados de busca orgânicos do que em links patrocinados. Dessa forma, aparecer na SERP organicamente é uma maneira de **reforçar de modo positivo** a imagem da loja.

A visibilidade fortalece a confiança do consumidor — o que é essencial para lojistas que buscam expandir a marca e consolidar presença no mercado. Quanto mais um site se destaca nas buscas, mais ele é visto como referência.



Quais são os tipos de SEO?

A otimização para mecanismos de busca é uma estratégia bastante ampla.

Nesse sentido, existem **diversos tipos de SEO** que podem ser aplicados para otimizar a presença online de uma loja. Os principais são:

- Técnico;
- On-page;
- Off-page;
- Local.

Confira detalhes sobre cada um deles!



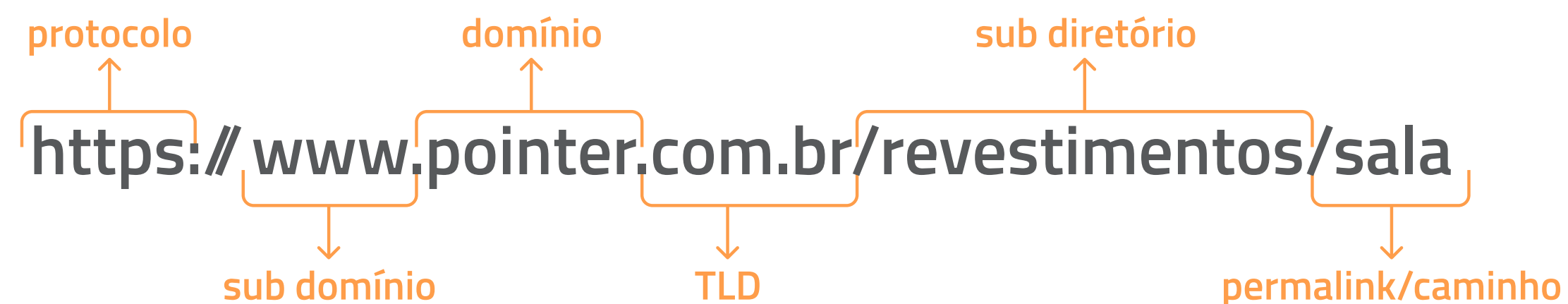
SEO técnico

Práticas que visam **otimizar a infraestrutura do site** estão relacionadas ao SEO técnico. O objetivo é tornar o endereço digital mais acessível para os mecanismos de busca. Entre as ações comuns, estão:

- Carregamento rápido das páginas;
- Responsividade, que é a adaptação do website para vários tamanhos de tela;
- Estrutura de URL amigável.

Basicamente, o SEO técnico é a base sobre a qual as demais estratégias são construídas, fazendo com que o site funcione bem tanto para os usuários quanto para os buscadores.

Estrutura de uma URL

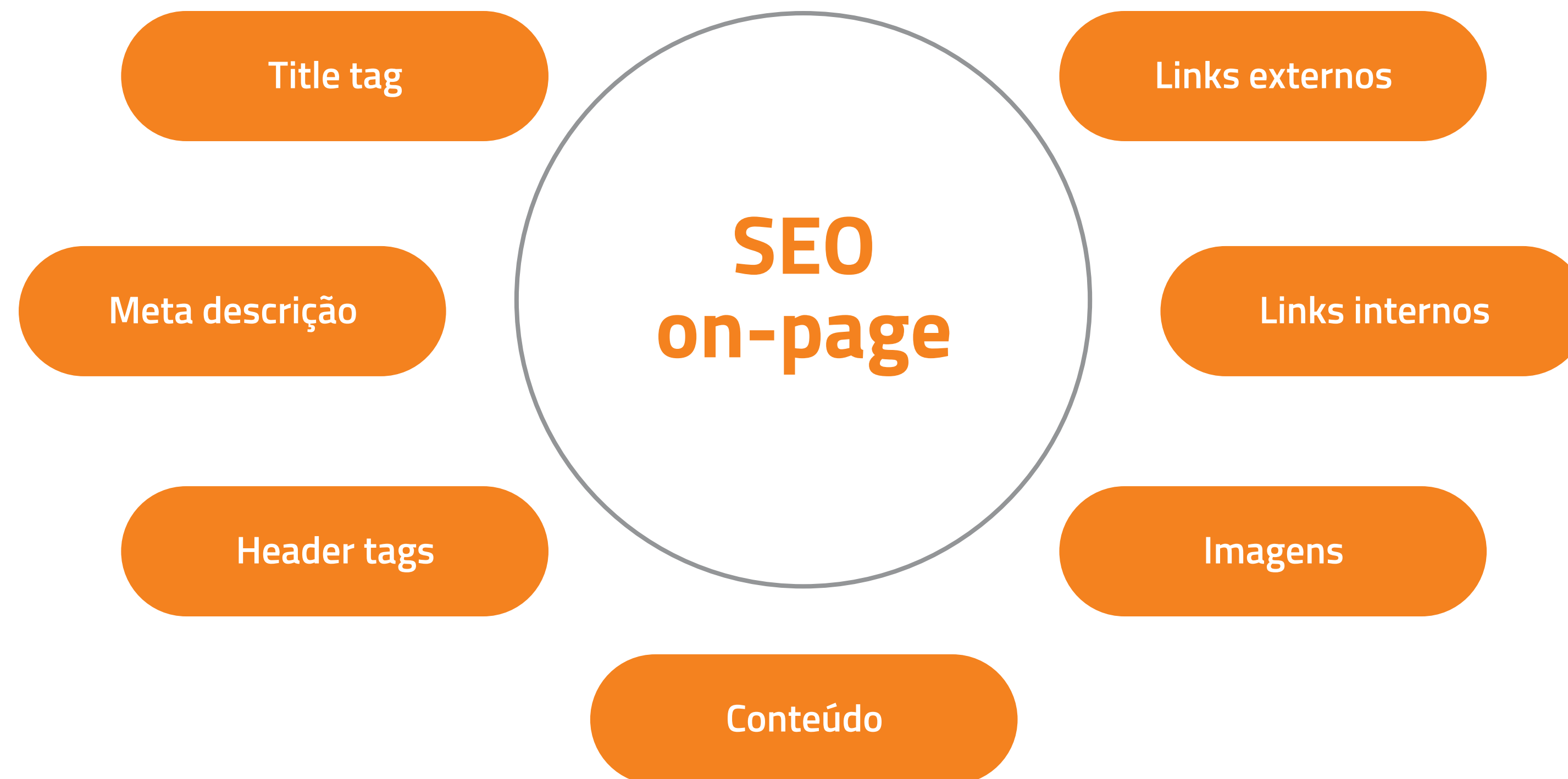


SEO on-page

Já o SEO on-page abrange práticas que podem ser realizadas diretamente nas páginas do site. Isso inclui:

- Pesquisa e inserção de palavras-chave relevantes no conteúdo;
- Utilização de tags de cabeçalho para organizar as publicações;
- Otimização de imagens, com tamanho adequado e textos alternativos.

O foco do SEO on-page é melhorar a relevância do website para os mecanismos de busca, **mostrando para eles que os conteúdos são adequados.**



SEO off-page

O SEO off-page, por sua vez, envolve ações realizadas fora do endereço digital que impactam o seu posicionamento nos resultados de buscas. Uma das principais práticas desse tipo é a construção de **backlinks** (links de outros sites apontando para o seu), que contribuem para aumentar a autoridade.

Portanto, o SEO off-page é uma maneira de **tornar o website mais respeitável**, aumentando a sua credibilidade frente aos buscadores.



SEO local

O **SEO local** é especialmente importante para empresas que atuam fisicamente ou que tenham estratégias para determinadas regiões. A tática foca na otimização para buscas relacionadas a determinada localização geográfica.

Práticas comuns incluem a criação de uma página no **Google Meu Negócio**, onde se pode fornecer informações como endereço, telefone e horário de funcionamento. Além disso, o uso de palavras-chave relativas ao local e a inclusão de avaliações são essenciais.

O objetivo do SEO local é fazer com que a loja apareça nos resultados de buscas para consumidores próximos, aumentando as chances de visitas.





Quais são as principais ferramentas de SEO?

Algumas ferramentas são essenciais para a otimização. Afinal, elas possibilitam **identificar oportunidades**, **monitorar resultados e implementar melhorias**, entre outras ações. Conheça as principais soluções em SEO.



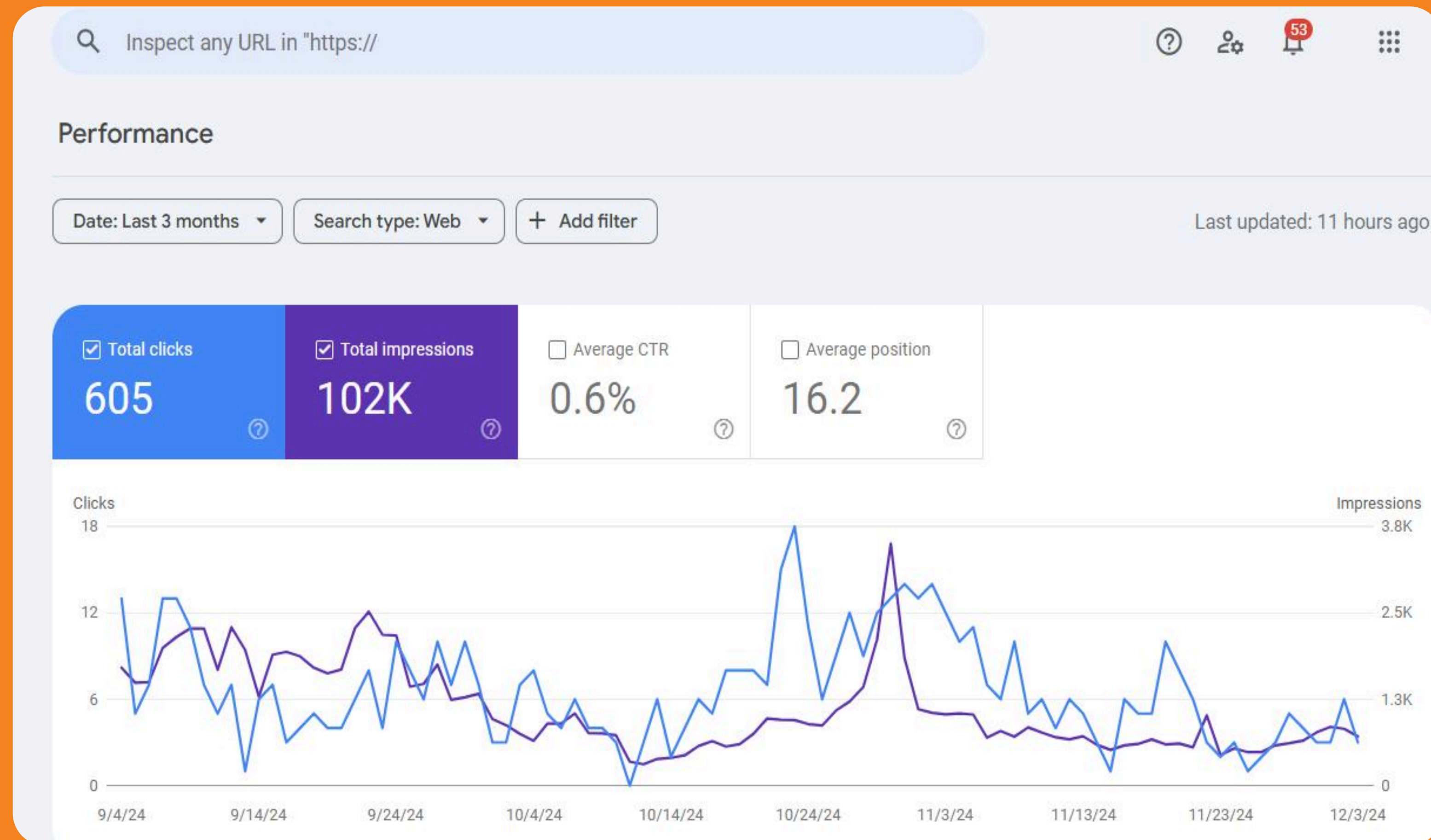
Esta, talvez, seja uma das mais abrangentes e usadas ferramentas de SEO. O Semrush oferece análises de concorrência, pesquisa de palavras-chave e auditorias de site. Ainda que tenha planos pagos, é possível usar parte dos serviços de modo gratuito.





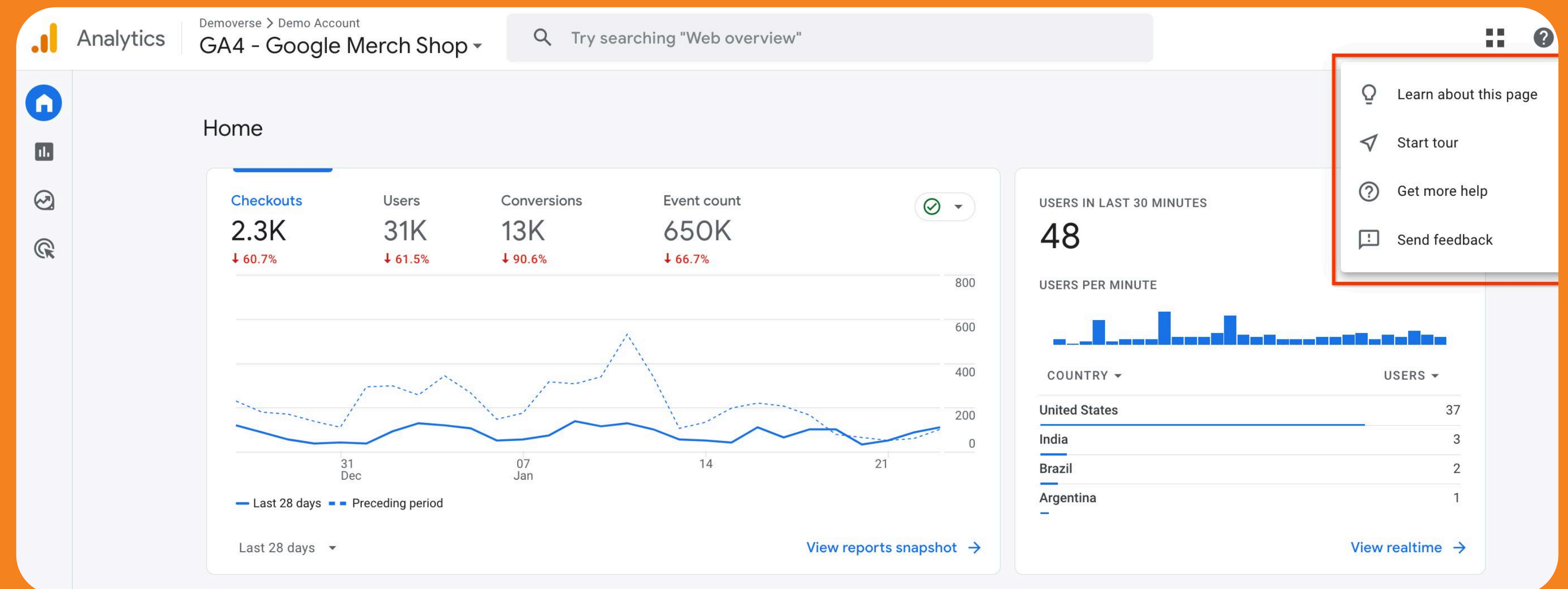
Google Search Console

A ferramenta do Google mostra como o principal buscador da atualidade vê o seu website. Totalmente gratuito, o Search Console fornece informações sobre desempenho nas buscas, indexação de páginas e eventuais problemas técnicos.





Ainda que o Google Analytics não seja necessariamente uma ferramenta voltada para SEO, ele serve para monitorar o tráfego do site. A solução fornece, sem custos, dados detalhados sobre visitantes, origem deles, páginas mais acessadas e comportamento.





Como começar uma estratégia de SEO?

Depois de conferir o que é a otimização para mecanismos de busca, está na hora de entender como ela pode ser colocada em prática. Confira, a seguir, um **passo a passo para iniciar uma estratégia de SEO de sucesso** para a sua loja de materiais de construção!

Fortalecimento da marca e da confiança

Já falamos aqui sobre as **palavras-chave**. Mas, afinal, o que são elas?

Tratam-se de termos usados pelas pessoas para realizar buscas online, como “loja de materiais de construção em São Paulo”. Entender quais são os mais usados pelo público-alvo do seu negócio é fundamental para posicioná-lo bem na internet.

Ferramentas como **Google Trends**, **Google Keyword Planner**, **Ubersuggest** e o já mencionado **Semrush** ajudarão você a encontrar os termos buscados pelo seu potencial cliente.

Por exemplo, pesquise por palavras-chave como “porcelanato polido” nessas plataformas e veja o volume de pesquisas.

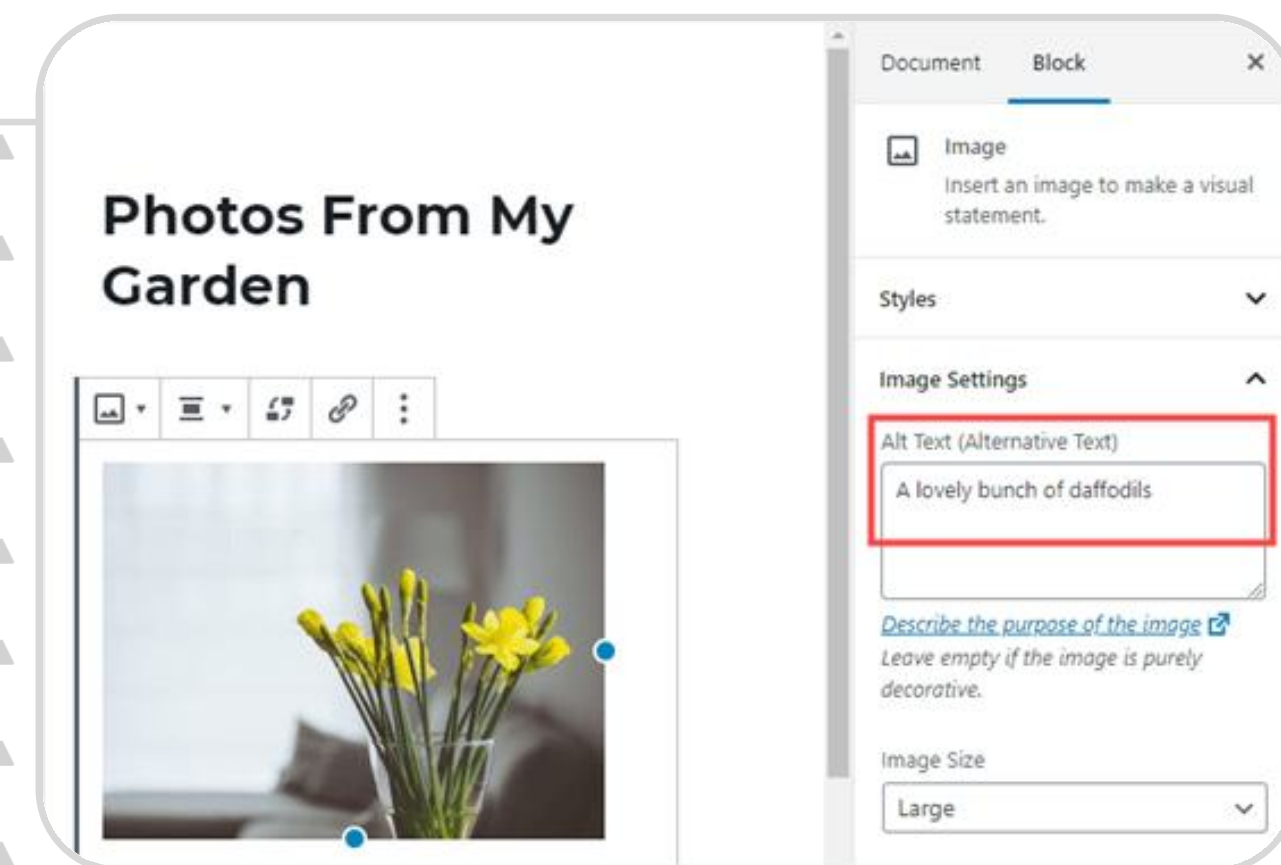
Então, foque em termos com boas buscas e baixa concorrência. Anote-os, pois eles serão essenciais para o conteúdo do seu endereço digital.

Otimize o site

Em seguida, aplique as palavras-chave separadas na etapa anterior nas páginas do seu website. Coloque-as em **títulos, descrições e nos textos publicados**.

Além disso, **otimize as imagens**, utilizando textos alternativos e nomes que descrevam as fotos. Em vez de apenas “piso1.jpg”, por exemplo, use **“revestimento-ceramico-branco.jpg”**.

Melhore também a velocidade do site, utilizando ferramentas como o **Google PageSpeed Insights**, para identificar e corrigir problemas que prejudiquem a experiência do usuário.



Crie conteúdo relevante

Além da otimização de páginas e elementos, produza **textos, imagens, vídeos e outros materiais** que atendam às necessidades e aos interesses dos seus clientes.

Elabore **blog posts, infográficos ou podcasts** sobre temas relacionados aos produtos e ao universo da marca, como “como escolher o revestimento para a sua casa” ou “tendências de design de interiores”.

Além de educar os seus visitantes, isso aumenta a probabilidade de que eles **compartilhem** o seu conteúdo e voltem ao site, melhorando o seu SEO de modo geral.

Construa backlinks

Lembra das estratégias de SEO off-page? Pois elas também devem ser colocadas em prática. Para tanto, busque parcerias com outros **sites para obter backlinks**.

Por exemplo, você pode oferecer textos para blogs relacionados ao seu setor, em troca de um link para a sua loja. Isso gera **tráfego qualificado** e contribui para a credibilidade do seu website.

Monitore resultados e faça ajustes

Após todo esse trabalho, é preciso entender o que efetivamente funciona, não é mesmo? Por isso, **use ferramentas de SEO** para acompanhar o desempenho do seu endereço digital. Analise métricas como o número de visitantes, a taxa de cliques e o posicionamento nas buscas.

Se um conteúdo específico está gerando muitos acessos, considere **criar mais materiais** semelhantes ou melhorar o que já existe.



Para ir além: GEO e novo SEO

Agora que você já sabe **o que é a otimização** para mecanismos de busca e **como aplicá-la** em benefício da sua loja, temos uma dica extra.

Com a **evolução das tecnologias** e as mudanças no comportamento dos usuários, **novas estratégias** estão surgindo e complementando o SEO.

O *Generative Engine Optimization (GEO)* é uma dessas novidades. Ele foca em **plataformas que usam Inteligência Artificial (IA), como Gemini e Bing Chat.**

Essas soluções oferecem **respostas diretas e interativas**, em vez de simplesmente listar links. O GEO, então, otimiza a visibilidade de conteúdos nas páginas considerando esses novos algoritmos de busca.

... Por outro lado,

o novo SEO, ou *Search Everywhere Optimization*, se concentra em ampliar a presença digital das marcas em diversas plataformas, não apenas no Google. Ele surgiu em resposta às mudanças nos comportamentos dos usuários, que agora utilizam redes sociais, marketplaces e outras ferramentas para pesquisar. A tabela a seguir resume as **principais diferenças e semelhanças entre SEO, GEO e o novo SEO**.

	SEO "tradicional"	GEO	Novo SEO
Foco	Google e outros mecanismos de busca	Mecanismos de busca com IA	Diversas plataformas digitais
Abordagem	Listagem de links	Respostas interativas	Visibilidade ampla
Conteúdo	Otimização voltada para os principais buscadores	Otimização para plataformas que usam IA	Materiais adaptados para várias plataformas
Interação	Principalmente passiva	Conversacional e dinâmica	Ativa, via redes sociais e marketplaces
Objetivo	Melhorar o ranqueamento nos mecanismos de busca	Aumentar a visibilidade nas respostas de IA	Maximizar a presença digital

As estratégias se **complementam**, oferecendo boas alternativas para lojistas que desejam melhorar a sua presença digital. Adotar SEO tradicional, GEO e novo SEO é uma maneira para **ampliar o alcance na internet** e atender às novas demandas dos consumidores.



Conclusão

Agora, que tal relembrar os principais pontos sobre o assunto? Confira um resumo:

- **O que é SEO:** conjunto de estratégias para otimizar páginas e melhorar o posicionamento de sites nos mecanismos de busca — com foco no Google;
- **Qual é a sua importância para as lojas:** ajuda a aumentar a visibilidade online e atrair clientes qualificados;
- **Quais são os tipos mais comuns de SEO:** técnico, on-page, off-page e local;
- **Quais são as principais ferramentas:** Semrush, Google Analytics e Google Search Console;
- **GEO e novo SEO:** o primeiro foca na otimização para IA e o segundo amplia a presença digital em diversas plataformas.



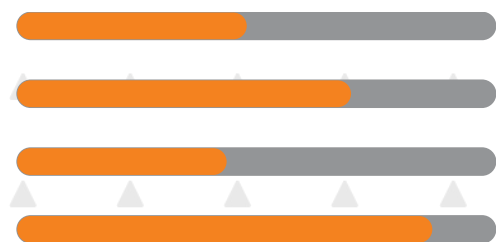


Sobre o projeto Loja Perfeita

A Loja Perfeita oferece soluções para quem deseja se destacar no mercado de construção. Ajudamos você, lojista, a encontrar produtos e informações que atendam às demandas do seu negócio.

Quer saber como podemos contribuir para o sucesso da sua empresa? Então, [se conecte com uma comunidade ativa de empreendedores](#) que compartilham dicas, novidades e experiências valiosas!

Também aproveite para acompanhar as nossas redes sociais!





UM PROJETO **POINTER +VC**

