

# MARKETING DIGITAL

Publicidade e Marketing  
Aula 3

# HOJE NO MENU



**COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE**



**TÉCNICAS  
DE SEO**



**GOOGLE  
ADS**

# HOJE NO MENU



**COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE**

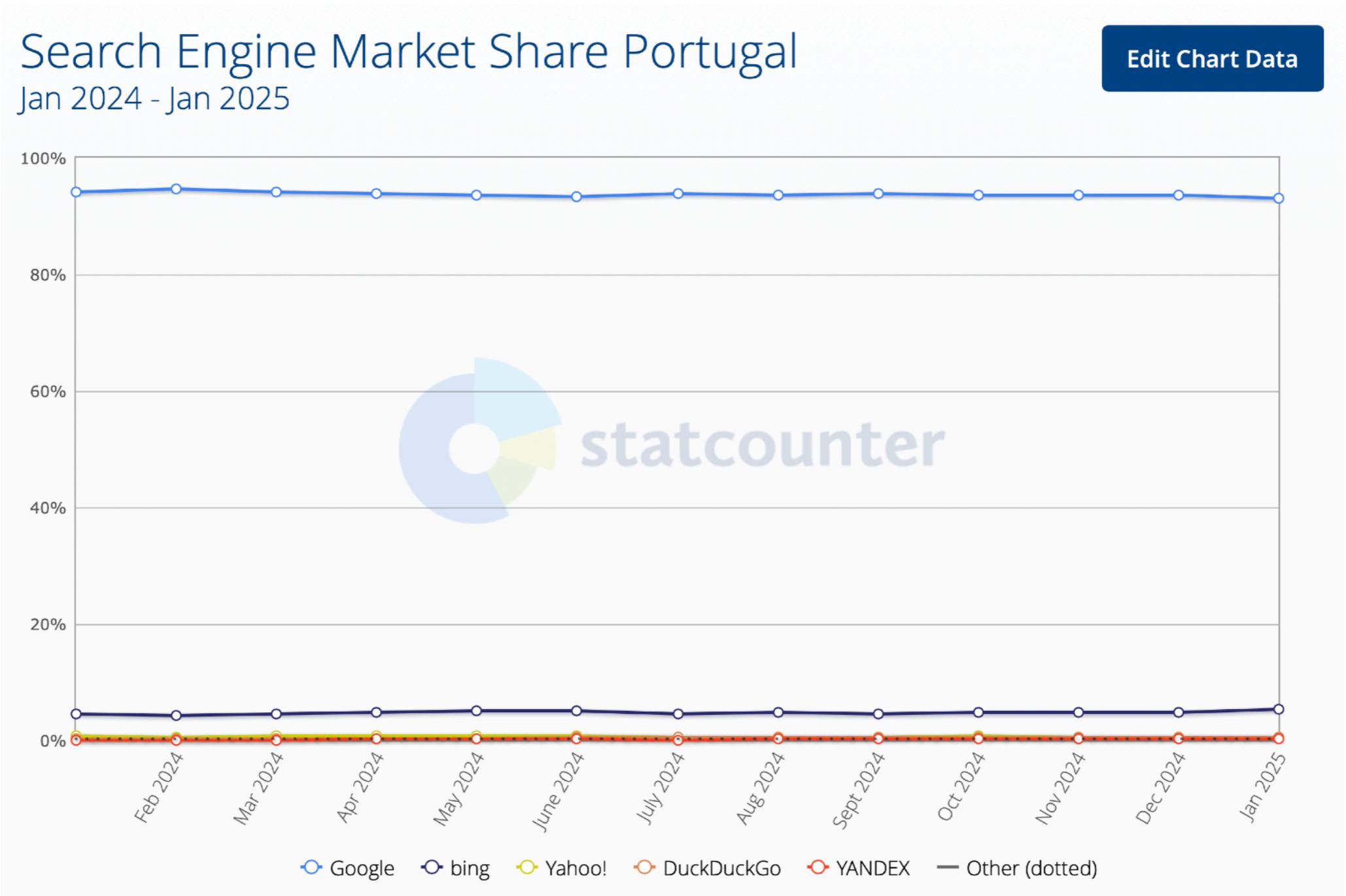


**TÉCNICAS  
DE SEO**



**GOOGLE  
ADS**

# MARKET SHARE (PT)



**Fonte:** [StatCounter](#), 2025

# NOVAS TENDÊNCIAS

ChatGPT / Claude / Gemini / DeepSeek

What can I help with?

Ask anything

+ Attach

Search

Reason

Voice

Analyze data

Help me write

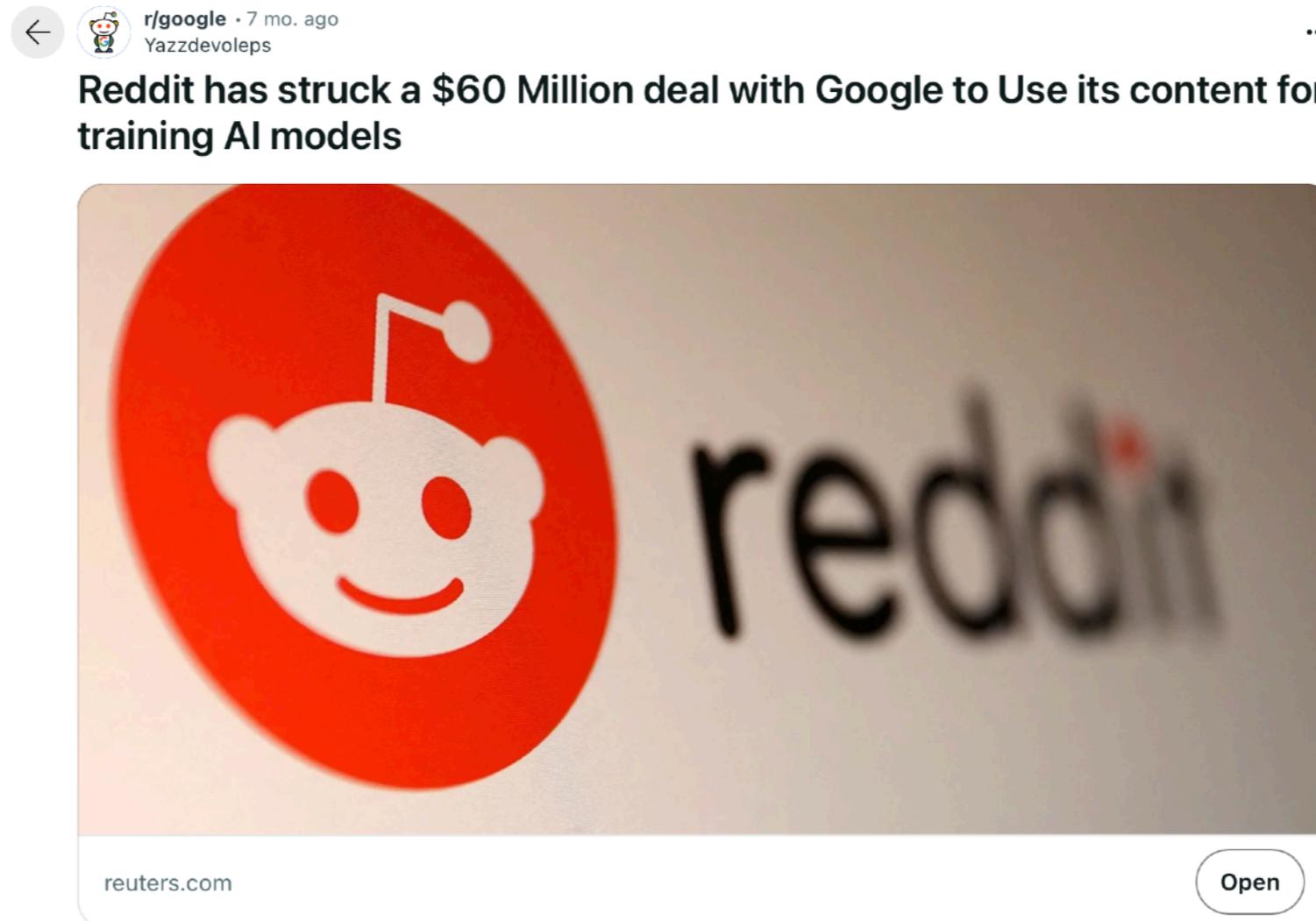
Summarize text

Brainstorm

Code

More

# NOVAS TENDÊNCIAS



ARTIFICIAL INTELLIGENCE / TECH

**OpenAI's news publisher deals reportedly top out at \$5 million a year** / The ChatGPT company has been trying to get more news organizations to sign licensing deals to train AI models.

# NOVAS TENDÊNCIAS

## Perplexity / Morphic

What do you want to know?

Ask anything...

↻ Auto ▾



Introducing deep research

The most powerful way to conduct in-depth research and analysis.



🌤️ 13°C

Lisbon

Clear

H: 15° L: 9°



World's First Two-Way  
Brain-Computer...

🏆 Sports

Choose your teams

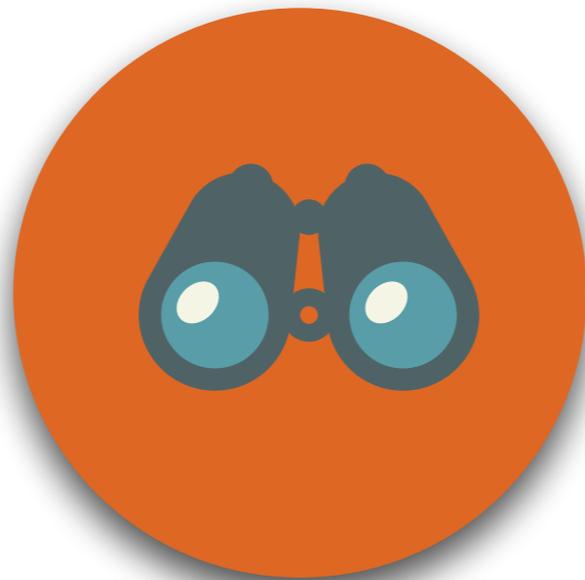
**COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE?**



# AS 3 FASES



**CRAWLING**



**INDEXING**



**RANKING**

# CRAWLING

**O PROCESSO DE DESCOBRIR  
NOVAS PÁGINAS PARA  
ACTUALIZAR O ÍNDICE.**

O Googlebot determina que sites deve capturar (e com que frequência), investigando novas páginas, actualizações e *links* mortos.



# INDEXING

## O PROCESSAMENTO DE TODA A NOVA INFORMAÇÃO CAPTURADA.

Depois de realizar o *crawling*, o Googlebot compila um índice com todas as palavras e conteúdos que vê em cada página.

Processa também informação como *Title tags* ou o atributo ALT, para imagens.



# RANKING

**O PROCESSO DE DEVOLVER OS RESULTADOS MAIS RELEVANTES PARA CADA PESQUISA EFECTUADA.**

A relevância é determinada por mais de 200 factores. O peso de cada um é frequentemente revisto pela Google.



Em 2018, foram feitas 3.234 atualizações ao algoritmo.



**QUAL A  
RÉCEITA?**



# + DE 200 FACTORES

## ENTRE ELES...

Palavra-chave no domínio

Número de palavras na página

Número de *likes, shares, tweets*

Palavra-chave no título da página

Termos relacionados na página

## E MAIS RECENTEMENTE...

Site seguro (HTTPS)

Preparado para telemóvel (*responsive*)

Core Web Vitals

E-E-A-T



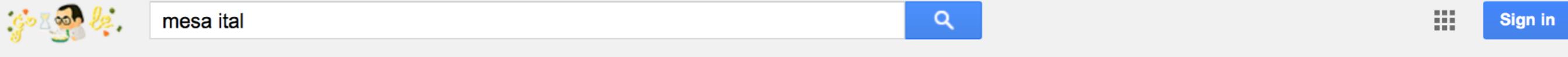
# PAGERANK



**A IMPORTÂNCIA DE UMA PÁGINA É MEDIDA PELO NÚMERO DE LINKS QUE RECEBE DE OUTRAS PÁGINAS/SITES.**

Quanto mais importantes (e relevantes) os outros sites forem, maior autoridade a nossa página terá.

# GOOGLE MY BUSINESS



**Web** Images Maps Videos News More Search tools

About 348,000 results (0.39 seconds)

## Mesaltal

[www.mesaital.com/](http://www.mesaital.com/)

Som ligado/desligado. Control. LOCALIZAÇÃO. PROMOÇÕES. CONTACTOS. PEIXE. CARNE. PIZZAS. MASSAS. SALADAS. PRATO DO DIA. TAKE AWAY.

[Google+ page](#) · [Be the first to review](#)

 Avenida do Brasil 165-B, 2735-676 Agualva-Cacém  
21 426 4536

## Restaurante Pizzeria Mesa Ital - Guia da Cidade

[www.guiadacidade.pt](http://www.guiadacidade.pt) > ... > [Restaurantes Pizzarias](#) > [Translate this page](#)

Traga a família, os amigos, terá sempre uma boa solução para a vossa refeição. Festas de aniversário(+10 de pessoas) oferecemos o espumante.VISITE-NOS!

## IDEAL PARA NEGÓCIOS FÍSICOS

Morada e contactos

Horário de Funcionamento

Avaliações dos visitantes (reviews)

Integração com outros serviços Google

<https://www.google.com/business/>

A screenshot of a Google My Business listing for 'Mesa Italiana Lda (São Marcos - Sintra)'. The listing includes a photo of the restaurant's exterior with a red awning, a map showing the location at the intersection of Estr. São Marcos and Av. Brasil, and a 'See photos' button. Below the map, the business name is displayed in large text, followed by 'Italian Restaurant'. The address is 'Avenida do Brasil 165-B, 2735-676 Agualva-Cacém', the phone number is '21 426 4536', and the hours are 'Open today · 12:00 – 3:00 pm, 7:00 – 11:00 pm'. There is a 'Reviews' section with a 'Write a review' button and a 'Be the first to review' link. A 'Directions' button is also present. At the bottom right, there is a 'Feedback' link.

# HOJE NO MENU



**COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE**



**TÉCNICAS  
DE SEO**



**GOOGLE  
ADS**

# PAID VS ORGANIC

## RESULTADOS PAGOS

Uma solução rápida (mas potencialmente dispendiosa) para sermos encontrados

PPC / SEM

## RESULTADOS ORGÂNICOS

Os melhores resultados para a pesquisa, aos olhos do Google (resultados “de mérito”)

SEO

The screenshot shows a Google search for "voos baratos". The search results are divided into two main sections: paid advertisements and organic search results.

**Paid Advertisements (Red Box):**

- Anúncio** - <https://www.edreams.pt/voos-baratos/promoção>  
**Voos baratos - Voos Baratos desde 20€**  
Voos com Preço Mínimo Garantido. Reserva Agora e Começa Já a Poupar! Voos com Preço Mínimo Garantido. Reserve Agora e Comece Já a Poupar! Benefícios para membros.  
**Voos**  
Consegue as melhores ofertas Preços mais baixos
- eDreams**  
Procura. Reserva. Viaja. Comece a planear agora a sua viagem
- Anúncio** - <https://www.rumbo.pt/voos/ofertas>  
**Voos Baratos - Voos Baratos Desde 19 €**  
Rumbo™ Portugal Oferece ótimas Ofertas Em Voos e Hotéis. Não Perca, Reserve Agora!
- Anúncio** - <https://www.skyscanner.pt/>  
**Voos Baratos - Skyscanner - Voos de 15 € Regresso**  
Compare preços de 1200 empresas de viagens. Veja todas as suas opções e reserve hoje.
- Anúncio** - <https://www.momondo.pt/voos>  
**Pesquisar Voos Mais Baratos - Pesquisa e Compara Voos**  
Pesquisar Voos Mais Baratos. Encontra as Ofertas de Voos mais Baratas, Rápidas e Melhores.

**Organic Search Results (Green Box):**

**Voos de Lisboa**

Lisboa (LIS)    Introduzir um destino

Londres 4-10 de mai.    PREÇO BAIXO 35 €

Palma 13-20 de abr.    PREÇO BAIXO 35 €

Mostrar voos →

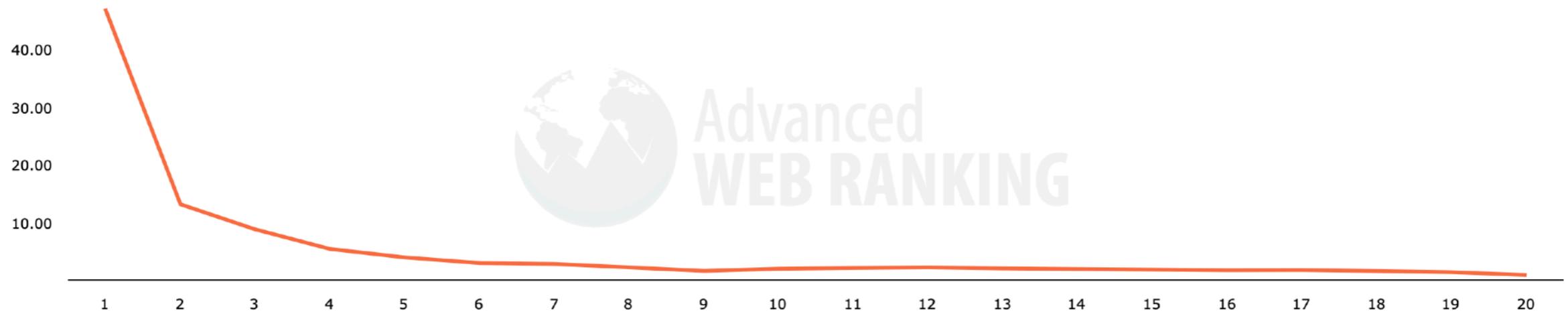
**Skyscanner: Compare voos baratos e reserve bilhetes de ...**  
Compare preços de voos baratos em companhias aéreas e agências de viagens, e encontre passagens aéreas para os seus destinos favoritos. Reserve online.  
[Voos baratos para Portugal](#) · [Voos baratos para Paris](#) · [Voos baratos para Londres](#)

**Voos baratos desde 9€: Bilhetes de avião ao melhor preço**  
À procura de voos baratos? Encontre bilhetes de avião desde 9€ ao seu destino preferido a



# A 1ª PÁGINA DA SERP

A CTR (Click-through Rate) nos 3 primeiros resultados apresentados é de 69%!



Fonte: Advanced Web Ranking, 2025

# VANTAGENS DO SEO

1. A CTR (Click-Through Rate) nos primeiros resultados é muito superior aos anúncios Google Ads (que é de apenas 6.11%).
2. Não requer investimento em *paid advertising* - pode ser desenvolvido *in-house*, e trará resultados a longo prazo de forma mais barata.
3. Se o Google aprova e recomenda o nosso site, é um sinal muito positivo em termos de boas práticas no mundo Digital.

# A SERP

## 1 URL (*breadcrumbs*)

Forbes  
[https://www.forbes.com > profile > elon-musk](https://www.forbes.com/profile/elon-musk)

### Elon Musk - Forbes

Elon Musk cofounded six companies including electric car maker Tesla, rocket producer SpaceX and tunneling startup Boring Company.

Instagram  
[https://www.instagram.com > elonmusk](https://www.instagram.com/elonmusk)

### @elonmusk • Instagram photos and videos

686k Followers, 2 Following, 722 Posts - See Instagram photos and videos from @elonmusk.

Tesla  
[https://www.tesla.com > elon-musk](https://www.tesla.com/elon-musk)

### Elon Musk | Tesla

Elon Musk co-founded and leads Tesla, SpaceX, Neuralink and The Boring Company. As the co-founder and CEO of Tesla, Elon leads all product design, ...

## 2 Título (55-60 chars)

## 3 Meta Description (120-158 chars)



SERP - Search Engine Results Page

# ALGUNS CONCEITOS

## **SERP**

Página de resultados dos motores de busca (Search Engine Results Page)

## **IMPRESSION**

Aparição de 1 resultado na SERP

## **CTR**

Click-through Rate

Fórmula:

$(\text{Clicks}/\text{Impressions}) \times 100$

## **BOUNCE RATE**

Saída rápida da página  
(**sem interação**)

## **QUERY**

Pesquisa realizada pelo utilizador

## **BRANDED KW**

Pesquisa que inclui o nome da marca (ou variações) nas palavras-chave

## **LONG TAIL KW**

O uso de várias palavras-chave para aumentar a especificidade da pesquisa

## **ORGANIC SEARCH RESULTS**

Conjunto de resultados sugeridos pelo Google por serem considerados os mais relevantes

## **PAID SEARCH RESULTS**

Conjunto de resultados pagos para serem exibidos após determinada pesquisa

## **PPC (PAY PER CLICK)**

Modelo de publicidade onde um anunciante paga para obter mais tráfego para o seu site

# TÉCNICAS DE SEO

Através de técnicas On-Page e Off-Page, o SEO procura aumentar as hipóteses de sermos encontrados através dos motores de busca.

## EXEMPLOS

- Reduzir *bounce rate*
- Entender que palavras-chave funcionam e inseri-las
- Promover as páginas nas redes sociais, fóruns e directórios
- Procurar angariar *links* contactando outros sites (parcerias)
- Observar o que as pessoas procuram e o que a concorrência oferece
- Acompanhar a posição nas SERP para as *queries* mais importantes
- Criar o mapa do site e garantir que o *crawling* é realizado com sucesso



SEO - Search Engine Optimization

# A PÁGINA PERFEITA

omeudominio.pt/a-pagina-de-seo-perfeita

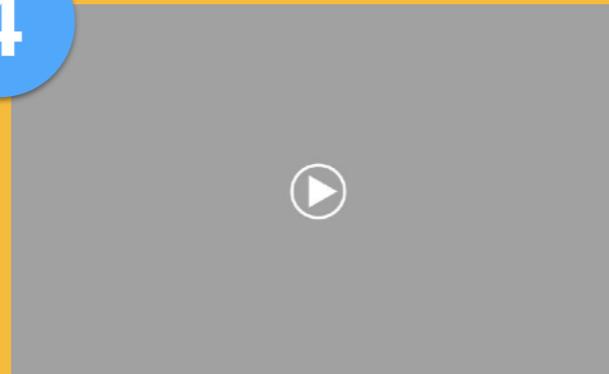
1



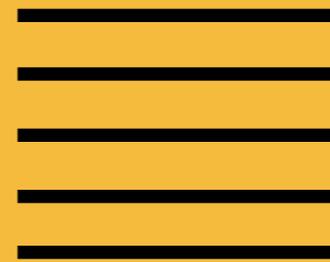
`<h1>Título</h1>`

2

4



3



5



6

7



# A PÁGINA PERFEITA

- 1 URL escrito “para humanos” e com palavras-chave
- 2 Tag <h1> com palavra-chave (procurar colocar no início)
- 3 Repetir (e adicionar) palavras-chave no corpo da página
- 4 Vídeos e conteúdos dinâmicos aumentam o tempo no site
- 5 Sub-títulos para organizar tópicos (<h2>, <h3>...)
- 6 O Google privilegia páginas longas, ricas em conteúdo
- 7 Incluir botões de partilha social

# BLACK HAT SEO



## TÉCNICAS PARA MANIPULAR O RANKING

Texto invisível

Repetição excessiva de palavras-chave

Palavras-chave que não estão relacionadas com o tema do artigo

O Google penaliza (e pode até banir) este tipo de sites

**NÃO VALE FAZER BATOTA!**

**A SOLUÇÃO?**

**WRITE**

**EPIC**

**STUFF**



**E UM CONSELHO?**

**ESCREVE  
PARA PESSOAS,  
NÃO PARA MÁQUINAS**



# HOJE NO MENU



**COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE**



**TÉCNICAS  
DE SEO**



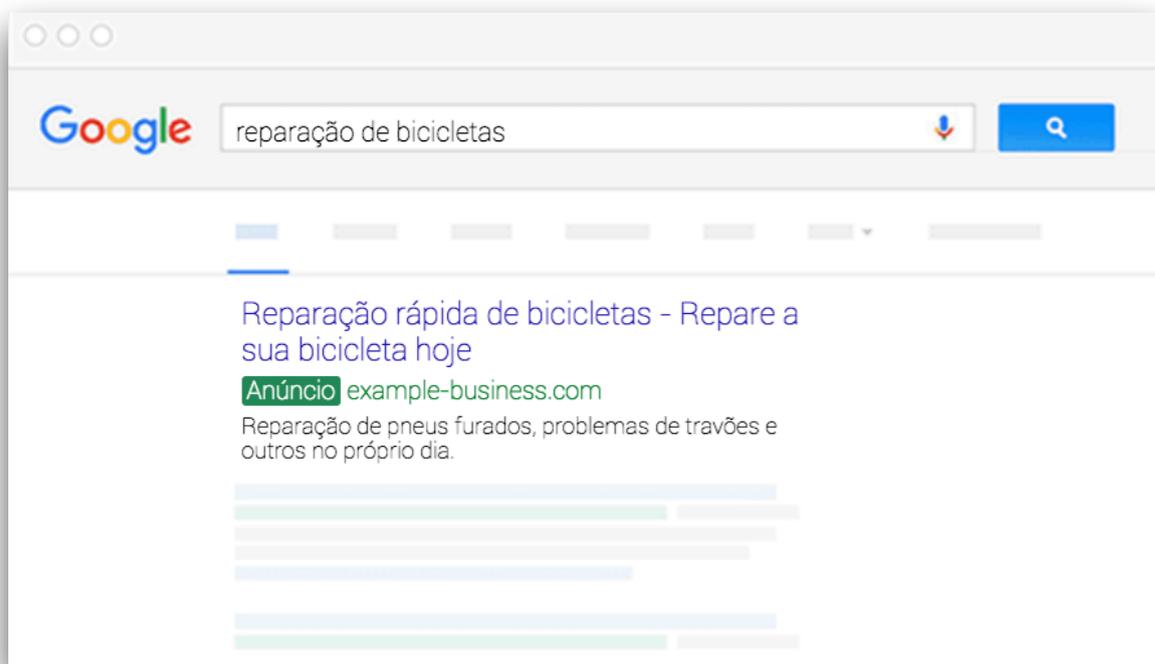
**GOOGLE  
ADS**

# COMO DAR NAS VISTAS?



# GOOGLE ADS

## PUBLICIDADE NO GOOGLE



Escolhemos as palavras-chave a utilizar

Podemos pausar a campanha a qualquer momento

Obtemos um relatório detalhado que nos informa como a campanha está a correr

Não substitui o SEO!

# POSSIBILIDADES

## O GOOGLE ADS PERMITE...

Retargeting/Remarketing

Escolher o *budget* diário ou mensal

Campanhas de vídeo (YouTube ou Display Network)

Especificar que dispositivos vão receber a campanha (tablets, *smartphones*...) ou a região

Utilizar a rede da Google para Display Advertising (*banners* ou vídeos em blogs, sites ou *mobile apps*)



# CPM, CPC, CPA...

## **CPM - COST-PER-MILLE**

Um CPM de €2 significa que 1.000 impressões custam €2

## **CPC - COST-PER-CLICK**

Um CPC de €2 significa que 1 clique nos custa €2

## **CPA - COST-PER-ACQUISITION**

Um CPA de €2 significa que uma conversão (ou aquisição) nos custa €2

## **CPV - COST-PER-VIEW (PARA VÍDEOS)**

Um CPV de €2 significa que um visionamento de um vídeo nos custa €2



**QUAL O  
MELHOR?**

**DEPENDE...**



# LEILÃO

## O GOOGLE ADS É UM LEILÃO

Sempre que há uma nova oportunidade para exibir um anúncio (uma nova pesquisa, uma visita a um blog ou o visionamento de um vídeo, por exemplo), a plataforma promove um leilão para decidir o que vai colocar.

Quando escolhemos a modalidade (CPC, CPM...) e alocamos o respectivo *budget*, temos de garantir que não definimos um valor máximo muito baixo para que o Google o possa realmente utilizar.



# DÚVIDAS?

