

# **MARKETING DIGITAL**

Comunicação e Marketing  
na Indústria Farmacêutica

Aula 2

# HOJE NO MENU



COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE



TÉCNICAS  
DE SEO



GOOGLE  
ADS

# HOJE NO MENU



COMO  
FUNCIONA  
O GOOGLE



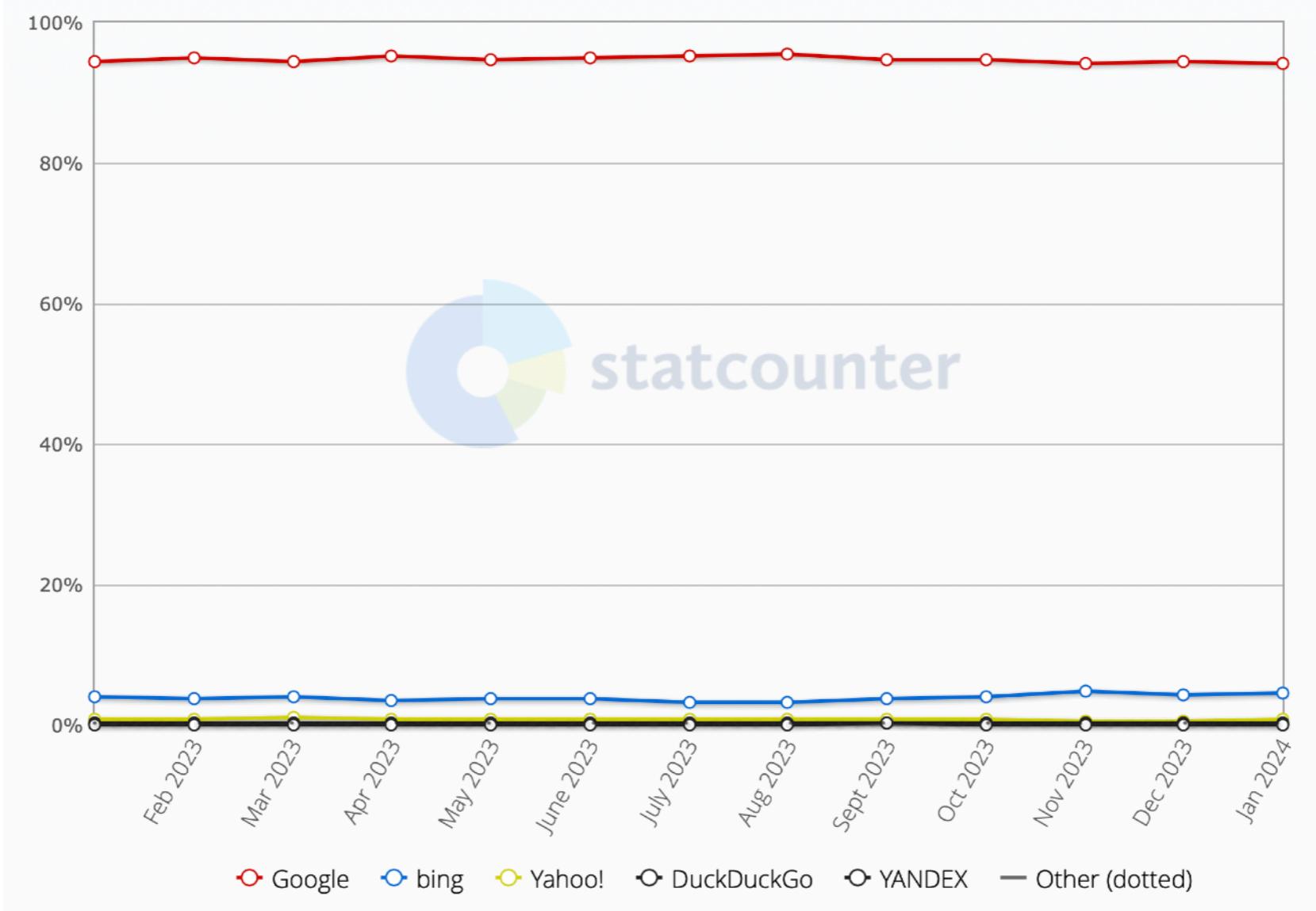
TÉCNICAS  
DE SEO



GOOGLE  
ADS

# MARKET SHARE (PT)

Search Engine Market Share Portugal  
Jan 2023 - Jan 2024



Fonte: StatCounter, 2024

**MAS  
COMO  
FUNCIONA?**



# 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.**



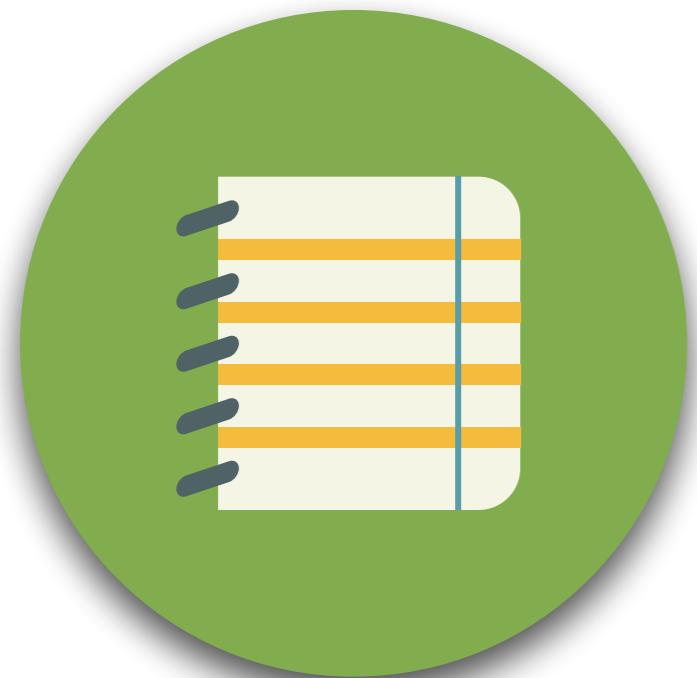
A relevância é determinada por mais de 200 factores. O peso de cada um é frequentemente revisto pela Google.

Em 2018, foram feitas 3.234 atualizações ao algoritmo.



**QUAL A  
RECEITA?**

# + 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

mesa ital

Web Images Maps Videos News More Search tools Sign in

About 348,000 results (0.39 seconds)

**Mesatal**  
[www.mesatal.com/](http://www.mesatal.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 Pizzaria 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!

**Restaurante Pizzaria Mesa Ital - Agualva e Mira-Sintra ...**

Google Business

Morada e contactos

Horário de Funcionamento

Avaliações dos visitantes (reviews)

Integração com outros serviços Google

**IDEAL PARA NEGÓCIOS FÍSICOS**

**Mesa Italiana Lda ( São Marcos - Sintra)**  
Italian Restaurant

**Address:** Avenida do Brasil 165-B, 2735-676 Agualva-Cacém  
**Phone:** 21 426 4536  
**Hours:** Open today · 12:00 – 3:00 pm, 7:00 – 11:00 pm

**Reviews**  
[Be the first to review](#)

[Write a review](#)

[Feedback](#)

# 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

Google voos baratos

Cerca de 6 210 000 resultados (0,31 segundos)

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 planejar 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 Voo Mais Barato - Pesquisa e Compara Voo  
Pesquisar Voo Mais Barato. Encontra as Ofertas de Voo mais Baratas, Rápidas e Melhores.

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 →

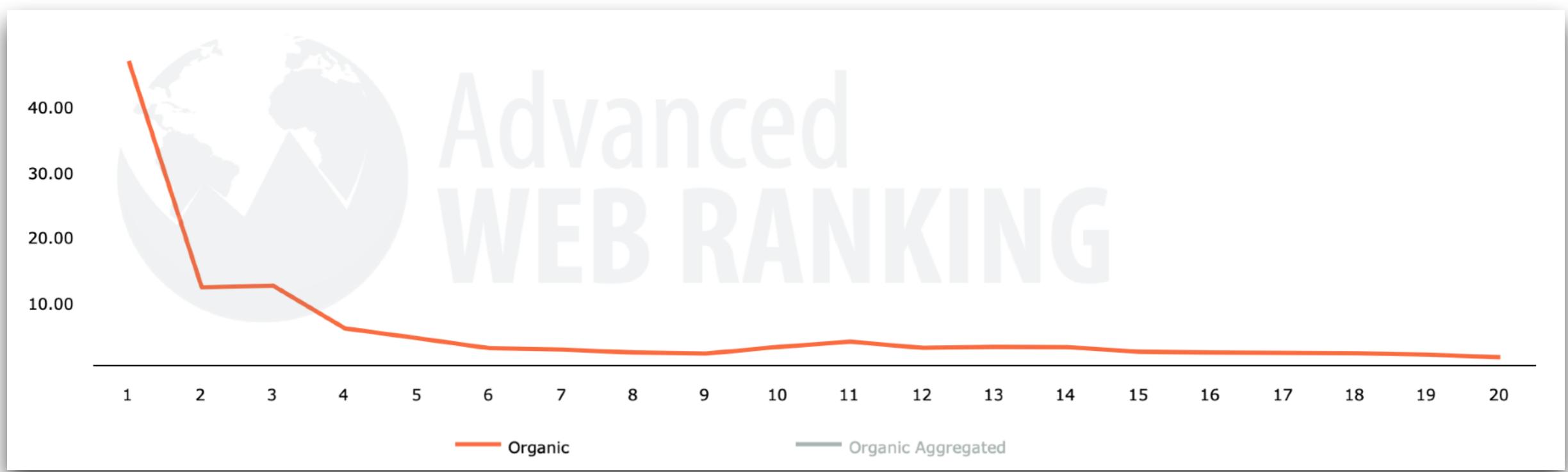
https://www.skyscanner.pt ...  
Skyscanner: Compare voos baratos e reserve bilhetes de ...  
Compare preços de voos baratos em companhias aéreas e agências de viagens, e encontre passagens aéreas para os seus destinos favoritos. Reserve online.  
Voos baratos para Portugal · Voos baratos para Paris · Voos baratos para Londres

https://www.edreams.pt › voos › baratos ...  
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 1<sup>a</sup> PÁGINA DA SERP

A CTR (Click-through Rate) nos 3 primeiros resultados apresentados é de 62%!



Fonte: [Advanced Web Ranking](#), 2024

# 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

 **Forbes**  
<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 

## @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 

## 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, ...

1

### URL (*breadcrumbs*)

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:

(Clicks/Impressions)x100

## BOUNCE RATE

Saída rápida da página (sem interacção)

## 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



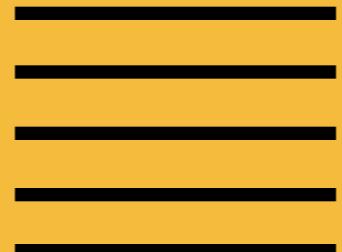
2

`<h1>Título</h1>`

4



3



5



6

7

@ EMAIL



# 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

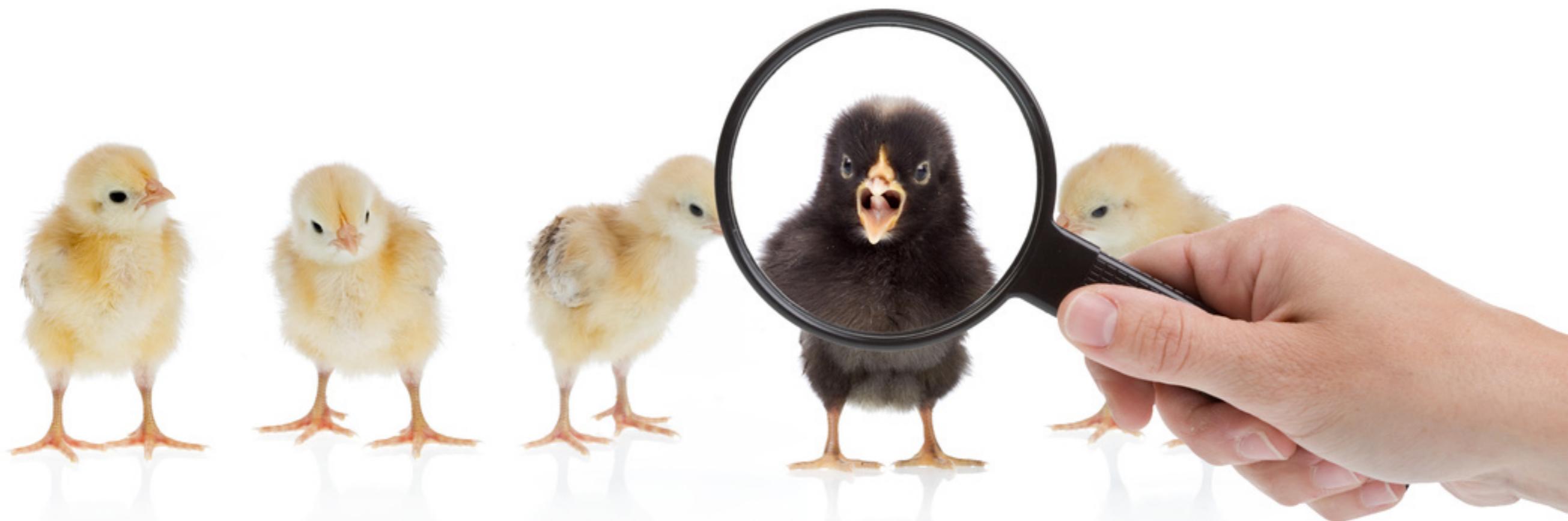


TÉCNICAS  
DE SEO



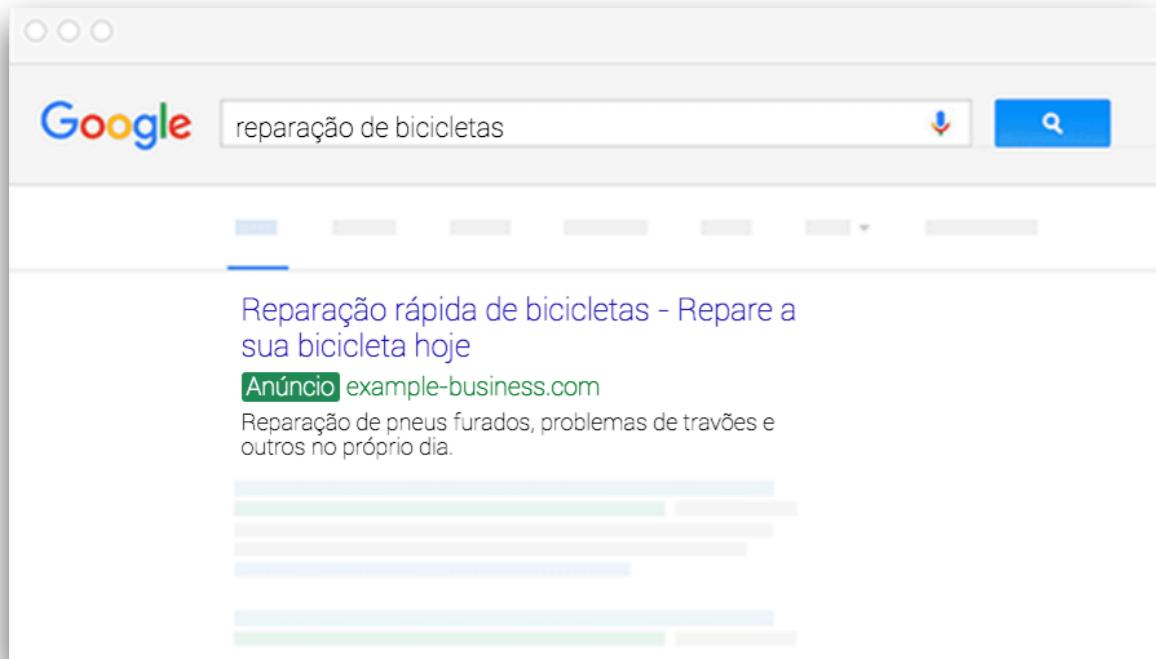
GOOGLE  
ADS

# **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?

