

Utilizando Press Releases para melhorar o ranqueamento do Google - Agência Carti

Contextualização: SEO e a era digital

Nos dias atuais ter sua marca em evidência no mundo virtual é extremamente relevante para os negócios, por isso o SEO (Search engine optimization, ou otimização de sites) se tornou parte crucial da estratégia de qualquer empresa.

Essa técnica consiste em adequar o site para que ele seja mais relevante para os mecanismos de busca (como por exemplo, o Google) e dessa forma possa ser encontrado com mais facilidade pelos clientes em potencial. Além disso, o SEO visa aumentar a conversão, ou seja, o faturamento do site.

Problema: como aumentar o Linkbuilding?

Para alcançar esses resultados, os especialistas de SEO trabalham duas vertentes: o On-Page e o Linkbuilding do site. Essa primeira técnica trata, literalmente, da parte “interna do site”, ou seja, todas as alterações na parte estrutural (velocidade, conteúdo e usabilidade) que podem melhorar sua percepção na web. Essas melhorias dependem unicamente dos profissionais envolvidos no desenvolvimento e manutenção da página e são relativamente limitados, pois uma vez corrigidos, cumprem seu papel dentro da estratégia de SEO. Para continuar “crescendo” e conseguir se destacar frente aos concorrentes, é preciso trabalhar o Linkbuilding, ou seja, a “construção de links” que apontam para o seu site. Isso porque, para o Google, quando outro site linka para o seu domínio, o valor dele aumenta e isso impacta nos resultados de busca. Assim, quanto mais links confiáveis apontarem para um determinado site, mais chances ele tem de alcançar uma boa colocação nos resultados do Google.

O problema é que o método convencional de Linkbuilding é trabalhoso, caro e pouco qualitativo, uma vez que a estratégia usada por boa parte dos profissionais de SEO consiste em pesquisar os sites relevantes para o nicho em questão, entrar em contato individualmente com o dono de cada uma dessas páginas e negociar valores de publicação. Embora essa técnica possa dar resultados, existem algumas desvantagens que dificultam não só o trabalho das agências, como a própria percepção do mercado:

- **Propagação de conteúdo pouco qualificado:** como a publicação é paga, nem sempre existe um cuidado (seja dos criadores do conteúdo ou dos responsáveis pela postagem) com as informações divulgadas, tanto para os leitores, quanto para o mercado em geral.
- **Mercado inflacionado:** para os sites menores, nem sempre é possível investir em Linkbuilding, pois, dependendo do nicho, os blogs especializados e sites em geral cobram valores consideráveis por uma única publicação. Um bom exemplo é o mercado fitness: mesmo os canais de menor visibilidade exigem parcerias que muitas vezes fogem da realidade dos donos do negócio.

- **Credibilidade:** atualmente, os leitores estão mais criteriosos em relação aos chamados “publi-posts”, portanto, se a marca não for posicionada de forma inteligente, existe o risco de afetar sua credibilidade junto ao cliente.

Solução: Utilizar o Press Release para propagar informações relevantes e, ao mesmo tempo, colocar o cliente em evidência.

Pensando em todos esses fatores, desenvolvemos uma estratégia para melhorar o ranqueamento de nossos clientes sem que fosse necessário negociar cada publicação. Como desejávamos nos distanciar do conceito de publicação paga, analisamos o caráter das publicações dos grandes portais e vimos que, em suma, quando empresas ou marcas são citadas sem o objetivo de Publicidade, existe um propósito maior: informar o leitor. Geralmente, essas notícias são de utilidade pública, dados de mercado ou, até mesmo, autoajuda. Nesses casos, o foco não é a marca, mas sim, as informações trazidas por essa fonte, pois são bem fundamentadas e despertam o interesse de quem lê.

Com base nisso, vimos que o primeiro passo para fazer com o que o material do nosso cliente fosse publicado voluntariamente era fornecer mais do que conteúdo de qualidade, mas também trabalhar com embasamento. Para tal, iniciamos um projeto piloto amparado por uma pesquisa de mercado para um de nossos clientes, especificamente da área de empregos. Com os resultados em mãos, determinamos o perfil do seu público, a percepção dos entrevistados diante da crise econômica atual e, também, quais suas expectativas para o futuro. O relatório final nos rendeu diversos números com os quais trabalhamos sugestões de pauta na forma de Press Releases (PR). Porém, o grande diferencial é que inserimos nosso cliente como “autoridade”, assim como o link do seu site, uma vez que os dados são de sua propriedade. Como oferecemos esse material de forma gratuita, a publicação do site não é obrigatória, porém (com base na lei de direitos autorais) a menção da fonte é. Ainda assim, **uma boa parcela das publicações é íntegra, ou seja, credita e linka para o cliente.**

Dessa forma, não só aumentamos o Linkbuilding, mas também a credibilidade do nosso cliente e, até mesmo, sua participação em veículos (inclusive rádio e tv). Para o cliente, o custo é fixo, ou seja, o investimento é o mesmo independente do número de publicações. Para nós, profissionais, o trabalho é mais seguro, pois é pautado de dados reais e propicia maior produtividade. Além disso, contribuímos com a divulgação de dados exclusivos a jornalistas, blogueiros, veículos de imprensa e demais produtores de conteúdo que estejam interessados em disseminar informações relevantes aos seus leitores.

Case: Companhia de Estágios

Conforme consta na imagem abaixo, nosso cliente Companhia de Estágios – Assessoria e consultoria especializada no recrutamento e seleção de estagiários e trainees em todo o Brasil – atingiu quase 102% (1) de aumento no tráfego orgânico (visitas advindas de tráfego não pago por meio do Google) nos últimos 6 meses, comparado ao mesmo período do ano passado; **resultado da nova estratégia de Linkbuilding.** Disponibilizamos vídeos da participação de nosso cliente em alguns veículos de grande visibilidade na imprensa brasileira(2), também fruto dos PR’s enviados (Print da ferramenta de envio em anexo). Sendo assim, cremos que a solução desenvolvida pela Agência Carti é uma inovação que pode trazer maior produtividade, eficiência e qualidade ao trabalho de LinkBuilding dos profissionais de Marketing Digital.

☐	1. Organic Search	
	01/04/2017 - 18/10/2017	 (52,38%)
	01/04/2016 - 18/10/2016	 (40,28%)
	Porcentagem de alterações	101,84%

(1) Aumento do tráfego orgânico nos últimos 6 meses comparados ao mesmo período no ano passado, Abril a Outubro de cada ano.



(2) Resultados dos envios na mídia.

https://youtu.be/Y7p1fD_xSe8

<https://youtu.be/2FOu1tcskzg>

<https://youtu.be/8jpR6sGPCpc>

<https://youtu.be/ygq0pQ2Xkt8>