

A Febre Das Palavras Chave



**Trazido Até Si Por
Pagina Lucrativa**

A Febre Das Palavras Chave

Termos e Condições

Aviso Legal

O escritor esforçou-se para ser o tão exacto e completo quanto possível na criação deste relatório, em todo o caso ele não garante em qualquer altura o conteúdo descrito devido às mudanças rápidas que existem na internet.

Apesar de se ter feito todas as tentativas de se verificar toda a informação nesta publicação, o editor não assume qualquer responsabilidade por erros, omissões ou interpretações erradas deste livro. Quaisquer referências a pessoas específicas, organizações não são intencionais.

Nos livros de conselhos práticos, tal como na vida, não existem garantias para um rendimento. Os leitores são avisados de fazer o seu próprio julgamento sobre as suas circunstâncias e agir de acordo com isso.

Este livro não tem a intenção de ser usado como conselheiro legal, de negócios ou financeiro. Todos os leitores são aconselhados a procurar serviços de profissionais competentes nos campos legais, de negócios e finanças.

Aconselho-o a imprimir este livro para ser mais fácil de ler.

Introdução

As palavras chave são uma das partes mais importantes do marketing na internet. Muitos marketeiros em busca de dinheiro rápido insistem em saltar a fase da análise onde se faz a pesquisa de palavras chave.

O resultado é que eles acabam por não ganhar o dinheiro que poderiam ganhar.

As palavras chave são absolutamente vitais para você ter sucesso a ganhar dinheiro online. As suas palavras chave são a forma pela qual os seus sites são encontrados pelos seus potenciais clientes através dos motores de busca.

Se você não otimiza as palavras chave corretas e você não obtém uma colocação elevada com essas palavras chave, então você irá lutar pelo tráfego que quer para ganhar dinheiro.

Este ebook é sobre como encontrar as palavras chave que você quer, como as usar e, mais importante, como ganhar dinheiro com elas.

Uma palavra chave é geralmente uma ou mais palavras que descrevem o tópico que alguém anda à procura. Elas são o que alguém irá escrever nos motores de busca afim de encontrar informação na internet.

Você quer estar no topo dos motores de busca onde estão as palavras chave que os seus potenciais clientes vão escrever.

Obter uma colocação elevada para algumas palavras-chave pode ser muito, muito competitivo. Para algumas das palavras-chave mais competitivas pode ser quase impossível ter uma classificação elevada.

É por isso que os marketeiros inteligentes fazem a sua pesquisa e procuram palavras-chave que chamamos de palavras-chave compridas, as quais iremos descrever na próxima secção.

Num mundo ideal, você estará na primeira página de todos os motores de busca em todas as suas palavras-chave. No entanto, na realidade, não

é provável que isto aconteça. A dança do Google acontece o tempo todo e os resultados de pesquisas estão a mudar constantemente.

Em linha com o que o Google e outros motores de busca encontram à medida que procuram na Internet. Tudo que você precisa fazer é certificar-se de que você classifica as suas palavras-chave o mais alto possível, e que quando o Google faz a sua dança, você permanece sempre, ou quase sempre, no topo.

Claro, você vai ter mais tráfego por estar na primeira página dos resultados de pesquisas. Se você não estiver na primeira página, você ainda vai ter algum tráfego, mas não tanto quanto você teria por estar na primeira página.

Os rankings dos motor de busca são muito, muito competitivos, mas com algum trabalho e um pouco de inteligência você pode realmente conseguir uma boa colocação para qualquer palavra-chave que você queira.

Algumas palavras-chave podem demorar apenas alguns dias a ter uma colocação elevada enquanto que outras podem levar meses ou até anos, se elas são altamente competitivas.

Palavras-chave tais como "perda de peso", "ganhar dinheiro", "desenvolvimento pessoal" e outras são altamente competitivas, com centenas de milhões de sites concorrentes.

Estas são palavras-chave que pode levar meses ou mesmo anos para ter uma boa classificação. O marketeiro inexperiente tentará encontrar palavras como estas acreditando que não precisam de fazer a sua pesquisa de palavras-chave.

Eles irão então lutar para obter uma classificação decente para as suas palavras-chave, e muitos acabam por desistir por causa disso. Há software disponível para acelerar o processo de pesquisa de palavras-chave e para torná-lo mais fácil.

No entanto, tudo isto vai custar-lhe dinheiro que varia de algumas dezenas de euros para várias centenas de euros ou assinaturas mensais.

Considerando que algumas ferramentas que iremos discutir neste programa têm opções pagas, nós vamos só ver as opções gratuitas. Não há necessidade de você comprar todas as ferramentas ou software adicional para completar a pesquisa de palavras-chave à medida que os discutimos.

Se você escolher fazê-lo, então você está convidado a comprar qualquer uma das ferramentas de software. Embora, por favor, faça a sua diligência em primeiro lugar e tenha certeza de que ele atende às suas necessidades.

Nós não vamos recomendar nenhum programa aqui, porque há muitos programas de pesquisa de palavras-chave diferentes com características diferentes. Sem entender as suas necessidades e o seu orçamento, é quase impossível recomendar qualquer programa.

Se você quiser encontrar software de pesquisa de palavras-chave escreva "pesquisa palavra-chave" no Google e você vai ter muitos resultados que relevantes para si.

Antes de comprar qualquer software, certifique-se que você entende as funcionalidades que está procurando e qual é o seu orçamento. Este livro foi criado para o ajudar a entender porque é que você precisa segmentar palavras-chave de boa qualidade.

Mais importante, este ebook vai mostrar-lhe como encontrar palavras-chave usando uma variedade de ferramentas grátis. A pesquisa de palavras-chave não é demorada.

Pode demorar cerca de meia hora a uma hora para fazer a pesquisa, mas é tempo bem gasto e vai pagar de forma significativa no longo prazo. Eu não posso enfatizar com força suficiente a importância da pesquisa de palavras-chave, e portanto deste produto.

Antes de começar qualquer projeto na Internet faça sempre a sua pesquisa de palavra-chave primeiro.

Palavras-chave compridas

A parte mais importante da pesquisa de palavra-chave é identificar aquilo a que chamamos palavras-chave compridas. É nelas onde o dinheiro a sério pode estar, e é possível obter uma grande quantidade de tráfego com muito pouco esforço usando palavras-chave compridas.

Os marketeiros inteligentes estão à procura de palavras-chave compridas nos seus esforços de marketing e por isso eles estão a disfrutar de tráfego extra e lucros que muitos outros estão a perder. Palavras-chave compridas são duas ou mais palavras que formam uma frase.

As palavras-chave compridas, definem um nicho mais preciso do que as palavras-chave tradicionais. Elas dão-lhe a si, o dono do site, um tráfego mais segmentado. Quanto melhor o tráfego for direcionado maior a hipótese dele realmente comprar e você ganhar dinheiro. Um exemplo de uma palavra-chave normal seria "perda de peso".

Uma palavras-chave comprida no mesmo nicho pode ser algo como "programa natural de perda de peso", ou "perda de peso para adolescentes", ou "perda de peso após a gravidez".

Você pode ver que as palavras-chave compridas, definem mais precisamente o que a pessoa está à procura. Perda de peso é bastante genérico. Pode ser a perda de peso para os maiores de 50 anos, perda de peso para os adolescentes, perda de peso para desporto, perda de peso para a saúde, ou seja o que for.

Assim você pode ver que alguém que escreva palavras-chave compridas sabe o do que está à procura. Por isso, essas pessoas são muito mais susceptíveis de se converterem em compradores, porque eles são tráfego mais segmentado.

Se você está a vender um produto para a perda de peso após a gravidez, posso garantir que você vai fazer mais vendas a partir da palavra-chave perda de peso após a gravidez do que você faria apenas a partir da palavra-chave perda de peso.

Assim você pode ver que as palavras-chave compridas são muito, muito importantes e você quer realmente fazer um esforço para encontrá-las. Palavras-chave compridas podem ser responsáveis por 80% a 90% do tráfego do seu site.

Se você tiver um site já existente olhe para as estatísticas sobre a forma como você é encontrado através de palavras-chave.

Você verá que a grande maioria do seu tráfego vem de palavras-chave das quais você só tem uma. Muitas vezes isso pode ser apenas uma ou duas pesquisas, mas você vai ter centenas destas palavras-chave num site popular.

Você ficará surpreso com o que algumas dessas palavras-chave são, elas serão palavras-chave que você nunca pensou que iria ser encontrado através delas.

Você recebe menos tráfego através de palavras-chave compridas do que através de palavras-chave curtas, mas o tráfego de palavra-chave compridas é de qualidade muito superior.

É muitas vezes mais fácil ganhar dinheiro com essas palavras-chave e também ter uma boa classificação. Você também vai descobrir que as palavras-chave compridas têm ofertas muito mais baixas em motores de pagamento por clique, o que as torna muito mais baratas de segmentar.

Claro, segmentar palavras-chave compridas é como um benefício lateral. Você classifica-se para todas as palavras-chave na sua palavra-chave comprida.

Por exemplo, se a sua palavra-chave é "programa natural de perda do peso", então sempre que você está a trabalhar para otimizar o seu site para esta palavra-chave você está também a trabalhar para otimizar o seu site para as três outras palavras-chave: "perda de peso natural", "programa de perda de peso", "perda de peso".

Então todos os seus esforços estão realmente a ser otimizados se você usar palavras-chave diferentes. É através da segmentação de palavras-chave compridas que você vai ter boas colocações também para as

palavras-chave curtas que estão contidas dentro da suas palavras-chave compridas.

É assim que você acaba por dominar os motores de busca para as palavras-chave curtas. Gaste o seu tempo segmentando as palavras-chave compridas e, eventualmente, você irá classificar-se bem também nas palavras-chave curtas.

À medida que o marketing de Internet se tornou muito mais popular, as boas palavras-chave compridas estão a tornar-se difíceis de encontrar.

Ainda há muitas por aí, e encontrá-las vai trazer-lhe muita alegria e lucro. Há uma grande quantidade de nichos de mercado e o marketing de Internet ainda não está saturado.

Usando as ferramentas de pesquisa de palavras-chave que demonstramos nos vídeos você vai ver que é possível encontrar com bastante facilidade algumas palavras-chave muito, muito boas, por comparação.

Quando você encontrar essas palavras-chave você otimiza o seu site e o seu SEO em torno delas e você vai desfrutar de uma enorme quantidade de benefícios.

Lembre-se, o marketeiro que quer ganhar dinheiro on-line é o marketeiro que tem como alvo palavras-chave compridas. Se você não quiser fazer algum dinheiro online, então ignore completamente esta seção.

No entanto, quando você percebe que o seu site não está a receber todo o tráfego, então volte a esta seção e leia-a novamente. Você vai então perceber o quão importante são as palavras-chave compridas e quanto dinheiro você pode fazer a partir delas.

Segmentado corretamente, você pode classificar as suas palavras-chave compridas na primeira página do Google dentro de apenas dois ou três dias, com o mínimo de trabalho.

Tentar atingir uma das principais palavras-chave pode levar. Um colega meu atingiu recentemente o top três no Google para uma das palavras-chave mais competitivas que estão no mercado.

Demorou quatro anos para ele chegar lá, e eu quero dizer quatro anos de trabalho constante. Todos os dias ele tem trabalhado para levar aquele site para o topo dos motores de busca e ele conseguiu, mas ele levou quatro anos inteiros a fazê-lo.

Lembre-se que é possível classificar-se bem em qualquer palavra-chave, você só tem que fazer um esforço extra para o fazer acontecer.

Indexação semântica latente

Em seguida, precisamos de falar sobre indexação semântica latente ou LSI (em inglês), como é conhecida. Esta é uma tecnologia nova que está a ser introduzida pelos motores de busca na tentativa de garantir que resultados mais relevantes são apresentados às pessoas.

O seu objectivo é distinguir o que está no conteúdo do site e garantir que ele é o mais relevante para a palavra-chave que foi digitada pelo pesquisador.

Não olhe apenas para as palavras-chave ela olha para outras informações também. Olhe para sinónimos e palavras relacionadas. Isto significa que quando você está a escrever um artigo, você precisa começar a concentrar-se em escrever para seres humanos e não para de motores de busca.

Por exemplo, se você criou um site sobre churrascos, então um motor LSI vai esperar encontrar na página web palavras relacionadas com churrascos.

Eles não vão esperar justificar a palavra churrasco. O motor LSI espera encontrar palavras como receita, grelhado, hambúrguer, molho, carvão e outras palavras relacionadas com churrascos.

Se não encontrar estas palavras, então ele irá assumir que o site não é realmente relevante para a palavra-chave churrascos e o site vai escorregar nos rankings dos motores de pesquisa.

A LSI determina o valor do site em relação à relevância que fornece a quem faz pesquisas. Você tem que se lembrar que o Google é leal primeiro e acima de tudo aos seus pesquisadores.

Se as pessoas deixam de usar a pesquisa do Google, o Google vai começar a perder dinheiro. É no melhor interesse do Google, e de todos os outros motores de busca, fornecer os melhores resultados possíveis para alguém que faça uma pesquisa.

Se um motor de busca fornece muito spam ou links de lixo então as pessoas vão parar de usar esse motor de busca.

Há uma batalha constante a ser travada entre a comunidade do marketing de Internet e os grandes cérebros da Google, com ambos a tentar passar à frente do outro.

Onde o Google lidera, outros motores de busca tendem a seguir. Assim como o Google está a começar a introduzir LSI para garantir que os seus resultados são mais precisos e relevantes, você pode esperar que os outros motores de busca sigam o exemplo e também comecem a introduzir tecnologias LSI nos seus motores de busca.

Isto significa que o marketeiro inteligente já está a considerar LSI no seu processo de marketing. Isso significa que você precisa começar a considerar LSI sempre que você estiver a escrever artigos ou a criar páginas web.

O seu conteúdo web deve ser escrito em linguagem natural destinada a seres humanos reais. Muitas pessoas tendem a escrever o seu conteúdo web destinado a motores de busca, mas você tem que se lembrar que os motores de busca não têm cartões de crédito e não comprar produtos.

Quando estiver a escrever conteúdo web você precisa ter certeza de que não só você inclui a sua palavra-chave, mas que inclui também no conteúdo outras palavras relacionadas a essas palavra-chave.

Isso irá garantir que os motores de busca acreditam que o seu conteúdo é relevante para o nicho a que é dirigido. Isto também significa que, na construção dos seus links você tem que se certificar de que palavras-chave relevantes para a palavra-chave que você está a usar como o seu texto âncora está em torno do seu link.

A LSI vai certificar-se de que a qualidade do conteúdo web melhora premiando com altas classificações aqueles sites com conteúdo relevante.

Aqueles que fornecem conteúdo de spam ou lixo vão ser encontrados lentamente mas seguramente vão desaparecer dos motores de busca.

Você precisa ter certeza de que você fornece conteúdos de qualidade que têm em conta os princípios da LSI. Fazer isso irá garantir bons rankings nos motor de busca.

Palavras-chave e Marketing

A esta altura você deve ter encontrado as suas palavras-chave e ter uma boa lista de palavras-chave compridas relevantes. A próxima questão que estará na sua mente é como usá-las para o seu marketing.

O primeiro passo será a construção de sites baseados em torno dessas palavras-chave. Se você está a segmentar um nicho específico você pode construir centenas de páginas baseadas em torno dessas palavras-chave, a fim de ter certeza que você domina o nicho. Cada página web iria levar em consideração os princípios da LSI na criação de conteúdo.

Você usaria palavras e frases relevantes dentro da página web para se certificar de que os motores de busca sabem que é informação altamente relevante.

Normalmente, quando você registra um nome de domínio você vai querer que as palavras-chave estejam nesse nome de domínio.

Verificou-se que a palavra-chave no nome de domínio pode fazer uma grande diferença em termos de posicionamento nos motor de busca.

Pode levá-lo rapidamente ao topo nos motores de busca, porque os motores de busca acreditam que se existe palavras-chave no nome de domínio, então deve ser uma informação muito relevante.

Se você fizer algum artigo e fizer marketing do seu artigo, o marketing será em torno das suas palavras-chave. Cada artigo será baseada numa única palavra-chave, mas com algumas palavras-chave incluídas nela própria, bem como, de forma a aderir aos princípios da LSI.

Os seus links e os seus textos âncora estariam todos relacionados com as suas palavras-chave.

Não importa o que você faz para promover o seu negócio, você tem que ter sempre as palavras-chave em mente. Você quer ter certeza de que se vai classificar bem com as suas palavras-chave e assim elas vão estar sempre na sua mente.

Com os seus esforços de marketing você precisa estar preparado para fazer um pouco muitas vezes em vez de fazer muito de uma só vez. Os rankings dos motores de busca são extremamente competitivos, e há sempre novos sites a entrar para o negócio.

Estes novos sites vão ser um tiro para si e para o seu ranking nos motores de busca ranking por isso você precisa ficar à frente deles.

Portanto, é muito melhor você fazer um pouco de trabalho de motor de busca todos os dias com as suas palavras-chave em vez de se sentar uma vez e dizer já está.

Trabalhar um pouco com frequência irá garantir-lhe que você fica num ranking elevado nos motores de busca, e assim mantém a sua rentabilidade.

Você irá também perceber que escrevendo naturalmente, você vai começar a classificar-se bem para as outras palavras-chave nos seus artigos.

Você ficará surpreso com as palavras-chave das quais você acaba por receber tráfego! Você pode perceber que as suas palavras-chave compridas eventualmente vão tornar-se um pouco competitivas demais.

Se este for o caso, então você precisa é de pesquisar palavra-chave um pouco mais e encontrar outras palavras-chave compridas para segmentar.

É lamentável que o marketing de Internet esteja a tornar-se cada vez mais popular, o que significa que mais pessoas estão a procurar palavras-chave para segmentar e fazer dinheiro a partir delas.

Isto significa que algumas das palavras-chave compridas mais populares podem tornar-se muito competitivas ou demasiado caras rapidamente, no caso de usar publicidade PPC (paga por clique).

No entanto, se você começou cedo e classificou as suas palavras-chave lucrativamente, então você tem uma vantagem sobre qualquer nova concorrência e fazer um pouco de trabalho de manutenção pode mantê-lo no topo dos motores de busca para as palavras-chave escolhidas.

Principais erros de palavras-chave

Quando se trata de usar palavras-chave e de marketing com palavras-chave existem alguns erros comuns que as pessoas fazem. Este capítulo vai destacar estes erros e espero ajudá-lo a evitá-los.

O primeiro erro é talvez o mais óbvio. É não fazer nenhuma pesquisa de palavras-chave. Muitos marketeiros estão com pressa para começar a ganhar dinheiro sem perceber que, gastando tempo para pesquisar palavras-chave eles irão fazer dinheiro mais rapidamente.

A tentação é apressar-se a criar o seu produto ou o seu site, adivinhar as palavras-chave e esperar o melhor. O problema com isto, é que você pode não pensar como o seu mercado alvo.

Está tudo bem em adivinhar as palavras-chave, mas use estas suposições na verdadeira pesquisa de palavras-chave usando as ferramentas discutidas neste livro.

Isto irá assegurar que você é minucioso nas palavras-chave que têm como alvo e que você maximiza os resultados que você vai ter a partir do trabalho que você faz.

Algumas pessoas podem ser tentadas a fazer apenas uma pesquisa superficial de palavras-chave Isto é melhor do que não fazer nenhuma pesquisa, mas não vai revelar as palavras-chave mais poderosas e rentáveis.

Você tem que gastar algum tempo a aprofundar para encontrar essas palavras-chave lucrativas. Essas palavras-chave irão facilitar muito a sua vida porque você pode obter boas classificações mais rapidamente.

Alguns marketeiros vão fazer as suas pesquisas de palavras-chave e, em seguida, não se preocupam em otimizar os seus esforços de sites e de marketing de motores de busca em torno das palavras-chave compridas que eles acham.

Se você não otimizar o seu site para essas palavras-chave, então pode ser mais difícil obter uma boa classificação para ele. Um artigo bem

otimizado pode classificar-se com facilidade para as palavras-chave no seu interior sem a necessidade de links externos.

Se você usar pagamentos por clique, em seguida você deve usar palavras-chave compridas. Se o fizer, irá aumentar a relevância dos seus anúncios, reduzindo a quantidade de dinheiro que você gasta em publicidade.

Obviamente, isto é uma boa perspectiva dado que menos custo equivale a mais lucro. Não basta concentrar os seus esforços PPC em palavras-chave normais, curtas.

Se você fizer isso, você perderá muito tráfego altamente segmentado e possivelmente mais barato. Quando se trata de apontar para o topo dos motores de busca, você não quer escolher uma palavra-chave muito competitiva.

Você quer encontrar aquelas que são relativamente fáceis de classificar no futuro. Idealmente, as palavras-chave compridas também contêm algumas das palavras-chave curtas que você deseja para a classificação.

Você tem que ter um nível de pesquisas de cada mês para que valha a pena a otimização para uma palavra-chave.

Alguns marketeiros ficam muito animados em encontrar palavras-chave com muito pouca concorrência, otimizar os seus sites, e depois percebem que não há tráfego para essa palavra-chave.

Você tem que ter certeza que as suas palavras-chave têm uma quantidade razoável de tráfego, de outra forma não vale a pena otimizar o seu site para elas.

Há uma linha tênue a ser traçada entre ter demasiadas palavras-chave ou poucas palavras-chave na página. Algumas pessoas tentam encher uma página com muitas e muitas palavras-chave, enquanto outras incluem muito poucas.

Ambos os extremos são realmente maus para os seus esforços de pesquisa. O primeiro irá fazer com que o seu site seja marcado como

spam e possivelmente até mesmo retirado da indexação dos motores de busca.

O último não vai dar aos motores de busca informação suficiente para determinar como classificar o seu site. Foi descoberto que uma densidade de palavras-chave entre 1% e 3%, é o nível adequado para os motores de busca.

Obviamente, dentro destes valores você vai incluir palavras-chave relevantes para se certificar que respeitam os princípios da LSI.

Outro erro comum que muitos marketeiros fazem, e que lhes custa caro em termos de tráfego barato ou gratuito, é não ter como alvo erros ortográficos comuns.

Há algumas palavras que as pessoas muito facilmente escrevem incorretamente, pode ser porque elas não sabem como se escreve ou pode ser que as teclas estejam próximos umas das outras nos teclados.

A segmentação dessas palavras-chave pode resultar em algum tráfego para si muito barato ou grátis.

Geralmente, esses erros ortográficos são muito fáceis de classificar porque muito poucas pessoas os têm como alvo.

Elas não vão trazer-lhe centenas e centenas de visitantes, mas vão fazer algum bem no seu tráfego.

A LSI ainda é uma tecnologia relativamente nova e pouco compreendida. A maioria dos marketeiros ainda escreve artigos da mesma forma que sempre escreveram, ignorando completamente o impacto da LSI.

Utilizar palavras-chave LSI irá ajudá-lo a ter uma classificação mais elevada nos motores de busca e também ajudam a precaver todos os seus artigos para o futuro.

Quando você cria uma página web ou qualquer conteúdo web, você precisa ter em conta a LSI e concentrar cada página em torno de uma única palavra-chave e respectivas palavras-chave LSI.

A tentação é tentar incluir montes de palavras-chave diferentes numa única página. A menos que você esteja a escrever uma carta de vendas, este é um erro e vai ser difícil de classificar bem palavras-chave individuais no futuro.

Optimizar uma página web em torno de uma única palavra-chave e respectivas palavras-chave LSI irá tornar muito mais fácil ter uma boa classificação para essas palavras-chave no futuro.

Será preciso menos esforço para chegar ao topo dos motores de busca e começar a receber tráfego de palavras-chave.

Esperemos que esta informação o ajude a evitar os erros comuns que as pessoas fazem quando tentam usar palavras-chave. Eu gostaria de pensar que esta informação irá ajudá-lo a maximizar o retorno que você tem do seu trabalho.

Com alguma sorte, este capítulo irá poupar-vos um pouco de dor e sofrimento e espero que aumente os seus lucros.

Palavras-chave e pagamento por clique

Palavras-chave são ainda mais importantes que os PPC. Cada vez que alguém clica nos seus anúncios custa-lhe dinheiro por isso, se os seus anúncios não estão otimizados da melhor forma você está efetivamente a perder dinheiro.

Ao conhecer as suas palavras-chave e utilizá-las adequadamente dentro de uma campanha de pagamento por clique você pode economizar muito dinheiro.

O marketeiro inteligente sabe como usar as palavras-chave e ao fazê-lo consegue palavras-chave caras e competitivas por um preço relativamente barato.

Você precisa dividir as suas palavras-chave dentro da sua campanha pagamento por clique em grupos relevantes. Estes grupos, em seguida, precisam direcionar para uma página altamente otimizada.

Isto irá reduzir a quantidade de dinheiro que você gasta em cada clique. Muitos outros motores de PPC olham para a página de destino e decidem o quão relevante é a palavra-chave que é licitada.

Uma página muito relevante terá uma oferta menor que uma página que o motor de busca não considere relevante. Com o Google Adwords você está a apontar para posições de 4 a 6.

Estes tendem a ter as melhores taxas de conversão. As posições mais elevadas têm muitas pessoas que são apenas candidatos a brindes ou à procura de informações.

As posições mais baixas não têm tráfego suficiente para valer a pena. Você quer trabalhar para otimizar as suas ofertas para garantir que está nessas posições, ou seja, 4 a 6.

Isso vai dar-lhe o tráfego de melhor qualidade e maximizar o retorno sobre o investimento (o chamado ROI). Se há palavras-chave que estão a

ficar muito caras, ou não trazem tráfego de boa qualidade com conversões, você precisa considerar tirar essas palavras-chave da sua campanha.

Pode ser que elas não são adequadas para si. Se você executou uma campanha paga por clique, em seguida, você tem que ficar em cima dela.

Você precisa monitorizá-la regularmente e não deixá-la a funcionar em piloto automático. Fazer um acompanhamento regular vai garantir-lhe que você está a maximizar o retorno sobre o investimento.

Isto significa que você não vai pagar muito pelas suas palavras-chave. Você vai estar sempre a receber o melhor preço possível pelas suas palavras-chave.

Para obter os melhores resultados com PPC você precisa ter certeza de que cada página de destino que você envia às pessoas a partir dos seus anúncios PPC é otimizada para a palavra-chave que utilizou.

Isto pode reduzir drasticamente o preço de uma oferta, e muitas vezes pode tornar acessível uma palavra-chave que antes era demasiado cara.

A ferramenta de palavras-chave do Google Adwords é muito boa, e vai fazer sugestões sobre palavras-chave que pensa estarem relacionados com a palavra-chave que você está à procura.

Certifique-se de tirar proveito deste recurso, porque ele é muito poderoso. Muitas vezes você pode obter algumas palavras-chave muito boas a partir daqui que irão ser altamente rentáveis para si. Pagamentos por clique são uma maneira muito boa de ter tráfego para seu site imediatamente.

Ela tem um custo, porém, que muitas pessoas não querem pagar. PPC é uma boa maneira para começar a receber tráfego, enquanto você está à espera de subir nos resultados dos motores de busca.

Resumo

As palavras-chave são uma parte vital do marketing de Internet. É a parte que muitos marketeiros, e particularmente os marketeiros novos, perdem e7ou ignoram.

Evitando isso, estes marketeiros estão a deixar dinheiro valioso de parte. A pesquisa de palavras-chave não tem de demorar muito tempo. Uma vez que você tenha feito isso algumas vezes, só vai demorar cerca de meia hora para pesquisar palavras-chave e encontrar um nicho para elas.

Se você tem algumas outras ferramentas de software, então pode demorar ainda menos tempo. Algumas das ferramentas pagas pesquisam e encontram nichos em apenas alguns momentos e tudo o que você precisa fazer é digitar a palavra-chave.

Não fazer a fase de pesquisa de palavras-chave é um erro fatal. Você vai lutar para ganhar dinheiro online perdendo-o. As pessoas que estão a fazer muito dinheiro on-line são as pessoas que estão a fazer a sua pesquisa de palavra-chave.

As pessoas que você ouve que estão a ter sucesso são as pessoas que conhecem o seu mercado e conhecem as suas palavras-chave.

Certifique-se sempre de fazer a sua investigação de palavras-chave e, em particular como segmentar palavras-chave compridas nos seus esforços de marketing.

As palavras-chave compridas podem dar-lhe rapidamente alguns rankings e tráfego altamente segmentado. Ficar bem classificado com as suas palavras-chave vai dar-lhe trabalho por um longo período de tempo.

Há sempre novos sites a aparecer e os concorrentes a tentar tirá-lo fora das suas posições. Ao trabalhar continuamente no seu ranking de palavras-chave, você vai ficar sempre à frente da concorrência.

Certifique-se de ter sempre em conta a LSI ao escrever artigos ou a produzir conteúdo web. Este é o futuro da tecnologia dos motores de busca, e tendo isto em conta agora você está a tornar o seu conteúdo à prova de futuro de modo a que se acontecer alguma mudança você não seja afetado.

O marketeiro inteligente também olha para os sites de concorrentes. Usando ferramentas como keywordspy.com e spyfu.com você pode facilmente encontrar o que os seus concorrentes estão a fazer com palavras-chave.

Entender que palavras-chave os seus concorrentes estão a usar e visando especialmente com pagamentos por clique pode realmente dar-lhe uma luz sobre que palavras-chave você deve usar.

Inscrever-se num desses serviços pode diminuir drasticamente o tempo que você tem que gastar a fazer uma pesquisa de palavra-chave. Tudo que você faz é colocar os sites dos seus concorrentes nestes serviço e retirar as suas listas de palavras-chave para ver que palavras-chave eles estão a usar.

Remova as que não são apropriados para o seu site e, em seguida, importe-as diretamente na sua campanha de pagamento por clique ou use-as para começar a fazer marketing do seu site nas listas dos motores de busca.

Você tem sempre como objetivo estar na primeira página do Google. Isto é, onde está o tráfego a sério.

Em qualquer lugar abaixo da primeira página você vai ter algum tráfego, mas não o suficiente, ou não todo o que você quer.

Você vai notar uma enorme diferença na quantidade de tráfego que você tem quando está na primeira página de palavras-chave do Google e quando você não está.

Ao ter como objetivo a primeira página, você está a apontar para maximizar o seu tráfego e, conseqüentemente, os seus lucros também.

Ao fazer algum trabalho de SEO todos os dias, e sendo paciente no seu planejamento, você pode chegar ao número um no Google em qualquer palavra-chave que você deseje.

As palavras-chave mais competitivas levarão mais tempo e mais trabalho, mas ainda assim pode fazê-lo. Antes de começar qualquer projeto certifique-se de fazer a sua pesquisa de palavra-chave.

É tão vital como a identificação de um nicho para criar um produto, e um bom conjunto de palavras-chave podem criar ou destruir um projeto. Se as palavras-chave são muito competitivas, então você vai esforçar-se para obter tráfego orgânico dos motores de busca, o que significa que você vai ter que confiar em PPC, o que vai sair caro.

Você pode não ter inicialmente o orçamento para fazer isso. As palavras corretas podem fazer uma enorme diferença em quão rapidamente você começa a ter tráfego orgânico dos motores de busca e em quanto é o seu lucro.

Quanto mais rápido você for para as palavras-chave relevantes, mais rápido você irá receber o tráfego relevante e segmentado e mais rápido você pode começar a ganhar.

Os marketeiros espertos sabem que querem um retorno rápido do investimento e, assim, segmentam as palavras-chave compridas, afim de obterem rapidamente classificação e na primeira página do Google.

Através da realização de uma campanha onde essas palavras-chave compridas são massivamente segmentadas, você pode dominar rapidamente os motores de busca e obter muito tráfego.

Porque este tráfego vem de palavras-chave compridas ele é altamente segmentado e também motivado. Isso significa que ele gasta dinheiro e compra.

A pesquisa de palavras-chave é absolutamente vital, e eu não posso enfatizar com força suficiente o quanto você deve fazê-lo. Eu vou dizer-lhe por experiência própria que desde que eu comecei a fazer pesquisa de palavras-chave a rentabilidade do meu site aumentou massivamente.

Agora sou capaz de obter o tráfego orgânico dos motores de busca em poucos dias, em vez das semanas ou meses que costumava levar.

Compreender as suas palavras-chave irá ajudá-lo a chegar à frente do seu negócio online, ser mais rentável e obter mais tráfego segmentado.

Em última análise, isso pode levá-lo a ser capaz de viver o seu sonho online. Lembre-se antes de iniciar qualquer projeto pesquise sempre as palavras-chave.

Tenha um dia fantástico,
Equipe InfoDigitais

Desejos De Boa Sorte Para Sí!!!



**“Finalmente! A Solução Chave Na Mão Para Ganhar Dinheiro A Vender Produtos De Outras Pessoas SEM Chatices!...:”
Pagina Lucrativa**