

ENUNCIADO

Dr. Strauss é um novo motor de busca para hotéis que acaba de nascer. Da mesma forma que outros motores de busca, oferece aos usuários a opção de comparar hotéis filtrando a busca por diferentes parâmetros e reservar diretamente o quarto.

Eles estão cientes da enorme concorrência no setor e da existência de algumas empresas bem conhecidas na comparação de hotéis. Portanto sabem que é essencial trabalhar no posicionamento web para ocupar um lugar privilegiado nos motores de busca e ser encontrado rapidamente nas pesquisas do Google.

O orçamento para posicionamento web será alto. Eles sabem que vai ser um grande trunfo e necessitam um profissional para investir tal capital da melhor maneira possível. Você será a pessoa responsável.

1. Investigue **3 empresas** com um perfil semelhante ao descrito no enunciado. Analise suas **estratégias de posicionamento** e **compare os resultados**.

Análise de 3 empresas concorrentes

O seguinte estudo contempla um pouco de história e dados estatísticos de 3 empresas de topo relacionadas com pesquisas de hotéis e agências de viagens e outros.

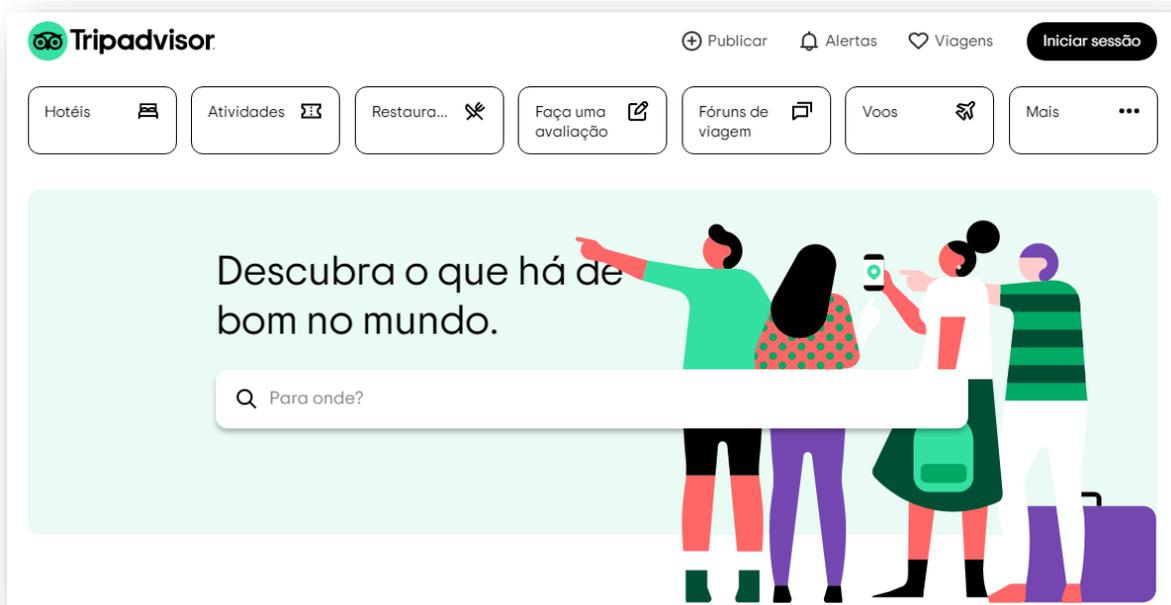


Descrição da empresa

O [Tripadvisor](#) é considerado, a maior plataforma de viagens do mundo, comparadora de preços de hotéis, voos, cruzeiros, restaurantes, aluguer de viaturas, e ajuda 463 milhões de viajantes todos os meses*. O seu modo de funcionamento é semelhante a outros sites como Booking, Momondo e Trivago. Está disponível em 49 mercados e 28 idiomas. Foi fundado em fevereiro de 2000, por Langley Steinert, Stephen Kaufer e outros, nos Estados Unidos.

*Fonte: ficheiros de registo interno da Tripadvisor, média de visitantes mensais únicos durante a época alta no quarto trimestre de 2019.

Conta com aplicações para Android e iPhone, de modo aos utilizadores poderem comparar preços e procederem a reservas onde quer que estejam.



Foi solicitado ao site seigoo.com, um relatório detalhado onde além de outras informações relevantes, destacam-se dados sobre a pontuação SEO de 50%, links internos, externos, e otimização para dispositivos móveis. O relatório completo poderá ser consultado no ficheiro ao lado.



informe_seo_www.t
ripadvisor.pt_00175:

momondo

Descrição da empresa

[Momondo](#) é uma plataforma agregadora de sites, fundada na Dinamarca em 2006, por Thorvald Stigsen, com sede em Copenhaga. A empresa opera em 35 mercados internacionais, e conta com cerca de 200 funcionários, oriundos de 40 países.

As pesquisas na plataforma podem ser efetuadas através de vários filtros de preço, popularidade, localização, e avaliações dos hóspedes, conseguindo encontrar hotéis por todo o mundo. É possível reservar também na Momondo voos, e rent-a-car facilmente e com comodidade.



A Momondo tem parcerias com cerca de 700 sites de fornecedores que podem ser encontrados nas pesquisas. Além destas parcerias, a Momondo faz parte da Booking Holdings Inc, em que sites como Booking.com, Agoda.com e Rentalcars.com, fazem parte. Dispõe de aplicações para Android e iPhone, de modo a estar sempre disponível aos seus utilizadores em dispositivos móveis.

Foi solicitado ao site seigoo.com, um relatório detalhado onde além de outras informações relevantes, destacam-se dados sobre a pontuação SEO de 72%, imagens com atributo Alt, e links internos. O relatório completo poderá ser consultado no ficheiro ao lado.



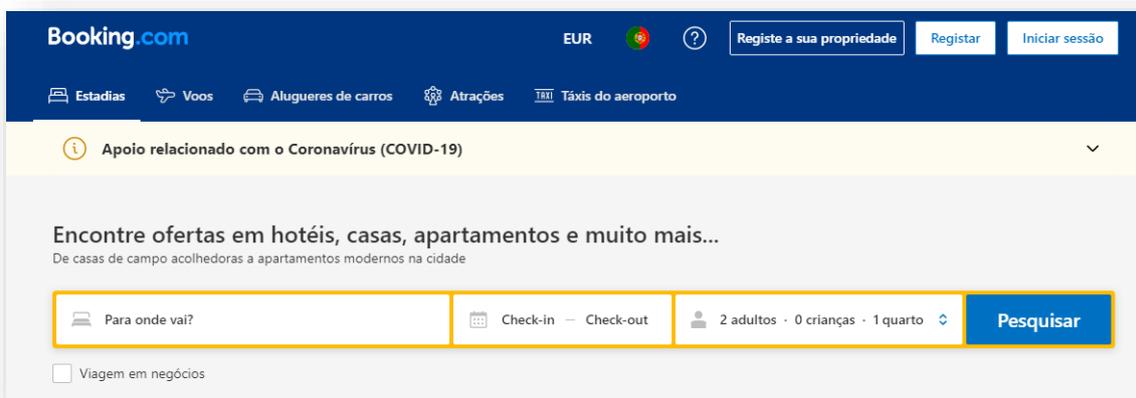
informe_seo_www.
momondo.pt_00174

Booking.com

Descrição da empresa

A empresa [Booking](https://www.booking.com) foi fundada em Amesterdão no ano de 1996, por Geert-Jan Bruinsma. Começando como start-up, é atualmente uma das maiores empresas digitais no setor das viagens em todo o mundo.

Booking oferece a funcionalidade “Genius” um programa que disponibiliza 10% desconto, late check in ou out, ou sem taxas extra. Basta ao utilizador efetuar pelo menos 5 reservas anuais, para se tornar membro Genius e poder beneficiar das suas vantagens.



Está disponível em 43 idiomas e oferece mais de 28 milhões de acomodações registadas, incluindo mais de 6,2 milhões de casas, apartamentos e outros alojamentos únicos.

Booking disponibiliza aplicações para iPhone, iPad e Android. Os utilizadores podem assim efetuar as suas reservas de alojamentos, automóveis e outros, a qualquer momento, e em qualquer lugar.

Foi solicitado ao site seigoo.com, um relatório detalhado onde além de outras informações relevantes, destacam-se dados sobre a pontuação SEO de 59%, número e relevância de keywords, e a usabilidade da Google Analytics. O relatório poderá ser consultado no ficheiro ao lado.



2. Faça um **projeto completo** para o Dr. Strauss com o plano de posicionamento web e um orçamento.

Adapte-se as suas necessidades tendo em conta:

- A empresa se encontra em sua fase inicial.
- Dispõe de um orçamento elevado.
- É um negócio online com muitos concorrentes.

Redija e argumente sobre as decisões tomadas para o projeto, justificando cada detalhe: estudo prévio, palavras-chave, SEO on page, ferramentas utilizadas, conteúdo e otimização de recursos, entre outros.

A realidade digital está cada vez mais presente no seio empresarial nacional e internacional. Para ser digital, não basta estar lá, tem de se tomar medidas para que as empresas sejam competitivas online, e para que o sucesso aconteça, é muito importante planear uma estratégia de Posicionamento Web, que permita uma forte presença na internet, acrescentando valor à organização, e um crescimento da reputação online.



Vamos conhecer as várias etapas que compõem o plano de posicionamento Web para a empresa Dr. Strauss:

Análise de mercado

É fundamental conhecer bem o segmento de atuação do nosso negócio, para poder haver lugar a uma boa experiência por parte dos clientes, e para implementação de estratégias SEO na empresa. As informações necessárias para dar seguimento à estratégia, são as seguintes:

- Qual o tipo de cliente
- Como e o que ele compra
- Dados demográficos
- Que canais utiliza
- Outras informações que visam facilitar a criação do plano

Análise da concorrência

É essencial analisar a concorrência, devido ao setor ser bastante competitivo, e de já existirem vários operadores reconhecidos em todo o mundo, há vários anos.

Iremos analisar as métricas relacionadas ao Click Through Rate médio do nosso mercado, dos sites concorrentes, e a conversão média do nosso mercado. Iremos abordar nesta análise um gráfico DAFO, para identificação das debilidades, ameaças, forças, e oportunidades da Dr. Strauss.



Metas SEO

O objetivo é determinar quais o tipo e as metas de SEO para a empresa Dr. Strauss. Assim sendo, após análise com a restante equipa, determinamos o método Whitehat, para evitar penalizações da Google, e foi apurado o prazo de 3 meses para aumentarmos em 40% os seguintes parâmetros:

- ✚ Tráfego orgânico
- ✚ Participação do canal orgânico
- ✚ Conversão do canal orgânico

Palavras-chave

Determinante para o nosso posicionamento, é a pesquisa de palavras-chave corretas, cruciais para aumentar o volume de visitantes online, e sabermos por exemplo, que palavras-chave usam os nossos principais concorrentes. Usaremos para determinar quais as melhores palavras-chave, a ferramenta Google Keyword Planner, uma ferramenta ligada à Google Ads, para ajudar a encontrar as keywords mais adequadas para a nossa campanha.

The image shows a screenshot of the Google Keyword Planner interface. The title is "Descobrir novas palavras-chave". There are two tabs: "COMEÇAR COM PALAVRAS-CHAVE" (selected) and "COMEÇAR COM UM SITE".

Under "Insira produtos ou serviços diretamente relacionados à sua empresa", there is a search bar with a magnifying glass icon. Below the search bar, there are three buttons: "Hotéis", "Voos", and "Restaurantes", each with a close icon. To the right of these buttons is the text "+ Adicionar outra palavra-chave".

Below the search bar, there are two location options: "Inglês (padrão)" and "Estados Unidos".

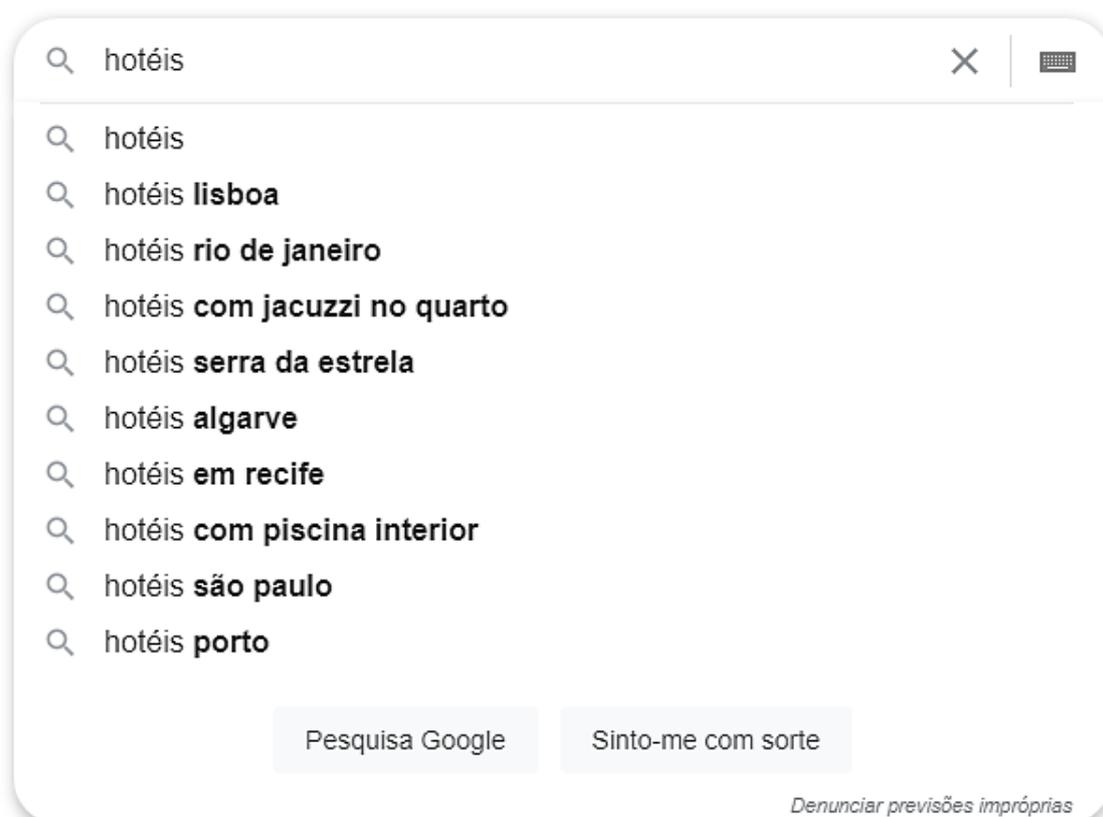
Under "Insira um domínio para usar como filtro", there is a search bar with a globe icon and the text "https://dr-strauss.com".

On the right side, there is a text box with the following content: "Evite termos muito específicos ou genéricos. Por exemplo, 'entrega de comida' é melhor do que 'comida' para uma empresa de entrega de comida. Saiba mais".

At the bottom left, there is a blue button labeled "VER RESULTADOS".

ENEB

O motor de pesquisa da Google é também uma boa alternativa para encontrar as pesquisas mais populares. A Google sugere palavras-chave que completam o que escrevemos no campo de pesquisa, com base na popularidade.



A Semrush disponibiliza uma ferramenta na qual se pode inserir o site concorrente, e verificar quais palavras-chave esse site utiliza.

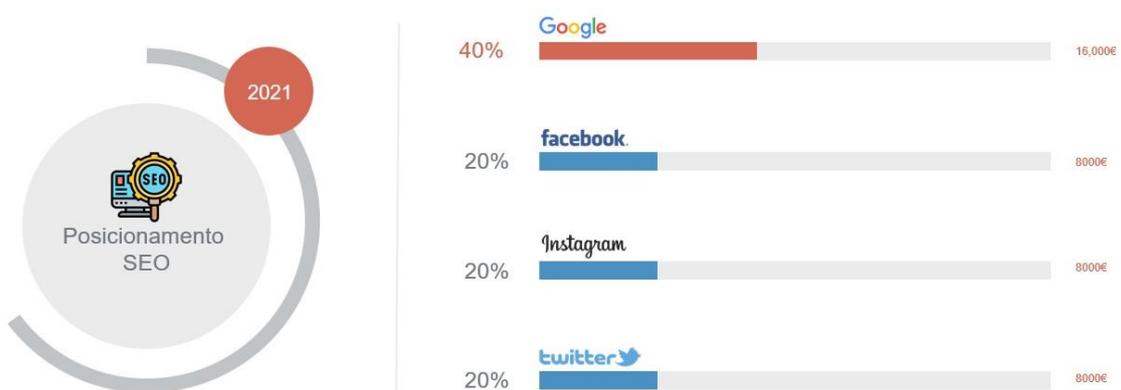
Plano de ação

Iremos analisar o website do Dr. Strauss para determinar a sua usabilidade e funcionalidade para utilizadores, e como se comporta em diferentes dispositivos. Serão feitas sugestões para as páginas nas Redes Sociais, de modo a comportarem updates regulares relevantes para os seus utilizadores, e recomendações relativamente a links patrocinados, e análise de métricas.

- **Site Responsivo - SEO Friendly**, fácil de navegar em desktops, como em dispositivos móveis (smartphone, tablet, laptop), com um layout simples e organizado, e com informação relevante para o consumidor. Contém uma secção de blog, com updates regulares.
- **Gestão de Redes Sociais** – Páginas nas principais redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter) e apresentação de updates regulares dos seus produtos, serviços e outras informações em texto, imagens, vídeos, e links com ligação para o website da empresa.
- **Links Patrocinados** – Anúncios pagos na Google e Redes Sociais para maior visibilidade da marca e atração de novos clientes.
- **Análise de Métricas** – Análise de métricas através de ferramentas online como por exemplo **Google Analytics**. Análise de dados fornecidos pelas Redes Sociais, website e blog da empresa.

Orçamento

O valor de orçamento estipulado pela empresa Dr. Strauss, é generoso e ambicioso. São 40,000 euros para anúncios, a distribuir pela Google e Redes Sociais:



2. Realize uma pesquisa sobre o **crescimento das técnicas** de posicionamento WEB, SEM, SEO e mídias sociais nos últimos 5 anos.

A Internet foi criada em 1969, desenvolvida para fins militares, com o intuito de oferecer segurança às comunicações do exército dos EUA.

Nos anos 90, a Internet se tornou popular com a criação da WWW (World Wide Web) e começaram a surgir websites por todo o mundo. As empresas viram a Web como uma oportunidade de promoção dos seus produtos e serviços, e começaram a apostar em anúncios publicitários em formato de banners.

Relativamente ao surgimento do **SEO**, existem 3 variantes para o nascimento do Search Engine Optimization:

1. Bob Heyman juntamente com Leland Harden, definiram o termo após melhorarem o posicionamento de um website de um cliente, em 1997.
2. Um post referenciado por Danny Sullivan, indicando um post SPAM feito na Usenet, em 26 de Julho de 1997, onde aparece o termo Search engine Optimization.
3. Esta terceira variante é a mais concreta e antiga, e sugere que o termo é uma criação da Multimedia Marketing Group (MMG), uma empresa online de John Audette. Essa empresa possuía no início de 1997, páginas que mencionavam o termo Search Engine Optimization.

Com o passar dos anos, e em 2009, o marketing digital veio trazer novas possibilidades, sendo uma delas o **email marketing**, e hoje em dia, é um dos métodos mais usados pelas empresas e profissionais de marketing.



O objetivo será o envio de informações e novidades sobre produtos e serviços, aos seus subscritores. Ainda na área do email marketing, temos o **Inbound Marketing**, que visa preparar o consumidor para a compra, levando-o do estágio de desconhecimento do problema, até à entrega da solução ideal.

As **Redes Sociais** vieram contribuir em grande escala para as empresas, relativamente a publicidade viral através de páginas de serviços com posts de textos, vídeos, e imagens, e anúncios com a particularidade de serem pagos, obtendo obviamente resultados diferentes em ambas as modalidades.

As empresas estão a reconhecer o mundo da internet como um meio em que se podem adaptar e aumentar a sua **presença online**. As grandes empresas detentoras das principais marcas no mundo, sabem que adotando um correto **posicionamento SEO**, terão garantidamente um maior fluxo de clientes e um aumento nas suas vendas online.



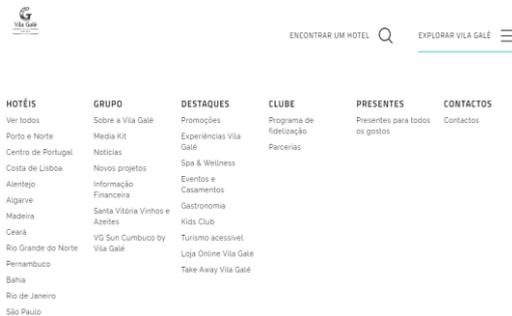
Na atualidade, exigem-se respostas imediatas. Compras e vendas produtos e serviços de qualquer país do mundo, sem nunca lá teres estado, e é possível para qualquer empresa saber quem são os seus clientes, em que lugar se encontram e quais as suas preferências. Todas essas informações são possíveis através das **análises métricas**. A maioria das empresas já apresentam um plano consistente que passa pelas seguintes etapas:

1. Domínio
2. Conteúdo das páginas;
3. Metatags (títulos e descrições);
4. URL's;
5. Alt Text nas imagens;
6. Links (internos e externos).

A maioria das empresas apresentam os seus websites com design apelativo e de fácil navegação, boa estrutura de menus, informação colocada de forma clara e correta, estrutura de links internos, etc. Recolhem os dados fornecidos pelos seus websites e redes sociais, e realizam as suas análises métricas em ferramentas online tais como **Google analytics, Matlab ou Tableau**.

4. Escolha **uma empresa que considere pertinente** e esteja bem posicionada. Analise o seu caso em relação aos aspectos que afetam o SEO.

A empresa escolhida para análise, é o [grupo Vila Galé Hotéis](#). Vila Galé é um grupo de hotéis famoso por ter uma rede de 37 hotéis em Portugal e no Brasil. Dispõe de revista própria de nome “Feel”, na qual se pode consultar informações ligadas aos seus hotéis e sugestões. O grupo oferece também aos seus clientes, o acesso ao Clube Vila Galé, um programa de fidelidade 5 estrelas.

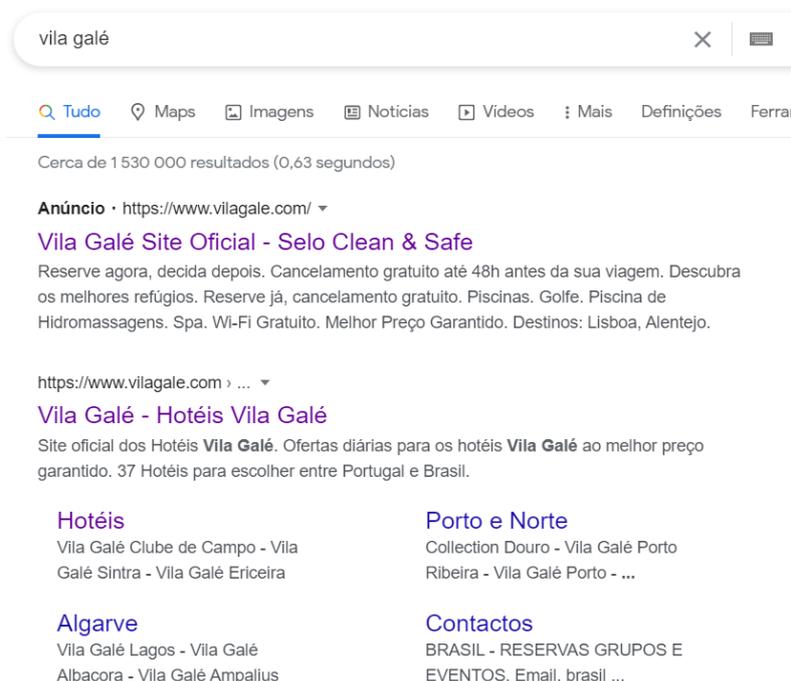


O seu website dispõe de um layout funcional, e com slideshow apresentando várias imagens com títulos alusivos aos seus hotéis e serviços. O menu de navegação é bastante completo e intuitivo.



Relativamente ao posicionamento em motores de busca, constatamos que no caso da Google, surge em primeiro lugar anúncio pago pela empresa para promoção do seu próprio website, e seguidamente todos os restantes

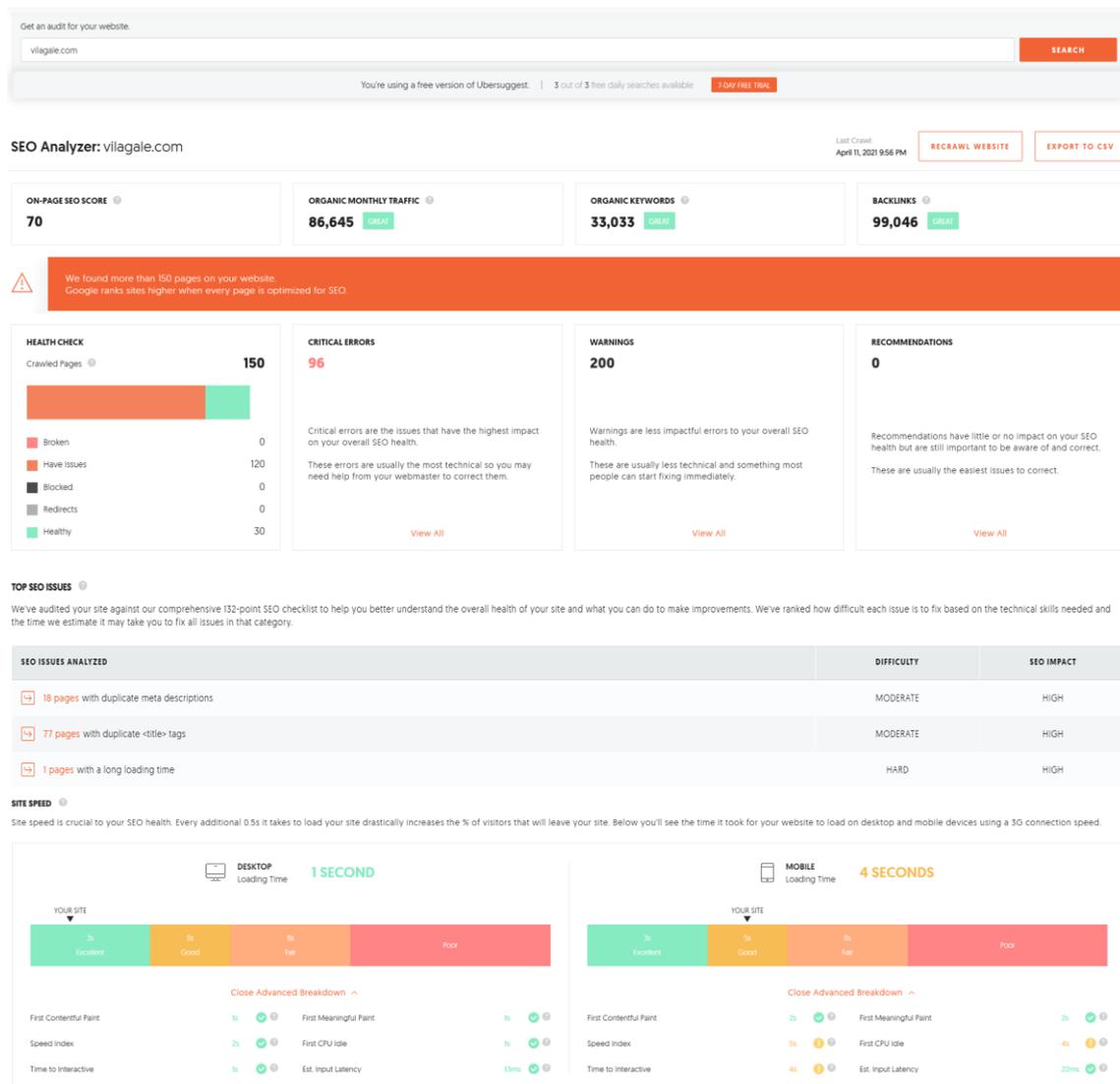
resultados da primeira página da Google, são links, e imagens direcionados ao seu website, e mapa de localização. Apresenta 1 milhão e 530 mil pesquisas.



O grupo dispõe de páginas criadas nas redes sociais, nomeadamente Facebook, Instagram, LinkedIn, e Twitter. A estratégia nas Redes Sociais, é justamente a publicação de posts ilustrados não só com informações e campanhas dos seus hotéis, mas também a partilha de notícias relevantes de produtos gastronómicos e locais a visitar.

O grupo conta com várias parcerias em diversos setores, entre eles bancários, com o Santander, Crédito Agrícola, e Montepio. A DECO (Associação de Defesa do Consumidor), Farmácias Portuguesas, FNAC, e Sport Lisboa e Benfica, também se juntaram ao enorme leque de parceiros dos Hotéis Vila Galé. Será o cliente o principal beneficiado pelas muitas vantagens.

Foi efetuada uma auditoria ao website dos Hotéis Vila Galé na [Ubersuggest](#), para determinar o que está bem e o que está mal, o que pode ser alterado e melhorado, e a sua classificação em diversos parâmetros.



Conclusão:

Verificamos que o grupo Vila Galé tem seguido com sucesso o seu plano de Posicionamento Web com muitos bons resultados. Infelizmente com os resultados da auditoria ao seu website, embora obtivesse uma pontuação SEO de 70%, constatamos que existem 96 erros críticos, que afetam a performance SEO.

Existem bastantes páginas com problemas de tags e meta descriptions duplicadas que necessitam de ser resolvidas. A navegação em dispositivos móveis é um tanto lenta, demorando cerca de 4 segundos de carregamento por cada página.

Bibliografia

- Elias, Marcio. (2013). Fundamentos Básicos e Avançados de Seo. Brasil: Editor: Brasport.
- Almeida, Adriano. (2015). Seo Prático: Seu Site na Primeira Página das Buscas. Brasil: Editor: Casa do Código.

Webgrafia

- Tripadvisor.pt (2021). Recuperado de: [Sobre a Tripadvisor.com](#)
- Momondo.pt (2021). Recuperado de: [Sobre a Momondo.com](#)
- Booking.com (2021). Recuperado de: [Sobre Booking.com](#)
- Paulofaustino.com (2021) O que é SEO e como funciona a otimização de sites? Recuperado de: <https://www.paulofaustino.com/pt/seo-otimizacao-sites/>