

8 Conclusões

Chega ao final o estudo de dois anos com um sentimento de dever cumprido. A hipótese de que sítios que não se preocupam com a otimização nos mecanismos de busca ficam mal posicionados foi confirmada. E o objetivo foi alcançado com o desenvolvimento da lista de recomendações para desenvolvedores.

Esta lista de recomendações de projeto de otimização de sítios para mecanismos de busca na Internet tem por finalidade contribuir para os desenvolvedores e por consequência, para os usuários. Estas recomendações servirão de base na concepção de projetos de comércio eletrônico e acredita-se que, uma vez seguidas, ajudarão estes projetos a se posicionarem em lugares de destaque nos mecanismos de busca na Internet.

8.1. Lista de recomendações

Abaixo segue a lista de recomendações de otimização de sítios de comércio eletrônico para mecanismos de busca na Internet:

1) XHTML nos padrões da W3C

Implementar o código do sítio com XHTML validado pela W3C, com o código semanticamente correto. Este recurso reduz o peso da página e faz com que os robôs achem mais rapidamente o conteúdo, pois o código torna-se mais simples.

2) Layout desenvolvido para SEO

Desenvolver o *layout* pensando em bons resultados nos mecanismos de busca. A princípio é um pouco restrito aos olhos dos *designers*, mas estudando a fundo esta técnica de otimização o *designer* pode encontrar uma infinidade de possibilidades e utilizar uma para cada situação que precisar.

3) Uso de *tags* meta

Recurso para ser utilizado no código HTML segmentado por página ou seções do sítio. Este recurso não aparece para o usuário na página, mas aparece no título e na descrição na lista de resultados dos mecanismos de busca.

Ex:

```
<meta http-equiv="content-language" content="Portugues">
```

```
<meta name="title" content="nome e slogan da empresa">
```

```
<meta name="description" content="nome e pequena descrição dos serviços da empresa">
```

```
<meta name="Keywords" content="principais palavras-chave contidas no conteúdo da página relativas ao focodo negócio">
```

```
<meta name="copyright" content="nome da empresa">
```

```
<meta name="revisit-after" content="3 days">
```

4) Título da página (*tag title*)

Recurso para ser utilizado no código HTML segmentado por página ou seções do sítio. Este recurso aparece para o usuário na barra superior do navegador que o usuário estiver utilizando para entrar na página. Além disso, é a primeira frase que o robô de busca lê ao vasculhar uma página e este faz relação direta desta *tag* com o conteúdo textual da página.

Uma regra fácil para a construção desta frase é utilizar a navegação estrutural da página para fazer o título da página:

```
<title> nome da categoria + nome da subcategoria + nome da marca + nome do produto </title>
```

Ou utilizá-la ao em ordem inversa:

```
<title>nome do produto + nome da marca + nome da subcategoria + nome da categoria</title>
```

Dependendo da necessidade devem ser levadas em consideração as duas regras.

5) *Tag alt* nas imagens

Esta *tag* é utilizada com a nomenclatura do produto referente à imagem.

Ex:

```

```

6) Links com *tag title*

Esta *tag* deve ser colocada em todos os *links* com palavras-chave que acompanhem o nome da página e do produto que o *link* deve apontar.

Ex:

```
<a href="armani-code-feminino-eau-de-parfum.asp" title="Armani Code Feminino Eau de Parfum"> </a>
```

7) Criação de textos estáticos com páginas chave

Criar textos estáticos dentro das páginas do sítio para que os robôs possam ler algum conteúdo estático e relevante dentro dessas páginas, já que grande parte da página é dinâmica.

Ex:

No departamento Maquiagem, pode-se utilizar textos explicativos para contribuir para o entendimento daquela página.

8) Utilizar o atributo H para títulos e textos importantes do sítio

Deve constar na página a *tag* de cabeçalho "H1" que é identificada pelos mecanismos de busca como a idéia mais importante no sítio.

É muito importante também usar os outros cabeçalhos (H2, H3, H4, H5 e H6) de acordo com o grau de importância de cada informação. Uma *tag* "H" indica que é um cabeçalho / tópico.

Ex:

H1 > Nome do Site > Se possível só ter um por página

H2 > Nome ou Título da Página > Se possível só ter um por página

H3 > Menu do Site > Departamentos ou Categorias

H4 > Sub Menu do Site > Subcategorias

H5 > Texto > Aqui num tamanho maior usado para textos mais importantes

H6 > Texto > Aqui num tamanho de texto corrido do sítio

9) Utilizar variações de itálico e negrito para dar destaque a palavras-chave

Tags e , embora visualmente tenham o mesmo efeito de deixar o texto em negrito, a *tag* tem maior valor que a *tag* portanto tem maior notoriedade semântica e nos mecanismos de busca.

O mesmo ocorre com as *tags* <i> e . Deve-se optar pela *tag* (que significa *emphasis*) que possui maior valor semântico.

10) Nomenclatura de páginas

É importante que o sistema tenha isto como recurso. Páginas dinâmicas são péssimas para os mecanismos de busca, por isso quanto menos parecer que o sítio é dinâmico, melhor. Todas as páginas e arquivos de imagens de produto devem ter nomes e não parâmetros como foi usado em todos os sítios de comércio eletrônico até 2006.

Ex:

Em vez do link com parâmetros -

http://www.eletrodireto.com.br/maiseleto/loja.php?cat_id=86&pro_id=3594

O ideal seria o seguinte link:

<http://eletrodomesticos.eletrodireto.com.br/fogao-de-piso-grecia-plus.php>

11) Criação de novas páginas geradoras de tráfego dentro do sítio

Ex:

- **Nossas marcas** - lista estática de todas as marcas que temos no sítio, com link para as páginas da marca e para uma página com a história completa da marca, dando profundidade ao conteúdo do sítio;

- **Mais vendidos** - lista dos produtos mais vendidos de todas as categorias do sítio e também a lista separada por categoria. Esta página será usada como consulta e irá alavancar as vendas de itens de todas as categorias do sítio;

- **Lançamentos** - lista com os últimos produtos cadastrados no sistema, separados por relevância de categorias dentro da Sack's;

- **Páginas Sazonais** - analisar as datas que são mais movimentadas do varejo e adaptar às necessidades da Sack's, gerando e otimizando cliques e consultas focadas nesses períodos do ano;

- **Parceiros** - criação da página de parceiros com logomarca e endereço de todos os parceiros da empresa. Com isso damos credibilidade à página e ao mesmo tempo aumentamos nossa popularidade na Internet;

- **Mapa do Sítio** - mapa estrutural e navegacional do sítio no qual o usuário pode encontrar todas as áreas em uma só página. Inserir conteúdo estático nesta página, para não virar somente uma página de *links*;

- **Páginas especiais** - criação de páginas especiais para marcas e produtos, estratégias para a empresa e para os usuários.

12) Utilizar a barra de navegação estrutural (*breadcrumb*) em todas as páginas do sítio.

Utilizar a barra de navegação estrutural (*breadcrumb*) em todas as páginas do sítio de forma relevante. Além de interligar as páginas do sítio de maneira organizada, este recurso contribui muito para o e-consumidor saber, o tempo todo, onde está e por onde passou. Fatores estes muito relevantes para uma boa usabilidade no sítio.

13) Utilizar o recurso de opinião dos clientes.

Este recurso permitirá a identificação do pensamento dos e-consumidores e do serviço da empresa como um todo. Além disso, ajudará nos resultados dos mecanismos de busca, pois as mesmas palavras colocadas nas opiniões muitas vezes são as palavras escritas nas buscas realizadas pelos usuários dos mecanismos.

14) Google Sitemaps

Criar um arquivo XML com todos os caminhos do sítio para ajudar os mecanismos de busca a indexarem as páginas de maneira correta (*Google Sitemaps*).

Ex:

www.google.com/webmasters/sitemaps/?hl=pt-BR (página que você usará para submeter o *sitemap*)

https://www.google.com/webmasters/tools/docs/pt_BR/about.html (para saber mais sobre *sitemap*)

<http://www.xml-sitemaps.com/> (este sítio cria um *sitemap* para você ver o formato aceito pelo Google.)

15) Arquivo robots.txt

Este arquivo deve ficar na raiz do sítio, pois serve como cartão de visitas para que os mecanismos de buscas possam vasculhar seu sítio.

Mais informações em <http://www.robotstxt.org/>

8.2. Lições aprendidas

A experiência pessoal de quatro anos estudando a fundo a técnica de otimização de sítios para mecanismos de busca na Internet; aliada a estes dois anos de pesquisa para o mestrado, possibilitaram um salto muito grande na capacidade de percepção sobre esta poderosa ferramenta de marketing.

É muito difícil desenvolver e administrar um projeto de SEO para uma empresa grande de comércio eletrônico. Este trabalho, além de ser um referencial teórico para as novas cabeças pensantes da Internet brasileira, pode ser visto também como qualificação e portfólio pessoal.

Realizar uma pesquisa com este tema, desconhecido para os usuários e até mesmo para os desenvolvedores, foi bastante complexo. Desde a apresentação da proposta para o mestrado na PUC-Rio, indo para a escolha do estudo de caso que foi determinante para o sucesso da pesquisa, passando pela busca de usuários e desenvolvedores para a realização dos métodos e técnicas propostos e até a compilação de todos os dados para a criação da lista de recomendações. O desenvolvimento desta pesquisa mostrou que nunca devemos desistir dos nossos objetivos e que é muito vasto o campo para aplicação dos resultados aqui obtidos no mercado de comércio eletrônico no Brasil.

8.3.Caminhos para novas pesquisas

Hoje, em janeiro de 2007, a Sack's é a líder no segmento de perfumes e cosméticos pela Internet. O trabalho realizado de SEO, praticamente pioneiro no Brasil, além de consolidar esta liderança, contribui mensalmente para a sua manutenção.

É interessante sugerir novos estudos dentro desta área para futuros temas de pesquisa, tais como:

- Continuar o trabalho no sítio da Sack's Perfumaria, já que a empresa está preste a implementar um novo sistema em 2007, com apoio mais forte ao projeto de SEO da empresa;

- tendo por base este estudo realizado com a Sack's, remodelá-lo para ser desenvolvido em um sítio com uma escala maior de departamentos. Seria uma idéia analisar a Americanas.com ou o Submarino, que são os dois maiores sítios de comércio eletrônico do Brasil.

- Fazer esta pesquisa em outro segmento específico de comércio eletrônico, ou até mesmo para um sítio de serviços, aplicando a lista de recomendações propostas nesta dissertação.

O primeiro seria um trabalho de continuidade e profundidade, já o segundo, seria um trabalho de afirmação em uma escala bem mais alta do que a que fizemos

com a Sack's Perfumaria, que só abrange um único segmento comparado aos sítios da Americanas.com e do Submarino. Como terceira proposta, uma mudança de segmento dentro do comércio eletrônico, ou até mesmo uma mudança de foco, partindo para uma área ainda não estudada, mas que precisa de força de *branding* tanto quanto o comércio eletrônico.

8.4.Contribuição para o Design e para toda a comunidade científica

Esta pesquisa de Mestrado contribui para o *Design* no país, pois aponta através de um estudo bem fundamentado e com bases sólidas que a profissão do *Designer* é multidisciplinar.

O projeto de otimização de sítios para mecanismos de busca na Internet atua desde a idéia do projeto do sítio até a sua implementação e manutenção.

Assim, o grande ganho para a comunidade científica é ter o primeiro trabalho de otimização de sítios para mecanismos de busca na Internet publicado no Brasil, para consulta de qualquer profissional, de qualquer área ligada à Internet.

8.5.Comentários finais

“A democratização das nossas sociedades se constrói a partir da democratização das informações, do conhecimento, das mídias, da formulação e debate dos caminhos e dos processos de mudança”.

Herbert José de Souza (Betinho).