

DEZ DICAS PARA DIVULGAR SEU SITE

Você possui um site, mas ainda não sabe como divulgá-lo? Sempre existe um começo ou recomeço no procedimento de divulgação.

** por Eduardo Favaretto*

Revisão 1.1
outubro/2007



alguns direitos reservados



Última versão disponível no link permanente:
<http://www.ibuscas.com.br/cartilha>

Condições de uso: saiba mais sobre a licença Creative Commons
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/br/legalcode>



Você pode:



copiar, distribuir, exibir e executar esta obra



criar obras derivadas

Sob as seguintes condições:



Atribuição. Você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.



Uso Não-Comercial. Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.

- Para cada novo uso ou distribuição, você deve deixar claro para outros os termos da licença desta obra.
- Qualquer uma destas condições podem ser renunciadas, desde que você obtenha permissão do autor.



Sobre a iniciativa desta cartilha

Esta cartilha derivou de um artigo escrito pelo autor durante o mês de outubro de 2007 sob o mesmo título.

Motivado pela limitação do espaço de texto usual permitido em um artigo (cerca de 4 mil caracteres), o autor teve o intuito de gerar explicações mais detalhadas sobre cada um dos 10 tópicos abordados no texto.

A idéia de interação entre os leitores também é inovadora: todos poderão opinar, sugerir, ampliar, divulgar e auxiliar nas futuras versões deste material de domínio público (licença Creative Commons). Participe você também, mande seu recado ao autor!

Sobre o autor



* *Eduardo Favaretto, ef@buscas.com, é empresário, especialista em Internet e atua na área de tecnologia desde 1987. Participou do início da operação da Internet comercial no Brasil, em 1995, com o desenvolvimento e implantação de diversos projetos técnicos no mundo virtual. Nos últimos anos, como fundador do **iBUSCAS**, gestor de recursos e aplicações de softwares para Internet, dedica-se à criação de soluções disponíveis on-line baseadas no conceito de Web 2.0 e rede social.*

*Escreve no **::buscas.com weblog** (<http://www.buscas.com/weblog>), um blog sobre tendências do mercado de mecanismos de buscas.*

Dica 1 - Mencione o nome de seu domínio & e-mail próprio em impressos, cartões ou anúncios

Dica 2 - Publique informativos periódicos via *e-mail marketing*

Dica 3 - Faça o cadastramento em mecanismos de buscas

Dica 4 - Autorize a troca de *links* com outros sites

Dica 5 - Participe de *blogs*, redes sociais, comunidades & fóruns

Dica 6 - Gere anotações na *Wikipedia*

Dica 7 - Invista em publicidade na própria Internet

Dica 8 - Melhore o posicionamento de seu site nos resultados dos mecanismos de buscas

Dica 9 - Crie *hot sites* & campanhas virais

Dica 10 - Disponibilize *widjets* (conteúdo de seu site publicado por outros)



Dica 1 - Mencione o nome de seu domínio & e-mail próprio em impressos, cartões ou anúncio no jornal, etc. (não esqueça da divulgação tradicional)

Pelo boca-a-boca e meia dúzia de telefonemas é possível avisar informalmente os vizinhos, amigos, familiares, funcionários, colegas de trabalho, etc. O que vale aqui é a paixão pelo assunto do site ou por você. Inclua o endereço de seu site onde já divulga seu número de telefone: cartões de visita, papéis timbrados, sacolas de embalagens, pastas, envelopes, anúncios no jornal, veículos da empresa, folhetos promocionais, etc. - alguém que viu sua Fiorino passar na rua ou trocou cartões com você é um potencial visitante de seu site.

• O que é um nome próprio de domínio ?

É um nome escolhido por você que permitirá que todas as pessoas cheguem até seu site pela Internet via um navegador web usando o formato

“[http://www.nome de dominio .com.br](http://www.nome_de_dominio.com.br)”

ou envie um e-mail para

“alguma_pessoa@nome_de_dominio.com.br”

- tal nome pode estar relacionado com o seu nome, sobrenome ou nome de sua empresa, produto ou serviço.

• Como registrar um nome de domínio brasileiro (.br)?

Você pode entrar em contato direto pela Internet com o www.registro.br - entidade responsável pelo procedimento de registro no Brasil para verificar a disponibilidade do nome desejado – no País já existem aproximadamente 1,2 milhões de nomes registrados. Em caso de dúvidas, solicite auxílio a seu provedor de acesso ou a um profissional técnico de sua confiança.

Dica 2 - Publique informativos periódicos via e-mail marketing (fidelize clientes e construa contatos evangelistas)

Todos nós temos agenda, no papel ou eletrônica, com anotações de nomes e telefones de pessoas ou empresas - comece anotar também o e-mail. Rapidamente você terá um "banco de dados com e-mails" de um público que conhece você ou sua empresa e tem interesse em receber (e ler) os informativos que você enviará periodicamente - sua mensagem não será considerada SPAM. Seja agradável, fale de suas atividades, promoções da empresa, produtos ou serviços, numa linguagem simples e objetiva, para resguardar a lembrança de você (e de seu site) na memória dos contatos.

• O que é e-mail marketing?

É uma mensagem eletrônica enviada para um grupo de contatos de forma automatizada, com intuito informativo ou promocional. O texto enviado é de livre escolha: avisos, resumo de notícias, ofertas de produtos ou serviços, artigos, *newsletter*, convocação para eventos, etc. e pode incluir fotos, imagens, logotipos, vídeos, além de links com destino a diferentes endereços de sites.

• O que é SPAM?

É uma mensagem eletrônica não solicitada enviada em massa (para uma grande quantidade de destinatários) e que normalmente não traz uma forma explícita que permita ao destinatário excluir seu e-mail da lista. Suas formas mais populares são: mensagens publicitárias, correntes tipo "fique rico", falsos comunicados ou que contêm notícias sensacionalistas.

Dica 3 - *Faça o cadastramento em mecanismos de buscas (disponibilize mundialmente a localização de seu site pela Internet)*

Mais de 80% das pessoas que usam a Internet iniciam a navegação por buscadores. Cadastre corretamente seu site no maior número possível destes serviços, nacionais e internacionais, dos generalistas aos temáticos, de associações e entidades de classe, às páginas amarelas eletrônicas ou buscadores que atuam regionalmente em bairros ou cidades específicas.

• **O que são mecanismos de buscas?**

São endereços na Internet (site na Web) que permitem o uso de *scripts on-line* ou programas de computador para localização de outras páginas (sites) relacionados a um tema ou palavra-chave escolhida para procura.

• **Quais são os 3 tipos de mecanismos de buscas?**

Diretórios: também conhecidos por “diretório Web”, se enquadram os sites de buscas que são organizados criteriosamente por seres humanos e apresentam suas pesquisas divididas por temas ou categorias segmentadas. Ex: Dmoz (www.dmoz.org). **Robôs:** também conhecido como *crawler* ou *spider*, como o GigaBlast (www.gigablast.com) que possui um “rôbo virtual” (programa de computador) que visitará seu site automaticamente para catalogar cada uma das páginas e inserí-las no banco de dados, sem nenhuma intervenção humana. **Metabuscares:** reúne numa única ferramenta de busca, acessos simultâneos a diversos bancos de dados, como o exemplo do DogPile (www.dogpile.com), quase sempre retornando uma página com o mix dos resultados encontrados, de forma prática e resumida.

Dica 3 – continuação...

• O que são *Meta-Tags*?

São códigos HTML ou "etiquetas" (*tags*) que, além de outras funções, descrevem o conteúdo e as palavras-chaves relevantes em seu site para auxiliar na indexação automatizada dos mecanismos de buscas. As *meta-tags* não ficam visíveis para os visitantes de seu site quando incluídas nas diversas páginas.

• O que é *Page Rank*?

É um critério de indexação de informação baseado num algoritmo usado pelo buscador *Google* que dá "pesos numéricos" (de 0 até 10) às páginas de sites ou arquivos disponíveis na Web, ao armazená-los em seu banco de dados. A popularidade de um site é um dos vários quesitos identificados para melhorar sua relevância ou importância e conseqüentemente aumentar seu "*page rank*". Visite o link www.checkpr.org para verificar o "*page rank*" de seu site.

Dica 4 - *Autorize a troca de links com outros sites (aumente a popularidade de seu site)*

Estimule outras pessoas ou empresas a incluir no site deles um link para o seu - toda vez que um buscador indexar aquele site o seu receberá uma referência adicional.

• **O que é um link?**

É o caminho completo de um endereço na Web identificado pelas letras iniciais <http://www>, seguida de um nome de domínio (site) e um complemento (uma página .html, um arquivo .pdf, um nome de documento, pasta, etc.).

• **O que é troca de link ou "link exchange"?**

Quando você solicitar ao dono de outro site a inserção de um link (em qualquer página) com destino ao seu site e retribuir da mesma forma, além de demonstrar que possuem relacionamento entre si, a contribuição implícita poderá melhorar a popularidade de cada site junto aos buscadores.

• **Qual o tipo de site que devo solicitar a troca de link?**

Inicie a solicitação junto a sua rede de contatos mais próximos. O maior número possível de sites relacionados com seu ramo de atividade ou que traga algum tipo de afinidade com o assunto principal publicado e discutido no seu, pode ser a prioridade. Um outro critério é inicialmente escolher aqueles que tiverem maior "page rank".

Dica 5 - *Participe em blogs, redes sociais, comunidades & fóruns (recorra a interação coletiva e a troca de experiências entre usuários)*

Comentários em blogs, relacionamentos em redes sociais, participações em comunidades ou fóruns, também lhe renderão novas referências e novos visitantes para seu site.

• **O que é um blog?**

É um ambiente *on-line* interativo, disponível em um site ou em um endereço específico na Internet, com foco na discussão colaborativa, com exposição de idéias, opiniões e troca de informações. Existem **blogs pessoais** (geralmente criados e administrados por uma única pessoa) ou **blogs para empresas** (com moderadores ou representantes da própria empresa que participam, numa conversa informal, com clientes, consumidores ou visitantes). Em ambos os casos a principal intenção é criar o envolvimento de todos, na discussão de assuntos e troca do conhecimento coletivo.

• **O que é uma rede social?**

A comunicação entre pessoas pela Web intensificou-se nos últimos anos devido a grande adesão ao relacionamento em comunidades, com a criação de redes de contatos e troca de informações permanentes entre indivíduos do mundo todo (muitos para muitos). Foram formadas “redes sociais” ou grupos de usuários que discutem assuntos entre si, geram conteúdos em sites, adicionam notícias e informações, debatem notícias publicadas por outros, de forma ativa e interativa. Ex: *MySpace, LinkedIn, Facebook.*

Dica 6 - Gere anotações na Wikipedia (receba o encaminhamento de público dirigido) Localize na enciclopédia on-line páginas de assuntos que tenham relação com o conteúdo de seu site e inclua uma referência externa para ele. Cuidado! Links comerciais ou publicitários não são tolerados pelos revisores e serão excluídos em questão de horas.

• **O que é Wikipedia?**

É uma enciclopédia multilíngüe on-line, livre, colaborativa, escrita internacionalmente por pessoas comuns, voluntárias, de diversas regiões do mundo. Possui mais de 5 milhões de artigos descritos.

• **Como pesquisar na Wikipedia?**

Acesse a página inicial da enciclopédia em www.wikipedia.org e na caixa de busca coloque a palavra-chave de interesse. Opte pelo idioma português para acessar conteúdo exclusivo na língua.

• **Como gerar novas anotações na Wikipedia ou incluir links a serem referenciados para meu site?**

Se você tem em seu site conteúdo sem fins comerciais, com relevância destacada e muito relacionado com o assunto que encontrou, você poderá “editar” anonimamente a página da enciclopédia e incluir a informação que achar conveniente, com inserção de um link de destino para seu site – na página da *Wikipedia* identifique o bloco “Ligações externas” (*External links*). Seja objetivo no uso das palavras que constituirão a frase a respeito do link incluído, para ganhar a aprovação dos moderadores.

Dica 7 - *Invista em publicidade na própria Internet (pague por propaganda on-line)* O mais comum é o link patrocinado (pequenos anúncios em formato texto) oferecidos por portais e buscadores. Um novo visitante pode chegar ao seu site quando escolher palavras "compradas" por você - é o chamado marketing de performance.

• **O que é publicidade on-line?**

É qualquer publicação de conteúdo publicitário (propaganda) disponível na Internet. Na Web, os anúncios on-line são vistos por dezenas de milhares de pessoas (às vezes milhões), podem possuir inúmeros formatos distintos e estar presentes em diferentes sites simultaneamente.

• **Quais são os tipos de anúncios online?**

Os mais comuns são os *links patrocinados* (formato texto) e os *banners* (imagem com texto), os quais trazem mensagens diretas destacadas já no título principal. Já os *formatos interativos*, mais "ricos", podem incluir além de texto e imagem, áudio, vídeo e interação com o usuário.

• **O que são links patrocinados?**

É um tipo de anúncio on-line no formato texto (exclusivamente) e limitado ao espaço de poucos caracteres, similar a um classificado. Está acessível para qualquer porte de empresa, pois os custos de campanhas podem iniciar com verbas bem reduzidas. Os links patrocinados são tarifados individualmente, apenas quando o usuário efetuar um clique e for direcionado ao seu site.

No Brasil, além de buscadores (Ex: *Ad Words* do Google ou *Yahoo! Search Marketing*), diversos portais na Internet dispõem deste serviço publicitário.

Dica 7 – continuação...

- **O que é marketing de performance?**

É uma ação de marketing que tem custos envolvidos de acordo com o objetivo atingido, baseado em resultados pré-definidos e mensuráveis. Um bom exemplo é o link patrocinado: você só pagará pelos “cliques” que seu anúncio obtiver – e não pela “veiculação” do anúncio ou “uso” do espaço publicitário, como ocorre em campanhas tradicionais.

Dica 8 - *Contrate serviços de otimização de sites (melhore o posicionamento de seu site nos resultados retornados pelos mecanismos de buscas)*

Neste quesito, escolha empresas especializadas com profissionais experientes. Não aceite técnicas de "black hat" que poderão banir de uma vez por todas seu site do índice dos buscadores.

• **O que é otimização de sites?**

São procedimentos que colocam em prática medidas para que um site torne-se mais "compreensível" aos diversos mecanismos de buscas, tornando-o mais fácil de ser classificado e melhor indexado no banco de dados de um buscador, com intuito de obter um posicionamento relevante na página de resultado apresentado entre os sites que tratam do mesmo assunto. Receber mais visitantes (aumento de tráfego), ganhar mais visibilidade (localização privilegiada) e melhor desempenho no acesso entre suas diversas páginas, são expectativas complementares.

• **O que é SEM ou SEO?**

Tais termos vêm do inglês e significam respectivamente: *Search Engine Marketing* (SEM) e *Search Engine Optimization* (SEO) – os termos estão relacionados com técnicas de otimização de sites, para que estes sejam melhor posicionados nos resultados apresentados pelos buscadores.

Dica 9 - *Crie hot sites & campanhas virais (promova interações dirigidas à seu público alvo)* Mais contagiante que um assunto é o envolvimento e participação espontânea do público a que ele se destina. Nos EUA casos de sucesso de campanhas virais na Internet já superam o desempenho pela TV.

• **O que são hot sites?**

É um site desenvolvido como “ferramenta” estratégica de marketing para fins promocionais (produtos, serviços, eventos etc.) ou divulgação específica (assunto relevante, gestão de crise, etc.), com intuito de atrair ou canalizar visitantes diretamente para um ambiente com conteúdo exclusivo sobre o tema.

Podem permanecer ativo por apenas um tempo pré-definido, fazer parte de um site institucional (estar “linkado”) ou ser hospedado num domínio com um nome relacionado ao interesse abordado.

• **O que são campanhas virais?**

São procedimentos de marketing para destacar exponencialmente uma marca (divulgá-la ou torná-la conhecida) com métodos que tentam explorar redes sociais pré-existentes ou um mesmo interesse coletivo de um grupo. Quase sempre traz uma divulgação agradável e inovadora, que gera grande interação e entretenimento junto ao público alvo - tais campanhas são espontaneamente “espalhadas” via o contato “boca-a-boca” ou por troca de e-mails entre pessoas conhecidas.

Dica 9 – continuação...

• Exemplos de campanhas virais:

No site www.jatenteidetudo.com.br, um viral da *Unilever* (Brasil), uma mulher tenta descobrir, interagindo com os visitantes, qual é o melhor tratamento para ter um lindo cabelo. Um simples *blog* reporta suas experiências e os visitantes podem recomendar o que ela deve passar no cabelo e observar suas diferentes reações. A ação iniciou no dia 01/10/2007 e foi encerrada no dia 15/10/2007 com a revelação do nome do produto. Os visitantes foram convidados a participar de um concurso sobre o tema.

No *Ms Dewey* (www.msdewey.com), uma personagem feminina um tanto quanto nervosa e impaciente, requisita que você escreva uma palavra chave para realizar uma busca. Ao fazer uma pesquisa, sua palavra é explicada na voz da personagem (em inglês) e ela faz uma breve interpretação cênica - viral da *Microsoft*.

www.subservientchicken.com - viral do *Burger King*

www.gettheglass.com - viral da *California Milk Processor Board (CMPB)*



Dica 10 - *Disponibilize widgets (conteúdo produzido pelo seu site publicado em outros sites)* Pequenos blocos de conteúdo de seu site poderão ser usados por outros sites intuitivamente, criando vínculos externos permanentes e acesso de novos visitantes.

• **O que são Widgets?**

São pequenas porções de código de programação, personalizada ou adaptada pelo usuário, criadas quase sempre por um procedimento intuitivo (*wizard*), que utiliza parâmetros ou referências remotas vinculadas a uma ação de obtenção de um determinado tipo de conteúdo (um bom exemplo de fácil entendimento, é simulador de widget do WeShow, www.weshow.com/br/widget/configure, que permite que o usuário escolha um menu com imagens dos vídeos que tiveram destaque no site em determinadas categorias). Os *widgets* também podem trazer título/resumo de notícias, propagandas, ícones com previsão do tempo, dentre outros formatos interativos.

NOTAS COMPLEMENTARES

A distribuição deste documento tem fim meramente informativo. As informações contidas aqui poderão ser modificadas pelo autor a qualquer momento, as quais são fornecidas como estão ("as is"), sem garantia de qualquer espécie, seja explícita ou implícita.

Em nenhuma hipótese o autor, o **iBUSCAS**, bem como seus proprietários ou funcionários poderão ser responsabilizados pelo uso indevido das informações desta cartilha, de forma direta ou indireta. O uso desta cartilha para prejudicar terceiros é crime, passível de punição perante a lei.

Esse documento poderá ser reproduzido e distribuído em sua íntegra, sem fins lucrativos, baseado na licença **Creative Commons** (veja detalhes nas páginas iniciais).

Os nomes de empresas e marcas registradas citadas neste informativo são de propriedade de seus respectivos titulares.

