

Kit de ferramentas para SEO da SEMrush



Tabela de conteúdo



Introdução

Dicas e truques

Pesquisa competitiva

Relatório de concorrentes

Relatórios de Visão Geral e Posições

Lacunas de palavras-chave

Relatório de Backlinks de concorrentes
e Lacunas de Backlinks

Análise de Tráfego

Pesquisa por palavras-chave

Visão geral das palavras-chave

Ferramenta Keyword Magic

Dificuldade de palavras-chave

Insights de tráfego orgânico

Linkbuilding

Análise de Backlinks

Auditoria de Backlinks

Análise em Lote

Ferramenta de linkbuilding

Monitoramento de posição

Monitoramento de posição

Sensor

On Page & SEO Técnico

Auditoria do site

On Page SEO Checker

SEO Content Template

Introdução

SEMrush é um conjunto de ferramentas estabelecido e extremamente eficiente para o marketing digital utilizado por mais de 4.000.000 especialistas do mundo todo. Nossa suite é composta por mais de 40 ferramentas para auxiliar desenvolvedores web, profissionais de marketing e criadores de conteúdo, especialistas em SMM e PPC, gerentes de marca e PR.

Quanto ao SEO, nos orgulhamos de ter recebido o prêmio de Melhor Suite de Software de SEO de 2019 no European Search Awards, e os Prêmios de Pesquisa dos Estados Unidos e Reino Unido. A SEMrush oferece aos especialistas em SEO uma variedade de ferramentas auxiliares e essenciais confiáveis, e este e-book irá guiá-lo através de todas elas.

Este PDF está estruturado da forma que segue um caminho lógico que o processo básico de SEO percorre. Ensinaremos a usar nossas ferramentas para simplificar seu fluxo de trabalho, analisar Big data de forma eficiente e tirar conclusões competentes. Tenha em mente que todas as etapas sugeridas estão entrelaçadas e muitas vezes exigem trabalho simultâneo e contínuo.



Dicas e truques

Antes de começar a analisar o kit de ferramentas SEMrush, vamos abordar alguns aspectos fundamentais para aprimorar as habilidades de SEO dos especialistas, ajudar os recém-chegados a se adaptar e maximizar a eficiência geral.

Especifique!

SEO inteligente exige que você pense da forma local e entenda seu público. Escolher a localização certa para analisar e visar pode influenciar muito o sucesso do seu negócio. SEMrush fornece mais de 140 bases de dados para análise de palavras-chave e você pode usar nossas ferramentas para segmentar regiões e cidades específicas. E uma vez que a tendência de mobile-friendly chegou para ficar, nosso banco de dados móvel agora inclui 17 países, para que você possa garantir que o seu site funcionará bem em plataformas móveis.

Além de ajustar o seu SEO para diferentes locais e dispositivos, você também deve olhar para o seu site. Não é uma entidade sólida, os sites são compostos por várias partes. Claro, um SEO de sucesso exige que você trabalhe em todo o site, mas nem todas as suas partes são igualmente importantes. E quando se trata de ranqueamentos, lembre-se que você está promovendo páginas específicas. Por essas razões, você pode querer configurar nossas ferramentas para analisar uma determinada parte do seu site ou uma página específica.

Aprenda!

Em nosso site, mantemos uma Base de Conhecimento atualizada com os manuais mais recentes que incluem todos os novos recursos. E se você tiver alguma dúvida, você sempre pode contatar nosso suporte ao cliente.

Agende!

Configure notificações e agendamento para automatizar relatórios, acompanhe seu desenvolvimento de SEO e seja o primeiro a detectar pontos de perigo e crescimento.

Preste atenção aos nossos ícones de dicas, você irá encontrá-los no texto, identificando as ferramentas relacionadas ao assunto.

Filtrar!



Além da funcionalidades básicas de classificação e filtragem, muitas de nossas ferramentas incluem filtros avançados com muitas outras opções para incluir ou excluir palavras-chave e intervalos de configuração para várias métricas.

Integrar!



Conecte seu Google Analytics e Google Search Console para maximizar a eficácia das ferramentas SEMrush e obter uma imagem maior com os dados analíticos da sua conta.

Delegar!



Para ajudá-lo a automatizar seu fluxo de trabalho, a SEMrush integrou a Trello em suas ferramentas Site Audit e On Page SEO Checker. Você pode facilmente adicionar ideias e problemas encontrados no seu site à Trello para atribuir e gerenciar tarefas.

Exportar!



A maioria de nossas ferramentas permite exportar os dados. Clique no botão **Exportar** no canto superior direito do relatório para abrir um assistente e selecionar os dados para exportação. Se você não precisa gerar o relatório completo, você pode selecionar as linhas para exportar. Todos os filtros que você usou serão aplicados aos dados e aparecerão no relatório exportado.

A exportação para **PDF** tem um botão próprio; use sua caixa de configuração para configurar e-mails e programar o envio do PDF. Baixe o relatório clicando em **Exportar para PDF** ou em **Criar relatório PDF personalizado** para usar a ferramenta Construtor de Relatório para personalizar o PDF de forma fácil.

Criar projetos!



Uma série de ferramentas importantes do SEMrush requerem a criação de um projeto. Todas as ferramentas dentro de um único projeto analisam o mesmo domínio, desta forma você pode acompanhar o seu progresso. Compartilhe projetos com seus colegas para uma cooperação dinâmica e transparente.

Para iniciar um projeto, vá para a seção Projetos no painel e clique em **Adicionar novo projeto** no canto superior direito. Se você nunca lançou um projeto antes, o assistente de configuração vai oferecer a **Criar seu primeiro projeto**. O assistente solicitará que você especifique um domínio e nomeie o projeto. Depois disso, você poderá configurar cada ferramenta individualmente.



Pesquisa competitiva

Pesquisa competitiva

Compreender os pontos fortes e fracos de seus rivais é crucial para o sucesso do marketing. Seu negócio não está no mercado sozinho, e sempre é ameaçado pelos concorrentes. Para aprender com os erros de seus oponentes, estudar suas melhores práticas e identificar oportunidades você deve sempre fazer a análise competitiva.

Tudo isso é obviamente aplicável ao desenvolvimento da estratégia de SEO também. Mas lutar por clientes no espaço digital tem seu próprio conjunto de regras e métodos. Mesmo se você tiver a sorte de não tiver concorrentes diretos em seu nicho, alguém de outra indústria pode ultrapassá-lo facilmente nos resultados dos mecanismos de pesquisa. Para continuar na frente, você precisa acompanhar continuamente as estratégias de seus rivais. Aqui estão os recursos da SEMrush que podem ajudá-lo a pesquisar sua concorrência de forma rápida e fácil:



**Relatório de
concorrentes**



**Relatório
de Posições**



**Lacunas de
palavras-chave**



**Relatório de
Backlinks dos
Concorrentes
e Lacunas
de Backlinks**

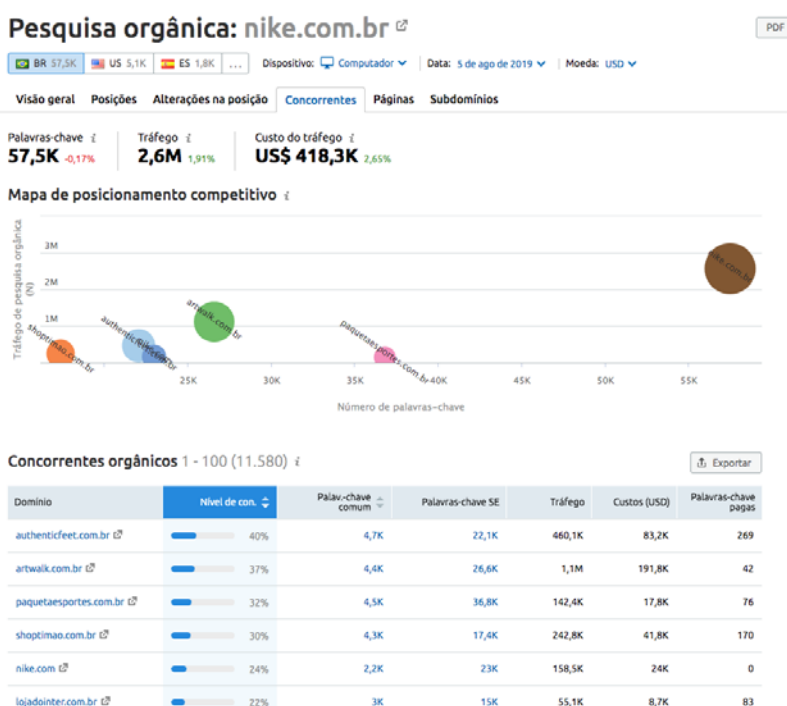


**Análise
de Tráfego**

Relatório de concorrentes

Um bom ponto de partida para começar a estudar seus rivais é o **Relatório dos Concorrentes** na Pesquisa Orgânica. Ao inserir um domínio, você receberá uma lista de sites concorrentes para as mesmas palavras-chave. Além de descobrir seus concorrentes, vai obter algumas informações úteis, por exemplo o Nível de Competição. O relatório é ordenado automaticamente por esta métrica e mostra seus concorrentes mais próximos.

Nível de Competição é calculado com base no número total de palavras-chave para as quais seus concorrentes ranqueiam nos mecanismos de pesquisa e a porcentagem de palavras-chave que eles têm em comum com você. Então, se um site ranqueia bem para uma grande quantidade de palavras-chave, mas apenas uma pequena quantia deles são aquelas palavras-chave que você também usa na sua estratégia, ele não aparecerá como um resultado relevante. Por exemplo, a Wikipédia e o YouTube certamente ranqueiam por algumas das palavras-chave que você está usando, mas na maioria das vezes eles não são seus concorrentes.



Repare nos domínios que têm a maior quantidade de tráfego do motor de busca e as palavras-chave em comum com você. Esses rivais devem ser os primeiros em linha para a análise. Tenha em mente que você pode procurar concorrentes em plataformas móveis, assim como em desktops.

Descubra concorrentes orgânicos! ➔

Relatórios de Visão Geral e Posições

Comece analisar o seu concorrente conferindo o **Relatório de Visão Geral**, obtendo uma visão panorâmica do desempenho de seus concorrentes.

No campo de pesquisa digite o domínio do concorrente que você deseja investigar e selecione o país e o dispositivo que deseja segmentar.

Na parte superior do relatório terá os seguintes dados:

Palavras-chave - O número geral de palavras-chave do nosso banco de dados para as quais o domínio está ranqueado nas top-100 posições.

Tráfego - o tráfego mensal estimado que essas palavras-chave podem gerar.

Custo de tráfego - o custo estimado de execução da campanha do Google Ads para cada palavra-chave.

Tráfego de marca - O tráfego de pesquisa de palavras-chave de marca.

Tráfego sem marca - O tráfego de pesquisa de palavras-chave sem marca.

O gráfico mostra as mudanças ao longo de um período de tempo em termos de palavras-chave ou tráfego. Você pode alternar entre essas métricas e selecionar o intervalo de tempo. Há também notas na parte inferior do gráfico. Os ícones do Google marcam as datas em que observamos mudanças no algoritmo do Google. Essas modificações podem influenciar o ranqueamento dos sites. Você pode adicionar notas personalizadas ao gráfico, e acompanhar as informações do Sensor da SEMrush que detecta alta volatilidade em SERPs, ou quando a SEMrush atualiza os bancos de dados. Todas essas marcas terão ícones de diamante vermelho.

Você pode selecionar as notas que vão aparecer no gráfico clicando em Notas acima do gráfico e marcando as caixas no menu.

Recursos de SERP ⓘ

Com link para domínio

 **Comentários**
212,4K palavras-chave

 **Snippet em destaque**
289 palavras-chave

 **Sitelinks**
100 palavras-chave

 **Tuite**
0 palavras-chave

 **Vídeo**
0 palavras-chave

 **Vídeo em destaque**
0 palavras-chave

Sem link para domínio

 **Imagem**
352,8K palavras-chave

 **Mapa do conhecimento**
152,8K palavras-chave

 **Resposta instantânea**
14,1K palavras-chave

 **Carrossel**
8,6K palavras-chave

 **Pacote local**
4,8K palavras-chave

 **Notícias**
2,8K palavras-chave

À direita está o widget de SERP Features. Ele mostra a porcentagem de cada recurso de SERP especial ativado pelas palavras-chave para o qual o domínio em questão é ranqueado. Clicando em qualquer um desses recursos irá apresentar na Tabela de Posições apenas as palavras-chave com esse recurso de SERP nos resultados de pesquisa.

Observe que todos os recursos da SERP estão divididos em duas seções:

- **Vinculados ao domínio** para recursos que possuem um link para o domínio. A filtragem para esses resultados mostrará todas as palavras-chave para as quais o domínio direcionado possui um recurso de SERP.
- **Não vinculados ao domínio** para recursos que não possuem um link ou para o qual o SEMrush não analisa os links. A filtragem mostrará todas as palavras-chave com um determinado SERP feature.

O filtro de recursos de SERP é uma grande ajuda para explorar a presença de seus concorrentes em SERPs e suas estratégias de palavras-chave.

Tabela de posições é o coração deste relatório. Ela lista as palavras-chave para as quais o domínio escolhido é ranqueado e, além da filtragem, você pode classificá-las usando várias métricas. Use as setas ao lado do nome da coluna para classificar a tabela em ordem ascendente ou decrescente.

Aqui estão os dados de palavras-chave que você pode coletar no relatório:

Pos. Mostra a posição da classificação do URL na SERP para uma dada palavra-chave no período de tempo selecionado (o número entre parênteses mostra a posição anterior).

Volume é o número médio de pesquisas por mês no banco de dados escolhido (calculado nos últimos 12 meses).

KD (Dificuldade da Palavra-chave) estima quão difícil seria classificar bem em resultados orgânicos para uma determinada palavra-chave.

CPC (custo por clique) é a média de preço por clique para uma campanha do Google AdWords.

URL é o URL exibido nos resultados de pesquisa para uma determinada palavra-chave.

Tráfego % - A parcela de tráfego total levada para o site com a ajuda da palavra-chave durante um período de tempo específico.

Custos % - A parcela do custo de tráfego total levada para o site com a ajuda da palavra-chave durante um período de tempo específico.

Com. Densidade competitiva de anunciantes usando a palavra-chave dada para seus anúncios.

Resultados mostra o número de URLs exibidas nos resultados de pesquisa para a palavra-chave fornecida.

Tendência apresenta as mudanças de interesse em 12 meses para a palavra-chave dada.

SERP Dá uma visão rápida da fonte da SERP onde o SEMrush encontrou o resultado.

Última atualização O momento em que a palavra-chave fornecida foi atualizada pela última vez em nosso banco de dados.

Posicionamento de pesquisa orgânica 1 - 100 (2.450) 

Gerenciar colunas 13/15  Exportar 

	Palavra-chave	Pos. 	Tráfego 	Volume 	KD% 	CPC (USD) 	URL	Custos (USD) 	Con. 	Result. 	Tend. do volume 	SERP 	Última atualização 
>	 air max 90	1 → 1	94.470	201.000	68,66	0,13	https://www.art... x-90 	12,3K	1,00	82			06 de ago de 2011
>	 nike air max	1 → 1	51.700	110.000	79,16	0,19	https://www.art... -max 	9,8K	1,00	55			05 de ago de 2011
>	 artwalk	1 → 1	48.400	60.500	79,61	0,01	https://www.art... .bfj 	484	0,19	7,2M			05 de ago de 2011
>	 tenis da nike	1 → 1	42.535	90.500	83,48	0,20	https://www.art... nike 	8,5K	1,00	42			05 de ago de 2011
>	 nike air max 90	1 → 1	42.535	90.500	70,92	0,15	https://www.art... x-90 	6,4K	1,00	65			05 de ago de 2011
>	 tenis nike masculino	1 → 1	42.535	90.500	86,16	0,27	https://www.art... nike 	11,5K	1,00	38			05 de ago de 2011
>	 air max	1 → 1	34.780	74.000	76,50	0,19	https://www.art... -max 	6,6K	1,00	51			05 de ago de 2011
>	 nike air force	1 → 1	23.265	49.500	67,02	0,17	https://www.art... orce 	4K	1,00	71			05 de ago de 2011
>	 tenis puma	1 → 1	23.265	49.500	86,85	0,18	https://www.art... puma 	4,2K	1,00	43			05 de ago de 2011
>	 tenis feminino	3 → 3	22.140	246.000	82,25	0,25	https://www.art... ados 	5,5K	1,00	95			05 de ago de 2011
>	 tenis nike air max	1 → 1	19.035	40.500	77,44	0,20	https://www.art... -max 	3,8K	1,00	40			05 de ago de 2011

Descubra as melhores palavras-chave de seus concorrentes!



Lacunas de palavras-chave

Agora é hora de comparar o desempenho do seu site com o de seus concorrentes na Análise de Lacunas e ver se a sua estratégia de palavras-chave é de alguma forma deficiente. A ferramenta **Lacunas de Palavras-chave** permite comparar até cinco domínios e descobrir as palavras-chave que esses domínios têm em comum, ou os conjuntos exclusivos de palavras-chave para cada domínio. Você também pode definir o tipo de interseção como **exclusivo para as palavras-chave do primeiro domínio** e obter as palavras-chave para as quais apenas o primeiro domínio está classificado.

Lacunas nas palavras-chave

Database: Brasil | Dispositivo: Desktop | Date: Ago 6, 2019 | Moeda: USD

Informe até 5 domínios para comparar, selecione as palavras-chave e os tipos de interseção e pressione o botão IR.

artwalk.com.br	nike.com.br	paquetaesportes.com.br	Insira o domínio	Insira o domínio	IR
Palavras-chave orgânicas	Palavras-chave orgânicas	Palavras-chave orgânicas	Palavras-chave orgânicas	Palavras-chave orgânicas	

artwalk.com.br	artwalk.com.br nike.com.br	artwalk.com.br nike.com.br paquetaesportes.com.br		
24,992	11,986	5,754		

Palavras-chave que são exclusivas para seus concorrentes são provavelmente as que você negligenciou e precisa incorporar em seus conteúdos. Para preencher as lacunas com facilidade, use o **SEO Content Template** da SEMrush (aprenda mais sobre essa ferramenta na seção de **otimização on-page** deste PDF).

Palavras-chave que são comuns entre você e seus concorrentes podem ser usadas para saber onde você foi superado e precisa melhorar. Por exemplo, você pode aplicar filtros para incluir palavras-chave com quais o seu concorrente classifica na primeira página do Google (posições < 10) e você está na segunda página ou além (posições >10).

Incluir

artwalk.com.br (...)

Menor que

10

Incluir

nike.com.br (or...

Maior que

10

+ Adicionar mais um

Aplicar

Redefinir

Cancelar

☐	Palavra-chave	Artwalk.com.br ↕	Nike.com.br ↕	Volume ↕	KD ↕	CPC (USD) ↕	Competitivo ↕	Resultados ↕	Tendência
☐	tenis	9	54	388,000	81.02	0.30	0.94	720,000,000	
☐	tenis feminino	3	50	248,000	82.25	0.25	1.00	95	
☐	bone	3	87	110,000	62.95	0.21	0.99	921,000,000	
☐	tenis masculino	3	46	110,000	88.09	0.31	1.00	93	
☐	bones	3	33	74,000	72.69	0.17	0.99	450,000,000	
☐	janoski	2	14	18,100	70.42	0.16	1.00	30,800,000	
☐	loja de tenis	3	13	18,100	76.65	0.28	1.00	34,700,000	
☐	tenis nike preto	3	12	14,800	80.37	0.33	1.00	49	

Desta forma, você obterá o escopo das palavras-chave para as quais você precisa de uma mudança de estratégia. Otimizar seu conteúdo para essas palavras-chave pode ajudá-lo a chegar em primeiro na SERP, o que sem dúvida aumentará a visibilidade do seu domínio.

Tenha em mente que, além de comparar as **palavras-chave orgânicas** você também pode selecionar **palavras-chave pagas** e **palavras-chave PLA** para cada domínio. E se você quiser ver uma representação gráfica do relatório (diagrama do Venn), você pode clicar em Habilitar Gráficos.

Descubra as palavras-chave comuns e únicas dos domínios!



Relatório de Backlinks dos concorrentes e de Lacunas de Backlinks

Os backlinks são um fator de classificação muito importante, especialmente quando se trata de links de recursos confiáveis da sua área. A ferramenta Lacunas de Backlinks irá ajudá-lo a descobrir facilmente as oportunidades de linkbuilding com base nos backlinks de seus concorrentes.

Mas primeiro, você precisa identificar seus concorrentes de backlinks, que podem ser diferentes dos seus concorrentes de palavras-chave, já que seus adversários orgânicos provavelmente possuem variados perfis de backlink. Digite seu domínio no **Relatório de Backlinks** e mude para a guia **Concorrentes**.

Backlinks: netflix.com

PDF

Escopo do relatório: [Domínio raiz](#) | Última atualização: Há 3 dias | Dados: Recentes | Categorias: TV & Vídeo | [Mostrar todas: 3](#)[Visão geral](#) [Backlinks](#) [Âncoras](#) [Domínios de referência](#) [IPs de referência](#) [Páginas indexadas](#) [Concorrentes](#) [Mais](#)

Total de backlinks

103 mi +5,4 mi -2,4 mi

Domínios de referência

170 mil

Authority Score

82 sem alterações[Exibir tendência da Authority Score](#)

Concorrentes 100

[Exportação](#)

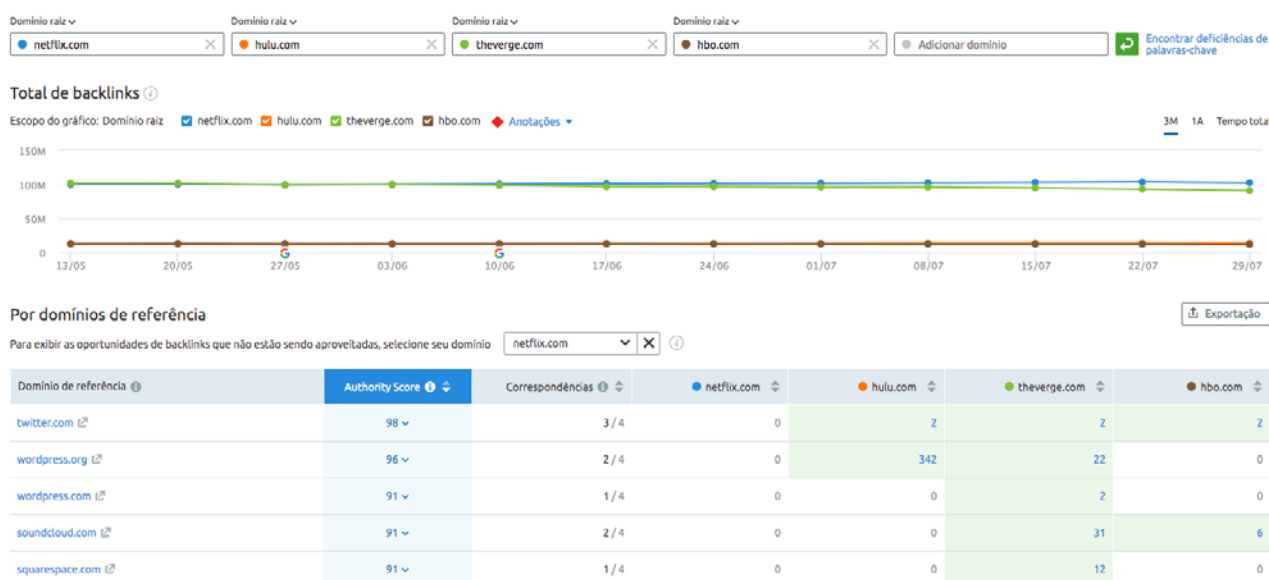
Authority Score	Domínio	Nível de concorrência	Domínios de ref. em comum	Total de domínios de ref.	Backlinks
80	variety.com	24%	29.423	155.270	54.178.540
80	hollywoodreporter.com	23%	27.960	157.110	35.658.785
77	hulu.com	22%	22.400	84.999	13.272.692
83	theverge.com	21%	31.997	230.646	91.102.119
79	ew.com	20%	21.832	111.078	28.415.785
84	gizmodo.com	20%	30.168	238.728	84.024.417
78	deadline.com	20%	19.883	92.773	33.623.951
82	rollingstone.com	20%	25.014	169.259	54.981.845
83	mashable.com	19%	32.815	262.917	94.416.468
77	hbo.com	19%	19.518	88.166	11.782.509

Seus concorrentes são automaticamente classificados pelo **Nível de Competição**. Esta métrica mostra a proximidade da concorrência e é calculada da mesma forma que o nível de Competição na Pesquisa Orgânica. A diferença é que em vez de comparar o número de palavras-chave em comum, ela usa o número de backlinks comuns em relação ao número total de backlinks de um domínio.

Você pode ordenar a tabela pelo número de **Domínios de Referência Comuns**, o número total de **Domínios de Referência** ou o número de **Backlinks**. Você também pode classificar pela **Pontuação do Domínio (DS)**, que mostra a proeminência de um domínio com base na quantidade de backlinks, ou pela **Pontuação de Confiança (TS)**, que mostra a confiabilidade de um domínio com base na qualidade de seus backlinks.

Para encontrar os domínios com links para o site do seu concorrente, mas que ainda não deram um link para o seu site, clique no número de **Domínios Referentes Comuns**. Isto irá levá-lo para o Relatório de **Lacunas de Backlinks**, onde você pode comparar até cinco domínios, incluindo o seu. Selecione seu domínio no menu na parte de cima da tabela para filtrar sites que não possuem links para o seu site. Voilà - você tem uma lista de metas para sua estratégia de backlinks. Esta lista é ordenada automaticamente pela **Pontuação de Confiança**. Você pode optar por fazer a classificação pelo número de correspondências entre os domínios analisados ou pelo **Índice de Domínio**.

Lacunas nos backlinks



Analise os backlinks dos concorrentes!



Análise de Tráfego

É uma boa ideia monitorar e analisar as fontes de tráfego de seus concorrentes para descobrir se você precisa expandir ou ajustar sua estratégia de marketing. Embora não consiga acessar os dados analíticos de seus concorrentes para obter os números exatos, você pode usar a ferramenta de **Análise de Tráfego da SEMrush** e obter uma estimativa precisa com base nos dados do fluxo de cliques de provedores terceirizados, o que seria suficiente para avaliar seus concorrentes. Basta digitar o domínio que deseja analisar e começar a absorver os insights.

Análise de tráfego: netflix.com

Dados históricos: **junho de 2019** | Localidade: **Todas as regiões** | Dispositivos: **Todos os dispositivos** | Precisão estimada: **---**

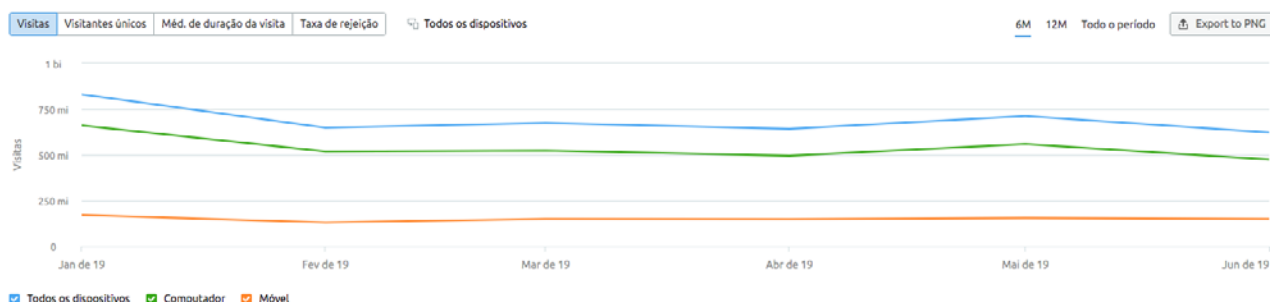
[Avisar-me](#) [PDF](#) [Pitch mode](#)

[Visão geral do tráfego](#) [Fontes de tráfego](#) [Top Landing Pages](#) [Geodistribuição](#) [Sites de destino](#) [Subdomínios](#)

Benchmark your website against competitors

[Comparar](#) [+ Adicione 3 concorrentes](#)

Visitas jun de 2019	Visitantes únicos jun de 2019	Páginas / Visita jun de 2019	Méd. de duração da visita jun de 2019	Taxa de rejeição jun de 2019
623,1 mi -12,53%	144,7 mi -8,26%	5,04 -1,90%	19:25 -7,47%	43,43% +1,58%



Comece com a aba **Visão geral de tráfego** para obter um panorama rápido do desempenho dos concorrentes em termos de direcionamento de tráfego. Descubra de onde vem a maior parte de visitantes deles, seja o tráfego direto, de referência, de pesquisa ou de mídia social. Descubra quais sites de referência, redes sociais e mecanismos de pesquisa trazem mais tráfego para o site do seu concorrente. Observe as taxas de rejeição e as durações médias das sessões para saber quais dos seus concorrentes têm os sites mais interessantes e, em seguida, estude cuidadosamente os concorrentes mais fortes. Você precisa entender por que eles atraem visitantes e como os fazem ficar no site. Quanto mais tempo o cliente permanecer no site, maior a chance de uma conversão.

Confira os relatórios com informações mais detalhadas de sobreposição de público,

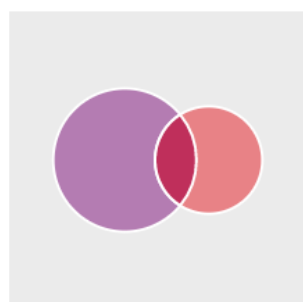
fontes de tráfego, páginas principais do domínio pesquisado, distribuição geográfica de tráfego e distribuição de tráfego entre subdomínios de um site. Você precisa ter uma conta paga com extensão da ferramenta de Análise de Tráfego da SEMrush para obter relatórios completos; caso contrário, você só consegue obter informações de amostra para três domínios: ebay.com, amazon.com e searchengineland.com.

O relatório de Sobreposição de público esclarece quantos usuários visitam os sites de dois (ou mais) concorrentes. Você também pode comparar a taxa de leitura de várias mídias para encontrar os canais mais promissores para anúncios e conteúdos. Essas informações ajudarão a direcionar seu público-alvo com mais precisão e a descobrir oportunidades de parceria.

Sobreposição de público ⓘ

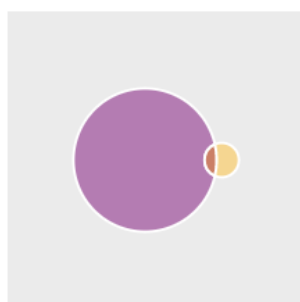
Todos os dispositivos | set de 2019

amazon.com.br submarino.com.br ebay.com mercadolive.com.br magazineluiza.com.br



● amazon.com.br
● submarino.com.br

28,92% de sobreposição
Público: 4,5 mi



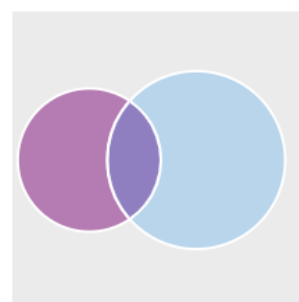
● amazon.com.br
● ebay.com

4,96% de sobreposição
Público: 771,6 mil



● amazon.com.br
● mercadolive.com.br

66,29% de sobreposição
Público: 10,3 mi



● amazon.com.br
● magazineluiza.com.br

37,40% de sobreposição
Público: 5,8 mi

Analise o tráfego dos concorrentes em detalhes



Dados sobre as fontes de tráfego

Todos os dispositivos | set de 2019

Todas as fontes 1.162 Sites de referência 1.022 Mecanismos de pesquisa 96 Redes sociais 43				Exportar para CSV
Domínio de origem	Tipo de fonte	Divisão de tráfego por grupo	Proporção de tráfego	
Direct	Direto		50,86%	
google.com ↗ • Google organic	Mecanismos de pesquisa		19,69%	
google.com ↗ • Google paid	Mecanismos de pesquisa		12,64%	
google.com.br ↗ • Google organic	Mecanismos de pesquisa		2,20%	
facebook.com ↗	Redes sociais		2,10%	
americanas.com.br ↗	Sites de referência		1,64%	
google.com.br ↗ • Google paid	Mecanismos de pesquisa		1,24%	

O relatório Fontes de tráfego permite comparar vários concorrentes ao mesmo tempo. Dessa forma você pode estimar o orçamento de marketing para cada um dos canais digitais.

A aba Sites de destino também pode ajudar a refletir - ela mostra a lista de sites visitados pelos usuários logo após o domínio analisado.

Principais páginas 1-100 (1.000) [↗](#)

Exportar para CSV

No.	Página	Visualizações de página únicas ↗	Visitantes únicos ↗	Entradas ↗	Fontes de entrada ↗
1.	amazon.com.br ↗	20,3 mi	10,6 mi	17,2 mi	
2.	amazon.com.br/s ↗	3,7 mi	2,5 mi	1,9 mi	
3.	amazon.com.br/ap/signin ↗	882,7 mil	609,6 mil	319,4 mil	
4.	amazon.com.br/prime ↗	588 mil	464,2 mil	261,8 mil	
5.	amazon.com.br/b ↗	539,8 mil	445,2 mil	283,4 mil	
6.	amazon.com.br/gp/f.html ↗	389,9 mil	214,8 mil	191,6 mil	
7.	amazon.com.br/s/ref=as_li_ss_tl ↗	194,5 mil	173,7 mil	72,9 mil	
8.	amazon.com.br/gp/cart/view.html ↗	313 mil	162,2 mil	98,3 mil	

O relatório de Principais páginas (recentemente adicionado) ajuda a analisar o conteúdo principal ou os funis de conversão de seus concorrentes, já que a lista dos URLs mais visitados pode incluir páginas de checkout, avaliação e de agradecimento.

Também é possível filtrar dados históricos e regionais na ferramenta, desde que você tenha uma assinatura paga da ferramenta de Análise de Tráfego da SEMrush.

Analise o tráfego dos concorrentes em detalhes





Pesquisa por
palavras-chave

Pesquisa por palavras-chave

Não há como negar: a pesquisa de palavras-chave é o principal pilar de SEO de qualidade. Para ganhar tráfego relevante, você precisa encontrar palavras-chave precisas e colocá-las para funcionar. Mas pesquisa de palavras-chave não serve só para levar os clientes potenciais para o seu site, ela pode ser útil em todas as etapas da sua estratégia de marketing digital.

A pesquisa de palavras-chave ajuda você a manter contato com seu público, já que a consulta de pesquisa é a voz da demanda do cliente. Um mapa de palavras-chave pode servir como uma forma de identificar nichos de mercado novos e rentáveis, e pode até ser usado para moldar um esboço para sua estratégia de marketing. Mas ainda assim, muitos profissionais de marketing abordam a pesquisa de palavras-chave sem o respeito merecido.

Os motores de busca estão constantemente ajustando os algoritmos para melhor decifrar a intenção dos usuários e fornecer os resultados mais relevantes para uma consulta. E no mundo de SEO que está em constante mudança, o SEMrush oferece uma variedade de ferramentas para ajudá-lo a construir uma estratégia de palavras-chave excepcional com o mínimo esforço:



**Visão geral
das palavras-
chave**



**Dificuldade
das palavras-
chave**



**Ferramenta
Keyword
Magic**



**Insights
de tráfego
orgânico**

**Pesquise a demanda e encontre os
termos exatos para chamar a atenção
de usuários com palavras-chave
de cauda longa, cabeçalhos curtos
ou perguntas-chave!**

Visão geral das palavras-chave

Para começar sua pesquisa de palavras-chave, faça uma lista de alguns termos e tópicos genéricos relacionados ao seu negócio e inicie a **Visão geral das palavras-chave**. Digite uma das suas palavras-chave e pressione o botão Pesquisar.

Visão geral: rock and roll

PDF

Database: Brasil | Dispositivo: Desktop | Date: Ago 7, 2019 | Moeda: USD

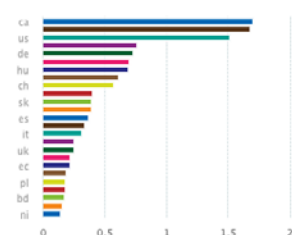
live update PESQUISA ORGÂNICA

Volume 9.9K
Número de resultados 838M

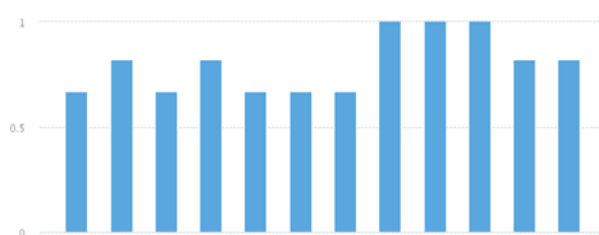
live update PESQUISA PAGA

CPC \$0.05
Concorrência 0.00

live update DISTRIBUIÇÃO DE CPC



TENDÊNCIA



PALAVRAS-CHAVE DE CORRESPONDÊNCIA DE FRASE (14,828)

Palavra-chave	Volume	CPC (USD)	SERP
rock and roll	9,900	0.05	
i love rock and roll	2,900	0.00	
rock and roll lullaby	1,900	0.14	
led zeppelin rock and roll	1,600	0.00	
kiss rock and roll all nite	880	0.00	

Exportar

Visualizar relatório completo

live update PALAVRAS-CHAVE RELACIONADAS (307)

Palavra-chave	Volume	CPC (USD)	SERP
rok end rol	10	0.00	
rock an roll	140	0.00	
rock and roll and	10	0.00	
rock en roll	50	0.00	
rock roll	9,900	0.15	

Exportar

Visualizar relatório completo

O SEMrush fornecerá todos os dados que você precisa para a análise inicial de palavras-chave. Vamos olhar a ferramenta **Visão geral das palavras-chave** mais de perto:

Pesquisa orgânica. Volume mostra o número médio de pesquisas para a palavra-chave do banco de dados escolhido por mês. O número de resultados indica quantos URLs aparecem nos resultados da pesquisa.

Pesquisa paga. Esta seção fornece o CPC (preço médio por um clique) e a densidade competitiva dos anunciantes que fazem lances nesta palavra-chave.

Distribuição CPC. O custo por clique em diferentes bancos de dados. Clicando em um irá regenerar o relatório com os dados correspondentes.

Cópias de anúncios. Se uma palavra-chave tiver os resultados da pesquisa paga, você verá exemplos de trechos reais do AdWords e anúncios de PLA.

Histórico de anúncios. Este gráfico mostra a estratégia de lances na palavra-chave analisada nos últimos 12 meses. Clique no gráfico para obter um relatório detalhado.

Tendência. Este gráfico mostra a distribuição mensal do volume de uma palavra-chave nos últimos 12 meses.

Correspondência de Frase. Este relatório mostra variáveis de frases com palavras-chave direcionadas que são usadas em consultas de pesquisa. Clique em **Visualizar relatório completo** ou em uma guia de **Correspondência de Frases** para expandir e obter dados adicionais (Volume, Dificuldade das palavras-chave, CPC médio, Densidade competitiva, Número de resultados, tendências de distribuição do volume e visões rápidas da SERP em cache).

Resultados de pesquisa orgânicos. A lista dos 100 melhores resultados que aparecem para a palavra-chave analisada.

Palavras-chave relacionadas. Estas são as palavras que estão de alguma forma conectadas com a palavra-chave que você está pesquisando. Este relatório também pode ser visualizado em versão completa, onde você obterá as mesmas métricas do relatório de **Correspondência de Frase**. Além disso, você verá o momento em que a palavra-chave foi atualizada pela última vez no banco de dados e a porcentagem de proximidade da palavra com a palavra-chave alvo.

Encontre as palavras-chave certas!



Ferramenta Keyword Magic

Para criar uma lista poderosa de palavras-chave a partir de uma única palavra-chave semente, vá para a **Ferramenta Keyword Magic**. Esta ferramenta irá enriquecer sua estratégia de palavras-chave com milhões de sugestões. Todas as palavras-chave são agrupadas automaticamente em categorias por tópico de pesquisa, o que simplifica muito o fluxo de trabalho.

Digite uma palavra de semente para começar a trabalhar na sua lista principal.

Keyword Magic Tool: List 2

[Ir para Keyword Analyzer](#)
[Todas as listas](#)
 + Nova palavra-chave

Todas as palavras-chave

Volume total **579,240** | Dificuldade média **62.52%**

Todas as palavras-chave	2,043
> comprar	1,295
> site	986
> china	631
> loja	305
> online	274
> melhor	253
> roupa	209
> barato	206
> importância	188
> internet	188
> produtos	134
> confiáveis	127

☐	Keyword	Related %	Volume	Trend	KD	CPC	Com.	R. SERP	Results in SERP
☐	como comprar na internet	50	170		78.17	0.46	0.54	3	2.2B
☐	como comprar pela internet	40	1,000		71.27	0.51	0.53	3	1.6B
☐	como fazer compra pela internet	35	260		76.27	0.46	0.59	4	161M
☐	como fazer compras online	35	50		75.87	0.15	0.44	4	172M
☐	como fazer compras pela internet	35	480		81.55	0.47	0.58	4	130M
☐	como fazer uma compra pela internet	35	110		63.93	0.4	0.54	4	185M
☐	onde comprar pela internet	35	10		80.15	0.55	0.8	3	1.4B
☐	como comprar produtos pela internet	30	70		69.61	0.53	0.78	3	236M
☐	como comprar um produto pela internet	30	30		71.43	0.2	0.45	4	283M

Você pode inserir até 7 palavras-chave de semente em diferentes guias de cada lista. Desta forma, você pode criar listas para diferentes tópicos ou campanhas e, simultaneamente, executar vários relatórios com diferentes palavras-chave ou diferentes opções de filtragem.

Selecione um tipo de correspondência para obter resultados mais específicos:

Correspondência Geral

é selecionada por padrão e fornece o maior alcance de sugestões. Você obterá ideias de palavras-chave com todas as formas da palavra semente e sem a ordem exata.

Correspondência de Frase

exclui as variações da palavra semente dos resultados, mas deixa frases-chave com várias ordens de palavras.

Correspondência Exata

mostra ideias de palavras-chave com a mesma forma e ordem exatamente como a palavra-chave semente.

Muitas palavras-chave de alto volume são baseadas em perguntas, e essas frases muitas vezes acionam SERP Features, o famoso resultado zero. A Ferramenta Keyword Magic em um clique permite que você separe frases-chave com palavras-chave em sete idiomas. Basta clicar no botão **Perguntas** e obter os resultados.

Use filtros flexíveis para especificar o alcance das frases-chave com o intervalo de contagem de palavras, volume de pesquisa, dificuldade de palavras-chave, CPC e densidade competitiva. Inclua ou exclua palavras-chave com combinações amplas ou exatas e escolha os recursos SERP para mostrar apenas as palavras que as desencadeiam (algumas palavras podem desencadear vários recursos).

À esquerda da tabela de resultados, você verá os grupos sugeridos de tópicos relacionados. Você pode classificá-los pelo número de palavras-chave ou pelo volume total das palavras-chave em um grupo. Explore esses grupos e subgrupos (clique na seta azul ao lado do nome do grupo) para encontrar palavras-chave de cauda longa e gerar ideias de conteúdo. Observe que todas as suas opções de filtragem são aplicadas automaticamente a todos os grupos e subgrupos, qualquer um dos quais pode ser excluído da compilação clicando no ícone do olho.

Por nº de palavras-chave Por volume

Grupo: loja
Volume total **63,700** | Dificuldade média **66.74%**

Export Adicionar à Keyword Analyzer

☐	Keyword	Related %	Volume	Trend	KD	CPC	Com.	R. SERP	Results in SERP
☐	lojas de compras pela internet	25	30		73.49	0.35		1	260M
☐	loja online mais barata	20	10		76.58	0.22		4	14.5M
☐	lojas online seguras	20	10		78.51	0.43		1	949K
☐	as melhores lojas online	15	140		66.42	0.29	0.46	4	104M
☐	as melhores lojas para comprar online	15	90		69.63	0.52	0.74	3	25.3M
☐	lojas compras online	15	10		75.25	0.37	0.78	n/a	168M
☐	lojas de compra	15	260		78.27	0.67	0.85	1	308M

Recursos de SERP:
Notícias principais
Imagem
Comentários
Video

A tabela contém informações sobre volume, dificuldade de palavras-chave, CPC e densidade competitiva para cada palavra-chave. Ela também fornece uma visão rápida da SERP e o número de recursos da SERP desencadeados (deslize para ver quais deles). Classifique a lista por qualquer métrica para atender às suas necessidades. Marque as caixas ao lado das palavras que você gosta, ou exporte todas as palavras da lista, ou apenas as palavras do grupo selecionado clicando em **Exportar para XLSX** e escolhendo uma opção.

Da mesma forma, você pode salvar suas palavras no Analisador de Palavras-chave para pesquisas futuras. Lá você pode atualizar métricas a qualquer momento para obter os dados mais recentes (incluindo métricas de algumas palavras-chave que não foram encontradas mesmo no extenso banco de dados da Ferramenta Keyword Magic) e avaliar o potencial de clique e os principais concorrentes para qualquer palavra-chave. Também a partir do Analisador de Palavras-chave você pode enviar suas palavras-chave para outras ferramentas do SEMrush (**Rastreamento de Posições** e a Ferramenta PPC Keyword Tool).

Colete ideias de palavras-chave!



Dificuldade das palavras-chave

SEMrush e a **Ferramenta de Dificuldade das palavras-chave** podem ajudá-lo a estimar o quão difícil será obter boas classificações para uma palavra-chave específica. Com esta ferramenta, você pode avaliar até 100 palavras-chave e obter a pontuação de dificuldade com base na autoridade dos 20 principais domínios que ranqueiam para palavra-chave dada.

Palavra-chave	Dificuldade, %	Volume	Resultados	Recursos de SERP											Tendência	SERP
				Sitelinks	Painel do conhecimento	Pacote local	Snippet em destaque	Resposta instantânea	Noticias principais	Carrossel	Video em destaque	Imagens	Comentários	Tweet		
lojas de compra	78.27	260	308,000,000										✓			
as melhores lojas online	66.42	140	104,000,000				✓		✓			✓	✓			
as melhores lojas para comprar online	69.63	90	253,000,000				✓		✓				✓			
lojas compras online	75.25	10	168,000,000													

📄 Export

[Export](#)

O índice de dificuldade é uma porcentagem (1-100%). Quanto maior for o índice, mais difícil seria ultrapassar seus competidores nos resultados de pesquisa orgânica. Além da dificuldade, o relatório mostra o volume mensal de uma palavra-chave, o número de URLs em resultados orgânicos e os recursos SERP. Você também pode obter uma visão rápida da SERP e as tendências de popularidade de uma palavra-chave ao longo de 12 meses.

A estimativa de dificuldade de palavras-chave irá ajudá-lo a priorizar e compreender, quanto trabalho será necessário para promover seu site para uma palavra-chave específica.

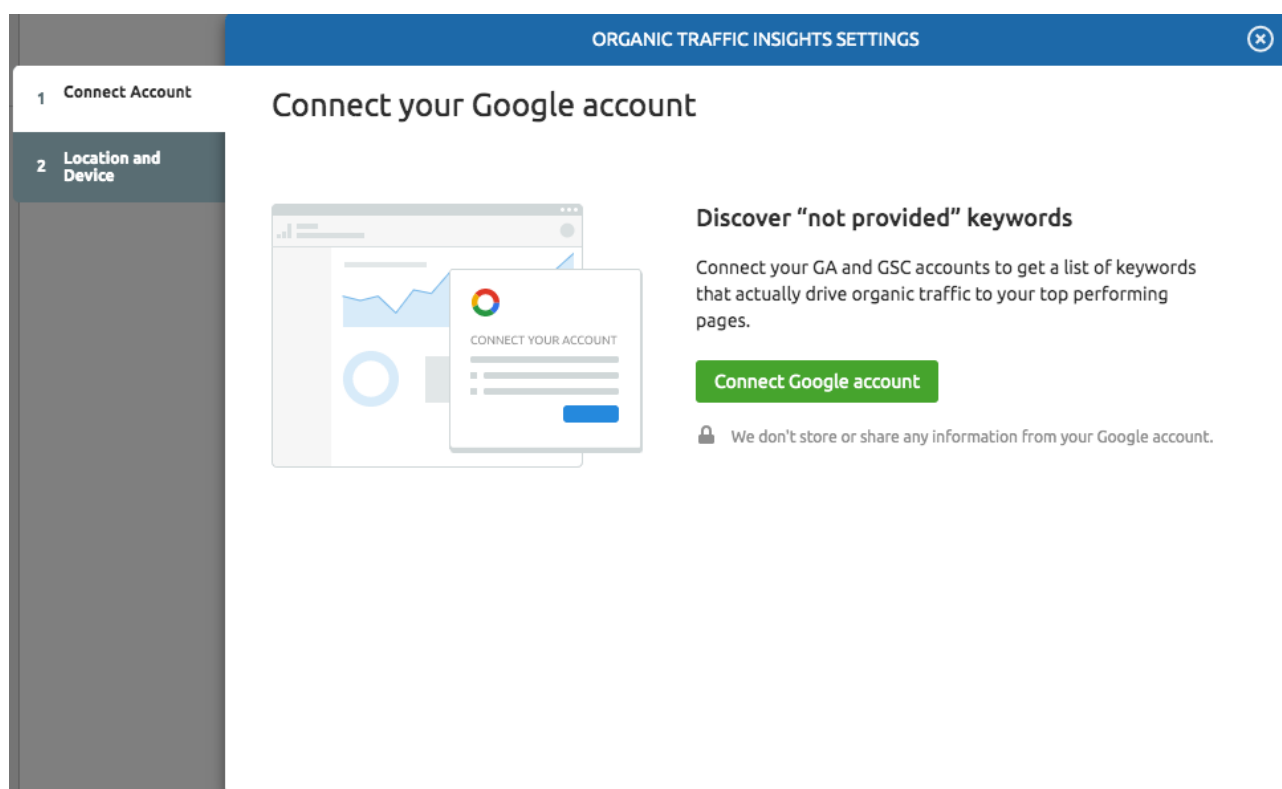
Encontre palavras-chave com pouca concorrência!



Organic Traffic Insights

É chato, mas o Google Analytics muitas vezes esconde as palavras-chave para o qual seu site está indexado. A ferramenta **Organic Traffic Insights** oferece a solução para esse problema, para que você não precise basear seu SEO na estimativa. Ao conectar a sua conta do Google Analytics ao SEMrush, você receberá uma lista detalhada de suas palavras-chave rotuladas como "não fornecidas".

Abra um projeto no SEMrush e clique no **Organic Traffic Insights** para começar a analisar suas páginas de destino, medindo seus esforços de SEO, e buscando pontos de crescimento do tráfego.



O assistente de configuração solicitará que você conecte sua conta do Google Analytics. Você também pode conectar o Google Search Console e mesclar os dados das ferramentas do Google em um relatório com a possibilidade de filtrar e classificar por várias métricas. Embora este passo seja opcional, recomendamos fazê-lo para ter mais dados analíticos e tirar o máximo proveito da nossa ferramenta.

O próximo passo é selecionar seu país e dispositivo alvo (você poderá mudar isso mais tarde). Agora, **clique em Ir para Organic Traffic Insights** para gerar um relatório.

Organic Search Traffic

13 Nov 2017 - 19 Nov 2017 (last 7 days)

Sessions	New Sessions	Pages / Sessions	Avg. Session Duration	Bounce Rate	Goal Completions
2.1K +4%	73.79% +2%	1.89 -5%	00:02:07 +3%	32.29% -1%	0 0

Landing Pages:

Landing Page	Keywords		Sessions (% of total)	New Sessions	Pages / Sessions	Avg. Session Duration	Bounce Rate	Goal Completion (% of total)
	SEMrush	Google Search Console						
A Powerful SEO Toolbox for your Browser – SEO... https://www.seosquirre.com/	760 0	1954 -325	1,727 (84.12%)	84.71%	1.88	00:02:06	26.98%	0 (0%)
Uninstall query SEoSquirre https://www.seosquirre.com/review/uninstall.php?i=1	0 0	0 0	102 (4.97%)	0%	1.32	00:00:43	71.57%	0 (0%)
Introduction SEoSquirre https://www.seosquirre.com/guide/index.html	57 0	309 -39	62 (3.02%)	12.9%	3.15	00:03:42	46.77%	0 (0%)
Welcome to SEoSquirre https://www.seosquirre.com/welcome/index.html	0 0	0 0	56 (2.73%)	1.79%	1.32	00:02:53	53.57%	0 (0%)

Você receberá uma lista com suas 50 páginas de destino com melhor desempenho e métricas de tráfego de busca orgânica. Por padrão, a ferramenta exibirá resultados dos últimos sete dias, mas você pode escolher um outro intervalo de datas. A tabela fornecerá informações sobre:

Sessões. Calcula as visitas de usuários com endereços IP únicos que, de algum modo, interagiram com um site dentro de um período definido (30 minutos por padrão). O número de sessões representa a quantidade de tráfego de um site.

Novas sessões. Esta métrica estima a porcentagem de primeiras visitas.

Páginas / Sessões. Esta é a média de número de páginas do seu site que o usuário visita por sessão.

Duração média da sessão. Mostra por quanto tempo (em média) seu público permanece nas suas páginas de destino.

Taxa de rejeição. Esta é a porcentagem de sessões de uma única página, quando um usuário não navega em seu site para além de uma página.

Metas e objetivos. Se você configurou metas no Google Analytics, esse bloco irá mostrar a progressão.

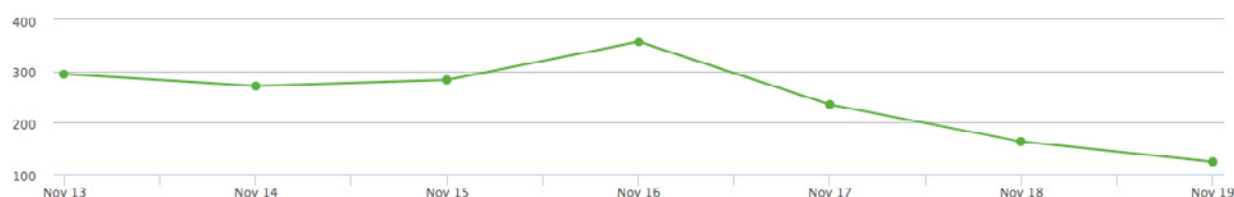
Abaixo verá a lista de páginas de destino que pode ser ordenada por várias métricas para ajudá-lo a analisar o desempenho de cada página. Clique em um número azul nas colunas de palavras-chave para descobrir quais palavras estão direcionando o tráfego e quais posições elas ocupam. Você pode escolher o provedor de palavras-chave. As palavras-chave do banco de dados da SEMrush aparecem com volume de tráfego, dificuldade de palavras-chave e a parcela de tráfego que uma palavra-chave traz. O Google Search Console mostrará as taxas de clique, o número de cliques que trouxe os usuários da SERP para a sua página e o número de impressões (quantas vezes o link para o seu site foi visto na SERP por um usuário).

[← Back to list](#)
<https://www.semrush.com/>

13 Nov 2017 - 19 Nov 2017 (last 7 days)

Sessions	New Sessions	Pages / Sessions	Avg. Session Duration	Bounce Rate	Goal Completions
1.7K +5%	84.71% +1%	1.88 -5%	00:02:06 -5%	26.98% -3%	0 0

Sessions

Notes: [View all](#)

Keywords: [SEMrush](#) [Google Search Console](#)
[Send to Position Tracking](#)

Search Query	Type	Position	Clicks	Impressions	CTR
	all	from to	from to	from to	from to

Search Query	Position	Clicks	Impressions	CTR
1 semrush.com	1.2 +0.1	1,182 -153	2,363 -537	50.02% +3.99%
2 semrush.com	1.1 0.0	677 -98	1,347 -229	50.26% +1.08%
3 semrush.com/traffic	2.5 -0.3	26 +5	372 -53	6.99% +2.05%
4 semrush.com	1.0 +0.1	22 +4	42 -8	52.38% +16.38%

O relatório de palavras-chave mostra um gráfico que representa a dinâmica do número de uma sessão ao longo do tempo e uma lista de palavras-chave. Você pode pesquisar a lista ou aplicar filtros para definir intervalos para várias métricas. Você também pode filtrar palavras-chave por tipo:

Novas. Palavras-chave para as quais seu domínio está classificado no último dia do intervalo de tempo selecionado, mas que não ocupavam essas posições no primeiro dia.

Perdidas. Mostra palavras-chave para as quais o seu domínio já estava classificado, mas até o final do intervalo de tempo selecionado perdeu as posições.

Vencedora. Palavras-chave que ganharam posições.

Perdedora. Palavras-chave que perderam posições.

Esta filtragem altamente conveniente não está presente no próprio Google Search Console, mas a ferramenta Organic Traffic Insights oferece essa opção. Você também pode enviar as palavras-chave para a **ferramenta Position Tracking** ou exportar o relatório para CSV ou Excel.

Desbloqueie as palavras-chave "não fornecidas"!





Linkbuilding

Linkbuilding

Um forte portfólio de backlinks é um dos fatores mais importantes do sucesso de SEO. Vários backlinks de recursos autorizados enviam um sinal forte para os motores de busca sobre a qualidade do seu conteúdo e, conseqüentemente, aumentam suas chances de ganhar posições altas nos resultados de pesquisa. E nem precisa dizer que também é uma boa fonte de tráfego relevante para o seu site.

Linkbuilding inclui várias etapas: detectando oportunidades para backlinks novos, analisando a qualidade do seu perfil de backlinks e mantendo o perfil de backlinks livre de backlinks tóxicos.

E para cada passo desse processo SEMrush oferece uma ferramenta especial para ajudá-lo a manter seu portfólio de backlink em sua melhor forma:



**Análise
de Backlinks**



**Auditoria
de Backlinks**



**Ferramenta
de Linkbuilding**

Análise de Backlinks

Qualquer estratégia de linkbuilding começa com análise do seu atual portfólio de backlinks. Ela precisa ser regularmente revisada para acompanhar seus lados fortes e fracos. Além disso, a análise dos perfis de backlinks dos seus concorrentes ajuda a revelar novas oportunidades para enriquecer o seu.

Ao digitar o seu domínio (ou qualquer link que você gostaria de analisar) na ferramenta de **Backlinks**, você terá uma visão geral do perfil de backlinks atual do site.



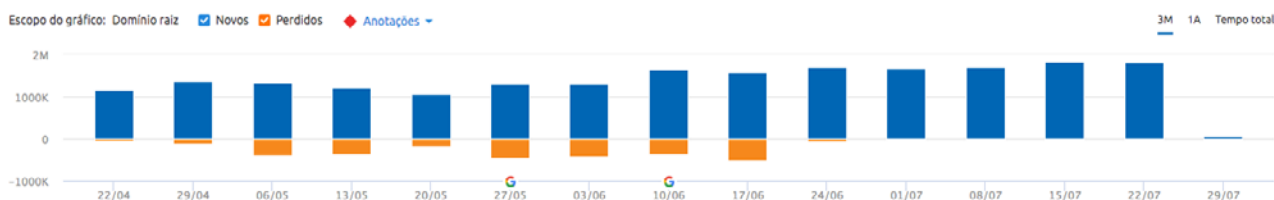
A aba **Visão geral** permite ver várias métricas quantitativas do perfil, como o número total de backlinks, o número de domínios que deram links para o site analisado (um domínio, um subdomínio ou uma página específica que você selecionou), o número de IPs referentes, e os níveis de confiança do domínio e site.

Você também pode ver o desempenho desse perfil de backlinks em dinâmica.

O widget de **New & Lost Backlinks** mostra como o número de backlinks foi alterado nos últimos 3 meses, 1 ano ou um período de tempo maior.

Backlinks novos e perdidos ⓘ

Escopo do gráfico: Domínio raiz ☒ Novos ☒ Perdidos ☒ Anotações ▾



Se uma data tiver um símbolo de Notificações, você pode clicar nele para descobrir se houve flutuações significativas nas SERPs naquele dia, o que poderia ser um sinal de uma atualização do Google.

2 anotações 4 – 10 de Jun de 2019

[Ver tudo anotações](#)
[+ Adicionar anotação](#)

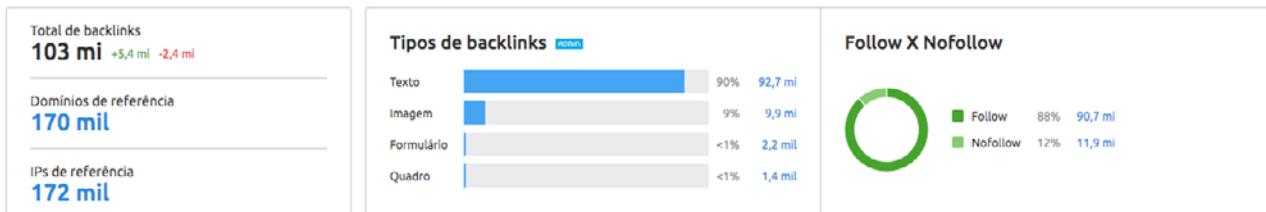
Atualização na diversidade de domínio

Atualizações do Google (orgânica) Todas 07/06/2019

O Google lançou uma atualização para melhorar a situação quando um único domínio prevalece nos resultados de pesquisa para determinada consulta. Segundo o Google, geralmente não serão exibidos mais que 2 URLs do mesmo

Se quiser analisar o perfil de backlinks com mais detalhes, vá para a aba **Backlinks**.

Visão geral **Backlinks** Âncoras Domínios de referência IPs de referência Páginas Indexadas Concorrentes Mais



Além de tipos de backlinks mais comuns no portfólio analisado (texto, imagem ou outro) e a porcentagem de links com um atributo no follow, você pode visualizar a lista real de backlinks. Se estes forem os seus backlinks, você pode filtrar os links suspeitos e adicioná-los à lista de Disavow. Se você estiver analisando o perfil do seu concorrente, os links dessa lista podem ser oportunidades valiosas de linkbuilding.

Backlinks 1 - 100 (102.591.953)

Lista de rejeitados

Configurações da tabela

Exportação

Links por domínio de ref. Todos 1 3 10 Todos os links Follow Nofollow Por tipo Todos ☐ Novos ☐ Perdidos Filtros avançados

PS	TS	Título e URL da página de origem	Links ext	Links int	Âncora e URL de destino	Visto pela primeira vez	Visto pela última vez	Rejeitar
98	94	Get Site Ip - Find IP and location of a website get-site-ip.com/	30	1	Netflix.com netflix.com/ (texto) (nofollow)	05/03/19	23/06/19	+
96	96	Privacy Policy - Foreca.com www.foreca.com/privacy-policy	257	3	Netflix www.netflix.com/google-3PAS-info (texto)	24/08/18	Há 16 dias	+
95	96	Gizmodo - We come from the future. gizmodo.com/	92	259	The Toys That Made Us www.netflix.com/title/80161497 (texto) (perdido)	09/02/19	14/02/19	+
95	96	Gizmodo - We come from the future. gizmodo.com/	81	264	Tidying Up With Marie Kondo www.netflix.com/title/80209379 (texto) (perdido)	02/02/19	14/02/19	+

Na aba **Âncoras**, você pode analisar as âncoras dos seus backlinks. Classificá-las pelo número de backlinks, o número de domínios referentes e a hora quando foram exibidas pela primeira vez e pela última vez, permite que você veja os mais populares e os mais recentes.

Âncoras 1 - 100 (860.953)

Exportação

Pesquisa por âncoras

Texto âncora	Backlinks	Domínios	Visto pela primeira vez	Visto pela última vez
netflix	11.843.416	68.788	08/06/13	Há 9 dias
play	6.566.867	21	17/01/15	Há 9 dias
Empty Anchor	2.824.739	9.221	08/06/13	Há 9 dias
netflix page	2.316.432	100	24/06/13	Há 9 dias
nf	2.282.663	27	10/12/13	Há 9 dias
play-in-netflix	2.165.749	2	15/11/14	Há 22 dias

As abas **Domínios de Referência** e **IPs de Referência** mostram a distribuição por TLD e por país do seu portfólio de backlinks, ou seja, quais domínios e quais IPs de referência têm mais links para o seu site.

Você pode usar essas informações para fazer uma análise profunda do portfólio de backlinks do seu concorrente, já que o número de backlinks por si só não é muito representativo.

Domínios de referência 1 - 100 (170.332)

[Exportação](#)

☐ Novos ☐ Perdidos ☐ Filtros avançados

Authority Score	Domínio raiz	Categorias	Backlinks	país / IP	Visto pela primeira vez	Visto pela última vez
49	netflixable.com	TV & Vídeo mais 2	50.077.784 exibir	104.27.154.205	16/10/14	Há 9 dias
57	instantwatcher.com	TV & Vídeo classificação	8.069.458 exibir	162.216.18.8	10/12/13	Há 10 dias
35	tvnoop.com	TV & Vídeo mais 2	5.294.643 exibir	174.36.241.174	18/03/18	Há 9 dias
83	libsyn.com	TV & Vídeo classificação	2.449.722 exibir	204.16.244.13	14/04/17	Há 9 dias
20	\$000best.com	Movies mais 2	2.286.166 exibir	164.132.44.169	03/10/14	Há 9 dias

A guia **Páginas Indexadas** fornece informações sobre as páginas do seu site que receberam backlinks.

Páginas indexadas 1 - 100 (553.738)

[Exportação](#)

Título e URL	Backlinks	Domínios	Links externos	Links internos	Visto pela última vez
http://www.netflix.com/	1.499.071	27.010	0	0	Há 9 dias
Netflix - Watch TV Shows Online, Watch Movies Online https://www.netflix.com/	877.221	26.160	1	21	Há 9 dias
THE WITCHER SAGA COMING TO NETFLIX https://media.netflix.com/en/press-releases/the-witcher-saga-coming-to-netflix	468.637	118	8	44	Há 11 dias
https://www.netflix.com/p/	371.110	3.514	0	0	Há 9 dias

Aqui você também pode ver quantos backlinks uma página obteve; quantos **links externos** ela possui, ou seja, para quantas páginas em domínios externos ela aponta; e quantos **links internos** levam desta página para outras páginas do mesmo domínio.

Você pode exportar os dados de qualquer aba para um arquivo .csv ou .xls usando o botão **Exportar**. Isso é útil para usar os dados em outras ferramentas de backlinks e relatórios.

Analise os seus backlinks
e os do seu concorrente



Análise em lote

A ferramenta **Análise em lote** permite ver e avaliar os portfólios de backlinks de até 200 URLs em termos de Pontuação de Autoridade, quantidade de backlinks, domínios de referência, IPs e formatos de backlinks.

Este relatório é útil para comparar seus conteúdos e analisar o seu desempenho em comparação com a concorrência.

Você pode exportar os dados de qualquer aba para um arquivo .csv ou .xls usando o botão Exportar. Isso é útil para usar em outras ferramentas de backlinks e relatórios.

Análise de backlinks em lote

Insira até 200 URLs/domínios, um por linha (4/200) [Verificar palavras-chave](#)

olx.com.br
mercadolivre.com.br
ebay.com
submarino.com.br

Escopo dos resultados Automático [Comparar](#) [X Limpar](#)

Por métricas 4

[Exportação](#)

No.	Domínio ou URL	AS	Backlinks	Domínios	Follow / Nofollow	Texto	Imagem	Formulário	Quadro	Informações
1	olx.com.br ↗ domínio raiz	73 v	2.902.904	12.335	2,1 mi / 809 mil 72% / 28%	2,3 mi 78%	558 mil 19%	42,4 mil 2%	33,4 mil 1%	mais v
2	mercadolivre.com.br ↗ domínio raiz	80 v	72.496.027	42.587	36,7 mi / 35,8 mi 51% / 49%	43,9 mi 60%	8,4 mi 11%	33,2 mil <1%	20,2 mi 28%	mais v
3	ebay.com ↗ domínio raiz	94 v	15.173.386.957	487.861	6,7 bi / 8,4 bi 44% / 56%	11,9 bi 78%	3,2 bi 21%	7,1 mi <1%	762 mil <1%	mais v
4	submarino.com.br ↗ domínio raiz	73 v	5.502.835	18.943	4 mi / 1,5 mi 73% / 27%	4,5 mi 82%	958 mil 17%	20,2 mil <1%	10,5 mil <1%	mais v

Analise backlinks
de até 200 URLs



Auditoria de backlinks

Além de detectar novas oportunidades de construção de links, sua tarefa principal é manter o seu perfil atual atualizado e não ser penalizado pelo Google por ter muitos links tóxicos. Um monte de links de recursos suspeitos muitas vezes mostra que um site usa técnicas de SEO Black Hat, que com as últimas atualizações do Google traz um alto risco de penalidades e sanções.

Se a ferramenta Backlink Analytics é especialmente útil para análise em massa, **a Auditoria de Backlinks** fornece uma visão aprofundada dos backlinks do seu domínio e permite que você mantenha o seu perfil em ótima condição operacional. Isto inclui detectar os backlinks tóxicos, adicioná-los à lista de rejeição ou entrar em contato com o proprietário do domínio para apagar os links, e monitorar seu progresso, observando de perto links novos e perdidos.

Integrações

Para ajudá-lo a trabalhar com todo o escopo dos seus backlinks, a Auditoria de Backlink agora apresenta várias integrações.



**Google
Search
Console**

Ao integrar sua conta SEMrush com o Google Search Console, você vai ver a imagem completa do seu perfil de backlinks, será capaz de atualizar facilmente sua lista de rejeição e ter dados atualizados sobre os backlinks rejeitados.



**Google
Analytics**

Os dados do Google Analytics mostram quais backlinks trazem tráfego para seu site. Esta informação é depois utilizada para recalcular a Pontuação Tóxica dos backlinks, diminuindo o risco potencial de backlinks valiosos.



Majestic

Se você tiver uma conta Majestic, integrando-a com o SEMrush lhe dará a grande vantagem de usar uma solução de auditoria de backlink abrangente. Com esta integração, juntamente com os dados do SGC e GA, você terá a imagem completa do seu perfil de backlinks.

Detectar links tóxicos

Para detectar backlinks potencialmente tóxicos, você pode começar com a aba **Auditoria**. Ela mostra todos os seus backlinks divididos em três listas: **Para revisão**, **Lista branca** e **Todos os links**.



Na primeira execução da ferramenta Backlink Audit, haverá um número igual de links nas listas **Para Revisão e Todos os Links**, com a primeira diminuindo de tamanho à medida que você trabalhe com o seu perfil.

A ferramenta Backlink Audit classifica os backlinks tóxicos, a fim de criar **Pontuação Tóxica**, e apresentar uma lista na primeira página da qual estão sendo mostrados os links com a maior Pontuação tóxica. Pontuação tóxica é a forma da ferramenta de determinar quais de seus links são os mais perigosos para o seu site. É baseada em uma escala de 0 a 100, sendo 0 seguro e 100 - extremamente tóxico, e usa mais de 50 diferentes marcadores tóxicos.

Você também pode selecionar os marcadores tóxicos que você acha mais nocivos e encontrar os backlinks que são considerados tóxicos de acordo com a lista de marcadores que você criou.

☐ Harmful environment

- ☐ De-indexed domain
- ☐ Malicious page
- ☐ Non-indexed domain
- ☐ Spam TLD
- ☐ Frame used
- ☐ Page not found (404)
- ☐ Community error
- ☐ Low domain power
- ☐ Deviant follow/nofollow ratio
- ☐ Domain backlink profile poor
- ☐ Poor backlink profile
- ☐ Community warning
- ☐ HTTP status error (400, 500)
- ☐ Weak domain

☐ Manipulative links

- ☐ High external link density
- ☐ Link directory
- ☐ Sitewide link
- ☐ Sitewide link 1
- ☐ High link density
- ☐ "Money" anchor text
- ☐ Guest post link

☐ Irrelevant sources

- ☐ Irrelevant domain theme
- ☐ Irrelevant geo

☐ Link networks

- ☐ Mirror pages
- ☐ Link network (by AdSense ID)
- ☐ Link network (by GA ID)
- ☐ Link network (by IP)
- ☐ Link network (whois info)

☐ Spam in communities

- ☐ Blog post signature spam
- ☐ Page comment spam

☐ Complementary

- ☐ No CSS & JS
- ☐ Poor layout
- ☐ Poor navigation
- ☐ Long domain name
- ☐ Numerals in domain name
- ☐ Suspicious external links
- ☐ Suspicious follow links

Você vai ver os seus backlinks organizados pela Pontuação Tóxica, com o backlink que tem a maior pontuação Tóxica indo em primeiro lugar.

Manter	Excluir	Domínio	URL	Em todo lugar	Search	Novos	Filtros avançados		
Título da página URL de origem URL de destino				1 - 100 de 29.497 domínios (total de backlinks: 682.264)		Texto âncora		Toxic Score	Ações
☒	The Globe - The world's most visited web pages Origem: http://web-pages.org/the_worlds_most_visited_web_pages_339/ Destino: http://www.amazon.com.br/ IP: +207 Páginas espelhadas: +203			339468. amazon.com.br composta		T	87	Manter	Excluir
☒	The Globe - The world's most visited web pages Origem: http://submitpages.org/the_worlds_most_visited_web_pages_339/ Destino: http://www.amazon.com.br/ IP: +207 Páginas espelhadas: +203			339468. amazon.com.br composta		T	87	Manter	Excluir
☒	The Globe - The world's most visited web pages Origem: http://ad-ware.search-web.us/the_worlds_most_visited_web_pages_339.html Destino: http://www.amazon.com.br/ IP: +207 Páginas espelhadas: +203			339468. amazon.com.br composta		T	87	Manter	Excluir

Ao clicar sobre o valor da Pontuação Tóxica do backlink, você verá a lista de marcadores de toxicidade que foram associados a este link.

Rejeitando links

Você pode rejeitar o link nocivo, clicando em **Excluir** e selecionando a opção **Disavow**.

Toxic Score

Actions

92

Keep

Delete

MOVE TO A LIST

Domain

URL

ADD GROUPS

☐ GA +9
 ☐ AdSense ID +8
 ☐ IP +9
 ☐ Mirror Pages +8
 ☐ Whois info +8

To Remove

To Disavow

Se os domínios listados no seu perfil de backlinks tem certos parâmetros em comum, eles serão agrupados por este parâmetro e você será capaz de rejeitar ou remover todo o grupo.

Esses parâmetros indicam que os domínios no grupo têm o mesmo proprietário e têm características semelhantes:

GA — os domínios têm o mesmo registro no Google Analytics

AdSense ID — os domínios compartilham uma ID do Google AdSense

IP — os domínios têm o mesmo endereço IP

Páginas espelho — os domínios têm interface similar, conteúdo idêntico e, supostamente, o mesmo proprietário

Informações Whois — os domínios têm a mesma informação Whois

Agora, clicando em rejeitar, você vai enviar o domínio à sua lista **de Rejeição**, que está disponível devido à integração com o Google Search Console.

Para rever o estado atual dos backlinks que você enviou para a lista Negar, você pode ir para a guia **Rejeitar**.

Overview

Audit

Remove

Lost & found

Disavow

About

Q

Search for URL

All export statuses

All sources

URL	Type	Status	More	Action
1 - 10 out of 47 sanin.seek-web.net	Domain	Disavowed	info	
the-globe.com	Domain: 4 links	Disavowed	info	
systemconsultant.seek-web.net	Domain	Disavowed	info	
gijutsuconsultant.seek-web.net	Domain	Disavowed	info	

Outreach

Se você preferir entrar em contato com o proprietário do site e pedir-lhe para remover o link (ou alterá-lo), selecione **Remove** e adicione esses links para a lista de remoção.

Na aba **Remover**, você verá os domínios adicionados à lista e contatos para esses domínios, que a ferramenta Auditoria de Backlinks encontra automaticamente.

☐	Page Title and Source URL	Anchor Text	Status	Access Link	Send email
☐	Nogometashi zvezde oglasov - Novica - Nogoma... http://www.nogomanija.com/Mednarodni-Nogo... @Nogomania Contact page	Nike branded	Not sent	?	Send
☐	Nogometashi zvezde oglasov - Novica - Nogoma... http://nogomanija.com/Mednarodni-Nogo... Link #1 @Nogomania Contact page	Nike branded	Not sent	?	Send
☐	Nogometashi zvezde oglasov - Novica - Nogoma... http://nogomania.net/Mednarodni-Nogom... Link #1 @Nogomania Contact page	Nike branded	Not sent	?	Send

Se você integrar sua conta do Gmail com a ferramenta, você será capaz de enviar o e-mail para o proprietário do site diretamente da ferramenta. Ao clicar em **Enviar**, você será direcionado a um modelo de e-mail, pedindo ao proprietário para excluir os links para o seu site.

Contact www.nogomanija.com by email



First email message Follow-up

To:

Click to add placeholders:

<source domain>

<your project domain>

<sample backlinks>

Undo

Save template

Preview

Subject:

Please remove links to our website

Hello,

I'm working on cleaning the website <your project domain>, and I need your help in removing some links from your site. Your site is probably perfectly legitimate, but I'm just trying to eliminate as many links as possible.

I'm asking this because it's come to our attention that some of the links to our website have been acquired against Google's Webmaster Guidelines, so it's important for us to remove links that are harming traffic to our website. Furthermore, by linking to our site, it could be detrimental to your site's overall traffic, so it will be important for you to remove the link.

Here are some examples:

<sample backlinks>

The link need to be actually removed, rather than just disavowed. Even if they are "nofollow," I'd still like them removed.

Please let me know if you have any questions. If you could email me once you have removed the link that would be great.

Thanks in advance! I hope to hear from you soon.

Kind Regards

Send and proceed to next

Next domain

I have sent it manually

Após o envio do e-mail, você será capaz de rastrear o e-mail na coluna **Status**.

Os estados de e-mail incluem:

■ Não enviado

■ Entregue

■ Aberto

■ Enviado

■ Respondido

☐	Page Title and Source URL	1 - 6 out of 6 domains (total backlinks: 6)	Anchor Text	Status	Access Link	Send email
☐	Nogometashi zvezde oglasov ... http://www.nogomanija.com	Link #1 @Nogomania	Nike branded	Not sent		Send

Monitorando o progresso

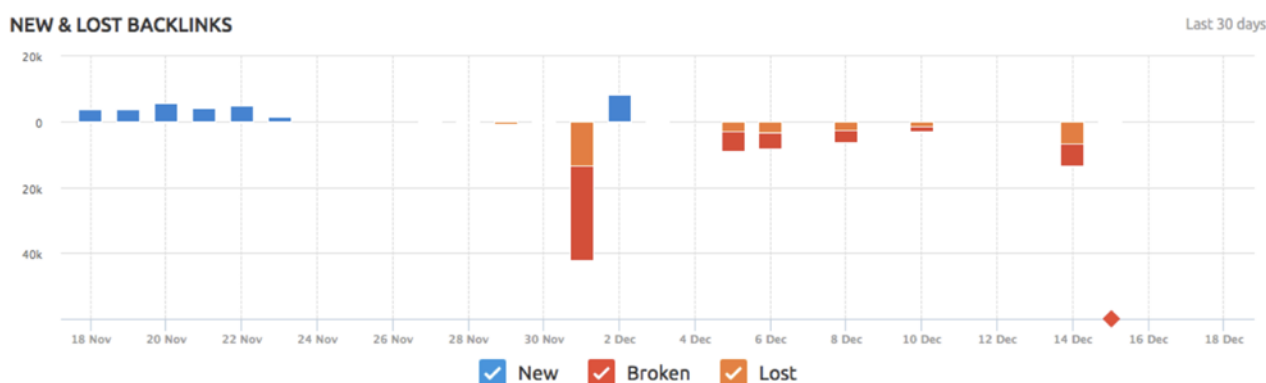
O relatório de **Lost & Found** ajuda a monitorar os links que você ganhou e perdeu ao longo do tempo, o que o ajuda a ficar atualizado. Ele permite que você acompanhe o seu sucesso de linkbuilding monitorando os links novos e mantendo contato com os domínios com links perdidos e quebrados.

Na parte de cima do relatório você pode ver o gráfico que mostra seus links **Novos**, **Quebrados** e **Perdidos** nos últimos 30 dias.

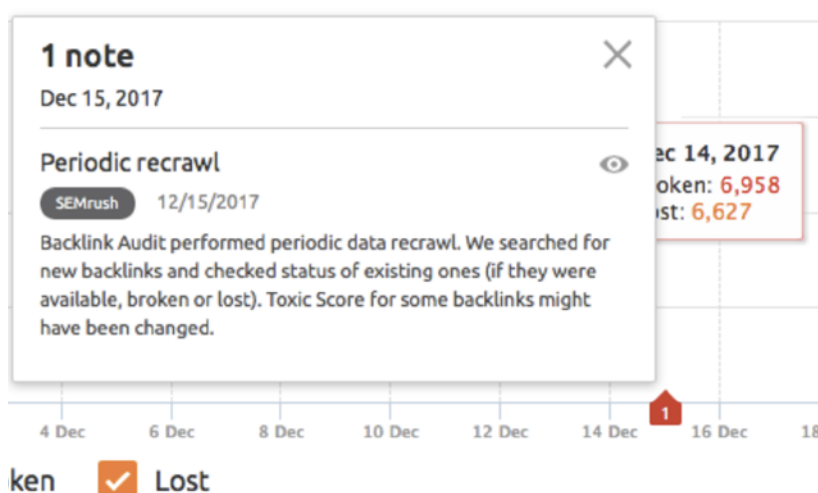
O link é considerado **novo** se ele apareceu nos últimos 30 dias.

O link é considerado **quebrado**, se a página em que vimos o backlink antes esteve indisponível por 60 dias ou menos.

O link é considerado **perdido** se não foi encontrado nos últimos 60 dias ou menos.



Neste gráfico, você também pode ver as **notas** que fornecem informações sobre possíveis atualizações do Google ou quaisquer melhorias dos algoritmos SEMrush nessas datas.



Mais adiante, o relatório mostra a lista de todos os seus links novos, perdidos e quebrados, que você pode processar um por um ou em massa.

The screenshot shows the backlink analysis tool interface. At the top, there are tabs for 'New' (27,885), 'Broken' (55,128), and 'Lost' (35,454). Below this, there are filters for 'Move group of backlinks' (Keep, Delete), 'Group by' (URL, Domain), and 'Search' (Everywhere, Write to search). There are also filters for 'Toxic markers' (Select toxic markers), 'Follow & nofollow' (All, Follow, Nofollow), and 'Anchors' (All). The main table displays a list of backlinks with columns for 'Page Title and Source URL', 'Anchor Text', 'First Seen', 'Toxic Score', and 'Actions'. Two backlinks are visible: one from 'CS-bg.info' with a toxic score of 22, and one from 'Leder Archives - rassambla' with a toxic score of 28. Both have 'Keep' and 'Delete' buttons in the 'Actions' column.

Com a função **Mover grupo de backlinks**, você pode **manter** os backlinks selecionados ou **excluí-los**.

The screenshot shows the 'MOVE SELECTED 1 LINK TO WHITELIST' dialog box. It has a title bar with 'Move group of backlinks' and 'Group by' (URL, Domain). Below the title bar, there are buttons for 'Keep' and 'Delete'. The main area of the dialog has a 'Domain' button and a 'URL' button. At the bottom, there is a green button labeled 'To Whitelist'.

Se você decidir manter o link ou um grupo de links, você pode enviá-lo para a lista branca clicando no botão **lista branca**.

The screenshot shows the 'MOVE SELECTED 1 LINK TO A LIST' dialog box. It has a title bar with 'Move group of backlinks' and 'Group by' (URL, Domain). Below the title bar, there are buttons for 'Keep' and 'Delete'. The main area of the dialog has a 'Domain' button and a 'URL' button. At the bottom, there are two buttons: 'To Remove' and 'To Disavow'.

Se você decidir eliminá-lo, você será capaz de enviá-lo para a lista de **Remoção** e entrar em contato com o proprietário do site através do formulário de divulgação, ou enviá-lo diretamente para a lista de rejeição usando o botão **Rejeitar**.

Você pode agrupar os links por URL ou por domínio.

Group by

URL

Domain

☒ Completely new

Se você selecionar o domínio, será capaz de usar o checkbox de «**Completamente**».

■ O link é considerado **completamente novo**, se você nunca teve backlinks deste domínio antes.

■ O link é considerado **completamente perdido** se você não tem mais backlinks do domínio selecionado.

■ O link é considerado **completamente quebrado** se todos os backlinks do domínio selecionado estão quebrados.

Ao aplicar os **filtros avançados**, você pode filtrar os backlinks com determinados parâmetros.

Toxic markers	Follow & nofollow	Anchors
Select toxic markers ▼	All Follow Nofollow	All ▼

O filtro de **marcadores Tóxicos** é semelhante ao da aba **Audit**, que mostra a lista de todos os marcadores tóxicos que influenciam a pontuação tóxica de backlink.

O filtro **Follow & No follow** permite filtrar os backlinks com o atributo no follow.

O filtro de **Âncoras** permite obter os backlinks com os textos âncora específicos.

Depois de selecionar os backlinks necessários, você pode executar as mesmas ações na guia Audit: enviá-los à lista branca ou excluí-los.

Anchors

All ^

- ☐ Money
- ☐ Compound
- ☐ Branded
- ☐ Organic
- ☐ Other
- ☐ Naked
- ☐ Empty

Realizar uma auditoria detalhada de seus backlinks



Ferramenta de Linkbuilding

Nos últimos anos, o processo de linkbuilding passou a ser uma atividade de RP. Adquirir links de alta qualidade e manter sua carteira de backlinks em boa forma é um trabalho em tempo integral, e como os backlinks são um dos mais fortes sinais de classificação da busca, eles exigem uma grande dose de atenção.

Para ajudá-lo a descobrir as melhores e mais relevantes oportunidades de backlink e agilizar suas campanhas de linkbuilding, o SEMrush desenvolveu a **ferramenta de Linkbuilding**.

As funções dela podem ser divididas em três etapas:

■ Encontrar recursos relevantes para obter backlinks

■ Automatizar o contato

■ Monitorar o progresso

Encontrar oportunidades

Quando o SEMrush sugere os domínios dos quais você deveria obter backlinks, ele usa várias fontes de informação. Entre elas a lista de palavras-chave para os quais você deseja ganhar classificação mais elevada; os backlinks de seus concorrentes orgânicos; as menções de sua marca; a lista de URLs que você envia manualmente; e Backlinks perdidos descobertos durante a Auditoria de Backlinks. E ao conectar o Google Search Console no projeto, você pode excluir os backlinks de sites que já têm links para o seu site.

Você pode ver todas as categorias na aba **Prospects**.

Prospects

In Progress

Monitor

About

All Prospects 7,147	Organic Search 857 +44 + Add	Competitors 4,151 +2 + Add	Mentions 72 + Add	Manual Upload 1 +1 + Add	Lost Backlinks 2,088 +2,075	Rejected 18
------------------------	--	--	---	--	--------------------------------	----------------

A categoria **Rejeitado** contém os prospectos com os quais você não deseja trabalhar. Para um domínio ser listado como **Rejeitado**, você precisa excluí-lo de qualquer outra lista clicando no sinal da cruz.

Você pode filtrar os prospectos aplicando vários filtros.

Search for domain URL Type Keyword TLD

Everywhere All Any Any

Os prospectos são listados em ordem de Avaliação, que é baseada em mais de 50 fatores e fornece informações sobre a qualidade da fonte de backlink e acessibilidade. Quanto maior for o valor dos backlinks que podem ser adquiridos deste domínio e a facilidade de adesão, maior será a classificação.

chefuturo.it

<http://www.chefuturo.it/2014/08/3-strumenti-gratuiti-per-mon...>

26 ago 2014 - Come controllare la reputazione del tuo brand online? ... i software gratuiti, spesso di origine anglosassone, sono poco adatti a scovare notizie ...

General

31

37

4 / 5

+ Add with

X

Domain Quality

Backlinks Top 50%
42

Referring domains Top 50%
18

Keywords Top 25%
18.5K

Traffic Top 50%
19.6K

Source of prospect: 3 keywords

Domain Relevance

Common categories

Competitors backlinks

Complexity

soon

Domain Health

Safety Rank

0 - 6

Dangerous Signals

De-indexed domain

Potentially Dangerous Signals

De-indexed domain

No relatório detalhado de um prospecto, você pode ver várias métricas de qualidade de Domínio, Relevância do Domínio e Saúde do Domínio.

Informação sobre a **qualidade do domínio** baseia-se no:

- Número de **backlinks** que levam ao prospecto do domínio
- Número de **domínios** de referência, que se referem ao domínio
- Número de **palavras-chave** para quais o domínio classifica entre os top-100 no Google
- O **tráfego** estimado do mês anterior (de acordo com os dados do relatório de Análise de Tráfego)

Informações da **Relevância do domínio** são baseadas em:

- **Categorias em comum** entre o seu site e o site do prospecto (arte, ciência, negócios etc.)
- A presença de **links** para os sites de seus concorrentes no site do prospecto

A informação de **saúde do domínio** baseia-se na:

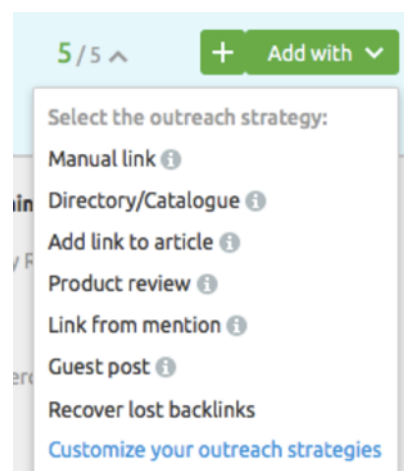
- **Classificação de segurança**, que mede risco provável de ter um backlink deste domínio para o seu site (0 - nenhum risco, 100 - risco muito elevado)
- A presença de **sinais perigosos** que indicam que o prospecto foi penalizado
- E a presença de **sinais potencialmente perigosos** que podem indicar que o prospecto tem um alto risco de levar uma penalidade.

Com base nas informações no relatório detalhado, você pode tomar uma decisão sobre rejeitar esse prospecto ou avançar com ele.

Automatizando o contato

Se você decidir começar a trabalhar com o prospecto, pode enviá-lo para a lista **In Progress** com uma das estratégias de linkbuilding aplicada. Você também pode criar até 7 estratégias personalizadas.

Cada estratégia fornece um modelo de e-mail, que especifica as condições de colocação do seu link no site do prospecto. Algumas estratégias têm vários modelos (por exemplo, o e-mail de primeiro contato e um follow-up), que são baseados nas melhores práticas da área.



Prospects **In Progress** Monitor About

Search for domain: Everywhere Outreach strategy: All Prospect source: All Daily limit for sending emails: 0 / 500 [+ Import](#) [Export](#)

Source Title, URL and Snippet	Rating	Outreach strategy	Email	Status	Actions
definitions-marketing.com https://www.definitions-marketing.com... 4 nov. 2016 - SEO est l'acronyme de Search Engine Optimization et peut être défini comme l'art de positionner un site, une page web ou une application ... @DefMarketing	5 / 5	Product review	Send	Not sent	✓ ✕

Clicando em **Enviar** você vai acessar o modelo e poderá personalizá-lo às suas necessidades. Você pode conectar sua conta do Gmail para poder enviar e acompanhar e-mails diretamente a partir da ferramenta de Linkbuilding, ou você pode usá-la como um gerador de modelos.

Contact definitions-marketing.com by email

[First email message](#) Product review follow-up 1

To:

Click to add placeholders: [<link to site idea>](#) [<your project domain>](#) [Undo](#) [Save template](#) [Preview](#)

Subject:

Your most beloved tools for link building

Hi!

That's Molly from SEMrush - world's leading all-in-one marketing toolkit for digital marketing professionals. I've come across your work on various occasions and really enjoyed your great reviews of marketing tools, that help marketing professionals become more effective.

This month we are adding a new product to our platform with its main goal to simplify link building processes for online marketing professionals. It's a brand new Link Building tool.

The tool is designed to automatically collect and sort link building ideas, collect and store contact information and to simplify outreach process.

I think could be beneficial for us to partner up on. Let me know if you're interested in working something out. It'd be great to get on a 20 min call next week for a small demo personally for you.

Best,
Molly

[Send and proceed to next](#)

[Next prospect](#)

[I have sent it manually](#)

A ferramenta trabalha de forma muito parecida à ferramenta Backlink Audit, no entanto ela tem um propósito de comunicação diferente.

Acompanhamento do progresso

Depois de começar a trabalhar com o prospecto, você pode monitorar seu progresso na aba **Monitoramento**. Aqui você pode ver se o backlink é visível no domínio de referência selecionado e seu status.

Prospects In Progress **Monitor** About

All link 1,259 Active 633 Lost 68 Broken 19 Undefined 15 Suspended 0

Search for domain

Everywhere

Visible status	Referring Domain and URL	Anchor Text	Rating	Domain Score	Trust Score	Last crawling	
Pending	logofactory.40dollarlogo.com http://logofactory.40d...	N/A	4 / 5	19	31	N/A	
Pending	www.national.ca http://www.nationalc...	N/A	4 / 5	17	31	N/A	
Pending	Influence.co https://influence.co/ni...	N/A	4 / 5	19	31	N/A	

- **Links Ativos** são seus backlinks atuais nos sites selecionados.
- **Links Perdidos** são os backlinks que deveriam estar ativos, mas não foram vistos durante os últimos 60 dias.
- **Links Quebrados** são os links nas páginas que não funcionam corretamente.
- **Links Indefinidos** cujo status o SEMrush foi incapaz de definir.

Você pode baixar o arquivo CSV com a lista de seus backlinks usando o botão **Exportar** no canto superior direito.

Acompanhe o alcance da sua atividade em um só lugar





Monitoramento de Posição

Monitoramento de Posição

Para ganhar no jogo de SEO você tem que ficar atento à suas classificações, volatilidade de SERP, e flutuações de algoritmos do Google. Mesmo se você criar uma página perfeitamente otimizada que vai parar nas primeiras posições, não tem como garantir que ela ficará nessa posição por muito tempo.

Constantemente monitore e analise as alterações nas SERPs para encontrar oportunidades, amenizar as perdas e melhorar o seu desempenho. SEMrush oferece algumas ferramentas poderosas para ajudá-lo a ficar atento e ajustar a sua estratégia de SEO:



**Rastreamento
de Posição**



Sensor

Monitoramento de Posição

Rastreamento de posição é uma ferramenta potente e versátil projetada para monitorar simultaneamente o desempenho do seu site em vários locais geográficos e em diferentes dispositivos. Você também pode obter informações detalhadas sobre os recursos SERP, encontrar a sua concorrência local e comparar seu desempenho com até 20 competidores.

Vá para a seção de projetos do kit de ferramentas SEMrush, abra um projeto ou crie um novo com o domínio que você deseja acompanhar e configure o **Rastreamento de Posição**.

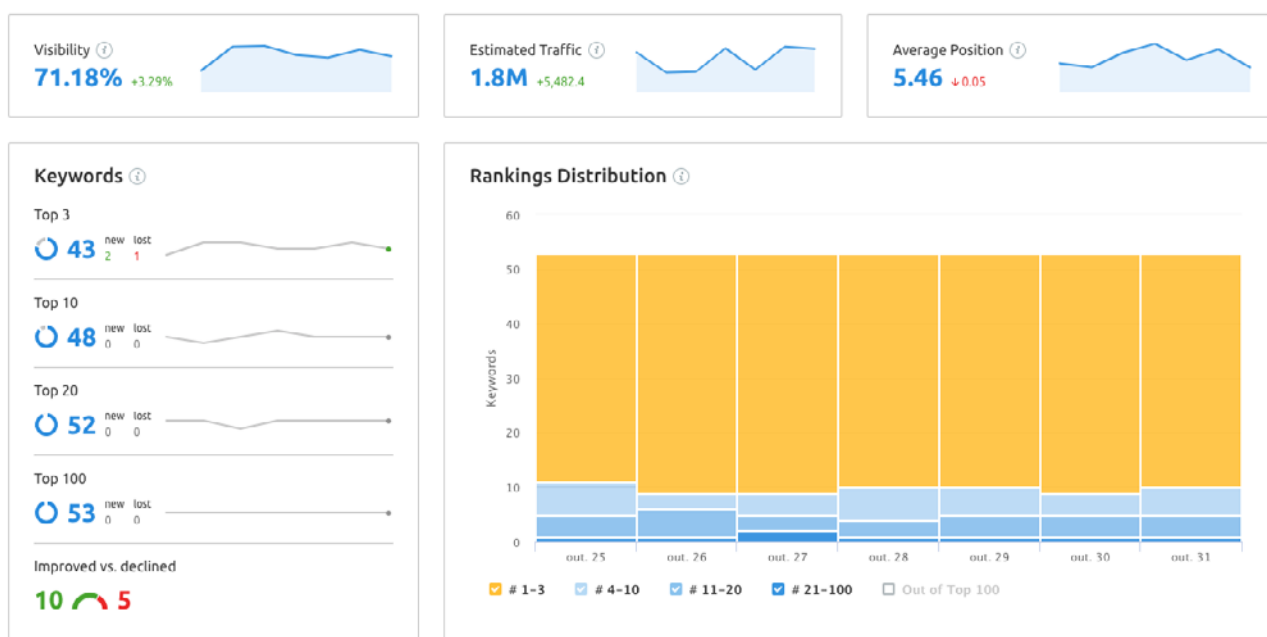
The screenshot shows the 'POSITION TRACKING SETTINGS' window in SEMrush. On the left is a sidebar with four steps: 1. Domain settings (checked), 2. Device and Location, 3. Competitors (Added: 0), and 4. Keywords (Added: 0). The main panel is titled 'Domain settings' and shows 'theguardian.com' as the 'Tracking root domain'. Below this are four radio button options: 'Tracking root domain' (selected), 'Tracking subdomain', 'Tracking URL', and 'Tracking subfolder'. Each option has a corresponding input field. The 'Tracking subdomain' field shows 'subdomain.theguardian.com'. The 'Tracking URL' field shows 'http://domain.com'. The 'Tracking subfolder' field shows 'subdomain.theguardian.com/subfolder'. Below these options is a section for 'Business name as it appears in local map pack (optional)' with a text input field and a 'Show example' link. A blue informational box states: 'Please enter the exact full name of your business as it is shown in local map pack. Otherwise, the result won't be matched'. At the bottom right is a 'Device and Location' link with a right arrow.

- 1 Primeiro, escolha a parte do site para rastrear. Por padrão terá o rastreamento do domínio raiz, ou seja, a ferramenta vai analisar todos os subdomínios e subpastas do site. Você pode escolher qualquer subdomínio específico, uma URL exata ou uma subpasta com até 3 subpastas subsequentes. Nesta etapa, você também pode adicionar o nome de Negócios do Google MyBusiness para rastrear a sua presença nos Pacotes Locais.
- 2 Em seguida escolhe um país (opcionalmente, uma região e cidade) e um dispositivo. Você pode adicionar mais locais e / ou dispositivos dentro de um projeto. Repare que alguns países têm seleção de idioma.
- 3 Agora adicione seus concorrentes. Este passo é opcional, e cabe a você adicionar domínios manualmente, ou usar sugestões de seus rivais da busca orgânica ou paga do SEMrush.
- 4 E, finalmente, a peça central - suas palavras-chave. Mais uma vez, você pode adicioná-las manualmente, ou usar sugestões da SEMrush. Você também pode importar listas de arquivos .txt ou .csv, ou transferir os dados diretamente do Google Analytics, conectando sua conta. Você também pode misturar todas elas. Lembre-se que você pode usar a Ferramenta **Keyword Magic** e **Organic Traffic Insights** para enviar palavras-chave para a ferramenta de Rastreamento de Posição.
- 5 Clique em **Iniciar rastreamento**.

O relatório **Landscape** da ferramenta de Monitoramento de Posição é o lugar para obter uma visão geral rápida da sua campanha de monitoramento. Daqui você pode ver a tendência de visibilidade e tráfego estimado do seu domínio e as principais palavras-chave.

O primeiro que você verá é a aba de **Visão geral**, onde você pode comparar até cinco domínios ao mesmo tempo. Repare que a campanha de rastreamento começa no dia da configuração e você precisa esperar um pouco para que ela registre o progresso.

Compare até cinco domínios de uma vez na aba **Visão geral**, obtendo resumo da visibilidade, tráfego estimado e posição média de seu domínio para cada palavra-chave que estiver acompanhando.



O primeiro que verá é a aba **Visão geral**, onde você pode comparar até cinco domínios de uma vez. Repare que a campanha de rastreamento começa a partir do dia de configuração, e você precisa esperar algum tempo poder monitorar o progresso.

Primeiro, vamos falar sobre o menu principal:

Última atualização. Mostra quando a informação da campanha foi atualizada.

Dispositivo & Localização. Assinantes Guru e Business podem adicionar novos locais e dispositivos para a campanha (importando palavras-chave de um relatório existente ou adicionando um novo conjunto).

Palavras-chave. Adicione ou remova palavras-chave de sua campanha.

Concorrentes. Este botão permite que você edite sua lista de concorrentes.

Volume. Analise dados locais ou nacionais.

Tipo. Seleciona **Orgânico** ou **AdWords** para alternar entre resultados de busca orgânica ou paga.

Rank Count. Permite excluir Pacotes Locais e Melhores Histórias do Rank Count (por exemplo, se um SERP tem um Pacote Local com três resultados orgânicos, o primeiro resultado embaixo dele será considerado como o quarto).

No topo da aba **Visão Geral** tem um gráfico de tendência; você pode alternar as opções de **Tendência de Visibilidade**, **Tráfego estimado** (ambos são baseados em classificações dos sites e CTRs das palavras-chave específicas), e **Posição média**. Você pode alterar os intervalos de datas, ver as notas de sinalização de atualizações do Google, ou adicionar suas notas personalizadas.

Abaixo do gráfico de tendência fica a Visão geral das classificações, a pedra angular do Rastreamento de Posição.

Visão geral de rankings 1 - 100 (100) [?]

Comprar mais palavras-chave		+ Adicionar palavras-chave		Actions	Positions	Estimated traffic	Visibility	All for www.cantinagigio.com.br		Table settings
☐	Palavra-chave	Recursos de SERP			14 ago.	Dif.	14 ago.	Dif.	CPC	Vol.
☐	1. gigio cardapio	📍 ⭐ 🔍 📄 📱			1	0	-	-	0.28	110
☐	2. cantina gigio cardapio	⭐ 📄 📱 📄			1	0	31	↑ 5	n/a	140
☐	3. gigio rua dos pinheiros	⭐ 🔍 🔗 📄 📱 📄			1	0	-	-	n/a	90
☐	4. gigigio	⭐ 🔍 🔗 📄 📱 📄			1	0	-	-	0.78	320

Esta tabela apresenta as palavras-chave específicas, os recursos de SERP que eles ativam, o seu CPC e Volume, e as posições atuais de todos os domínios selecionados.

Números verdes e vermelhos com setas indicam a posição, (que pode ter aumentado ou diminuído). Clicando em qualquer posição irá revelar a classificação da página de destino exata para a palavra-chave específica. Clique em **Visualizar SERP** para obter uma visão rápida da SERP.

Você pode filtrar por palavra-chave, ou abrir os menus suspensos para filtrar:

Principais posições e mudanças.

Define várias posições para todas as palavras-chave, ou mostra apenas palavras-chave **novas** ou **perdidas** dentro do intervalo de tempo selecionado.

Recursos de SERP.

Este filtro permite que você encontre palavras-chave que ativam determinados recursos de SERP, ou, alternativamente, as que não têm estes recursos (selecione **Feature on SERP** ou **Feature not on SERP**). Você também pode optar por ver se o domínio estiver ranqueado nos recursos de SERP.

Tag. Incluir ou excluir palavras-chave com tags específicas ou clique em **Gerenciar tags** para abrir uma janela para a organização de tags.

Volume. Especifique uma faixa de volume do seu interesse.

Filtros avançados. Reduz a lista, incluindo ou excluindo frases-chave com certos parâmetros, e certos valores de CPC.

Todos os relatórios da ferramenta de Rastreamento de posição podem ser exportados para um arquivo Excel ou CSV. Os relatórios da **Visão, Classificações, Descobertas de Concorrentes, Dispositivos e locais** também podem ser exportados para um arquivo PDF.

Vamos dar uma olhada nas abas restantes da ferramenta de Rastreamento de Posição:

Ranking Distribution. Aqui você pode comparar a visibilidade dos domínios e tráfego estimado para descobrir tira mais proveito de palavras-chave específicas. Compare **todos os concorrentes** de uma vez ou **escolhe os concorrentes específicos**; selecione o intervalo de tempo e **filtre por recurso de SERP** para obter resultados mais precisos.

Você também vai ver as tabelas com dados de desempenho de domínios nos top 3, top 10, top 20 ou top 100 resultados de pesquisa. Estes relatórios mostram a quantidade de palavras com quais o domínio classifica. As colunas **New e Lost** mostram as palavras que atingiram um determinado intervalo de posição, ou saíram dele, no período selecionado. As colunas **Improved e Declined** mostram flutuações nas posições. Clique sobre o número de palavras-chave em qualquer coluna para gerar o relatório de Classificações filtradas para aquelas palavras exatas.

Landing Pages. A lista de páginas de destino de todos os domínios que se classificam para pelo menos uma palavra-chave. Para cada URL você terá as informações sobre quantidade de palavras-chave, o tráfego diário estimado, posição média, e o volume total de todas as palavras-chave. A tabela mostra métricas para o primeiro e o último dia do intervalo de tempo selecionado, e a diferença entre eles. Ao clicar sobre o número total de palavras-chave de um domínio a ferramenta irá expandir a lista de palavras-chave, mostrando informações sobre cada uma, incluindo os dados sobre recursos de SERP. Se você estiver monitorando as pesquisas nos dispositivos móveis, também verá se o domínio contém páginas móveis aceleradas (ícone AMP).

O relatório Landing Pages tem filtros avançados para palavras-chave e seus volumes, e também permite filtrar palavras **Novas** (no top 100), **Perdidas** (que saíram da lista de do top 100), e **Tagueadas**.

Dispositivos e Localização. Essa guia permite que você compare a sua classificação em diferentes dispositivos e locais. Na parte de cima verá um gráfico de tendências que é o mesmo do relatório de Visão geral, exceto que ele permite que você acompanhe o desempenho do seu domínio (visibilidade, tráfego estimado e a posição média) em até 10 locais e dispositivos diferentes.

A tabela **Device & Location** permite que você compare a sua classificação e os volumes de palavras-chave em dispositivos e locais diferentes, permitindo estudar a demanda, priorizar e avaliar mercados diferentes.

Classificações. Esta é uma versão mais detalhada do **relatório de Visão geral**. Aqui você pode filtrar palavras-chave, ver as posições no primeiro e o último dia do intervalo selecionado, e obter o gráfico de tendências de classificações para cada palavra-chave.

Competitors Discovery. Este relatório irá fornecer o **mapa de competição**, um gráfico que mostra os 10 principais rivais com base em sua posição média e o número de palavras-chave para quais eles classificam. Confira os relatórios de **Concorrentes** e os **Ganhadores & Perdedores** para exibir os 10 principais domínios dos diferentes relatórios da SEMrush.

A tabela de **Concorrentes** abaixo do mapa de **Competição** apresenta a lista de todos os domínios que competem com as palavras-chave que você está rastreando. Ela mostra a **visibilidade do domínio**, o **tráfego estimado**, a **posição média**, e o **número de palavras-chave** de sua campanha para as quais o domínio classifica.

Use os botões ao lado dos nomes de domínio - **Defina como concorrente** para adicionar o domínio à lista de concorrentes da sua campanha e **Lista negra** para excluir o domínio de resultados. Ao lado dos concorrentes que já estão incluídos em sua campanha você terá opção de remover o site dos concorrentes.

Repare que o relatório de Competitors Discovery depende da localização e do dispositivo que você tem configurado para sua campanha. Você pode visar áreas específicas para encontrar a sua concorrência local. Para aumentar a relevância dos resultados você pode excluir até 20 concorrentes; selecionar a profundidade da SERP (de 3 primeiras posições até os primeiros 100); definir o número de resultados em uma página (10, 20, 50, ou 100 domínios); e filtrá-los pelos recursos de SERP.

Featured Snippets. Featured Snippets é um ativo da ferramenta de Position Tracking que pode ajudar a analisar e conseguir posicionar sua empresa nos trechos em destaque nas SERPs.

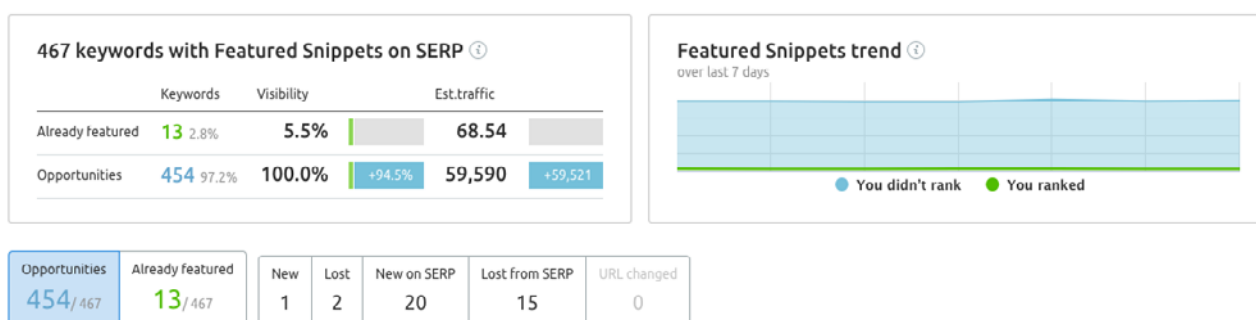
Comece selecionando domínio (subdomínio, pasta ou URL) que pretende examinar e as posições em que ele está classificado (quanto mais próximo o domínio está do topo da lista, mais provável é a aparição dele nos SERP Features).

Na parte de cima da aba de Featured Snippets há dois widgets:

- **O número de palavras-chave com Featured Snippet** mostra o quanto de visibilidade e tráfego estimado você obtém graças à sua posição nos Featured Snippets, e os resultados potenciais que você pode alcançar se aproveitar as oportunidades sugeridas.
- **Tendência de Featured Snippets** exibe alterações no número total de palavras-chave capazes de ativar Featured Snippets e a parcela daqueles que o domínio já ocupa.

A lista de palavras-chave abaixo dos widgets mostra as palavras-chave com Featured Snippets, o seu volume, as posições da página de destino, e ganho ou perda de tráfego. Você pode obter essas informações nas seguintes abas:

Featured snippets (as of 9 January, 2018)



Oportunidades. Essa aba lista palavras-chave que ativam Featured Snippets, e para o quais o domínio de destino não está em destaque. Ela também mostra a diferença de posições orgânicas entre o seu site e o domínio que ocupa Featured Snippets. Se a diferença for positiva, isso significa que você está melhor na classificação do que o domínio apresentado, e tem uma boa chance de ser destaque.

Em destaque. Aqui você verá quais palavras-chave colocaram o domínio alvo num Featured Snippet.

Novo. Mostra onde o domínio obteve Featured Snippets dentro do intervalo de tempo selecionado.

Perdido. Mostra onde o domínio perdeu um de seus Featured Snippets dentro do intervalo de tempo selecionado.

Nova na SERP. Esta seção fornece palavras-chave que recentemente começaram a ativar os recursos de SERP. Esta lista permite encontrar oportunidades antes de seus concorrentes. Uma palavra-chave com a tag "Você" significa que o seu domínio já está presente nos Featured Snippets.

Perda de SERP. Aqui você pode ver as palavras-chave que deixaram de ativar Featured Snippets. Olhe para as palavras-chave rotuladas com "Você"; estas são as palavras do domínio de destino que já estavam um dia nos Featured Snippets.

URL alterado. Essa guia mostra as ocasiões em que o domínio de destino estava nos Featured Snippets para uma determinada palavra-chave, e ainda é, mas agora com uma página diferente.

Monitorar classificações do site!



Sensor

Monitorar a classificação do seu site e dos sites da sua concorrência é uma parte vital de qualquer estratégia de SEO, mas nem sempre é suficiente. O Google constantemente faz experimentos com seus algoritmos, atualizações estão acontecendo diariamente, por isso é uma boa ideia manter um olho sobre a volatilidade das SERPs. O **Sensor da SEMrush** é uma ferramenta bacana que fornece insights sobre flutuações diárias de posição.

A volatilidade das SERPs é medida com escala de 0 a 10, e é calculada com uma fórmula que utiliza amplos conjuntos fixos de palavras-chave. Quanto maior a pontuação, maior a probabilidade de haver algumas mudanças dentro do Google, e, por isso, a probabilidade de um site ganhar ou perder posições é maior.

O relatório de Visão geral do Sensor tem um widget de pontuação com código de cores. O azul significa baixa volatilidade (0-2), verde - volatilidade normal (2-5), amarelo - alta (5-8), e vermelho é muito elevado (8-10). Você pode selecionar uma das seis bases de dados para desktops ou celulares **no relatório de Visão geral** (na guia **Pontuações pessoais** você pode ver o relatório para qualquer local para qual você tenha configurado a campanha de Position Tracking), e uma data dentro dos últimos 30 dias, se quiser analisar dados históricos. Você também pode **Assinar notificações** para receber alertas de e-mail ou notificações push do navegador quando a volatilidade muda de uma gama mais baixa para alta ou muito alta.

SEMrush Sensor Beta

Database: United States Desktop Mobile Jan 1, 2018 [Subscribe to notifications](#)

[Send feedback](#) [Read FAQ](#)

Overview Personal Score Deviations Winners & Losers

Categories

Category	Score
All categories	5.6
Arts & Entertainment	6.8
Autos & Vehicles	6.1
Beauty & Fitness	5.1
Books & Literature	3.6
Business & Industrial	5.5
Computers & Electronics	3.8
Finance	5.5
Food & Drink	6.3
Games	5.7
Health	4.8

All categories

Monday, January 1

5.6 / 10

High range

Position changes for numerous sites! Google results are shaking up. This may be a sign of a possible algorithm change. Check if your site has been affected.

✈
f
14

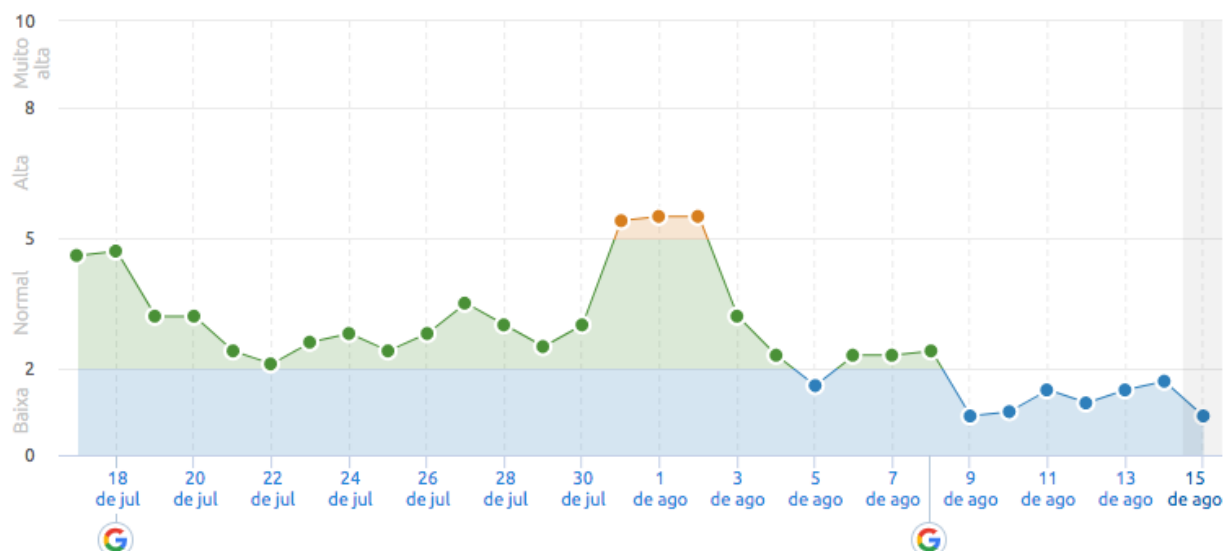
[Embed widget](#)

Várias **Categorias** à esquerda usam conjuntos específicos de palavras-chave para representar diferentes indústrias. Se o seu negócio se enquadra em várias indústrias ou caso esteja procurando alcançar um mercado novo, confira volatilidade de várias categorias.

Volatilidade nas SERPs nos últimos 30 dias

Comparar com...

Baixa Normal Alta Muito alta

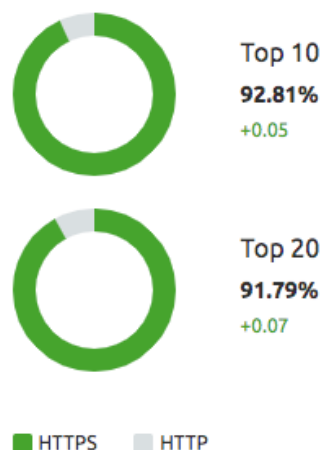


Ocorrência de recursos de SERP (nos 20 primeiros resultados)

👑 Snippet em destaque ⓘ	13.05%	+0.07
📍 Pacote local ⓘ	14.41%	-0.11
🛒 Resultados do Shopping ⓘ	10.11%	+2.17
📖 Painel do conhecimento ⓘ	34.33%	+0.08
📰 Notícias principais ⓘ	16.95%	+1.37
❓ Resposta instantânea ⓘ	4.92%	+0.10
📢 Anúncios na parte superior ⓘ	14.10%	+2.88
Nenhum recurso de SERP ⓘ	1.08%	-0.13

Todos os recursos de SERP ▾

Uso de HTTPS ⓘ



O quadro de tendências abaixo do widget de pontuação mostra a volatilidade nos últimos 30 dias, com notas do Google e atualizações do SEMrush. Use o menu suspenso de **Compare com** para examinar dois dispositivos, países ou categorias de uma só vez. Você também pode usá-lo para comparar uma das suas posições de campanhas de Rastreamento de volatilidade com o resto do Google (você precisa configurá-lo na aba **Pontuação Pessoal** de antemão), ver flutuações de aparências nas SERPs, e examinar as alterações de uso de HTTPS entre os top 10 e 20.

Widget **SERP Features Occurrence** fornece insights sobre a presença dos recursos de SERP. A percentagem mostra quantas vezes um determinado recurso apareceu nos top 20 resultados, os números verdes e vermelhos indicam a diferença em relação ao dia anterior. Note-se que certos recursos podem ser naturalmente mais ou menos prevalentes em diferente categorias.

O widget de **Uso do HTTPS** irá dizer-lhe o percentual de sites usando o protocolo seguro no top 10 ou no top 20 de resultados de pesquisa do Google.

Na parte inferior da **Visão geral** do Sensor você vai ver todas as **atualizações do algoritmo do Google** que ocorreram nos últimos 30 dias.

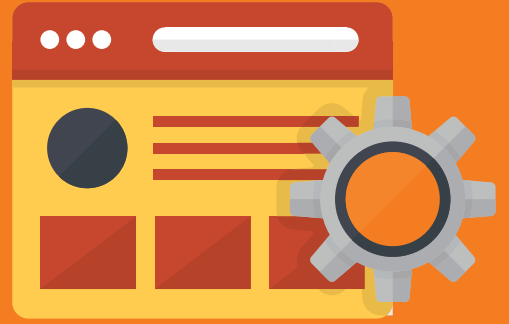
■ A guia **Pontuação Pessoal** permite obter a pontuação e o gráfico de tendência de volatilidade do seu projeto (você precisa configurar o acompanhamento de Position Tracking). Note que quanto mais palavras-chave relevantes você adicionar à sua campanha, mais resultados precisos terá.

■ A aba **Deviations** mostra a volatilidade mensal média e seus desvios diários. Esta aba ajuda a descobrir quais dias e indústrias foram as mais instáveis em termos de mudanças de SERPs. É importante entender os valores médios das categorias, uma vez que, por exemplo, no caso de uma categoria altamente volátil como Notícias, uma pontuação normal seria um desvio.

■ A guia **Vencedores & Perdedores** lista os domínios do top 20 mais afetados pela volatilidade das SERPs.

Acompanhe as mudanças diárias do algoritmo do Google!





On Page & SEO Técnico

On Page & SEO Técnico

Mesmo o melhor conteúdo de todos não vai salvar o dia de SEO se ele não for otimizado e se o resto do seu site estiver em pedaços.

Colapso na arquitetura, links quebrados, códigos de erro de HTTP, erros de HTML e outras questões vão diminuir todos os seus esforços.

Garantir o bom funcionamento do seu site em termos de conteúdo e de condição técnica pode exigir três passos. Primeiro, é importante encontrar e corrigir as questões técnicas; segundo, trabalhar o SEO do site; e terceiro - certificar-se de que o conteúdo criado está otimizado.

Todos estes passos podem ser feitos com as seguintes ferramentas da SEMrush:



Site Audit



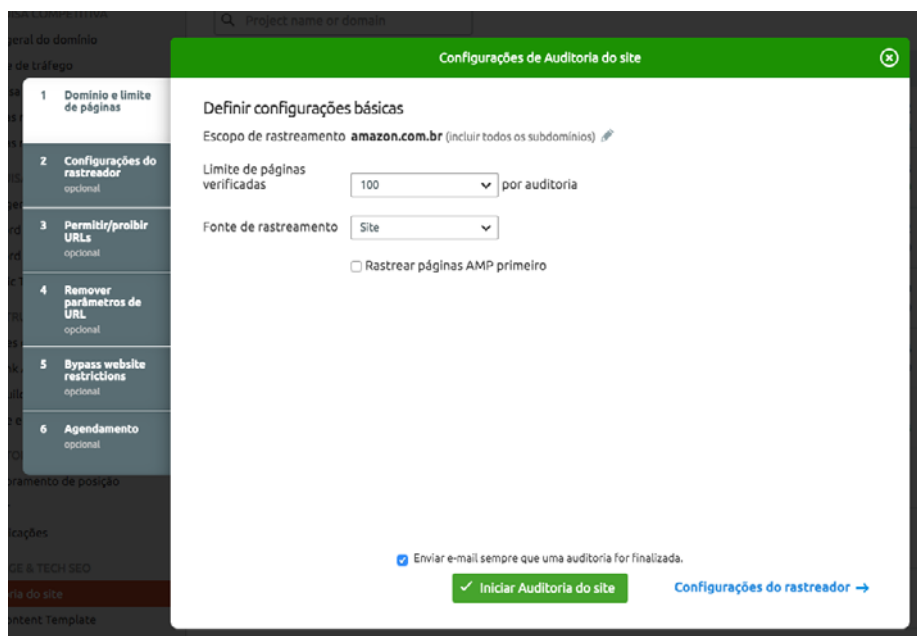
**On Page SEO
Checker**



**SEO Content
Template**

Site Audit

A configuração da ferramenta **Site Audit da SEMrush** consiste em cinco etapas. A primeira é necessária; as outras são opcionais, mas elas podem tornar o processo de auditoria mais rápido.



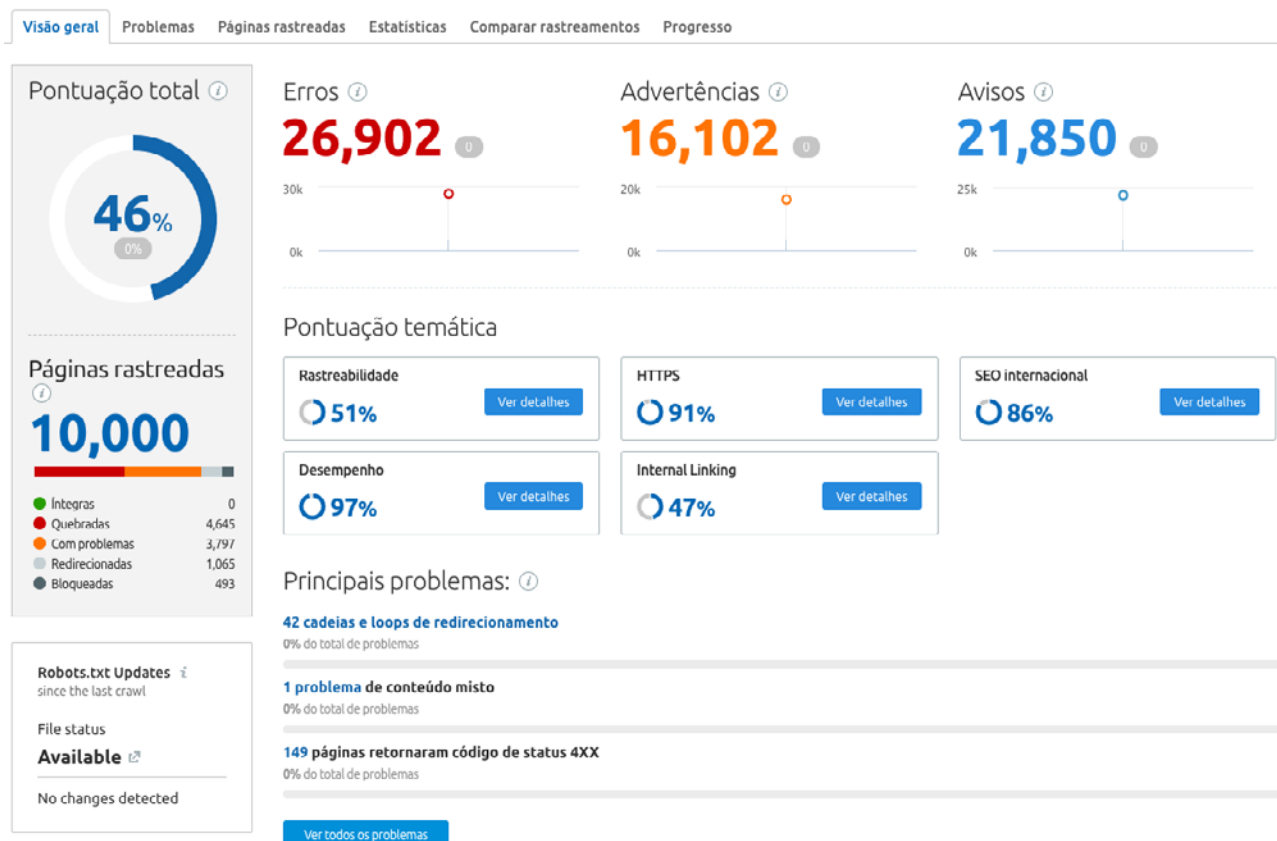
- 1** Escolha o domínio, subdomínio ou subpasta e defina o número de páginas a serem rastreadas. O plano Business permite que você rastreie as páginas AMP (embora o formato AMP garanta boa velocidade de carregamento, a implementação da AMP está repleta de possíveis erros).
- 2** Defina as configurações do rastreador. Deixe o SEMrushBot padrão como rastreador ou escolha GoogleBot (eles também podem ser usados para mobile!). Se você estiver usando o parâmetro crawl-delay no arquivo robots.txt do seu site, peça ao rastreador da ferramenta de Auditoria do Site a respeitar essa condição.
- 3** Na terceira etapa, você pode especificar as páginas que deseja incluir ou excluir na auditoria. Você pode permitir ou impedir o rastreamento de algumas subpastas ou URLs específicos.
- 4** O próximo passo é especificar os parâmetros de URL que você deseja remover antes do rastreamento. Por exemplo, catálogos ou lojas online podem incluir muitos parâmetros de classificação que não são úteis para rastreamento.
- 5** Você pode permitir que a ferramenta de Auditoria do site ignore as restrições sem desativar a proteção por senha, basta inserir as credenciais nas configurações da ferramenta.
- 6** A última etapa é programar o próximo rastreamento. Se você se preocupa com a saúde técnica do seu site é preciso realizar auditorias regulares.

Depois de fazer uma análise do seu site a ferramenta vai apresentar um relatório de saúde geral do website. Com base na proporção de problemas encontrados no site você vai obter a **pontuação total**.

A seção **Pontuação Temática** mostra quatro grupos de verificações:

- **Crawlability** é uma verificação relacionada à indexação, links internos, e acessibilidade dos URLs.
- **HTTPS** - é uma verificação que mostra se você tem quaisquer problema com a segurança do seu site.
- **SEO internacional** é responsável por quaisquer problema de hreflang (incluindo a incompatibilidade de idioma do hreflang, que é uma verificação que só a SEMrush possui).
- O grupo temático de verificações **Performance** oferece informações sobre a velocidade de carregamento do site.

Top Issues são os três erros mais importantes que aparecem entre as páginas rastreadas. Elas foram escolhidas de todo o escopo com base em seu nível de prioridade e as páginas que têm o problema para ajudá-lo a priorizar as tarefas.



Ao todo, Site Audit tem mais de 80 verificações para vários problemas de SEO, você pode ver todas elas na aba **Issues**. Todas as questões são agrupadas em três categorias, Erros, Avisos e Alertas, com base em seu nível de prioridade. Por exemplo, URLs muito longos (na seção Avisos) são um problema muito menos grave do que as páginas não rastreáveis (da seção Erros). Além disso, se você acha que algumas questões não são relevantes para você, você pode escondê-las de vista.

Pequenos gráficos perto de cada questão mostram as mudanças na quantidade de

vezes que um problema tem aparecido durante os últimos sete rastreamentos. Os pequenos números (vermelhos e verdes) indicam a quantidade máxima e mínima de tais erros encontrados durante os últimos rastreamentos.

Site Audit permite enviar qualquer questão diretamente a Trello para sua equipe de desenvolvimento web (ou você pode exportar todas as questões para .xls ou .csv). Se você precisar de uma representação gráfica das estatísticas de auditoria, você pode baixar um PDF com gráficos claros explicando os problemas descobertos.

Visão geral	Problemas	Páginas rastreadas	Estatísticas	Comparar rastreamentos	Progresso
Total de problemas	Erros	Advertências	Avisos	Selecionar um problema	
Erros	ERROS 26902	ADVERTÊNCIAS 16102	AVISOS 21850		
17,386 links quebrados	Links internos quebrados 17386	Baixa proporção texto/HTML 3625	Permanent redirects 16495		
4,496 páginas com erros 5XX	Erros 5XX 4496	Descrição meta ausente 2783	Page Crawl Depth more than 3 clicks 1617		Send to Trello
2,306 problemas com tags de título repetidas	Tags de título repetidas 2306	Nofollow attributes in outgoing internal links 2734	Pages with only one internal link 1507		Send to Trello
2,248 páginas com conteúdo repetido	Conteúdo repetido 2748	Atributos hreflang e lang ausentes 1978	URLs grandes demais 1170		Send to Trello
154 páginas com tags de título ausentes	Tags de título ausentes 154	Baixa quantidade de palavras 1272	Múltiplos títulos h1 564		Send to Trello
	Erros 4XX 149	Parâmetros de URL em excesso 1185	Bloqueada para rastreamento 493		Send to Trello
	URLs canônicas quebradas 56	Título grande demais 1067	Sem suporte a HSTS 4		Send to Trello
149 páginas retornaram código de status 4XX					Send to Trello

É mais provável que os problemas não serão todos resolvidos de uma vez, então você tem que priorizar e certificar-se de que algumas páginas são mais saudáveis em primeiro lugar. Se você quiser verificar a saúde de uma página específica, mas não quer gastar o tempo em um novo rastreamento de todo o site, você pode renovar a informação para um único URL

na aba **Crawled Pages**. Para saber quais são as páginas mais populares, conecte a sua conta do Google Analytics e ordene a lista por **número de visualizações de páginas únicas**. Este relatório também mostra a estrutura do site com base no escopo das páginas rastreadas (note que não é o mesmo que a estrutura do site real!).

A guia Estatísticas fornece detalhes adicionais sobre as páginas rastreadas. Alterne a exibição usando os botões de Lista e Gráfico para obter o seu tipo de apresentação preferida.

Aqui você pode obter informações sobre:

Markups. A porcentagem de suas páginas com Schema.org, Open Graph, Twitter Cards, Microformats, e as páginas sem marcação. Os motores de busca utilizam marcações para gerar rich snippets, que aumentam significativamente a visibilidade e a taxa de cliques da página.

Códigos de status HTTP. Esta seção mostra a porcentagem das páginas rastreadas que retornam os códigos de status 5xx, 4xx, 3xx, 2xx ou 1xx. Certifique-se de minimizar a quantidade de respostas 3xx que complicam a arquitetura do site e afetam a velocidade de carregamento, e eliminar os erros com códigos 4xx ou 5xx.

Uso de hreflang. Atributos hreflang são uma necessidade absoluta para um site multilíngue que permite assegurar que seus usuários obtenham o idioma correto. Monitore as páginas com problemas de implementação de hreflang, e as páginas não tem nenhuma tag hreflang. Veja o relatório temático de SEO Internacional para obter mais detalhes.

Canonização. A tag rel="canonical" é uma ferramenta útil para resolver as questões de conteúdo duplicado. Este relatório mostra a porcentagem de páginas rastreadas que usam tags canonical, bem como de páginas sem a etiqueta.

Links AMP. Páginas Móveis Aceleradas oferecem uma vantagem óbvia na velocidade de carregamento, por isso é importante monitorar o percentual de páginas com o link para sua versão AMP.

Crawl Depth. O número de cliques necessários para chegar a uma página a partir da homepage. Quanto menor esse número, o mais fácil é de chegar ao conteúdo para os rastreadores e usuários.

Links internos. Link interno é um elemento importante de processo de SEO que ajuda a direcionar o fluxo de tráfego dentro do seu site. Este relatório mostra quantas páginas rastreadas tem apenas um link interno, 2-5 links internos, 6-10 links internos, 11-50 links internos, ou + de 50 links internos

A aba **Compare Crawls** permite acompanhar a saúde do seu website: você pode comparar os resultados de quaisquer dois rastreamentos feitos no projeto e ver todos os problemas que permaneceram e que surgiram depois.

Sitemap vs Crawled Pages. Comparação de quantidade de páginas rastreadas com a quantidade de páginas no mapa do site. Uma diferença grande pode ser um sinal de má rastreabilidade ou um mapa do site desatualizado.

A aba **Progresso** mostra a saúde global do site durante um período de tempo escolhido, e como o número de questões específicas mudou de tempo.

Verifique a saúde do seu site!



On Page SEO Checker

Depois de ter certeza de que seu site é tão saudável quanto possível, você pode avaliar o seu conteúdo e as páginas de um ponto de vista de SEO. O **On Page SEO Checker** da SEMrush faz uma lista completa e bem estruturada de todos os passos que você pode tomar para melhorar o desempenho do seu site nos motores de busca.

Configuração do On Page SEO Checker consiste em quatro etapas:

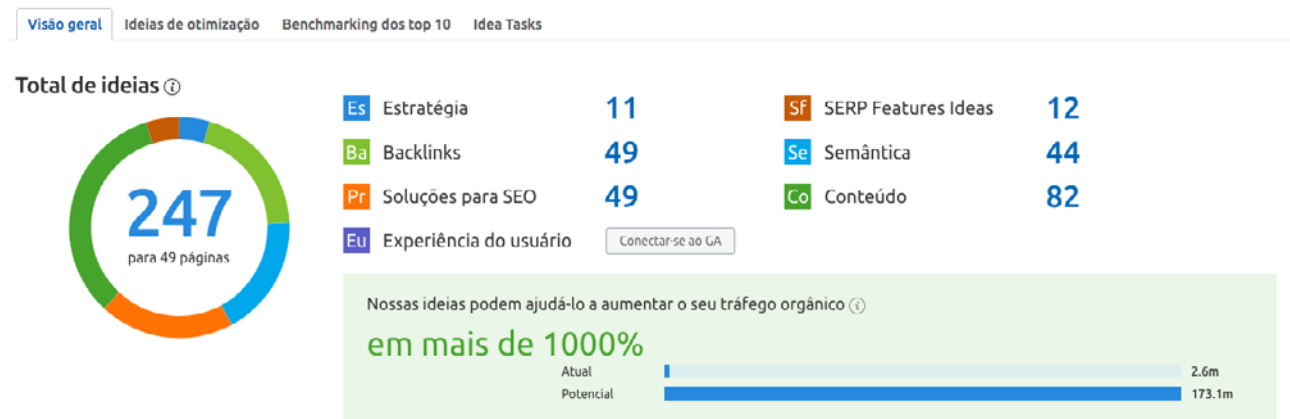
- 1** Escolha o local e o dispositivo que você deseja otimizar. Ele pode ser de âmbito nacional, regional ou local. Para alguns países, você também pode selecionar um idioma.
- 2** Decida para quais páginas você deseja obter as ideias. Existem algumas maneiras de adicionar-lhes:
 - Auto importação de relatório de Posições Orgânicas e a campanha de Position Tracking (se elas foram configuradas no mesmo projeto)
 - Adicionar manualmente (digite as páginas e as palavras para as quais você deseja otimizar)
 - Importar do arquivo.csv
 - Importar do Google Search Console (você precisará conectar sua conta do Google)
 - Adicionar diretamente do banco de dados de pesquisa orgânica da SEMrush
- 3** Escolha um crawler (opcional).
- 4** Agende a coleta de ideias semanal e configure notificações.

A guia Visão geral inclui:

Total de Ideias. Um pequeno diagrama mostrando o número total de ideias, e a quantidade de ideias de cada tipo para todas as páginas analisadas. Você também verá um gráfico mostrando o potencial aumento d tráfego de todas as páginas.

Principais páginas para otimizar.

São páginas de alta prioridade que devem ser otimizados no começo.



As ideias de otimização obtidas são divididas em sete grupos:

Ideias estratégicas. Elas mostram se ocorreu a canibalização de palavras-chave, e poupam tempo e esforço, fornecendo informações sobre as páginas que têm a classificação mais elevada para determinadas palavras-chave para que você não gaste tempo tentando colocar uma página de baixa classificação ao topo.

Ideias técnicas. Já fizemos a verificação de problemas técnicos na parte anterior, mas o relatório de **ideias técnicas** no On Page SEO Checker dá a lista das questões que mais provavelmente irão afetar negativamente a sua classificação nas SERPs se você ignorá-las.

Ideias de SERP Features. Os recursos de SERP melhoram a visibilidade do seu site, por isso o relatório de **Ideias de SERP Features** destaca páginas que têm a chance de aparecer nos SERP Features do Google. Adicionar a marcação adequada é fácil, e pode aumentar significativamente a CTR de uma página. Snippets com estrelas amarelas e os Featured Snippets atraem a atenção e fazem o link parecer mais confiável e relevante.

Ideias de backlinks. Backlinks, sendo um dos fatores de classificação mais relevantes, exigem um grande esforço e pesquisa. A partir do relatório de **Ideias de Backlinks** você pode obter a lista de domínios que são recomendados para obtenção de backlinks, compilada com base nos perfis de backlinks de seus 10 principais domínios rivais.

Ideias da experiência do usuário. Durante a otimização você deve se importar não só com os crawlers, mas em primeiro lugar com os seus usuários. Nosso relatório com base no Google Analytics fornece ideias para fazer suas páginas o mais user-friendly possível. Ele verifica a taxa de rejeição e a velocidade de carregamento do seu site.

Ideias semânticas e de conteúdo. São ideias referentes à materiais e conteúdos do seu site, oferecendo informações sobre uso correto de palavras-chave, recomendações de títulos, descrições meta, comprimento e legibilidade. Após a implantação do algoritmo Colibri em 2013 a busca do Google passou a basear-se mais em semântica e menos em palavras-chave, por isso recomendamos que você também se concentre em palavras relacionadas. Dicas sobre estas são dadas na seção **Ideias Semânticas**.

Vamos dar uma olhada nas abas restantes:

A segunda aba do On Page SEO Checker, **Ideias de Otimização**, lista todas as páginas analisadas que necessitam de otimização, por ordem de prioridade.

A aba **Top 10 Benchmarking** analisa os top 10 resultados de pesquisa por palavras-chave e compara os resultados com os do seu site. O botão de **Análise Completo** mostra mais detalhes sobre SERP da palavra-chave e métricas rápidas sobre cada rival com desempenho melhor do que o seu.

Sua palavra-chave	Sua página comparada com as páginas no Google top 10			
abcya Volume 4.1m Position 11 Visualizar análise completa	Quantidade de conteúdo Méd. top 10: 566 palavras Sua página: 1192 palavras	Domínios de referência Méd. top 10: 13 Sua página: 27	Uso de vídeos Méd. top 10: sim Sua página: não	Uso de palavra-chave Méd. top 10: Title, Meta, H1, Body Sua página: Title, Meta, Body
	Ordered List Méd. top 10: sim Sua página: sim	Markups Méd. top 10: SoftwareApplication Sua página: não	Readability Méd. top 10: 61 Sua página: 60	
capital one Volume 9.1m Position 21 Visualizar análise completa	Quantidade de conteúdo Méd. top 10: 561 palavras Sua página: 410 palavras	Domínios de referência Méd. top 10: 82 Sua página: 165	Uso de vídeos Méd. top 10: não Sua página: não	Uso de palavra-chave Méd. top 10: Title, Meta, H1, Body Sua página: Title, Meta, H1, Body
	Ordered List Méd. top 10: sim Sua página: sim	Markups Méd. top 10: Product Sua página: não	Readability Méd. top 10: 52 Sua página: 37	

A última aba, **Idea Tasks**, compila a informação sobre as ideias que foram e que ainda não foram implementadas. A lista é ordenada pelo momento em que o problema foi descoberto. Acima da lista, você pode ver um gráfico que mostra como o número de ideias mudou desde a primeira coleta.

Você pode selecionar um intervalo de tempo específico para uma análise mais detalhada. Na lista, você pode resolver as ideias que ainda não foram implementadas, ou olhar para aquelas que já possuem o status «Concluído».

🔍 Palavra-chave ou URL All 247 To do 247 Done 0

Category	Idea	Página	Palavra-chave	Status	Discovered
Semântica	Enriqueça o conteúdo da sua página.	https://www.amazon.com/Lowes-Gift-Ca...	lowes	To do 247	Mar 14, 2019
Problemas técnicos	Torne a sua página rastreável.	https://www.amazon.com/Lowes-Gift-Ca...	lowes	To do 247	Mar 14, 2019
Backlinks	Consiga links de mais fontes.	https://www.amazon.com/Lowes-Gift-Ca...	lowes	To do 247	Mar 14, 2019
Conteúdo	Provide a more relevant title.	https://www.amazon.com/Old-Navy-Gift...	old navy	To do 247	Mar 14, 2019
Semântica	Enriqueça o conteúdo da sua página.	https://www.amazon.com/Old-Navy-Gift...	old navy	To do 247	Mar 14, 2019
Problemas técnicos	Torne a sua página rastreável.	https://www.amazon.com/Old-Navy-Gift...	old navy	To do 247	Mar 14, 2019
Conteúdo	Provide a more relevant meta description.	https://www.amazon.com/Old-Navy-Gift...	old navy	To do 247	Mar 14, 2019
Backlinks	Consiga links de mais fontes.	https://www.amazon.com/Old-Navy-Gift...	old navy	To do 247	Mar 14, 2019

Obtenha Ideias de SEO!



SEO Content template

O **SEO Content Template** é a ferramenta projetada para criar conteúdo SEO-friendly.

O trabalho com a ferramenta começa com a configuração da região, a língua (para alguns países), o dispositivo e uma palavra-chave ou um grupo delas.

Esta ferramenta pode ser muito útil depois que você já fez sua pesquisa de palavras-chave, escolheu as palavras que você deseja visar, e começou a planejar e traçar novos conteúdos SEO-friendly para o seu site.

A página de resultados têm as seguintes informações:

Seus top 10 rivais no Google

black friday

1. <https://blackfriday.com/> 
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Friday_\(shopping\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Friday_(shopping)) 
3. <https://bestblackfriday.com/> 
4. <https://www.bfads.net/> 
5. <https://www.amazon.com/Black-Friday/b?ie=UTF8&node=384082011> 
6. <https://www.theblackfriday.com/> 
7. <https://www.bradsdeals.com/black-friday> 
8. <https://www.cnet.com/holiday-gift-guide/black-friday/> 
9. <https://www.walmart.com/cp/black-friday/1076614> 
10. <https://www.jacobinmag.com/2014/11/the-meaning-of-black-friday/> 

Principais recomendações, com base na análise dos top 10. Elas incluem sugestões sobre palavras semanticamente relacionadas, backlinks, comprimento do texto recomendado e vídeo conteúdo.

Key recommendations (based on your Google top 10 rivals)

Semantically related words	Enrich your text with the following semantically related words: day after thanksgiving cyber monday black friday shopping black friday deals black friday and cyber black friday 2017 holiday shopping holiday season black friday sales walmart black friday free shipping
Backlinks	Try to acquire backlinks from the following domains: bot.nu ebates.com mooco.com huihui.cn pcmag.com strangled.net bhg.com hatnote.com fatwallet.com dealighted.com us.to cheapism.com slickvpn.com uk.to everybodyedits.com kingsoft.jp bcchardware.com webcalfi democraticunderground.com whio.com
Readability	Average readability score of top 10 URLs: 57
Text length	Recommended text length: 1448 words

Exemplos do uso de palavras-chave (com base nos top 10 rivals)

See how your competitors use your target keywords

black friday

1. Black Friday 2017 - Black Friday Ads and Black Friday Deals

<https://blackfriday.com/>

Not everyone gets their holiday shopping finished during **Black Friday** and Cyber Week, so Microsoft is offering 12 Days of Deals. If you need help finishing that holiday shopping, you can snag a new wonderful deal today through Dec. 17.

When it comes to your online shopping, you want the hottest products at the lowest prices. BlackFriday.com is the authority on **Black Friday** and holiday deals, and our goal is to make your shopping experience simple and stress free. We feature thousands of deals that are worth lining up for, but because many of the deals are available online, you can skip the crowds and save money without leaving the house. We'll bring you all of the **Black Friday** 2017 ads, the most popular being Walmart **Black Friday** 2017 ad this coming November. Sign up to receive ad alerts when they break.

[Show more \(18 occurrences\)](#)

2. Black Friday (shopping) - Wikipedia

[https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Friday_\(shopping\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Friday_(shopping))

Recomendações básicas para o seu conteúdo futuro. Aqui você pode ver dicas para o comprimento ideal do título e as palavras-chave nele, para descrição meta, tag H1, e para o texto do conteúdo.

Basic recommendations

Page title	• Add at least one of your target keywords to your <title> tag: black friday • Don't use each target keyword more than 1 time. • Optimal title length: 55 characters.
Meta description	• Optimal meta description length: 230 characters.
H1	• Add at least one of your target keywords, don't use each target keyword more than 1 time: black friday
Text	• Add all your target keywords at least one time: black friday

Todas essas informações podem ser exportadas para um doc.

Crie conteúdo SEO-friendly!





Nós amamos feedback!

Este guia foi útil? Existe algo mais sobre ferramentas de SEO & SEM em que você gostaria de saber? Mande o seu comentário para toolkitforseo@semrush.com e nosso próximo post será sobre isso!