

# Ciência, Tecnologia e Inovação na Amazônia Pós-Pandemia

I SEMINÁRIO PIBEX  
IV SEMINÁRIO DE ENSINO  
XVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
II ED CONGRESSO UFRA VIRTUAL - UNIVERSIDADE VIVA



## APLICAÇÃO DA ESTRATÉGIA SEO PARA POSICIONAR SITES NO MECANISMO DE PESQUISA GOOGLE E OBTENÇÃO DE VISUALIZAÇÕES ORGÂNICAS

Deiveson Jonas de Souza Neves<sup>1</sup>; Evanildo Ramos da Cruz<sup>2</sup>

1. Graduado em Engenharia de Produção Agroindustrial, Universidade do Estado do Mato Grosso (UNEMAT), Campus Universitário de Barra do Bugres, e-mail: [deiveson.jonas.eng@outlook.com](mailto:deiveson.jonas.eng@outlook.com); 2. Graduado em Engenharia de Produção Agroindustrial, Universidade do Estado do Mato Grosso (UNEMAT), Campus Universitário de Barra do Bugres, e-mail: [evanildocruz@yahoo.com.br](mailto:evanildocruz@yahoo.com.br);

### RESUMO:

Para maximizarem seus resultados as empresas devem focar veementemente nas estratégias de marketing. Ao longo dos anos, pode-se observar diversas mudanças nas concepções do marketing, alterando o foco para o desenvolvimento de maior interação entre produto e consumidor e fidelização de clientes. Então, a internet se tornou uma ferramenta crucial no desenvolvimento das estratégias de marketing das organizações. Porém, é evidente que tão ruim quanto não estar na internet, é realizar estratégias desalinhadas que vão gerar custos, mas sem produzir os resultados esperados. Desta forma, o SEO apresenta-se como alternativa para empresas obterem êxito em suas ações de marketing digital. Portanto, este trabalho, realizou a aplicação da estratégia SEO na comercialização de produtos em uma plataforma de marketplace pública, com objetivo de verificar se o SEO pode aumentar o número de visitas em sites e promover influências nas vendas. Realizou-se um estudo de caso, onde foram analisados dois sites sendo [www.queromeujardim.com](http://www.queromeujardim.com) (Site A) e [www.projotomeujardim.com](http://www.projotomeujardim.com) (Site B). O Site A passou por otimizações SEO enquanto o Site B não sofreu nenhuma otimização. A análise dos sites foi iniciada após a conclusão das otimizações e se deu no período de 5 de setembro de 2017 a 5 de novembro de 2017. Após o período de avaliação constatou-se que o Site recebeu 163 visitas únicas e 223 visualizações totais, sendo 78 visitas únicas foram de pesquisas orgânicas, de modo contrário o Site B recebeu apenas 3 visitas vindas de redes sociais. Desta forma, o estudo mostra que o SEO pode promover o aumento de tráfego de um site e impacta diretamente seu posicionamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Search engine optimization, marketing digital, tráfego orgânico

Link do vídeo de apresentação: <https://youtu.be/ZkUKTTfc2iQ>