

Glossário SEO

DiagnoSEO - definições claras e verificadas factualmente de termos de SEO.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0-9

10 Blue Links - A tradicional lista simples de dez resultados orgânicos, antes de surgirem as funcionalidades avançadas das SERP.

10x Content - Conteúdo criado para ser visivelmente melhor do que tudo o que atualmente se classifica para um tópico.

200 OK - Um código de estado HTTP que indica que o pedido foi bem-sucedido.

2xx Status Codes - A família de códigos de estado HTTP que indicam um pedido bem-sucedido.

301 Redirect - Um redirecionamento permanente que transfere a maioria dos sinais de classificação para um novo URL.

302 Redirect - Um redirecionamento temporário que sinaliza que a mudança para um novo URL não é permanente.

304 Not Modified - Um estado que informa o navegador de que a sua cópia armazenada de um recurso ainda está atual.

307 Redirect - Um redirecionamento temporário que preserva o método do pedido original.

403 Forbidden - Um estado que significa que o servidor compreendeu o pedido, mas recusa permiti-lo.

404 Error - Um estado devolvido quando a página solicitada não pode ser encontrada no servidor.

404 Not Found - Um código de estado HTTP que significa que o recurso solicitado não existe.

410 Gone - Um estado que significa que um recurso foi removido intencionalmente e permanentemente.

4xx Status Codes - A família de códigos de estado HTTP que indicam erros do lado do cliente.

500 Internal Server Error - Um estado genérico que significa que o servidor encontrou um erro inesperado.

502 Bad Gateway - Um estado que significa que o servidor recebeu uma resposta inválida de outro servidor.

503 Service Unavailable - Um estado que significa que o servidor não consegue processar temporariamente o pedido.

5xx Status Codes - A família de códigos de estado HTTP que indicam erros do lado do servidor.

A

A/B Testing - Comparar duas versões de uma página ou elemento para ver qual tem melhor desempenho. Também conhecido como Split Testing.

Above the Fold - A parte de uma página web visível sem deslocar.

Absolute URL - Um endereço web completo, que inclui o protocolo e o domínio, por exemplo <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Um cabeçalho HTTP que sinaliza os idiomas preferidos do utilizador e ajuda a fornecer conteúdo localizado.

Access Log - Um ficheiro do servidor que regista cada pedido e é usado para analisar o comportamento real de robôs e utilizadores.

Accessibility - Conceber sites de modo a que possam ser usados por pessoas com deficiência e por tecnologias de apoio.

Ad Impressions - O número de vezes que um anúncio é mostrado aos utilizadores.

Ad Keyword - Uma palavra-chave pela qual um anunciante licita para acionar o seu anúncio pago.

Ad Rank - Um valor no Google Ads que determina a posição de um anúncio com base na licitação, qualidade e contexto.

ADA Website Compliance - A conformidade com os requisitos de acessibilidade da lei americana ADA para sites.

Adobe Analytics - A plataforma de análise web de nível empresarial da Adobe.

Advanced Search Operators - Comandos especiais como site: ou intitle:, que refinam e filtram as consultas de pesquisa.

AEO (Answer Engine Optimization) - Otimizar conteúdo para que os motores de resposta e os assistentes de IA o apresentem como uma resposta direta.

Affiliate - Um parceiro que ganha comissão por vendas ou contactos referenciados através de ligações monitorizadas.

Ahrefs - Um conjunto comercial de ferramentas de SEO usado frequentemente para análise de ligações, pesquisa de palavras-chave e monitorização de classificações.

AI Citation Eligibility - Se um conteúdo é suficientemente estruturado e fiável para ser citado como fonte por um sistema de resposta baseado em IA.

AI Overview - Um resumo gerado por IA do Google acima de alguns resultados, que evoluiu a partir da Search Generative Experience.

AI Snapshot - Um resumo gerado por IA que aparece acima dos resultados em experiências de pesquisa generativa.

AIO (AI Optimization) - Otimizar conteúdo e entidades para que os sistemas de IA compreendam, mostrem e citem uma marca.

Algorithmic Penalty - Uma perda de classificação aplicada automaticamente por um algoritmo de pesquisa, e não por um avaliador humano.

Algorithmic Suppression - A supressão algorítmica que mantém uma página ou site em posições baixas nas classificações sem uma ação manual.

Alt Text - Texto descritivo para uma imagem, que apoia a acessibilidade e ajuda os motores de pesquisa a compreender a imagem. Também conhecido como Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Um estado na Search Console para uma página duplicada que aponta corretamente para a sua versão canónica preferida.

Ambiguous Intent - Uma consulta cujo objetivo não é claro e que poderia corresponder razoavelmente a várias intenções diferentes.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Uma estrutura de código aberto para criar versões simplificadas e de carregamento rápido de páginas web móveis.

Anchor Text - O texto visível e clicável de uma hiperligação, que dá aos motores de pesquisa contexto sobre a página ligada.

Anchor Text Ratio - A distribuição dos tipos de texto-âncora em todo o perfil de ligações de um site.

Answer Box - Uma funcionalidade da SERP que fornece uma resposta direta a uma consulta, muitas vezes retirada de um excerto selecionado.

Answer Sourcing - A forma como uma IA ou um motor de resposta seleciona e cita as fontes por detrás de uma resposta gerada.

API (Application Programming Interface) - Um conjunto definido de regras que permite ao software trocar dados e funções.

Article Spinning - Reescrever um artigo existente com sinónimos para produzir em massa cópias aparentemente únicas - uma tática black hat.

Article Syndication - Voltar a publicar um artigo noutros sites para alcançar um público mais vasto.

ASO (App Store Optimization) - Otimizar a listagem de uma aplicação móvel numa loja para que se classifique melhor e converta mais.

Assisted Conversions - Conversões em que um canal desempenhou um papel de apoio mais cedo no percurso, e não no último clique.

Async - Um atributo de script que carrega um ficheiro sem bloquear a análise do HTML.

Attribution Modeling - Regras que distribuem o crédito por uma conversão entre os pontos de contacto do percurso do utilizador.

Author Authority - A perícia e a credibilidade percebidas do autor de um conteúdo, ligadas ao E-E-A-T.

Author Entity - Um autor apresentado como uma entidade reconhecida que os motores de pesquisa associam a temas e obras.

Authority - A confiança geral e o poder de classificação que uma página ou site conquistaram aos olhos dos motores de pesquisa. Também conhecido como Website Authority.

Authority Dilution - O enfraquecimento do valor das ligações quando se dispersa por demasiadas ligações ou páginas.

Authority Score - A métrica própria do Semrush que avalia a qualidade e a autoridade geral de um domínio.

Authority Site - Um site de elevada confiança e bem estabelecido, que se classifica bem e para o qual outros ligam frequentemente.

Auto-Generated Content - Conteúdo produzido automaticamente por software e que viola as diretrizes quando é spam ou inútil.

Average Position - A posição média de classificação de uma página ou palavra-chave nos resultados de pesquisa.

B

B2B - Business-to-business - o marketing ou a venda de produtos e serviços a outras empresas.

B2C - Business-to-consumer - o marketing ou a venda de produtos e serviços diretamente a particulares.

Backlink - Uma ligação de outro site que aponta para a sua página e que os motores de pesquisa tratam como um voto de confiança. Também conhecido como Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - A coleção geral, a diversidade e a qualidade das ligações que apontam para um site.

Baidu - O principal motor de pesquisa web na China.

Bait and Switch - Classificar uma página com um conteúdo e depois substituí-lo por outra coisa - uma tática enganosa.

Banner Blindness - A tendência dos utilizadores para ignorar elementos de página que parecem banners ou anúncios.

BERT - O modelo de linguagem do Google de 2019 que interpreta melhor o contexto das palavras numa consulta.

BigCommerce - Uma plataforma de comércio eletrónico alojada para construir e gerir lojas online.

Bing - O motor de pesquisa web da Microsoft.

Bing Webmaster Tools - A plataforma gratuita da Microsoft para monitorizar e melhorar a forma como um site aparece no Bing.

Black Hat SEO - Táticas que violam intencionalmente as diretrizes dos motores de pesquisa para manipular classificações.

Blocked by Noindex - Um estado na Search Console que significa que uma página está excluída do índice devido a uma diretiva noindex.

Blog Commenting - Publicar comentários em blogues, por vezes para ligações, que costumam ser nofollow e de baixo valor.

Body Content - O conteúdo principal de uma página, distinto da navegação, do cabeçalho e do rodapé.

Bounce Rate - A percentagem de sessões que terminam após uma única página sem interação adicional.

Brand Authority - A confiança e o reconhecimento de uma marca, que podem influenciar as classificações e o comportamento de clique.

Brand Mention - Qualquer menção de uma marca online, com ou sem ligação.

Brand Mention Link Building - Transformar menções não ligadas de uma marca em backlinks contactando o editor.

Branded Anchor Text - Texto-âncora que usa o nome de uma marca como texto da ligação.

Branded Content - Conteúdo que destaca ou é criado em torno de uma marca específica.

Branded Keyword - Uma consulta de pesquisa que contém o nome de uma marca ou produto.

Branded SEO - Otimizar para consultas de pesquisa que contêm o nome da sua marca.

Breadcrumb Navigation - Um rasto de navegação secundário que mostra a posição de uma página na hierarquia do site.

Broad Match Keyword - Um tipo de correspondência no Google Ads que aciona anúncios para pesquisas relacionadas, não apenas para o termo exato.

Broken Link Building - Encontrar ligações quebradas noutros sites e propor a sua página relevante como substituta.

Brotli - Um algoritmo de compressão moderno que reduz ficheiros de texto para uma entrega mais rápida da página.

Browser - Software que pede, processa e apresenta páginas web, como o Chrome ou o Safari.

Bundling - Combinar vários ficheiros JavaScript ou CSS num número menor de ficheiros para reduzir o número de pedidos.

Byline Trust - Sinais de confiança que decorrem de uma assinatura de autor claramente indicada e credível.

C

Cache - Cópias armazenadas temporariamente de ficheiros que permitem um carregamento mais rápido das páginas em visitas repetidas.

Cache-Control - Um cabeçalho HTTP que indica aos navegadores e às redes CDN durante quanto tempo devem guardar os recursos armazenados.

Caching - Armazenar cópias de recursos para que possam ser entregues mais rapidamente e reduzir a carga do servidor.

Call to Action (CTA) - Um apelo que direciona os utilizadores para uma ação específica, como «Comprar agora» ou «Inscrever-se».

Canonical URL - A versão preferida de uma página que os motores de pesquisa devem indexar quando existem páginas duplicadas ou semelhantes. Também conhecido como Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - O processo de escolher e marcar o URL preferido entre páginas duplicadas ou quase duplicadas.

Carousel - Uma funcionalidade da SERP com deslocamento horizontal que mostra vários resultados, imagens ou cartões.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Um domínio de topo de duas letras associado a um país, como .pt ou .de, que muitas vezes serve de sinal de geolocalização.

CDN (Content Delivery Network) - Uma rede distribuída de servidores que entrega conteúdo a partir de um local próximo de cada utilizador.

Channel - Agrupar o tráfego por fonte, como orgânico, pago, de referência ou direto.

Churn and Burn SEO - Táticas black hat agressivas destinadas a classificar rapidamente um site antes de ele ser inevitavelmente penalizado.

Citation - Uma menção de uma empresa ou fonte online, em particular do seu nome, morada e telefone.

Citation Building - Criar ativamente listagens de empresas consistentes em diretórios e plataformas.

Citation Flow - Uma métrica da Majestic que prevê a influência de um URL com base no número de ligações que apontam para ele.

Citation Grounding - Ancorar uma resposta gerada por IA em fontes verificáveis para reduzir alucinações.

Click Potential - Uma métrica do Semrush que estima a probabilidade de a SERP de uma palavra-chave gerar cliques orgânicos.

Click Share - A proporção de todos os cliques disponíveis para um conjunto de palavras-chave que um domínio capta.

Clickbait - Títulos sensacionalistas criados para atrair cliques, que muitas vezes prometem mais do que o conteúdo oferece.

Clickstream Data - Dados anonimizados sobre os percursos reais de navegação e de clique dos utilizadores, usados para estimar métricas de pesquisa.

Client-Side Rendering (CSR) - Processar o conteúdo de uma página no navegador usando JavaScript em vez de no servidor.

Cloaking - Mostrar conteúdo diferente aos motores de pesquisa e aos utilizadores - uma violação das diretrizes do tipo black hat. Também conhecido como Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Software para criar, gerir e publicar o conteúdo de um site sem codificação manual, como o WordPress.

Cold Outreach - Contactar pessoas sem uma relação prévia, por exemplo para propor uma ligação ou colaboração.

Cold Start - A dificuldade que um site ou página completamente novo enfrenta ao classificar-se, antes de acumular sinais ou histórico.

Commercial Investigation Query - Uma pesquisa em que o utilizador investiga e compara produtos antes de uma possível compra.

Common Keywords - Palavras-chave para as quais dois ou mais domínios concorrentes se classificam em conjunto.

Competitive Density - Uma métrica do Semrush entre 0 e 1 que mostra a intensidade com que os anunciantes concorrem por uma palavra-chave.

Competitor Analysis - Investigar as estratégias, palavras-chave e ligações dos concorrentes para orientar as suas próprias decisões de SEO.

Competitor Backlink Analysis - Estudar os backlinks dos concorrentes para encontrar oportunidades de ligações que também pode aproveitar.

Competitors in Google Ads - Domínios que licitam pelas mesmas palavras-chave pagas que você.

Competitors in Organic Search - Domínios que concorrem consigo pelas mesmas palavras-chave orgânicas.

Computer-Generated Content - Conteúdo produzido por software ou IA, em vez de ser escrito por uma pessoa.

Content - O texto, as imagens, os vídeos e outros materiais de uma página que trazem valor aos utilizadores.

Content Curation - Selecionar, organizar e partilhar o melhor conteúdo existente sobre um tema.

Content Decay - A perda gradual de tráfego e classificações à medida que o conteúdo envelhece ou se torna menos competitivo.

Content Federation - Distribuir o mesmo conteúdo por várias plataformas ou sites parceiros.

Content Fingerprints - Assinaturas únicas que os motores de pesquisa calculam a partir do conteúdo para detetar duplicados e quase-duplicados.

Content Gap - Um tema ou consulta que o seu site ainda não cobre, mas que os concorrentes ou utilizadores procuram.

Content Gap Analysis - Comparar o seu conteúdo com o dos concorrentes para encontrar temas em falta e oportunidades de palavras-chave.

Content Hub - Uma página central que liga a um conjunto de conteúdos relacionados sobre um tema.

Content Marketing - Criar e distribuir conteúdo valioso para atrair, envolver e reter um público.

Content Negotiation - Um mecanismo do lado do servidor que entrega versões diferentes de um recurso com base nos cabeçalhos do pedido, como o idioma.

Content Pruning - Remover ou consolidar páginas de baixo valor para elevar a qualidade geral do site. Também conhecido como Pruning.

Content Relevance - O grau em que o conteúdo de uma página corresponde a uma consulta e à intenção subjacente do utilizador.

Content Silo - Agrupar conteúdo relacionado em secções estreitamente temáticas.

Content Spinning - Reformular automaticamente conteúdo para criar inúmeras versões quase duplicadas, o que os motores de pesquisa desencorajam.

Content Syndication - Distribuir conteúdo em sites de terceiros, idealmente com uma ligação canónica ao original.

Content Velocity - O ritmo a que se publica conteúdo novo num determinado período de tempo.

Content-Based Classifier - Um sistema de aprendizagem automática que classifica páginas analisando o seu conteúdo.

Contextual Link - Uma ligação colocada no texto principal de uma página e rodeada de texto tematicamente relacionado.

Conversion - Uma ação desejada concluída, como uma compra, uma inscrição ou o envio de um formulário.

Conversion (Goal) - Uma ação específica definida para ser monitorizada como conversão numa ferramenta de análise.

Conversion Rate - A percentagem de visitantes que realizam uma ação desejada.

Copied Content - Conteúdo duplicado de outra fonte sem valor original significativo.

Core Web Vitals (CWV) - O conjunto de métricas de experiência do utilizador do Google (LCP, INP e CLS) que medem o carregamento, a interatividade e a estabilidade visual.

Cornerstone Content - As suas páginas mais importantes e abrangentes, para as quais mais quer classificar-se em temas-chave.

Cost % - Uma métrica que exprime o custo de um anúncio ou a percentagem de tráfego pago para uma palavra-chave.

CPA (Cost Per Acquisition) - O custo médio de adquirir uma conversão ou um cliente através de publicidade.

CPC (Cost Per Click) - O montante que um anunciante paga sempre que um utilizador clica no seu anúncio.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - O custo por mil impressões de um anúncio, em que M representa o latim mille (mil).

Crawl Anomaly - Uma etiqueta na Search Console para um erro de rastreio não especificado, muitas vezes uma resposta inesperada 4xx ou 5xx.

Crawl Budget - O número de páginas que um motor de pesquisa rastreará num site num determinado período.

Crawl Delay - Uma diretiva que pede aos robôs que esperem entre pedidos; alguns motores como o Bing respeitam-na, o Google ignora-a.

Crawl Demand - O grau em que um motor de pesquisa quer rastrear um site, dependendo da sua popularidade e atualidade.

Crawl Depth - A quantos cliques da página inicial está uma página, o que influencia a facilidade com que é rastreada.

Crawl Efficiency - O grau em que o orçamento de rastreio de um site é gasto em URLs valiosos e indexáveis em vez de desperdiçado.

Crawl Error - Um problema que impede um motor de pesquisa de aceder com êxito a um URL.

Crawl Rate Limit - A velocidade máxima de rastreio que um motor de pesquisa usa para não sobrecarregar um servidor.

Crawl Trap - Uma estrutura de site, como parâmetros de URL infinitos, que prende os robôs em páginas de baixo valor e desperdiça o orçamento de rastreio. Também conhecido como Spider Trap.

Crawlability - A facilidade com que os robôs dos motores de pesquisa podem aceder e rastrear as páginas de um site.

Crawled but Not Indexed - Um estado na Search Console em que uma página foi rastreada, mas intencionalmente omitida do índice.

Crawler - Um programa automatizado que navega na web para descobrir, obter e transmitir páginas para indexação. Também conhecido como Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instruções no robots.txt, no meta robots ou em cabeçalhos HTTP que dizem aos robôs como rastrear ou indexar.

Crawling - O processo pelo qual os robôs dos motores de pesquisa descobrem e obtêm páginas web.

Critical Rendering Path - A sequência de passos que o navegador executa para transformar HTML, CSS e JavaScript em pixéis processados.

CRM - Software de gestão da relação com o cliente usado para acompanhar contactos, clientes e interações de venda.

CRO (Conversion Rate Optimization) - A melhoria sistemática de um site para aumentar a proporção de visitantes que convertem.

Cross-Linking - Ligar mutuamente páginas relacionadas para difundir relevância e ajudar na navegação.

CSS (Cascading Style Sheets) - A linguagem que controla a apresentação visual e a disposição das páginas web.

CTR (Click-Through Rate) - A proporção de impressões que levam a um clique.

CTR Manipulation - Inflacionar artificialmente a taxa de cliques na tentativa de influenciar as classificações - uma tática manipuladora.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Uma métrica Core Web Vital que mede o quão inesperadamente os elementos de uma página se deslocam durante o carregamento.

Curated Content - Conteúdo de terceiros reunido e apresentado juntamente com contexto ou comentário adicional.

Customer Journey - Todo o percurso que um cliente faz desde a primeira tomada de conhecimento, passando pela compra e além dela.

D

<!DOCTYPE html> - A declaração no início de um documento HTML que diz ao navegador para usar o modo padrão.

Data - Factos e números em bruto recolhidos para análise.

Data Sampling - Analisar um subconjunto representativo de dados em vez do conjunto inteiro, o que pode reduzir a precisão dos relatórios.

Dead-End Page - Uma página sem ligações de saída, que não deixa utilizadores e robôs irem para mais lado nenhum.

Declined Keywords - Palavras-chave para as quais as posições de classificação de um site desceram num período.

Deep Link - Uma ligação que leva a uma página interna específica, em vez da página inicial de um site.

Deindexing - A remoção de páginas do índice de um motor de pesquisa.

Demographics - Características estatísticas de um público, como idade, género e localização.

Destination Site - O site para o qual uma ligação ou campanha direciona os utilizadores.

Digital PR - Conquistar menções de marca e ligações de meios de comunicação e publicações através de histórias com valor noticioso.

Direct Traffic - Visitas de utilizadores que chegam ao site sem uma fonte de referência, por exemplo ao escrever o URL.

Directory Links - Backlinks de diretórios de empresas online ou de catálogos web.

Disallow - Uma diretiva do robots.txt que diz aos robôs para não acederem aos caminhos especificados.

Disavow - Dizer ao Google para ignorar determinados backlinks ao avaliar o seu site.

Disavow File - Um ficheiro de texto que enumera os domínios ou URLs que quer que o Google ignore.

Disavow Tool - A ferramenta da Google Search Console para enviar uma lista de backlinks que o Google deve ignorar.

Discovered but Not Indexed - Um estado na Search Console em que o Google encontrou um URL, mas ainda não o rastreou e indexou.

Display Ads - Anúncios visuais do tipo banner mostrados em sites através de redes de publicidade.

Distance - No SEO local, a que distância a empresa está de quem pesquisa, um fator-chave de classificação local. Também conhecido como Proximity.

DNS (Domain Name System) - O sistema que traduz nomes de domínio legíveis nos endereços IP usados pelos servidores.

Dofollow Link - Uma ligação normal que transmite sinais de classificação - o estado predefinido quando nenhum atributo rel a restringe.

DOM (Document Object Model) - A representação estruturada em memória de uma página que o navegador cria e que os scripts podem ler e alterar.

DOM Size - O número de nós no DOM de uma página, o que, em quantidade excessiva, pode tornar o processamento mais lento.

Domain - O endereço legível de um site, como example.com.

Domain Age - Há quanto tempo um domínio está registado, por vezes mencionado como um sinal secundário de confiança.

Domain Authority (DA) - A métrica própria da Moz entre 0 e 100 que prevê a probabilidade de um domínio se classificar bem.

Domain Name - O nome registado que identifica um site, como example.com.

Domain Name Registrar - Uma empresa acreditada para registar e gerir nomes de domínio.

Domain Rating (DR) - A métrica da Ahrefs entre 0 e 100 que mede a força do perfil de backlinks de um domínio.

Domain Structure - A forma como o domínio, os subdomínios e os diretórios de um site estão organizados.

Doorway Page - Uma página de baixo valor criada exclusivamente para se classificar em consultas e direcionar os utilizadores para outro lado, violando as diretrizes. Também conhecido como Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Um motor de pesquisa web focado na privacidade.

Duplicate Content - Conteúdo idêntico ou muito semelhante que aparece em mais de um URL.

Dwell Time - Quanto tempo um utilizador permanece numa página depois de clicar num resultado de pesquisa, antes de regressar à SERP.

Dynamic URL - Um URL cujo conteúdo depende de parâmetros de consulta e que frequentemente contém caracteres como ? e &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - O quadro de qualidade do Google das diretrizes para avaliadores, que acrescentou Experiência ao anterior E-A-T.

Ecommerce - A compra e venda de bens ou serviços online.

Ecommerce SEO - Otimizar lojas online e as suas páginas de categoria e de produto para a pesquisa orgânica.

Edge Caching - Armazenar conteúdo em cache em servidores na periferia da rede, perto dos utilizadores, para uma entrega mais rápida.

Edge SEO - Aplicar alterações de SEO ao nível do CDN ou da periferia da rede, sem modificar a base de código do site.

Edge SEO Testing - Realizar experiências de SEO através da camada de periferia da rede ou do CDN.

Editorial Link - Um backlink conquistado naturalmente pelos seus méritos, sem ter sido pedido ou pago.

Ego Bait - Conteúdo que lisonjeia pessoas influentes para conquistar as suas ligações ou partilhas.

Email Outreach - Contactar pessoas através de e-mails personalizados para propor conteúdo, uma ligação ou uma colaboração.

Engagement - O grau em que os utilizadores interagem com o seu conteúdo.

Engagement Metrics - Medidas da interação do utilizador, como o tempo na página, a profundidade de deslocamento ou os cliques.

Engagement Rate - No GA4, a proporção de sessões que foram sessões com interação.

Enterprise SEO - SEO realizado em grande escala para sites com milhares de páginas e organizações complexas.

Entities - Coisas distintas e claramente definidas - pessoas, lugares, marcas, conceitos - que os motores de pesquisa reconhecem e associam.

Entity Grounding - Ancorar conteúdo ou uma resposta de IA numa entidade conhecida para que o seu significado seja inequívoco.

Entity-Based SEO - Otimizar em torno de entidades claramente definidas e das relações entre elas, e não apenas de palavras-chave.

Entry Page - A primeira página em que um visitante chega durante uma sessão.

Estimated Accuracy - Um indicador da Semrush de quão fiável é uma determinada estimativa de tráfego ou de palavra-chave.

Estimated Traffic - A estimativa aproximada de uma ferramenta de SEO sobre quanto tráfego orgânico um site ou página recebe.

ETag - Um cabeçalho HTTP que identifica uma versão específica de um recurso para que possa ser armazenado em cache de forma eficiente.

Event Rich Results - Resultados de pesquisa melhorados que mostram detalhes de eventos, como data e local, a partir de dados estruturados.

Evergreen Content - Conteúdo que se mantém relevante e útil muito tempo depois de ser publicado.

Exact Match Anchor Text - Texto-âncora que corresponde exatamente à palavra-chave alvo da página para a qual liga.

Exact Match Keyword - Uma palavra-chave segmentada na sua forma exata; no Google Ads, um tipo de correspondência que aciona anúncios apenas para esse termo ou variantes próximas.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Uma versão anterior do quadro do Google para a qualidade do conteúdo, antes de se acrescentar a Experiência.

External Link / Outbound Link - Uma ligação da sua página que leva a outro site.

F

Faceted Navigation - Navegação baseada em filtros em sites grandes ou comerciais, que pode criar inúmeras combinações de URLs rastreáveis.

FAQ Rich Result - Um resultado melhorado que mostra perguntas e respostas expansíveis a partir de dados estruturados de FAQ.

FAQ Schema - Dados estruturados que marcam pares de pergunta-resposta; atualmente, o Google mostra resultados de FAQ melhorados apenas para sites com autoridade.

Favicon - Um pequeno ícone que representa um site nos separadores do navegador e junto a alguns resultados de pesquisa.

Featured Image - A imagem representativa principal atribuída a uma publicação ou página, usada para miniaturas e partilha.

Featured Snippet - Uma resposta em destaque mostrada no topo de alguns resultados de pesquisa, retirada de uma página classificada.

Fetch and Render - Verificar como o Googlebot obtém e processa visualmente uma página para revelar problemas de rastreio ou processamento.

Fetch and Render Tool - Uma ferramenta obsoleta da Search Console que mostrava como o Googlebot obtinha e processava um URL.

File Compression - Reduzir o tamanho dos ficheiros para poupar largura de banda e acelerar o carregamento da página.

First Contentful Paint (FCP) - Uma métrica de desempenho que marca o tempo até o primeiro texto ou imagem ser desenhado no ecrã.

First Link Priority - A ideia de que o Google pode contar apenas a primeira ligação para um dado URL numa página e ignorar os duplicados seguintes.

Focus Keyword - A única palavra-chave principal para a qual uma página é otimizada para se classificar.

Follow-Up - Uma mensagem de seguimento enviada depois de o primeiro e-mail ficar sem resposta.

Footer Link - Uma ligação colocada no rodapé de um site, que muitas vezes aparece em todas as páginas.

Freshness - Quão recentemente o conteúdo foi publicado ou atualizado - um fator de classificação para consultas sensíveis ao tempo.

FTP (File Transfer Protocol) - Um protocolo padrão para transferir ficheiros entre um cliente e um servidor.

G

GA4 (Google Analytics 4) - A versão atual, baseada em eventos, do Google Analytics, que substituiu o Universal Analytics em 2023.

Gated Content - Conteúdo a que um visitante só acede depois de fornecer os seus dados de contacto.

Gateway Timeout (504) - Um estado HTTP 504 devolvido quando um servidor de gateway não recebe a tempo uma resposta de um servidor a montante.

GBP Optimization - Melhorar um perfil do Google Business para que se classifique melhor e converta mais nos resultados locais.

GDPR - O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia, que regula o tratamento de dados pessoais.

GEO (Generative Engine Optimization) - Otimizar conteúdo para que seja mostrado e citado por motores de pesquisa generativos baseados em IA.

GEO (Geolocation Optimization) - Otimizar um site para sinais baseados na localização e segmentação na pesquisa local.

Geo-Targeting - Mostrar conteúdo ou anúncios aos utilizadores com base na sua localização geográfica.

Geographic Modifiers - Palavras de localização acrescentadas a uma palavra-chave, como «canalizador Lisboa», para visar a intenção local.

Google - O motor de pesquisa web mais usado do mundo e a empresa que o opera.

Google Ads - A plataforma de publicidade de pagamento por clique do Google, anteriormente conhecida como AdWords.

Google Ads Keyword - Uma palavra-chave segmentada numa campanha do Google Ads para acionar anúncios pagos.

Google AdSense - Um programa do Google que permite aos editores ganhar dinheiro mostrando anúncios nos seus sites.

Google Alerts - Um serviço gratuito do Google que envia notificações por e-mail quando novo conteúdo corresponde a uma consulta escolhida.

Google Algorithm - O conjunto de sistemas de classificação que o Google usa para ordenar os resultados de uma consulta de pesquisa. Também conhecido como Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Uma alteração aos sistemas de classificação do Google que pode mudar a forma como os sites se classificam. Também conhecido como Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - A plataforma gratuita do Google para medir o tráfego de um site e o comportamento dos utilizadores.

Google Analytics Goals - Conversões configuradas no Universal Analytics; o GA4 substituiu-as por conversões e eventos-chave.

Google Autocomplete - As sugestões de pesquisa que o Google propõe enquanto um utilizador escreve uma consulta.

Google Bowling - Uma tentativa do tipo black hat de fazer com que um concorrente seja penalizado, direcionando ligações de baixa qualidade para o seu site.

Google Business Profile (GBP) - Uma listagem gratuita do Google que gere a forma como uma empresa aparece na Pesquisa e no Maps. Também conhecido como Google My Business.

Google Caffeine - Uma atualização da infraestrutura de indexação de 2010 que permitiu ao Google indexar conteúdo de forma mais rápida e atualizada.

Google Dance - Um termo de calão para a instabilidade de classificação por que passa um site ou página novo enquanto o Google determina o seu lugar.

Google Fred - Uma atualização do Google de 2017, geralmente associada à despromoção de conteúdo pobre, sobrecarregado de anúncios e de baixo valor.

Google Keyword Planner - Uma ferramenta do Google Ads que fornece ideias de palavras-chave e estimativas de volume de pesquisa.

Google Looker Studio - Uma ferramenta gratuita do Google para criar relatórios e painéis interativos a partir dos seus dados, anteriormente Data Studio.

Google Maps - O serviço de mapas do Google, central para a descoberta local e o SEO local.

Google Mobile-Friendly Test - Uma ferramenta do Google para verificar a facilidade de utilização de uma página em dispositivos móveis.

Google PageSpeed Insights - Uma ferramenta gratuita do Google que reporta o desempenho da página e os Core Web Vitals com conselhos de melhoria.

Google Penalty - Uma despromoção ou remoção que o Google aplica por violação das suas diretrizes, em particular através de ações manuais.

Google Pigeon - Uma atualização do Google de 2014 que melhorou a relevância e a precisão dos resultados de pesquisa locais.

Google Pirate - Uma atualização do Google de 2012 que despromove sites com muitas queixas válidas de remoção por direitos de autor (DMCA).

Google Possum - Uma atualização do Google de 2016 que diversificou os resultados locais com base na localização de quem pesquisa e na filtragem.

Google Quality Guidelines - As regras do Google que definem práticas aceitáveis, atualmente expressas através das suas políticas antispam e da Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - A plataforma gratuita do Google para monitorizar a indexação de um site, o desempenho na pesquisa e problemas técnicos. Também conhecido como Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Comandos especiais como site: ou intitle: que refinam e filtram a pesquisa do Google.

Google Search Text Ads - Anúncios pagos baseados em texto que aparecem entre os resultados de pesquisa do Google.

Google Tag Manager - Uma ferramenta gratuita do Google para implementar e gerir etiquetas de marketing e análise sem editar código.

Google Top Heavy Update - Uma atualização do Google de 2012 que despromove páginas com demasiados anúncios acima da dobra.

Google Trends - Uma ferramenta gratuita do Google que mostra a popularidade relativa das consultas de pesquisa ao longo do tempo.

Google Webmaster Guidelines - O nome anterior das diretrizes do Google para sites, atualmente Google Search Essentials.

Googlebot - O robô web do Google que descobre e obtém páginas para o índice de pesquisa.

Gray Hat SEO - Táticas situadas entre os métodos white hat e black hat, que envolvem mais risco do que o SEO totalmente conforme.

Guest Blogging - Escrever e publicar uma publicação noutra site, muitas vezes para construir autoridade e conquistar ligações.

Guest Posting - Publicar conteúdo no site de outra pessoa, normalmente como tática para obter backlinks.

Guestographic - Uma infografia que você cria e que outro site publica, normalmente com uma ligação de volta para si.

Gzip - Um método de compressão amplamente usado que reduz ficheiros para uma entrega mais rápida.

H

H1 Tag - Um título HTML do nível mais alto, normalmente usado para o título principal de uma página.

H2 / H3 Tags - Etiquetas de subtítulo que organizam as secções de conteúdo abaixo do H1.

Hallucination Suppression - Métodos que reduzem a tendência de um modelo de IA para gerar afirmações falsas ou sem fundamento.

Head Term - Uma palavra-chave curta, ampla e de grande volume, o oposto de uma palavra-chave de cauda longa.

Header Tags - Etiquetas de título HTML de H1 a H6 que estruturam o conteúdo por importância. Também conhecido como Heading Tags.

Helpful Content Update - Uma iniciativa do Google lançada em 2022 e mais tarde integrada na classificação central, que recompensa conteúdo útil e focado nas pessoas.

Hidden Text - Texto escondido dos utilizadores, mas visível para os robôs - uma tática manipuladora do tipo black hat.

Hilltop Algorithm - Um algoritmo do início dos anos 2000 que encontra páginas com autoridade através de ligações de páginas de especialistas no tema.

Historical Data - Dados sobre o desempenho passado, usados para detetar tendências e mudanças ao longo do tempo.

Hit - Cada pedido individual a um servidor por um ficheiro, como uma página, imagem ou script. Também conhecido como Website Hit.

Holistic SEO - Melhorar todos os aspetos de um site - conteúdo, técnica e UX - em vez de táticas isoladas.

Home Page - A principal página de entrada de um site, normalmente no seu URL raiz.

Homepage Link - Um backlink que leva à página inicial de um site, em vez de a uma página interna.

Host Status - Uma secção da Search Console que reporta se o Google teve problemas a rastrear o seu anfitrião, como robots.txt, DNS ou problemas do servidor.

Hostload - Quanto rastreio um servidor consegue suportar antes de correr o risco de sobrecarga.

HowTo Rich Result - Um resultado melhorado que mostra instruções passo a passo a partir de dados estruturados HowTo, que o Google entretanto descontinuou.

Hreflang - Um atributo que comunica ao Google as variantes de idioma e região de uma página.

Hreflang Attribute - A marcação específica rel-alternate hreflang que declara o idioma e a região de uma página.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Um cabeçalho de resposta que obriga os navegadores a ligarem-se a um site apenas através de HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - A linguagem de marcação que estrutura o conteúdo das páginas web.

HTML Sitemap - Uma página legível que enumera as páginas de um site para ajudar utilizadores e robôs a navegar.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - O protocolo que os navegadores e servidores usam para trocar dados web.

HTTP/2 - Uma revisão importante do HTTP que acelera o carregamento ao multiplexar muitos pedidos numa única ligação.

HTTP/3 - A versão mais recente do HTTP, que corre sobre QUIC para menor latência e ligações mais fiáveis.

HTTPS - A versão encriptada e segura do HTTP, que protege os dados em trânsito usando TLS.

Hub - Uma página central que organiza e liga a conteúdo relacionado sobre um tema.

Hub and Spoke Model - Uma estrutura de conteúdo com uma página-eixo central que liga a subpáginas relacionadas e mais específicas.

Hummingbird - A revisão do algoritmo do Google de 2013 que deslocou o foco para o significado e a intenção por detrás de uma consulta. Também conhecido como Google Hummingbird.

Hydration - O processo pelo qual o JavaScript do lado do cliente acrescenta interatividade ao HTML processado no servidor.



Image Carousel - Uma funcionalidade da SERP que mostra uma fila de imagens com deslocamento horizontal.

Image Compression - Reduzir o tamanho dos ficheiros de imagem para acelerar o carregamento da página sem destruir a qualidade.

Image Filename - O nome descritivo de um ficheiro de imagem, um sinal secundário para o SEO de imagens.

Image Pack - Uma funcionalidade da SERP que mostra um bloco agrupado de imagens entre os resultados de pesquisa.

Image SEO - Otimizar imagens, incluindo o nome do ficheiro, o texto alternativo e o tamanho, para pesquisa e desempenho.

Image Sitemap - Um sitemap, ou extensão de sitemap, que enumera imagens para ajudar os motores de pesquisa a descobri-las.

Image Title - O atributo title de uma imagem, mostrado como uma dica, com relevância secundária para o SEO.

Impression - Uma única vez em que a sua listagem ou anúncio é mostrado nos resultados de pesquisa.

Impression Share - No Google Ads, a proporção de impressões que recebeu daquelas para que era elegível.

Improved Keywords - Palavras-chave para as quais as posições de classificação de um site subiram num período.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Uma técnica do Next.js que reconstrói páginas estáticas individuais a pedido após a implementação do site.

Index - A base de dados de páginas que um motor de pesquisa armazenou e pode devolver nos resultados.

Index Bloat - Quando demasiadas páginas de baixo valor são indexadas e diluem os sinais gerais de qualidade de um site.

Index Coverage Report - O relatório da Search Console que mostra que páginas estão indexadas e porque é que outras não estão. Também conhecido como Page Indexing Report.

Indexability - Se uma página é permitida e pode ser adicionada ao índice de um motor de pesquisa.

Indexation Rate - A proporção de páginas de um site que um motor de pesquisa efetivamente indexa.

Indexing - O processo de analisar uma página e adicioná-la ao índice de um motor de pesquisa.

IndexNow - Um protocolo que permite aos sites notificar instantaneamente os motores participantes, como o Bing e o Yandex, sobre URLs alterados.

Infographic - Uma representação visual de informação ou dados, frequentemente criada para atrair ligações.

Information Gain - Quanta informação nova e única uma página acrescenta para além do que as páginas classificadas já cobrem.

Informational Query - Uma pesquisa em que o utilizador quer aprender ou encontrar informação, em vez de comprar.

Intent Cluster - Um grupo de palavras-chave ou consultas que partilham a mesma intenção de pesquisa subjacente.

Interaction to Next Paint (INP) - Uma métrica Core Web Vital que mede a rapidez com que uma página responde às interações do utilizador; substituiu o FID em 2024.

Internal Link - Uma ligação de uma página para outra página do mesmo site.

Internal Linking - Ligar entre páginas do mesmo site para ajudar na navegação e distribuir autoridade.

International SEO - Otimizar um site para visar utilizadores em vários países e idiomas.

IP Address - Uma etiqueta numérica que identifica um dispositivo ou servidor numa rede.

J

JavaScript (JS) - A linguagem de programação que acrescenta interatividade e comportamento dinâmico às páginas web.

JavaScript SEO - A prática de tornar sites com muito JavaScript rastreáveis e indexáveis pelos motores de pesquisa.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - O formato que o Google recomenda para adicionar dados estruturados a uma página com um bloco de script.

K

Kanban - Um quadro visual que gere tarefas e fluxo de trabalho sob a forma de cartões que se movem através de colunas.

Keyword - Uma palavra ou frase que as pessoas introduzem nos motores de pesquisa e para a qual otimiza para visar.

Keyword (Google Ads) - Um termo pelo qual um anunciante licita para que possam ser acionados anúncios pagos.

Keyword (Not Provided) - Dados de palavras-chave que o Google esconde da análise, etiquetados como not provided.

Keyword (Organic) - Um termo para o qual procura classificar-se nos resultados de pesquisa orgânicos e não pagos.

Keyword (Related) - Um termo semanticamente relacionado com a sua palavra-chave principal e que apoia o mesmo tema.

Keyword Analysis - Avaliar palavras-chave quanto a relevância, volume, dificuldade e intenção de pesquisa.

Keyword Cannibalization - Quando várias páginas de um site concorrem pela mesma palavra-chave e enfraquecem mutuamente as suas classificações.

Keyword Categorization - Agrupar palavras-chave em temas ou categorias para organizar a estratégia e o conteúdo.

Keyword Clustering - Agrupar palavras-chave estreitamente relacionadas que uma única página pode visar em conjunto.

Keyword Competition - O nível de concorrência para se classificar organicamente ou licitar em anúncios por uma palavra-chave.

Keyword Density - A frequência com que uma palavra-chave aparece em relação ao número total de palavras de uma página.

Keyword Difficulty - Uma métrica de ferramenta que estima a dificuldade de classificar-se para uma dada palavra-chave.

Keyword Explorer - Uma funcionalidade de ferramenta de SEO para descobrir ideias de palavras-chave e analisar as suas métricas.

Keyword Frequency - O número bruto de ocorrências de uma palavra-chave num conteúdo.

Keyword Funnel - Organizar palavras-chave de acordo com a fase do percurso de compra que refletem.

Keyword Overview - Um relatório de ferramenta que resume as métricas-chave de uma palavra-chave, como volume, dificuldade e intenção.

Keyword Prominence - Quão visível e cedo uma palavra-chave aparece numa página, por exemplo no título ou no primeiro parágrafo.

Keyword Proximity - Quão próximas umas das outras as palavras-chave alvo aparecem no texto.

Keyword Ranking - A posição de uma página nos resultados de pesquisa para uma palavra-chave específica. Também conhecido como Keyword Rank.

Keyword Research - Encontrar e analisar os termos que o seu público pesquisa, para orientar o conteúdo e o SEO.

Keyword Stemming - Reduzir uma palavra à sua raiz para que variantes como run e running sejam tratadas como relacionadas.

Keyword Stuffing - Sobrecarregar uma página com palavras-chave na tentativa de manipular a sua classificação. Também conhecido como Keyword Spam.

Knowledge Graph - A base de dados do Google de entidades e das relações entre elas, usada para enriquecer os resultados. Também conhecido como Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Uma caixa da SERP que mostra factos-chave sobre uma entidade, retirados do Knowledge Graph. Também conhecido como Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Um valor mensurável que acompanha o progresso em direção a um objetivo específico.

L

Landing Page - Uma página em que um visitante chega a partir de uma campanha, concebida para induzir uma única ação.

Largest Contentful Paint (LCP) - Uma métrica Core Web Vital que mede o tempo até o maior elemento visível de uma página ser processado.

Last Crawl - A data mais recente em que um motor de pesquisa rastreou uma determinada página.

Last-Modified - Um cabeçalho HTTP que indica aos clientes quando um recurso foi alterado pela última vez.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Uma técnica de linguagem natural que analisa as relações entre documentos e os termos que contêm.

Lazy Loading - Adiar o carregamento de imagens ou recursos fora do ecrã até serem necessários, para acelerar o primeiro carregamento.

Lead - Um cliente potencial que demonstrou interesse, por exemplo ao fornecer os seus dados.

Lead Magnet - Um incentivo gratuito, como um livro eletrónico, oferecido em troca dos dados de contacto de um visitante.

Link Accessibility - Se as ligações podem ser descobertas e seguidas pelos robôs, em vez de estarem escondidas atrás de scripts.

Link Attribution - Sinalizar a natureza de uma ligação com atributos rel, como nofollow, sponsored ou ugc.

Link Authority - A força e a confiança que uma página de origem pode transmitir.

Link Bait - Conteúdo criado especificamente para atrair um grande número de backlinks. Também conhecido como Linkbait.

Link Building - O processo de adquirir backlinks de outros sites para melhorar a autoridade e as classificações.

Link Burst - Um pico repentino de backlinks recém-adquiridos num curto período.

Link Churn - O ganho e a perda naturais dos backlinks de um site ao longo do tempo.

Link Condom - Calão antigo para métodos, como o nofollow, que impedem uma ligação de transmitir valor de classificação.

Link Distance - O número de saltos de ligação entre um site de origem de confiança e uma determinada página.

Link Diversity - A variedade das fontes, tipos e textos-âncora dos backlinks de um site.

Link Equity - O valor de classificação transmitido de uma página para outra através de uma ligação.

Link Exchange - Um acordo recíproco em que dois sites concordam em ligar um ao outro.

Link Farm - Um grupo de sites criados exclusivamente para ligarem uns aos outros e manipular classificações.

Link Gap - Backlinks que os concorrentes têm, mas o seu site não.

Link Hoarding - A relutância em ligar a outros sites na tentativa de manter todo o valor das ligações internamente.

Link Insert (Niche Edit) - Adicionar um backlink a um artigo existente, já publicado, noutro site.

Link Intersect - Uma análise que encontra sites que ligam a vários dos seus concorrentes, mas não a si.

Link Juice - Um termo informal para o valor de classificação que uma ligação transmite ao seu destino.

Link Neighborhood - O conjunto de sites a que liga e que ligam a si, o que sinaliza as suas associações.

Link Placement Quality - Quão valiosa é a posição de uma ligação e o contexto envolvente numa página.

Link Popularity - O número e a qualidade dos backlinks que apontam para um site.

Link Profile - A composição geral de todos os backlinks que apontam para um site.

Link Prospect - Um site ou página identificado como uma fonte potencial de backlinks.

Link Reclamation - Recuperar backlinks perdidos ou converter menções não ligadas de uma marca em ligações.

Link Relevancy - Quão tematicamente relacionada é a página de origem com a página para a qual liga.

Link Rot - A tendência natural das ligações para se quebrarem ao longo do tempo à medida que as páginas mudam ou desaparecem.

Link Scheme - Qualquer prática de ligação destinada a manipular classificações e que viola as diretrizes do Google.

Link Spam - Ligações irrelevantes ou manipuladoras colocadas na tentativa de influenciar as classificações.

Link Suppression - Quando um motor de pesquisa desvaloriza ou ignora uma ligação para que esta não transmita valor de classificação.

Link Toxicity - O grau em que um perfil de backlinks contém ligações nocivas ou de spam.

Link Velocity - O ritmo a que um site ganha ou perde backlinks ao longo do tempo.

Link Volume - O número total de backlinks que apontam para um site ou página.

Linkable Asset - Conteúdo de elevado valor criado especificamente para atrair backlinks.

Linked Unstructured Citations - Menções de uma empresa em conteúdo que incluem uma ligação, mas não uma entrada estruturada em diretório.

Listicle Placement - Incluir a sua marca num artigo em formato de lista noutro site.

Listing Management - Manter listagens de empresas exatas e consistentes em várias plataformas.

LLM Visibility - A frequência e a visibilidade com que uma marca aparece nas respostas de modelos de linguagem de grande dimensão.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Otimizar conteúdo e entidades para que os modelos de linguagem de grande dimensão mostrem e citem uma marca nas suas respostas.

Local Ads - Anúncios pagos que visam um público local, como os Local Services Ads do Google.

Local Business Schema - Dados estruturados que descrevem uma empresa local, como o nome, a morada e o horário, para os motores de pesquisa.

Local Citation - Qualquer menção online do nome, morada e telefone de uma empresa local. Também conhecido como Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Manter o nome, a morada e o telefone de uma empresa idênticos em todas as listagens.

Local Filtering - Quando o Google filtra empresas locais semelhantes que partilham uma localização ou um número de telefone para diversificar os resultados.

Local Finder - A lista expandida de resultados locais mostrada depois de um utilizador clicar para avançar a partir do Local Pack.

Local Keyword Research - Encontrar termos de pesquisa com intenção local para a área de uma empresa.

Local Listings - Os perfis de uma empresa em diretórios, mapas e plataformas de avaliações.

Local Pack - Uma funcionalidade da SERP que mostra um mapa e uma lista curta de empresas locais para uma consulta local.

Local Query - Uma pesquisa com intenção local, que normalmente procura empresas, produtos ou serviços nas proximidades.

Local Ranking Factors - Os sinais - principalmente relevância, distância e proeminência - que determinam as classificações locais.

Local Search - Pesquisas de empresas, produtos ou serviços perto de uma localização específica.

Local Search Grid - Uma vista de ferramenta que mostra como uma empresa se classifica ao longo de uma grelha geográfica de pontos.

Local Search Marketing - A prática de melhorar a visibilidade de uma empresa local na pesquisa local.

Local Search Marketing Services - Serviços de agência que melhoram a presença de uma empresa nos resultados de pesquisa locais.

Local SEO - Otimizar um site e listagens para se classificarem em pesquisas baseadas na localização e em resultados de mapas.

Local Teaser - Uma unidade de SERP local compacta que pré-visualiza empresas próximas para uma consulta baseada na localização.

Log File Analysis - Examinar os registos do servidor para ver como os robôs dos motores de pesquisa e os utilizadores chegam efetivamente a um site.

Long-Tail Keyword - Uma consulta de pesquisa mais longa e específica, com menor volume mas intenção mais clara.

Lost Link - Um backlink que existia anteriormente, mas que já não está presente.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Uma designação incorreta comum para termos semanticamente relacionados; o latent semantic indexing real não é a forma como o Google se classifica.

M

<meta name="viewport"> - Uma metaetiqueta que controla a forma como uma página se dimensiona e posiciona em dispositivos móveis.

Main Thread Blocking - Quando tarefas JavaScript longas ocupam a thread principal do navegador e prejudicam a capacidade de resposta.

Manual Action - Uma despromoção ou remoção aplicada por um avaliador humano por violação das diretrizes do Google. Também conhecido como Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Uma ferramenta que acompanha as classificações locais de uma empresa em diferentes localizações no mapa.

Map Spam - Manipular os resultados locais de mapas com listagens de empresas falsas ou sobrecarregadas de palavras-chave.

Market Consolidation - O grau em que um punhado de domínios capta a maioria do tráfego de pesquisa de um mercado.

Market-Level Indexing - Organizar dados de índice ou de visibilidade ao nível de um mercado ou país inteiro.

Match Score - Uma métrica de ferramenta que estima quão estreitamente um resultado corresponde a uma consulta ou conjunto de palavras-chave.

Merchant Listings - Resultados melhorados que mostram detalhes de produto, como preço e disponibilidade, a partir de dados estruturados.

Meta Description - O resumo HTML de uma página que muitas vezes aparece sob o seu título nos resultados de pesquisa.

Meta Keywords - Uma metaetiqueta obsoleta para enumerar palavras-chave que o Google ignora na classificação.

Meta Refresh - Código que redireciona o navegador para outro URL após um atraso especificado. Também conhecido como Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Uma etiqueta HTML que instrui os motores de pesquisa sobre como rastrear e indexar uma página.

Meta Tags - Fragmentos no cabeçalho HTML que fornecem aos motores de pesquisa informação sobre uma página.

Metric - Um indicador quantificável usado para acompanhar e avaliar o desempenho.

Microdata - Um método HTML incorporado para adicionar dados estruturados através de atributos de elemento.

Minification - Remover caracteres desnecessários do código para reduzir o tamanho dos ficheiros e acelerar o carregamento.

Mobile Optimization - Adaptar um site para que funcione e se apresente bem em dispositivos móveis.

Mobile Usability - A facilidade com que os visitantes podem usar uma página e interagir com ela em dispositivos móveis.

Mobile-First Indexing - A prática do Google de usar a versão móvel de um site para indexação e classificação.

Mobile-Friendly Website - Um site que se apresenta e funciona bem em dispositivos móveis.

Model Confidence - Quão seguro um modelo de IA está de uma determinada previsão ou de uma resposta gerada.

Money Page - Uma página que gera diretamente receita, como uma página de produto ou de venda.

Morningscore - Uma ferramenta de SEO que gamifica a monitorização de classificações, ligações e tarefas de otimização.

MozBar - A extensão de navegador gratuita da Moz que mostra métricas de SEO, como domain e page authority.

Multi-Domain Strategy - Usar vários domínios, por exemplo por região ou marca, como parte de uma abordagem de SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - Um modelo de IA do Google que compreende e gera linguagem em vários formatos e idiomas.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Os dados de contacto básicos de uma empresa, usados de forma consistente nas citações de SEO local.

NAP Consistency - Manter o nome, a morada e o telefone de uma empresa idênticos em cada listagem.

Natural Language Understanding (NLU) - Um ramo do NLP focado em captar o significado, a intenção e a nuance por detrás da linguagem.

Natural Link - Uma ligação concedida editorialmente pelos seus méritos, sem ter sido pedida ou paga.

Navigation - O sistema de menus e ligações que ajuda os utilizadores a moverem-se pelo site. Também conhecido como Website Navigation.

Navigational Query - Uma pesquisa em que o utilizador tenta chegar a um site ou página específico.

Negative Keywords - Termos que exclui em campanhas pagas para evitar mostrar anúncios em pesquisas irrelevantes.

Negative SEO - Táticas nocivas destinadas a prejudicar as classificações de pesquisa de um concorrente.

News Box - Uma funcionalidade da SERP que destaca artigos de notícias recentes e relevantes, muitas vezes etiquetada como Top Stories.

Niche - Um segmento específico e focado de um mercado ou tema mais amplo.

NLP (Natural Language Processing) - O campo que permite aos computadores processar, analisar e compreender a linguagem humana.

Nofollow Link - Uma ligação que pede aos motores de pesquisa para não transmitirem sinais de classificação ao seu destino. Também conhecido como rel="nofollow".

Noindex - Uma diretiva que diz aos motores de pesquisa para não incluírem uma página no seu índice.

Noopener and Noreferrer - Atributos rel adicionados a ligações que abrem num novo separador, por razões de segurança e privacidade. Também conhecido como rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - O número de páginas que um motor de pesquisa reporta como correspondentes a uma determinada consulta.

O

Off-Page SEO - Atividades fora do seu site, principalmente a construção de ligações, que criam autoridade e confiança.

On-Page SEO - Otimizar o conteúdo próprio e o HTML de uma página para que se classifique melhor na pesquisa.

Online Directories - Sites que enumeram empresas e que muitas vezes servem de fonte de citações locais.

Online Review Management - Monitorizar, responder e incentivar as avaliações dos clientes em várias plataformas. Também conhecido como Review Management.

Online Reviews - Avaliações e comentários de clientes sobre uma empresa, publicados online. Também conhecido como Reviews.

Online Visibility - A facilidade com que uma marca pode ser encontrada nos motores de pesquisa e na web em geral.

Open Graph - Metaetiquetas que controlam a forma como um URL aparece quando é partilhado em plataformas sociais. Também conhecido como Open Graph Meta Tags.

Opt-In - O consentimento explícito de um utilizador para receber comunicações ou ser monitorizado.

Opt-Out - A escolha de um utilizador de recusar comunicações ou monitorização que de outra forma receberia.

Organic Search Results - Resultados não pagos classificados por relevância, e não por publicidade.

Organic Traffic - Visitantes que chegam a um site a partir dos resultados de pesquisa não pagos.

Origin Server - O servidor que aloja o conteúdo original de um site, colocado por detrás de um eventual CDN.

ORM (Online Reputation Management) - Gerir e melhorar a forma como uma marca é percecionada nos resultados de pesquisa e na web. Também conhecido como Reputation Management.

Orphan Page - Uma página para a qual não aponta nenhuma ligação interna do resto do site.

Out of Stock Handling - A forma como um site de comércio eletrónico gere as páginas de produtos que estão temporariamente indisponíveis.

Outreach - Contactar pessoas ou sites para construir relações e conquistar ligações ou menções.

Over-Optimization - Aplicar táticas de SEO de forma tão agressiva que se viram contra si e prejudicam as classificações.

P

Page Authority (PA) - Uma pontuação da Moz entre 0 e 100 que prevê a força com que uma página individual pode classificar-se.

Page Experience - O conjunto de sinais do Google que refletem a forma como os utilizadores percecionam a experiência de uma página, incluindo os Core Web Vitals.

Page Speed - A rapidez com que uma página web carrega e se torna utilizável para os visitantes.

Page Title - O elemento title de uma página, mostrado como o título clicável nos resultados de pesquisa.

Page View - Um único carregamento e apresentação de uma página. Também conhecido como Pageview.

PageRank (PR) - O algoritmo fundamental do Google que avalia a importância de uma página pelo número e qualidade das ligações para ela.

Pages per Session - O número médio de páginas que um visitante vê numa única sessão.

Pagination - Dividir o conteúdo por páginas numeradas e ligá-las entre si para a navegação.

Paid Link - Um backlink obtido mediante pagamento.

Paid Search Engine Result - Uma listagem publicitária mostrada nos resultados de pesquisa porque um anunciante pagou pela colocação.

Paid Traffic - Visitantes que chegam a um site através de publicidade paga.

Panda - Uma atualização do Google que visa conteúdo pobre e de baixa qualidade, atualmente parte do algoritmo central. Também conhecido como Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Texto-âncora que contém parte da palavra-chave alvo juntamente com outras palavras.

Partial Match Penalty - Uma ação manual ou despromoção que afeta apenas determinadas páginas ou palavras-chave, e não o site inteiro.

Passage Indexing - A capacidade do Google de classificar um único excerto relevante de uma página, e não apenas a página no seu todo.

Passage Retrieval - Obter o excerto mais relevante de documentos para responder a uma consulta.

Passage Weighting - Atribuir diferentes níveis de importância a excertos individuais ao classificar uma página.

PBN (Private Blog Network) - Uma rede de sites construídos exclusivamente para direcionar ligações a um site alvo - uma violação das diretrizes.

Penguin - Uma atualização do Google que visa as ligações manipuladoras e o spam, atualmente parte do algoritmo central. Também conhecido como Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Uma funcionalidade da SERP que mostra perguntas expansíveis relacionadas com a consulta do utilizador.

People Also Ask Boxes - As caixas individuais e expansíveis de pergunta-resposta dentro da funcionalidade People Also Ask.

Persona - Um perfil fictício que representa um segmento do seu público-alvo.

Personalization - Adaptar o conteúdo ou os resultados de pesquisa ao contexto e ao histórico de um utilizador individual.

Pillar Page - Uma página ampla e abrangente que ancora um grupo temático e liga a subpáginas relacionadas.

Pitch - A mensagem com que propõe o seu conteúdo, ligação ou ideia a um parceiro potencial.

Pogo-Sticking - Quando um utilizador clica num resultado e depois regressa rapidamente à SERP para escolher outro.

Poison Words - Palavras que outrora se acreditava acionarem filtros de spam ou prejudicarem a classificação de uma página.

Position - O lugar específico que um resultado ocupa na página de resultados de pesquisa.

PPA (Pay Per Action) - Um modelo de publicidade em que só paga quando ocorre uma ação especificada, como uma inscrição.

PPC (Pay Per Click) - Um modelo de publicidade em que paga cada vez que alguém clica no seu anúncio.

Precision - Na recuperação de informação, a proporção de resultados devolvidos que são efetivamente relevantes.

Price Competitiveness - Como o preço de um produto se compara com o dos concorrentes - relevante nos resultados de compras e de produtos.

Primary Category - A categoria principal atribuída a um perfil de empresa ou a um produto, que modela a relevância.

Primary Keyword - A única palavra-chave principal em torno da qual uma página é construída e otimizada para se classificar.

Product Grid SEO - Otimizar as páginas de grelha de produtos e de categorias do comércio eletrónico para visibilidade na pesquisa orgânica.

Product Schema - Dados estruturados que descrevem um produto, como o seu preço, disponibilidade e avaliações.

Programmatic SEO - Gerar inúmeras páginas em escala a partir de dados e modelos para visar grandes conjuntos de consultas semelhantes.

Programming Language - Uma linguagem formal usada para escrever as instruções que o software executa.

Progressive Web Apps (PWA) - Aplicações web que se comportam como aplicações nativas, com funcionalidades como utilização offline e possibilidade de instalação.

Prominence - No SEO local, quão conhecida e bem estabelecida é uma empresa, um fator de classificação local.

Prompt Bank - Uma coleção guardada de prompts reutilizáveis para ferramentas de IA.

Prospecting - Identificar alvos potenciais de ligações, parcerias ou clientes para contactar.

Protocol - Um conjunto de regras que rege a forma como os dados são trocados, como HTTP ou HTTPS.

Public Relations - Gerir a forma como uma organização é percebida pelo público e pelos meios de comunicação.

Pull Channel - Um canal de marketing através do qual os clientes vêm até si, como a pesquisa orgânica.

Pull Marketing - Atrair clientes ao fazer-se encontrar quando procuram ativamente soluções.

Purchase Conversion - Uma conversão em que o visitante conclui uma compra.

Purchased Link - Uma ligação comprada para influenciar as classificações, o que viola as diretrizes se não for divulgada e nofollow.

Push Channel - Um canal através do qual envia mensagens a um público, como anúncios de display ou e-mail.

Push Marketing - Entregar mensagens proativamente a um público que não as procurou ativamente.

Q

Qualified Lead - Um cliente potencial que cumpre critérios que indicam um potencial real de venda.

Qualified Traffic - Visitantes que correspondem ao seu público-alvo e que têm mais probabilidade de converter.

Quality Content - Conteúdo que é útil, exato e que satisfaz verdadeiramente a intenção do utilizador.

Quality Score - A avaliação do Google Ads da qualidade das palavras-chave, anúncios e páginas de destino, que influencia o custo e a posição do anúncio.

Query Deserves Diversity (QDD) - Um conceito que favorece uma mistura diversa de resultados para consultas ambíguas com múltiplos significados.

Query Deserves Freshness (QDF) - Um conceito do Google que favorece conteúdo mais recente para consultas que mostram um aumento de interesse.

QUIC - Um protocolo de transporte moderno, usado pelo HTTP/3, que reduz a latência ao correr sobre UDP.

R

Rank Distribution - A forma como as palavras-chave de um site se distribuem pelo intervalo de posições de classificação.

Rank Tracking - Monitorizar como as posições das palavras-chave de um site mudam ao longo do tempo.

RankBrain - O sistema de aprendizagem automática do Google que ajuda a interpretar consultas de pesquisa novas e ambíguas. Também conhecido como Google RankBrain.

Ranking - A posição que uma página ocupa nos resultados de pesquisa para uma consulta.

Ranking Factor - Um sinal que um motor de pesquisa usa para decidir a ordem dos seus resultados.

Readability Score - Uma métrica que estima a facilidade de leitura de um texto.

Reciprocal Link - Um acordo em que dois sites ligam um ao outro.

Reconsideration Request - Um pedido que solicita ao Google que reexamine um site depois de uma ação manual ter sido corrigida.

Redirect - Uma forma de enviar automaticamente utilizadores e robôs de um URL para outro.

Redirect Chain - Uma sequência de vários redirecionamentos por que um pedido passa antes do URL final.

Redirected Link - Uma ligação que passa por um ou mais redirecionamentos antes de chegar ao URL final.

Referral Traffic - Visitantes que chegam ao seu site através de ligações noutros sites.

Referring Domain - Um domínio único que liga ao seu site pelo menos uma vez.

Regex (Regular Expressions) - Padrões de texto usados para corresponder a cadeias de caracteres, úteis em filtros, auditorias e na Search Console.

Regional Keywords - Palavras-chave ligadas a uma determinada região ou localidade.

Reinclusion - Trazer de volta ao índice um site ou as suas páginas depois de uma remoção ou penalização.

Related Searches - Sugestões de consultas, relacionadas com a sua pesquisa, mostradas na parte inferior da página de resultados.

Relative URL - Um URL escrito em relação à página atual, que omite o protocolo e o domínio.

Relevance - Quão bem uma página ou empresa corresponde à consulta de quem pesquisa - um fator-chave de classificação.

Render-Blocking Scripts - Scripts que têm de ser carregados e executados antes de o navegador poder processar o conteúdo visível.

Rendering - O processo de transformar o código de uma página no aspeto visual que o utilizador vê.

Rendering Delay - O atraso entre um pedido e o momento em que o conteúdo de uma página é totalmente processado.

Resource Hints - Dicas HTML como preload, preconnect e dns-prefetch que aceleram o carregamento de recursos.

Resource Pages - Páginas curadas que reúnem e ligam a recursos úteis sobre um tema.

Responsive Design - Uma abordagem de design em que o layout de uma página se adapta fluidamente a qualquer tamanho de ecrã.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Uma abordagem de IA que obtém documentos relevantes e os usa para ancorar uma resposta gerada.

Review Sentiment - O tom geral, positivo ou negativo, expresso nas avaliações de uma empresa.

Review Velocity - O ritmo a que uma empresa acumula novas avaliações ao longo do tempo.

Rich Snippet - Um resultado de pesquisa enriquecido com informação adicional retirada dos dados estruturados de uma página.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) -

Diretivas robots que controlam a forma como uma página pode aparecer nos resultados, incluindo o comprimento do excerto, as pré-visualizações de imagens e o armazenamento em cache.

Robots.txt - Um ficheiro que diz aos robôs que partes de um site podem ou não aceder.

ROI (Return on Investment) - Uma medida do lucro obtido em relação ao custo de um investimento.

Root Domain - O domínio de topo registado, sem qualquer prefixo de subdomínio.

S

SaaS (Software as a Service) - Software fornecido através da internet por subscrição, em vez de ser instalado localmente.

SAM (Serviceable Available Market) - A parte do mercado total que uma empresa consegue realisticamente servir.

sameAs - Uma propriedade de schema que liga uma entidade aos seus perfis e URLs oficiais.

Schema Markup - Um vocabulário de dados estruturados adicionado às páginas para ativar resultados melhorados.

Schema.org - O vocabulário colaborativo que padroniza os dados estruturados entre os motores de pesquisa.

Scraped Content - Conteúdo copiado de outros sites sem permissão ou valor acrescentado.

Scraping (Web Scraping) - Extrair automaticamente dados ou conteúdo de sites usando software.

Screaming Frog - Um rastreador de ambiente de trabalho amplamente usado para realizar auditorias técnicas de SEO.

Scroll Depth - Quão abaixo numa página os visitantes deslocam antes de saírem.

Scrum Board - Um quadro visual que acompanha tarefas e progresso dentro de um fluxo de trabalho Scrum.

Search Demand Curve - A distribuição da procura de pesquisa, desde os termos de grande volume no topo até à cauda longa.

Search Engine - Software que encontra, indexa e classifica páginas web em resposta às consultas dos utilizadores.

Search Engine Advertising - Pagar para mostrar anúncios nos resultados de um motor de pesquisa.

Search Engine Poisoning - Manipular os resultados para que páginas nocivas ou enganosas apareçam para as consultas.

Search Engine Rank - A posição que uma página ocupa nos resultados de um motor de pesquisa.

Search Engine Results Page (SERP) - A página de resultados que um motor de pesquisa devolve para uma determinada consulta.

Search Generative Experience Visibility - A frequência e a visibilidade com que uma marca aparece nas respostas de pesquisa geradas por IA.

Search Intent - O objetivo subjacente que um utilizador tem ao introduzir uma consulta de pesquisa.

Search Quality Rater Guidelines - O manual público do Google que orienta os avaliadores humanos na apreciação da qualidade dos resultados e do E-E-A-T.

Search Query - As palavras que um utilizador introduz num motor de pesquisa para encontrar algo. Também conhecido como Query, Search Term.

Search Result Snippet - O título, o URL e a descrição mostrados para um resultado individual numa SERP.

Search Results - As listagens que um motor de pesquisa devolve em resposta a uma consulta. Também conhecido como Results.

Search Traffic - Visitantes que chegam a um site através dos motores de pesquisa.

Search Visibility - Uma métrica que estima quão visível um site é nas palavras-chave para que se classifica.

Search Volume - Quantas vezes uma palavra-chave é pesquisada num determinado período. Também conhecido como Volume.

Seasonal Trends - Subidas e descidas previsíveis da procura de pesquisa ao longo do ano.

Secondary Keywords - Palavras-chave de apoio que uma página visa a par da sua palavra-chave principal.

Seed Keywords - Os termos básicos iniciais usados para arrancar com a pesquisa de palavras-chave.

SEM (Search Engine Marketing) - Marketing que aumenta a visibilidade nos motores de pesquisa, muitas vezes através de anúncios pagos.

Semantic Completeness - Quão completamente uma página cobre os conceitos e subtemas relacionados com o seu assunto.

Semantic Core - O conjunto completo de palavras-chave que define o âmbito temático de um site.

Semantic Search - Pesquisa que interpreta o significado e a intenção por detrás de uma consulta, e não apenas as palavras-chave.

Semantic Similarity - Quão próximos no significado são dois trechos de texto ou dois termos.

Semrush - Um conjunto popular e completo de software para SEO e marketing digital.

Semrush Rank - A classificação dos domínios pela Semrush de acordo com o seu tráfego de pesquisa orgânico estimado.

Sentiment - O tom emocional, positivo ou negativo, expresso sobre uma marca ou tema.

Sentiment Analysis - Usar o processamento de linguagem natural para determinar a emoção expressa num texto.

SEO (Search Engine Optimization) - A prática de melhorar um site para que se classifique melhor nos resultados de pesquisa orgânicos.

SEO Audit - Um exame minucioso da saúde de SEO de um site, dos seus problemas e oportunidades.

SEO Benchmarking - Medir o desempenho de SEO em relação aos concorrentes ou a resultados anteriores.

SEO Briefing - Um documento que orienta os redatores sobre como otimizar um conteúdo.

SEO Checklist - Uma lista de tarefas usada para assegurar que uma página ou site está corretamente otimizado.

SEO Consultant - Um especialista que aconselha as empresas sobre como melhorar o seu desempenho na pesquisa.

SEO Emojis - Usar emojis em títulos ou metaetiquetas para chamar a atenção, embora o Google muitas vezes os remova dos excertos.

SEO Podcast - Um programa em áudio dedicado a temas de otimização para motores de pesquisa.

SEO Service - Um serviço profissional destinado a melhorar os resultados de SEO de um cliente.

SEO Silo - Agrupar conteúdo relacionado em secções estreitamente temáticas para construir relevância temática.

SEO Tips - Recomendações práticas para melhorar o desempenho de pesquisa de um site.

SEO URL - Um URL limpo, descritivo e amigável para as palavras-chave, concebido para apoiar a pesquisa e os utilizadores.

SEO vs. SEM - A comparação entre a otimização orgânica (SEO) e o marketing pago de pesquisa (SEM).

SEOnaut - Uma alcunha brincalhona para um especialista de SEO.

SERP Feature - Qualquer resultado não padronizado numa SERP, como um excerto, um image pack ou um local pack.

SERP Real Estate - A quantidade de espaço visual que as suas listagens ocupam numa página de resultados.

SERP Shaker - Um termo para uma mudança significativa e ampla nas classificações dos motores de pesquisa.

SERP Source - O site de onde provém um determinado resultado de pesquisa.

SERP Volatility - O grau de flutuação das classificações nos resultados de pesquisa ao longo do tempo.

Server-Side Rendering (SSR) - Gerar o HTML de uma página no servidor antes de ser enviado para o navegador.

Service Area Business (SAB) - Uma empresa que serve os clientes nos locais destes, e não a partir de uma loja.

SGE (Search Generative Experience) - O experimento do Google que mostrava respostas geradas por IA acima dos resultados e que evoluiu para os AI Overviews.

Shopify - Uma plataforma de comércio eletrónico alojada e amplamente usada para construir lojas online.

Shopping Grid - Uma grelha de listagens de produtos mostrada dentro dos resultados de pesquisa de compras.

Short-Tail Keywords - Palavras-chave curtas, amplas e de grande volume, que carregam uma intenção ambígua.

Site Architecture - A forma como as páginas de um site estão estruturadas, organizadas e ligadas entre si.

Site Audit - Um rastreio automatizado que identifica problemas técnicos e on-page de SEO.

Site Speed - A rapidez com que as páginas de um site carregam, de modo geral, para os seus visitantes.

Sitelinks - Ligações adicionais para subpáginas mostradas sob um resultado principal para ajudar na navegação. Também conhecido como Google Sitelinks.

Sitemap - Um ficheiro que enumera os URLs de um site para ajudar os motores de pesquisa a descobri-los e rastreá-los.

Sitemap Index - Um ficheiro que faz referência a vários sitemaps, usado para sites muito grandes.

Sitewide Backlink - Um backlink que aparece em cada página do site que liga.

Sitewide Link - Uma ligação repetida em todas as páginas de um site, muitas vezes colocada num cabeçalho ou rodapé.

Skyscraper Technique - Encontrar conteúdo popular, criar algo melhor e conquistar as ligações que ele atraiu.

SMM (Social Media Marketing) - O marketing de uma marca e do seu conteúdo através de plataformas de redes sociais.

SMO (Social Media Optimization) - Otimizar conteúdo e perfis para aumentar o alcance e o envolvimento nas plataformas sociais.

Social Signals - O envolvimento nas redes sociais, como gostos e partilhas, por vezes associado à visibilidade.

Social Syndication - Voltar a publicar conteúdo nos canais sociais para alargar o seu alcance.

Social Traffic - Visitantes que chegam a um site a partir das plataformas de redes sociais.

Soft 404 - Uma página que devolve um código de estado de sucesso, mas mostra uma mensagem de não encontrado aos utilizadores.

Source Attribution - Identificar e creditar a fonte original de um conteúdo, de dados ou de uma visita.

SOV (Share of Voice) - A quota da sua marca na visibilidade total de pesquisa para um conjunto de palavras-chave em comparação com os concorrentes.

Spam - Conteúdo irrelevante, manipulador ou de baixa qualidade criado para enganar os sistemas de pesquisa.

Spam Classifier - Um sistema que deteta e marca automaticamente conteúdo ou ligações de spam.

Spam Score - Uma métrica da Moz que estima a probabilidade de um site ser spam ou penalizado.

Spam Signals - Características de uma página ou site que sugerem que pode ser spam.

Spamdexing - Manipular o índice e as classificações de um motor de pesquisa através de técnicas de spam. Também conhecido como Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Métodos de SEO manipuladores que violam as diretrizes dos motores de pesquisa.

Splash Page - Uma página introdutória mostrada antes do site principal, muitas vezes promocional.

Sponsored Link - Uma ligação marcada como paga ou patrocinada com o atributo rel, conforme exigem as diretrizes. Também conhecido como rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Marcar claramente as ligações e o conteúdo pago como patrocinados, conforme exigem as diretrizes.

Srcset - Um atributo de imagem HTML que oferece várias fontes de imagem para carregamento responsivo.

SSL Certificate - Um certificado digital que permite ligações HTTPS encriptadas, hoje tecnicamente através de TLS.

Static URL - Um URL que permanece constante e não contém parâmetros de consulta dinâmicos.

Status Code - O código HTTP que um servidor devolve para indicar o resultado de um pedido.

Stop Words - Palavras comuns como the, and ou of que os motores de pesquisa muitas vezes ignoram.

Structured Data - Marcação padronizada que descreve o conteúdo de uma página para que os motores de pesquisa o possam compreender.

Subdirectory - Uma pasta incorporada na estrutura de URL de um site, equivalente a uma subpasta.

Subdomain - Um prefixo num domínio que forma uma secção separada, como blog.example.com.

Subfolder - Um diretório dentro de um caminho de URL, como example.com/blog.

Submission - O ato de submeter um site ou URL a motores de pesquisa ou diretórios.

SXO (Search Experience Optimization) - Combinar o SEO com a experiência do utilizador para que uma página satisfaça os utilizadores, e não apenas as classificações.

T

TAM (Total Addressable Market) - A oportunidade total de receita disponível para um produto ou serviço.

Taxonomy - O sistema de categorias e etiquetas usado para organizar o conteúdo de um site.

Taxonomy SEO - Otimizar páginas de categorias, etiquetas e outras páginas de taxonomia para a pesquisa.

Technical SEO - Otimizar o rastreio, a indexação e a infraestrutura subjacente de um site.

The Fold - A linha numa página abaixo da qual o conteúdo requer deslocamento para ser visto.

Thin Content - Páginas que oferecem aos utilizadores pouco ou nenhum valor acrescentado.

Three-Way Link Exchange - Um acordo em que o site A liga a B, B liga a C, e C liga de volta a A, para disfarçar a reciprocidade.

Thumbnails - Pequenas imagens de pré-visualização, como as mostradas para vídeos nos resultados de pesquisa.

Tiered Link Building - Construir ligações para os seus backlinks existentes, em camadas, para amplificar a sua força.

Time on Page - O tempo médio que os visitantes passam numa página individual.

Time to First Byte (TTFB) - O tempo desde um pedido até à receção do primeiro byte da resposta do servidor.

Title Tag Optimization - Conceber o elemento title de uma página para melhorar a relevância e a taxa de cliques.

TLD (Top-Level Domain) - O sufixo de domínio após o último ponto, como .com, .org ou .pt.

TLS (Transport Layer Security) - O protocolo que encripta os dados entre um cliente e um servidor, o sucessor do SSL.

Top Stories - Uma funcionalidade de notícias da SERP que destaca artigos oportunos e relevantes para uma consulta.

Topic Cluster - Um grupo de páginas relacionadas organizadas em torno de uma página-pilar central.

Topic Efficiency - Quão eficientemente um site capta tráfego para um tema em relação ao conteúdo investido.

Topical Authority - A perícia e a profundidade percebidas de um site ao longo de toda uma área temática.

Topical Coverage - Quão abrangentemente um site cobre todos os aspetos de um tema.

Topical Relevance - Quão estreitamente um conteúdo está relacionado com um determinado tema.

Total Blocking Time (TBT) - Uma métrica de laboratório que soma o tempo em que a thread principal esteve bloqueada, o que reflete a interatividade.

Toxic Backlinks - Ligações nocivas ou de spam que podem prejudicar as classificações de um site.

Tracking Code - Um fragmento de código colocado num site para recolher dados de análise ou de conversão.

Traffic - O número total de visitantes que um site recebe.

Traffic % - A quota do tráfego total atribuída a uma palavra-chave, página ou canal.

Traffic Cost - O custo estimado de obter o seu tráfego orgânico através de anúncios pagos em alternativa.

Traffic Potential - O tráfego orgânico total que um tema ou palavra-chave pode realisticamente gerar.

Transactional Query - Uma pesquisa que sinaliza a intenção de comprar ou concluir uma ação específica.

Trend - A direção geral em que algo, como o interesse de pesquisa, se move.

Trust Dampening - A desvalorização do valor de classificação transmitido por ligações de fontes de baixa confiança.

Trust Flow - Uma métrica da Majestic que avalia a qualidade das ligações de um site com base em quão fidedignas são as suas fontes.

TrustRank - Um algoritmo que separa as páginas úteis do spam partindo de sites de origem de confiança.

Twitter Cards - Metaetiquetas que controlam a forma como um URL aparece quando é partilhado no Twitter, agora X.

U

UGC Link Attribute - Um valor rel que marca as ligações que ocorrem em conteúdo gerado pelos utilizadores. Também conhecido como rel="ugc".

Unique Visit - Uma visita contada apenas uma vez por visitante distinto num determinado período.

Universal Analytics (UA) - A anterior plataforma de análise do Google, substituída pelo GA4 em 2023.

Universal Search - Misturar diferentes tipos de resultados, como imagens, notícias e vídeo, numa única SERP.

Unlinked Mention - Uma referência à sua marca em conteúdo que não inclui uma ligação.

Unnatural Link - Uma ligação criada para manipular as classificações, em vez de ser conquistada editorialmente.

URL (Uniform Resource Locator) - O endereço web que aponta para um determinado recurso online.

URL Folder - Um segmento de diretório dentro de um caminho de URL.

URL Parameter - Um par chave-valor adicionado a um URL após um ponto de interrogação para enviar dados.

URL Rating (UR) - Uma pontuação da Ahrefs entre 0 e 100 para a força do perfil de backlinks de uma página.

URL Slug - A parte legível de um URL que identifica uma página específica. Também conhecido como Slug.

URL Structure - A forma como os URLs de um site estão organizados e formatados em todo o site.

Usability - Quão fácil e intuitivo é usar um site para os visitantes.

User Engagement - Quão ativamente os utilizadores interagem com um site ou com o seu conteúdo.

User Experience (UX) - A qualidade geral da interação de uma pessoa com um site ou produto.

User Intent - O objetivo que um utilizador tenta alcançar ao realizar uma pesquisa.

User Interface (UI) - Os elementos visuais e os controlos através dos quais um utilizador interage com um produto.

User-agent - Uma cadeia de caracteres que identifica o navegador ou robô que faz um pedido a um servidor.

User-Friendly - Concebido para ser fácil, claro e agradável de usar para as pessoas.

UTM Code - Uma etiqueta adicionada a um URL para acompanhar o desempenho de uma campanha na análise.

UTM Parameters - As etiquetas individuais de chave-valor dentro de um URL de campanha etiquetado com UTM.

V

Variant Indexing - A forma como os motores de pesquisa gerem a indexação de várias variantes de um produto ou página.

Vary Header - Um cabeçalho HTTP que diz às caches como uma resposta varia consoante os cabeçalhos do pedido.

Vector Search - Pesquisa que faz corresponder conteúdo por semelhança semântica usando incorporações vetoriais.

Vertical Search - Pesquisa limitada a uma categoria de conteúdo específica, como imagens ou ofertas de emprego.

Vertical Search Engine - Um motor de pesquisa focado num único tema ou tipo de conteúdo.

Video Carousel - Uma funcionalidade da SERP que mostra uma fila de vídeos com deslocamento horizontal.

Video Optimization - Otimizar conteúdo de vídeo para que tenha um bom desempenho na pesquisa e cativa os espetadores.

Viewport - A área visível de uma página web dentro do ecrã de um dispositivo.

Viral Content - Conteúdo que se espalha rápida e amplamente através da partilha.

Visibility - Quão visivelmente um site aparece nos resultados de pesquisa.

Visibility Score - Uma métrica que estima a visibilidade geral de um site na pesquisa.

Visit (Session) - Uma única sessão de navegação que um utilizador tem num site.

Voice Search - Pesquisa feita ao dizer em voz alta uma consulta a um dispositivo ou assistente.

Voice Search SEO - Otimizar conteúdo para que possa ser destacado através de consultas de pesquisa por voz.

Volatility - O grau de flutuação das classificações dos motores de pesquisa ao longo do tempo.

W

Warm Cache - Uma cache que já está preenchida com dados, para que os pedidos sejam servidos rapidamente.

Web Architecture - O design estrutural da forma como os sistemas web, servidores e páginas se ligam.

Web Stories - Histórias visuais, em ecrã inteiro e tocáveis, que podem aparecer na pesquisa do Google.

Webpage - Um único documento na web, acessível no seu próprio URL.

Website - Uma coleção de páginas web relacionadas publicadas sob um único domínio.

Website Architecture - A forma como as páginas e secções de um site estão estruturadas e ligadas.

Website Quality - O padrão geral do conteúdo, da experiência do utilizador e da fiabilidade de um site.

Website Structure - A organização e a hierarquia das páginas dentro de um site.

White Hat SEO - Práticas de SEO éticas que respeitam as diretrizes dos motores de pesquisa.

WordPress - O sistema de gestão de conteúdos mais usado para construir sites.

WPO (Website Performance Optimization) - Melhorar a velocidade de carregamento e o desempenho geral de um site.

X

X-Robots-Tag - Um cabeçalho HTTP que controla a indexação e o rastreio para qualquer tipo de ficheiro.

XML (Extensible Markup Language) - Uma linguagem de marcação flexível usada para armazenar e transportar dados estruturados.

XML Sitemap - Um ficheiro legível por máquina que enumera os URLs de um site para os motores de pesquisa. Também conhecido como Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Um portal web e motor de pesquisa de longa data, cujos resultados são alimentados pelo Bing.

Yandex - O principal motor de pesquisa na Rússia.

YMYL (Your Money or Your Life) - Páginas que podem afetar a saúde, as finanças ou a segurança e que o Google mantém em padrões de qualidade mais elevados.

Yoast SEO - Um plugin de SEO popular para o WordPress.

Z

Zero-Click Search - Uma pesquisa que é respondida diretamente na página de resultados, sem um clique para um site.

Zombie Pages - Páginas de baixo valor que não geram tráfego e podem diluir a qualidade geral de um site.