



Atributos de links



Link Building

O que é Link Building

Link building é uma das técnicas mais importantes de SEO. Consiste em **gerar autoridade ao site por meio de links de qualidade apontando para ele**.

É importante considerar que a relevância de uma página depende da quantidade e qualidade de links recebidos, desde que em um contexto adequado.

Quanto mais links de qualidade há apontando para uma página, mais relevante ela será, portanto.

Um link é um voto de confiança, uma indicação ao Google de que a página linkada vale a pena ser lida.

É como se fosse o marketing boca a boca do SEO.

Quantos backlinks precisa ter para ranquear na primeira página?

Depende. Geralmente os backlinks são essenciais para um bom posicionamento no Google, pois isso mostra a autoridade do site.

Mas em alguns casos **é possível ranquear sem backlinks**:

- Quando há pouquíssima concorrência e falta conteúdo sobre um tópico em outros sites
- Quando os 10 primeiros colocados na página de resultados têm 0 ou poucos backlinks
- Quando você tem um domínio com autoridade maior ou igual à autoridade dos domínios que figuram nas primeiras posições.



Tipos de links

Links Internos

São aqueles que apontam para **outras páginas/artigos dentro do próprio site**.

Links Externos

São aqueles que apontam para **páginas/artigos de outro site**.

Atributos de links

Os atributos são uma forma de qualificar os links externos e informar ao Google a sua relação com a página vinculada.

Os códigos vão no atributo HTML dentro das informações do link, com: **espaço código antes de >âncora**. Mas hoje a versão do Yoast já permite fazer isso com apenas um clique.

→ Nofollow

Use o valor nofollow quando outros valores não se aplicarem e você **preferir que o Google não associe seu site**, rastreie a página vinculada ou transfira autoridade para o link.

Usar em guest posts, releases.

`rel="nofollow"`

→ Rel Sponsored

Marque **links de publicidade ou canais pagos** (também chamados de links pagos) como sponsored. Links de afiliados. Conteúdos patrocinados para marcas.

`rel="sponsored"`



→ [Acesse aqui as diretrizes de links do Google.](#)

Texto Âncora

É o texto no qual o link é inserido. Há vários tipos de textos âncora:

→ Correspondência exata

Quando o âncora inclui a palavra-chave exata do artigo para o qual você está linkando.

→ Correspondência parcial

Quando o âncora inclui a palavra-chave e outras palavras genéricas ou complementares.

→ Cauda longa

Quando o âncora é composto por várias palavras ou uma frase.

→ Semântico

Quando o âncora usa uma variação da palavra-chave do artigo de destino.

→ De Marca

Quando o nome da marca é usado como texto de âncora.

→ De URL

Quando o texto de âncora é a própria URL.





→ Genérico

Quando o texto de âncora não usa palavras-chave, e sim palavras genéricas como "saiba mais", ou "acesse aqui". Não use este tipo de âncora, porque não dá nenhuma informação relevante para o Google.

