

# Melhores práticas de SEO - Signashop

- **Gerenciando e criando reescritas de URL**

A ferramenta de reescrita de URL permite que qualquer URL que esteja relacionada a algum produto, categoria ou página CMS seja alterada. Ao utilizar palavras-chave relevantes, você pode melhorar a maneira como a página é indexada pelos motores de busca. Para muitos lojistas, essa prática faz parte de um esforço contínuo para melhorar o SEO (Search Engine Optimization).

**Clique aqui para ver como fazer uma Reescrita de URL.**

- **Definindo Meta Data & Tags**

Sua loja possui diferentes campos para a inserção de palavras-chave e meta dados, tudo isso serve para melhorar a forma que os motores de busca indexam seu site. No processo de criação da loja, pode ser que você tenha digitado alguma informação aleatória, com a intenção de modificá-la mais tarde. Com o tempo, você pode ajustá-las em seu site.

**Clique aqui e veja como configurar Meta Tags.**

- **Termos de pesquisa**

Quanto maior for a capacidade de busca em sua loja, menor será o tempo que o comprador levará para encontrar o produto desejado. Consequentemente, a chance desse comprador virar cliente aumenta consideravelmente.

- **Configurando o Google Analytics**

Habilite o Google Analytics em sua loja e obtenha estatísticas detalhadas sobre os visitantes.

**Clique aqui para ver como configurar o Google Analytics em sua loja.**

- **Configurando o Sitemap**

Um sitemap é como um índice que lista todas as categorias e produtos em sua loja. Cada entrada é ligada à página de destino correspondente da categoria ou produto. O Sitemap ajuda o índice de motores de busca de seu site e também proporciona aos visitantes uma visão geral da organização de sua loja e catálogo.

**Clique aqui para ver como configurar Sitemaps.**

- **Opções de URL do catálogo**

As URLs atribuídas aos produtos e categorias desempenham um papel importante para determinar a indexação de seu site pelos motores de busca.

- **Redirecionamento automático dos produtos**

Sua loja pode ser configurada para gerar automaticamente um redirecionamento permanente sempre que a chave URL de um produto mudar. No registro do produto, a caixa de seleção abaixo da chave URL indica se redirecionamentos permanentes estão habilitados.

- **Canonical Meta Tag**

Alguns motores de busca penalizam sites por possuírem URLs com conteúdo aparentemente idênticos. A canonical meta tag diz aos motores de busca qual página eles devem indexar quando há várias URLs que têm conteúdo idêntico ou muito parecidos. Usar a canonical meta tag pode melhorar o ranking do seu site e agregar pageviews.

---

Revision #1

Created Tue, Aug 19, 2025 1:20 PM by Lucas Steinbach

Updated Sat, Aug 23, 2025 1:28 PM by Lucas Steinbach