interweb

Gerado a 21/10/2026 16:10

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Aparecer no Google: Perfil de Empresa, Search Console e o básico

SEO e Marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-346	v2026.09.28	Angola · Português

Interweb Angola
RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings
NIF 500 260 5724 · Matrícula 26464-25/250724

https://www.meu.interweb.ao/knowledgebase/346

Aparecer no Google: Perfil de Empresa, Search Console e o básico

SEO e Marketing · Criado em **11 de setembro de 2026** · Atualizado em **28 de setembro de 2026** · 4 min de leitura



Ter site não é ser encontrado. São coisas diferentes, e a segunda não acontece sozinha - é preciso **dizer ao Google que existe** e dar-lhe razões para o mostrar. Nada disto custa dinheiro, e quase tudo se faz numa tarde.

Primeiro: o Google já sabe que existe?

Antes de mudar seja o que for, faça este teste. Escreva no Google, exactamente assim, com o seu domínio:

```
site:oseudominio.ao
```

O que vê	O que significa
Várias páginas suas	O Google já o conhece. O trabalho agora é aparecer *melhor*, e não aparecer.
Só a página inicial	Encontrou a porta e não entrou. Falta-lhe um mapa do site - ver mais abaixo.
Nada	O Google não sabe que o site existe. É o caso mais comum em sites novos, e resolve-se em minutos.

O passo que mais rende, e que quase ninguém dá

Para um negócio com morada ou área de actuação, o **Perfil de Empresa do Google** rende mais do que qualquer outra coisa - é o que faz a empresa aparecer no mapa e naquele bloco de três resultados que sai antes de tudo o resto. É gratuito.

1. Procure a sua empresa no Google. Se já aparecer uma ficha criada automaticamente, **reivindique-a** em vez de criar outra.

2. Preencha **tudo**: nome exacto, categoria, morada, telefone, horário e o endereço do site. A **categoria** é dos campos que mais pesa - escolha a mais específica que existir, não a mais geral.

3. Faça a verificação que o Google pedir. É a parte mais lenta e não há atalho.

4. Acrescente **fotografias reais** - da loja, da equipa, do que vende. Fichas com fotografias recebem bastante mais contactos do que fichas sem.

5. **Responda às avaliações**, incluindo às más. Uma resposta calma a uma crítica convence mais do que dez elogios.

Mantenha vivo.
Uma ficha actualizada aparece melhor do que uma ficha parada. Uma publicação por mês - um produto novo, um horário de época - chega perfeitamente.

Dizer ao Google que o site existe

A ferramenta chama-se **Search Console**, é do Google e é gratuita. É lá que se vê por que pesquisas as pessoas chegam ao site - e o que está a impedir outras de chegar.

1. Entre em *search.google.com/search-console* e acrescente o seu domínio.

2. **Prove que o domínio é seu.** O caminho mais simples é o registo TXT no DNS - ver **provar que o domínio é seu**. Feito uma vez, serve para tudo o que o Google lhe pedir daqui para a frente.

3. **Submeta o mapa do site.** Num WordPress com plugin de SEO, o endereço costuma ser `/sitemap_index.xml` ou `/sitemap.xml`.

4. Volte lá **uma semana depois**. Os dados demoram a aparecer, e voltar no dia seguinte só dá a impressão de que não funcionou.

É aqui que se descobre o que está partido.
O Search Console diz-lhe, com nomes, as páginas que o Google tentou ler e não conseguiu - erros de servidor, redireccionamentos em círculo, páginas bloqueadas por engano. É informação que não existe em mais lado nenhum, e é de graça.

Saber se alguém visita

Vale a pena dizer sem rodeios: **a maior parte dos sites que hospedamos não tem qualquer forma de medir visitas**. Isso significa gastar dinheiro num site sem saber se serve para alguma coisa.

Há duas maneiras, e não são concorrentes:

Onde	O que dá
As estatísticas do cPanel	Já lá estão, sem instalar nada e sem cookies. Mostram visitas, páginas e de onde vêm - ver **acompanhar o desempenho no cPanel**
Google Analytics	Bastante mais detalhe, mas é código de terceiros a seguir os seus visitantes - e isso traz obrigações: **o aviso de cookies e o consentimento**

O básico que vale mais do que truques

1. **Um título diferente em cada página**, a dizer o que a página é e onde fica o negócio. «Início» em todas as páginas é a falha mais comum que vemos.
2. **Escreva o nome da cidade** onde atende. Quem procura, procura com o nome do sítio.
3. **O site tem de abrir depressa no telemóvel**, que é onde quase toda a gente procura - ver **o site está lento**.
4. **Cadeado no site.** Um aviso de «não seguro» afasta visitantes e pesa no resultado - ver **o que é um certificado SSL**.
5. Se é WordPress, um plugin de SEO trata dos títulos e do mapa do site - ver **os melhores plugins de SEO**.

Desconfie de quem promete o primeiro lugar.
Não se compra posição nos resultados naturais, e ninguém a pode garantir - nem nós. O que dá resultado é aborrecido e demora: ficha completa, site rápido, páginas que respondem a perguntas reais, e tempo. Quem lhe garantir o primeiro lugar em duas semanas está a vender-lhe outra coisa.

PRECISA DE AJUDA?

Quer que confirmemos se o seu site está a ser lido pelo Google?

Falar connosco →

interweb

Interweb Angola

RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings

NIF	500 260 5724
MATRÍCULA	26464-25/250724
SEDE	Rua Direita do Patriota, Bairro Dangereux Belas, Luanda, Angola
CONTACTOS	info@interweb.ao · +244 942 011 191 · www.interweb.ao
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

RLX-AO-KB-346 · v2026.09.28 · Gerado a 21/10/2026 16:10

Versão online deste documento