

Ajinomoto para especialistas

Tática SEO Webssite

Versão: 02/2026



Esse documento contém diretrizes que orientam
as **MELHORES PRÁTICAS** considerando SEO.

É compreensível que nem todas sejam
aplicáveis conforme o desenvolvimento.

Orientações SEO

Diretrizes

Homepage

Objetivo Central: HOMEPAGE



Para o USUÁRIO

Deixar claro em 3 segundos para quem é a plataforma (especialistas), qual o valor oferecido (ciência, ferramentas) e por que devem confiar na Ajinomoto.



Para SEO

Estabelecer a página como o hub principal de autoridade sobre "nutrição baseada em ciência", "aminoácidos" e "conteúdo para nutricionistas", distribuindo relevância para as páginas internas.

Homepage

Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser conciso, atrativo e conter a principal palavra-chave.	Conteúdo Científico e Ferramentas para Nutricionistas Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Acesse o hub completo da Ajinomoto para especialistas. Encontre artigos científicos, guias de prescrição, calculadoras e estudos sobre aminoácidos para apoiar sua prática clínica.
Palavra-Chave Primária	Foco em dominar	Universo semântico: plataforma para nutricionistas, ajinomoto especialistas
Palavras-Chave Secundárias	Foco em qualificar	Universo semântico: conteúdo para nutricionistas, ciência dos aminoácidos, nutrição clínica, nutrição esportiva
Palavras-Chave Semânticas (LSI)	Foco em conectar	Universo semântico: artigos científicos, guias de prescrição, ferramentas para nutrição, estudos clínicos, aminoácidos essenciais



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Garantir que haja APENAS UMA tag <h1> na página. Ela deve ser o título do banner principal ("Nutrição sem mitos, com base em ciência.").
- **<h2>**: Os títulos de cada seção principal (ex: "Em alta nesses últimos dias", "Ciência Ajinomoto") devem ser tags <h2>.
- **<h3>**: Os títulos dos cards individuais de conteúdo/receita podem ser <h3>. A hierarquia não deve pular níveis (ex: de H2 para H4).

2. Carrosséis e Conteúdo Dinâmico

- **Indexação**: O conteúdo dos carrosséis (títulos, descrições) deve estar presente no HTML da página no carregamento inicial. Evitar carregar esse conteúdo via JavaScript após a interação do usuário, pois o Google pode não lê-lo.
- **Links**: Todos os cards, imagens clicáveis e botões devem ser tags <a> padrão com href definidos para que os robôs de busca possam rastrear as páginas internas.

Homepage



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Imagens e Performance

- **Alt Tags:** Todas as imagens devem ter um campo para preenchimento de alt tags descritivas.
- **Otimização:** Implementar lazy loading para todas as imagens, exceto a imagem do banner principal (hero). Utilizar formatos de imagem modernos (.webp) e garantir a compressão para um carregamento rápido.

4. Dados Estruturados (Schema.org)

- **Implementar o Schema de Organization.** No código da página, contendo as informações da Ajinomoto.
- **Implementar o Schema de WebSite.** Importante para buscar dentro do site, mesmo com o Google tendo descontinuado a funcionalidade Sitelinks Search Box.

A ordem das seções no layout atual pode ser mantida. Ela guia o usuário pela jornada: Atração > Confiança > Solução > Engajamento. Nosso trabalho é otimizar o texto de cada seção.

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Banner Principal (<h1>)

- **Otimização do Subtítulo:** Descubra conteúdos exclusivos que desmistificam ingredientes e mostram como a **ciência dos aminoácidos** Ajinomoto contribui para uma alimentação equilibrada e saborosa.

2. Seção "Em alta nesses últimos dias" (<h2>)

- **Otimização do Título:** <h2>Conteúdos em Destaque para Especialistas</h2>
- **Curadoria:** Selecionar estrategicamente os 3 conteúdos que melhor representem os pilares do site: **um artigo científico (nicho)**, **uma receita funcional (volume)** e **um guia clínico (nicho)**.

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

3. Seção "Está chegando agora por aqui?" (<h2>)

- **Otimização da oferta:** Para este público e para o momento, uma oferta de valor intelectual é mais atrativa que um desconto.
- **Sugestão de copy:**
 - **Título:** Seja bem-vindo, especialista!
 - **Subtítulo:** Cadastre-se e receba em primeira mão nossos estudos clínicos, guias de prescrição e materiais científicos exclusivos.
 - Isso qualifica o lead e reforça nosso posicionamento científico.

4. Seção "A soluções práticas para o dia a dia" (<h2>)

- **Otimização do título:** <h2>Ferramentas para sua prática clínica</h2>
- **Otimização do CTA:** O texto do botão "Fazer Download" deve ser "Acessar Ferramenta", se a calculadora for online, ou "Baixar Guia da Calculadora" se houver um material de apoio.



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

5. Seção "Ciência Ajinomoto" (<h2>)

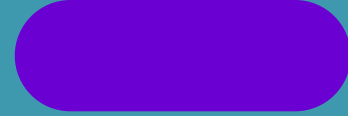
- **Diretriz de Copy:** Este é o nosso principal pilar de autoridade. O texto introdutório deve ser um teaser da página "Sobre Nós".
- **Palavras-Chave a incluir:** "Mais de 100 anos", "líder em pesquisa de aminoácidos", "pureza elevada", "processos sustentáveis", "selo PURE AMINO ACIDS", "confiança na aplicação clínica".

6. Seções de Conteúdo Inferiores (<h2>)

- **"Protocolos nutricionais"** -> <h2>Protocolos Nutricionais para a Prática Clínica</h2>
- **"Biblioteca especializada de receitas"** -> <h2>Receitas Funcionais com Base Científica</h2>
- **"Nossos próximos Eventos"** -> <h2>Nossos Próximos Eventos Científicos</h2>
- **"Navegue por produtos"** -> "Nossas Soluções em Nutrição e Suplementos"

7. Seção Final de Cadastro (<h2>)

- **Título (manter):** <h2>Feito para especialistas, feito para você.</h2>
- **Diretriz de Copy:** O texto de apoio deve ser direto e focado nos benefícios do cadastro. "Junte-se à nossa comunidade de especialistas e tenha acesso a estudos clínicos exclusivos, guias de prescrição e ferramentas para sua prática clínica."



Orientações SEO

Diretrizes

Sobre Nós

Objetivo Central: SOBRE NÓS



Para o USUÁRIO

Contar uma história poderosa que responda à pergunta: Por que devo confiar na Ajinomoto como uma autoridade científica em aminoácidos?



Para SEO

Consolidar toda a autoridade da marca em um único lugar. Esta página deve ranquear em primeiro lugar para buscas de marca e termos relacionados à credibilidade da empresa, como "Ajinomoto pesquisa aminoácidos".

Sobre nós



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Ciência Ajinomoto: +100 Anos de Pesquisa em Aminoácidos
Meta Description	Deve resumir nossa liderança e diferenciais.	Descubra por que a Ajinomoto é líder mundial em ciência dos aminoácidos. Conheça nossa história, processos sustentáveis e o rigor de qualidade do selo PURE AMINO ACIDS.
Palavra-Chave Primária	Foco em dominar	ciência ajinomoto, sobre ajinomoto
Palavras-Chave Secundárias	Foco em qualificar	pesquisa em aminoácidos, selo pure amino acids, qualidade ajinomoto
Palavras-Chave Semânticas (LSI)	Foco em conectar	história, pureza elevada, processos sustentáveis, rigor de qualidade, matérias-primas, confiança clínica, líder mundial



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>: Apenas um. Deve ser o título principal da página. Ex:** Ciência Ajinomoto: Nossa Herança de +100 Anos Liderando a Pesquisa em Aminoácidos.
- **<h2>:** Os títulos de cada seção principal devem ser <h2>.
 - **<h2>**Sobre o Portal Ajinomoto Especialistas</h2>
 - **<h2>**Sobre a Ajinomoto: Líder Global em Ciência dos Aminoácidos</h2>
 - **<h2>**Nossa História: Do Umami à Tecnologia de Aminoácidos</h2>
 - **<h2>**Ajinomoto no Brasil: Compromisso com a Inovação Local</h2>
- **<h3>:** Se houver subseções dentro desses tópicos, elas devem usar <h3>.

2. URL da Página

- **A URL deve ser curta, descritiva e amigável.**
- **Sugestão:** .../ciencia-ajinomoto ou .../sobre-nos (a primeira opção é mais forte para o nosso posicionamento).

Sobre nós



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Dados Estruturados ([Schema.org](https://schema.org))

- **Expandir o Schema de Organization.** Além das informações básicas, podemos adicionar detalhes como `foundingDate` (1909), `founder` (Kikunae Ikeda), e links para os perfis sociais da Ajinomoto. Isso enriquece a percepção do Google sobre a entidade.

Sobre nós



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Reforço dos Diferenciais

Ação: Integrar os atributos-chave mencionados no direcionamento em todas as seções do texto, não apenas em uma.

Como fazer:

- Na seção "Sobre a Ajinomoto", após "referência em ciência dos aminoácidos", adicionar: "...garantindo uma pureza elevada através de processos sustentáveis e um rigor de qualidade inigualável."
- Na seção "História", ao falar de tecnologia, mencionar: "Essa liderança nos permite hoje oferecer o selo PURE AMINO ACIDS, um atestado de confiança para a aplicação clínica, esportiva e culinária."
- Criar uma nova subseção (com um <h3>) dentro de "Sobre a Ajinomoto" chamada:
 - "Nosso Compromisso com a Qualidade: O Selo PURE AMINO ACIDS" (Aqui, detalhar o que o selo significa: matérias-primas selecionadas, origem não animal, rastreabilidade, etc.)

Sobre nós



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

2. Estrutura de Leitura (Escaneabilidade)

Ação: Quebrar os blocos de texto com elementos visuais e de destaque.

Como fazer:

- Usar **negrito** para destacar as palavras-chave estratégicas (líder mundial em aminoácidos, pureza elevada, processos sustentáveis).
- **Criar pequenos callouts ou boxes de destaque com frases de impacto.** Ex: "Mais de 100 anos transformando ciência em bem-estar."
- Incluir uma **linha do tempo visual** na seção "História" para tornar a informação mais digerível e interessante.

Orientações SEO

Diretrizes

Conteúdos exclusivos

Diretrizes para a Página Geral (Conteúdos)

Objetivo Central: CONTEÚDOS

Para o USUÁRIO



Servir como uma porta de entrada abrangente para todo o nosso universo de conhecimento, permitindo uma visão geral e facilitando a navegação para as categorias específicas.



Para SEO

Funcionar como uma página "pilar" secundária que agrupa e distribui autoridade para as páginas de categoria (os verdadeiros pilares temáticos). Ela deve ranquear para buscas genéricas como "conteúdos para nutricionistas".

O que notamos

No layout atual, as categorias de conteúdo (Ciência Ajinomoto, Nutrição Clínica, etc.) estão no menu principal, competindo com seções como "Receitas" e "Eventos". Isso dilui o foco e pode confundir a jornada do usuário.

Implicação

O usuário não tem um ponto de entrada único para explorar todo o nosso conhecimento.

O que notamos

A página "Conteúdos Exclusivos" é lista os posts, mas sem as sub-categorias ou organização temática visível.

Implicação

Perde-se oportunidade de SEO. Uma página de categoria genérica não consegue ranquear para termos específicos como "nutrição esportiva" ou "ciência dos aminoácidos".

O que recomendamos:

Criar um item de menu principal chamado "Conteúdos". Ao passar o mouse, ele abrirá um dropdown com as categorias que definiremos. Isso organiza a navegação e cria uma jornada clara.

Na página:

A página .../conteudos será a nossa "biblioteca". Ela deve apresentar as categorias de forma clara (com ícones, banners) e permitir a filtragem, exatamente como o layout prevê, mas os filtros serão as nossas categorias de conteúdo.

É preciso construir uma arquitetura de conteúdo baseada em Topic Clusters (Agrupamentos Temáticos), onde cada categoria principal se torna uma Página Pilar robusta, que distribui autoridade para os artigos específicos (posts).

Conteúdos



Árvore de categorias otimizada para SEO

Definindo nossos hubs de conhecimento

Hub	URL	Foco	Público
Ciência dos Aminoácidos	.../conteudos/ciencia-dos-aminoacidos/	Construir autoridade fundamental. Aprofundar em conceitos bioquímicos, desmistificar ingredientes (glutamato) e validar a ciência por trás do selo PURE AMINO ACIDS. É o nosso pilar de "por que confiar na Ajinomoto".	Estudantes de nutrição, profissionais buscando aprofundamento teórico e atualizações científicas. (Foco ToFu/MoFu)
Nutrição Esportiva	.../conteudos/nutricao-esportiva/	Conectar a ciência à performance. Oferecer protocolos para pré/intra/pós-treino, aprofundar em suplementos-chave (BCAAs, Arginina, etc.) e apresentar estudos de caso de atletas.	Nutricionistas esportivos, educadores físicos, treinadores e atletas avançados. Buscam aplicação prática para resultados. (Foco MoFu/BoFu)
Nutrição Clínica	.../conteudos/nutricao-clinica/	Abordar o uso terapêutico da nutrição. Fornecer guias para manejo de pacientes com condições específicas (idosos com sarcopenia, pós-cirúrgico, saúde intestinal) e conectar os aminoácidos à recuperação e saúde.	Nutricionistas clínicos, médicos e nutrólogos, profissionais de saúde em ambiente hospitalar. Buscam soluções para a prática clínica. (Foco MoFu/BoFu)
Saúde e Bem-estar	.../conteudos/saude-e-bem-estar/	Atrair e educar em temas amplos. Servir como porta de entrada com conteúdo de alto interesse sobre longevidade, saúde da mulher, sono, estresse e receitas funcionais, conectando-os de forma sutil à ciência.	Nutricionistas com foco em qualidade de vida, profissionais buscando conteúdo para educar seus pacientes e um público amplo em fase de descoberta. (Foco ToFu)

Mapa de Território

As fronteiras estratégicas do nosso conteúdo

Categoria	Missão Estratégica	Foco Principal	Público-Alvo Principal	Linguagem / Tom de Voz	Palavras-Chave Foco	Exemplo de Título de Artigo
Ciência dos Aminoácidos	SER A AUTORIDADE	O "Porquê" (Bioquímica)	Pesquisadores, Estudantes, Profissionais que buscam aprofundamento técnico.	Científico, Denso, Didático	Estrutura de, Função de, Mecanismo de ação, Classificação, Síntese	"A Bioquímica da Ligação Peptídica: Um Guia para Profissionais"
Nutrição Esportiva	OTIMIZAR PERFORMANCE	O "Como" (Aplicação)	Nutricionistas Esportivos, Preparadores Físicos, Médicos do Esporte.	Técnico, Direto, Baseado em Evidências	Protocolo para, Guia de suplementação, Performance , Recuperação muscular	"Protocolo de Suplementação com BCAAs para Atletas de Endurance: Evidências e Prática"
Nutrição Clínica	TRATAR E MANEJAR	A "Solução" (Intervenção)	Nutricionistas Clínicos, Hospitalares, Nutrólogos.	Clínico, Protocolar, Cauteloso	Manejo nutricional de, Tratamento para, Dieta hospitalar, Sarcopenia	"Manejo Nutricional da Sarcopenia: O Papel dos Aminoácidos Essenciais na Saúde do Idoso"
Saúde e Bem-estar	PREVENIR E OTIMIZAR	O "Estilo de Vida" (Prevenção)	Nutricionistas Comportamentais, Coaches de Saúde, Profissionais com foco em qualidade de vida.	Científico, Inspirador, Prático	Benefícios para, Qualidade de vida, Como melhorar, Nutrientes para	"Nutrientes para a Qualidade do Sono: Estratégias para o Bem-Estar Mental"

Esta estrutura cria páginas de categoria fortes (/ciencia-dos-aminoacidos/), que podem ranquear para termos de cauda média (ex: "artigos sobre nutrição esportiva"), enquanto os artigos individuais ranqueiam para termos de cauda longa (ex: "benefícios da leucina no pós-treino").

Conteúdos



ÍONZ

Árvore de categorias otimizada para SEO

Sub Categorias

1. Categoria: Ciência dos Aminoácidos

- <h2> Fundamentos dos Aminoácidos
- <h2> Aminoácidos Específicos: Mecanismos e Evidências
- <h2> Inovação e Qualidade Ajinomoto

2. Categoria: Nutrição Esportiva

- <h2> Estratégias de Suplementação
- <h2> Performance e Recuperação Muscular
- <h2> Nutrição e Hidratação para Atletas

Conteúdos



ÍONZ

Árvore de categorias otimizada para SEO

Sub Categorias

3. Categoria: Nutrição Clínica

- <h2> Nutrição no Envelhecimento e Sarcopenia
- <h2> Suporte Nutricional Clínico
- <h2> Saúde Metabólica e Composição Corporal

4. Saúde e Bem-estar

- <h2> Saúde da Mulher -> <h2> Saúde da Mulher: Fases e Ciclos da Vida
- <h2> Bem-estar Mental e Cognitivo
- <h2> Nutrição Consciente e Sustentabilidade

Para garantir máxima autoridade de SEO e a melhor experiência para o usuário, não haverá uma subcategoria genérica como "Outros" ou "Geral".

1. **Alinhamento Estratégico:** Todo conteúdo produzido deve estar alinhado com uma das subcategorias temáticas pré-definidas.
2. **Oportunidade de Expansão:** Se um novo tema relevante surgir e não se encaixar na estrutura atual, isso será um gatilho para avaliarmos a criação de uma nova subcategoria, mantendo a arquitetura sempre organizada e intencional.

Conteúdos

Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Conteúdos Exclusivos para Especialistas em Nutrição Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Explore nosso acervo completo de conteúdos científicos para nutricionistas. Encontre artigos, estudos e guias sobre nutrição clínica, esportiva e a ciência dos aminoácidos.
Palavra-Chave Primária	Define o tópico para buscas mais amplas, mas com viés técnico.	conteúdos para nutricionistas, conteúdos exclusivos ajinomoto
Palavras-Chave Secundárias	Responde às dúvidas estruturais e de classificação do especialista.	artigos para nutricionistas, estudos nutrição, guias nutrição
Palavras-Chave Semânticas (LSI)	Valida nossa profundidade técnica e conecta com temas avançados.	atualização profissional, prática clínica, nutrição baseada em evidências, material para consulta

Conteúdos



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal. Ex: "Conteúdos Exclusivos para Especialistas".
- **<h2>**: Os filtros ("Filtros", "Mais acessadas") não devem ser <h2>. Apenas os títulos que agrupam conteúdo, se houver. Se a página for só uma listagem com filtro, pode não haver <h2>, e os títulos dos cards serem <h3>.
- **<h3>**: Os títulos dos cards de artigos individuais devem ser <h3>.

2. URL da Página

- Deve ser simples e clara. .../conteudos/



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Filtros e Carregamento

- **Carregamento Inicial:** A página deve carregar uma quantidade inicial de artigos (os 12 mais acessados) diretamente no HTML.
- **Botão "Ver mais" / Paginação:** A ação de carregar mais artigos (seja por scroll infinito ou botão) pode ser feita via JavaScript, mas deve implementar a API History para alterar a URL (ex: /conteudos/pagina/2/). Isso garante que todas as páginas de listagem sejam indexáveis.
- **Filtros:** A aplicação de filtros deve, idealmente, atualizar a URL com parâmetros (ex: /conteudos/?categoria=nutricao-esportiva), permitindo que visões filtradas também possam ser indexadas.

4. Dados Estruturados (Schema.org)

- Implementar o Schema CollectionPage, que indica ao Google que esta página é uma coleção de outros itens (nossos artigos).

Conteúdos



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Texto Introdutório (Acima da grade de artigos)

- **Ação:** Adicionar um parágrafo introdutório rico em palavras-chave.
- **Sugestão de Copy:** "Bem-vindo ao nosso acervo de conteúdos exclusivos para nutricionistas e profissionais de saúde. Aqui você encontra os mais recentes artigos científicos, guias para sua prática clínica e estudos aprofundados sobre a ciência dos aminoácidos, nutrição esportiva e bem-estar. Use os filtros para encontrar o tema de seu interesse e mantenha-se atualizado com o que há de mais relevante na nutrição baseada em evidências."
- É importante **conter links internos para as páginas de categoria**.

Conteúdos



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

2. Texto de Rodapé (Abaixo do botão "Ver mais")

- **Ação:** Texto otimizado que reforce o propósito da página.
- **Sugestão de Copy:** Nossos conteúdos são desenvolvidos por especialistas e baseados em rigorosa pesquisa científica, refletindo o compromisso de mais de 100 anos da Ajinomoto com a ciência da nutrição. Explore nossas categorias para aprofundar seu conhecimento em áreas como Nutrição Clínica e Esportiva ou mergulhe na Ciência dos Aminoácidos.

3. Nomenclatura dos Filtros

- **Sugestão: Manter os nomes definidos na árvore:** "Ciência dos Aminoácidos", "Nutrição Esportiva", "Nutrição Clínica", "Saúde e Bem-estar". Manter filtro de "Mais acessadas" e "Mais recentes".



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

4. Estratégia de "Gated Content" (Conteúdo com Cadastro)

Acesso Aberto (O chamariz para o Google e para o usuário):

- **O quê:** O início do artigo (os primeiros **2-3 parágrafos, cerca de 150-200 palavras**) será totalmente aberto e visível para todos os usuários e para o robô do Google.
- **Conteúdo do chamariz:** Este texto inicial precisa funcionar como uma introdução robusta, apresentar o problema, a importância do tema e dar um "gostinho" da solução que o artigo completo oferece. Ele deve conter a palavra-chave principal e as secundárias.

O "Paywall" (A conversão para Lead):

- **O quê:** Após o texto introdutório, o restante do conteúdo é bloqueado por um box de CTA (Call to Action), exatamente como no layout.
- **Copy do CTA:** A chamada deve ser clara e focada nos benefícios. "Faça parte da nossa comunidade de especialistas e tenha acesso completo a este e a muitos outros conteúdos exclusivos." com os botões "Logar" e "Cadastrar".

Fase 1

Conteúdos 100% ABERTOS (Foco em Indexação e Autoridade Inicial):

1. Artigos de Topo de Funil (Conceitos): Todos os artigos de "quick wins" e fundamentos científicos (ex: "O que é Ligação Peptídica?").
2. Receitas com Propósito: Toda a nossa biblioteca de receitas.
3. Artigos de Blog mais Simples: Conteúdos de "Saúde e Bem-estar" que não sejam guias profundos.

Conteúdos "GATED" / FREEMIUM (Foco em Geração de Leads desde o Dia 1):

1. Os nossos ativos mais valiosos e de maior profundidade.
2. Guias de Prescrição.
3. Estudos de Caso Clínico.
4. Revisões Científicas e Overviews.
5. Videoaulas e Webinars Gravados.

Fase 2

Conteúdos ABERTOS ganham upgrade logado

- Se, por exemplo, o artigo aberto sobre "Benefícios da Glutamina" se tornar um sucesso de tráfego.
- Criar um "Guia Prático de Prescrição de Glutamina em Ambiente Clínico" .
- Em formato de e-book e o colocaremos como um CTA "gated" dentro do artigo original.

As orientações são diferentes e mais específicas para as páginas de categoria como [/nutricao-esportiva/](#).

Diretrizes para a Página de Categoria (Ex: "Nutrição Esportiva")

Este modelo deve ser aplicado para CADA uma das nossas páginas de categoria (/ciencia-dos-aminoacidos/, /nutricao-clinica/, /saude-e-bem-estar/). O exemplo usa "Nutrição Esportiva", mas a lógica é a mesma para todas.

Objetivo Central: CATEGORIA DE CONTEÚDO



Para o USUÁRIO

Servir como a "home" definitiva para tudo relacionado à {Nutrição Esportiva} dentro da nossa plataforma, oferecendo conteúdo organizado e relevante para o especialista da área.



Para SEO

Tornar-se a página pilar mais forte do nosso site sobre "Nutrição Esportiva". Ela deve ranquear para buscas de cauda média como "artigos sobre nutrição esportiva", "suplementação para atletas", "ciência da performance".

Nutrição esportiva



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser abrangente e atrair o profissional que busca ciência aplicada.	`Nutrição Esportiva: Guias de Suplementação e Performance
Meta Description	Deve destacar os tópicos de maior interesse (suplementos) e nosso diferencial (aminoácidos).	Aprofunde-se na nutrição esportiva. Acesse guias de prescrição sobre creatina, beta-alanina e o papel dos aminoácidos essenciais (BCAAs) na performance e recuperação.
Primária	Define o tópico principal da página.	nutrição esportiva, nutricionista esportiva
Secundária	Detalha os principais tópicos buscados pelos profissionais da área.	suplementação esportiva, recursos ergogênicos, performance e recuperação, protocolos de suplementação
Semântica (LSI)	Valida nossa profundidade técnica com os termos exatos que eles buscam.	creatina, beta alanina, BCAA, saturação de creatina, pré-treino, pós-treino, jejum intermitente, síntese proteica, artigo científico

Demais categorias



Palavras principais

Ciência dos aminoácidos

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser completo e sinalizar profundidade técnica.	Ciência dos Aminoácidos: Estrutura, Funções e Classificação
Meta Description	Deve atrair o clique do profissional, prometendo conteúdo aprofundado e não básico.	Aprofunde-se na bioquímica dos aminoácidos. Explore a estrutura, funções, ligação peptídica e a classificação de essenciais e não essenciais com base em evidências.
Primária	Define o tópico para buscas mais amplas, mas com viés técnico.	ciência dos aminoácidos, guia completo de aminoácidos, aminoácidos e proteínas
Secundária	Responde às dúvidas estruturais e de classificação do especialista.	estrutura dos aminoácidos, função dos aminoácidos, aminoácidos essenciais e não essenciais, classificação dos aminoácidos
Semântica (LSI)	Valida nossa profundidade técnica e conecta com temas avançados.	ligação peptídica, síntese proteica, isômeros, pKa, BCAA, glutamina, cistina, fórmula do aminoácido, pureza, processo de fermentação

Demais categorias



Palavras principais

Nutrição Clínica

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser focado em "soluções" e "protocolos", que é o que o profissional busca.	`Protocolos de Nutrição Clínica e Manejo de Pacientes
Meta Description	Deve listar as condições que abordamos para gerar identificação imediata.	Acesse guias e protocolos baseados em evidências para a prática clínica. Abordamos sarcopenia, saúde do idoso, recuperação pós-cirúrgica, saúde intestinal e mais.
Primária	Define o tópico da página de forma ampla e profissional.	nutrição clínica, protocolos nutricionais, manejo de pacientes
Secundária	Foca nos problemas e condições que os profissionais buscam resolver.	sarcopenia, saúde do idoso, recuperação pós-cirúrgica, saúde intestinal, redução de sódio
Semântica (LSI)	Valida nossa profundidade técnica e conecta com nossas soluções.	glutamina, aminoácidos essenciais, massa muscular, aceitação alimentar, cicatrização, dieta hospitalar, glutamato monossódico (MSG)

Demais categorias



Palavras principais

Saúde e Bem-estar

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser inspirador, mas com base científica, prometendo soluções para o bem-estar.	`Saúde e Bem-estar: Nutrição para Qualidade de Vida e Prevenção
Meta Description	Deve destacar os tópicos de maior interesse, conectando nutrição com estilo de vida.	Explore artigos científicos sobre o impacto da nutrição na qualidade do sono, saúde da mulher, envelhecimento ativo, beleza e bem-estar mental.
Primária	Define o tópico principal da página de forma abrangente.	saúde e bem-estar, nutrição e qualidade de vida, alimentação saudável
Secundária	Detalha os principais pilares de bem-estar que abordaremos.	qualidade do sono, saúde da mulher, envelhecimento ativo, bem-estar mental, nutrição e beleza
Semântica (LSI)	Valida nossa abordagem científica e conecta com soluções específicas.	triptofano, melatonina, colágeno, antioxidantes, menopausa, estresse oxidativo, sustentabilidade, upcycling, microbiota



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal. Ex: "Nutrição Esportiva: Da Ciência à Alta Performance".
- **<h2>**: Títulos de subcategorias temáticas para organizar os artigos. Esta é a principal diferença da página geral.
- **Exemplos:**
 - **<h2>**Performance e Energia (Pré e Intra-treino)**</h2>**
 - **<h2>**Recuperação e Síntese Muscular (Pós-treino)**</h2>**
 - **<h2>**Suplementos Específicos: A Ciência por Trás dos Aminoácidos**</h2>**
- **<h3>**: Os títulos dos cards de artigos individuais.

2. URL da Página

- **URL: Deve refletir a hierarquia.** .../conteudos/nutricao-esportiva/



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Breadcrumbs (Trilha de Navegação)

- É essencial implementar breadcrumbs nesta página.
- **Exemplo:** Home > Conteúdos > Nutrição Esportiva
- **Por quê?** Ajuda o usuário a se localizar e reforça a estrutura hierárquica do site para o Google

4. Breadcrumbs (Trilha de Navegação)

- Manter o Schema CollectionPage, mas com um name e description específicos para "Nutrição Esportiva", e assim por diante para as demais categorias.

Demais categorias



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Elemento da Página	Diretriz de Conteúdo para: [Nome da Categoria]
<h1> (Título Principal)	Título atrativo e otimizado com a Palavra-Chave Primária. Ex: "Nutrição Esportiva: Da Ciência à Alta Performance"
Texto Introdutório	Parágrafo de 200-300 palavras que introduz o tema da categoria, usando as palavras-chave Primárias, Secundárias e Semânticas. Deve conectar o tema à expertise da Ajinomoto.
<h2> (Subcategorias)	Títulos otimizados que agrupam os artigos de forma lógica. Devem usar as Palavras-Chave Secundárias.
Texto de Apoio (pós-<h2>)	Pequeno parágrafo abaixo de cada <h2> que explica o foco daquela subseção, usando palavras-chave ainda mais específicas.
Links Internos	O texto introdutório deve linkar para: a) Página de Produto relevante (ex: aminoVITAL®); b) Outras Categorias relacionadas.
	É desejável que a Ajinomoto nos indique o produto mais indicado para cada categoria.

Orientações SEO

Diretrizes

Geral de Receitas

Objetivo Central: GERAL DE RECEITAS



Para o USUÁRIO

Oferecer uma biblioteca de receitas funcionais, fáceis de navegar e filtrar, que atendam a objetivos nutricionais específicos.



Para SEO

Ranquear para buscas de cauda média como "receitas hiperproteicas", "receitas low carb para atletas", "receitas funcionais para nutricionistas".

Geral de receitas



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Receitas Funcionais e Científicas para Nutricionistas Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Explore nossa biblioteca de receitas com propósito nutricional. Encontre opções hiperproteicas, low-carb, sem glúten e mais, todas com informação científica detalhada.
Primária	Foco em dominar	receitas funcionais, receitas para nutricionistas
Secundária	Foco em qualificar	receitas hiperproteicas, receitas low carb, receitas sem glúten, receitas plant-based
Semântica (LSI)	Foco em conectar	informação nutricional, pré-treino, pós-treino, recuperação muscular, ganho de massa, emagrecimento

Geral de receitas



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal. Ex: "Receitas com Propósito: da Cozinha à Prática Clínica".
- **<h2>**: Títulos das seções ou das categorias de receitas. Ex: `<h2>Receitas Hiperproteicas para Recuperação</h2>`, `<h2>Opções Low Carb para Controle Glicêmico</h2>`.
- **<h3>**: O nome de cada receita nos cards.

2. Dados Estruturados (Schema.org)

- Implementar o Schema CollectionPage e, para cada item na lista, um ItemList com a marcação Recipe, apontando para a URL da receita específica.

3. Filtros (próximo slide)

- **É fundamental que, ao aplicar um filtro, a URL da página seja atualizada com parâmetros (ex: `.../receitas/?objetivo=hipertrofia&restricao=sem-gluten`).** Isso permite que essas páginas filtradas sejam indexadas pelo Google, criando centenas de "portas de entrada" otimizadas para o nosso site.

Geral de
receitas



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO: FILTROS

Filtro: OBJETIVO	Filtro: NUTRIÇÃO / RESTRIÇÃO	Filtro: MOMENTO / OCASIÃO	Filtro: PREPARO
Emagrecer	Proteico	Pré-treino	Simples / Fácil
Hipertrofia / Ganho de Massa	Low Carb	Pós-treino	Airfryer
Energia / Performance	Sem Glúten	Café da Manhã	Liquidificador
Recuperação Muscular	Sem Lactose	Almoço	Rápido (até 30 min)
Saudável / Qualidade de Vida	Plant-Based / Vegano	Jantar	Microondas
Imunidade	Integral	Lanche	Forno
-	Sem Açúcar	Ceia	Panela de Pressão
-	Light	Páscoa	-
-	-	Natal	-

Geral de receitas



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Texto Introdutório (<h1> e subtítulo)

- **Ação:** Escrever um parágrafo que posicione nossa seção de receitas como um diferencial.

A equipe de conteúdo deve, ao cadastrar uma nova receita, preencher todas as tags correspondentes a esses filtros para garantir que a receita apareça nas listagens corretas.

Receita específica



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Receita de Panqueca Proteica para Recuperação Muscular Ajinomoto
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Aprenda a fazer uma deliciosa panqueca hiperproteica, ideal para o pós-treino. Confira os ingredientes, o passo a passo e a ciência por trás da receita.

Receita específica



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: O nome completo e otimizado da receita: "Receita de Panqueca Proteica para Recuperação Muscular" (Combinação dos filtros **Nutrição/Restrição** + **Objetivo**)
- **Layout**: A página deve ir além de "ingredientes e modo de preparo".
- **Seções Obrigatórias com <h2>**:
 - **<h2>A Ciência por trás do prato: Por que esta receita funciona?</h2>** Um parágrafo explicando o papel da proteína (leucina) na síntese muscular, dos carboidratos na reposição de glicogênio, etc. É aqui que inserimos links para os artigos científicos pilares.
 - **<h2>Informação nutricional por porção</h2>** Tabela detalhada de macros e micronutrientes.
 - **<h2>Ingredientes</h2>**
 - **<h2>Modo de Preparo</h2>**
 - **<h2>Dicas do Nutricionista</h2>** (Sugestões de variações, como adicionar frutas ou usar outras fontes de proteína, incluindo nossos produtos quando aplicável).

Receita específica



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Dados Estruturados (Schema.org) - CRÍTICO

- Implementar o **Schema Recipe** completo para cada página de receita.
- Campos obrigatórios: **name**, **image**, **recipeIngredient**, **recipeInstructions**, **nutrition (informação nutricional)**, **prepTime**.
- **Por quê?** É isso que permite que nossas receitas apareçam nos resultados ricos do Google (com foto, tempo de preparo, calorias), o que aumenta drasticamente a visibilidade e o CTR.

Orientações SEO

Diretrizes

Produtos

Objetivo Central: GERAL DE PRODUTOS



Para o USUÁRIO

Oferecer uma visão completa e organizada de todo o portfólio Ajinomoto relevante para especialistas, funcionando como um "índice" visual das linhas de produtos.



Para SEO

Ser a página pilar principal sobre o portfólio da marca, ranqueando para buscas como "produtos ajinomoto para nutricionistas", "linhas de suplementos ajinomoto".

Geral de Produtos



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Nossas Linhas de Produtos para Saúde e Nutrição Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Conheça o portfólio completo da Ajinomoto para especialistas. Explore nossas linhas de suplementos (aminoVITAL®, AminoMov) e produtos culinários para a prática clínica.
Primária	Foco em dominar	produtos ajinomoto para nutricionistas, linhas de produtos ajinomoto
Secundária	Foco em qualificar	suplementos ajinomoto, produtos culinários ajinomoto, portfólio para nutricionistas
Semântica (LSI)	Foco em conectar	aminoVITAL, AminoMov, Sazón Lev, Vono Proteína, catálogo de produtos, prática clínica



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal da página. Deve ser exatamente o texto: "Conheça Nossas Linhas de Produtos".
- **<h2>**: O nome de cada linha/marca dentro do card (ex: "AminoVital", "AminoMov", "Terrano") deve ser uma tag <h2>.
- Por quê? Isso sinaliza ao Google que esta página principal serve como um hub que apresenta várias subseções importantes, cada uma com seu próprio tópico (o nome da linha). Dá peso semântico a cada uma das nossas marcas.
- **<h3>**: Não se aplica diretamente aqui, pois os próximos títulos estarão nas páginas de linha.
- **A URL** deve ser a raiz do portfólio: .../produtos/

2. Links e Navegação

- **Estrutura do Link**: Cada card de linha de produto deve ser inteiramente clicável e envolvido por uma tag <a> padrão com um href claro, apontando para a página da respectiva linha (ex: .../produtos/aminovital/).
- **Atributos de Link**: Não adicionar o atributo rel="nofollow" a nenhum desses links. Eles são o principal caminho para o Google entender a estrutura do nosso portfólio e distribuir a autoridade da página /produtos/.



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Otimização de Imagens

- **Alt Tags:** Todas as imagens dos produtos na grade devem ter alt tags descritivas. O padrão deve ser o nome da linha.
- **Exemplo:** alt="Linha de produtos AminoVital" ou alt="Linha de produtos AminoMov".
- **Performance:** Implementar lazy loading para todas as imagens dos cards, pois elas estarão abaixo da primeira dobra da página. Garantir que sejam servidas em formatos modernos (.webp) e comprimidas.

4. Dados Estruturados (Schema.org)

- **Schema Principal:** Implementar o Schema CollectionPage
- **Itens da Coleção:** Dentro do CollectionPage, é implementar um ItemList onde cada item da lista (ListItem) represente uma linha de produto. Cada ListItem deve conter:
 - position: A ordem em que aparece (1, 2, 3...).
 - name: O nome da linha (ex: "AminoVital").
 - url: O link para a página da linha.

Assim deixando claro para o Google que esta página é o hub que leva para todas as nossas linhas de produto.

Geral de Produtos



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

<h1>: Conheça Nossas Linhas de Produtos

- **Texto Introdutório:** Um parágrafo que conecta a ciência da Ajinomoto ao desenvolvimento de seu portfólio.

Grade de Linhas (<h2>):

A página deve ser uma grade visual. **O nome de cada linha (ex: "aminoVITAL") deve ser uma tag <h2>.** Cada card deve ter:

- Logo da linha/marca.
- Um pequeno texto (1-2 frases) descrevendo o propósito da linha.
- Um botão "Conheça a Linha".

Orientações SEO

Diretrizes

Página de marca/linha de produtos

Objetivo Central: INTERNA DE MARCA/LINHA DE PRODUTOS



Para o USUÁRIO

Apresentar a proposta de valor da linha, detalhar seus benefícios e listar todos os produtos pertencentes a ela, facilitando a escolha.



Para SEO

Ranquear para buscas pela marca/linha específica (ex: "aminoVITAL"), seus benefícios ("suplemento para recuperação muscular") e seus atributos ("aminoácidos essenciais em pó").

Interna de linha de produto



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	[Nome da Linha]: [Principal Benefício] Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Conheça a linha [Nome da Linha], desenvolvida com a ciência dos aminoácidos Ajinomoto. Ideal para [Público-alvo], oferece [Benefício 1] e [Benefício 2].
Primária	Foco em dominar	[nome da linha], [nome da linha] ajinomoto
Secundária	Foco em qualificar	suplemento [principal benefício], [principal ingrediente] em pó
Semântica (LSI)	Foco em conectar	para que serve, benefícios, como tomar, informação nutricional, comprar



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia)

- **<h1>: [Nome da Linha]: [Slogan/Proposta de Valor da Linha]**
- **Texto Introdutório (Íonz):** Parágrafo explicando o que é a linha, para quem se destina e seus principais diferenciais.
- **<h2> Benefícios da [Linha]:** Usar bullet points com ícones para listar os benefícios gerais da linha.
- **<h2>Conheça os produtos da linha [Nome da Linha]</h2>:** Grade de Produtos (Nerau). Listagem dos produtos individuais. Cada card deve ter:
 - Nome do produto (ex: aminoVITAL® GOLD Drink Mix Limão).
 - Breve descrição.
 - Um botão "Saiba Mais na Loja" que linka para o e-commerce externo, abrindo em uma nova aba.
- **<h3>:** Os nomes dos produtos individuais dentro da grade devem ser <h3>.
- **<h2>A Ciência por Trás de [Nome da Linha]</h2>**
 - Parágrafo conectando a linha aos diferenciais da Ajinomoto (Selo PURE AMINO ACIDS, mais de 100 anos de pesquisa) com um card com imagem, título e link para a página "Ciência Ajinomoto" para os que não têm artigo na área de artigos, e linkando para o artigo para os que tiverem.



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia)

- **<h2>[Nome da Linha]: Perguntas Frequentes (FAQ)</h2>**
 - **<h3> Para quem esta linha de produtos é indicada?** Responder de forma clara e direta quem é o público-alvo principal. Específico.
 - **<h3> Quais são os principais benefícios e diferenciais científicos?** Listar os principais benefícios em formato de bullet points, sempre conectando com o mecanismo ou ingrediente-chave. Usar as palavras da nossa pesquisa (benefícios, efeitos). Exemplo (para aminoVITAL®). Sempre síntese de palavras, dois pontos, descrição.
 - Recuperação Muscular Acelerada: Graças à alta concentração de BCAAs, especialmente a Leucina.
 - Redução da Fadiga Central: Ajuda a manter o foco e a intensidade durante o treino.
 - Rápida Absorção: Por conter aminoácidos de forma livre, a absorção é mais rápida que a do whey protein.
 - Selo de Qualidade PURE AMINO ACIDS®: Garante máxima pureza e segurança.

(Continua)



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia)

- **<h3> Como devo orientar o consumo? (Modo de Uso e Melhor Horário)**
Resposta prática e direta, pensando na prescrição do nutricionista.
- **<h3> Existem contraindicações ou restrições de uso?** Abordar as questões de segurança e restrições (Sem Glúten, Sem Lactose, etc.), que são um qualificador importante.
- **<h3> Como este produto se encaixa em uma estratégia nutricional mais ampla?** Conectar o produto a outros conceitos e necessidades do profissional. Exemplo (para aminoVITAL®):
- “O aminoVITAL® é uma ferramenta poderosa em dietas com foco em hipertrofia e performance. Ele pode ser combinado com fontes de carboidratos no pós-treino para otimizar a reposição de glicogênio e pode ser usado como estratégia para atingir a meta diária de leucina sem adicionar um volume calórico significativo de um shake de whey protein.”

Interna de
linha de
produto



ÍONZ

Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

4. Otimização de Imagens

- **Alt Tags:** Todas as imagens devem ter alt tags descritivas.
- **Imagem Principal (Hero):** alt="Linha de suplementos aminoVITAL da Ajinomoto"
- **Imagens de Produtos Individuais:** alt="aminoVITAL GOLD Drink Mix sabor Limão"
- **Performance:** Implementar lazy loading para todas as imagens de produtos e seções abaixo da primeira dobra. A imagem principal (hero) deve carregar imediatamente.

Interna de
linha de
produto



ÍONZ

Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

2. Otimização de Imagens

- **Alt Tags:** Todas as imagens devem ter alt tags descritivas.
- **Imagem Principal (Hero):** alt="Linha de suplementos aminoVITAL da Ajinomoto"
- **Imagens de Produtos Individuais:** alt="aminoVITAL GOLD Drink Mix sabor Limão"
- **Performance:** Implementar lazy loading para todas as imagens de produtos e seções abaixo da primeira dobra. A imagem principal (hero) deve carregar imediatamente.



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

3. Dados estruturados

- **Schema Principal:** Implementar o Schema CollectionPage para a página como um todo, pois ela é uma coleção dos produtos daquela linha.
- **Schema para FAQ:** A seção de "Perguntas Frequentes" deve ser marcada com o Schema FAQPage. Cada par de pergunta/resposta deve usar as propriedades Question e AcceptedAnswer.
- **Schema para Produtos na Lista:** Dentro da CollectionPage, a listagem de produtos deve usar ItemList, e cada produto individual deve ser marcado com o Schema Product. Mesmo que a compra seja externa, podemos preencher propriedades como:
 - **name:** Nome do produto.
 - **image:** URL da imagem.
 - **brand:** Ajinomoto.
 - **url:** O link para a página do produto na loja externa.

Orientações SEO

Diretrizes

Eventos

Objetivo Central: EVENTOS



Para o USUÁRIO

Ser a agenda central e confiável de eventos relevantes para o profissional de saúde, tanto os promovidos pela Ajinomoto quanto os principais do setor, facilitando a descoberta e a manifestação de interesse.



Para SEO

Ranquear para buscas relacionadas a "eventos de nutrição", "congressos para nutricionistas" e nomes de eventos específicos em que a Ajinomoto participa, atraindo um público altamente engajado.

Eventos



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Eventos e Congressos de Nutrição Agenda Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Fique por dentro dos principais eventos e congressos de nutrição, saúde e bem-estar. Confira a agenda, participe de webinars e atualize-se com a Ajinomoto.
Primária	Foco em dominar	eventos de nutrição, congressos de nutrição
Secundária	Foco em qualificar	webinars de nutrição, agenda para nutricionistas, eventos ajinomoto
Semântica (LSI)	Foco em conectar	atualização profissional, palestras, cursos, simpósio, nutrição esportiva, nutrição clínica, [nome do evento específico, ex: NaturalTech]

Eventos



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal da página. Ex: "Nossos Eventos".
- **<h2>**: O "Nome do Evento" dentro de cada card/listagem deve ser uma tag <h2>. Isso dá a cada evento uma importância semântica individual na página.
- **Filtros**: Seria muito valioso para a experiência do usuário e para o SEO a inclusão de filtros simples.
- **Sugestão**: Filtro por "Tipo" (Congresso, Webinar, Evento Ajinomoto) e por "Modalidade" (Presencial, Online). A aplicação dos filtros deve atualizar a URL com parâmetros para permitir a indexação de visualizações específicas.

2. Eventos Passados

- **Ação**: Não apagar os eventos que já aconteceram. Mover para uma seção/aba "Eventos Anteriores".
- **Por quê?** Páginas de eventos passados continuam a ter valor de SEO, podem conter materiais para download (como as apresentações) e mostram um histórico de engajamento da marca com a comunidade científica.

3. Schema

- **Ação**: Marcar os eventos listados com o Schema Event, dependendo da complexidade.

Eventos



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Texto Introdutório (<h1> e subtítulo)

- **Título (<h1>):** "Nossos Eventos" está bom. Alternativa: "Agenda de Eventos para Especialistas".
- **Subtítulo ("Fique por dentro de todos os eventos"):** Otimizar com palavras-chave: congressos, simpósios e webinars de nutrição.

2. Conteúdo do Card de Evento

- **Resumo:** O "breve e pequeno resumo" deve ser um teaser jornalístico. Deve responder: O quê? Quem? Por quê?
- **CTA (Call to Action):** O botão "Saiba mais" deve ser mais específico e gerenciar a expectativa.
 - **Para eventos de terceiros:** O botão deve ser "Acessar site do evento" e o link deve levar para a página oficial do evento em outra janela.
 - **Para eventos da Ajinomoto:** O botão pode ser "Manifestar Interesse" ou "Pré-inscreva-se".

Orientações SEO

Diretrizes

Ferramentas (Geral)

Objetivo Central: FERRAMENTAS



Para o USUÁRIO

Servir como uma "caixa de ferramentas" central, onde o profissional pode encontrar e acessar facilmente todas as soluções práticas que a plataforma oferece (calculadoras, e-books, lâminas, etc.).



Para SEO

Ranquear para termos de busca de alta intenção como "ferramentas para nutricionistas", "calculadoras de nutrição", "materiais para consulta nutricional", posicionando a Ajinomoto como uma marca que oferece suporte prático.

Ferramentas

Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Recursos Clínicos e Ferramentas para Nutricionistas Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Acesse nossa biblioteca de recursos para a prática clínica: calculadoras de nutrição (IMC, GEB), e-books para download, videoaulas e podcasts com especialistas.
Primária	Foco em dominar	recursos clínicos, ferramentas para nutricionistas
Secundária	Foco em qualificar	calculadora de nutrição, e-books de nutrição, materiais para nutricionistas, podcast de nutrição
Semântica (LSI)	Foco em conectar	download, prática clínica, anamnese, avaliação nutricional, cálculo de dieta, IMC, GEB

Ferramentas



Diretrizes Desenvolvimento e Estrutura

Checklist Técnico de SEO

1. Estrutura de Headings (Hierarquia da Informação)

- **<h1>**: Apenas um, o título principal. Ex: "Recursos Clínicos para Otimizar sua Prática Diária".
- **<h2>**: Os títulos que agrupam os tipos de ferramentas.
 - **<h2>Calculadoras e Ferramentas Interativas</h2>**
 - **<h2>Biblioteca de Materiais para Download (E-books e Lâminas)</h2>**
 - **<h2>Conteúdos em Áudio e Vídeo (Videoaulas e Podcasts)</h2>**
- **<h3>**: O nome de cada ferramenta individual (ex: "Calculadora de IMC", "E-book: Guia de Prescrição de BCAAs").

3. Dados Estruturados (Schema.org)

- **Implementar o Schema CollectionPage**. Adicionalmente, para cada item listado que seja um e-book, videoaula ou podcast, podemos usar a marcação ItemPage dentro da coleção, já apontando o tipo de conteúdo com Book, VideoObject ou PodcastEpisode. Isso enriquece a informação para o Google.

Ferramentas



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

1. Texto Introdutório (<h1> e subtítulo)

- **Ação:** Escrever um parágrafo que apresente a seção como a solução para os desafios da rotina do profissional.

2. Copy dos Cards de Ferramentas

- **Ação:** Cada card de ferramenta (E-book, Calculadora, etc.) precisa de um pequeno texto de chamada (1-2 frases) que explique o benefício direto.
- **Exemplo para a Calculadora de IMC:** Calcule o Índice de Massa Corporal de forma rápida e precisa e acesse conteúdos relacionados à composição corporal.

Ferramentas



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

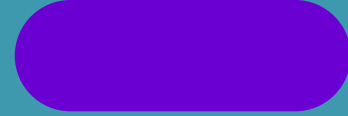
Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

3. Estratégia de "Gated Content" (Conteúdo com Cadastro)

- **Diretriz Geral:** A página deve deixar visualmente claro quais conteúdos são de acesso livre e quais exigem cadastro.

Recomendação:

- **Calculadoras:** Acesso Livre. São nossa principal ferramenta de atração de volume.
- **E-books, Guias e Videoaulas:** Gated (Exigem Cadastro). São nossos "Ímãs de Leads". O card deve ter um ícone de "cadeado" ou um selo "Exclusivo para Membros". O clique no botão "Fazer Download" ou "Assistir Agora" levará o usuário não cadastrado para uma página de login/cadastro simplificada.



Orientações SEO

Diretrizes

Página de ferramenta específica

Objetivo Central: FERRAMENTA ESPECÍFICA



Para o USUÁRIO

Oferecer uma ferramenta funcional, rápida e precisa, e imediatamente conectar o resultado com conhecimento científico aplicável.



Para SEO

Ranquear em primeiro lugar para termos de alto volume como "calculadora de imc", "calcular imc para nutricionistas".

Ferramenta específica



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Calculadora de IMC para Profissionais de Saúde Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Calcule o IMC de forma rápida e precisa com nossa ferramenta para nutricionistas. Acesse a classificação e entenda o papel dos aminoácidos na composição corporal.
Primária	Foco em dominar	calculadora de imc, calcular imc
Secundária	Foco em qualificar	imc para nutricionistas, classificação imc, fórmula do imc
Semântica (LSI)	Foco em conectar	composição corporal, massa magra, obesidade, sarcopenia, avaliação nutricional

Ferramenta específica



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Estrutura e conteúdo

- **<h1>**: Calculadora de IMC para Avaliação Nutricional
- **Ferramenta**: A ferramenta deve estar no topo da página, visível sem necessidade de rolagem.

A página precisa ter conteúdo de apoio para contextualizar a ferramenta.

- **<h2>**Como Interpretar o Resultado do IMC</h2> (incluir a tabela de classificação oficial).
- **<h2>**A Fórmula do IMC e sua Aplicação Clínica</h2>
- **<h2>**Além do IMC: A Importância da Composição Corporal</h2> (Esta é a nossa ponte estratégica).

Objetivo Central: MATERIAL RICO (EX. EBOOK OU VÍDEO-AULAS)



Para o USUÁRIO

Apresentar de forma clara e convincente o valor do material, incentivando o cadastro para o download.



Para SEO

Ranquear para termos específicos e de alta intenção, como "guia de prescrição de bcaas pdf", "e-book sobre sarcopenia"

Ferramenta específica



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	[E-book] Guia de Prescrição de BCAAs para Atletas Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Faça o download do nosso guia completo sobre a suplementação de BCAAs. Um e-book para nutricionistas com protocolos, evidências científicas e aplicações práticas.
Primária	Foco em dominar	guia de prescrição de bcaas, e-book bcaa
Secundária	Foco em qualificar	bcaa para atletas pdf, download guia nutrição esportiva
Semântica (LSI)	Foco em conectar	leucina, síntese proteica, recuperação muscular, protocolo de suplementação

Ferramenta específica



ÍONZ

Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Estrutura e conteúdo

- **<h1>**: "Guia de Prescrição de BCAAs: da Ciência à Prática Clínica"
- **Layout**: Página com duas colunas. À esquerda, a imagem da capa do e-book e o formulário de cadastro/download. À direita, o conteúdo.

Conteúdo:

- **<h2>O que você vai encontrar neste guia:</h2>** Uma lista de tópicos (bullet points) que serão abordados no e-book. Ex: "Mecanismos de ação da Leucina", "Protocolos para pré e pós-treino", "Estudos de caso", etc.
- **<h2>Para quem é este material:</h2>** (Nutricionistas esportivos, estudantes, etc.).
- **<h2>Sobre os Autores:</h2>** (Se houver, para gerar autoridade).



Orientações SEO

Diretrizes

Página de Minha Conta

Objetivo Central: MINHA CONTA



Para o USUÁRIO

Oferecer um processo de cadastro simples e uma área logada funcional e de valor, que centralize os benefícios e incentive o retorno à plataforma.



Para SEO

Otimizar a página de cadastro para ser encontrada por quem busca ativamente se juntar à nossa comunidade e garantir que as páginas internas, mesmo não sendo foco de ranqueamento, tenham uma estrutura técnica correta.

Cadastro

Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Cadastre-se Ajinomoto Especialistas
Meta Description	Deve vender o clique, explicando o valor da página e incluindo palavras secundárias.	Crie sua conta na plataforma Ajinomoto Especialistas e tenha acesso a conteúdos científicos exclusivos, guias de prescrição, ferramentas e muito mais.
Primária	Foco em dominar	cadastro ajinomoto especialistas, criar conta nutricionista
Secundária	Foco em qualificar	cadastro ajinomoto especialistas, criar conta nutricionista
Semântica (LSI)	Foco em conectar	

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Estrutura e conteúdo

- **<h1> no Banner:** Crie sua Conta de Especialista + [Vantagens]

É crucial ter um texto de apoio ao lado ou acima do formulário, reforçando os benefícios do cadastro. Sugestão (em formato de bullet points):

<h2> Benefícios do cadastro como especialista Ajinomoto

- Guias de Prescrição e E-books para download.
- Videoaulas e Webinars com especialistas renomados.
- Ferramenta para salvar seus conteúdos favoritos.
- Cupons de desconto exclusivos.

Formulário (Nerau): Deve ser o mais simples possível, pedindo apenas as informações essenciais na primeira etapa (Nome, E-mail, CRN/CFN, Senha). Informações adicionais podem ser solicitadas em etapas seguintes.

Diretrizes para a Página MINHA ÁREA (Pós-Cadastro/Dashboard)

Esta página geralmente não é indexada (noindex), mas sua estrutura é vital para a retenção.

Minha Área



Meta-Tags

O cartão de visita no Google

Campo	Estratégia	Sugestão
Meta Title	Deve ser direto e comunicar autoridade.	Minha Área Ajinomoto Especialistas
Diretiva		Implementar a tag <meta name="robots" content="noindex, follow">. Isso diz ao Google para não mostrar esta página nos resultados da busca, mas para seguir os links que estão nela.

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Estrutura e conteúdo

- **<h1>**: Bem-vindo(a), Dr(a). [Nome do Usuário]!

Widgets | **<h2>** é sempre o **TÍTULO** de cada caixa (widget). Ele define o propósito daquela seção.

- **<h2>** (Título do Widget)
- **Texto**: Meus Conteúdos Favoritos

Conteúdo (Texto e Elementos):

- **Texto de Apoio**: Acesse rapidamente os artigos, guias e vídeos que você salvou para consulta.
- **Elementos**: Um carrossel ou uma grade com os cards dos 3 a 4 últimos conteúdos favoritados. Cada card deve conter:
 - Imagem do artigo.
 - Título do artigo (que é um link para a página do artigo).
 - Categoria do artigo (ex: "Nutrição Esportiva").
 - Link/Botão: Um link proeminente com o texto "Ver todos os favoritos" que leva para a página .../minha-area/favoritos/.

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Widgets | Eventos

- **<h2>** (Título do Widget)

- **Texto:** Meus Próximos Eventos

Conteúdo (Texto e Elementos):

- **Texto de Apoio:** Confira os eventos para os quais você manifestou interesse e acompanhe o status da sua inscrição.
- **Elementos:** Uma lista simples dos 2 a 3 próximos eventos. Cada item da lista deve conter:
 - Data e Nome do Evento.
 - Local/Modalidade (ex: "São Paulo - Presencial" ou "Online").
 - Status (ex: "Interesse registrado", "Vaga confirmada").
 - Link/Botão: Um link com o texto "Ver todos os meus eventos" que leva para a página .../minha-area/eventos/.

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Widgets | Meus Benefícios Exclusivos

- **<h2>** (Título do Widget)
- **Texto:** Meus Benefícios Exclusivos

Conteúdo (Texto e Elementos):

- **Texto de Apoio:** Use seu cupom de especialista em nossas lojas parceiras.
- **Elementos:**
 - Uma caixa de destaque com o código do cupom (ex: NOMEESPECIALISTA10) e um botão com o texto "Copiar Código".
 - Link/Botão: Um link com o texto "Ver regras e parceiros" que leva para a página .../minha-area/meu-cupom/.

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Widgets | Continue de Onde Parou

- **<h2>** (Título do Widget)

- **Texto:** Continue de Onde Parou

Conteúdo (Texto e Elementos):

- **Texto de Apoio:** Relembre os últimos conteúdos que você acessou.

- **Elementos:**

- Uma lista simples com os títulos dos 3 últimos artigos/vídeos visitados. Cada título é um link direto para o respectivo conteúdo.

Cadastro



Diretrizes para Íonz (Conteúdo, Copy)

Otimização de Conteúdo e Estrutura Narrativa

Widgets | Continue de Onde Parou

- **<h2>** (Título do Widget)

- **Texto:** Continue de Onde Parou

Conteúdo (Texto e Elementos):

- **Texto de Apoio:** Relembre os últimos conteúdos que você acessou.

- **Elementos:**

- Uma lista simples com os títulos dos 3 últimos artigos/vídeos visitados. Cada título é um link direto para o respectivo conteúdo.

Vamos gerar valor!

© Material desenvolvido pela Íonz, suas ideias e criações não podem ser reproduzidas sem autorização.

ÍONZ