

GUIA PRÁTICO POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

Garanta que os utentes encontram e compram na sua farmácia

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

PANORAMA DIGITAL (DADOS DE FEVEREIRO 2025)

SABIA QUE...

Em Portugal, 28.5% da população pesquisa sintomas na Internet **semanalmente**? É verdade! Estamos 5.9 pontos percentuais da média mundial.

A pesquisa por sintomas de patologia é mais predominante nas mulheres do que nos homens e a faixa etária 35-44 é a que regista mais pesquisas.

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

PORQUE MOTIVOS AS PESSOAS USAM A INTERNET? (DADOS DE FEVEREIRO 2025)

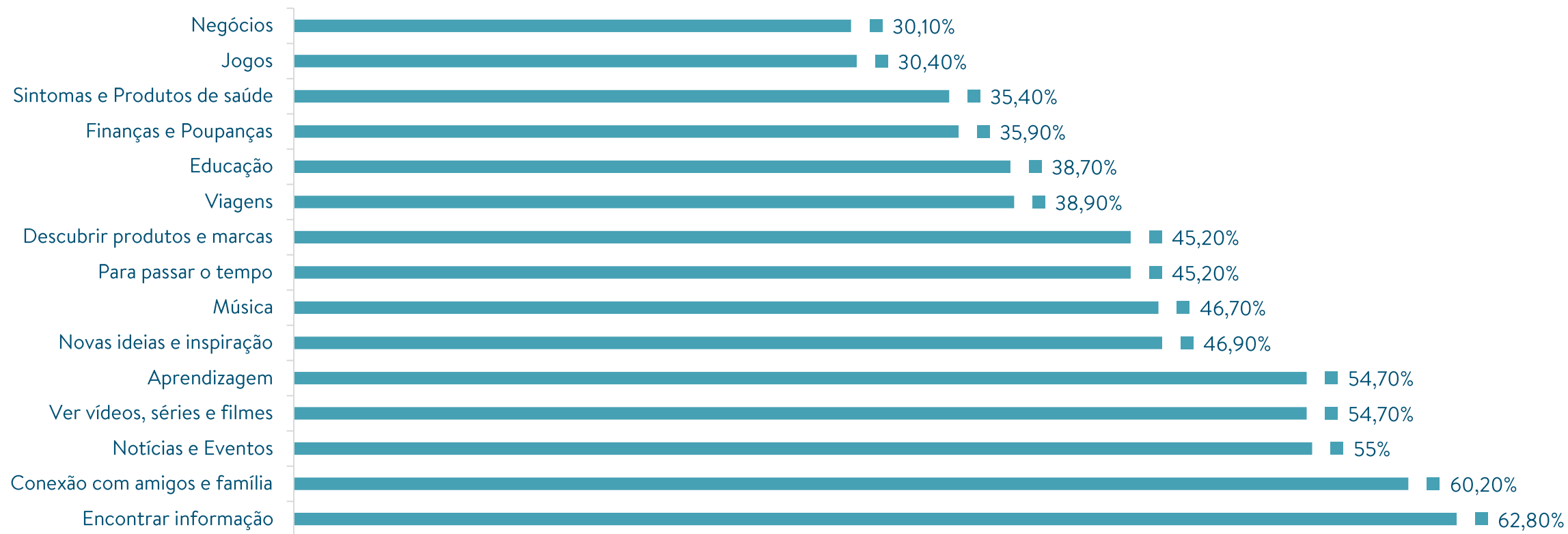
IDADES 16-24		IDADES 25-34		IDADES 35-44		IDADES 45-54		IDADES 55-64		IDADES 65+	
Conexão com amigos e família	62%	Conexão com amigos e família	58,7%	Encontrar informação	62%	Encontrar informação	65%	Encontrar informação	68%	Encontrar informação	81,7%
Encontrar informação	61%	Encontrar informação	58,5%	Conexão com amigos e família	59,7%	Conexão com amigos e família	59,3%	Seguir notícias e eventos	61%	Seguir notícias e eventos	66,9%
Ver vídeos e séries	59%	Ver vídeos e séries	56%	Seguir notícias e eventos	56,3%	Seguir notícias e eventos	58,9%	Conexão com amigos e família	61%	Conexão com amigos e família	62,7%
Ouvir música	55%	Seguir notícias e eventos	51,5%	Ver vídeos e séries	55%	Ver vídeos e séries	53,6%	Aprendizagem	53%	Aprendizagem	60,9%
Educação e estudos	52,4%	Aprendizagem	48,6%	Aprendizagem	50%	Aprendizagem	51,8%	Ver vídeos e séries	49,3%	Pesquisa sobre marcas	57%

Fonte



POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

PRINCIPAIS RAZÕES PELAS QUAIS PESSOAS COM 16+ ANOS UTILIZAM A INTERNET (DADOS DE FEVEREIRO 2025)



POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

O QUE É O SEO?

Os dados que vimos, indicam que a Internet tornou-se a **principal fonte de informação** para os consumidores.

A maioria dos utentes procura produtos farmacêuticos e serviços médicos online antes de tomar uma decisão de compra. Portanto, um website bem posicionado pode ser a diferença entre conquistar novos clientes ou perdê-los para a concorrência.



Um em cada cinco consumidores pesquisa online antes de comprar medicamentos receitados pelos seus médicos ou profissionais de saúde*



SEO (*Search Engine Optimization*), ou Otimização para Motores de Pesquisa, é um conjunto de técnicas e estratégias digitais que têm como objetivo melhorar o posicionamento de um website nos resultados orgânicos dos motores de pesquisa, como o Google.

É a estratégia que permite a sua farmácia ser a primeira a destacar-se quando um utente pesquisa sintomas, patologia e/ou medicamentos.

Fonte

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

COMO FUNCIONAM OS MOTORES DE PESQUISA?

Para aplicar a estratégia devemos saber como funcionam os motores de pesquisa.

Os motores utilizam algoritmos para determinar a relevância e a qualidade dos websites. Os principais fatores para colocar o seu website na página de pesquisa incluem:

Relevância do conteúdo. Os motores de pesquisa procuram responder à intenção do utilizador, por isso é fundamental que o conteúdo esteja alinhado com as pesquisas do utente.

Autoridade do domínio. Sites com histórico de conteúdos de qualidade e com um bom número de backlinks tendem a ser considerados mais relevantes.

Experiência do utilizador (UX). Fatores como velocidade de carregamento, navegação intuitiva, design responsivo e segurança influenciam diretamente o posicionamento.

➔ Para sua curiosidade, saiba os motores de pesquisa mais utilizados e o seu respetivo Search Market Share em 2025:



Google
78,83%



Bing
12,23%



Yahoo
3,07%



Baidu
0,77%

Em Portugal, o Google, é o motor de pesquisa preferencial! (93,62%)

[Fonte](#)

[Fonte](#)

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

PORQUE DEVO APLICAR ESTRATÉGIAS DE SEO?

Motivos para aplicar estratégias de SEO:

- **Ter maior visibilidade online.** Com a crescente procura por informações online, um site bem posicionado garante que a farmácia seja facilmente encontrada.
- **Aumento do tráfego orgânico.** Uma presença destacada atrai visitas sem depender exclusivamente de publicidade paga ou tradicional.
- **Competitividade.** Num ambiente onde muitos consumidores recorrem à internet para localizar serviços de saúde e farmácias próximas, o SEO local torna-se indispensável para captar clientes na sua zona geográfica.
- **Melhoria da experiência do utilizador.** Sites rápidos, bem estruturados e fáceis de explorar incentivam os utilizadores a permanecer mais tempo e a navegar os produtos e serviços oferecidos.

EXEMPLOS:

The image displays two examples of Google search results. The top screenshot shows a search for 'medicamento homeopatico para a gripe'. The result features a snippet about Oscillococcinum, a Boiron product, and a link to boiron.pt. The bottom screenshot shows a search for 'fibra psyllium soluvel'. The result features a snippet about Psyllium, a Psyllogel product, and a link to psyllogel.pt. Both results include a small logo and a link to the product page.

Google medicamento homeopatico para a gripe

Medicamento homeopático tradicionalmente utilizado no alívio de estados gripais e dos sintomas decorrentes tais como febre, dores de cabeça, arrepios, dores musculares e afins. Adequado para todas as idades. Oscillococcinum® está disponível em farmácias e parafarmácias.

boiron.pt
https://boiron.pt › produtos › oscillococcinum

Oscillococcinum® – Boiron

Google fibra psyllium soluvel

O que é o **Psyllium**? A **fibra Psyllium** é obtida a partir da casca de semente da planta Plantago ovata. A sua composição conta com até 85% de **fibra solúvel**. É frequentemente utilizado como suplemento alimentar devido aos seus benefícios para a saúde intestinal.

psyllogel.pt
https://www.psyllogel.pt › fibra-psyllium

Psyllium: o que é, benefícios e Funções| Psyllogel Fibra

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

FACTORES-CHAVE SEO

Tanto a estrutura como o funcionamento global do website são factores-chave para um bom posicionamento. O website deve ter uma estrutura otimizada para um bom posicionamento nos motores de pesquisa.

1. Velocidade

Comprima imagens sem comprometer a qualidade para a redução do tempo de carregamento do site. Paralelamente, use cache para reduzir o tempo de resposta do website.



40% dos utilizadores abandonam um website que demore mais de três segundos a carregar.*



83% dos utilizadores esperam que os website que visitam sejam carregados em três segundos ou menos.*

2. Adaptável a todos os dispositivos

Refere-se à capacidade do site adaptar-se a diferentes tamanhos de ecrã. Assegure que o site funciona bem independentemente do utilizador aceder através de um smartphone, tablet ou computador.

3. Acessibilidade

Diz respeito à implementação de práticas que permitem a navegação por todos, incluindo pessoas com deficiências.



Estas três abordagens não só melhoram a experiência do utilizador, mas também contribuem para um desempenho superior nos motores de pesquisa e reforçam o compromisso com a inclusão no ambiente digital.

[Fonte](#)

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

SEO ON PAGE: ESTRATÉGIAS E AÇÕES

SEO On-Page refere-se à otimização de elementos internos da página para melhorar o posicionamento e proporcionar uma boa experiência ao utilizador. Isso inclui a utilização estratégica de:

1. Palavras-Chave

Esta é a fase inicial imprescindível de qualquer estratégia de SEO.

Deve conduzir uma análise aprofundada para identificar as palavras-chave mais pertinentes, assegurando que os utilizadores que visitam o seu site estão à procura dos termos que melhor definem os produtos ou serviços que disponibiliza.

Deve identificar termos de pesquisa que os seus clientes utilizam, como “farmácia 24 horas”, “medicamentos genéricos”, “consulta farmacêutica”, “medicamentos para gripe” e outros termos relacionados com saúde e bem-estar.

Poderá fazê-lo em plataformas como [Google Trends](#), [Google Analytics](#), [SEMrush](#) e [Google Search Console](#).

Podemos ver no exemplo, no website boiron.pt, na página sobre os medicamentos recomendados para a Gripe, contem textos sobre a patologia de forma a posicionar o website Boiron nos motores de pesquisa quando o utilizador pesquisa por esse termo.

EXEMPLO:

The screenshot displays a webpage from Boiron Portugal. At the top, under the heading "PRODUTO RECOMENDADO", two products are featured: "OSCILLOCCINUM®" (a box of tablets) and "CORY SPRAY" (a nasal spray bottle). Below each product is a brief description of its use for flu symptoms and a "Saiba mais" (Learn more) button. The lower section, titled "PREVENÇÃO", contains two articles. The first, "QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS FORMAS DE PREVENIR A GRIPE?", discusses various measures to prevent the flu, such as hand hygiene and vaccination. The second, "QUEM DEVE TOMAR A VACINA CONTRA A GRIPE?", lists groups of people who should get the flu vaccine, including the elderly, pregnant women, and healthcare workers. Both articles include "Saiba mais" buttons. The page is decorated with images of people in winter clothing, reinforcing the theme of flu prevention.

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

SEO ON PAGE: ESTRATÉGIAS E AÇÕES

2. Conteúdo de qualidade

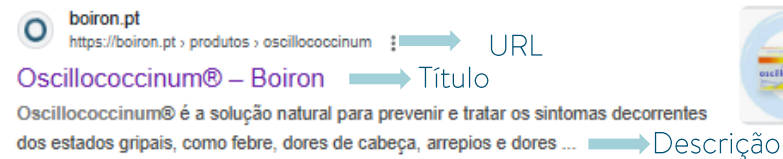
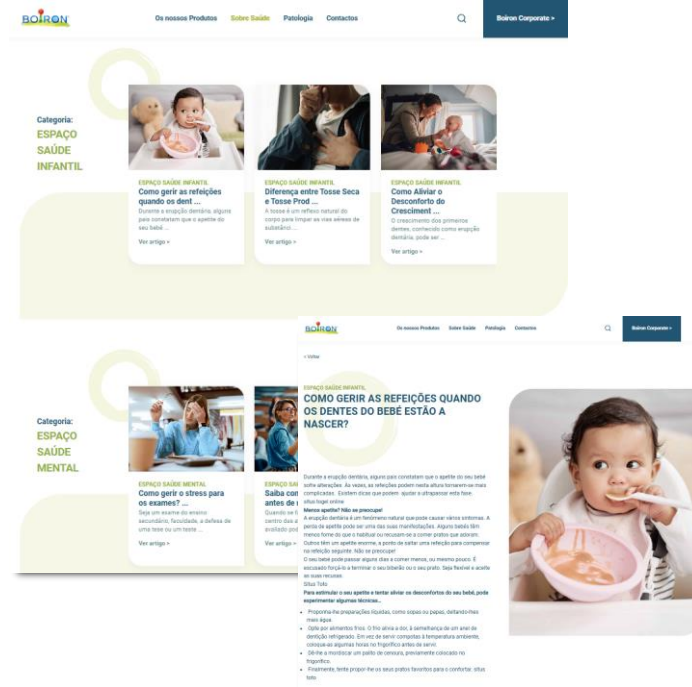
Deve ser relevante, original, informativo e responder às dúvidas do utente. Num sector tão delicado como o da saúde, a criação de conteúdo é uma ferramenta para:

- Educar o utente através informações úteis sobre prevenção, cuidados e novidades na área da saúde.
- Posicionar a farmácia como uma referência confiável.
- Dar a conhecer os produtos que necessita de fazer reforço nas vendas para que o processo de recomendação ao balcão seja mais rápido e eficiente.

3. Títulos e descrições da página

- Os títulos devem ser curtos, objetivos e incluir palavras-chave relevantes. São o primeiro contato do utilizador com a página e devem incentivar ao clique. Exemplo: “Dor de garganta? Conheça os melhores remédios”
- A descrição deve resumir o conteúdo da página. Deve ter entre 150 e 160 caracteres, conter palavras-chave e uma chamada para ação. Exemplo: "Descubra os melhores remédios para dor de garganta e dicas para aliviar os sintomas rapidamente. Saiba mais!"
- A URL deve ser curta, descritiva. Evite números ou caracteres especiais. Exemplo: /dor-garganta-remedios

EXEMPLOS:



POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

SEO LOCAL: DÊ A CONHECER A SUA FARMÁCIA

O SEO Local é uma estratégia que permite atrair tráfego geograficamente relevante para o website, aumenta a visibilidade e melhora o posicionamento do site.

Para uma farmácia, a presença local é tão importante quanto a presença online. Estratégias de SEO local incluem:

Google My Business. Registe a sua farmácia no Google My Business e mantenha o perfil da farmácia sempre atualizado com informações corretas (horário, morada, contactos). No exemplo pode ver o perfil My Business da Boiron Portugal.

Citações e diretórios Locais. Assegure que a farmácia está listada em diretórios e portais locais (ex.: Páginas Amarelas, diretórios de saúde) e mantenha sempre consistência nas informações.

Conteúdo localizado. Produza conteúdos que se relacionem com a comunidade local, como eventos, campanhas de saúde e parcerias com outras entidades locais.

Geolocalização. Utilize palavras-chave que incluam a localidade (ex.: “farmácia em Lisboa”, “farmácia no Porto”) para captar o tráfego de pesquisas regionais.

EXEMPLOS:



Boiron Portugal
4,0 ★★★★★ 3 opiniões ⓘ
Empresa farmacêutica em Lisboa

De Boiron Portugal
"A empresa nº1 do mundo em homeopatia e com mais de 90 anos de história, somos reconhecidos globalmente pela excelência na produção de medicamentos naturais. Trabalhamos diariamente a pensar na saúde e bem-estar de milhões de pessoas. O nosso... [Mais](#)

Atualize os seus clientes.
Mantenha os seus clientes atualizados acerca da sua empresa

Endereço: Edif. Mar do Oriente
N.º 2 Fração 2.3, 1990-152 Lisboa

Telefone: 21 193 5095

Horário: Aberto · Fecha às 18:00
Confirmado por chamada há 8 s

Perfis
LinkedIn Instagram Facebook

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

KPI'S E FERRAMENTAS DE ANÁLISE

Para medir a eficácia das estratégias, é fundamental acompanhar alguns indicadores que fornecem informações detalhadas sobre o comportamento dos utilizadores e o impacto das ações realizadas, como:

Tempo Médio na Página indica o tempo médio do utilizador no website. Quando permanecem mais tempo a navegar pelo site, isso indica que estão a encontrar informações.

Taxa de Rejeição revela a percentagem de visitantes que abandonam o site após visualizar apenas uma página. Se este índice se mostrar elevado, é um sinal de que o conteúdo não está a corresponder às expectativas.

Por fim, o **Volume de Tráfego Orgânico** avalia o crescimento do número de visitantes provenientes dos motores de pesquisa sem depender de campanhas de publicidade paga.

Pode fazer esta análise nas plataformas:

- **Semrush**: Recomendamos para analisar a concorrência e identificar oportunidades de palavras-chave.
- **Google Trends**: Permite acompanhar a popularidade de palavras-chave ao longo do tempo e identificar tendências de pesquisa.
- **Google Analytics**: Recomendamos para monitorizar o tráfego do site, acompanhar o número de visitantes, as páginas mais visitadas e o comportamento dos utilizadores.
- **Google Search Console**: Permite analisar as consultas de pesquisa que direcionam os utilizadores para o site e acompanhar a evolução do posicionamento para as palavras-chave definidas.



POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

CHECKLIST

Configuração do seu perfil na plataforma Google My Business

- ✓ Criar e reivindicar o perfil da farmácia na plataforma
- ✓ Garantir que o nome, morada e telefone estão corretos
- ✓ Escolher a categoria correta da empresa (ex.: Farmácia)
- ✓ Adicionar o website e outros canais de contato (WhatsApp, redes sociais)
- ✓ Inserir horário de funcionamento atualizado, incluindo feriados
- ✓ Carregar fotos de qualidade da farmácia, interior e lineares

Otimização do perfil

- ✓ Incentivar clientes a deixarem avaliações positivas do atendimento
- ✓ Responder às avaliações, sejam positivas ou negativas
- ✓ Criar publicações regulares sobre campanhas, novidades e dicas de saúde
- ✓ Manter informações sempre atualizadas, como novos serviços ou mudanças no horário

Presença Digital e Redes Sociais

- ✓ Ter uma página ativa no Instagram e Facebook
- ✓ Publicar conteúdos de interesse, como campanhas e dicas de saúde
- ✓ Responder a mensagens e interagir com os seguidores
- ✓ Utilizar hashtags estratégicas (#farmáciaperto, #saúde, #bemestar)

SEO e Conteúdo

- ✓ Utilizar palavras-chave relevantes no perfil, como “farmácia 24h [cidade]”
- ✓ Criar um site otimizado para SEO com as dicas que vimos neste guia (rápido, responsivo e com informações claras)
- ✓ Incluir a farmácia em diretórios locais e mapas como Waze e Google Maps
- ✓ Ter um blog com conteúdos úteis sobre saúde e bem-estar
- ✓ Criar backlinks de qualidade (parcerias com blogs, sites de saúde e fornecedores)

Análises

- ✓ Acompanhar insights do Google My Business (quantas pessoas visitam o perfil, cliques no telefone, rotas)
- ✓ Utilizar as plataformas que vimos neste guia para monitorar acessos ao site
- ✓ Ajustar estratégias com base nos dados

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

GLOSSÁRIO

TERMO	SIGNIFICADO
Algoritmo	Conjunto de regras e processos utilizados pelos motores de pesquisa para classificar e apresentar resultados de pesquisa.
Alt Text (Texto Alternativo)	Texto descritivo de imagens para melhorar a acessibilidade e ajudar os motores de pesquisa a compreender o conteúdo.
Autoridade do Domínio	Métrica que avalia a credibilidade e relevância de um domínio.
Backlink	Link recebido de outro site, utilizado para aumentar a autoridade e a relevância de uma página.
Canonical Tag	Tag HTML usada para evitar conteúdo duplicado, indicando a versão preferida de uma página aos motores de pesquisa.
CTR (Click-Through Rate)	Taxa de cliques, ou seja, a percentagem de utilizadores que clicam num link em relação ao número total de visualizações.
Crawling	Processo pelo qual os motores de pesquisa exploram e indexam páginas da web.
Indexação	Processo de armazenamento e organização de páginas nos motores de pesquisa para que possam ser apresentadas nos resultados de pesquisa.
Keyword (Palavra-chave)	Termo ou frase utilizada pelos utilizadores para pesquisar informação nos motores de busca.
Link Building	Estratégia de SEO focada na obtenção de backlinks de qualidade para melhorar a autoridade do site.
Meta Description	Breve descrição de uma página exibida nos resultados de pesquisa para fornecer um resumo do seu conteúdo.

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

GLOSSÁRIO

TERMO	SIGNIFICADO
Meta Title	Título principal de uma página que aparece nos resultados de pesquisa e influencia o ranking.
Velocidade da Página	Tempo necessário para carregar completamente uma página web, fator importante para a experiência do utilizador e ranking.
Landing Page	Página projetada para converter visitantes em leads ou clientes.
SEO	Conjunto de técnicas para otimizar um site e melhorar o seu posicionamento nos motores de pesquisa.
SEO Off-Page	Estratégias externas ao site, como link building e marketing de conteúdo, para melhorar a autoridade e visibilidade.
SEO On-Page	Otimização interna de um site, incluindo uso de palavras-chave, meta tags e estrutura do conteúdo.
SERP	Página de resultados de um motor de pesquisa, onde aparecem os links para os sites indexados.
Tráfego Orgânico	Visitas a um site provenientes de resultados de pesquisa não pagos.
Black Hat SEO	Práticas de SEO que violam as diretrizes dos motores de pesquisa para manipular rankings.
UX (User Experience)	Experiência do utilizador ao navegar num site, factor que influencia a retenção e o ranking.

POSICIONE A SUA FARMÁCIA NO GOOGLE

Se tiver alguma questão, contacte-nos

CONTACTE-NOS

myboiron@boiron.pt