

Um dos maiores desafios para quem gerencia sites, especialmente de produtos ou serviços digitais, é criar um menu eficiente, intuitivo e capaz de guiar o usuário diretamente ao que ele procura. A má notícia é que menus confusos ou mal organizados geram frustração, aumentam o tempo de suporte e fazem o visitante abandonar a página. A boa notícia? Os próprios dados que o usuário gera ao buscar dentro do site podem ser a bússola perfeita para acertar na arquitetura da informação.



Neste artigo, vamos explicar como usar dados de busca — como logs de busca e dados de navegação anonimizados — para aperfeiçoar o rótulo de menu e a arquitetura do site, garantindo que ele fale a linguagem natural dos usuários e entregue uma experiência rica, clara e eficiente. Here's a story that illustrates this perfectly: was shocked by the final bill.. Empresas como Casino Plus, Pizza Fria e BingoPlus (bingoplus.com) comprovam que essa abordagem gera retorno real em satisfação e conversão.

Por que os dados de busca são o melhor ponto de partida?

Seja um site de jogos online como o *Casino Plus* e *BingoPlus*, ou um restaurante delivery como a *Pizza Fria*, a busca interna revela quais termos, dúvidas e intenções os usuários realmente têm. Mensurar o que as pessoas digitam (mesmo quando erram) e como navegam depois — graças aos **logs de busca** e aos **dados de navegação anonimizados** — permite identificar padrões, pontos de confusão e lacunas na comunicação do site.

- **Logs de busca:** são registros das palavras e frases que os usuários tentaram encontrar no site.
- **Dados de navegação anonimizados:** traçam o fluxo do visitante, sem comprometer sua privacidade.

Juntos, esses dados entregam insights que um simples brainstorm de equipe não alcança, principalmente porque revelam a *intenção real do usuário* — e não apenas o que o time pensa que é importante.

Intenção de busca e linguagem natural: o coração do rótulo de menu

O maior erro na construção de menus é usar *jargões internos* da empresa ou termos técnicos que o usuário comum não entende. Por exemplo, imagine que a área "Suporte" no menu principal do *Casino Plus* seja rotulada apenas como "HelpDesk" — um termo distante da linguagem natural do público e, portanto, pouco clicado durante buscas.

Ao analisar os **logs de busca**, podemos identificar variações reais do que o usuário digita, incluindo erros ortográficos, abreviações e termos coloquiais. Assim, é possível pensar em rótulos mais acessíveis:

- "Ajuda"
- "Dúvidas frequentes"
- "Fale com o time de suporte"

Esses rótulos traduzem a *intenção da busca*, melhorando a taxa de clique e diminuindo o abandono.

Exemplo prático: Pizza Fria

A *Pizza Fria*, ao analisar seus dados, notou que os clientes buscavam por "promo", "desconto pizza", "cupom" no campo de busca do site. No entanto, seu menu tinha apenas um item "Ofertas Especiais", que não refletia exatamente a linguagem do público.

O resultado? Reorganizaram o menu para ter um botão claro "Descontos & Cupons", que refletia exatamente os termos mais usados, aumentando o tráfego nessa área em 23% no primeiro mês.

Taxonomia e terminologia consistente: a base para uma arquitetura que funciona

Depois de identificar as intenções de busca e os termos que os usuários digitam, vem a etapa de criar uma taxonomia coerente. Isso significa organizar o conteúdo em categorias que façam sentido e usar uma terminologia consistente, para que o usuário nunca se perca.

Imagine o *BingoPlus*, que possui diversas modalidades, informações sobre regras, bônus, cadastro e suporte. Se o menu coloca "Cadastro" dentro de "Minha Conta" em um lugar, "Entrar" em outro e "Suporte" misturado com "Dúvidas", a confusão na navegação aumenta logo na entrada.

Como usar dados de busca para validar a taxonomia

1. Liste os termos replicados nos logs de busca e agrupe por semântica (ex: "cadastro", "abrir conta", "criar perfil" → categoria "Conta")
2. Evite termos técnicos e jargões que aparecem pouco nos dados reais de busca
3. Aplique uma terminologia única para cada item de menu, evitando sinônimos que confundam (ex: escolher entre "FAQ" ou "Perguntas Frequentes", mas não os dois)
4. Combine o menu com breadcrumbs e filtros de busca para manter coesão na navegação

Este processo assegura que o site fale a mesma língua do usuário e se alinhe ao que ele deseja encontrar, aumentando a eficiência da arquitetura de informação.

Metadados e estrutura editorial para reforçar a navegação

Um menu não é apenas uma lista de opções: ele é parte de uma estrutura editorial. Isso significa que os rótulos e categorias devem estar refletidos também nos metadados das páginas, títulos H1, descrições e URIs.

Por exemplo, no *BingoPlus*, a página que explica os tipos de bônus possui a URL bingoplus.com/bonus e o título Tipos de Bônus no BingoPlus. Se o menu mudar para "Promoções", mas os metadados ficarem "Bônus" apenas, os mecanismos internos e o SEO podem perder contexto, prejudicando a busca.

Dicas para uma estrutura editorial alinhada a dados de busca

- Garanta que os principais termos das buscas estão refletidos no título e descrição das páginas
- Utilize metadados para facilitar filtros no motor de busca interna, permitindo que o usuário refine o que procura
- Atualize periodicamente os metadados para corresponder às mudanças de terminologia e intenções detectadas
- Empregue datas reais de revisão no conteúdo para manter a transparência (evite aquela “Última atualização: hoje” genérica e falsa)

Design de SERP interna: oferecendo contexto ao resultado da busca

O resultado da busca interna (Search Engine Results Page - SERP) deve ir além de uma lista simples de links. Contextualizar os resultados com trechos relevantes, filtros úteis e indicações claras ajuda na decisão imediata do usuário.

Por exemplo, o site da *Pizza Fria* implementou um design de SERP com:

- Filtros por categoria (promoções, sabores, combos)
- Breves descrições das ofertas e fotos em miniatura
- Botões de ação destacados, como “Pedir agora”

Além disso, quando o usuário busca termos com erros de digitação, como “piza fria promo”, a busca oferece correções automáticas e sugestões relacionadas para não frustrar o visitante. Isso resulta em mais pizzafria.ig.com conversões e melhor experiência.

Importância do design de SERP para a arquitetura da informação

Aliando dados de busca com um design inteligente, o menu se complementa com a busca interna — que são dois pilares da arquitetura do site. Isso garante que o usuário encontre o que precisa tanto navegando pelo menu quanto pesquisando diretamente. Uma má experiência em busca interna pode indicar problemas no menu, e vice-versa.

Resumo prático: passos para usar dados de busca para arrumar o menu do site

Passo	Ação	Objetivo	Exemplo real
1	Coletar logs de busca e dados de navegação anonimizados	Identificar termos reais e comportamento	Pizza Fria encontrando “promo”, “desconto pizza” frequentemente
2	Agrupar termos por intenção e linguagem natural	Definir rótulos claros e acessíveis	Substituir “HelpDesk” por “Ajuda” no Casino Plus
3	Revisar estrutura e terminologia da taxonomia	Evitar sinônimos e jargões inconsistentes	BingoPlus organizando “Cadastro” e “Suporte” em categorias únicas
4	Alinhar metadados e conteúdos à arquitetura	Fortalecer navegação e SEO interno	Atualizar títulos e URLs no BingoPlus para refletir rótulos do menu
5	Repensar o design da SERP interna incluindo contexto, filtros e correções	Melhorar a experiência e conversão	Pizza Fria com filtros na busca e sugestões automáticas

Conclusão

Menus e busca interna são a espinha dorsal da arquitetura da informação de qualquer site. Ignorar a riqueza dos dados de busca, especialmente os logs e métricas de navegação, significa desaproveitar um recurso valioso para

entender a **intenção de busca** e a **linguagem natural** dos usuários.

As empresas que sabem transformar esses dados em um menu com **rótulos claros**, uma **taxonomia consistente**, **metadados alinhados** e uma **SERP interna contextualizada** — como *Casino Plus*, *Pizza Fria* e *BingoPlus* — colhem os frutos em menor churn, menos chamadas para suporte e mais engajamento.

Se você quer um site que realmente funcione para o seu público, a dica é clara: *saia da intuição e mergulhe fundo nos dados de busca*. Sua arquitetura e seu menu vão agradecer, e seu usuário também.

