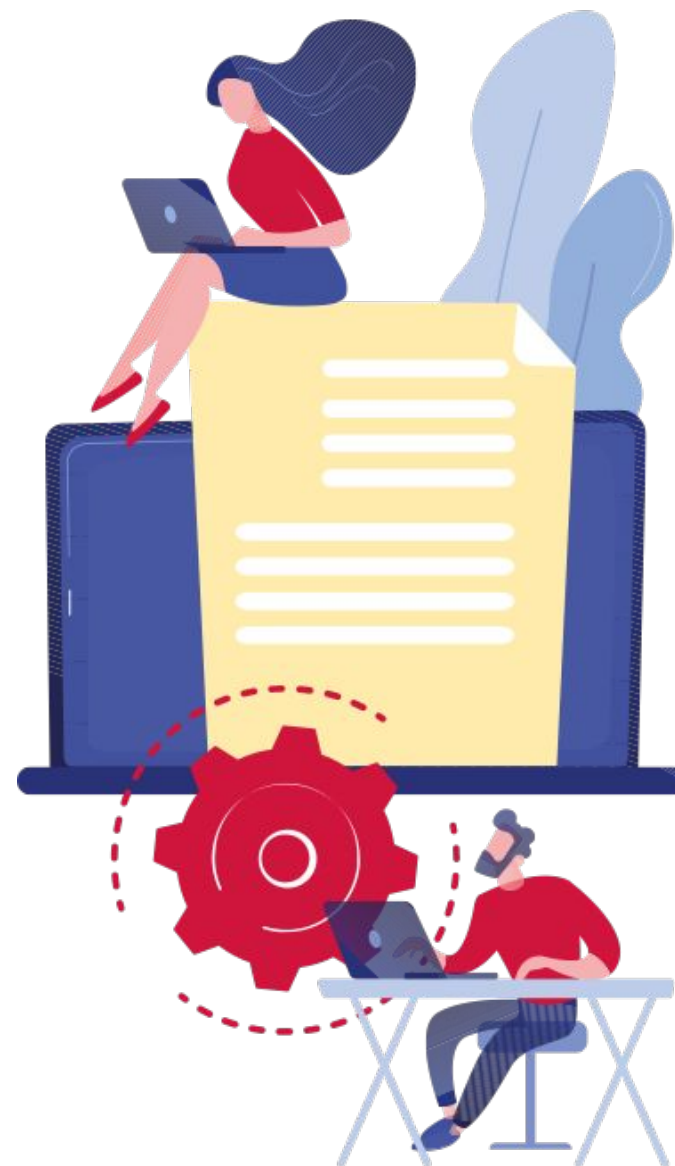


OFICINA
Acelera
pyme

Cómo hacer visible tu empresa en internet. La importancia del SEO.

2 de diciembre de 2021



red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

1. SEO & SEM

1.1 ¿Qué es el SEO?

1.2 ¿Qué es el SEM?

1.3 Diferencias

2. Ventajas & Desventajas

2.1 SEO

2.2 SEM

3. SEO en Profundidad

3.1 Consejos Básicos

3.2 Qué puede aportar el SEO a tu empresa

3.3 Malas Prácticas

3.4 Otros Tipos de SEO

3.5 Plataformas & Herramientas



SEO & SEM

¿Qué es el SEO?

Mucho más que Google

SEO son las siglas en inglés de Search Engine Optimization (optimización para motores de búsqueda). La Wikipedia lo define como "**el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores**".

Este proceso tiene como **objetivo llegar a los primeros puestos de los motores de búsqueda** como Google, para conseguir de esa forma más visitantes y por ende conversiones o potenciales clientes (leads).

Factores

Existen **2 factores** fundamentales que tenemos que tener en cuenta para el posicionamiento de una página web:

- **La Relevancia.** Google considera que una web es relevante cuando se corresponde con precisión con una búsqueda concreta, esto es, cuando responde a la duda, consulta o pregunta que ha realizado el usuario (Blogging / Contenidos).
- **La Autoridad.** Una página web tiene autoridad cuando es popular, y esta popularidad se mide según el número de enlaces que apuntan hacia ella. Ojo, no quiere decir que cuantos más enlaces mejor, lo importante realmente es conseguir enlaces de calidad que apunten a tu web (linkbuilding).



Tipos de SEO

- **On-site:** El SEO on-site se preocupa de la relevancia. Se asegura de que la web está optimizada para que el motor de búsqueda entienda lo principal, que es el contenido de la misma. Dentro del SEO On-site incluiríamos la **optimización de keywords, tiempo de carga, experiencia del usuario, optimización del código y formato de las URLs.**
- **Off-site:** El SEO off-site es la parte del trabajo SEO que se centra en factores externos a la página web en la que trabajamos. Los factores más importantes en el SEO off-site son el **número y la calidad de los enlaces, presencia en redes sociales, menciones en medios locales, autoridad de la marca y rendimiento en los resultados de búsqueda**, es decir, el CTR que tengan nuestros resultados en un motor de búsqueda.



Tipos de SEO (II)

- **Black Hat SEO:** Se llama black hat al intento de mejorar el posicionamiento en buscadores de una página web mediante **técnicas poco éticas o que contradicen las directrices del motor de búsqueda**. Algunos ejemplos de Black Hat SEO son el Cloaking, Spinning, SPAM en foros y comentarios de blogs, o el Keyword Stuffing. El black hat puede proporcionar beneficios en el corto plazo, pero generalmente es una estrategia arriesgada, sin continuidad en el largo plazo y que no aporta valor.
- **White Hat SEO:** Consiste en todas aquellas **acciones éticamente correctas y que cumplen las directrices de los motores de búsqueda para posicionar una página web e los resultados de búsqueda**. Dado que los buscadores dan una mayor importancia a las páginas que mejor responden a una búsqueda del usuario, el White Hat comprende las técnicas que buscan hacer más relevante una página para los buscadores a través de aportar valor para sus usuarios.



¿Qué es el Estudio de Palabras Clave?

Descubriendo sobre qué posicionar

Las **palabras clave** son los términos que los usuarios introducen en los motores de búsqueda para encontrar información.

La **investigación de palabras clave** muestra de dónde procede el tráfico orgánico, pero, al contrario de lo que la mayoría piensa, las palabras clave no son solo SEO. De una manera u otra, la investigación de keywords influye en todas las actividades de marketing digital.

Una correcta investigación de palabras clave te ayudará a:

- Entender y alcanzar tu audiencia.
- Encontrar nuevos temas relevantes.
- Conseguir leads de calidad.
- Incrementar las ventas.
- Mejorar tus campañas publicitarias y conseguir más clics e impresiones.
- Crear reconocimiento de marca



¿Qué es el Blogging?

Redactando para el usuario, y para los motores de búsqueda

Blogging en español se conoce como «bloguear», y es un término que se usa de muchas formas para referirse por ejemplo al hecho de tener, escribir o gestionar un blog en general.

También se usa para hacer referencia a todo lo relacionado con los blogs, como «el mundo del blogging», «el mercado del blogging», etc. Lo que en español sería la «blogoesfera»



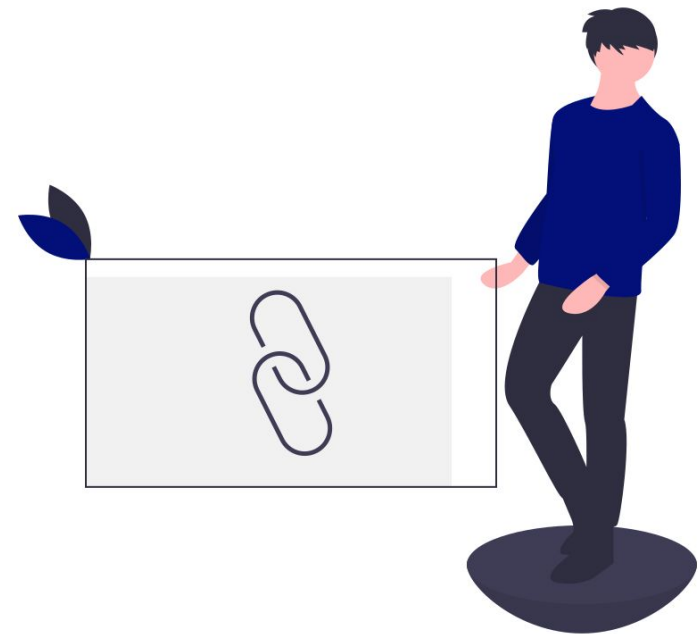
¿Qué es el Link Building?

La importancia de los enlaces

El Link Building es el conjunto de técnicas para generar enlaces en dominios externos con el objetivo de mejorar el posicionamiento SEO de una página o sitio web dentro de los buscadores.

A estos enlaces externos se les conoce como backlinks. Cada uno de ellos les indica a los buscadores que el contenido enlazado es de valor y esto acaba aumentando su autoridad.

Sin embargo, no todos los backlinks van a darte la ayuda que buscas para mejorar tu posicionamiento, algunos pueden incluso perjudicarte en esta tarea.



¿Qué es el SEO Local?

Jugando en casa

SEO local es un conjunto de estrategias de optimización para buscadores que busca mejorar el **posicionamiento de una marca cuando los usuarios buscan soluciones dentro de una ubicación específica o quieren encontrar la opción más relevante alrededor.**

El SEO local está diseñado para búsquedas que contienen un componente geográfico — he aquí la diferencia con el SEO común.

La localización del usuario que busca por negocios locales o señalando una región en específico en los términos o palabras claves, como “zapatería en Murcia” o “en Alicante”, acciona el algoritmo de búsqueda local y modifica la forma en la que Google muestra sus resultados.

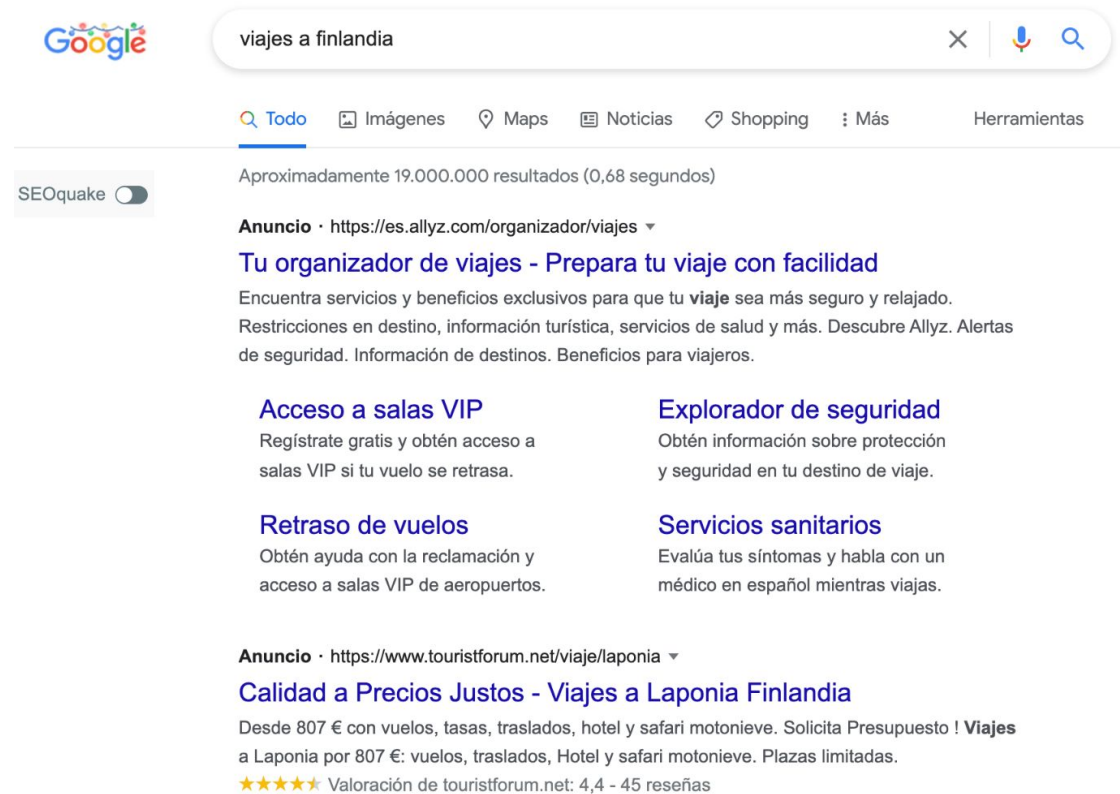


¿Qué es el SEM?

Datos, Datos y más Datos

El **SEM** representa las iniciales de Search Engine Marketing, o también se puede denominar marketing en buscadores.

Normalmente el SEM sirve para designar las **campañas de anuncios de pago en buscadores**, aunque la verdad es que su definición podría englobar todas aquellas acciones de marketing que tienen lugar dentro de un buscador, sean o no sean de pago.



The screenshot shows a Google search for "viajes a finlandia". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search, voice, and clear icons on the right. Below the search bar are navigation links: "Todo", "Imágenes", "Maps", "Noticias", "Shopping", "Más", and "Herramientas". The search results show approximately 19,000,000 results in 0.68 seconds. The first result is an advertisement from "es.allyz.com" titled "Tu organizador de viajes - Prepara tu viaje con facilidad". Below this are four featured snippets: "Acceso a salas VIP", "Explorador de seguridad", "Retraso de vuelos", and "Servicios sanitarios". The second advertisement is from "www.touristforum.net" titled "Calidad a Precios Justos - Viajes a Laponia Finlandia", which includes a star rating and a review count.

Google

viajes a finlandia

Todo Imágenes Maps Noticias Shopping Más Herramientas

Aproximadamente 19.000.000 resultados (0,68 segundos)

Anuncio · <https://es.allyz.com/organizador/viajes> ▾

Tu organizador de viajes - Prepara tu viaje con facilidad

Encuentra servicios y beneficios exclusivos para que tu **viaje** sea más seguro y relajado. Restricciones en destino, información turística, servicios de salud y más. Descubre Allyz. Alertas de seguridad. Información de destinos. Beneficios para viajeros.

Acceso a salas VIP
Regístrate gratis y obtén acceso a salas VIP si tu vuelo se retrasa.

Explorador de seguridad
Obtén información sobre protección y seguridad en tu destino de viaje.

Retraso de vuelos
Obtén ayuda con la reclamación y acceso a salas VIP de aeropuertos.

Servicios sanitarios
Evalúa tus síntomas y habla con un médico en español mientras viajas.

Anuncio · <https://www.touristforum.net/viaje/laponia> ▾

Calidad a Precios Justos - Viajes a Laponia Finlandia

Desde 807 € con vuelos, tasas, traslados, hotel y safari motonieve. Solicita Presupuesto ! **Viajes** a Laponia por 807 €: vuelos, traslados, Hotel y safari motonieve. Plazas limitadas.

★★★★★ Valoración de touristforum.net: 4,4 - 45 reseñas

Diferencias SEO & SEM

Camino lento y duradero vs rápido y efímero

Mientras que el **SEO se centra en mejorar la visibilidad a nivel orgánico** o de forma natural en los resultados de búsqueda, el **SEM se basa en campañas de publicidad mediante anuncios** de pago en las páginas de resultados.

¿Cuál elegir?

A **corto plazo** no hay duda que una campaña SEM puede ayudarte a darle un impulso a las ventas de tu negocio. Tu web aparecerá en los primeros resultados de búsqueda de manera casi inmediata.

Los resultados del SEO no son inmediatos, empezarás a recoger los frutos en el medio y largo plazo. En el caso del SEO es diferente. Aunque trabajemos en el posicionamiento orgánico de nuestra web no seremos capaces de conseguir buenos resultados en menos de seis meses. Por mucho que publiques contenido de manera frecuente, tu web proporcione una buena experiencia de usuario y esté bien optimizada a nivel técnico tienes que dejar pasar tiempo para que Google la conozca y la empiece a posicionar.

Recomendamos aplicar ambas estrategias para obtener los mejores resultados, tanto inmediatos como en el tiempo. NO son excluyentes.

PALABRAS CLAVE

El número de palabras clave que se usan es **LIMITADO**.



PALABRAS CLAVE

Se puede usar un número **ILIMITADO** de palabras clave.

COSTE FIJO

Empresa que se encarga de optimizar la página y generar contenido.



COSTE VARIABLE

Empresa que se encarga de optimizar los anuncios y coste por visita.

MÁS TIEMPO

Los resultados se obtienen a **MEDIO-LARGO** plazo.



MENOS TIEMPO

Se obtienen resultados de forma **INMEDIATA**.

POCO FLEXIBLE

Los cambios no se aplican rápidamente.



MUY FLEXIBLE

Los cambios son efectivos de forma inmediata.

CTR

En primeras posiciones puede alcanzar tasas de clicks superiores al 30%.



CTR

Alta tasa de clicks para los primeros cuatro resultados.

CONTENIDOS

Se valora la calidad, relevancia y extensión de los textos.



CONTENIDOS

Los textos deben tener un enfoque más comercial.

VISIBILIDAD

No se puede garantizar alcanzar los primeros puestos.



VISIBILIDAD

Es posible aparecer en los primeros resultados desde el primer momento.

RANKING

No hay grandes fluctuaciones en la posición que se ocupa en el ranking de resultados.



RANKING

El baile de posiciones en los rankings puede ser constante.

MEDICIÓN

Complejidad en la medición debido al "Not provided".



MEDICIÓN

Medición más directa gracias a los datos de coste e ingresos.

¿Cómo se distinguen?

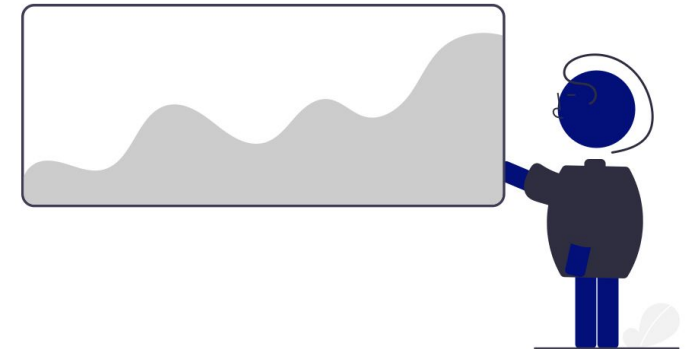
The image shows a Google search interface for the query "comprar ordenador portátil". A green box highlights the search term, with a label "PALABRA CLAVE" pointing to it. Below the search bar, a red box highlights the top search results, which include sponsored ads from Carrefour.es and dominiovirtual.es, and a "Comprar ahora" section with product listings for HP and MacBook laptops. A red box labeled "SEM" has arrows pointing to these sponsored results. Below the search results, a blue box highlights organic search results from infocomputer.com, informaticadirecto.com, and amazon.es. A white box labeled "SEO" has arrows pointing to these organic results.

Ventajas & Desventajas

Ventajas del SEO

Contenido de calidad que aporte valor al cliente

- “Sin coste” (el SEO puede realizarse de forma gratuita)
- Posicionamiento sostenible en el tiempo
- Independencia frente a la publicidad
- Posibilidad de posicionar palabras de forma sencilla (long-tail)
- Libertad de contenido y posicionamiento



Desventajas del SEO

La lentitud frente a los resultados

- No se pueden garantizar resultados
- Estrategia de gran duración
- Complejidad técnica
- Los cambios no son inmediatos

Ventajas del SEM

Inmediatez y alta conversión

- Inmediatez de resultados
- Primeras posiciones en las búsquedas
- Medición de resultados de forma precisa
- Segmentación precisa de los potenciales clientes



Desventajas del SEM

Alto coste y complejidad

- Alto coste para campañas con gran competencia
- En el momento en el que se deja de pagar, se pierden los resultados.
- Complejidad de configuración correcta
- No se aceptan todos los tipos de productos / servicios (dependencia a políticas externas de las empresas proveedoras de los anuncios)

SEO en profundidad

Consejos Básicos

Fácil y para toda la familia

1. Piensa bien el título de cada página
2. Elige un dominio corto, descriptivo y fácil de pronunciar/recordar
3. Utiliza URLs amigables
4. Utiliza la descripción de cada página
5. Crea un mapa de tu sitio y envíalo a Webmaster Tools de Google
6. Consigue enlaces externos, haz que hablen de ti
7. Enlaza tus páginas internamente
8. Usa tus palabras clave en los artículos o descripciones de producto o servicio
9. Usa negritas, cursivas y subrayados en los textos
10. Trabaja y escribe para los humanos



Cómo funcionan los motores de búsqueda

Entendiendo lo imposible

Por lo general, poco después de que una página se publica en la web, **Google la encuentra y, a menudo, la indexa, si no se dan reglas particulares a los robots o si no se devuelve un 403 prohibido para las arañas de los motores de búsqueda**

Por lo demás, los motores de búsqueda siguen los enlaces en la web, permitiendo que su rastreador rastree todas las páginas que reciben estos enlaces.

No conocemos los algoritmos de Google que determinan qué peso le da el motor de búsqueda a una página en comparación con otra cuando se proporciona un conjunto de resultados para la consulta intencional del usuario, pero la optimización seo es muy importante, tanto en el sitio como fuera del sitio, para realizar la búsqueda.



Qué puede aportar el SEO en tu empresa

Mucho más que palabras clave y ganar a la competencia

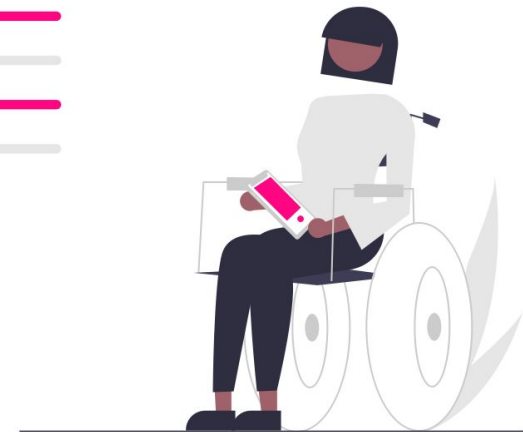
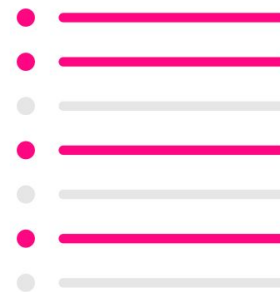
El **SEO** juega un papel vital para que las pequeñas empresas aumenten su presencia en las primeras posiciones del buscador. Aumenta el tráfico del sitio web y los contenidos seleccionados permiten que los visitantes se conviertan fácilmente en clientes.

El **SEO** aumenta la visibilidad de tu empresa en buscadores y, por lo tanto, alcanza la cantidad máxima de públicos a los que puedes llegar como fuente principal de entrada a tu sitio web. Las excelentes estrategias de SEO son esenciales para crear una imagen de marca y credibilidad de las pequeñas empresas recién establecidas.

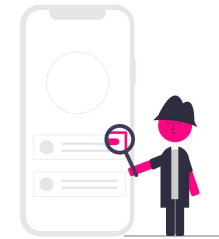


¿Cómo hacer SEO?

1. Comprender Google
2. Permitir el rastreo de tu sitio web
3. Facilitar la indexación
4. Segmentar por una palabra clave
5. Redactar contenido relevante para SEO
6. Actualizaciones constantes
7. Contenidos que funcionan en el posicionamiento web
8. Contenido enriquecido
9. Comprender la popularidad y el PageRank
10. Crear enlaces
11. Ser activo en redes sociales
12. Diseño responsive
13. Tiempo de carga
14. Https y apartado técnico



Malas Prácticas



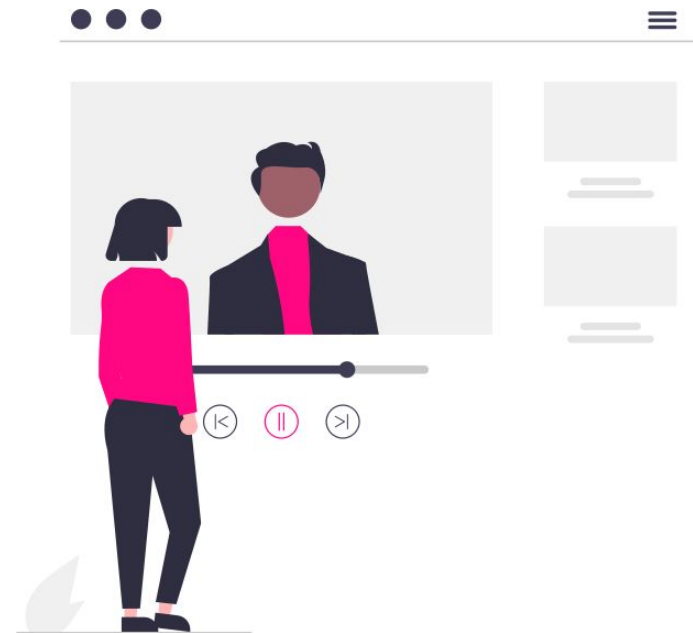
DE VIDA O MUERTE

- **Cloaking (o camuflaje en español):** Se refiere a ocultar contenido como palabras claves y links para conseguir mejor posicionamiento. El público nunca lo verá, pero los buscadores si lo detectan.
- **Sobre-optimización:** Un SEO demasiado perfecto que pueda dejar a los usuarios que leen tu web en segundo plano.
- Una web de mala calidad: tiempos de carga muy altos, demasiada publicidad que entorpece la navegación de los usuarios. También influye no estar adaptado a dispositivos móviles y tener una o más páginas 404.
- **Keyword stuffing:** el uso de demasiadas palabras clave y sin que tengan sentido para el usuario que está leyendo el contenido. Además de arruinar el SEO, también ocasiona que tus usuarios dejen de visitarla.
- **Links comprados:** comprar links de blogs que se dedican únicamente a la venta de enlaces.
- **Links poco naturales y/o demasiado convenientes:** demasiados links recíprocos, enlazar con webs que no tienen que ver con el contenido de la tuya o que están penalizadas, demasiados links conseguidos en poco tiempo.
- **Ausencia de Links:** muy pocos links, tanto externos como internos.
- **Contenido mal desarrollado:** duplicado, demasiado frecuente, de baja calidad y muy poco frecuente.
- **Demasiadas visitas en poco tiempo** con “tráfico orgánico” comprado.
- **Spinning de contenidos:** “actualizar” contenido de tu propia web cambiando solo algunas pocas palabras, o reemplazando las keywords para tener un nuevo artículo fácil y rápido. Hay que destacar, que esto se puede hacer si es una modificación adecuada y que aporte valor, no para hacer como si fuera algo nuevo sin ningún esfuerzo.
- **Comentarios con el fin de hacer spam:** afecta a tu web si no los controlas, y por otro lado, no seas esa persona que compra servicios de comentarios en otros sitios para generar backlinks spam.
- **Doorway page** (o gateway page): una página creada exclusivamente para los bots de Google, que no aportan nada al usuario.

Otros Tipos de SEO

Mucho más que motores de búsqueda

- **SEO de vídeo:** Consiste en la optimización del contenido del vídeo para su posicionamiento en los motores de búsqueda especializados. En el caso de Youtube, podemos encontrar como relevante la descripción, título y las etiquetas.
- **SEO musical:** Consiste en la optimización de contenido musical para su posicionamiento en las plataformas de dicho material. En Spotify, es importante la consecución de escuchas, u optimizar el perfil del grupo.
- **SEO de imágenes:** Consiste en optimizar las fotografías para su posicionamiento, tanto web como de forma individual en las plataformas de imágenes. En este campo se tienen en cuenta tanto los metadatos como el título, calidad y composición de la fotografía.



Plataformas & Herramientas

Herramientas de SEO

Las herramientas de SEO ofrecen un abanico de herramientas que facilitan el trabajo a las personas encargadas del posicionamiento web. Mediante dichas plataformas, los usuarios pueden desde realizar investigaciones de palabras clave, comprobar los enlaces entrantes y salientes, obtener ideas de redacción, hasta analizar a la competencia y llevar un seguimiento del posicionamiento de cada una de las palabras clave. Algunas de las más conocidas son **Ahrefs y Semrush**.

The logo for Ahrefs, featuring the word "ahrefs" in a blue, pixelated font. The letter 'a' is orange and has a white square cutout in its center.The logo for Semrush, consisting of an orange flame-like icon above the word "SEMRUSH" in a bold, black, sans-serif font.

Herramientas SEM

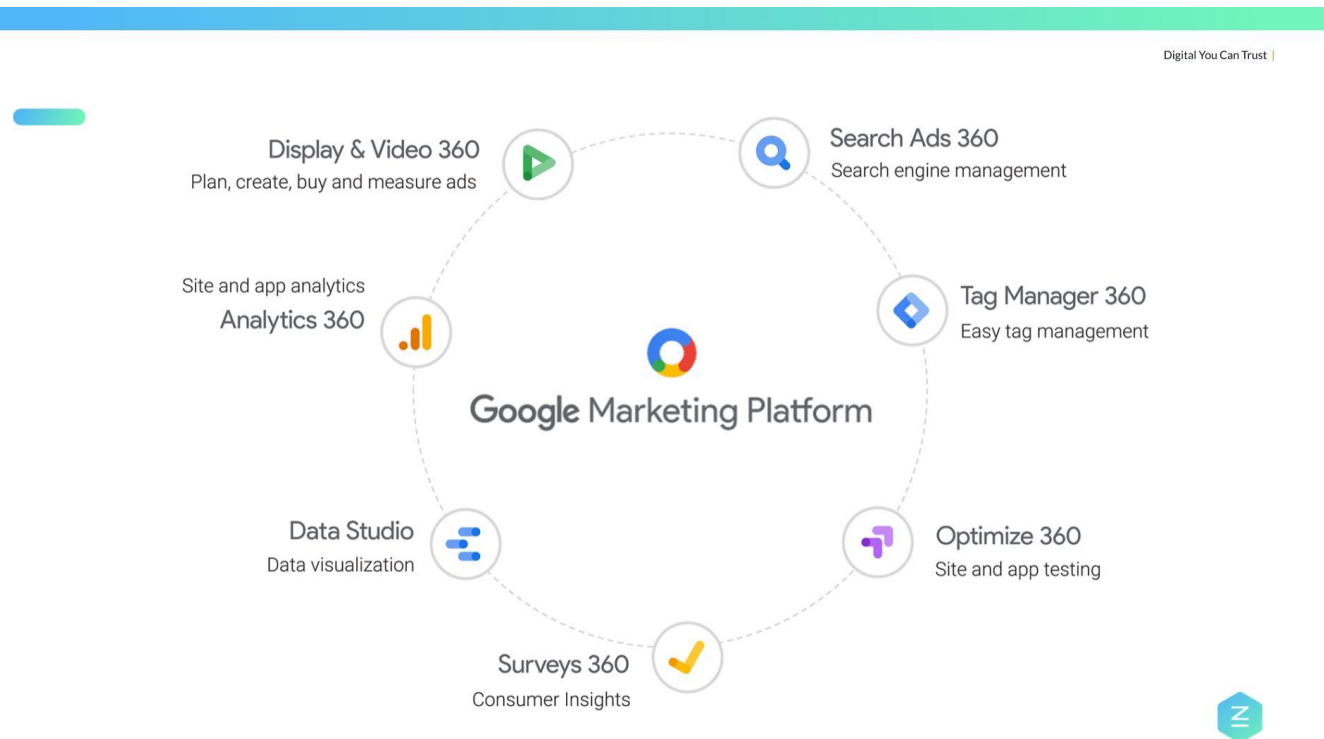
Mediante el uso de herramientas SEM se pueden automatizar campañas y optimizarlas de forma sencilla y prácticamente sin interacción humana. Estas plataformas facilitan el trabajo de los especialistas y aumentan el rendimiento de las campañas. Una de las herramientas más utilizadas para este tipo de trabajos es **Opteo**.



Herramientas de Google

Google ofrece una gran cantidad de herramientas que ayudan tanto al análisis de rendimiento como a la creación de campañas y optimización SEO.

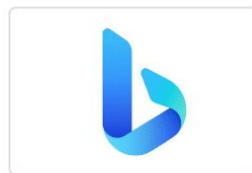
Las herramientas más utilizadas son **Google Analytics, Google Search Console, Google ADS, Google Merchant Center y Google Data Studio.**



Buscadores más utilizados

Pese a que la mayoría de usuarios en España usan Google para realizar sus búsquedas de forma diaria, hay diferentes países que utilizan sus propios buscadores o alternativas a Google.

Los más conocidos son Google, Yandex (Russia), Baidu (China), Bing (Microsoft), Yahoo, Ask y DuckDuckGo (Privacidad), Ecosia (Sostenibilidad), Aol e Internet Archive.



Plataformas de Link Building

Hay diferentes plataformas sobre las cuales poder obtener enlaces. Estas, aunque no son recomendadas, existen y ofrecen la posibilidad de comprar enlaces en diferentes páginas y blogs que ayuden a mejorar el posicionamiento del sitio web sobre el cual se está trabajando. Una de las plataformas más conocidas es Prensarank.



Newsletter

Aunque no forme parte del SEO, las Newsletter ayudan de forma activa a fidelizar usuarios y conseguir conversiones. Esto también se conoce como Envío de Correo Masivo, o Correo Publicitario.

Algunas de las herramientas más conocidas para realizar Newsletter son **Active Campaign y Mailchimp (entre otros)**.

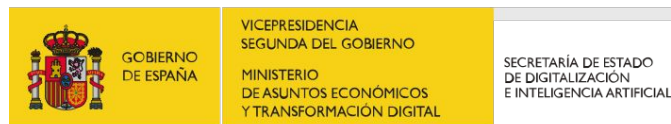


ActiveCampaign ➤

Gracias

Un saludo de parte de todo el equipo de **TK Analytics Group**. Puede visitar nuestro sitio web en el siguiente código QR o siguiendo el enlace <https://tkanalytics.es>





red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"
