

Posicionamiento en Buscadores

Jornadas TIC – SATI Pyme

Índice de Contenido

- INTRODUCCIÓN
- QUE ES EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
- OPTIMIZACIÓN DE LA WEB PARA LOS MOTORES DE BÚSQUEDA.

Cuando hablamos de posicionamiento en buscadores, sabemos de que estamos hablando... .



Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores



La Mayoría de las empresas que tienen una página Web, lo desconocen!

“¿ Me están tomando el pelo? ... Pero si cuando pongo el nombre de mi empresa en google aparezco en primer lugar, que me están contando?”



Y unas pocas empresas, que efectivamente se preocupan por ello y saben que es un factor clave para que su negocio **tenga éxito.**

A nadie le pilla en blanco si en el ámbito de su empresa, nombramos términos como:

- Publicidad
- Marketing
- Estrategia de Ventas
- Agentes Comerciales
- Imagen Corporativa

■ Plan estratégico de Ventas:

Para llegar a nuestro cliente objetivo y finalmente efectúe la compra.

■ Agente Comercial:

Se encargue de hablar con cliente, encontrarle solución a sus necesidades, darle lo que va buscando.

■ Recursos de una empresa, destinados a la publicidad y marketing:

Para que la empresa sea conocida, que sus productos se vean y se creen necesidades para captar nuevos clientes.

¿ Entienden ahora la relación?

- Imagen de Marca = Interfaz /Diseño de la Web
- Agente Comercial = Usabilidad y Navegabilidad del Sitio
- Publicidad = Posicionamiento en Buscadores, Enlaces Patrocinados, Banners, etc.

Datos Significativos

- Google tiene una penetración en España del 91%
- Diariamente se realizan 150 millones de Búsquedas en Internet.
- El 80% del tráfico que llega a su página web lo hace a través de los buscadores.
- Existen millones de páginas Web en Internet. De poco sirve desarrollar un Sitio Web de Calidad si el Público Objetivo no sabe que existe o como encontrarlo.

II. ¿ QUE ES EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES?

■ Marketing de Buscadores:

El posicionamiento es conseguir que una página Web aparezca entre los **mejores resultados** en las **búsquedas** que realicen los usuarios de Internet, y **con relación a una palabra clave** o frase determinada.

Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores

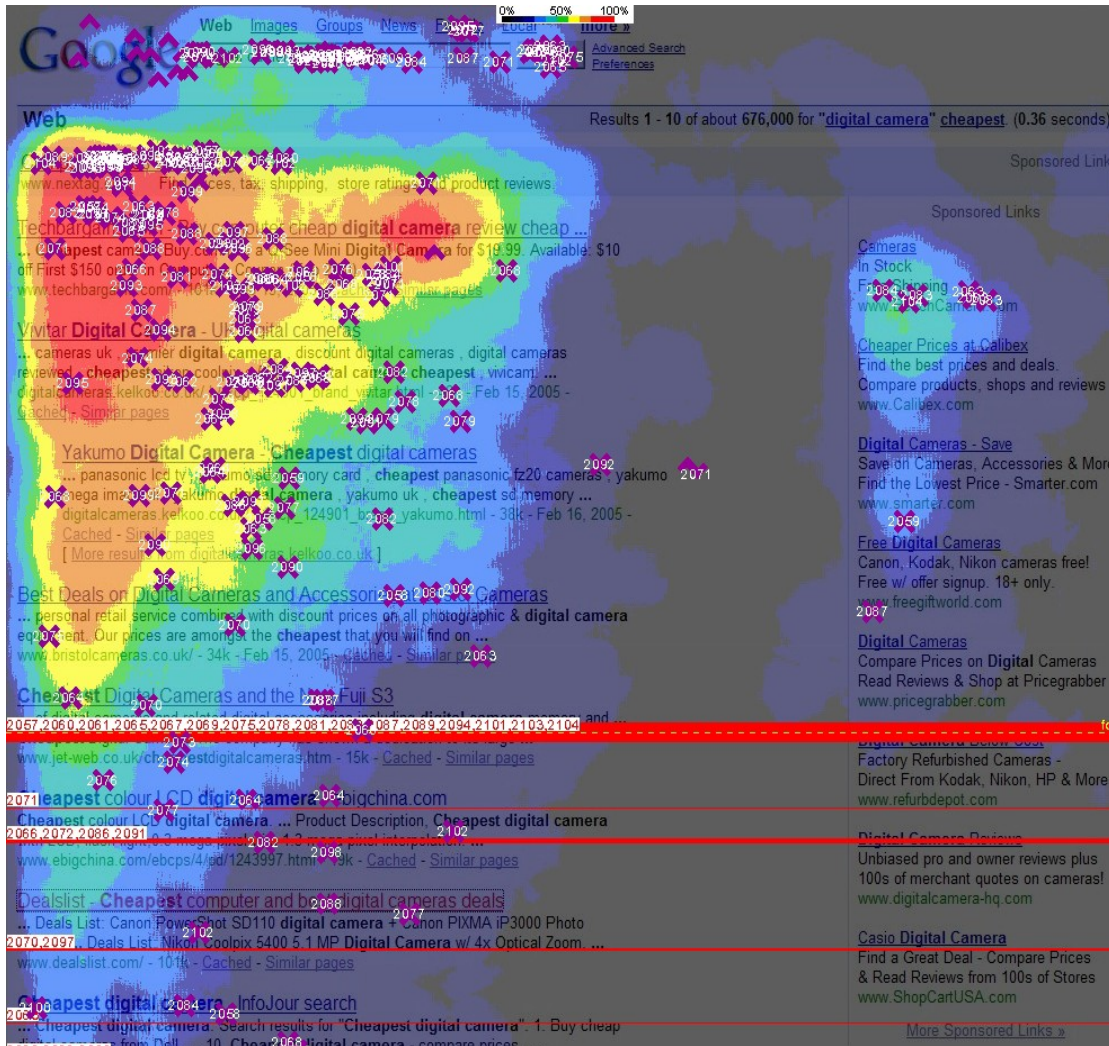
¿ Qué entendemos por los Mejores Resultados?

SERP (*S*earch *E*ngine *R*esults *P*age o *P*ágina de Resultados del Buscador).

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "comercio electronico". The browser window is Mozilla Firefox. The search results are displayed in a list format. The first result is "Comercio Electronico" from www.gravitnet.es, which is highlighted with a blue box and labeled "Posicionamiento Algorítmico, Natural u Orgánico 2". The second result is "Comercio Electronico Global - Portal de e-commerce business...", which is highlighted with a purple box and labeled "1 Posicionamiento Patrocinado". To the right of the search results, there are sponsored links (Enlaces patrocinados) for gsBase Sistema Desarrollo and Trabajo Desde Su Casa. A large green text "SERP de Google" is overlaid on the bottom part of the search results. The browser's address bar shows "http://www.google.com/".

Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores

Google: El Triangulo de Oro



90% observa el Posicionamiento Orgánico

Los enlaces patrocinados solo reciben un 5% de clics de los posibles clientes.

Los usuarios ponen el ojo en la parte superior izquierda.

Debemos luchar por las 3 Primeras posiciones.

Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores

¿Por qué es importante aparecer en las primeras posiciones?

■ Conseguir Conversión:

El objetivo real en marketing no es conseguir tráfico hacia nuestro sitio web, sino conseguir que los visitantes comprendan el producto o servicio, o satisfagan sus expectativas.

■ Sesgo de la Calidad de los resultados:

Los usuarios creen que las primeras posiciones en las SERPs de los buscadores se corresponden con los sitios web de mejor calidad. Por supuesto que no es verdad.

■ Clicks en los Primeros:

Está comprobado que existe una tendencia a hacer click en las primeras posiciones de las SERPs, y esto significa aumentar el flujo de tráfico a nuestro sitio web.

■ Lectura del texto asociado:

Los usuarios leen el texto asociado a los primeros resultados de las búsquedas.

¿ Qué conseguimos con un Buen Posicionamiento?

- **Tráfico cualificado.**
- **Branding.**
- **Bajo coste.**
- **Durabilidad / Valor Añadido.**

Tráfico Cualificado

- **Se genera "*Justo-a-tiempo*":**
Presenta los resultados justo en el momento en que se buscan y necesitan.
- **Es libre y voluntario:**
El usuario elige libre y voluntariamente el buscador, las palabras clave y los resultados de la SERP.

Branding

❑ Aumento de su Imagen Corporativa:

Visibilidad de su Página por diferentes expresiones clave → Percepción de su empresa como Referente del Sector (Importancia en el Campo en que se mueve su empresa)

Bajo coste

El tráfico obtenido a través de una campaña constante de posicionamiento en buscadores tiene el coste por visitante real más bajo que cualquier otro método de promoción por Internet.

Durabilidad / Valor Añadido

Una campaña de posicionamiento en buscadores diseñada inteligentemente sigue teniendo efectos muchos meses, e incluso años, después de implementarla.

“No es Oro todo lo que reluce”

- De poco sirve estar bien posicionado si no somos capaces de hacer que el usuario se quede, visite nuestras páginas, encuentre lo que busca.
- BUENOS CONTENIDOS .
- USABILIDAD /NAVEGABILIDAD .
- POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES .

Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores

SEO (Search Engine Optimization)

El proceso de optimización de sitios Web se basa en intentar que el robot de búsqueda sea capaz de indexar nuestro sitio en su totalidad.



Buscadores

■ Funcionamiento:



PASO

1

Un robot visita la página y la descarga.

4 semanas

PASO

2

Un programa rastrea el código, indexando la página

4 semanas

PASO

3

La página se pone a disposición del motor búsqueda

Buscadores

■ Como leen los buscadores

- NO leen java ni flash
- Sólo código html standard
- Cuidado con las tablas.
 - Se leen al final.
 - Se leen por orden (no lógico)
 - Las tablas anidadas
- No usar marcos. Los buscadores los leen pero dan resultados caóticos
 - x ej. que alguno de los marcos de nuestra web tenga más PR que la principal y nos aparezca antes en el listado de resultados

¿ Como conseguir una óptima indexación?

- Importancia de la página de inicio.
- Estructuración Global del Sitio.
- Contenido.
- Palabras Claves.
- Optimización del Código.

Optimización de la HOME

- No Flash!.

Ejemplo: www.movilitas.es / site:www.movilitas.es

- No Java en los enlaces.

Ejemplo: www.ef.com

- Menús generales visibles en la Web

Nota: También es óptimo que existan más enlaces que apunten hacia un nivel de profundidad mayor.

Estructuración Global del Sitio.

- Webs no demasiado profundas.

Nota: No solo importante para la óptima indexación del robot. Usabilidad y Navegabilidad.

- Todas las páginas del Sitio deben estar enlazadas entre si.

- URLs optimizadas con las palabras clave.

Ejemplo en [kukuxumusu](#), “camiseta de chica”

Lo optimo sería: http://www.kukuxumusu.com/catalogo/camiseta_chica_corazon

Contenido

- El Contenido es el rey.

A mayor contenido por más expresiones claves apareceremos en los buscadores.

- Blogs excelentes para el posicionamiento

- Textos no demasiado extensos.

Mayor número de páginas y más optimizadas.

Palabras Clave

- **Centrarse en una o varias palabras clave** para optimizar una página.
- La **densidad** debe estar entre **3% - 6%** → Más se considera sobreoptimización.
- **Principio de Proximidad:** Hacer que las expresiones claves aparezcan especialmente al inicio del texto de la página
- **Herramientas para elegir palabras clave:**
 - *Google Suggest*
<http://www.google.com/webhp?complete=1&hl=en>
 - *Digital Point*
<http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion/>

Optimización del Código

- Etiquetas <HEAD>.

- Etiquetas <BODY>.

```
1
2
3 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
  "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
4 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
5
6 <head>
7
8 <title>Titulo de la Página</title>
9 <meta name="keywords" content="Lista de palabras claves de la página en cuestión" />
10 <meta name="description" content="Pequeña descripción de la página" />
11
12 </head>
13
14 <body>
15
16 Contenido de la página
17 |
18 </body>
19
20 </html>
21
```

<HEAD>

■ META TAGS

- Meta Keywords
- Meta Description / Técnicas de Venta

■ TITLE

No más de 60 Caracteres.

Optimizarla según:

- Palabras Claves
- Nombre URL
- <h1>

<BODY>

■ Etiquetas de texto resaltado:

<H1>, <H2>, <H6>

 (negrita);

<i> (cursiva);

etc...

■ Imágenes:

<ALT>

Optimizar nombre de archivos.

<BODY>

■ Enlaces hacia páginas interiores.

Importante que sean de texto.

Anchor Text: importante que coincida con:

- Título de la página a la que apunta
- Nombre de la URL
- <h1>

Malas Técnicas

- Texto/enlaces invisibles (con el texto del mismo color que el fondo).
- Páginas duplicadas.
- Spam en blogs y foros para aumentar el número de enlaces.
- Granjas de enlaces.
- Abuso de palabras clave → Situar palabras clave en un montón de elementos de una página web.
- Redireccionamientos o dominios sombra

■ Preguntas??...



Jornada TIC - Posicionamiento en Buscadores

Muchas gracias por su tiempo

