

Marketing en Internet

Posicionamiento en Buscadores

Alicia Pac
SatiPyme Zaragoza

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Los Motores de Búsqueda.
2. Posicionamiento en Buscadores
3. Optimización para los motores de búsqueda.
4. Promoción de la Web.

Los Motores de Búsqueda

Capítulo 1

¿QUÉ ES UN MOTOR DE BÚSQUEDA?

- ▶ Los Motores de búsqueda (search engines, **SE**) son bases de datos gigantescas, que contienen información sobre el contenido de los sitios web que integran la Red.



¿COMO FUNCIONA?

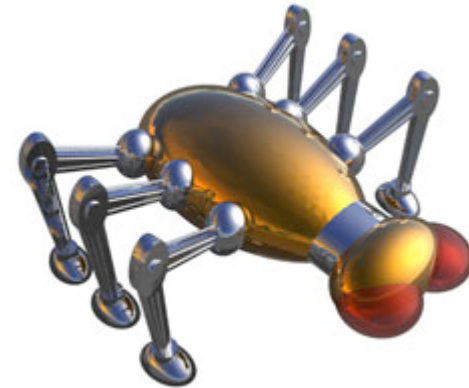
- ▶ Introducimos un término en el motor de búsqueda.

- ▶ El buscador se dirige a su Bases de Datos.
- ▶ Localiza las posibles coincidencias.
- ▶ Nos presenta un listado de Webs (De mayor a menor coincidencia) = ALGORITMO

¿CÓMO OBTIENEN ESA INFORMACIÓN?

▶ Arañas (spiders)

- ▶ Rastrean los sitios web
- ▶ Recopilan datos
- ▶ Siguen los enlaces que hay en las páginas.



¿CÓMO INTERPRETA ESA INFORMACIÓN?

▶ **Indexador**

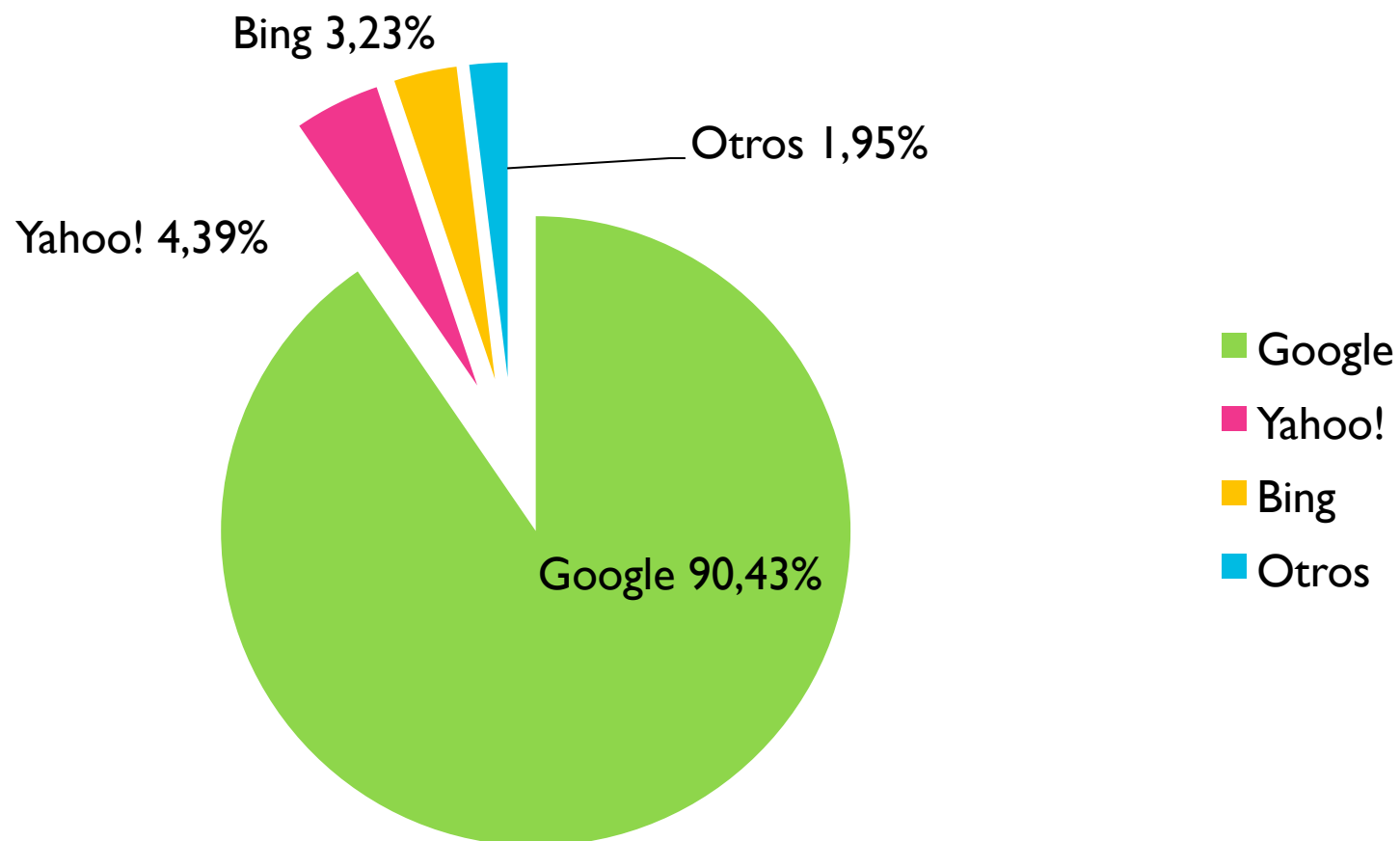
Recoge la Información obtenida de las Arañas y....

- ▶ Extrae la información visible de las Web (OJO! Con las tecnologías Usadas)
- ▶ Analiza las Webs en busca de:
 - ▶ Palabras Clave
 - ▶ Títulos
 - ▶ Enlaces
 - ▶ Etc.

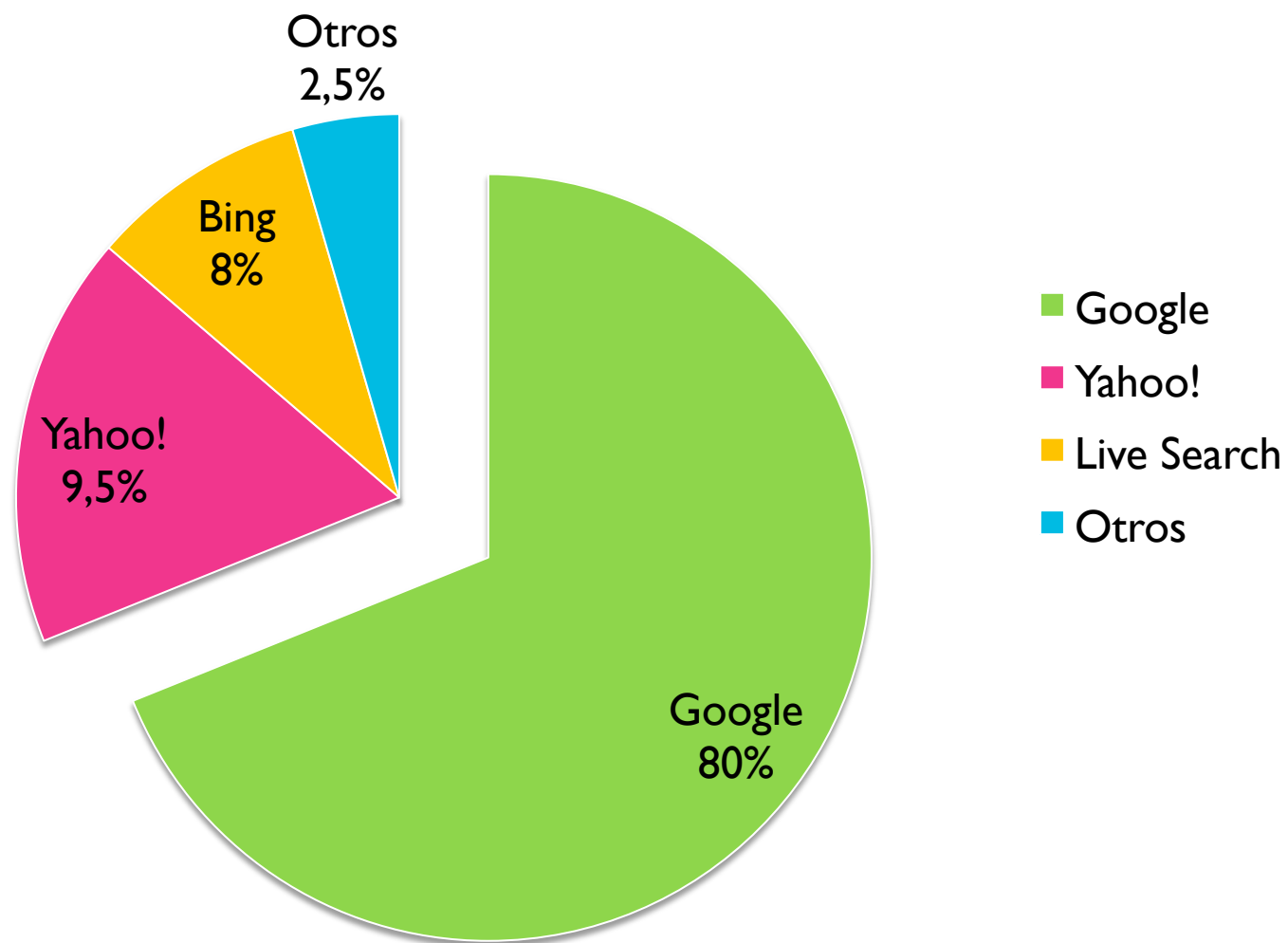
COMO MUESTRA LA INFORMACIÓN

- ▶ El motor de búsqueda con esta información:
 - ▶ Añade su Sitio a la BD
 - ▶ Y lo pone a disposición de las personas.
- ▶ La gran diferencia entre los Motores de Búsqueda, esta aquí :
 - Ranking o posición de los resultados ante una palabra clave concreta = ALGORITMO

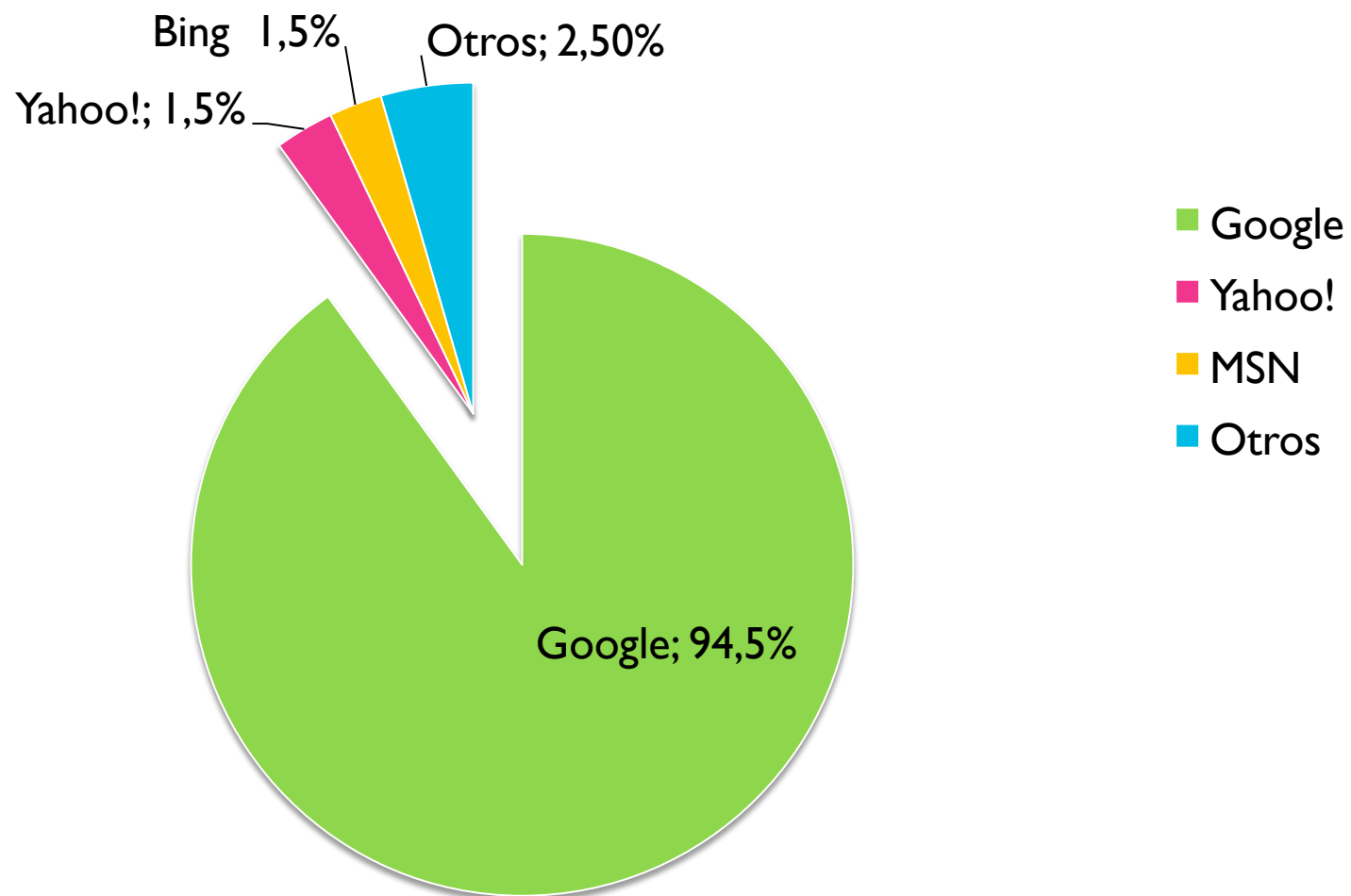
Ranking Buscadores: MUNDIAL



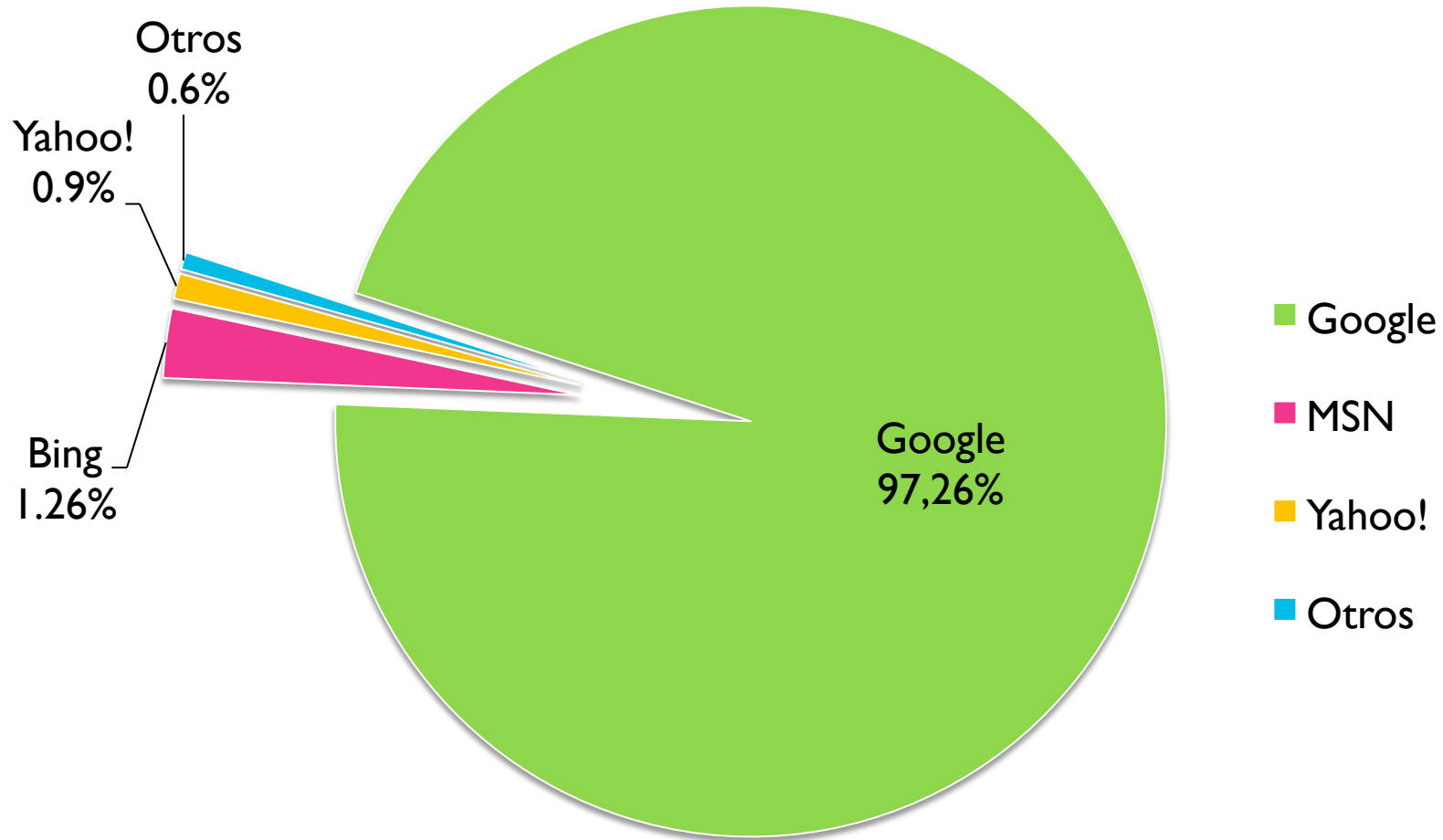
Ranking Buscadores: EEUU



Ranking Buscadores: EUROPA



Ranking de Buscadores: ESPAÑA



COMO NOS DAMOS DE ALTA EN UN BUSCADOR?

▶ Alta Manual

▶ <http://www.google.es/intl/es/about.html>



Acerca de **Google**

<p><u>AdSense de Google</u></p>  <p>Obtenga ingresos de los anuncios relevantes de su sitio web de manera fácil y flexible.</p>	<p>Nuestros productos</p> <p>Ayuda Ayuda para la búsqueda, servicios y productos de Google ...</p> <p>Funciones de búsqueda en la Web Traducción, Voy a tener suerte, almacenamiento en caché ...</p> <p>Servicios y herramientas de Google Barra Google, API web de Google, botones ...</p>	<p>Para propietarios de sitios web</p> <p>Publicidad AdWords, AdSense ...</p> <p>Tecnología para empresa Google Search Appliance, Google Mini, WebSearch ...</p> <p>Centro para webmasters El lugar donde encontrarás toda la información sobre cómo rastrea e indexa Google los sitios web ...</p> <p>Envía contenido a Google Añade tu sitio, sitemaps de Google ...</p>
<p><u>Google AdWords</u></p> <p>Gane nuevos clientes para su negocio y pague sólo cuando visiten su página web.</p>	<p>Nuestra empresa</p> <p>Centro de prensa Noticias, imágenes, Zeitgeist ...</p> <p>Trabajar en Google Ofertas, ventajas, cultura ...</p> <p>Información corporativa Visión general de la empresa, filosofía, diversidad,</p>	<p>Más Google</p> <p>Envíanos un mensaje Preguntas frecuentes, comentarios, boletín informativo ...</p> <p>Logotipos de Google (inglés) Logotipos oficiales, logotipos festivos, logotipos de fans ...</p>
<p><u>Google Chrome</u></p>  <p>Descarga Google Chrome, el nuevo navegador de Google.</p>		
<p><u>Google Calendar</u></p> <p>Organiza tu agenda y comparte eventos con tus amigos.</p>		

COMO NOS DAMOS DE ALTA EN UN BUSCADOR?

▶ A través de un enlace en otra página Web

Consejos para tu blog corporativo



rabizanda

Archivado en: [Comercio electrónico](#), [Web 2.0](#) — 13:57

Si sufres delante del espacio blanco de tu editor del blog corporativo, por no saber qué contar, David Eguizábal, colaborador del SATi, selecciona 45 consejos con ideas

listado de 100 publicado en muy pymes.com:

1. *Anota 10 formas en las que tu sector puede...*
2. *Comenta las modificaciones legales y nuevas directamente a tu sector.*
3. *Ofrece un listado de los mejores recursos online para tu sector.*
4. *Explica por qué las cosas en tu sector han mejorado/ empeorado) en relación a años atrás.*

The screenshot shows the website 'muy pymes' with the tagline 'Profesionales y Autónomos'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Actualidad', 'Canal TV Pymes', 'Tecnología', 'Marketing', 'Formación', 'Gestión', 'Agenda', 'Directorio', and 'MuyAhorro'. The main content area features a post titled '100 ideas para tu blog corporativo en 2010' by Rodolfo de Juana, dated January 12, 2010. The post has 35 tweets and a 'retweet' button. The text of the post is partially obscured by a yellow pencil graphic. To the right, there is an advertisement for 'IBM System x3650 M3 Express' with a price range from 1,470 € to 417,5 € per trimester. The date 'Jueves, 27 de mayo de 2010' is visible in the top right corner.

Posicionamiento en Buscadores

Capítulo 2

¿Qué es el Posicionamiento en Buscadores?

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

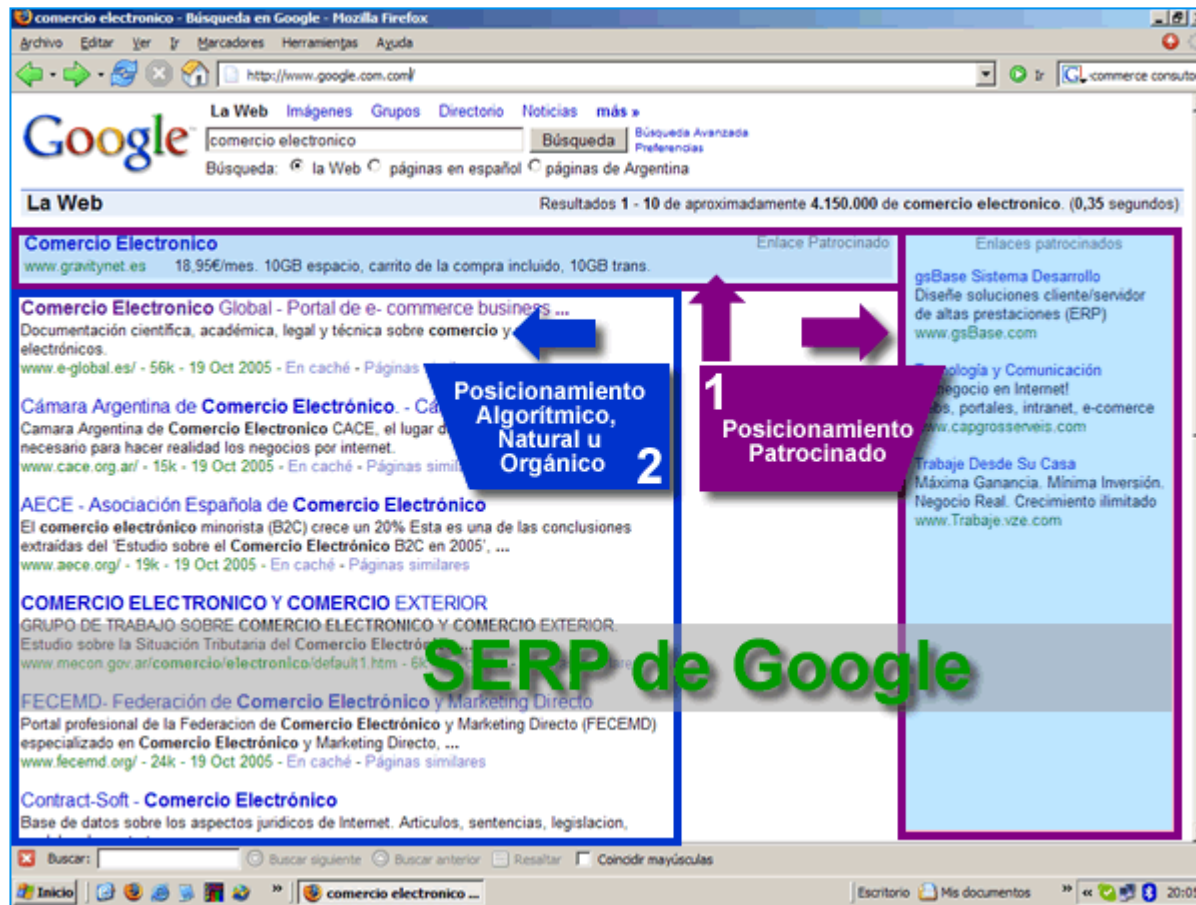


PORQUE ES IMPORTANTE?

- ▶ Solo en Google se realizan diariamente más de 200 millones de Búsquedas.
- ▶ El 80% del tráfico que llega a su página web lo hace a través de los buscadores. En España el 95% a través de Google
- ▶ 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.

Resultados de Búsqueda

SERP (Search Engine Results Page o Página de Resultados del Buscador).



POSICIONAMIENTO PATROCINADO

PUBLICIDAD CONTEXTUAL

“Los anuncios contextuales son aquellos anuncios que **utilizan el contexto de la página** en el que se colocan de modo de mostrar los **anuncios relacionados con el contenido de la página**”

- ▶ Lugares más comunes donde se utilizan:
 - ▶ Buscadores
 - ▶ Páginas Web

ADWORDS

▶ Características:

- ▶ Pagas por Click realizado
- ▶ Las posiciones se subastan. Las palabras clave mas famosas, mas caro es el 'click'. Se rigen por ley de oferta y demanda.
- ▶ Cualquiera las puede gestionar. Flexibilidad total para modificarlas sobre la marcha
- ▶ Información a tiempo real sobre el rendimiento.

CASO DE ADWORDS: PC EN EL BUSCADORES

- ▶ Aparece junto a los resultados de una búsqueda en Google y esta relacionada con las palabras clave utilizadas en la búsqueda.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'posicionamiento en buscadores'. The search results are displayed under the 'La Web' tab, showing approximately 1.190.000 results in 0.22 seconds. The first result is a sponsored link for 'Posicionar en buscadores' from PosicionamientoBuscadores.net, described as a specialized agency. Other organic results include 'Posicionamiento en buscadores, Alta en buscadores gratis promocion ...' from www.altas-buscadores.com, 'Posicionamiento en Buscadores Google' from www.ilatina.es, and 'Alta y posicionamiento en buscadores. Alta con garantía de ...' from www.posicionadorweb.com. On the right side, there are additional sponsored links for 'Posicionamiento en Google' from AdWords, 'Posicionamiento Web (SEO)' from Bigmouthmedia.es, and 'Posicionamiento Buscadores' from top-click.es.

CASO DE ADWORDS: PC EN PÁGINAS WEBS

► Anuncios de Texto (Adsense)

The screenshot shows the header of the website 'El Blog Salmón' with the tagline 'Economía y finanzas en su color natural'. The navigation menu includes 'PYMES Y AUTÓNOMOS', 'TECNOLOGÍA PYME', and 'VER OTROS BLOGS DE WSL WeblogsSL'. A user greeting '¡Hola!' and a 'LOGIN REGÍSTRATE' button are visible. A large text ad for 'Acceda al R.A.I.' is highlighted with a blue border, featuring the text '4,5 millones de empresas de España Acceso al R.A.I. online' and the URL 'www.einforma.com'. Below the ad is a horizontal menu with links: 'Anuncios Google', 'Salmón', 'Salmon Food Recipes', 'Como Cocinar Salmon', 'Recetas De Salmón', and 'Patatas Con Salmón'. The main content area includes a post titled '¿Buscas empleo? Usa Twitter' by Miguel Lopez, dated 8 de febrero de 2009, with a '0 comentarios' indicator. A search bar with the text 'busca con Google' and a 'BUSCAR: IR' button is also present. A sidebar on the right contains a 'PUBLICIDAD' section with a link to 'Economía' and the text 'Encuentra información económica cotizaciones, bolsa y finanzas' and 'www.invertia.com'. A vertical 'PUBLICIDAD' label is on the left side of the page.

Enlaces Patrocinados (SEM)

VENTAJAS

- ▶ Es posible aparecer en los primeros resultados del buscador
- ▶ No necesita tiempo para aparecer en los mejores resultados.
- ▶ Cuanto más paguemos, más arriba apareceremos.
- ▶ Llegar a otros mercados en los que es más difícil posicionarnos, como los de habla inglesa, francesa, etc.

DESVENTAJAS

- ▶ Coste muy elevado (dependiendo del Sector y temporada)
- ▶ No genera Valor Añadido a nuestro Sitio. Por tanto no tiene durabilidad en el tiempo
- ▶ Posición del Anuncio depende de nuestra Capacidad Económica:
 - Cuanto paga + arriba el anuncio

Posicionamiento Orgánico (SEO)

VENTAJAS

- ❑ Es posible aparecer en los primeros resultados del buscador.
- ❑ Posición ganada es duradera en tiempo.
- ❑ Genera Valor Añadido a nuestra página. (+ Tiempo → + Relevancia)
- ❑ Coste reducido.
- ❑ Branding.

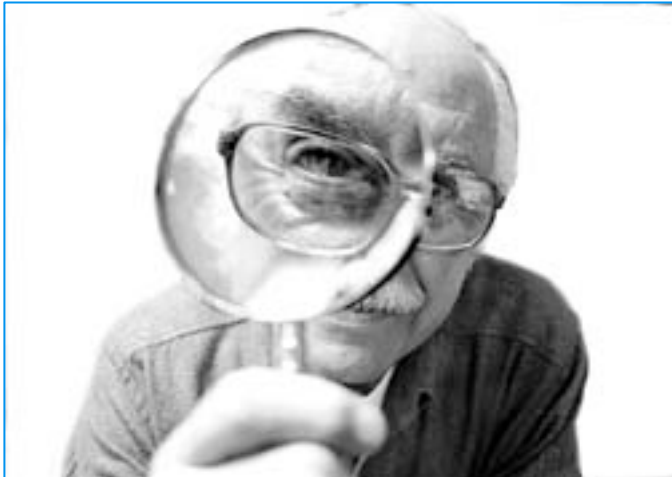
DESVENTAJAS

- ❑ Hacen falta meses para estar bien posicionados, mínimo entre 6 y 12 meses, dependiendo del sector.
- ❑ Llegar a otros mercados (importancia al lugar geográfico de la página o dominio.)
- ❑ Tecnología de programación Web. (Flash, Java,..)

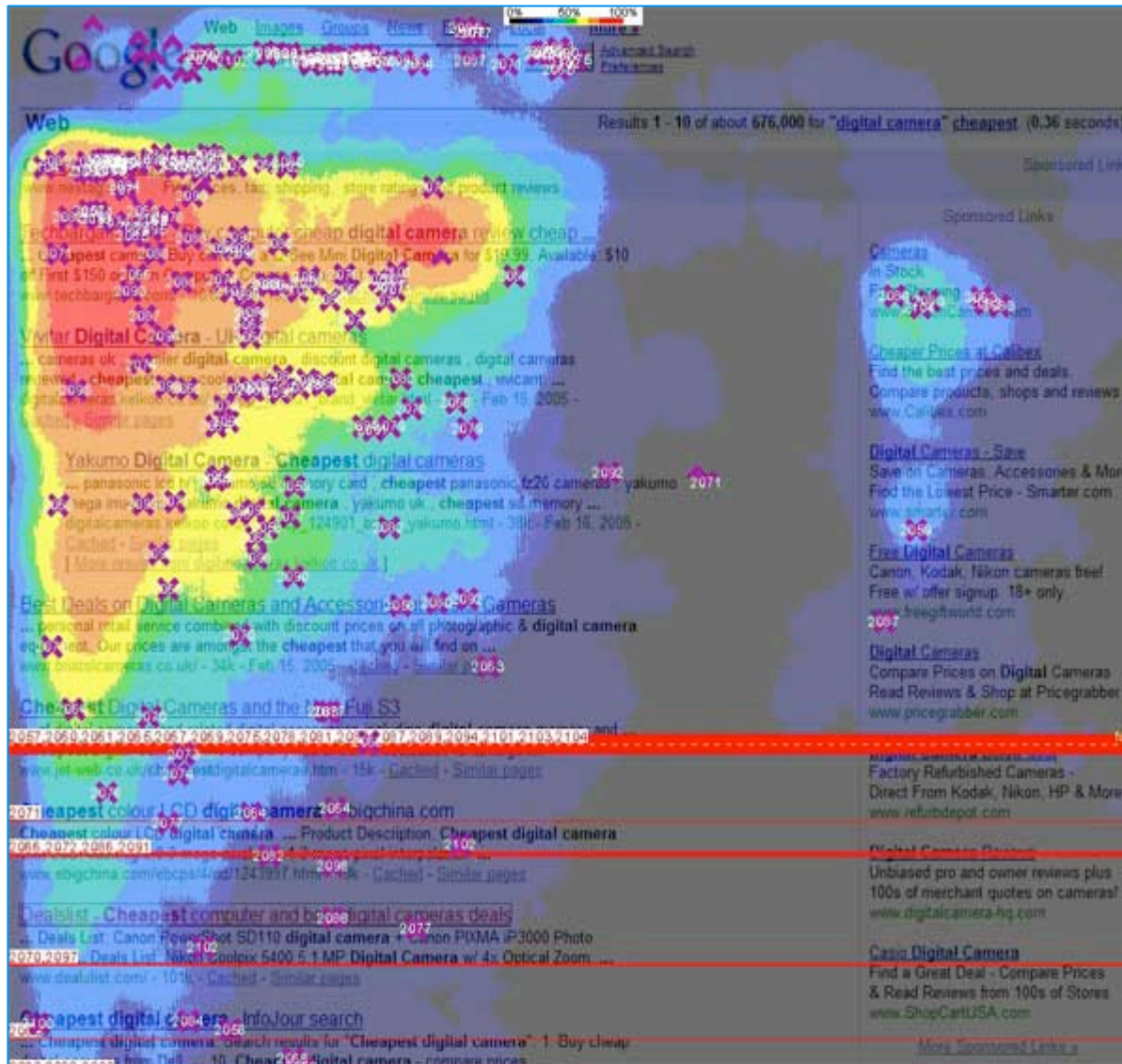
¿Y los Usuarios?

...

¿Qué prefieren?



Google ,“El triangulo de Oro”



❑ 90% observa el Posicionamiento Orgánico.

❑ Los usuarios se fijan en los 3 primeros Resultados

❑ Los enlaces patrocinados solo reciben un 5% de Clics de los posibles clientes potenciales.

❑ Los usuarios ponen el ojo en la parte superior izquierda.

❑ **CONCLUSIÓN:** Debemos luchar por las 3 Primeras posiciones.

Google , “El triángulo de Oro”



- ❑ El triángulo de oro sigue cumpliéndose a pesar del paso de los años.
- ❑ Los usuarios no saben distinguir la publicidad de los resultados relevantes. Se piensan que están en rosado por tener más RELEVANCIA
- ❑ **CONCLUSIÓN:** Debemos luchar por las 3 Primeras posiciones.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE APARECER EN LAS PRIMERAS POSICIONES ?

- ▶ **Sesgo de la Calidad de los resultados :**
 - ▶ Los usuarios creen que las primera 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.
 - ▶ Ejemplo: “[Botas de Montaña](#)”

Optimización Web

Capitulo 4

- ▶ 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.**

¿Cuántas páginas de mi sitio están indexadas?

<site:www.misitio.com>

- ▶ Tras la indexación: Que **cada página se posicione por si misma**, según su contenido específico.
- ▶ Por ejemplo:
 - ▶ Quiero comprar un “Nokia n97”
 - ▶ Busco en Google: “[Nokia n97](#)”
 - ▶ El primer resultado es www.nokia.es/productos/moviles/nokia-n97 (OK - He llegado en 1 Click)
 - ▶ Si me hubiera llevado a Index, tendría que buscar donde está ese producto dentro de la web www.nokia.es (Llegaría en 3 click)

CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

- ▶ Crear un SiteMap en Google Online
 - ▶ Vamos a www.xml-sitemaps.com
 - ▶ Insertamos nuestra URL
 - ▶ Descargamos el archivo sitemap.xml
 - ▶ Lo subimos a la Raíz del Sitio

CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

- ▶ **Avisando a Google**
 - ▶ Necesario una cuenta en Gmail
 - ▶ Accedemos a: www.google.com/webmasters/sitemaps/login
 - ▶ Añadimos nuestro sitio

- ▶ Ya estamos indexados! Y ahora??....

Ahora debemos trabajar para aparecer en los primeros resultados de los motores de búsqueda

¿COMO OPTIMIZAMOS NUESTRA PÁGINA WEB?

- ▶ I) Análisis del sector y Elección de Palabras Clave.
- ▶ II) Optimización del Código fuente.

I) ANÁLISIS DEL SECTOR

- ▶ ¿Con que expresiones está buscando mi cliente/usuario objetivo?
 - ▶ Herramientas para elegir palabras clave:
 - ▶ Google Adwords: <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
 - ▶ Microsoft: <http://adlab.msn.com/ForecastV2/KeywordTrendsWeb.aspx>
 - ▶ Digital Point: <http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion/>
 - ▶ SEOBOOK: <http://tools.seobook.com/keyword-tools/seobook/>
 - ▶ Google Suggest: <http://www.google.com/webhp?complete=I&hl=en>
- ▶ ¿Cuánta Competencia tengo en Internet?
- ▶ ¿La mayoría son empresas? ¿Portales?...
- ▶ Importancia del ámbito geográfico?

CASO PRÁCTICO: ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE

- ▶ Uso de la Herramienta de Google
 - ▶ <https://adwords.google.es/select/KeywordToolExternal>
- ▶ Primeros Objetivos:
 - ▶ Optimización Páginas con los resultados obtenidos.
 - Titles
 - H1, h2, etc.
 - Url
 - Negritas, Cursivas, etc

II) OPTIMIZACIÓN DEL CÓDIGO

HTML : Etiquetas <HEAD> y <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
```

ETIQUETAS <HEAD>

- ▶ **META TAGS**
 - ▶ Meta Keywords
 - ▶ Meta Description / Técnicas de Venta
- ▶ **TITLE**
 - ▶ No más de 60 Caracteres.

EJEMPLO ETIQUETAS <HEAD>

La Web [Imágenes](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Vídeo](#) [Gmail](#) [Más](#) ▼ [Acceder](#)

Google cursos en el extranjero [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)

Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 326.000 de cursos en el extranjero. (0,23 segundos)

<p>Inglés al sol en Malta www.venairlanda.com Alojamiento, clases y actividades. Vuelos desde toda España.</p> <p>Cursos de Inglés www.studyglobal.com Estudia Inglés en el extranjero. Inglaterra, Irlanda, Malta, USA.</p> <p>Estudia en el Extranjero www.TheScholarShip.com Visita distintos países y conoce otras culturas mientras estudias.</p> <p>Cursos Idiomas Extranjero Cursos Inglés Inglaterra, Irlanda ... Empresa especializada en la organización de Cursos idiomas en el extranjero para todos los niveles y edades. Cursos de inglés en Inglaterra. Cursos de ... www.newlink.es/ - 4k - En caché - Páginas similares</p> <p>Cursos de Idiomas en el Extranjero-Encuentra tu Curso Información y orientación sobre los cursos de idiomas en el extranjero para que puedas encontrar la mejor escuela y curso para tus necesidades personales. www.estudiosinternacionales.com/ - 21k - En caché - Páginas similares</p> <p>Cursos de idiomas en el extranjero Además de formar parte de la organización IH, somos miembros de ASEPROCE (Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero) lo que ofrece una ... www.ihes.com/bcn/viajes/index.html - 9k - En caché - Páginas similares</p>	<p>TITLE</p> <p>META DESCRIPTION</p>	<p style="text-align: right;">Enlaces patrocinados</p> <p>Therunwalkers verano 08 El inglés en verano es divertido. Malta, Irlanda, Aventura en Canadá. www.therunwalkers.com</p> <p>Inglés en el extranjero Cursos de inglés en Reino Unido, USA, Canada, Malta, etc.. www.goandgetanidiom.com</p> <p>Idiomas en el extranjero Directorio de agencias que ofrecen cursos de idiomas en el extranjero www.quemepiro.es</p> <p>Cursos Inglaterra Hablamos Español! Cursos de ingles en inglaterra. free places. www.englischakademie.de</p> <p>Inglés en el extranjero Agencia en Valencia especializada en escuelas con prestigio intern...</p>
---	--	--

OPTIMIZACIÓN ETIQUETAS <BODY>

▶ **Etiquetas de texto resaltado:**

- ▶ <H1>, <H2>, <H6>
- ▶ (**negrita**);
- ▶ <i> (*cursiva*);
- ▶ etc...

▶ **Imágenes :**

- ▶ <ALT>
- ▶ Optimizar nombre de archivos.

▶ **Enlaces hacia páginas interiores .**

- ▶ Importante que sean de texto.
- ▶ *Anchor Text*

ORDEN DE IMPORTANCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE ETIQUETAS

- ▶ Densidad en la URL
- ▶ Densidad en el <title>
- ▶ Densidad en el <h1>, <h2>, <h3>,...<h6>
- ▶ Densidad en el nombre de los enlaces
- ▶ Densidad en palabras en negrita, cursivas, listas,...
- ▶ Densidad en textos alternativos “alt” y nombre de archivos, para imágenes y contenidos multimedia

PALABRAS CLAVE

- ▶ Centrarse en 1 o 2 expresiones clave para optimizar una página.
- ▶ La densidad debe estar entre 3% - 6%.
 - ▶ **Más** se considera sobre optimización.
- ▶ **Principio de Proximidad:** Hacer que las expresiones claves aparezcan especialmente al inicio del texto de la página.

EJEMPLO: [HTTP://WWW.NEWLINK.ES/BECAS-MEC/](http://www.newlink.es/becas-mec/)

The screenshot shows the 'Becas MEC' page on the Newlink website. It features a header with navigation links, a main content area with a 'BECAS MEC' section, and a sidebar with 'todos nuestros programas'. The main content includes a 'PLAN AMIGOS' section with a '¡Regalamos 1.000 Becas de 500 €!' offer, and a 'PAQUETES 3 SEMANAS' section listing various destinations and their prices. The sidebar lists 'Adultos' and 'Niños y jóvenes' programs, and includes the 'My NLK' logo.

BECAS MEC

Becas MEC. En esta sección encontrarás paquetes de cursos de inglés de mínimo 3 semanas de duración (sólo curso o curso + alojamiento) que cumplen los requisitos para las Becas del MEC. No es necesario tener una beca MEC para reservar uno de estos paquetes. Del mismo modo un becaio puede reservar cualquiera de los cursos de nuestra web, no sólo los de esta sección. Si eres becaio y quieres hacer un curso de más duración o en otros destinos puedes consultar toda nuestra amplia oferta en las secciones: [Adultos](#) y [Subvencionados](#). Si tienes entre 16 y 18 años, también puedes inscribirte en uno de nuestros programas de [jóvenes](#), que son igualmente válidos. Tenemos destinos en [Inglaterra](#), [Irlanda](#), [Malta](#), [USA](#), [Canadá](#)...

PLAN AMIGOS

¡Regalamos 1.000 Becas de 500 €!

PAQUETES 3 SEMANAS

Destino	Precio	Acción
BECAS MEC INGLATERRA ver mapa		
Becas MEC Boumemouth	1.125 €	reservar
Becas MEC Brighton	1.381 €	reservar
Becas MEC Brighton vuelo incluido	1.487 €	reservar
Becas MEC Bristol	1.465 €	reservar
Becas MEC Cambridge	1.597 €	reservar
Becas MEC Leves	1.389 €	reservar
Becas MEC Liverpool	1.384 €	reservar
Becas MEC Londres Centro	1.100 €	reservar
Becas MEC Londres Centro Vuelo Incluido	1.199 €	reservar
Becas MEC Londres Lewisham	1.362 €	reservar
Becas MEC Manchester	1.560 €	reservar
Becas MEC Oxford	1.219 €	reservar
Becas MEC Stratford-Upon-Avon	1.484 €	reservar
Becas MEC Worthing	1.362 €	reservar
BECAS MEC ESCOCIA ver mapa		
Becas MEC Edimburgo	1.583 €	reservar
Becas MEC Glasgow	1.337 €	reservar
BECAS MEC IRLANDA ver mapa		
Becas MEC Cork	1.598 €	reservar
Becas MEC Dublin Centro	1.334 €	reservar
Becas MEC Galway	1.452 €	reservar

todos nuestros programas

Adultos

Cursos en el extranjero

- Cursos idiomas
- Becas MEC
- Becas MEC Maestros
- Becas Gobierno Vasco
- Cursos inglés subvencionados
- Cursos profesores idiomas
- Cursos profesionales y empresas

Trabajos en el extranjero

- Prácticas en presa
- Estudiar y trabajar
- Au Pair
- FAQs Empleo Extranjero

Niños y jóvenes

My NLK

NLK CLUB

1. Url : ../becas-mec/
2. <Title>: Becas MEC
3. H1: Becas MEC
4. H2: Becas MEC + Pais
5. H3: Becas MEC + Destino
6. Enlaces: Becas MEC + Menu principal
7. Negritas
8.

CONCLUSIONES

- ▶ ¿Qué hemos conseguido con un buen Posicionamientos?
 - ▶ Tráfico cualificado.
 - ▶ 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.
 - ▶ Retorno de Inversión
 - ▶ Durabilidad / Valor Añadido.

CASO PRÁCTICO: ¿CUÁNTA COMPETENCIA TENGO EN INTERNET?

- ▶ Tras la elección de Nuestras Palabras Clave Objetivo
 - ▶ Extraer Webs Posicionadas para esas palabras
 - ▶ Aquí saldrá desde nuestra **competencia**, hasta portales, blog, foros, directorios, etc.
 - Ejemplo herramienta: <http://es.semrush.com/es/>
- ▶ ¿Qué está haciendo mi Competencia en Internet?:
 - ▶ Extraer las páginas donde aparece mi Competencia.
 - ▶ Yahoo!: <http://siteexplorer.search.yahoo.com>
 - ▶ Google: [link:www.micompetencia.es](http://www.micompetencia.es)
 - ▶ Herramienta Gratuita: <http://www.backlinkwatch.com>

RESUMEN

▶ Tras el Estudio del Sector:

1. Listado de Palabras Clave objetivo por Sección:

- ▶ **Ejemplo Sector:** Empresas dedicada a *Cursos de Idiomas en el Extranjero*, que ofrece varios destinos y países
 - **Genéricas:** “Cursos idiomas extranjero” y “Cursos ingles extranjero”
 - **País Inglaterra:** “Cursos ingles Inglaterra” y “Estudiar ingles en Inglaterra”
 - **Destino Londres:** “Cursos Ingles Londres” y “Escuelas ingles Londres”

2. Listado de Webs posicionadas para cada palabra/expresión

- ▶ Revisar una por una para ver si podemos incluir nuestra página

3. Listado de Webs donde aparece mi competencia

- ▶ Revisar una por una para ver si podemos incluir nuestra página

Promoción de la Web

Capítulo 5

CONSEGUIR ENLACES HACIA MI PÁGINA

- ▶ **Objetivo: Aumentar la popularidad de la Web**
 - ▶ Alta en directorios, portales relevantes de mi sector, comentar en Blogs, foros, etc.
 - ▶ A mayor nº de enlaces → Mayor Popularidad
 - ▶ A mayor nº de enlaces de páginas similares → Mayor Popularidad
 - ▶ Indicador: PageRank de Google



CONSEGUIR ENLACES HACIA MI PÁGINA

► Directorios: <http://www.omnibius.com/>

01- <http://dmoz.org/> (tardan meses en aceptarte)

02- <http://es.dir.yahoo.com/> (gratuita o de pago)

03.- <http://www.hispanoempresa.com/> (solo empresas)

04.- <http://www.deltiron.com/directorio/>

05.- <http://www.alego.com> (sólo sitios en España)

06.- http://www.tagoror.com/directorio_web.html (1999)

07.- <http://www.avizora.com/> (es del año 2000)

08.- <http://www.ezilon.com/php/esp.php> (versión española).

09.- <http://www.buscadorespanol.com/>

10 .- <http://directorio.batiburrillo.net/> (Es del 2002).

CASO PRÁCTICO: AÑADIR ENLACE EN UN DIRECTORIO

- ▶ Nos dirigimos a: www.visitas.es
- ▶ Elegimos la categoría más representativa de nuestro negocio
- ▶ Incluimos nuestros datos
- ▶ Ser pacientes...

CONCLUSIONES FINALES

- ▶ “No es Oro todo lo que reluce”
 - ▶ BUENOS CONTENIDOS .
 - ▶ US ABILIDAD / NAVEGABILIDAD.
 - ▶ POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES .



Gracias por su atención

¿Preguntas?