

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?

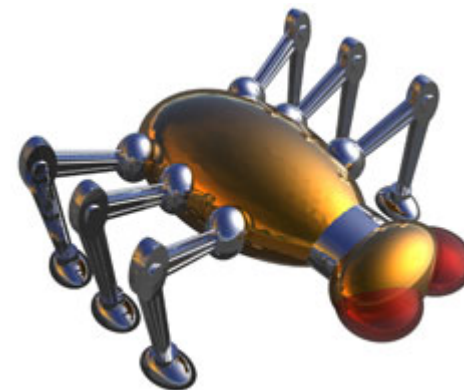
- ▶ Introducimos un término en el motor de búsqueda.

- ▶ 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)

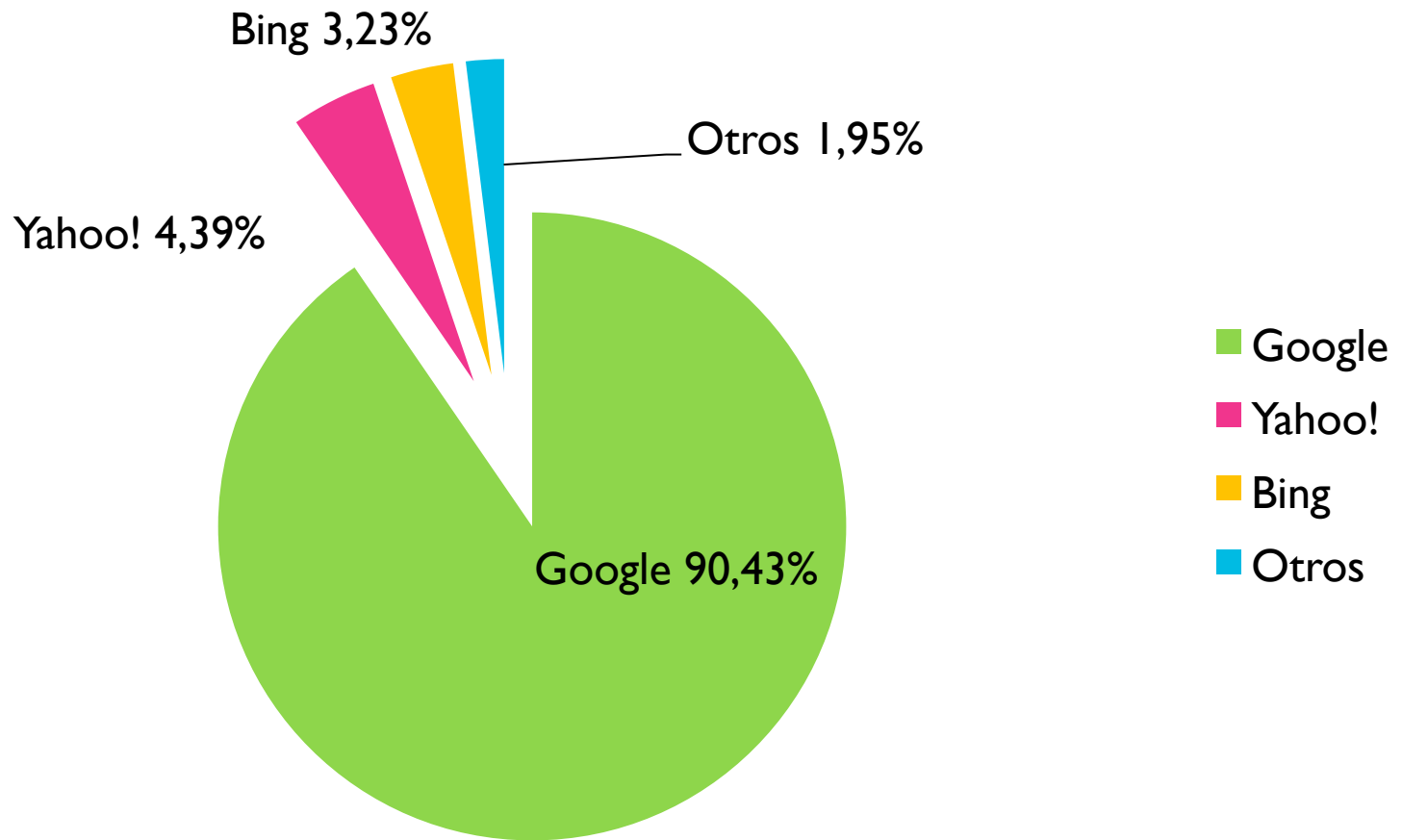
- ▶ Analiza las Webs en busca de:
 - ▶ Palabras Clave
 - ▶ Títulos
 - ▶ Enlaces
 - ▶ Etc.

COMO MUESTRA LA INFORMACIÓN

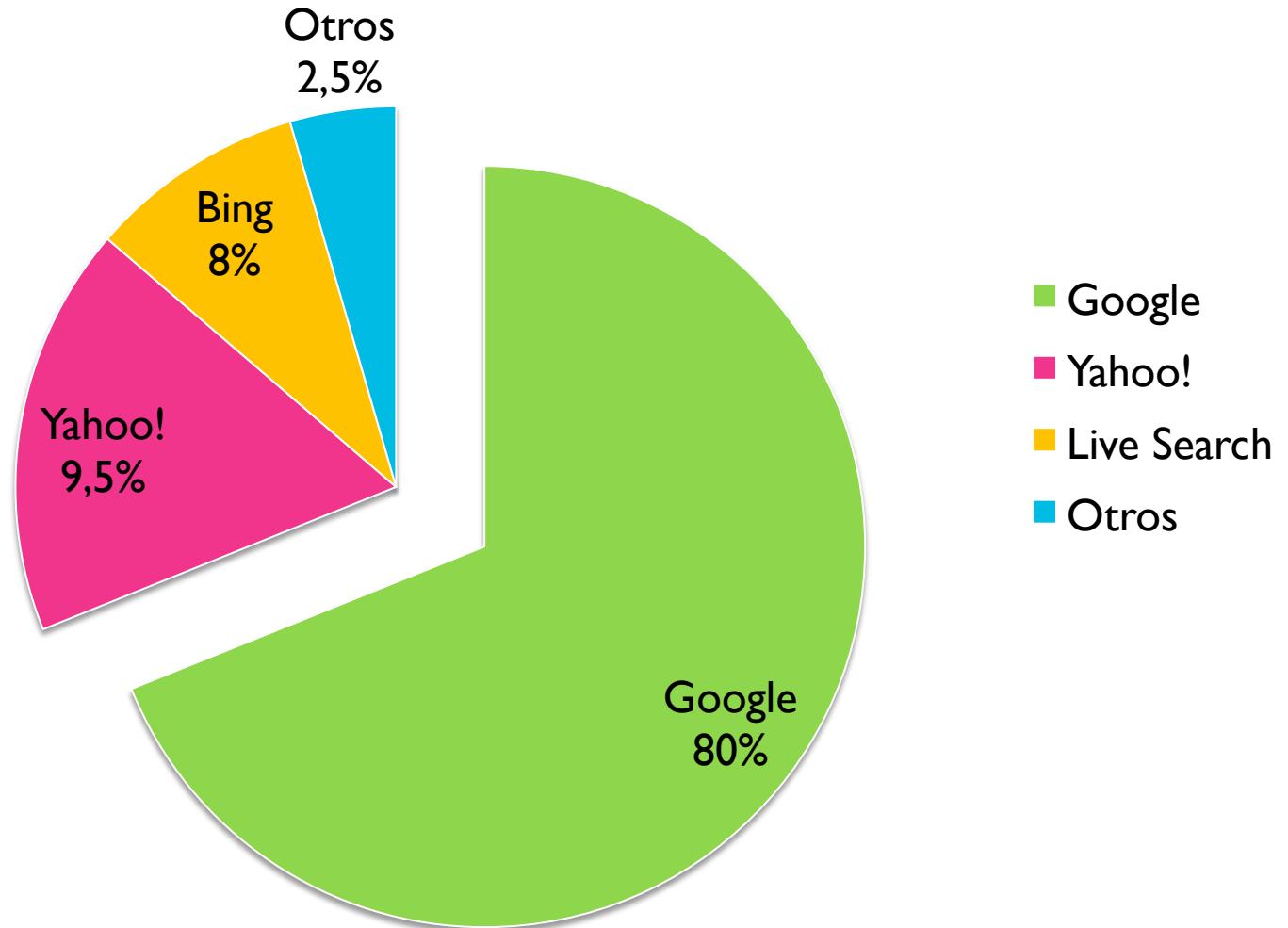
- ▶ El motor de búsqueda con esta información:
 - ▶ Añade su Sitio a la BD
 - ▶ Y lo pone a disposición de las personas.
- ▶ La gran diferencia entre los Motores de Búsqueda, esta aquí :

Ranking o posición de los resultados ante una palabra clave concreta = ALGORITMO

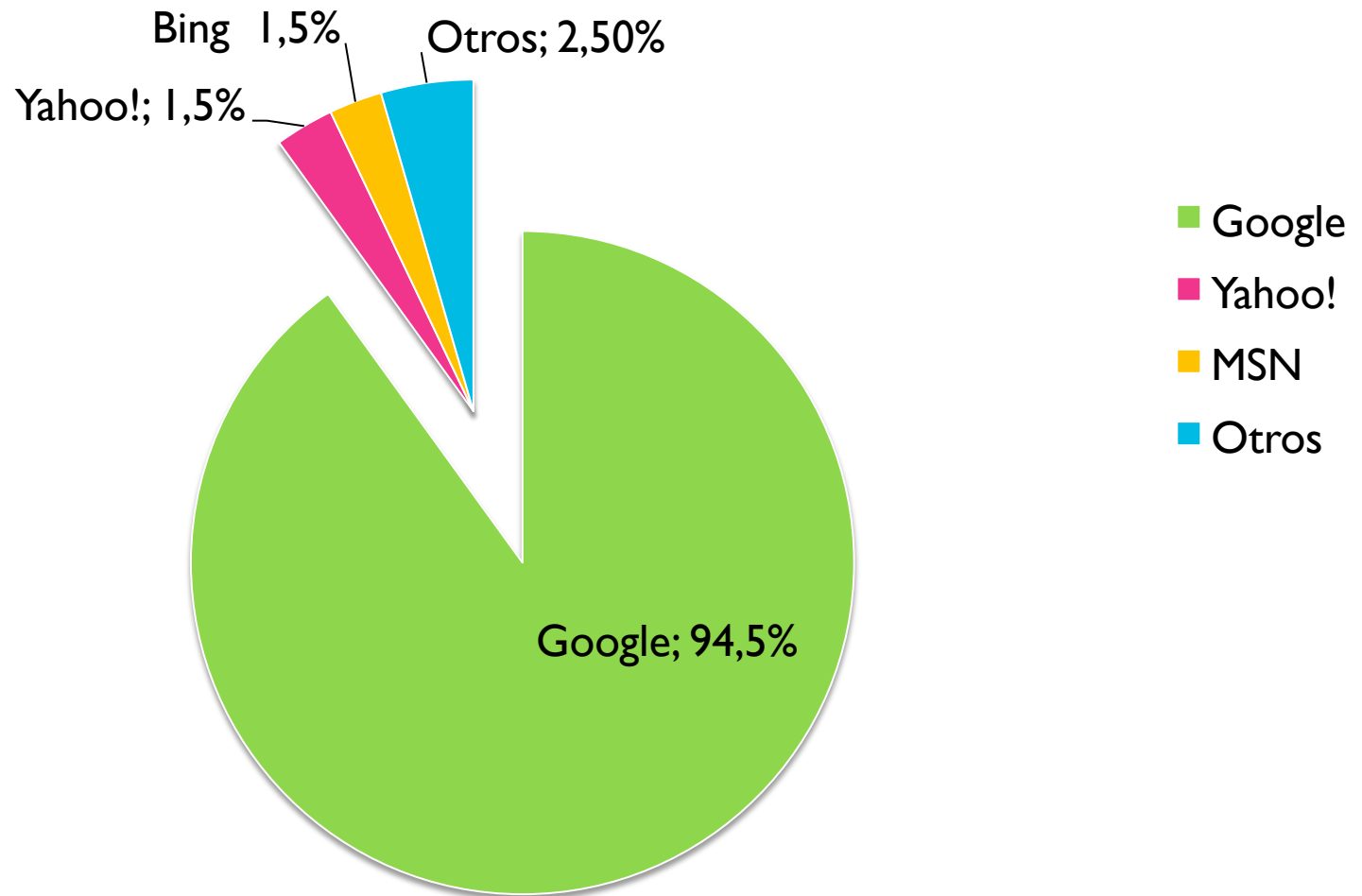
Ranking Buscadores: MUNDIAL



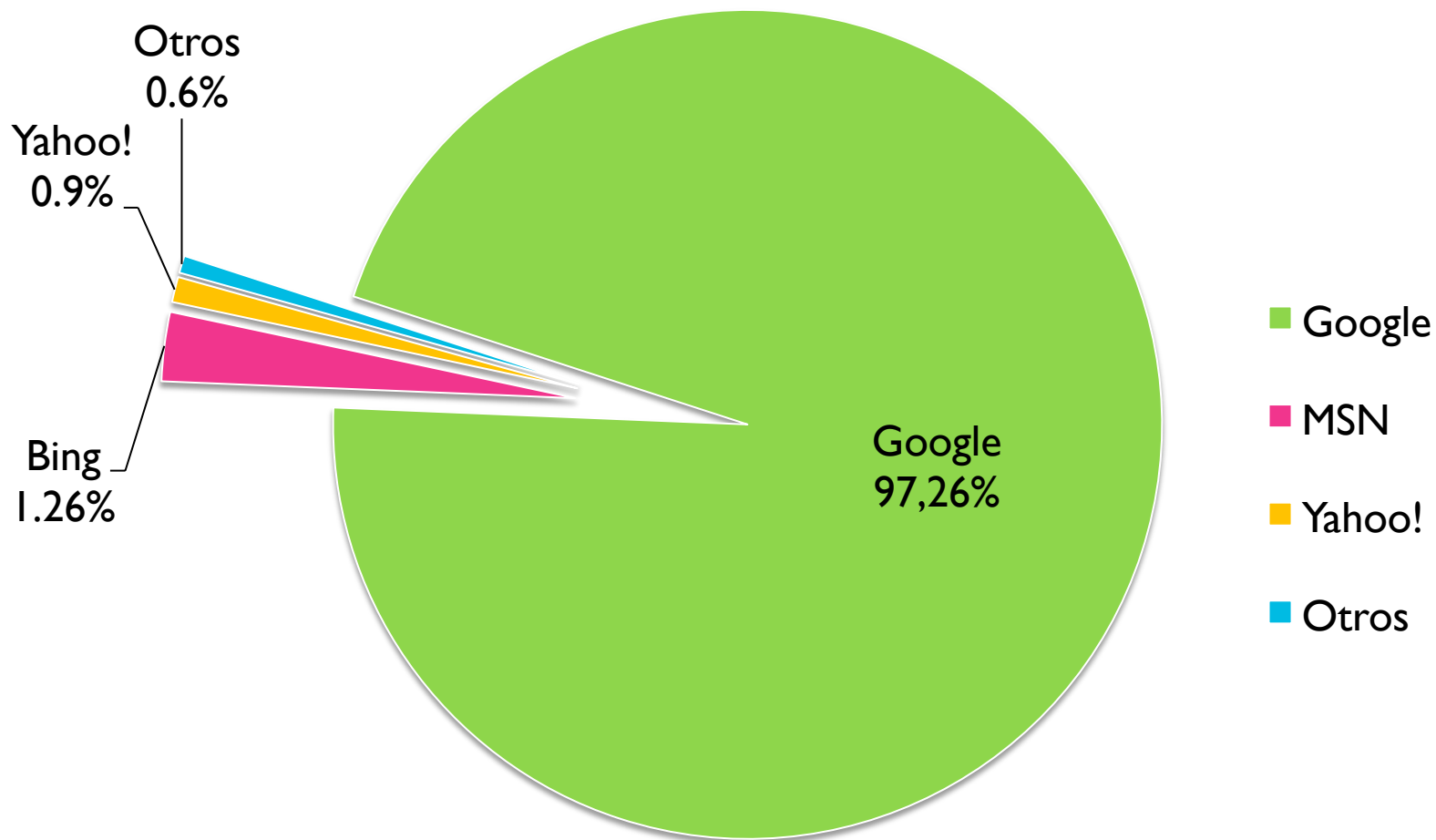
Ranking Buscadores: EEUU



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 o*
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 (o empeorado) en relación a años atrás.*

Jueves, 27 de mayo de 2010

¿Olvidó su contraseña?

Usuario

Contraseña

Regístrese aquí

Síguenos en:

Buscar en MuyPymes...

Inicio Actualidad Canal TV Pymes Tecnología Marketing Formación Gestión Agenda Directorio MuyAhorro

Actualidad **Comunicación** Ventas Recursos Casos de éxito

Marketing - Comunicación

100 ideas para tu blog corporativo en 2010

Escrito por Rodolfo de Juana Martes, 12 de Enero de 2010 15:37

Página 1 de 3

De la mano de Small Business Trends, nos llega una recopilación con más de 100 ideas que podemos utilizar para lanzar (o relanzar) nuestro blog corporativo en 2010, un año en el que muchos vaticinan que será de consolidación para estas publicaciones.

En el siguiente reportaje descubrirás material para poder publicar un post original cada día del año, así que ya no tienes excusas para inaugurar de forma oficial el blog de tu empresa. Eso sí, si empiezas recuerda que necesitas tener paciencia y dedicación.

35 tweets

PUBLICIDAD

¿reply

Potente. Inteligente.

IBM System x3650 M3 Express

Desde 1.670 € o desde 417,5 € al trimestre

[Más información](#)

Lo más leído

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).

The image shows a screenshot of a Google search results page for the query "comercio electronico". The browser window title is "comercio electronico - Búsqueda en Google - Mozilla Firefox". The search bar shows the query "comercio electronico" and the search button "Búsqueda". Below the search bar, it indicates "Resultados 1 - 10 de aproximadamente 4.150.000 de comercio electronico. (0,35 segundos)".

The search results are divided into two main sections:

- Organic Results (Left):** A blue box highlights the first three results. A blue arrow points to the first result, "Comercio Electrónico Global - Portal de e-commerce business...". A blue callout box with the number "2" and the text "Posicionamiento Algorítmico, Natural u Orgánico" points to this result.
- Sponsored Results (Right):** A purple box highlights the sponsored results. A purple arrow points to the first sponsored result, "gsBase Sistema Desarrollo". A purple callout box with the number "1" and the text "Posicionamiento Patrocinado" points to this result.

A large green text overlay "SERP de Google" is centered at the bottom of the screenshot. The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the time "20:05" and the taskbar label "comercio electronico ...".

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

▶ 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 following elements:

- Navigation links: La Web, Imágenes, Maps, Noticias, Vídeo, Gmail, Más.
- Search bar: "posicionamiento en buscadores" with a "Buscar" button and links for "Búsqueda avanzada" and "Preferencias".
- Search filters: "Buscar en:" with radio buttons for "la Web" (selected), "páginas en español", and "páginas de España".
- Results summary: "Resultados 1 - 10 de aproximadamente 1.190.000 de posicionamiento en buscadores. (0,22 segundos)".
- Search results (left column):
 - Posicionar en buscadores** (Enlace Patrocinado): PosicionamientoBuscadores.net. Agencia especializada. Experiencia. Resultados. Clientes satisfechos. URL: http://www.posicionamientobuscadores.net...
 - Posicionamiento en buscadores, Alta en buscadores gratis promocion ...**: Posicionamiento y visibilidad en los buscadores. Alta gratis en buscadores gratis y servicios de promocion web en internet, posicionamiento, primer lugar, ... URL: www.altas-buscadores.com/ - 29k - En caché - Páginas similares
 - Posicionamiento en Buscadores Google**: El posicionamiento en buscadores no es tarea fácil, puede que alguien le diga que eso es fácil, que inclusiones masivas con programas automatizados que dan ... URL: www.ilatina.es/ - 62k - En caché - Páginas similares
 - Alta y posicionamiento en buscadores. Alta con garantia de ...**: Posicionamiento en buscadores: posicionadorweb.com da su web de alta en buscadores con garantia de posicionamiento. Posicionamiento garantizado al dar de ... URL: www.posicionadorweb.com/ - 31k - En caché - Páginas similares
 - Posicionamiento en buscadores**: Posicionamiento en buscadores | posicionamiento web en buscadores | diseño de
- Search results (right column - Enlaces patrocinados):
 - Posicionamiento en Google**: Inserta tu enlace patrocinado en el primer buscador de España. URL: www.AdWords.Google.es
 - Posicionamiento Web (SEO)**: Más de 10 años de experiencia en posicionamiento en buscadores. URL: Bigmouthmedia.es/SEO
 - Posicionamiento Buscadores**: Especialistas SEM. Pago por clic. Información: Llame Gratis 900803803. URL: www.top-click.es
 - Consiga nuevos clientes**: Busca más web en los primeros

CASO DE ADWORDS: PC EN PÁGINAS WEBS

► Anuncios de Texto (Adsense)

The screenshot shows a website header for 'El Blog Salmón' with a navigation menu and a user login area. A text advertisement is prominently displayed in the center, enclosed in a blue border. The ad promotes 'Acceda al R.A.I.' (Access to R.A.I.) for 4.5 million companies in Spain, with a link to 'www.einforma.com'. Below the ad, a horizontal menu lists various topics related to salmon. The main content area features a post about using Twitter for job searches and a search bar with a 'busca con Google' button. A sidebar on the right contains a link to 'Economía' and a '¿Llegas a fin de mes?' link.

El Blog Salmón
Economía y finanzas en su color natural

■ PYMES Y AUTÓNOMOS ■ TECNOLOGÍA PYME ■ VER OTROS BLOGS DE

WSL WeblogsSL

Acceda al R.A.I.
4,5 millones de empresas de España Acceso al R.A.I. online
www.einforma.com

Anuncios Google

[Anuncios Google](#) [Salmón](#) [Salmon Food Recipes](#) [Como Cocinar Salmon](#) [Recetas De Salmón](#) [Patatas Con Salmón](#)

¿Buscas empleo? Usa Twitter
Miguel Lopez | 8 de febrero de 2009 | 0 comentarios

Los momentos de crisis desde siempre han sido grandes momentos para crear

busca con Google
BUSCAR:

Economía
Encuentra información económica cotizaciones, bolsa y finanzas
www.invertia.com
[¿Llegas a fin de mes?](#)

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
- ▶ No tiene en cuenta la calidad de las Web que se anuncian, solo:
 - Cuanto paga
 - Mayor % de clics (audacia en el texto del 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,..)

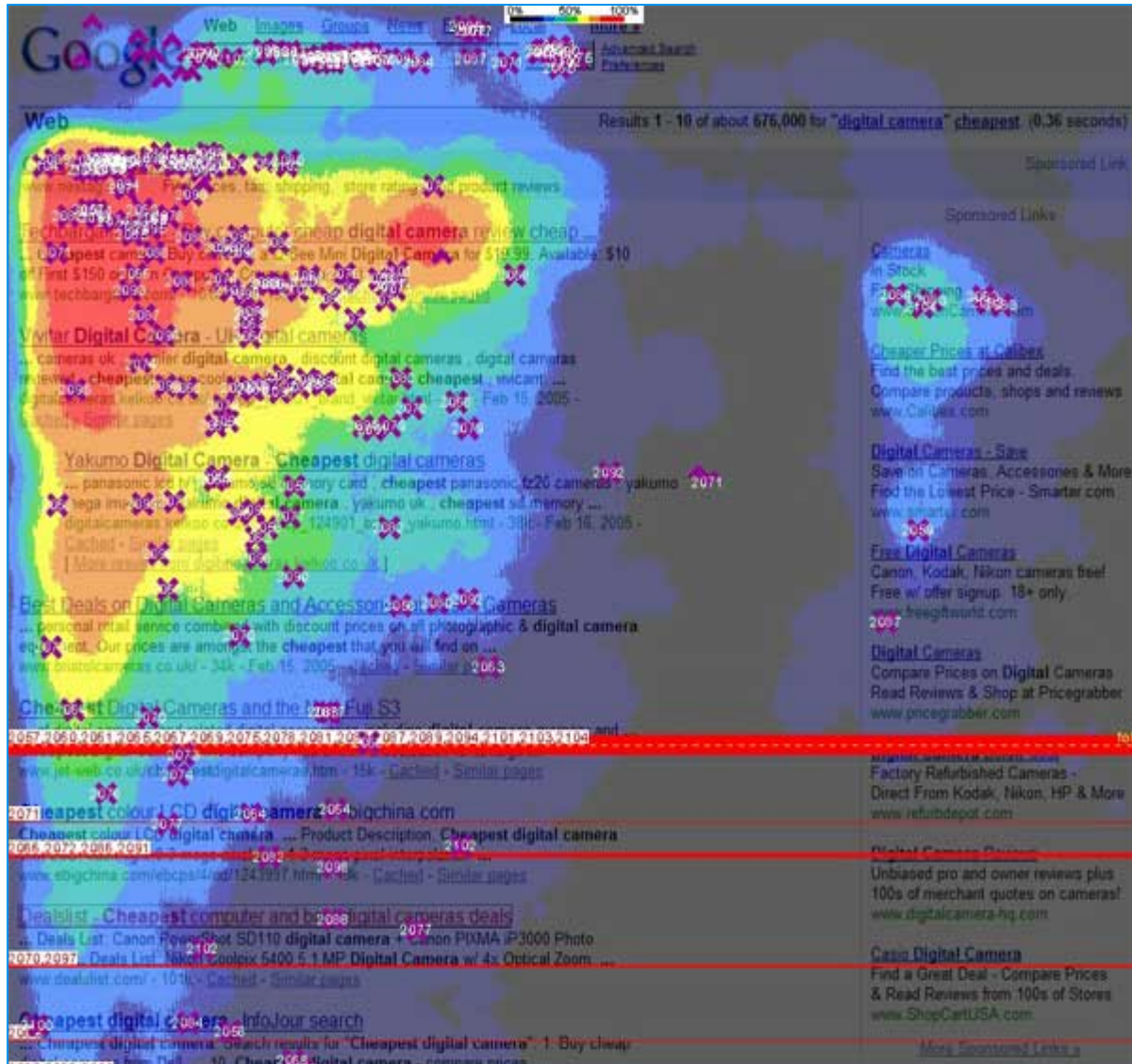
¿Y los Usuarios?

...

¿Qué prefieren?



Google, “El triángulo 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 triangulo de Oro”



The screenshot shows a Google search interface with the query 'vuelos baratos'. The search results are categorized under 'La Web' and show 'Resultados 1 - 10 de aproximadamente'. The first three results are sponsored links:

- Ofertas de vuelos** from www.edreams.es: "Vuelos desde 10 € ¡ Date prisa, plazas limitadas !"
- Vuelos Baratos** from www.rumbo.es: "Vuela con Rumbo ¡Precios inmejorables!"
- Vuelos desde 30€** from www.vueling.com: "Precio por trayecto, todo incluido. Reserva online y asiento."

The fourth result is an organic link for **Vuelos Baratos - Buscador de Vuelos Baratos** from www.vuelosbaratos.es/, with a description: "VuelosBaratos.es, el nuevo buscador de **vuelos baratos**, hace que ahor tiempo y dinero de manera rápida comparando los precios entre las distir".

- ❑ 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

Capítulo 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 Magento
 - ▶ Lo generamos con la propia herramienta.
 - ▶ *Catálogo > Mapa del Sitio en Google*

CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

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

CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

▶ Avisando a Google

- ▶ Verificamos que es vuestro sitio subiendo un archivo HTML a la raíz del sitio, o introduciendo un script
 - ▶ Caso Magento:
 - *Sistema > Configuración > Diseño > Cabecera HTML > Miscellaneous scripts*
- ▶ Tras verificarlo, podréis acceder a una serie de resultados muy interesantes:
 - ▶ Como estadísticas de rastro (nº páginas indexadas, no encontradas, links, etc..)
 - ▶ y resultados de posicionamiento.

- ▶ 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?

- ▶ 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"
4 "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
5 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
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
```

▶ META TAGS

- ▶ Meta Keywords (Entre 15 y 20 expresiones)
- ▶ Meta Description / Técnicas de Venta (no más de 160 caracteres)

▶ TITLE

- ▶ No más de 60 - 70 Caracteres.

EJEMPLO ETIQUETAS <HEAD>

La Web [Imágenes](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Video](#) [Gmail](#) [Más](#) ▾

[Acceder](#)



cursos en el extranjero

Buscar

[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)

[Ingles al sol en Malta](#)

www.venairlanda.com

Alojamiento, clases y actividades. Vuelos desde toda España.

Enlaces patrocinados

Enlaces patrocinados

[Cursos de Inglés](#)

www.studyglobal.com

Estudia Ingles en el **extranjero**. Inglaterra, Irlanda, Malta, USA.

[Therunwalkers verano 08](#)

El inglés en verano es divertido.

Malta, Irlanda, Aventura en Canadá.

www.therunwalkers.com

[Estudia en el Extranjero](#)

www.TheScholarShip.com

Visita distintos países y conoce otras culturas mientras estudias.

[Inglés en el extranjero](#)

Cursos de inglés en Reino Unido,

USA, Canada, Malta, etc..

www.goandgetanidiom.com

Cursos Idiomas Extranjero | Cursos Inglés Inglaterra, Irlanda ...

TITLE

Empresa especializada en la organización de **Cursos** idiomas en el **extranjero** para todos los niveles y edades. **Cursos** de inglés en Inglaterra. **Cursos** de ...

META DESCRIPTION

www.newlink.es/ - 4k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[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](#)

[Idiomas en el extranjero](#)

Directorio de agencias que ofrecen

cursos de idiomas en el **extranjero**

www.quemepiro.es

[Cursos Inglaterra](#)

Hablamos Español! **Cursos** de ingles

en inglaterra. free places.

www.englishchakademie.de

[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](#)

[Inglés en el extranjero](#)

Agencia en Valencia especializada

en escuelas con prestigio internac...

- ▶ **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

- ▶ Reunir nuestras expresiones objetivo
- ▶ Localizar las etiquetas fundamentales
- ▶ Optimización del Contenido

- ▶ RECOMENDACIONES:
 - ▶ Centrarse en 1 o 2 expresiones clave para optimizar cada 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.

CASO PRÁCTICO: OPTIMIZACIÓN DE NUESTRA WEB

▶ Expresiones Genéricas:

▶ Página de Inicio:

▶ CMS > Pages:

- Información de la Página > Título de la Página = TITLE (Separar con barra vertical “|”, no más de 70 caracteres)
- Meta Datos > Description (No más de 160 caracteres)
- Meta Datos > Keywords (Unas 15-20 expresiones, separar con comas, no más de 180 caracteres)

▶ HI: Sistema > Configuración > Diseño > Cabecera > “Logo Image Alt”

▶ Contador de Caracteres:

<http://www.maestrodeseo.com/herramientas-seo/tamano-del-texto/>

CASO PRÁCTICO: OPTIMIZACIÓN DE NUESTRA WEB

▶ Categorías:

▶ Catálogo > Gestionar las Categorías:

- ❑ Name* = HI
- ❑ Url Key (Separar expresiones con guiones)
- ❑ PageTITLE (Separar con barra vertical “|”, no más de 70 caracteres)
- ❑ Meta Description (No más de 160 caracteres)
- ❑ Meta Keywords (Unas 15-20 expresiones, separar con comas, no más de 180 caracteres)

▶ Contador de Caracteres:

<http://www.maestrodeseo.com/herramientas-seo/tamano-del-texto/>

CASO PRÁCTICO: OPTIMIZACIÓN DE NUESTRA WEB

▶ Producto Final:

▶ Catálogo > Gestionar los Productos:

- ❑ General > Name* = HI
- ❑ General > Url Key (Separar expresiones con guiones)
- ❑ Meta Información > TITLE (Separar con barra vertical "|", no más de 70 caracteres)
- ❑ Meta Información > Description (No más de 160 caracteres)
- ❑ Meta Información > Keywords (Unas 15-20 expresiones, separar con comas, no más de 180 caracteres)

▶ Contador de Caracteres:

<http://www.maestrodeseo.com/herramientas-seo/tamano-del-texto/>

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

The screenshot shows the NLK Newlink website header with the logo and navigation links. Below the header is a navigation menu with 'TÚ ERES LO PRIMERO', 'FINANCIA TU CURSO', and 'SEGURO DE CANCELACIÓN'. A large image of two smiling women in sunglasses is featured. Below the image is a navigation bar with 'Enlaces rápidos: Inicio | Becas MEC' and a section titled 'Becas MEC 2011'. On the left, there are buttons for 'SOLICITA INFORMACIÓN' and 'OFERTAS NEWLINK', and a 'NUESTROS PROGRAMAS' menu with 'ADULTOS (+18)'. The main content area has a text block about MEC requirements and a grid of program links under 'Becas MEC Inglaterra'. A 'Becas MEC Escocia' section is partially visible at the bottom.

NLK newlink Cursos en el extranjero  Contacto | Iniciar sesión

TÚ ERES LO PRIMERO »
FINANCIA TU CURSO
SEGURO DE CANCELACIÓN

Enlaces rápidos: Inicio | Becas MEC

Becas MEC 2011

[SOLICITA INFORMACIÓN](#)
[OFERTAS NEWLINK](#)

NUESTROS PROGRAMAS

ADULTOS (+18)

- Cursos Idiomas Extranjero
- Becas MEC
- Becas MEC Maestros
- Becas Gobierno Vasco
- Cursos Subvencionados
- Cursos Profesores Idiomas
- Cursos Profesionales y Empecese

Todos los programas de esta sección cumplen los [requisitos](#) de las becas MEC. Además, aprovéchate de los paquetes que te ofrecemos con vuelo incluido, ¡para que no te preocupes de nada!

Becas MEC Inglaterra

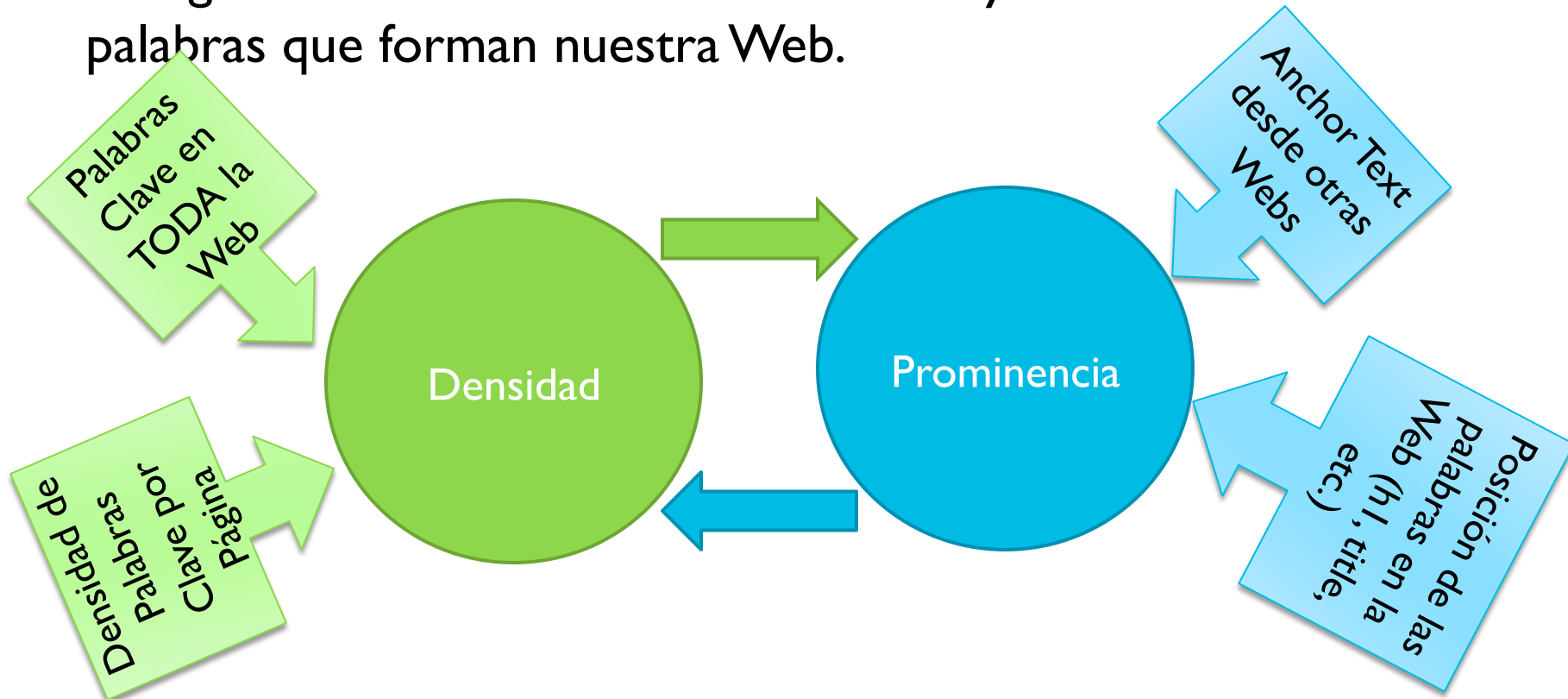
Bournemouth	Bournemouth Vuelo Incluido	Brighton	Brighton Vuelo Incluido
Bristol	Cambridge	Liverpool	Londres Centro
Londres Centro Hallam Street	Londres Centro Hallam Street Vuelo Incluido	Londres Centro Hyde Park	Londres Centro Hyde Park Vuelo Incluido
Londres Centro Vuelo Incluido	Londres Lewisham	Manchester	Oxford
Torbay Vuelo Incluido	Oxford Vuelo Incluido	Stratford-Upon-Avon	Torbay
Worthing	Worthing Vuelo Incluido		

Becas MEC Escocia

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

CONCLUSIONES: ALGORITMO DE RELEVANCIA DE GOOGLE

- ▶ El algoritmo determina los temas que predominan en nuestra Web
- ▶ Google lo calcula midiendo la Densidad y Prominencia de las palabras que forman nuestra Web.



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://www.keywordspy.com/>
- ▶ ¿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
 - ▶ Herramienta Gratuita: <http://www.backlinkwatch.com>

▶ 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

- ▶ ¿Qué hemos conseguido con un buen Posicionamiento?
 - ▶ Tráfico cualificado.
 - ▶ 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)
 - Ejemplo: Pisos Zaragoza / Apartamentos Zaragoza / Casas Zaragoza
 - ▶ 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.

Promoción de la Web

Capítulo 5

- ▶ **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

- 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...

Gracias por su atención

¿Preguntas?