

EXERCISES QUE TRABAJAREMOS EN LA CUE

- EXERCISE 1: CONOCIENDO ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO WEB
- EXERCISE 2: ANALIZANDO NUESTRO SITIO EN GOOGLE ANALYTICS

EXERCISE 1: CONOCIENDO ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO WEB

Como hemos estado analizando, una página web no solamente se limita a escribir un código fuente, darle estilo atractivo y lanzarla a la web. Existen varios factores extras que se deben tener en cuenta al momento de levantar nuestra página web y que sea accedida por los usuarios web.

El SEO es un conjunto de técnicas que se aplican a una página web con la intención de mejorar su posición y visibilidad en los principales buscadores.

El SEO se puede dividir en dos grandes grupos: On-site y Off-site.

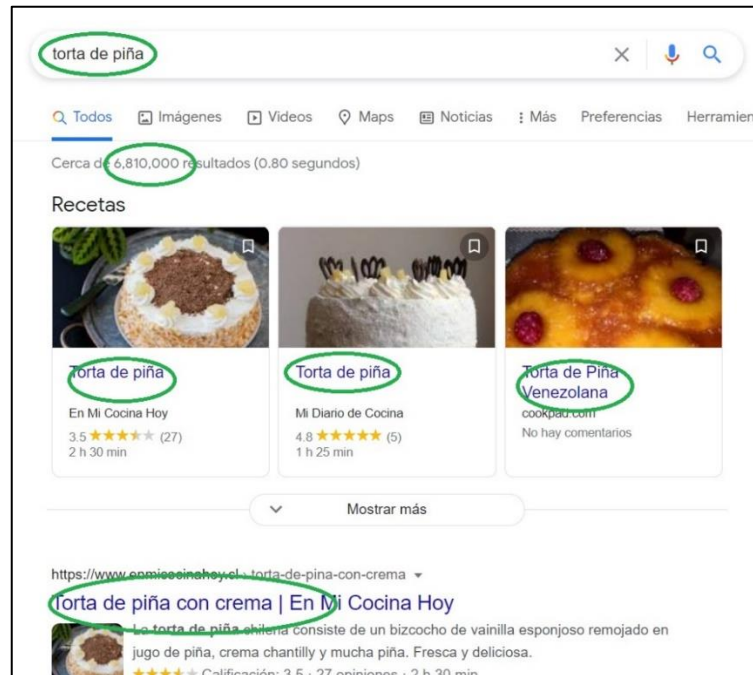
Dentro del On-site se encuentran las keywords, que son la base de una estrategia SEO.

¿QUÉ ES UNA KEYWORD O PALABRA CLAVE?

Una palabra clave (*keyword* en inglés) es el texto que un usuario introduce en Google para buscar información. En otras palabras, cada vez que un usuario escribe una palabra en el buscador, este ofrece resultados relacionados con la palabra que fue ingresada.

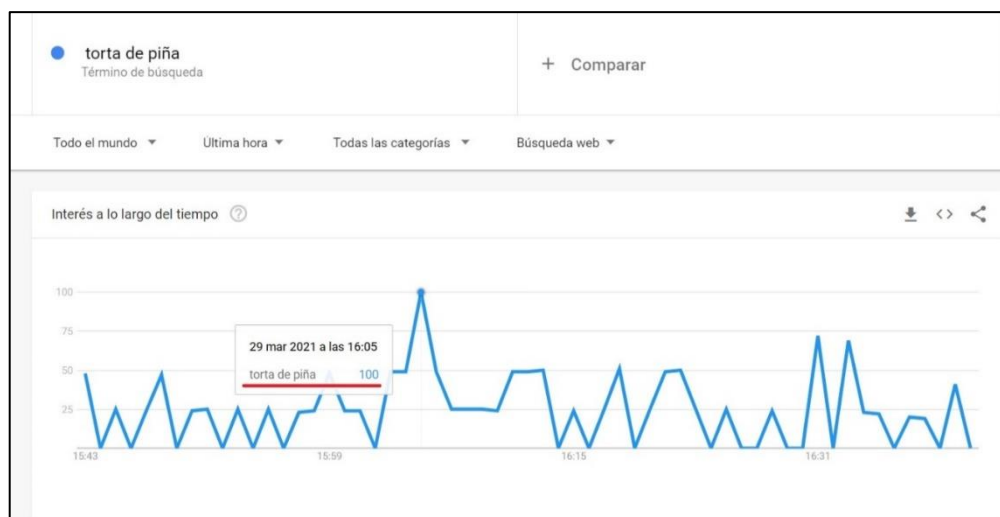
El buscador siempre intentara mostrar los mejores contenidos en relación con cada palabra clave que sea ingresada.

Por ejemplo, si buscamos “torta de piña”, el buscador inmediatamente nos envía como respuestas las opciones que se acerquen más a lo que estamos buscando.



Sin embargo, podemos observar en la imagen anterior que, si bien tenemos algunos resultados en las primeras posiciones y serán, probablemente, los primeros lugares a donde un usuario ingresará, contamos con más de 6 millones de resultados relacionados a las mismas palabras claves, quedando los demás relegados por aquellos mejor posicionados.

¿POR QUÉ SE VUELVE RELEVANTE EL USO DE PALABRAS CLAVES?



En tan solo una hora, la cantidad de búsquedas de las palabras claves "torta de piña" han sido muchas (información de [Google Trends](#)), incluso siendo 100 búsquedas juntas a las 16:05 de ese día específico.

Ahora, si pensamos en un negocio, consideremos la cantidad de posibles clientes que estarán buscando aquel producto que nosotros ofrecemos en nuestra página web y que, probablemente, se limitarán a las primeras posiciones que el buscador les ofrezca, siendo clientes potenciales de aquellas páginas web a las que tuvieron rápido acceso.

Por este motivo el uso de las palabras claves es fundamental para que nuestra página sea encontrada fácilmente.

Si tuviéramos una empresa que realiza tortas de piña, las palabras claves que debemos colocar son, por ejemplo, torta, piña y casera.

```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="en">
3 <head>
4     <meta charset="UTF-8">
5     <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6     <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-
7 scale=1.0">
8     <meta name="keywords" content="torta, piña, casera">
9     <title>Document</title>
10 </head>
11 <body>
12
13 </body>
14 </html>
```

Además de las palabras claves, debemos tener en cuenta muchos otros factores:

URL amigables: Una URL amigable es aquella sencilla y que sugiera cual es el contenido de la página.
Por ejemplo:

<https://mipaginaweb.com/?p=58236>

<https://mipaginaweb.com/receta-torta-pina>

Al revisar esos dos ejemplos (que no enlazan a nada) automáticamente uno puede deducir que, en el segundo caso, la página está mostrando la receta para hacer una torta de piña. La primera URL puede llevar a ver lo mismo, pero el enlace no es descriptivo. En la segunda opción, el algoritmo de búsqueda de Google podrá descifrar más fácilmente de que trata el enlace.

`https://miposicionamientoweb.es/?p=123`

NO amigable

`https://miposicionamientoweb.es/archivos/123`

`https://miposicionamientoweb.es/2019/09/02/pagina-ejemplo/`

Amigable

`https://miposicionamientoweb.es/2019/09/pagina-ejemplo/`

`https://miposicionamientoweb.es/pagina-ejemplo/`

MUY amigable

Hosting: contar con un hosting estable (servicio de alojamiento para sitios web) que mantenga tu página en funcionamiento.

Velocidad de carga de la web: Las webs que cargan lento pierden un 53% de los usuarios según Google.

Contenido del sitio web: El contenido debe ser de calidad y único, sin ser una copia de otros contenidos disponibles en la web. Además, si el contenido se comparte mucho, Google considera que les gusta a los usuarios y lo posiciona mejor.

Títulos de la página: Un título principal que defina el contenido de la página sin abusar de las etiquetas de título cuando no sea necesario, con especial cuidado en la etiqueta H1 que debería encontrarse una única vez en la página web.

Descripción: la descripción de los componentes de su sitio web debe ser clara y precisa para que sea bien ubicada por el algoritmo de Google. Idealmente que los títulos y subtítulos tengan las palabras claves definidas.

```
1 <meta name="description" content="torta de piña chilena, receta casera">
```

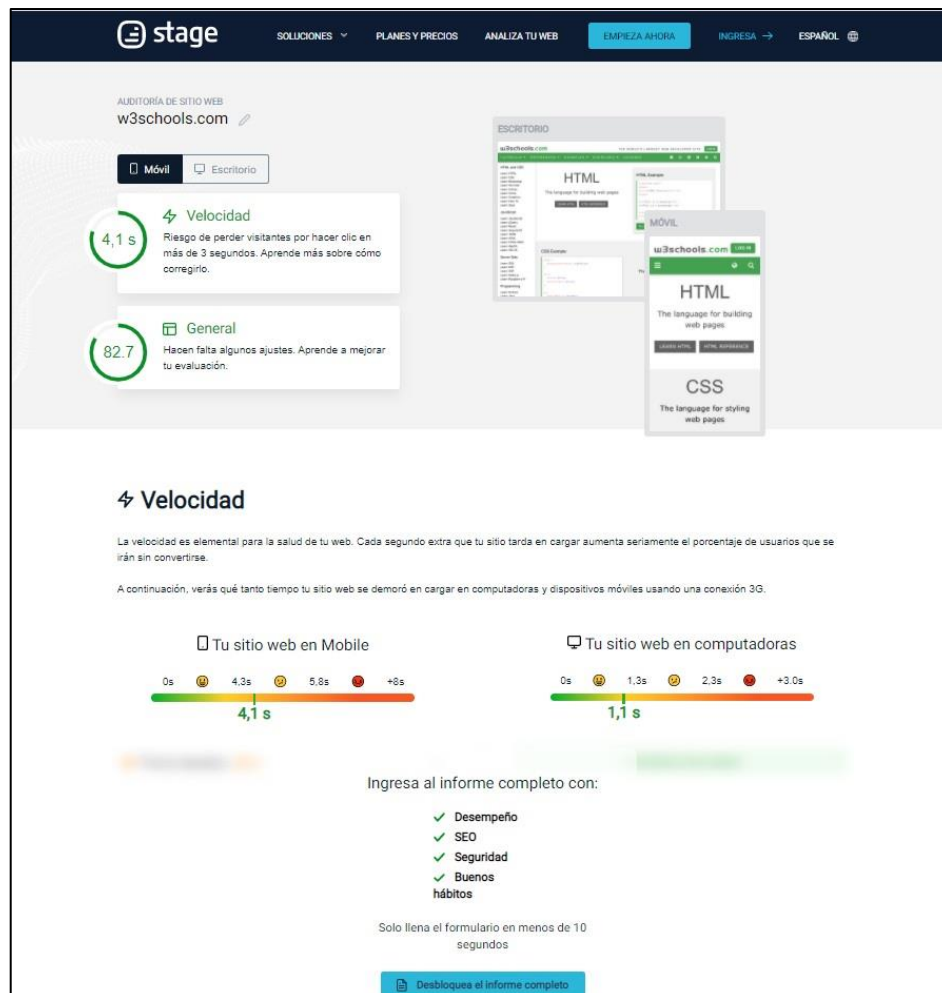
Enlaces: si otras páginas enlazan tu web, se considera que tiene un contenido interesante y de calidad, por lo que mientras más veces sea enlazada mejor posicionamiento tendrá en el buscador.

Imágenes: no solo vuelven más atractivas las páginas web, sino que también las posicionan mejor, por lo que también es relevante darles un buen nombre y texto alternativo (el que será mostrado si la imagen no es encontrada).

REVISAR UNA PÁGINA WEB

Varias páginas especializadas en SEO ofrecen revisar tu página web para ver cómo se encuentran los componentes de ella y poder así, mejorar su posicionamiento. Un ejemplo de esto es la página rockcontent.com que ofrece analizar tu página de manera gratuita para que luego los contactes para mejorar las falencias que se encontraron.

De manera gratuita te entregan un análisis de la velocidad de carga y un análisis general del sitio web, pudiendo obtener más información tras llenar un formulario.



Si quieres conocer más información sobre las *keyword* puedes encontrar buen material en la página Tuposicionamientoweb.net

EXERCISE 2: ANALIZANDO NUESTRO SITIO EN GOOGLE ANALYTICS

Luego de llevar a cabo todas las estrategias que hemos conocido con respecto al posicionamiento web, una buena opción es seguir nuestras páginas con la intención de conocer el flujo de visitantes, entre otras cosas que nos permitirán tener siempre una mejor estrategia y saber en qué estamos fallando y en que estamos cumpliendo bien.

GOOGLE ANALYTICS

[Google Analytics](#) es una herramienta de analítica digital que permite hacer seguimiento de sitios web, blogs y redes sociales y que nos entrega informes predeterminados del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, adquisición, comportamiento y conversaciones que se llevan a cabo en el sitio web.

Analiza elementos variados como el número de visitas, la duración de las visitas a la página web, las fuentes de tráfico, las páginas visitadas, detalles de los dispositivos de los visitantes (teléfonos móviles, computador, etc).

Además de eso, es compatible con todas las demás herramientas de Google que no serán detalladas en esta ejemplificación.

FUNCIONAMIENTO

Esta herramienta es gratuita y recolecta los datos usando las cookies, código JavaScript y navegadores.

COMO PODEMOS UTILIZARLA

Lo primero que debemos hacer es crear nuestra cuenta en Google Analytics. Posterior a eso, debemos crear la propiedad que deseamos analizar.



1 Configuración de la propiedad

Detalles de la propiedad
Una propiedad representa los datos del sitio web o de la aplicación de una empresa. Una cuenta puede incluir una o varias propiedades. [Más información](#)
* Si quiere crear una propiedad para un proyecto de Firebase que ya tenga, vaya a su cuenta de Firebase.

Cree una propiedad Google Analytics 4 para medir los datos del sitio web o de la aplicación de su empresa.

Nombre de propiedad

Zona horaria de informes
Seleccionar país ▼ Seleccionar zona horaria ▼

Moneda
dólar estadounidense (USD US\$) ▼

Puede modificar los detalles de esta propiedad en otro momento en la página Administrar.

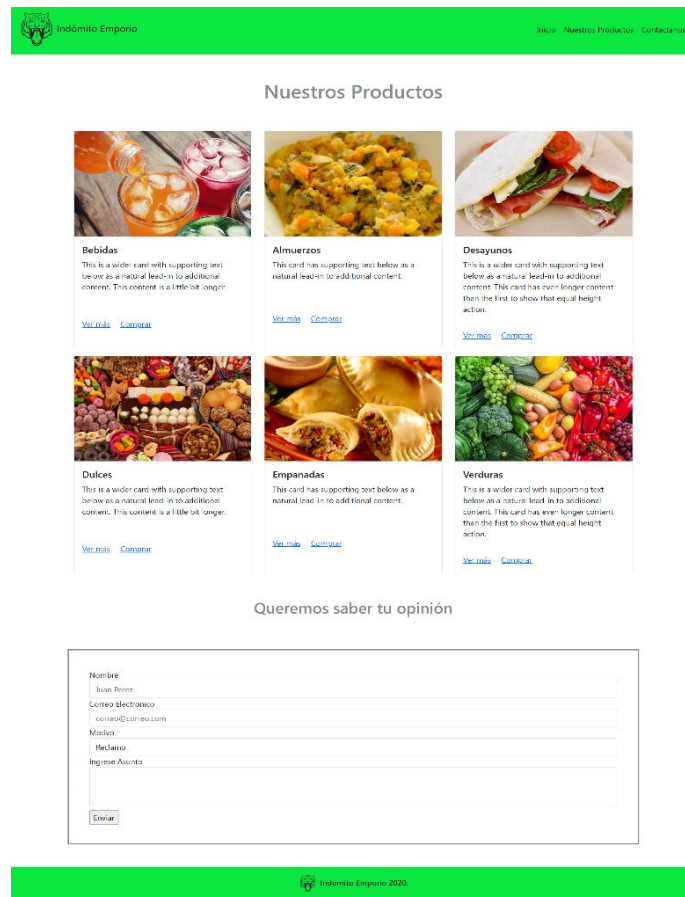
[Mostrar opciones avanzadas](#)

Se pueden crear 99 propiedades más en esta cuenta.

[Siguiente](#)

Para poder hacer dicho análisis necesitamos tener una página web, en este caso, utilizaremos una página web que se encuentra subida en un repositorio remoto que nos entrega un Hosting gratuito llamado GitHub Pages.

La página web es la siguiente.



Ahora creamos la propiedad.

Detalles de la propiedad
 Una propiedad representa los datos del sitio web o de la aplicación de una empresa. Una cuenta puede incluir una o varias propiedades. [Más información](#)
 * Si quiere crear una propiedad para un proyecto de Firebase que ya tenga, vaya a su cuenta de Firebase.

Cree una propiedad Google Analytics 4 para medir los datos del sitio web o de la aplicación de su empresa.

Nombre de propiedad

Zona horaria de informes
 Estados Unidos (GMT -07:00) hora de Los Ángeles

Moneda
 dólar estadounidense (USD US\$)

Puede modificar los detalles de esta propiedad en otro momento en la página Administrar.

[Mostrar opciones avanzadas](#)

Se pueden crear 99 propiedades más en esta cuenta.

Siguiente

Indicamos que deseamos medir y creamos.

Información de empresa

Ayúdenos a personalizar su experiencia respondiendo las siguientes preguntas.

Categoría de sector
Seleccionar uno ▾

Tamaño de la empresa

☒ **Pequeña:** de 1 a 10 empleados

☐ **Mediana:** de 11 a 100 empleados

☐ **Grande:** de 101 a 500 empleados

☐ **Muy grande:** más de 500 empleados

¿Cómo va a usar Google Analytics con su empresa? Seleccione todas las opciones que correspondan.

☒ Medir la interacción de los clientes con mi sitio web o aplicación

☒ Optimizar la experiencia de mi sitio web o aplicación

☒ Medir los datos de varios dispositivos o plataformas

☐ Optimizar mi coste publicitario

☐ Aumentar mis conversiones

☐ Medir la monetización del contenido

☐ Analizar mis ventas online

☐ Medir las descargas de aplicaciones

☐ Medir la generación de oportunidades de venta

☐ Otro

Crear Anterior

Debemos seleccionar si queremos medir sitios web, Android, iOS.

Choose a platform

☐ Web

☐ Aplicación Android

☐ Aplicación iOS

Posterior a eso debemos indicar la dirección web que queremos analizar.

Configure su flujo web

URL del sitio web

https:// ▾ mcatalinagv.github.io/Ejercicio_simple-ejemplo/

Nombre del flujo

Mi sitio web

Medición mejorada

Mide las interacciones y el contenido de sus sitios web automáticamente, además de las páginas vistas. Es posible que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y vídeos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe información personal identificable a Google [Más información](#)

Midiendo: ☒ Páginas vistas ☒ Desplazamientos ☒ Clics de salida Y 3 más

Crear flujo

Nos muestra una ventana con el ID de medición. Ahí debemos tener especial atención con la etiqueta global del sitio web, que será la que nos permitirá enlazar para hacer el seguimiento a nuestra página web.

URL DEL FLUJO
https://mcatalinagv.github.io/Ejercicio_simple-ejemplo/

NOMBRE DEL FLUJO
Mi sitio web

ID DE MEDICIÓN
G-YN0Q1VKHQ4

ID DEL FLUJO
2416299451

ESTADO
No se han recibido datos durante las últimas 48 horas.Más información

Medición mejorada
Mide las interacciones y el contenido de sus sitios web automáticamente, además de las páginas vistas. Es posible que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y vídeos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe información personal identificable a Google.Más información

Midiendo:
Páginas vistas
Desplazamientos
Clics de salida
Y 3 más

Instrucciones de etiquetado
Use una de las siguientes etiquetas para empezar a recoger datos.

Añadir etiqueta en la página
Usar etiqueta en la página

Etiqueta global de sitio web (gtag.js)
Elija esta etiqueta si usa un creador de sitios web o un sitio alojado en un CMS. Añadir la etiqueta de Analytics a un sitio web para empezar a ver datos en una propiedad.

Google Tag Manager
Añada y gestione etiquetas a través de una interfaz web para enviar datos a Google Analytics, así como a otras herramientas de Google y de terceros.

Más opciones

Etiquetas de sitio web conectadas
Para cargar etiquetas en más propiedades o productos, utilice la etiqueta global de sitio web en la página de este flujo. Más información
Conectadas: 0

Secretos de la API de Protocolo de medición
Permite crear un secreto para habilitar más eventos que se envíen a este flujo a través del Protocolo de medición. Más información

Más ajustes de etiquetado
Configure el comportamiento de etiquetado del cliente, como el enlace multidominio, el tráfico interno y las modificaciones de eventos.

Copiaremos la etiqueta que nos entrega Google Analytics.

Etiqueta global de sitio web (gtag.js)
Elija esta etiqueta si usa un creador de sitios web o un sitio alojado en un CMS. Añadir la etiqueta de Analytics a un sitio web para empezar a ver datos en una propiedad.

Copie y pegue la etiqueta global de sitio web en la sección <head> del código HTML. O bien, si usa un creador de sitios web (como WordPress o Shopify), copie y pegue la etiqueta global de sitio web en el campo de HTML personalizado del creador de sitios.

```

<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-YN0Q1VKHQ4"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'G-YN0Q1VKHQ4');
</script>

```

Google Tag Manager
Añada y gestione etiquetas a través de una interfaz web para enviar datos a Google Analytics, así como a otras herramientas de Google y de terceros.

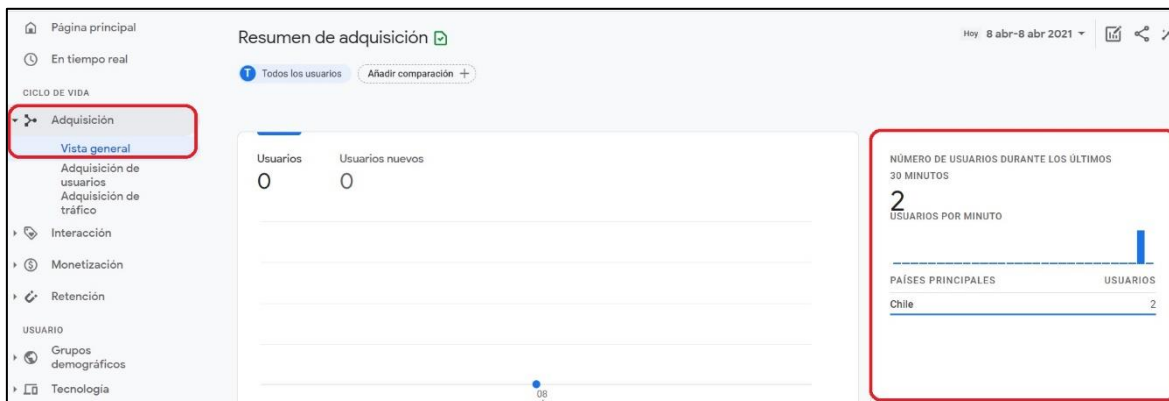
Y lo incorporaremos en el Head de nuestro proyecto. Más adelante se explicará con mayor detalle como trabajar en el repositorio remoto y guardamos los cambios.

```

1  <!DOCTYPE html>
2  <html lang="es">
3  <head>
4      <meta charset="UTF-8">
5      <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
6      <meta name="author" content="Catalina Gonzalez">
7      <!-- Link a Bootstrap 5 -->
8      <link href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/bootstrap@5.0.0-beta1/dist/css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet" integrity="sha384-g1J6kkkoq00vy+HMDP7az0uL0xtbfIcaT9wjKHr8RbDVdc"
9      <!-- Link a CSS -->
10     <link rel="stylesheet" href="assets/css/estilo.css">
11     <!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
12     <script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-YN0Q1VKHQ4"></script>
13     <script>
14         window.dataLayer = window.dataLayer || [];
15         function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
16         gtag('js', new Date());
17
18         gtag('config', 'G-YN0Q1VKHQ4');
19     </script>
20
21     <title>Indómito Emporio</title>
22 </head>

```

Ahora, desde el navegador como incognito o desde algún otro dispositivo vamos a ingresar a nuestro sitio web y esperaremos.



Poco a poco nos comenzarán a aparecer las visitas al sitio web que estamos analizando.

Si ingresamos a “ver en tiempo real” podemos ver desde que dispositivo han ingresado.



Existen muchas otras funciones de las que podemos aprovecharnos que nos ofrece esta herramienta completamente gratuita de Google y que nos servirán mucho para el posicionamiento de nuestra página web ya que, aquello que no se mide, no se puede mejorar y con esta herramienta podremos hacerlo.