

## **Posicionamiento**

Es el conjunto de técnicas que se usan para la optimización en motores de búsqueda de una página web, el conjunto de tareas y directrices que seguimos para que nuestra página web sea encontrada y posicionada en los primeros lugares de Internet cuando un usuario realiza una búsqueda a través de determinadas palabras.

Por tanto, el posicionamiento web no es otra cosa que estar en el lugar adecuado cuando alguien te necesita, Google, nace de la mano de Serguéi Brin y Larry Page en 1998 y como él el primer motor de búsqueda que entendía al usuario.

Con un algoritmo que a día de hoy sigue sin ser comprendido del todo, es el buscador por excelencia, una de las ventajas que tiene Google sobre a otros motores de búsqueda es que es él mismo quien más interés muestra por conseguir resultados de calidad y con valor para el usuario, va evolucionando para ofrecer resultados cada vez más orientados al usuario, dependiendo de su ubicación, de los sitios visitados, de sus palabras empleadas, de si busca en un dispositivo móvil o no, etc.

Google realiza cerca de 500 cambios al año, en ocasiones importantes a tener en cuenta al "rankear" una web, por ello debemos estar atentos a posibles variaciones bruscas de que nos puedan afectar, cuando una página web es publicada en la raíz de cualquier dominio o subdominio, los motores de búsqueda comienzan a trabajar enviando la información a sus arañas ( robots) para rastrear la información que encuentran en ella, de esta forma indexan el contenido entrando en juego el algoritmo del buscador: otorga una puntuación a cada una de las webs y las posiciona en un ranking.

### **¿Qué es SEO (Search Engine Optimization)?**

SEO es la sigla para Search Engine Optimization, que significa (optimización para motores de búsqueda). Consiste en una serie de técnicas, disciplinas y estrategias de optimización que se implementan en las páginas de un sitio web o blog para mejorar su posicionamiento en los buscadores, esa estrategia de marketing es fundamental para que tu empresa gane destaque, visibilidad en el mundo digital y, por consecuencia, más clientes y facturación para tu negocio.

## ¿Cómo?

Optimizando sitios y blogs a través del uso de técnicas para mejorar el posicionamiento web de tus páginas y posicionando a tu empresa en los primeros resultados de Google, por ejemplo, aumentan (y mucho) tus oportunidades de negocio.

A final de cuentas, el 90% de las personas que realizan búsquedas en Google solo hacen clic en los resultados que aparecen en la primera página del motor, el principal objetivo de SEO, por lo tanto, es aumentar el volumen del tráfico orgánico y garantizar más visibilidad para las páginas web.

## ¿Cuál es la diferencia entre SEO y SEM?

No queremos dejar por fuera de este artículo un tema que causa mucha confusión entre los profesionales que se están iniciando en el mundo del Marketing Digital y esto es la diferencia entre SEO y SEM.

Aunque en un principio puedan parecer que refieren a acciones semejantes dada la similitud de sus siglas, debes prestar mucha atención porque refieren a acciones completamente diferentes. Veamos una por una.

**SEO = Posicionamiento orgánico.** Como ya sabrás, el SEO se refiere a todas aquellas acciones que puedes tomar dentro o fuera de tu sitio web para optimizar su posicionamiento en los buscadores de forma orgánica. Este último punto es clave dado que orgánico quiere decir “no pago”.

Con una estrategia SEO tú no le pagas a Google o a cualquier otro motor de búsqueda para ganar posiciones en la SERP. Son tus contenidos de valor y tus optimizaciones las que se ganan esos lugares por derecho propio.

**SEM = Posicionamiento pago.** Por el contrario, el SEM—Search Engine Marketing— se refiere a aquellas estrategias que incluyen la utilización de anuncios pagos, es decir, con una estrategia SEM creas una campaña publicitaria para que cuando un usuario digite una búsqueda, tu sitio aparezca antes que los resultados orgánicos en forma de anuncio, siempre y cuando concuerde con la intención de búsqueda del usuario.

## ¿Cuál elegir?

Una estrategia completa de Marketing Digital no se debe decantar por una y excluir la otra. Es decir, debes incluir en tus estrategias una combinación de estrategias SEO y SEM para aumentar sus resultados.

Con el uso del SEM se generan resultados al instante en un corto plazo, necesarios cuando quieres aumentar la visibilidad o el reconocimiento de marca rápidamente o cuando se quieren lanzar productos o promociones por tiempo limitado.

En complemento, el SEO es una estrategia que trabaja en el mediano y largo plazo, trayendo visitas de mejor calidad constantemente, pero ¿cuáles son las ventajas de esta estrategia SEO y qué tan eficiente puede llegar a ser? A continuación, te planteamos las principales.

## **7 ventajas de implementar una estrategia SEO**

**1. Aumenta la visibilidad de una marca.** Implementar una estrategia de SEO es una de las mejores maneras de aumentar la visibilidad de tu marca orgánicamente, imagina el siguiente escenario: tu negocio se encarga de la venta de lavadoras. Un usuario, llamémosle Pedro, está presentando problemas con su lavadora, así que investiga en Google cómo puede repararla él mismo.

Casualmente, tú tienes un artículo que muestra un paso a paso para reparar lavadoras, así que conquistas esa visita para tu sitio web, aunque el artículo habla de reparación y no de venta, este es solo el inicio de una relación del cliente con tu marca. Es lo que en inbound conocemos como la etapa de atracción.

**2. Atrae tráfico cualificado.** Como Pedro, muchos otros usuarios llegarán a tus contenidos para resolver sus dudas o encontrar soluciones a sus problemas, con la creación de contenido de valor, optimizado para buscadores, tu página web conseguirá atraer orgánicamente los leads que busca, en el momento indicado.

De esta forma, mientras más visitas recibas, más personas te conocerán y más probabilidades tienes de cerrar una venta, lo que nos lleva a la siguiente ventaja.

**3. Genera oportunidades de ventas.** Imagina que, aunque Pedro reparó su lavadora, definitivamente necesita cambiarla, pues sigue presentando otros fallos, como Pedro ya conoce tu marca, gracias a que ha encontrado la solución a sus preguntas en tus artículos, seguramente ya confiará en tu negocio y pensará en ti, como primera opción, para comprar su próxima lavadora. Esta es la etapa de decisión en la metodología Inbound.

**4. Posiciona a una marca como autoridad en el mercado.** Siguiendo con nuestro ejemplo, en la mente de Pedro y en la de muchos otros usuarios como él, tu empresa será que ocupe su Top of Mind, es decir, será la primera marca que se les viene a la cabeza cuando piensan en lavadoras.

El SEO te permite conseguir esto al facilitar la correcta indexación y mejorar el posicionamiento orgánico de tus contenidos, así, siempre que Pedro o cualquier otra persona busque información sobre lavadoras, tu sitio web será el primero en aparecer, o al menos, el resultado que ellos estén buscando.

En este ámbito un concepto que se ha resaltado es el de EAT (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness), una sigla usada para representar los tres elementos fundamentales de un contenido de calidad, recientemente Google ha mirado con buenos ojos los contenidos publicados por autores que tengan autoridad técnica y credibilidad reconocida en los respectivos temas, por ejemplo, en un sitio web de contenidos sobre enfermedades, le conviene tener artículos escritos por médicos, con una página de autor que contenga información sobre su historial profesional.

**5. Educar el mercado.** Usuarios como Pedro seguramente se han educado con tus artículos sobre el funcionamiento, cuidado y mantenimiento de sus lavadoras, asimismo, han conseguido entender cuáles son las especificaciones que buscan con su lavadora, de acuerdo a sus necesidades personales.

Como ves, la importancia de posicionar un contenido no solo radica en cerrar ventas, sino también en educar a la audiencia para que tomen mejores decisiones.

**6. Triunfar sobre la competencia.** Finalmente, si es tu marca la que produce los contenidos más completos y relevantes sobre lavadoras, ¿a quién crees que los usuarios buscarán cuando quieran saber algo sobre lavadoras?, ¿en quién confiarán si necesitan hacer una compra?

Aunque toma tiempo y mucho trabajo implementar una estrategia de SEO, en el largo plazo esta genera resultados constantes y duraderos.

**7. Mejor rendimiento sobre la inversión.** El SEO requiere de una inversión mucho menor que otras estrategias como el SEM o la publicidad tradicional, la inversión que requiere el SEO se traduce en el pago de algunas herramientas como las que vimos anteriormente, los salarios del

especialista SEO o el creador de contenidos y el pago el dominio y hosting de la página web, por ejemplo.

Sin embargo, el retorno multiplica con creces la inversión y lo mejor es que el trabajo que se hizo una vez continúa generando retornos en el mediano y largo plazo.

## **Bibliografía**

Rokc Content (2013 - 2021), Posicionamiento de web. Que es, recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/>

Escuela (2021), márketing de web, que es el seo y como funciona el posicionamiento, extraído de: <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-el-seo/>