

## Consejos prácticos para SEO, SEM y SMO

Aunque el SEO tiene bastante de prueba, error y perseverancia, hay algunas técnicas que se pueden mencionar que ayudan a su ejecución; en algunos casos más útiles que en otros.

**1. Elegir las palabras claves o “keywords” antes de escribir el contenido.** Antes de comenzar a escribir el contenido del sitio, es necesario saber en qué palabras se quiere enfocar. Algunas de las palabras pueden convertir mejor que otras. Por ejemplo, si vendemos flores, la gente puede tratar de buscar “flores” o “entrega de flores”. Esta es una búsqueda muy común, de modo que le gustaría hacer una diferenciación con sus competidores (para que la gente compre en su sitio y no en el de ellos). Si se quiere ser más específico, se pueden añadir a las palabras clave algunas frases como: “flores al día siguiente de entrega” o “flores entrega en el mismo día”.

**2. Utilizar las palabras claves en los lugares adecuados.** Una vez elegidas las palabras clave, hay que asegurarse de colocarlas en el lugar correcto. Hay varias partes en las que se podrían poner, pero en realidad la mejor práctica en este caso es hacerlo en todas las opciones. Por ejemplo, en el nombre del dominio “mispalabrasclaves.cl”. También en el título de la página “La historia de mis palabras claves” y en los nombres de los archivos de “mispalabrasclaves.html”, en los logos y eslóganes “mispalabrasclaves.jpg”. A nivel de contenido también es importante, pero es aún más fundamental mantener la relación con el resto del contenido y mantener una densidad de palabras clave adecuada.

**3. Aprender del análisis.** Una de las ventajas del canal web es que todo es medible, por lo tanto los datos que proceden del análisis de la información del sitio web es muy importante. Con ella se puede aprender de sus usuarios y lo que están buscando. Dado que la información es privada, existen posibilidades para descubrir ideas de palabras claves que no aparecen en las herramientas de palabras claves públicas, lo que significa que puede beneficiarse de la competencia limitada.

**4. Linkea hacia tu mismo sitio.** Una muy buena manera de agregar valor a tu sitio en términos de motores de búsqueda es tener vínculos que apunten al mismo sitio. Por ejemplo, podría tener una sección con los 10 mejores vendedores de la semana o una página que muestre las categorías principales. Sin embargo, no se puede abusar, los motores de búsqueda saben cuando un sitio está haciendo trampa o utilizando técnicas de “Black Hat”.

**5. Promover los comentarios de los clientes.** Incluir los comentarios de los clientes en un sitio hace que cada una de sus páginas sea única. Esto también ayuda al sitio a tener contenido escrito por otras personas, que podrían ser utilizados como palabras claves en un resultado de búsqueda. Otro punto importante aquí es que los usuarios web son descuidados al escribir y los comentarios a veces pueden tener errores ortográficos. Aunque no lo crea, esta puede ser una buena noticia, ya que así se atrae a las personas que cometen los mismos errores en la búsqueda.

Asimismo, se puede animar a los usuarios mediante la adición de comentarios en el blog u opiniones para un determinado producto. Este sistema es el que usa Amazon.com desde hace muchos años y con amplio éxito.

**6. Espiar a la competencia.** Como la información es casi gratis a través de Internet, no se olvide de espiar a sus competidores. Existen varias herramientas que te pueden ayudar en esta tarea.

Una de ellas es Compete.com, búsqueda de Google Analytics que dice qué palabras clave son más importantes para su negocio. Por ejemplo, keyCompete: muestra una lista de palabras clave que las empresas competidoras están comprando en los motores de búsqueda. Otra herramienta es SEO Digger, la cual muestra una lista de palabras clave de los sitios que compiten por un rango en el resultado de la búsqueda orgánica. SpyFu, en tanto, muestra una lista de palabras clave que la competencia compra o en las que rankea. Por último, Google Analytics entrega una evaluación comparativa con Benchmark en las industrias.

## **Algunas recomendaciones para SEM**

Esta es una lista de consejos que pueden ser útiles si una empresa está usando o pensando en usar SEM en su estrategia de marketing. Pero recuerde, son sólo sugerencias, en esto tampoco existen recetas milagrosas.

**1. Establecer un límite diario de presupuesto.** Se debe determinar qué es lo máximo que puede pasar en un día. Es mejor comenzar con una pequeña cantidad y luego de entender el medio, apostar en grande para poder recibir beneficios de la inversión.

**2. Utilizar un wordtracker para elegir cuidadosamente las palabras clave en las que se realiza una oferta.** Dado que las palabras clave son el corazón de una campaña, un wordtracker muestra el volumen de búsqueda, estacionalidades y comportamientos, basados en información real (hay que considerar que los datos son limitados en algunas búsquedas y regiones). Un ejemplo es Google Insight: <http://www.google.com/insights>

**3. Segmentar las palabras clave en diferentes grupos de anuncios, así cada uno puede tener diferentes ofertas y páginas de destino.** La idea es ver qué es lo que más funciona; escribir diferentes anuncios y probar unos contra otros. Y nunca dejar de probar, siempre tratando de vencer a nuestros mejores anuncios. En PPC, impresiones, posición promedio, etc. Los indicadores sobran.

**5. Resaltar la ventaja competitiva.** ¿Qué es lo que esta empresa tiene y la competencia no? ¿Cuál es el USP (unique selling point) de la empresa? El objetivo es usar esa ventaja en el anuncio para que éste sea más atractivo y así poder aumentar los clics de la campaña. Cuanto mayor sea su tasa de clics, la calidad del aviso será mejor y se mostrará una mayor cantidad de veces.

**6. Considerar que las ofertas pueden usar diferentes criterios de correspondencia en Google, exacta y amplia.** Una correspondencia exacta coincide solamente con las palabras claves específicas. Con una correspondencia amplia, en tanto, se apuesta por todas las palabras claves que contengan la palabra clave por la cual se está generando una oferta.

**7. Introducir a las campañas palabras clave negativas.** Un anuncio no se mostrará en las búsquedas que contengan las palabras negativas.

**8. Asegúrese de que el aviso y la página de destino contengan las palabras clave que se están utilizando.** Hacer esto permite mejorar la calidad y así los anuncios se podrían mover más arriba en las páginas de resultados de Google, sin la necesidad de aumentar la oferta. Esto significa menos costos y más beneficios.

**9. Geo-referenciar los anuncios.** Asegúrese de que los anuncios sólo se muestren en las regiones donde se encuentra dispuesto a vender o el producto efectivamente exista.

**10. Limite sus anuncios para mostrar sólo durante las horas del día y lugares relevantes para su empresa o mercado objetivo.** Aprenda del comportamiento de sus usuarios y de los sitios que son parte de la red de contenido o display.

**11. Evalúe los resultados.** Esto se puede hacer a través de Google Analytics o herramientas como Yahoo Index tools. Aprenda qué funciona y qué no, siempre persiguiendo una mayor rentabilidad para su inversión.

## **Consejos para SMO**

Algunos principios para el SMO se basan en lo propuesto por Rohit Bhargava ([http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2006/08/5\\_rules\\_of\\_soci.html](http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2006/08/5_rules_of_soci.html)), los cuales han ido variando con el tiempo.

**1. Aumentar las posibilidades de que el sitio web sea linkeado.** Para esto, tenemos que aumentar la linkeabilidad de nuestro contenido. Una buena medida es agregar un blog a nuestro sitio, sin embargo, existen muchas otras formas, como la creación de documentos, pensamientos e incluso agregando contenido que existe en otra parte, transformándolo en un formato útil.

**2. Hacer el etiquetado y bookmarking fácil.** Una recomendación es agregar botones para compartir en diferentes medios sociales. Asegúrese de que la página incluya una lista con las etiquetas relevantes, links sugeridos y no olvide linkear sus contenidos en otros medios sociales. Finalmente, esto permite convertirse en líder de opinión y referente sobre ciertas temáticas.

**3. Recompensar a quienes enlacen nuestro sitio web.** Los links entrantes son básicos para subir en la búsqueda orgánica y en los rankings de Internet. Para fomentarlos, hay que mejorar la visibilidad de aquellos que nos linkean, a fin de promover la reciprocidad, ya sea de un sitio o un usuario. Estos finalmente comparten su visibilidad y capital social, y muchos de ellos podrían ser líderes de opinión.

**4. Facilitar que el contenido pueda ser compartido.** A diferencia del SEO o el SEM, no se trata sólo de cambiar nuestro sitio o pagar por un aviso. El generar y mantener contenido portable (PDF, videos, entre otros) es útil para entregarlo a sitios relevantes, que actúen como plataformas y que permitan a este contenido viajar, esperando que alguna vez se linkee de vuelta a la fuente (uso de canales en Youtube, podcaster, etc).

**5. Alentar a los mashup.** En este mundo de la co-creación es bueno dejar a otros utilizar nuestro contenido, a fin de que puedan potenciarlo. Hay que recordar que un 1% de las personas involucradas en redes sociales crean contenido, el 10% agrega valor sobre contenido ya creado y el 90% sólo lo consume. El desafío está en cómo sacarle provecho a esta influencia que genera el contenido.

**6. Conectarse con otras comunidades.** Hay que participar y aprovechar las ventajas de la doble vía en la comunicación; conocer a la audiencia y saber a quien dirigir el mensaje; ser real y aprovechar las tendencias.

**7. Atreverse a probar cosas nuevas, mantenerse fresco.** Internet y las comunidades evolucionan muy rápido, no hay que perder ese seguimiento.

**8. Como cualquier canal, es necesario pensar en una estrategia, ponerle números y metas.** Esto puede ser a nivel de número de seguidores, número de comentarios, contenidos compartidos por usuarios, entre otros.