

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

SEO Y SEM

DEFINICIÓN Y PUNTOS CLAVE DE SEO.

DEFINICIÓN Y PUNTOS CLAVE DE SEM.

¿Qué es el SEM y para qué sirve?

El SEM (Search Engine Marketing).

Es una estrategia de marketing digital . A través del cual busca promocionar marcas y sitios web mejorando su visibilidad en las páginas de los resultados de los motores de búsqueda.

El SEM es una disciplina que se centra exclusivamente en las campañas online de pago para lograr que la web gane visibilidad en los resultados patrocinados de los motores de búsqueda.

En este caso se trabaja fundamentalmente con técnicas de gestión de palabras clave y de pujas.

El SEM puede ser una forma eficaz de llegar a un público amplio rápidamente, pero puede ser costoso.

Es importante elegir las categorías de marketing digital adecuadas para las necesidades específicas de una empresa

Por ejemplo, una empresa que vende productos electrónicos puede querer centrarse en el SEM y el marketing en redes sociales para llegar a un público amplio.

Una empresa que ofrece servicios profesionales puede querer centrarse en el marketing de contenido y el marketing por correo electrónico para generar leads de alta calidad.

SEM = Posicionamiento pago

Por el contrario, el SEM —Search Engine Marketing— se refiere a aquellas estrategias que incluyen la utilización de anuncios pagados.

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.



¿Qué es el SEO y para qué sirve?

El SEO (Search Engine Optimization) (optimización para motores de búsqueda) es una disciplina que se enfoca en el posicionamiento natural y orgánico en los buscadores.

Por una parte, desarrolla estrategias de SEO optimizando la página, asegurándose de que tenga contenido de calidad que sea relevante para los usuarios y responda a sus intenciones de búsqueda, así como creando una buena arquitectura web y usando los datos estructurados.

Por otra parte, implementa estrategias de SEO Off Page, como realizar un link potente que mejore el posicionamiento.

SEO = Posicionamiento orgánico

El SEO se refiere a todas aquellas acciones que puedes tomar dentro o fuera de tu sitio web para optimizar el 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.

Son tus contenidos de valor y tus optimizaciones las que se ganan esos lugares por derecho propio.



SEO = **SEM** =
Posicionamiento = **Posicionamiento**
orgánico = **pago**

VENTAJAS DEL SEM	DESVENTAJAS DEL SEM
<ul style="list-style-type: none"> - Es rápido y se puede dar a conocer a gran escala. - Podemos posicionar tantas palabras como queramos - Podemos decidir a qué parte de nuestra web queremos redirigir el tráfico - Los resultados son de fácil medición. - Rentabilidad a corto plazo - Podemos elegir el mensaje que queremos que aparezca en los buscadores - Se puede segmentar el tráfico - No influyen ni los contenidos de la web ni su estructura - Gracias al SEM competir se hace más sencillo. 	<ul style="list-style-type: none"> - La puja por palabras clave suele ser muy cara. - En el momento que dejamos de invertir "desaparecemos" de Google. - Requiere tiempo y esfuerzo, es necesario estar analizando de manera constante los resultados para acercarnos al objetivo deseado. - Las visitas van en función de la inversión

<u>ventajas de implementar una estrategia en el SEO</u>	<u>Ventajas de implementar una estrategia en el SEM</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumenta la visibilidad de una marca 2. Atrae tráfico cualificado 3. Genera oportunidades de ventas 4. Posiciona a una marca como autoridad en el mercado 5. Educar el mercado 6. Triunfar sobre la competencia 7. Mejor rendimiento sobre la inversión 	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Da a conocer tu empresa. 2.-El posicionarse entre los primeros resultados de Google aporta un sinfín de oportunidades. 3.-Aumenta el tráfico web. 4.-Posicionamiento a corto plazo. 5.-Segmentación.





¿Qué es el marketing en buscadores?

El marketing de buscadores es el conjunto de técnicas que se utiliza para mejorar el posicionamiento de una web usando métodos orgánicos o de pago.

Su principal objetivo es lograr que las páginas aparezcan en los primeros resultados de búsqueda, para captar la atención del usuario y lograr que haga click.



