

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

POSICIONAMIENTO WEB

¿Qué es el posicionamiento de una página web?

Posicionamiento Web o SEO: Consiste en aplicar diversas técnicas orientadas a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda.

El posicionamiento web orgánico o natural en Google y demás buscadores es una de las estrategias más efectivas a medio y largo plazo para captar potenciales clientes desde Internet.

Actualmente, los buscadores, son el principal recurso que emplean los usuarios de internét a la hora de obtener información sobre cualquier un producto o servicio en Internet, por lo que representa una importante fuente potencial de tráfico para tu web.

¿Cómo se hace el posicionamiento web?

Identifica las palabras que la gente a quien le pueda interesar tu sitio usará en los buscadores.

Toda la optimización posterior se basará en esas palabras.

Y ahora la gran pregunta:

Quiero posicionar mi sitio web. ¿Cómo lo hago?

- Tendrás que usar las herramientas que Internet pone a tu disposición.
- Aquí recomendamos la Herramienta que Google pone a tu disposición
<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Cuando queramos identificar palabras clave, necesitaremos encontrar tres informaciones diferentes:

- Variantes con la palabra clave que ya hemos identificado. A partir de “coche”: “compra de coches”, “coches baratos”, “coches en venta”, “coches de segunda mano”, etc.
- Términos relacionados con nuestra palabra clave pero que no la contienen: “concesionarios”, “automóviles”, etc.
- Un ranking de las más usadas para saber cuáles tienen potencial para aportarnos mayor tráfico.

Una vez definidas las palabras clave por las que queremos posicionar debemos asegurarnos que:

- Google sea capaz de comprender nuestra web
- Google considere que no estamos haciendo trampas.
- Google entienda que, cuando alguien busca las palabras clave elegidas, nuestra web es la más descriptiva de todos los millones de páginas que tiene indexadas.
- Google entienda que, cuando alguien busca las palabras clave elegidas, nuestra web es la más popular de todos los millones de páginas que tiene indexadas.

Cuando consigamos esto (requerirá más o menos tiempo dependiendo de las palabras clave a posicionar. pero no esperes obtener nada bueno en menos de tres meses). solo queda analizar los resultados y reiniciar el proceso cambiando la selección de palabras clave, o bien ampliando dicha selección.



Prácticas recomendables para listar bien en Google.

- Intenta que tu web aporte valor a tus visitantes.
- Intenta que tu web sea accesible a visitantes
- Intenta que el código de tu web esté bajo los estándares de la W3C
- Intenta que las webs que sean de semántica similar a la tuya te incluyan en su web mediante un enlace válido para los buscadores.
- Intenta que tu web no esté hecha en Flash u otras tecnologías ilegibles para Google.

¿Cómo tener un buen posicionamiento web?

- Elige las URL adecuadas.
- Haz una investigación de palabras clave.
- Crea títulos y descripciones únicas para cada página.
- Utiliza texto de anclaje.
- Añade texto alternativo a todas tus imágenes.
- Dale estructura a tu web con los encabezados adecuados.
- Crea contenidos de calidad.
- Indexa tus páginas proactivamente.



¿Qué influye en el posicionamiento web?

- La calidad del contenido, la arquitectura web y el código HTML son los factores más relevantes de una web.
- Es el factor más importante para posicionar en Google. Si ofrecemos un contenido original e interesante para el usuario, será mucho más sencillo que aparezcamos en las primeras posiciones.

Lo del “si no se te ve, no existes” es más cierto que nunca en el entorno digital, por lo que la visibilidad online es crucial para el éxito de cualquier negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization), un tipo de estrategia que busca obtener un mejor posicionamiento en Google y otros buscadores cuando el público objetivo realiza búsquedas específicas en este tipo de software.

Es por eso que no solo vamos a contarte qué es el SEO o cómo se diferencia del SEM, sino que vamos a darte los fundamentos que necesitas para maximizar la visibilidad de tu página web en los motores de búsqueda con el objetivo de conseguir mayor tráfico hacia ella y, con ello, aumentar su tasa de conversiones

de forma exponencial. ¡Prepárate para descubrir cómo el SEO puede transformar tu presencia online!

¿Qué es SEO?

- Si has llegado hasta aquí buscando el significado de SEO, has de saber que así es como se denomina al arte y la ciencia de optimizar tu web para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda de motores como Google, el más utilizado del mundo a la hora de buscar productos y servicios en internet.
- ¿Y para qué sirve el SEO? Al implementar una estrategia SEO para Google, tu objetivo es aparecer en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda orgánicos para palabras clave relevantes (keywords). Esto implica seguir una serie de técnicas y prácticas, que incluyen la optimización de contenido, la mejora de la experiencia del usuario, y la construcción de enlaces de calidad.
- El SEO es fundamental para atraer tráfico orgánico, es decir, visitantes que llegan a tu página web a través de búsquedas naturales en lugar de a través de publicidad pagada.
- Al mejorar tu posicionamiento en los motores de búsqueda, aumentas la visibilidad de tu marca, atraes a un público más relevante y mejoras las oportunidades de conversión, ya sea en forma de ventas o de datos de registro, por citar dos ejemplos.



¿Qué diferencia hay entre SEO y SEM?

- La principal diferencia entre SEO y SEM (Search Engine Marketing) radica en la naturaleza de su tráfico.
- Mientras que el SEO se enfoca en aumentar el tráfico orgánico a través de la optimización de contenido y la estructura del sitio web.
- El SEM implica tácticas de publicidad pagada para aparecer en los resultados de búsqueda.

- Eso sí, SEO y SEM no son incompatibles entre sí: ambos resultan esenciales para una estrategia de marketing digital integral. Lo del “si no se te ve, no existes” es más cierto que nunca en el entorno digital, por lo que la visibilidad online es crucial para el éxito de cualquier negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization), un tipo de estrategia que busca obtener un mejor posicionamiento en Google y otros buscadores cuando el público objetivo realiza búsquedas específicas en este tipo de software.

Es por eso que no solo vamos a contarte qué es el SEO o cómo se diferencia del SEM, sino que vamos a darte los fundamentos que necesitas para maximizar la visibilidad de tu página web en los motores de búsqueda con el objetivo de conseguir mayor tráfico hacia ella y, con ello, aumentar su tasa de conversiones de forma exponencial. ¡Prepárate para descubrir cómo el SEO puede transformar tu presencia online!



¿Qué diferencia hay entre SEO y SEM?

- La principal diferencia entre SEO y SEM (Search Engine Marketing) radica en la naturaleza de su tráfico.
- Mientras que el SEO se enfoca en aumentar el tráfico orgánico a través de la optimización de contenido y la estructura del sitio web, el SEM implica tácticas de publicidad pagada para aparecer en los resultados de búsqueda. Eso sí, SEO y SEM no son incompatibles entre sí: ambos resultan esenciales para una estrategia de marketing digital integral.

Fundamentos del posicionamiento SEO

Los fundamentos del SEO se centran en tres aspectos principales: técnico, contenido y autoridad.

- El aspecto técnico incluye la optimización de la página web para garantizar que sea rastreable e indexable por los motores de búsqueda.
- El contenido debe ser relevante, de alta calidad y estar optimizado para palabras clave específicas que tu público objetivo está buscando.
- En cuanto a la autoridad, se refiere a la construcción de una reputación en línea a través de enlaces de calidad de otras páginas web. Estos enlaces actúan como votos de confianza, indicando a los motores de búsqueda que tu web es una fuente fiable y relevante de información en su sector.

Factores clave para un buen posicionamiento

Para lograr un buen posicionamiento en SEO, es determinante centrarse en varios factores que trabajan juntos para mejorar la visibilidad de una página web en los resultados de búsqueda

- Contenido de calidad: Artículos informativos, relevantes y actualizados.
- Palabras clave: Uso estratégico de términos de búsqueda relevantes.
- Optimización On-Page: Títulos, descripciones y estructura de la web.
- Experiencia del usuario: Navegación intuitiva y velocidad de carga rápida.
- Enlaces entrantes: Links de páginas web de alta autoridad.

SEO técnico: Correcta indexación y rastreo por parte de los motores de búsqueda.

Optimización para móviles: Disponer de una página web con diseño adaptativo a todos los tamaños de pantalla de dispositivos móviles.



Estrategias de optimización SEO

Las estrategias de posicionamiento web mediante optimización SEO son esenciales para mejorar la visibilidad y el ranking de tu página en los motores de búsqueda. Entre estas técnicas SEO se incluyen tanto en la página (on-page) como

fueras de ella (off-page), el uso efectivo de palabras clave y la obtención de backlinks de calidad.

Desarrollando una estrategia SEO efectiva

Desarrollar una estrategia SEO efectiva requiere de un enfoque metódico y bien planificado. Para conseguirlo, es esencial comprender qué objetivos se busca cumplir, a qué audiencia irán dirigidos los esfuerzos y cómo tu página web puede proporcionar valor en un mercado cada día más competitivo. Después, solo tendrás que seguir la siguiente guía paso a paso.

1. Establecer qué deseas lograr con tu estrategia SEO, como aumentar el tráfico orgánico, mejorar las conversiones o elevar la autoridad de tu marca.
2. Identificar las palabras clave relevantes que tu público objetivo está utilizando.
3. Comprobar si tu página web está técnicamente optimizada, así como que el contenido resulte relevante y de alta calidad.
4. Desarrollar una estrategia de linkbuilding con la que obtener backlinks de calidad que mejoren la autoridad de tu web.
5. Optimizar tu sitio para búsquedas móviles y locales, asegurándote de que resulte atractivo para dispositivos móviles y que sea geográficamente relevante.
6. Monitorizar el rendimiento de tu web y realizar ajustes basados en los datos que vayas recopilando.



