

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

**ESTRATEGIAS DE MARKETING
POSICIONAMIENTO WEB**

¿Qué es el posicionamiento de la 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.



1.-FACTORES INTERNOS

Los factores internos, son los relacionados con una web, es decir, aquellos que podemos controlar directamente.

La calidad del contenido, la arquitectura web y el código HTML son los factores más relevantes de una web.

1.-El contenido

Es el factor más importante para posicionar en Google.

Si ofrecemos un contenido original e interesante para el usuario, será mucho más sencillo que aparezca en las primeras posiciones.

Antes de generar contenido, es importante realizar una búsqueda de palabras clave previo y escoger en cuál nos vamos a centrar, incluir dicha palabra a lo largo del texto y ofrecer información actualizada sobre este término.



Estructura web

Una vez que los bots (programas automatizados que simulan interacción humana en las plataformas de redes sociales). de Google acceden a nuestra web envían toda la información que rastrean a sus servidores.

Por ello, es importante facilitarles el rastreo lo máximo posible.

Tener una buena estructura de URL ayuda a la usabilidad y favorece la navegación de los usuarios.

El código HTML

Los bots que acceden a una web leen principalmente su código HTML, por ello es esencial tenerlo bien estructurado y optimizado.

Los motores de búsqueda utilizan ciertas etiquetas HTML para mostrar información del contenido en sus resultados de búsqueda.

Los motores de búsqueda la utilizan para poder identificar más fácilmente el contenido de la página.



2.-FACTORES EXTERNOS

Los factores externos, SEO Off-site, son aquellos que no podemos controlar de forma directa.

Señalan a los buscadores la autoridad que tiene una web, es decir, si es de confianza o no.

Por ejemplo, el comportamiento del usuario, la calidad de los links externos y las señales sociales son algunos de los más importantes.

En la actualidad es Google quien crea las reglas de posicionamiento web, ya que es el buscador más utilizado del planeta seguido a mucha distancia por otros como Bing, Yandex o Baidu.



También influye la ubicación del usuario.

Las señales sociales

En los buscadores, las menciones en redes sociales influyen a la hora de designar la autoridad de un dominio. Tanto los links compartidos en Twitter como las páginas compartidas en Facebook pueden decidir si una página aparece en una posición más arriba o abajo en los resultados de búsqueda.



Tipos de posicionamiento web

Dependiendo de la estrategia de marketing que se siga, el posicionamiento web puede ser de dos tipos:

Posicionamiento Orgánico

También llamado posicionamiento natural o SEO, sus siglas significan Search Engine Optimization (optimización de motores de búsqueda)

El SEO es una serie de estrategias, técnicas y tácticas utilizadas para aumentar la cantidad de visitantes a un sitio web y que busca posicionar en lo más alto de la página de resultados de los buscadores, también llamadas SERPs.



Posicionamiento PPC

También llamado posicionamiento SEM (Search Engine Marketing), el posicionamiento PPC (por sus siglas en inglés Par Per Clic) consiste en realizar una estrategia de campañas de anuncios pagados en Google Ads o cualquier otra plataforma de marketing como Bing Ads, Facebook Ads, etc

Se eligen una serie de palabras clave que inciten al usuario a interactuar con el anuncio y cada vez que hace clic en un anuncio, el anunciante tiene que pagarle a Google el precio establecido en el momento del clic. Este precio no es fijo si no que es variable y cambia según las pujas por las palabras.



