



---

POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

UD1.EL SEO DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE Y SU OBJETIVO

# ÍNDICE

---

- **INTRODUCCIÓN AL SEO**
- **SEO Y MARKETING DIGITAL**
- **LAS 4 FASES DEL MARKETING DIGITAL**
- **POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB**
- **¿QUÉ ES EL SEO?**
- **COMPONENTES CLAVE DEL SEO**
- **RELACIÓN ENTRE SEO, POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB**
- **¿CÓMO EMPEZAR A MEDIR EL SEO EN UNA PÁGINA WEB?**
- **PRINCIPALES MÉTRICAS UTILIZADAS EN SEO**



# INTRODUCCIÓN AL SEO

---



Visualiza el siguiente vídeo para comenzar con SEO y entender su importancia

[Qué es SEO y cómo funciona el posicionamiento Google](#)

# SEO Y MARKETING DIGITAL

## ¿Qué es el Marketing Digital?

Conjunto de técnicas de marketing que utilizan Internet para promocionar productos o servicios.

El marketing es un conjunto de técnicas, estrategias y procesos que una marca o empresa implementa de manera ética para crear, comunicar, intercambiar y entregar ofertas o mensajes que dan valor e interesan a clientes, audiencias, socios, proveedores y personas en general

(<https://blog.hubspot.es/marketing/introduccion-al-marketing>)



# LAS 4 FASES DEL MARKETING DIGITAL

## 1. Alcance

También conocido como adquisición. Es la fase que trata de atraer usuarios a la web de servicios, tienda online, app, etc. Identificar al usuario o al “público objetivo” es una etapa importante en el proceso de desarrollo de una página web.

## 2. Compromiso

Se trata de hacer que los visitantes realicen acciones dentro de la web y que de alguna manera se establezca una especie de interacción de los usuarios en la web.

## 3. Conversión

La conversión se produce cuando un usuario realiza una acción que se ha definido como valiosa para la empresa, como, por ejemplo, realizar una compra online, descargarse un PDF, etc. La idea aquí es lograr que los visitantes cumplan con el objetivo por el cual el sitio ha sido creado. Básicamente, es cuando el usuario completa una acción que se ha determinado como éxito.

## 4. Retención / Fidelización

Esta parte es como volver al inicio del ciclo, cuando los clientes vuelven a la Web y realizan una conversión. Es importante medir y trabajar para que los clientes vuelvan a convertir. Para que los usuarios vuelvan, habrá que haberlos “enganchado” mediante redes sociales, listas de correo u otros recursos.

Este objetivo web es especialmente importante en el proceso de compra, ya que es más fácil convencer a antiguos clientes para que vuelvan a confiar que adquirir nuevos.

<https://seosve.com/introduccion-al-marketing-digital/>

# POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

---

Son términos clave en el mundo del marketing digital y el desarrollo web.

El **posicionamiento web** se refiere al lugar que ocupa un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda (como Google, Bing, etc.) cuando un usuario realiza una consulta. Existen dos tipos

- **Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization):** Es el posicionamiento orgánico o natural, que se obtiene sin pagar directamente al motor de búsqueda. Para mejorar el SEO, se optimizan diversos aspectos del sitio web para que aparezca lo más alto posible en los resultados de búsqueda de forma orgánica. Esto incluye trabajar en el contenido, las palabras clave, la estructura del sitio, enlaces externos (backlinks), entre otros factores.
- **Posicionamiento SEM (Search Engine Marketing):** Es el posicionamiento pagado, que involucra campañas publicitarias en motores de búsqueda. A través de plataformas como Google Ads, las empresas pagan para que sus sitios web aparezcan en las primeras posiciones como anuncios. Este tipo de posicionamiento es más inmediato que el SEO, pero requiere inversión constante.

# POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

---

La **optimización web** hace referencia a todas las mejoras que se hacen a un sitio web para que funcione de manera eficiente, sea atractivo para los usuarios y cumpla con los criterios de los motores de búsqueda. Algunos aspectos clave de la optimización son:

- **Optimización para SEO:** Se refiere a mejorar los factores que influyen en el posicionamiento orgánico, como el uso de palabras clave adecuadas, la creación de contenido relevante, la optimización del código HTML, metaetiquetas, títulos, descripciones y estructura de enlaces.
- **Optimización de la velocidad del sitio:** La velocidad de carga es crucial tanto para la experiencia del usuario como para el SEO. Un sitio lento puede hacer que los usuarios lo abandonen rápidamente, lo que afecta el posicionamiento en los motores de búsqueda.
- **Optimización para dispositivos móviles:** Un sitio web debe estar diseñado para adaptarse a todo tipo de pantallas (PC, tablets, smartphones). Esto se conoce como diseño responsive y es esencial para mejorar la experiencia del usuario y cumplir con los requisitos de Google.
- **Optimización de la experiencia del usuario (UX):** Involucra mejorar la navegación, la estructura y la usabilidad del sitio para que los usuarios encuentren lo que buscan de manera fácil y rápida.

# POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

---



En resumen, el **posicionamiento web** busca mejorar la visibilidad de un sitio en los motores de búsqueda, mientras que la **optimización web** se centra en mejorar el rendimiento general del sitio, tanto para los motores de búsqueda como para los usuarios.



# ¿QUÉ ES EL SEO?

---



SEO (**Search Engine Optimization**) u **Optimización para Motores de Búsqueda** es el conjunto de técnicas y estrategias que se aplican en un sitio web para mejorar su visibilidad y aumentar la probabilidad de aparecer en los primeros resultados de los motores de búsqueda de manera orgánica (sin pagar por anuncios).

El objetivo del SEO es atraer tráfico relevante y calificado hacia un sitio web.



# COMPONENTES CLAVE DEL SEO

---

1. **SEO On-Page:** Se refiere a las optimizaciones que se hacen dentro del propio sitio web para mejorar su posicionamiento. Incluye aspectos como:
  - **Uso de palabras clave:** Elegir y optimizar las palabras clave más relevantes que los usuarios potenciales utilizan en las búsquedas.
  - **Contenido de calidad:** Crear contenido útil, original y valioso para los usuarios.
  - **Metaetiquetas:** Optimización de títulos (title tag o metaetiqueta título), descripciones (meta descriptions), y encabezados (H1, H2, etc.).
  - **Estructura de URLs:** Crear URLs claras, descriptivas y amigables para el usuario y los motores de búsqueda.
  - **Velocidad de carga:** Mejorar la velocidad de carga de las páginas para que los usuarios no las abandonen.
  - **Imágenes optimizadas:** Uso correcto de atributos como el "alt" para describir imágenes.



# COMPONENTES CLAVE DEL SEO

---

2. **SEO Off-Page:** Involucra factores externos al sitio que también influyen en el posicionamiento web. Los más importantes son:
- **Backlinks** o enlaces entrantes: La obtención de enlaces de otros sitios hacia el tuyo. Los motores de búsqueda interpretan estos enlaces como votos de confianza que aumentan la autoridad y relevancia del sitio.
  - **Presencia en redes sociales:** La interacción y difusión de tu contenido en redes sociales también puede influir en el posicionamiento.
  - **Autoridad del dominio:** Factores como la antigüedad del dominio, la calidad del contenido y los enlaces externos contribuyen a la autoridad general del sitio.



# COMPONENTES CLAVE DEL SEO

---

3. **SEO Técnico:** Abarca optimizaciones más técnicas que facilitan la indexación del sitio por parte de los motores de búsqueda. Incluye:
- **Indexación:** Asegurarse de que todas las páginas importantes están siendo correctamente indexadas por los motores de búsqueda.
  - **Sitemaps:** Crear y actualizar mapas del sitio para que los buscadores puedan encontrar todo el contenido fácilmente.
  - **Uso correcto de robots.txt:** Para controlar qué partes de tu sitio deben ser accesibles o no a los motores de búsqueda.

# RELACIÓN ENTRE SEO, POSICIONAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN WEB

---

El **SEO** es una estrategia central para lograr un buen **posicionamiento web** en los motores de búsqueda, y es una parte integral de la **optimización web**. Una buena práctica de SEO implica hacer que un sitio sea accesible, rápido, relevante y útil tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda, lo que mejora el tráfico orgánico y el rendimiento general del sitio.

No dejes de ver <https://www.youtube.com/watch?v=clANSgJu14k>  
y comprueba si has entendido lo que es el SEO



# ¿CÓMO EMPEZAR A MEDIR EL SEO EN UNA PÁGINA WEB?

---

En SEO, una métrica es la forma de medir el éxito de una página web, similar a cómo usamos notas para medir el rendimiento en un examen. Las métricas nos dan información sobre el rendimiento de una página en los motores de búsqueda y cómo interactúan los usuarios con ella.

Las principales métricas utilizadas en SEO son:

- Tráfico orgánico
- CTR (Click Through Rate)
- Tasa de rebote



# PRINCIPALES MÉTRICAS UTILIZADAS EN SEO

---

## Tráfico orgánico

Cantidad de visitas que llegan a tu sitio web a través de los resultados de búsqueda no pagados (orgánicos).

Ejemplo: Si tienes una tienda online y vendes camisetas, el tráfico orgánico se refiere a los usuarios que encontraron tu tienda buscando "camisetas baratas" en Google y entraron en tu página sin que tú pagaras por publicidad.

## CTR (Click Through Rate)

Porcentaje de personas que ven tu sitio en los resultados de búsqueda y hacen clic en él.

Ejemplo: Si tu página aparece 100 veces en las búsquedas de Google y 5 personas hacen clic en ella, el CTR sería del 5%. Un título atractivo y una buena descripción en el resultado de búsqueda pueden aumentar este porcentaje.

# PRINCIPALES MÉTRICAS UTILIZADAS EN SEO

---

## Tasa de rebote o Bounce Rate

Porcentaje de personas que entran en tu sitio y se van sin interactuar con otras páginas.

Ejemplo: Si alguien entra en tu blog, lee un artículo y se va sin hacer clic en otros enlaces o navegar a otra página, cuenta como un rebote. Una tasa de rebote alta puede indicar que la página no está ofreciendo lo que el usuario esperaba.

