

LECCIÓN 5:

POSICIONAMIENTO SEO

Antes de seguir adelante es importante que adquiramos al menos unos conocimientos básicos sobre el Posicionamiento SEO, ya que como iremos viendo está en cierta forma relacionado con el Big Data.

5.1 QUÉ ES SEO

El término SEO, Search Engine Optimization, se refiere a la optimización de nuestros contenidos para los motores de búsqueda. Es imprescindible para lograr más visitas a nuestra página Web, que llegarán a través de buscadores como Google o Yahoo, por ejemplo. En esta lección nos centraremos solo en el primero, puesto que es el más importante.

Podemos resumir en pocas palabras que se trata de crear un contenido adecuado para que los buscadores puedan indexarlo, para que, de forma natural, nuestra Web se sitúe en los primeros puestos cada vez que se hace una búsqueda. Indexar el contenido quiere decir incorporarlo al índice de Google.

Lo explicamos un poco mejor. Google tiene una serie de Bots, también llamados Spiders o arañas, que visitan los billones y billones de Webs que existen. Ellos deciden qué páginas visitan y con qué frecuencia. Van recabando información que después indexan. Los datos que obtienen los ordenan teniendo en cuenta su importancia, fiabilidad y utilidad. Forman una lista de contenido que es ordenada teniendo en cuenta sus propios criterios.

Nuestra página aparecerá mejor o peor posicionada cuando alguien realice una búsqueda relacionada con alguna de las palabras claves que utilizamos, dependiendo de cómo hayamos hecho nuestro trabajo. Con un mejor posicionamiento tendremos más visitas.

No es una afirmación gratuita porque la mayoría de nosotros cuando hace una búsqueda en Internet sólo visita las tres o cuatro primeras Webs que aparecen, y rara vez se pasa de la primera página de resultados. Si estamos ahí

conseguiremos muchas más visitas, como es obvio.

Como empresa tenemos el propósito de conseguir atraer a nuestros posibles clientes a la Web, después convertirlos en contactos para más adelante cerrar con ellos una venta.

Con el SEO conseguimos el primer paso, visitas a nuestra Web. ¿Cómo lo hacemos? Utilizando un blog con contenido relevante, una página Web optimizada con una buena utilización de palabras claves o redes sociales activas. Con todo ello, se consigue atraer a un usuario a nuestra Web, que, si todo va bien, pasará de ser un desconocido que visita la página de nuestra empresa a un contacto o un cliente.

5.2 ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL SEO?

Hoy en día casi nadie compra nada sin buscar información a través de Internet. Aunque finalmente recurramos a una tienda física, alguna consulta online habremos efectuado.

Para buscar ese contenido introducimos ciertas palabras claves que nos devuelven una serie de resultados. En primer lugar, aparecen aquellos que han pagado un espacio publicitario, es el llamado posicionamiento SEM, justo después nos encontramos con aquellas páginas que han realizado mejor su trabajo SEO.

Para entender la importancia del SEO podemos poner un ejemplo. Si tenemos una tienda física, por muy buenos que sean los productos que vendemos en ella, la atención que damos al cliente e incluso la decoración, de nada servirá si la tenemos ubicada en un callejón sin salida, por el que no pasa nadie. Lo mismo sucede con una Web, da igual cómo sea, si no se puede encontrar estará abocada al fracaso.

El SEO lo que hace es dar visibilidad a nuestra Web situándola en los primeros puestos de los resultados de búsquedas.

5.3 PUNTOS FUNDAMENTALES DE UNA ESTRATEGIA SEO

Los siguientes puntos son fundamentales a la hora de desarrollar una estrategia SEO:

1. Investigar las Keywords.
2. Crear un contenido que esté relacionado con las Keywords.
3. Conocer cómo optimizar una página.
4. Promocionar el contenido de nuestra Web.
5. Lograr enlaces a nuestro contenido.

Vamos a ver estos cinco importantes puntos con un poco más de detenimiento.

5.3.1 Investigar las Keywords

Las Keywords o palabras clave, son las palabras o frases que utilizamos todos al realizar búsquedas en Internet. Son vitales a la hora de posicionar nuestra Web en los buscadores.

Debemos dejar claro que resulta muy complicado posicionar una página solo con un término. Es necesario trabajar siempre con un listado de varias palabras. Con el tiempo comprobaremos cómo funcionan y podremos introducir nuevas palabras y prescindir de otras.

Los expertos afirman que cada búsqueda en Internet está compuesta por entre 3 y 5 palabras, como mínimo. Por ejemplo, si buscamos tienda de flores no sería suficiente con escribir “floristería”, nos daría resultados poco concretos. Sería

mejor ser más concretos: como “floristería en Barcelona”, o “tienda de flores en Barcelona”, “ramos de novia”, o “floristería barata en Barcelona en el barrio de Gracia”... Podemos concretar tanto como deseemos, o como necesitemos, para encontrar lo que estamos buscando.

Como es lógico, tenemos que conocer qué palabras claves relacionan nuestros posibles clientes con nuestros productos o servicios, por lo que sería bueno que hiciéramos una lista con todas las palabras que creemos que pueden utilizar, al menos las más frecuentes, y crear contenidos en torno a ellas. Después, podemos ir ampliando a productos más concretos.

Por ejemplo, si tenemos una tienda de electrodomésticos las primeras palabras clave podrían ser términos genéricos, como “tienda de electrodomésticos en Madrid”, aunque es difícil posicionar bien con palabras que tendrán una gran competencia, para luego ir siendo más concretos y apostar por marcas o productos concretos, como “televisor de cierta marca con ciertas características”.

Pero no es necesario que las palabras estén relacionadas directamente con nuestros productos, se puede llegar a ellos por otros caminos. Siguiendo con el ejemplo de la tienda de electrodomésticos, alguien podría llegar a ella efectuando una búsqueda como “las cámaras que hacen mejores fotos”, si incluimos contenido con esta palabra clave.

Lo más importante a la hora de posicionar es pensar en las palabras que utilizaría nuestro posible comprador para llegar a nosotros. Adaptarse a su forma de hablar es fundamental.

Contamos con dos herramientas para encontrar palabras claves:

- **Google Adwords.** Nos suministra palabras claves introduciendo palabras o frases descriptivas, también usando la URL de nuestra Web. Se ordenan por su importancia y podemos conocer las búsquedas de cada palabra clave.

- **Keyword Planner Tool de Google.** Nos permite lograr nuevas Keywords, ordenándolas por tema o por contexto de búsqueda.

A la hora de posicionar mejor, lo ideal es encontrar palabras que combinen dos características, que tengan muchas búsquedas y poca competencia. Hay dos clases de palabras clave que podemos utilizar, son éstas:

- **Short Head Keywords o Palabras de cola corta.** Estas palabras son más genéricas y se relacionan con un gran grupo de productos o servicios. Son muy populares, así que tienen muchas búsquedas. Lo habitual es que los mejores puestos de los resultados de búsquedas los consigan las grandes empresas del mercado.
- **Long Tail Keyword o Palabras de cola larga.** Se trata de palabras que llevan una larga cola de otros términos junto a la Keyword principal. Como son términos más específicos, hay menos competencia. Otra ventaja es que los usuarios que utilizan esta clase de Keywords suelen tener un mayor interés, ya que la mayoría de las veces buscan un producto concreto. Utilizando bien las Keywords de cola larga es más sencillo conseguir un buen posicionamiento. Lo habitual es que tengan menos competencia y un usuario con un gran interés en adquirir nuestros productos o servicios.

Es importante que no olvidemos estos 3 puntos al crear contenido:

- **Palabras claves.** Es conveniente utilizar palabras claves que sean parecidas a las que nuestros posibles clientes emplean, tenemos que convencerles de que en nuestra página se habla de aquello que les interesa.
- **Términos similares.** Utilizar varios términos similares en nuestra página, no nos limitemos solo a la palabra clave.

- **Repeticiones.** No es bueno repetir de forma poco natural las palabras claves.

También es necesario que optimicemos nuestra Web en relación a la palabra clave principal. Debemos tomar en cuenta estos puntos importantes:

- **URL.** La palabra clave debe aparecer en la URL de la página. Deben ser breves y descriptivas, deben dejar claro de qué trata la página sin entrar.
- **Título.** El título debe incluir la palabra clave y ser atractivo. Además, no debe superar los 70 caracteres.
- **Encabezados.** La palabra clave y otros términos similares deben estar incluidos en los encabezados del texto.
- **Texto.** En el texto la palabra clave debe aparecer lo antes posible, sin perder la naturalidad.
- **Meta descripción.** La meta descripción tiene que ser atractiva y aparecer la palabra clave. Es imprescindible para conseguir visitas, ya que aparece en los buscadores justo después de nuestro título y de nuestra URL. Su extensión no debe superar los 140 caracteres.
- **Imágenes.** Google no lee las imágenes como tal, pero sí puede leer las etiquetas Título y Alt que llevan, así que incluyamos en ellas la palabra clave principal.

5.3.2 Los enlaces

No olvidemos incluir enlaces en nuestra Web, pero siempre deben tener sentido y resultar apropiados, no colocar enlaces sin ton ni son. Además, debemos

enlazar solo a páginas que cuenten con prestigio y credibilidad.

Es un buen recurso para posicionar nuestro contenido, pero no tenemos que abusar de él. Resulta bastante incómodo leer un texto lleno de enlaces, pero además puede distraer al lector de nuestro propio contenido, que al fin y al cabo es el que deseamos que lea.

Incluyamos también enlaces a otros contenidos de nuestra Web, sirve para posicionar mejor y además sacamos un rendimiento extra a contenidos que ya hemos publicado.

Si es importante enlazar a otras páginas, no lo es menos conseguir que otras páginas enlacen sus Webs a la nuestra. Es algo que ayuda a posicionar mejor nuestra Web y que al mismo tiempo nos da prestigio y credibilidad, sin olvidar que es una buena manera de conseguir más visitas a nuestra página.

Para conseguirlo es importante que contemos con contenido de calidad y que lo compartamos en las redes sociales para darle visibilidad.

5.3.3 La usabilidad

La usabilidad de una página Web se refiere a la experiencia que tienen los usuarios cuando navegan en ella. Se considera que para cumplir este requisito en su diseño se debe pensar principalmente en quienes van a navegar en ella, más que en un diseño atractivo o en el uso de la tecnología.

Un reconocido experto en la materia, el académico Yusef Hassan de la Universidad de Granada afirma lo siguiente al respecto:

La usabilidad es la disciplina que estudia la forma de diseñar Sitios Web para que los usuarios puedan interactuar en ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible. La mejor forma de crear un sitio Web usable es

realizando un diseño centrado en el usuario, diseñando para y por el usuario, en contraposición a lo que podrá ser un diseño centrado en la tecnología, o uno centrado en la creatividad u originalidad.

Tengamos en cuenta estos tres puntos a la hora de diseñarla:

- Que sea una página intuitiva.
- Que las búsquedas resulten sencillas.
- Que la información sea asequible.

Una Web en la que sea fácil navegar será una invitación a seguir en ella, mientras que también sucede lo contrario, una página en la que la navegación resulta difícil, es complicado que alguien permanezca en ella.

No olvidemos que como ya hemos comentado en otras ocasiones, es fundamental que la Web esté optimizada para todo tipo de dispositivos. Un diseño responsive hará que se pueda visualizar la página desde cualquier tamaño de pantalla.

De no hacerlo así, no solo conseguiremos menos visitas, sino que además seremos penalizados por los motores de búsqueda.

Ahora ya contamos con unas nociones básicas del posicionamiento SEO. Serán imprescindibles para afrontar de la manera adecuada la siguiente lección en la que nos centraremos en la forma en la que se monitorizan y analizan datos.

Después de estudiar esta lección nos queda claro que una adecuada estrategia SEO dará visibilidad a nuestra Web, lo que atraerá visitas a nuestra página, que incrementarán las posibilidades de conseguir nuevos clientes.

RESUMEN DE LA LECCIÓN 5:

- El término SEO, Search Engine Optimization, se refiere a la optimización de nuestros contenidos para los motores de búsqueda. Es imprescindible para lograr más visitas a nuestra página Web.
- Se trata de crear un contenido adecuado para que los buscadores puedan indexarlo, para que de forma natural nuestra Web se sitúe en los primeros puestos cada vez que se hace una búsqueda.
- Cuando introducimos ciertas palabras claves, nos devuelven una serie de resultados. En primer lugar, aparecen las Webs que han pagado un espacio publicitario, es el llamado posicionamiento SEM, justo después nos encontramos con las páginas que han realizado mejor su trabajo SEO.
- Estos son los puntos fundamentales a la hora de desarrollar una estrategia SEO: investigar las Keywords, crear un contenido que esté relacionado con las Keywords, conocer cómo optimizar una página, promocionar el contenido de nuestra Web y lograr enlaces a nuestro contenido.
- A la hora de posicionar mejor, lo ideal es encontrar palabras que combinen dos características, que tengan muchas búsquedas y poca competencia. Pueden ser palabras de cola corta o palabras de cola larga.
- Debemos enlazar solo a páginas que cuenten con prestigio y credibilidad. Además, hagámoslo siempre con sentido.
- La usabilidad de una página Web se refiere a la experiencia que tienen los usuarios cuando navegan en ella. Se considera que para cumplir este requisito al crearla se debe pensar principalmente en quienes van a

navegar en ella, más que en un diseño atractivo o en el uso de la tecnología