

MODULO 8

MARKETING EN MOTORES DE BÚSQUEDA

La mercadotecnia en buscadores web (SEM por las siglas del inglés Search Engine **Marketing**), es una forma de mercadotecnia en Internet que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en las páginas de resultados del **motor de búsqueda** (SERP).



El **marketing de búsqueda** hace referencia a las acciones que llevamos a cabo para promover una página web aumentando su **visibilidad en los motores de búsqueda**, en las páginas de resultados. Es lo que conocemos como el **posicionamiento web**. Los motores de búsqueda realizan dos sencillas acciones, primero **indexan** y luego **ofrecen respuestas** y resultados basados en la relevancia de las páginas. Al **optimizar una página** para los motores de búsqueda conseguimos que tanto los robots como los usuarios sean capaces de entender nuestro site.



No importa tanto qué tipo de producto o qué tipo de servicio estés ofreciendo o cómo de bonita es tu página web si luego tu campaña de marketing de búsqueda no está siendo la adecuada. El éxito de tu web y las **posibilidades de crecimiento de tu empresa pasan por los motores de búsqueda**, por el posicionamiento de tu página en los buscadores. Un **buen posicionamiento es sinónimo de visibilidad**, de conversiones, de ventas, de clientes, de tráfico web.

Muchas personas tienen diferentes definiciones de lo que es el término de **marketing de motores de búsqueda**: SEM (search engine marketing). Incluso algunos profesionales están en desacuerdo con otros, incluyendo a representantes de los motores de búsqueda comerciales.



¿QUÉ ES EL MARKETING DE MOTORES DE BÚSQUEDA?

Es muy común que las personas (incluyendo periodistas e incluso los propios profesionales) confundan los términos “marketing de motores de búsqueda” y “**Search Engine Optimization SEO**”. El posicionamiento en buscadores es un tipo de marketing de motores en buscadores. La publicidad en buscadores es otro tipo de marketing en buscadores.

Una de las creencias más generalizadas sobre **marketing en buscadores (SEM)** es que la publicidad de motores de búsqueda es igual al marketing de búsqueda. Si tu empresa de marketing en línea lleva a cabo campañas de publicidad en Google, la empresa debe especializarse en SEM, ¿verdad?

Aunque esta creencia es común, es muy exacta. Como hemos dicho anteriormente, la **publicidad en buscadores** es sólo un componente del proceso de marketing en buscadores. Las campañas de marketing implican branding, ventas, servicio al cliente, distribución, ferias, radio, televisión, correo directo, y así sucesivamente. Y la publicidad, también. Así que la hora de contratar una empresa de SEM, asegúrate de que proporcione una variedad de servicios, no sólo la publicidad.

El **marketing de motores de búsqueda** abarca un número de diferentes habilidades, incluyendo pero sin limitarse a:

- Publicidad en buscadores
- El posicionamiento en buscadores
- Vincular el desarrollo y optimización de medios sociales (SMO)
- Optimización de motores de búsqueda especializados (video, local, móvil, etc)

PUBLICIDAD EN BUSCADORES

En términos generales, el **pago por clic** en los programas de motores de búsqueda (como Google AdWords) son una forma de publicidad en buscadores.

La publicidad en buscadores incluye patrocinios, el pago por la colocación (PPC), la publicidad y la publicidad contextual quizá.

El éxito de las campañas de publicidad de **motores de búsqueda** dependen de cinco factores principales:

- Selección de palabras clave
- Precio de la oferta
- El copy del anuncio
- La distribución del anuncio
- Páginas de aterrizaje efectivas

EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

El **posicionamiento en buscadores** es el diseño, la escritura, la codificación (en XHTML), y la programación de todo tu sitio web por lo que hay una buena probabilidad de que tus páginas web aparecerán en la parte superior de consultas en los motores de búsqueda para las palabras clave seleccionadas y frases clave. El posicionamiento en buscadores es la optimización para las personas que utilizan los motores de búsqueda, no la optimización para motores de búsqueda solamente.

La construcción de bloques fundamentales de una **optimización de motores de búsqueda** son:

- Las palabras clave y etiquetas
- Accesibilidad y navegación (incluye arquitectura de información, diseño, presentación, formato técnico) un sitio de esquema de navegación y estructura de URL fácil de usar para que los motores de búsqueda pueden rastrear
- Validación en forma de objetivo, vincular el desarrollo de terceros y señales sociales
- Acomodar los comportamientos de buscador – páginas / documentos que aparecen actualmente en la cima de las listas de búsqueda con base en los objetivos de buscador y comportamientos

El **SEO** se aplica principalmente a páginas con codificación XHTML específicamente, pero puede incluir otros tipos de páginas como documentos PDF y Word.

OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA ESPECIALIZADOS

Hay muchos tipos diferentes de motores de búsqueda especializados, incluidos pero no limitados a:



- Compras
- Imagen
- Vídeo
- Audio / música
- Local
- Móvil
- Los medios sociales

Algunos de estos motores de búsqueda son los motores de búsqueda independientes. Y algunos de estos motores de búsqueda son parte de un gran motor de búsqueda en la web comercial.

QUE ES UN BUSCADOR

Un buscador se define como un programa informático diseñado para la búsqueda de diferentes formatos de archivos digitales como páginas webs, documentos de texto, archivos de video y música, imágenes, etc... los cuales se encuentran alojados en un disco duro o servidor local así como en la red de Internet, presentando los resultados de la búsqueda en una serie de enlaces que conectan con los archivos o la información solicitada.

Actualmente podemos clasificar el amplio catálogo de buscadores disponibles en la red en 4 grandes familias:

1. Directorios
2. Motores de búsqueda
3. Metabuscadore
4. Buscadores especializados



1. DIRECTORIOS

Los directorios fueron los primeros buscadores más populares y utilizados en Internet, su funcionamiento se basa en que una parte humana introduce una serie de datos relevantes sobre una página web tales como el título, resumen del contenido, dirección, etc... con el objeto de indexarlo dentro de una base de datos dividida en categorías o especialidades, para que cuando realicemos una búsqueda la base de datos nos devolverá una lista de enlaces hacia las páginas webs que tienen relación con las palabras o frases buscadas.

La principal ventaja de los directorios es que al ser revisados por humanos los enlaces indexados son webs de alta calidad en contenido, como inconveniente es la nula capacidad de rastreo e indexación de otras webs de manera automática, por lo que el directorio solo es capaz de almacenar un pequeño porcentaje de la totalidad de las webs disponibles en Internet.

Páginas como Dmoz, Yahoo directory o Technorati son entre otros directorios webs de reconocido prestigio en Internet.



Directorios o Índices temáticos (también conocidos como directorios, catálogos o buscadores por categorías)

	Descubrimiento de recursos	Representación del contenido	Representación de la consulta	Presentación de los resultados
Directorios	Lo realizan las personas	Clasificación manual Implícita (navegación por categorías)	Páginas creadas antes de la consulta.	Poco exhaustivos, muy precisos.
Motores de búsqueda	Principalmente de forma automática por medio de robots Indización automática	Explícita (palabras clave, operadores, etc.)	Páginas creadas dinámicamente en cada consulta.	Muy exhaustivos, poco precisos

Directorios y Motores de búsqueda son las principales herramientas de búsqueda en la Web. Sin embargo, también existen otro tipo de herramientas que funcionan como intermediarios en la recuperación de información, ya que actúan como interfaz único a múltiples motores de búsqueda. Se trata de los multibuscadores y metabuscadores que no son buscadores en sí mismos aunque se basen en ellos y su interfaz suele ser similar a la de los índices temáticos o motores de búsqueda. Estas herramientas no buscan por sí mismas, sino que limitan a pedir a otros que busquen por ellos.

2. MOTORES DE BÚSQUEDA

Los motores de búsqueda son los buscadores basados en programas informáticos que automatizan el rastreo y la indexación de las webs disponibles, a diferencia de los directorios los cuales necesitaban de una parte humana para la verificación e indexación de la web. El funcionamiento de los motores de búsqueda se basa en 3 etapas o fases:

1. RASTREO

En la primera fase un programa informático denominado robot o araña rastrea y recoge los datos de todas las páginas webs a través de los enlaces compartidos, permitiendo ampliar enormemente el campo de rastreo a un gran número de webs.

2. INDEXACIÓN Y RANKEO

En el segundo paso un algoritmo toma la información captada por el robot o araña y la valora rankeandola según unos criterios establecidos por el algoritmo, posteriormente se indexa la web en gigantes bases de datos.

3. CONSULTA

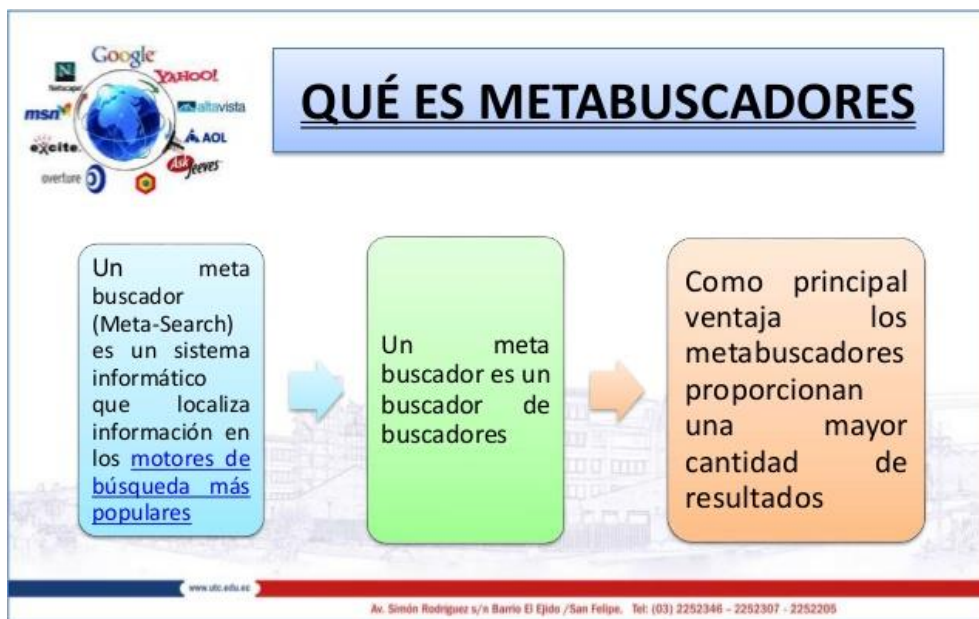
Por último cuando realizamos una búsqueda el programa consulta a la base de datos mostrándonos una serie de enlaces o datos numerados y jerarquizados según el ranqueo o relevancia calculada por el algoritmo.

Páginas como Google o Bing son ejemplos de reconocidas webs basadas en motores de búsqueda.

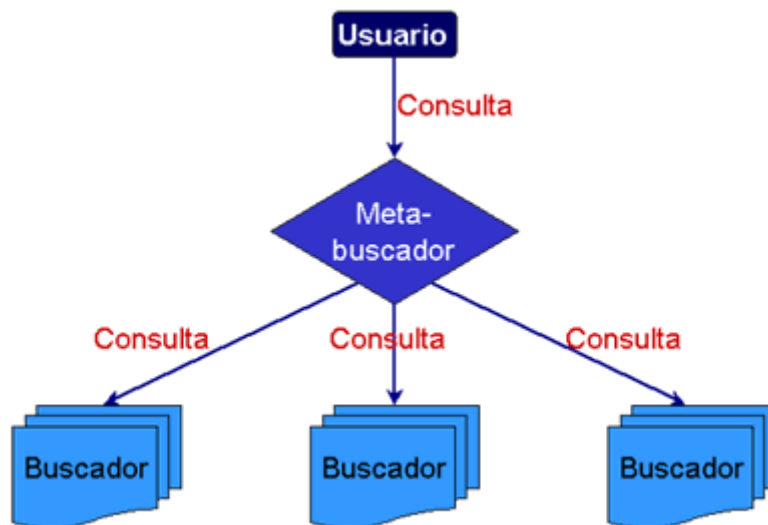


3. METABUSCADORES

Los metabuscadores son programas informáticos que lanzan las consultas requeridas por los usuarios sobre un conjunto de motores de búsqueda de terceros aprovechando los algoritmos de búsqueda desarrollados de cada uno de ellos, posteriormente el metabuscador rankea todos los resultados mostrándolos según unos criterios de relevancia establecidos.



Páginas como Metacrawler, Ixquick o Webcrawler son ejemplos entre otros de metabuscadores más utilizados en la red.



4. BUSCADORES ESPECIALIZADOS

Son herramientas que restringen la búsqueda en la web a aquellos recursos que cumplen una serie de requisitos: tipo de documento (libros, artículos, etc.), materia (ciencia, humanidades, etc.) o nivel de la información (documentación de carácter científico y académico). Suelen estar mantenidos por expertos en las distintas disciplinas, por lo que la información que recopilan suele ser más rigurosa y fiable que la de los buscadores generales.

Algunos ejemplos:

- **SCIRUS** <http://www.scirus.com>
- **Google Académico** <http://scholar.google.es>
- **CiteSeer.IST** <http://citeseer.ist.psu.edu/>
- **Google** <http://www.google.es/books?hl=es> (Libros)

¿CÓMO FUNCIONA UN MOTOR DE BÚSQUEDA?

Cuando una persona utiliza un buscador para resolver una inquietud, bien sea en Google, Yahoo! o Bing – por mencionar los más populares – cientos de millones de interacciones virtuales se producen internamente para encontrar una respuesta adecuada en cuestión de segundos.

Ciclo de una búsqueda



Estas son las tres funciones básicas que definen la operación:

1. CRAWLING

Los *crawlers* o arañas web son robots informáticos que se encargan de rastrear y navegar archivos de cientos de miles de millones de páginas que se encuentran en la Web. Usualmente este rastreo está condicionado por las palabras clave que componen las búsquedas de los usuarios de los buscadores, factor que varía segundo a segundo: de acuerdo con Moz, solamente el 30% de las búsquedas realizadas en motores como Google, Bing o Yahoo! corresponde a palabras y frases genéricas. El 70% restante suelen ser aleatorias.

2. INDEXACIÓN

Luego del proceso de rastreo, los buscadores decodifican, clasifican y almacenan cada uno de los archivos encontrados en diferentes ‘bodegas virtuales’, que se encuentran ordenadas de acuerdo con las palabras y frases clave que las definen, de modo que cuando una persona realice una búsqueda, el motor pueda hallar instantáneamente la información que corresponde a la misma.

3. RANKING

Una vez indexada la información, el buscador se encarga de evaluar el contenido, la estructura y otros factores – fecha de publicación, número y duración de las visitas, número de backlinks (enlaces de referencia externa), origen de dichos backlinks, entre otros – de cada uno de los archivos almacenados para determinar su relevancia. Según esa evaluación el motor de búsqueda le otorga un orden de importancia a cada uno de los archivos encontrados, de modo que al momento en que un usuario realice una búsqueda pueda encontrar los mejores resultados siempre.

¿QUÉ ES SEO, OPTIMIZACIÓN PARA MOTORES DE BÚSQUEDA?



<https://www.youtube.com/watch?v=aYioPKZU7J8>

SEO Son las siglas de (**Search Engine Optimization**). Esta técnica en español también se denomina posicionamiento natural y hace referencia a un conjunto de medidas para mejorar el posicionamiento de una página Web (dirección), en el ranking o posición de los diferentes motores de búsqueda, con el objetivo de conseguir situarse por encima de los competidores al realizar una determinada consulta.

En la actualidad el **SEO** es una parte esencial en la elaboración o modificación y mantenimiento de campañas en internet y páginas Web, ya sea para mejorar su difusión o para darse a conocer, ya que un **SEO** correctamente realizado, facilitará a los diferentes buscadores, la obtención de los datos de nuestra página.

Este conjunto de medidas, no sólo contempla técnicas, también tiene mucha relevancia el contenido, una desmesurada calidad técnica de elaboración no tendrá ningún sentido si los textos están vacíos de interés. Hay empresas que en el pasado incluyeron textos libros en sus páginas y con ello consiguieron una penalización

QUÉ OFRECE R&A MARKETING EN SEO?

Los trabajos de SEO son complejos y arduos y, como todo en internet, están sometidos a un cambio continuo. Nuevos algoritmos, nuevas políticas de buscadores, avances en tecnología, hacen que día a día su compañía proveedora tenga que brindarle el máximo compromiso y soporte continuo.

En la actualidad, aunque todas las compañías del mundo de internet hablan de **SEO**, son pocas las capacidades a ayudar a mejorarlo este y consecuentemente el tráfico de su página. R&A Marketing se compromete a **mejorar el SEO** de su Web teniendo en cuenta las siguientes secuencia.

- **ANÁLISIS DE LA PÁGINA EXISTENTE.**

R&A Marketing, a través de herramientas de análisis de tráfico y comportamiento, visualiza, registra y documenta los cambios de comportamiento del tráfico de su página. El cliente puede monitorizar en tiempo real los cambios acaecidos.

- **DETECCIÓN DE PROBLEMAS POR CAMBIOS LOS RASTREADORES EN SU PÁGINA.**

R&A Marketing posee tecnología para detectar caídas del sistema o tráfico de la página. Nuestros sistemas de alarma, nos permite, en todo momento, saber lo que ocurre en su Web pudiendo aportar soluciones de manera inmediata.

- **CORRECCIÓN DE LOS MISMOS.**

Monitorizar muchas páginas de clientes nos ha dado experiencia dilatada en corrección de errores sabemos aplicar y corregir deficiencias en todo momento, de esta manera el cliente se preocupa de sus ventas no de su tráfico.

- **LA MONITORIZACIÓN CONSTANTE DE LA PÁGINA PERMITE EVITAR DESVIACIONES QUE PERJUDIQUEN A .** La detección de problemas nos ayuda a controlar posibles desviaciones el saber las nuevas directrices de buscadores, nos ayuda a corregir problemas ante un cambio de política en **SEO** de las grandes compañías esto permite tener clientes más competitivos que vendan más que tengan más contactos y que no vean como un aliado en la red.

LOS MEJORES MOTORES DE BUSQUEDA

GOOGLE, EL MOTOR DE BÚSQUEDA NÚMERO UNO

Google es un motor de búsqueda de Internet desarrollado por dos estudiantes de postgrado de la Universidad de Stanford. En 1998, Google fue reconocido como un

motor de búsqueda de elección, ya que devolvía resultados más relevantes que muchos de los motores de búsqueda ya existentes. Hoy en día, el término "Googled" se refiere a una búsqueda en Internet sobre cualquier cosa o cualquier persona usando el motor de búsqueda Google.



YAHOO

Yahoo originalmente comenzó como una guía a Internet antes de convertirse en un buscador. La guía se convirtió en una herramienta para cualquiera que buscara un sitio web útil. También es conocido como un motor de búsqueda web que devuelve información relevante para video, imágenes y respuestas.



DESDE MSN SEARCH, LIVE SEARCH HASTA BING

Bing es un motor de búsqueda de Microsoft. Cuenta con servicios mejorados que incluyen mapas y fotos de calle. Comenzó ganando con éxito la cuota de mercado a mediados de 2009. Comenzó en 1998 como MSN Search, evolucionando a una nueva marca llamada Live Search en 2007 y se convirtió oficialmente en Bing en 2009. Este motor de búsqueda devuelve información relevante y la organiza para ayudar en decisiones informadas.

ASK

Ask.com busca en la web lo más mencionado en discusiones, y publica esta información en "Hacer Preguntas más habituales". Este motor busca sitios web, imágenes, noticias, blogs, videos, mapas y direcciones. Cuanto más específico seas en su búsqueda, recibirás la información más relevante.

AOLSEARCH

El buscador AOL Search proporciona resultados de multimedia pertinentes. Los sitios web multimedia usan una variedad de diferentes formatos de contenido que este motor de búsqueda puede organizar y mostrar en la lista de resultados.

GIGABLAST

Gigablast es un nuevo tipo de motor de búsqueda que proporciona la indexación en tiempo real para sitios web. También ofrece características especiales, como generación de temas e indexación de documentos con diferentes formatos.

Altavista

El buscador AltaVista se esfuerza por ofrecer información a la comunidad mundial, según su sitio web. Este motor guarda las palabras de cada página web en un índice de búsqueda para poder realizar un seguimiento de toda la información, y entregarla como resultados de búsqueda. AltaVista fue también la primera compañía en incluir la capacidad de búsqueda multilingüe.

FAST

FAST fue adquirida por Microsoft en 2008 para desarrollar tecnologías mejoradas de búsqueda empresarial. La integración de la búsqueda de FAST de Microsoft tiene como objetivo atraer más tráfico e ingresos para sitios web de negocios.

NETSCAPE SEARCH

Este motor de búsqueda es conocido por su capacidad de producir más resultados con menos información de la que otros motores de búsqueda pueden necesitar.

SNAP.COM

Snap.com es un nuevo tipo de motor de búsqueda. Proporciona contenido contextual y se informa sobre las búsquedas de otros usuarios de Internet.