



MANUAL POSICIONAMIENTO SEO

El posicionamiento SEO o Search Engine Optimization es la técnica que posiciona tus páginas en los primeros resultados de búsqueda de Google. En este informe se analizarán los factores más relevantes para optimizar tus contenidos SEO y alcanzar los objetivos marcados.

Si tu web es un sitio que carece de contenido y no ofreces información de calidad, el posicionamiento de tu site será malo y no aparecerás en los primeros resultados de los buscadores. La regla de oro es ofrecer al usuario información relevante que se ajuste a lo que está buscando.

¡Las páginas que presentan un información plagiada o sin estructura cogida de aquí y de allá, no funcionan! Los navegadores realizan análisis cada vez más exhaustivos, lo que conlleva que aquellos sites con un contenido pobre y que no siguen las reglas básicas del posicionamiento son penalizados, ya que según los estándares de los buscadores no ofrece ninguna experiencia novedosa para el usuario.

A continuación, analizaremos las reglas básicas que se deben cumplir para mejorar el posicionamiento SEO.

1. Título

El título de la página ha de tener entre 10 y 70 caracteres (incluyendo los espacios). Asegúrate de que es descriptivo con respecto al contenido de la página y contiene palabras clave de relevancia. Es importante tener un título para cada página.

2. Palabras clave

Para lograr un buen posicionamiento dentro de los navegadores (Google, Bing, Yahoo, etc.), debes conocer en primer lugar cual es el público objetivo al que te diriges. Es por ello que se debe realizar un análisis de las palabras de búsqueda usadas por los internautas para usarlas como referencia en nuestro web site. Para encontrar estas palabras, puedes usar herramientas como “Google Adwords” que te indicará las referencias o frases de búsquedas más utilizadas segmentadas por ciudades o países, además de realizar sugerencias con palabras relacionadas.

2

3. Meta descripción

Se trata de un breve texto de introducción para hablar sobre el contenido de la página que queremos posicionar. Cada artículo, sección o categoría cuenta con uno y ha de contener entre 0 y 160 caracteres (incluyendo espacios).

La meta descripción le permiten decidir como se describen y se muestran sus sitios web en los resultados de búsqueda. Una buena descripción actúa como un anuncio orgánico potencial y anima al que lo ve a hacer clic para visitar su sitio.

Guía del Ocio y espectáculos de España: cine ... - Madrid
www.guiadelocio.com/ ▼
Sales hoy? Encuentra en **Guía del Ocio** toda la información sobre cine, teatro, restaurantes, conciertos, noche, arte y planes con niños en todas las provincias.
Madrid · Cine · Conciertos · Barcelona

ING DIRECT, banco online sin comisiones - People in ...
www.ingdirect.es/ ▼
ING DIRECT, el banco sin comisiones para particulares y negocios: cuenta naranja y nómina, fondos, hipotecas y más. **Banco online** ING DIRECT
Acceso clientes de ING DIRECT - Acceso a la web clásica - Cuenta NÓMINA

Asegúrate de que la meta descripción es explícita y contiene las palabras clave que hacen referencia al contenido del sitio. Del mismo modo cada página debe tener una única meta descripción relevante para el contenido.



4. Encabezados

Los Headings (H1, H2 O H3) son uno de los factores más importantes para las búsquedas de los robots. Estos encabezados representan para los buscadores las etiquetas que definen al título, subtítulo y encabezado. En definitiva, los robots se guían por las reglas establecidas para la publicación de noticias en prensa.

3

5. Contenido

Necesitamos redactar contenido relevante y de calidad ya que es fundamental para mostrar nuestro site en los primeros resultados de acuerdo a las búsquedas de los usuarios. Se establece para los artículos una cantidad de palabras que oscila entre 800 y 1000, dentro las cuales deben estar estrechamente vinculadas con tus principales palabras clave. Es importante la extensión de la información así como de la intensidad de Keywords. Google detectará que un artículos con 850 palabras es significativo y por lo tanto le dará mayor relevancia que a un artículo de 350 palabras.

6. Código de programación

Los errores de programación o de sintaxis pueden hacer que a los buscadores les cueste indexar su sitio web. Para identificar los errores detectados por estos se debe usar el servicio de validación W3C o bien *validator.nu*. De esta manera se puede identificar la inexactitud en el código de programación que se detecten según los estándares web.



7. Enlaces rotos

Los enlaces rotos llevan a tus visitantes a páginas inexistentes, lo que empeora la usabilidad, reputación y el SEO de tu web. Si se encuentran link rotos han de arreglarse o bien sustituirlos por una página que muestre el mensaje “Error 404”, dando a los usuarios la posibilidad de volver a la página de inicio o al contenido relacionado con la búsqueda realizada.

4

8. Blacklinks

Para cobrar relevancia en internet es necesario referencias o prescriptores que recomienden tu sitio, a esto se le denomina blacklinks. Estos enlaces conducen al usuario de internet a tu página online desde otro sitio web.

Es fundamental elaborar una estrategia de blacklinks para conseguir una adecuada cantidad y calidad de enlaces.

9. Mapa del sitio

Un mapa del sitio realiza un esquema de las URL que pueden rastrearse, las últimas actualizaciones del portal, la frecuencia con la que se modifica el contenido y su orden en función a la relevancia.

Esta sección permite a los motores de búsqueda analizar el sitio web en profundidad. El formato recomendado para la elaboración de un mapa del sitio es XML.



10. Robots

Es un archivo alojado en la raíz de nuestro sitio e indica a qué partes no quieres que accedan los rastreadores de los motores de búsqueda. Contiene un listado con las secciones a las que queremos dar o no acceso para que los buscadores la indexen.

11. Url`s

Las URL son uno de los factores más importantes ya que hacen de guía en el camino hacia el contenido que queremos mostrar. Debemos evitar ciertos caracteres (.,^_*.%?¿!#~@}{[]<>). Una URL ha de ser fácil de leer y recordar para el usuario. Los buscadores valoran las URL limpias y que contengan palabras clave que expliquen el contenido de la página.

12. Personalización

Un buen posicionamiento comienza en el diseño web ya que este será la base en la que se sustentará el número de visitas y usuarios que retornen a la web. El diseño no sólo consiste en crear una imagen bonita e intuitiva, también implica usabilidad, arquitectura sólida y segura, y un sitio que sea accesible a través de todos los dispositivos.

13. Favicon

Un favicon, del inglés favorites icon (icono de favoritos), también conocido como icono de página, es una pequeña imagen asociada con una página o sitio web en particular.



Los navegadores gráficos suelen mostrar el favicono de la página visitada, si ésta lo posee, en la barra de direcciones y en el encabezado de la pestaña correspondiente.

También los utilizan para identificar más fácilmente las páginas, presentándolos junto a sus respectivos títulos, en las listas de marcadores (navegadores web) o favoritos, en los historiales (navegador web) de páginas visitadas y de navegación reciente.

14. Herramientas

Para llevar a cabo nuestro propósito es necesario contar con *Herramientas SEO* que nos ayudarán en la labor de posicionamiento. Existen cientos de servicios y aplicaciones, pero hemos elaborado una selección de las que a nuestro entender son las más útiles.

- **Google Analytits**

Google Analytics es, probablemente, la herramienta más utilizada para medir y analizar el tráfico y la conversión de visitantes en Internet. Aunque existen otras opciones, su integración con el resto de herramientas que ofrece Google y el hecho de ser gratuita, hacen que sea la más habitual.

- **Google Adwords (Planificador de palabras)**

Con google adwords podrás planificar tus campañas online (SEM), además el planificador de palabras clave te permite simular campañas. Con esta herramienta puedes buscar ideas de palabra clave, obtener estadísticas de búsquedas y conocer el posible rendimiento de una lista de palabras clave.



Esta herramienta gratuita de AdWords también puede ayudarle a elegir pujas y presupuestos competitivos para sus campañas.

- **Woorank**

Woorank es una aplicación online que ofrece informes muy completos sobre un gran número de factores que afectan al posicionamiento. Es una herramienta muy sencilla de manejar y está en español.

7

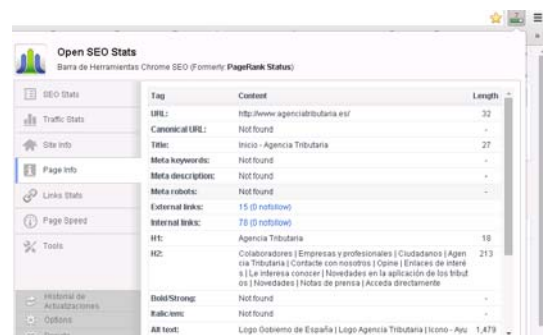
Desgraciadamente con su versión gratuita sólo puedes realizar un análisis semanal, y como su plan de precios es bastante elevado en mi opinión no es recomendable porque hay alternativas mejores.

- **Group Mail**

Es un Software de e-mail marketing newsletters usado para comunicarse con los clientes. Esta herramienta permite segmentar bases de datos y crear listas de exclusión, cumpliendo así con la normativa establecida en la LOPD. Además, Group Mail posee un editor de texto permitiéndonos la personalización de los correos electrónicos.

- **Open Seo Stats (Page Rank Status)**

Es un componente que se instala en el navegador *Google Chrome*, con el cual podemos analizar el PageRank, la clasificación en Alexa, además de otros factores como la meta descripción, palabras clave, títulos y enlaces tanto de tu web como de otras.



- Hootsuite

Se trata de una herramienta muy útil para gestionar redes sociales. Permite gestionar varios perfiles sociales de forma simultánea (Facebook, Twitter o LinkedIn). Tiene aplicaciones para web y dispositivos móviles.

Se pueden programar publicaciones en multitud de redes sociales, lo que nos puede ahorrar mucho tiempo a lo largo de la semana.

8

En definitiva, en este informe se han hablado de los factores más relevantes dentro del posicionamiento natural, pero existen otros como el tiempo de carga, interfaz en varios idiomas, antigüedad del dominio, formularios de conversión (landing page o apartados para la captación de e-mail), peso o tamaño de la página, uso de meta datos, exclusión de nuestra Ip de las listas de spam, validez W3C e impacto en las redes sociales. Para llevar a cabo las mejoras expuestas en este párrafo, se requiere de conocimientos técnicos avanzados o bien realizar inversiones en personal cualificado.

Por este motivo, es recomendable adaptarnos a nuestra realidad y comenzar por lo mínimamente necesario. El posicionamiento SEO junto al contenido de tu web será la herramienta gratuita más importante para generar visitas.

¡Dedícale tiempo a estas estrategias y verás como tu trabajo comenzará a dar resultado!





C/Sederos, 2 – Bajo. 18005 GRANADA
Telf.: 958 535 565 Fax: 958 535 570
informacion@escoem.com
www.escoem.com