

COLECCIÓN DE PRESENTACIONES



Grado Publicidad y RR.PP. Publicidad Interactiva

[Grupo Ciberimaginario](#) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta – Sergio Álvarez García
| 2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución-[CompartirIgual](#) 4.0 Internacional

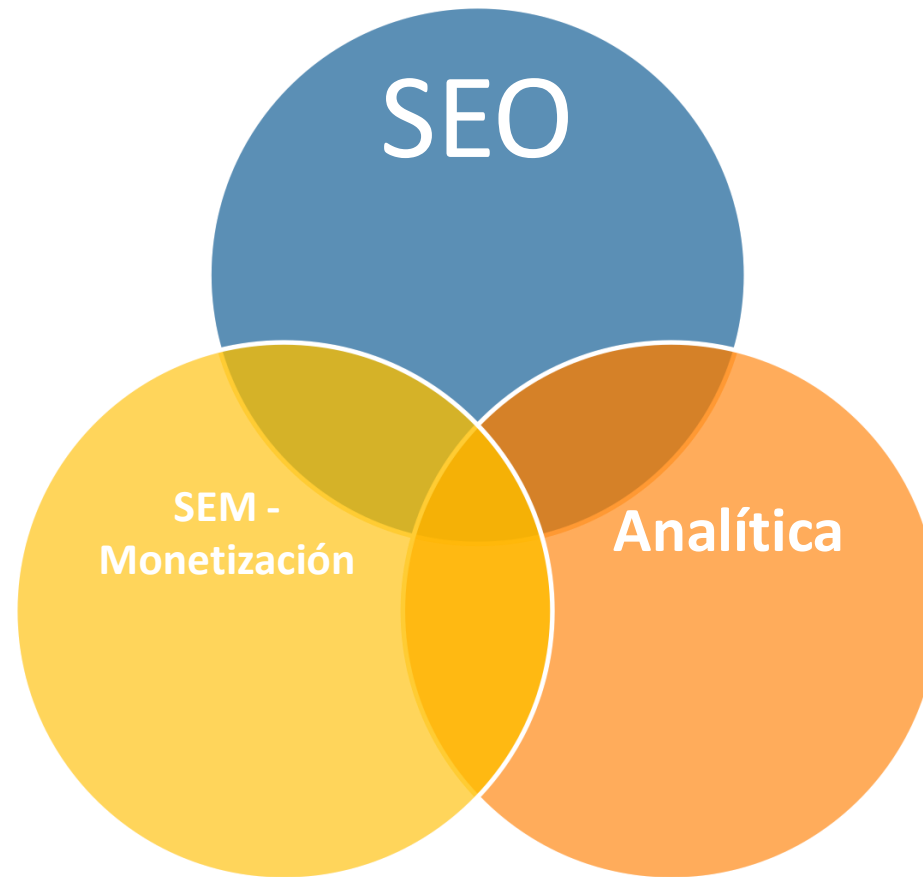


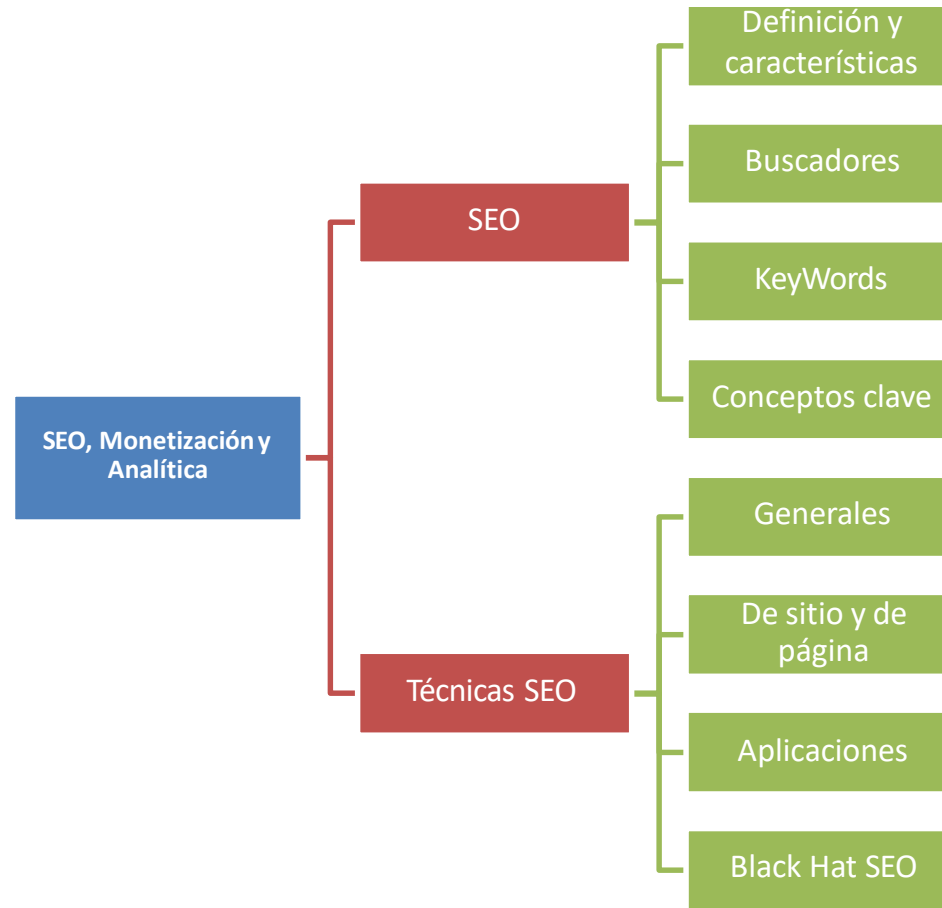
Posicionamiento web

SEO

Conceptos básicos

Operación de producto





SEO y conceptos relacionados → Definiciones

SEO (Search Engine Optimization)

- Estrategias encaminadas a optimizar el posicionamiento Web para los motores de búsqueda

SEM (Search Engine Marketing)


- Estrategias de marketing web destinadas a promover el posicionamiento mediante técnicas de eMarketing

El acrónimo **SEO**, del inglés ***Search Engine Optimization***, hace referencia a la disciplina que se encarga del estudio de las estrategias encaminadas a optimizar el posicionamiento Web para los **motores de búsqueda**. De este modo, **SEO** como disciplina es el proceso por el cual una página web obtiene y mantiene posiciones notables en las páginas de resultados naturales de los buscadores, también llamados resultados orgánicos o algorítmicos. (Orense, 2008).

También es habitual utilizar el término para referirse al profesional que se dedica a esa tarea.

Las siglas **SEM**, del inglés ***Search Engine Marketing***, se refiere al conjunto de estrategias de marketing web destinadas a promover el posicionamiento, la visibilidad y la “encontrabilidad” en los resultados ofrecidos por los sistemas de recuperación de información (singularmente en los buscadores, **SERPs**) de sitios o contenidos desplegados en Internet, mediante técnicas de ***eMarketing*** como los enlaces patrocinados, publicidad contextual, inclusión patrocinada en las listas de resultados...

Dentro de las estrategias SEM, poseen especial relevancia las **ESM**, o ***Enterprise Search Marketing***, que se encargan, específicamente, de la aplicación, gestión y medición de los sistemas SEM con la finalidad de evaluar un conjunto amplio de variables y unidades de análisis de repercusión directa para las empresas, tales como: unidades de negocio, zonas geográficas, targeting idiomático, etc.

Google  

Web Imágenes Noticias Maps Vídeos Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 365.000.000 resultados (0,29 segundos)

SEM

Posicionamiento SEO SEM - soloseoysem.es

Anuncio www.soloseoysem.es/ ▾
Expertos en SEO y SEM. Desde 80,00€ Seriedad y confianza. +500 clientes

SEO - Posicionamiento Web - snsmarketing.es

Anuncio www.snsmarketing.es/ ▾
Optimizamos y promocionamos su Web. Aumente sus ingresos por 100€/mes!

Posicionamiento Web SEO - todosemseo.es

Anuncio www.todosemseo.es/ ▾
Máxima rentabilidad para su web. Sus resultados, nuestra prioridad.
Sin permanencia - Posicionamiento desde 69€
Publicidad Adwords SEM - Contacte con Nosotros - Lista de Precios

SEO - Wikipedia

es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento_en_buscadores ▾
Para otros usos de este término, véase seo. ... También es frecuente nombrarlo por su título inglés, SEO (Search Engine Optimization). También es común ...
Link building - AdWords - SEO - Link bait

SEO/BirdLife

www.seo.org/ ▾
Ha comenzado la temporada reproductora de los halcones urbanos y esta semana los técnicos de SEO/BirdLife se han acercado al Museo de América de ...

¿Necesitas optimización en buscadores (SEO)? - Google Help

support.google.com > Herramientas para webmasters de Google > Ayuda ▾
SEO son las siglas en inglés de Search Engine Optimization (optimización en buscadores) o Search Engine Optimizer (optimizador de motores de búsqueda).

[PDF] Guía para principiantes sobre optimización para ... - Google

www.google.com/intl/es/.../guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf ▾
en Internet para el índice de Google, día y noche, sin parar. ¡Desde aquí, te explicaré diferentes cosas sobre la optimización para motores de búsqueda. (SEO)!

SEO

SEM

Anuncios ⓘ

Posicionamiento WEB SEO.

www.cronoseo.es/ ▾
911 10 08 63
Expertos programadores SEO. +3.000 clientes confían en CronoSEO 69€/m.

SEO - Hágalo usted mismo

www.rankingcoach.com/SEO ▾
Ahorre dinero y crezca
Ventas ¡Pruébelo ahora gratis!

Ranking-Coach de STRATO

www.strato.es/rankingCoach ▾
Mejora tu Visibilidad en la Web
¡Solo Ahora, 30 Días de Prueba!

Posicionamiento SEO

www.seowebb.es/seo ▾
Incrementa tu tráfico y tus ventas.
Optimizamos y posicionamos tu web.

Posgrado en SEO & SEM

www.inesdi.com/SEO&SEM_Madrid ▾
Tu Futuro está Aquí. Especialízate!
Te informamos Sin Compromiso
📍 Velázquez, 57, Madrid

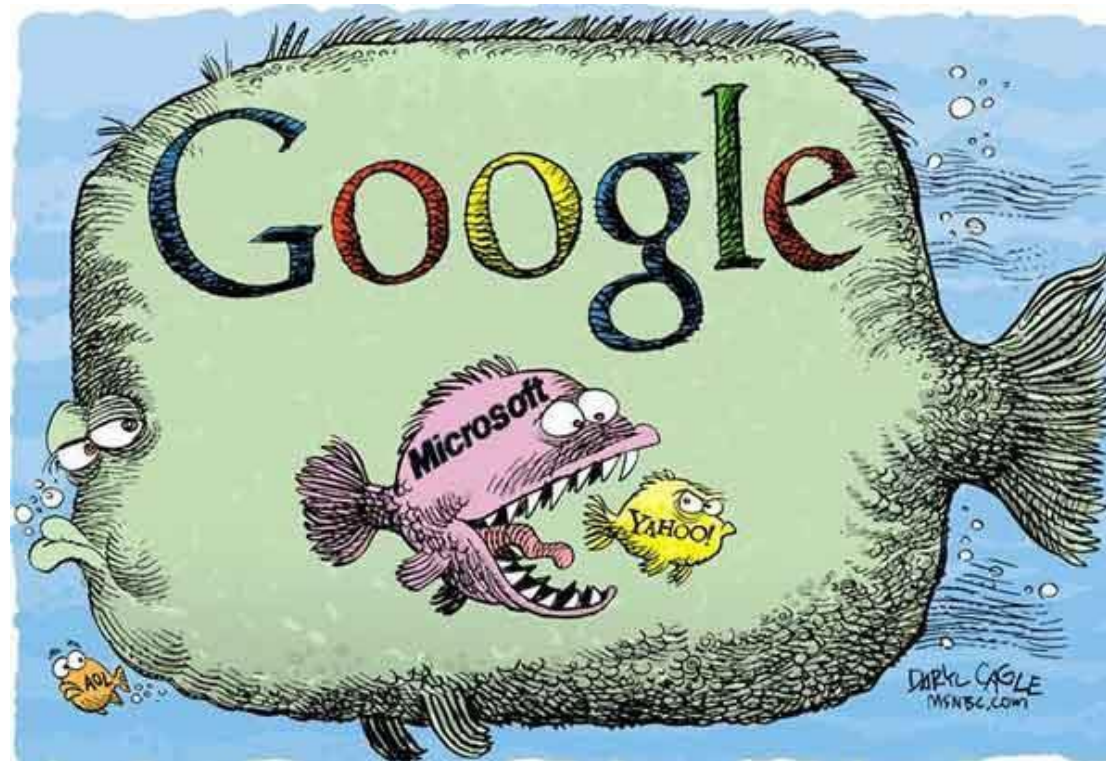
¿Su web es poco visitada?

www.dinamiza.com/SEO ▾
Logramos que la web de su empresa tenga la visibilidad adecuada

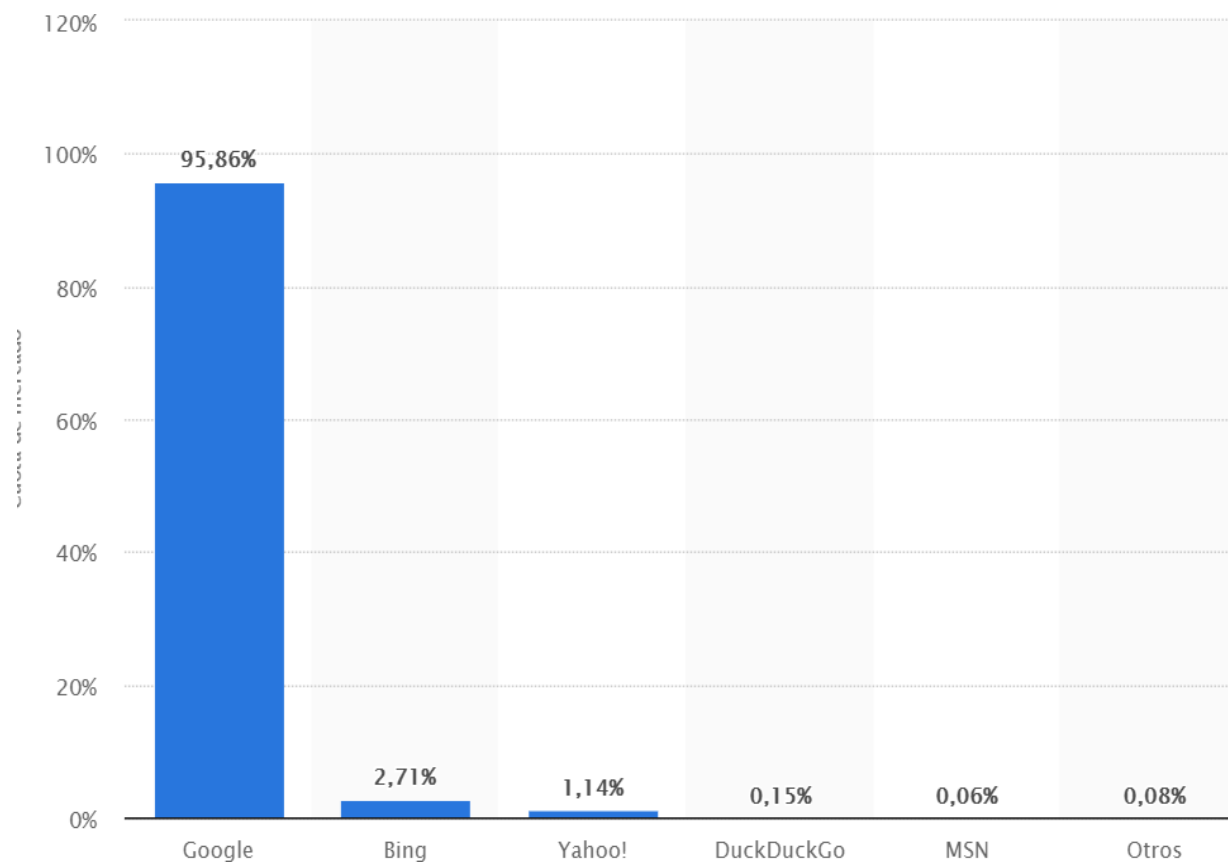
Muchos **buscadores**...



Pero hay un monopolio de facto



Cuota de mercado de los motores de búsqueda usados en España por buscador (2018)



Fuente: [Statista.com](https://www.statista.com)

Cómo funcionan los buscadores

La primera cuestión parte, necesariamente, de preguntarnos sobre qué y cómo saben los buscadores sobre los sitios web; en otras palabras, cómo operan. Es decir, cómo aprenden y se informan cuando sus robots (Googlebot, YahooSeeker...) rastrean la Web.

Al igual que los internautas, los robots de los buscadores van saltando de página en página, toman nota de todos los links que han encontrado, y los vuelven a seguir. Y así siempre. Lógico –pensará usted- ¿Cómo iba a ser si no? (Fischer, 2007, pág. 67)



<https://youtu.be/6kFyvovDNI8>

Y por eso es tan importante cuidar los enlaces, mimarlos. Si los enlaces alimentan los buscadores, y estos nos considerarán (entre otras muchas cosas) por ellos (por los que tengamos y por los que nos apunten) existen razones sobradamente poderosas para que los hipervínculos estén plenamente optimizados pensando en que, en cualquier momento, el rastreador (el motor de búsqueda) pasará a hacernos una visita. Aunque parezca increíble, existen innumerables enlaces en la Red cuyos autores han dado la espalda a cómo funcionan los buscadores, o bien están mal programados, o su programación es incompatible con ellos, o resuelven con URLs dinámicas cuya digestión resulta pesada para los motores de búsqueda (y todos sabemos lo incómodo que resulta esto...).

Fuente: <http://comunicaciondigital.es/como-funcionan-los-buscadores/>

Llevarse bien con los **buscadores**

- Si quieres que te vean, haz visible el dominio en los **índices de los buscadores?**
[E1 - El Mundo](#) - [E2 - NYT](#)
 - Es importante que aparezca el mayor número de páginas del sitio en la búsqueda por el índice (site:www....)
 - Los buscadores se “alimentan” de los **hipervínculos**: ¡Cuídalos!
- Piensa en cómo busca la gente, y no como buscas tú en tu sitio (**PALABRAS CLAVE**, etiquetado)

Las Palabras clave

*“La diferencia entre la palabra adecuada
y la casi adecuada
es la misma que entre un rayo
y una luciérnaga”*

(Mark Twain)

Palabras clave

Palabra clave es un conjunto de palabras (o una palabra a secas) relacionada con una posible búsqueda. Para aclararnos, **cada palabra clave es una posible búsqueda que los usuarios pueden hacer en un buscador**. El concepto técnico que se usa habitualmente proviene de su traducción al inglés: "Keyword" (Desarrolloweb.com)

Las palabras clave son el sistema fundamental de recuperación (de construcción de sentencias de búsqueda) que se utiliza en la Red; es obvio que existen otros (materias, índices...), pero este es el modelo privilegiado. Podemos definir las palabras clave como todos aquellos términos, expresiones, frases, vocablos o locuciones que encarnan un concepto concreto, una idea o una representación de aquello que, en un ámbito preciso del saber, deseamos localizar. Son, por tanto, un elemento sincrético de naturaleza orgánica y estructural desde la dimensión de quienes las generan y las asocian a una información (pues codifican y abstraen el sentido general de una información más amplia), como indicial, ya que permiten a quienes recurren a ellas invocar paquetes informativos que, semánticamente, refieren parte o la totalidad del conocimiento que se apela en la búsqueda. La dificultad de encontrar las palabras clave adecuadas, que no es nada trivial, radica precisamente en conciliar ambos aspectos y, sobre todo, en ponerse en el lugar del usuario (de nuevo pensar en la experiencia de usuario) a la hora de generar las palabras clave de nuestros sitios. (ComunicacionDigital.es)

¿Por qué es tan difícil definir palabras clave de búsqueda desde la perspectiva del cliente? Muy sencillo. Los empleados están acostumbrados al trato diario en su empresa con sus productos y sus nombres. Saben exactamente qué producto es bueno para cada cosa –o al menos hacen como si lo supieran-. Pero los clientes, especialmente los nuevos, suelen pensar de una manera completamente distinta. Ellos piensan a partir del problema, no "hacia atrás", desde su solución. (Fischer, 2007, pág. 73)

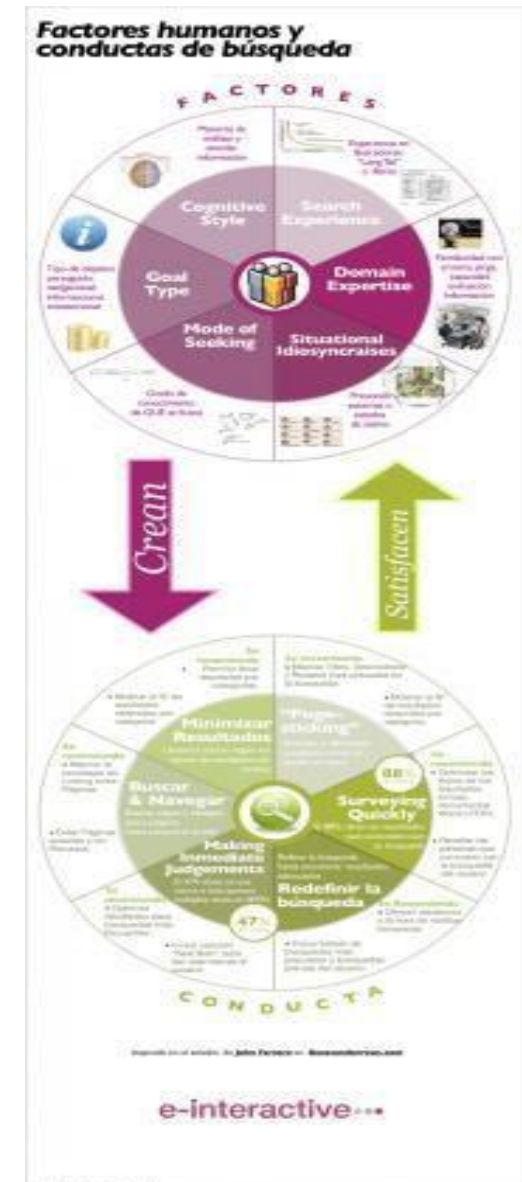
¿Cómo se busca?

- [¿Cómo buscan los usuarios en Internet?](#)

¿Cómo buscamos en la Red?:

1 sola palabra: 13-20%
 2 palabras: 30-33%
 3 palabras: 24-28%
 4 palabras: 25-21%
 5 ó más palabras: 8-9%

- [¿Cómo afecta la búsqueda por voz a una estrategia SEO?](#)



Google Trends

El año en búsquedas 2021

▶

 Consulta las tendencias del 2021 - [Internacional](#) ↕

Searches	News	Actors
1 Australia vs India	1 Afghanistan	1 Alec Baldwin
2 India vs England	2 AMC Stock	2 Pete Davidson
3 IPL	3 COVID Vaccine	3 Aryan Khan
4 NBA	4 Dogecoin	4 Gina Carano

<https://trends.google.es/trends/yis/2021/GLOBAL/>

Herramientas para dar con las **Palabras clave** adecuadas

Google Trends

Saber qué es lo más popular



Analizar a nuestros competidores



Conocer cuál es la palabra adecuada

Posicionamiento web

Técnicas SEO

HOW DOES GOOGLE WORK?



40 FEBRE
LO QUE NECESITAS SABER
DE LOS CAMBIOS EN EL
ALGORITMO
DE GOOGLE

<https://www.40defebre.com/cambios-algoritmo-google/>

Posicionamiento web

Técnicas SEO

GENERALES

- Reglas básicas de aplicación que debemos considerar en todos los casos.
- Las técnicas generales SEO recogen un conjunto de protocolos de carácter global que nos ilustra sobre la forma de comportarse los buscadores y, por tanto, debemos considerar de manera integral en la mejorar de posicionamiento de cualquier sitio web.

ESPECÍFICAS DE SITIO

- Las técnicas generales recogen procedimientos que son aplicables de forma global a un sitio web, o lo que es lo mismo, que debemos tener en cuenta de forma global a la hora de diseñarlo.

ESPECÍFICAS DE PÁGINA

- Procedimientos aplicables, de forma individual, a cada página de un sitio.
- Las técnicas SEO específicas de página se refieren a todos aquellos procedimientos que deben seguirse en la elaboración de cada página con el fin de garantizar su mejor posicionamiento en los buscadores.
- Normalmente, a la aplicación del conjunto de estas técnicas se denominan como One-Page, y suponen, básicamente, incluir información relevante en las principales etiquetas de la cabecera de un fichero HTML.

Generales > Vínculos

“Popularidad de los links” (*link popularity*)

No todos los enlaces son iguales

Algoritmo PageRank™ (PR): Valor numérico, de 1 a 10, que muestra la relevancia comparativa otorgada por Google a un sitio Web dentro de Internet, en función del

- número de enlaces que recibe un sitio y
- el valor (calidad) otorgado a los mismos.

Se trata de una referencia fundamental a nivel empresarial.



Generales > Vínculos

Algoritmo HITS: Mide la importancia de un documento en la Web, tomando como referencia la importancia de los sitios web en los que aparece citado, referido o enlazado. La relevancia se obtiene considerando dos categorías de sitios web relevantes:

- “Hub”: Sitios muy enlazados (como los directorios DMOZ, Google o Yahoo!) y que, a su vez, enlazan a sitios considerados relevantes.
- “Authority”: Sitios que representan, en versión digital, el concepto de la *autoritas* latina; es decir, sitios web que representan para muchos (y lo demuestran la cantidad de enlaces que apuntan a ellos) una referencia indiscutible en un tema dado.

Generales > Vínculos

- Pero hay cambios “recientes” (desde comienzos de 2012) con **Google Panda**:
 - Otorgar jerarquía en función de la originalidad
 - Necesidad de “limpiar” las búsquedas de contenido spam, replicado...
 - Algunos desajustes:
 - Baneo de sitios con contenido permanente, poco actualizado, pero “legal”...
- **Mayor valor para:**
 - El contenido de calidad
 - Webs usables, accesibles... que ofrecen una buena experiencia de usuario
- **Menor valor para:**
 - Los metatags

Optimización del sitio > Vínculos

- La importancia según la estructura de los enlaces
 - Mayor importancia de los dominios Top-Level (.es, .edu, .org...)
 - Mayor relevancia de los enlaces cuando provienen de bloques o clases A y B distintos de la nuestra de una dirección IP

45.21.121.76

Bloque: A | B | C | D |

- Importancia del texto del enlace → cuanto más claro, mejor

Link Baiting > Técnicas

> “**Cebo de enlaces**”

> Crear contenido que es susceptible de **generar** muchos **enlaces**

> Importancia por su carácter **viral**

Técnicas:

- Contenidos sobre temas de actualidad
- Contenidos “polémicos”: por el tema, por el personaje...
- Contenidos o material descargable bajo licencias CC.
- Contenidos “How to do”, listas de recomendaciones, solucionarios...
- Contenidos humorísticos

Link building > Técnicas

- Alta en directorios (Tienen mala fama y están considerados *granjas de enlaces* por la mayoría de los buscadores, pero existen directorios temáticos, que pueden ayudarte a mejorar tu posicionamiento en Google Business)
- Analiza los enlaces de la competencia
- Crea contenido de valor (marketing de contenidos)
- Mejora el contenido ya existente
- Publica artículos de invitado
- Vigila y controla los enlaces rotos
- Compra de enlaces ([Backlinks](#), siempre buscando portales de calidad o páginas con autoridad...)



Optimización del sitio > **Publicación**

- Actualización constante
- Relevancia del contenido
 - Un buen contenido es la mejor forma de generar enlaces y alcanzar un PageRank alto
- Páginas muy optimizadas mejoran los resultados
 - ¡Cuidar el peso de las páginas!
- Los dominios, cuanto más viejos, mejor
 - **Efecto Sandbox**

Optimización de **página**

- **Cuida tu código**
 - Incluir siempre metainformación
 - <Title>, <Meta> keyword, description...
 - Entre 6 y 11 palabras
 - Lo más importante al principio
 - No duplicar palabras
 - Incluye textos alternativos (ALT) en todos los elementos no textuales
 - Muy importante en las imágenes.
 - Informa semánticamente tu documento (títulos, etc.)
 - Elabora un código limpio y sujeto a estándares

Optimización de página

- No pongas frenos
 - No frames
 - Lenguajes de script → Seguir las recomendaciones y utilizarlos adecuadamente
 - CMS → Convertir las dirección web dinámicas en URLs amigables
 - La imposición de ID de sesión y cookies sanciona el ranking de las páginas
 - Un vistazo al archivo robots.txt
 - Cuidado con los *hosting* muy económicos: ¿bueno, bonito y barato?

Black Hat SEO



Black Hat SEO



- Conjunto de prácticas, estrategias y métodos que se sirven de técnicas **no lícitas** para mejorar el posicionamiento en los buscadores.
- Son penalizadas por los buscadores → Mala praxis profesional.
- Frontera difusa, por lo que debemos tener cuidado para:
 - NO romper las reglas establecidas por los buscadores
 - NO afectar la experiencia de usuario de forma negativa debido a la aplicación de algunas de estas técnicas
 - NO presentar el contenido creado por algoritmos para generar contenido automático

Black Hat SEO > Técnicas



Palabras clave

- Saturación de la densidad de palabras clave
- Sobre-optimización mecánica y tanteo (Keyword stuffing)



Enlaces

- *Granjas de links*
- Alta variabilidad del número de enlaces
- Enlaces rotos y a páginas "dudosas"



Páginas de engaño

- *Doorway pages*
- *Cloaking*
- *Hacking*



Contenido

- *Copy me*
- Cambios rápidos e incoherentes de tema

<http://comunicaciondigital.es/black-hat-seo-tecnicas/>