



# TALLER 5

## POSICIONAMIENTO SEO Y SEM

(14 DE JUNIO DE 2017)



Asociación de Fundaciones Andaluzas



# PROGRAMA

**MIÉRCOLES 14 DE JUNIO**

**(10:00 a 14:00h. - 15:30 a 18:30h.)**

1. **Conceptos básicos SEO**
2. **Factores internos (On page)**
3. **Factores externos (Off page)**
4. **KPI SEO**
5. **Conceptos básicos SEM**
6. **Cuenta en Google Adwords**
  - **Abrir cuenta**
  - **Crear campaña**
  - **Crear grupo de anuncios y anuncios**
7. **Revisión de los 5 talleres**

# Posicionamiento SEO



# **Estrategias SEO**

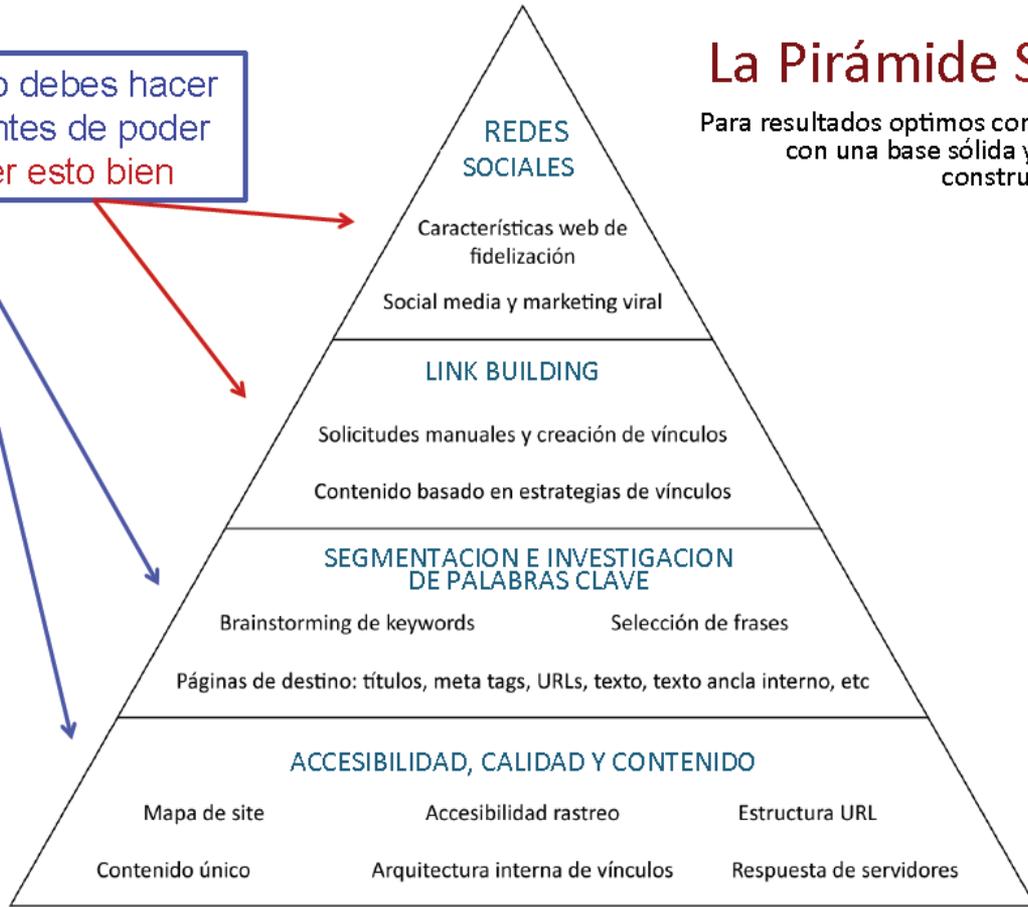
## **Conceptos Previos**

*Qué debes saber antes*  
*Lenguaje que debes conocer*  
*Google Search Console*

Primero debes hacer esto antes de poder hacer esto bien

# La Pirámide SEO

Para resultados optimos comienza con una base sólida y sigue construyendo



# Estrategias SEO

## Conceptos Previos | Qué debes saber antes

### **HTML**

Es aconsejable tener unos conocimientos básicos de HTML

### **CSS**

Aunque no es indispensable, también es recomendable

### **Buscadores**

Funcionamiento, rastreo e indexación y algoritmos

### **Directrices**

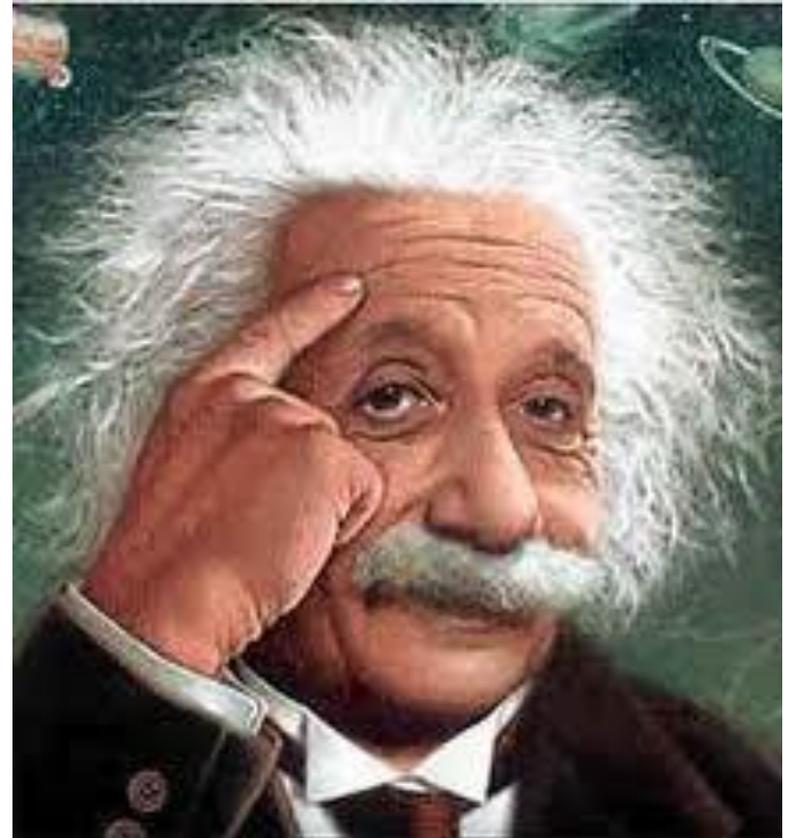
White Hat SEO Vs. Black Hat SEO

### **Contenidos**

Escribir bien y conocimientos de edición (Recomendable blog)

### **Google**

Abrir una cuenta de Google (Google Analytics y Search Console)



# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## HTML

Abreviatura de **HyperText Markup Language** (lenguaje de marcado de hipertexto), un lenguaje que se utiliza para describir los documentos de las páginas web. Describe los elementos básicos de las páginas, incluyendo el texto, los enlaces y las imágenes que contienen.



Si quieres aprender lo básico, no dejes de mirar este tutorial

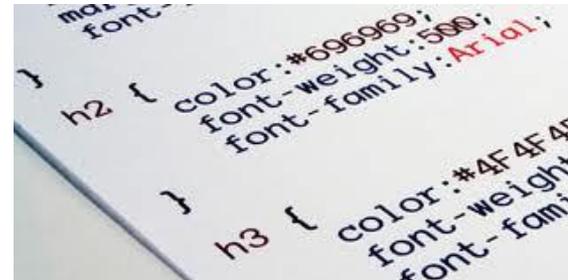
<http://es.html.net/tutorials/html/>

# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## CSS

**Cascading Style Sheets** (hoja de estilo en cascada) es un **lenguaje de estilo** que define la presentación de los documentos HTML. Por ejemplo, CSS abarca cuestiones relativas a fuentes, colores, márgenes, líneas, altura, anchura, imágenes de fondo, posicionamiento avanzado y muchos otros temas.



Si quieres aprender lo básico, no dejes de mirar este tutorial

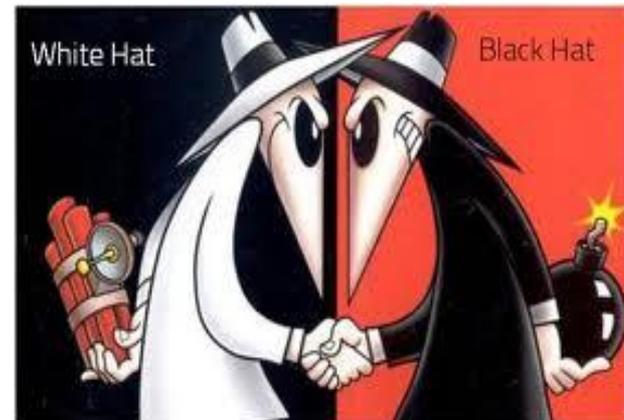
<http://es.html.net/tutorials/html/>

# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## WhiteHat Vs BlackHat

Las **técnicas blackhat** incluyen los trucos prohibidos por los buscadores, mientras **whitehat** comprenden las técnicas legítimas. Este taller se centra en el SEO basado exclusivamente en técnicas whitehat.



# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Araña o Crawler

Programa informático que **recorre las páginas web de internet** de forma automática y sistémica. Proporciona al motor de búsqueda el contenido apropiado para ser indexado.

### EJEMPLOS:

Google : **Googlebots**

Yahoo: **Yahoo slurp**

Arañas ilegales: **Spambots**



**Comprueba tu sitio web con Software de Rastreo Xenu:**  
<http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html#Download>

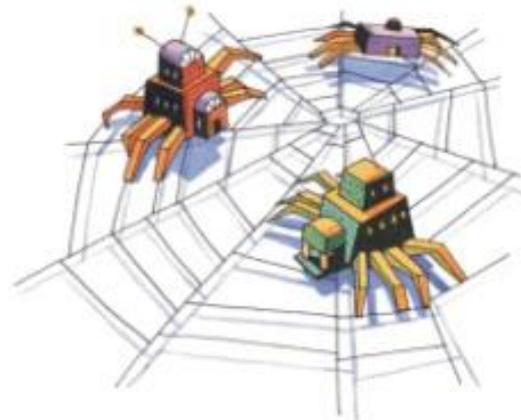
# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Rastreo

El proceso por el cual una araña o robot (p.e. Googlebots) **descubre y recopila páginas web nuevas y actualizadas** de dominio público.

Google



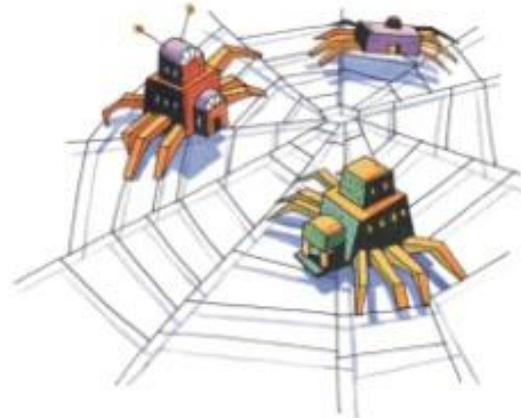
# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Indexación

La araña (Googlebots) procesa todas las páginas que rastrea para **elaborar un índice completo** de todas las palabras que detecta y de su ubicación en cada página.

Google



# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Publicación de Resultados

La relevancia de la búsqueda la determinan más de **200 factores**, incluido al **Page Rank**

Asegúrate de que Google pueda rastrear e indexar tu sitio web correctamente.

En sus **directrices para Webmaster** destacan las prácticas recomendadas para mejorar la posición del sitio.



**Más información sobre factores en**

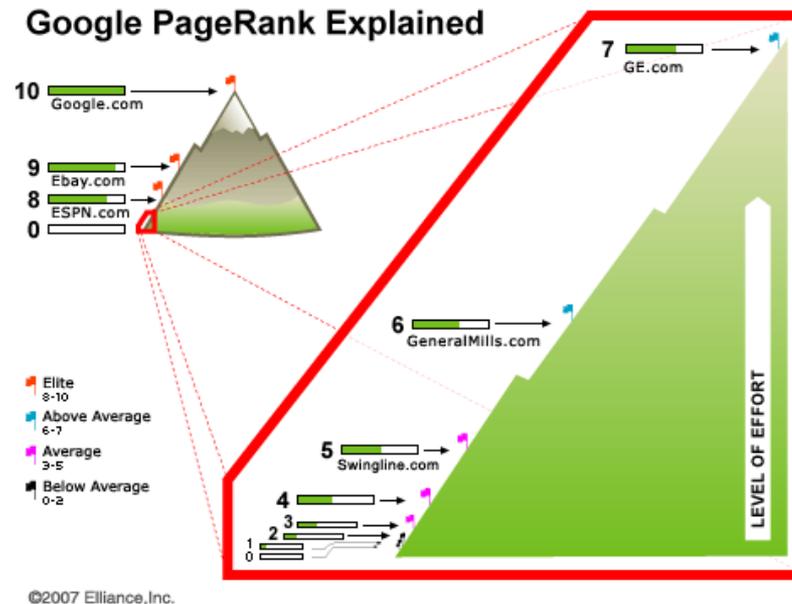
<http://www.google.com/competition/howgooglesearchworks.html>

# Estrategias SEO

## Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

### Page Rank

Es una **valoración o ranking** que realiza Google a una página y está en función de los enlaces procedentes de otras páginas web.

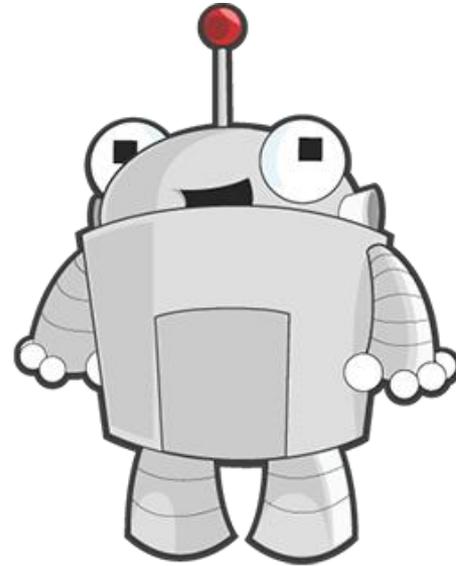


# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Moz Rank

Es una **valoración o ranking** que realiza Moz a una página y está en función de los enlaces procedentes de otras páginas web.  
Puntúa de 0 a 100 cada página web.



**MOZ**

<https://chrome.google.com/webstore/detail/mozbar/eakacpaijcpapndcffffd-gphdiccmpknp> (extensión de Mozbar en Google Chrome)

<http://alfredofernandezdiaz.com/2015/03/18/como-saber-autoridad-dominio-mozrank/> (información sobre el ranking de Moz)

# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

¿Cómo funciona Moz Rank?

**PA (page authority)** = Autoridad de una página web

**DA (domain authority)** = Autoridad de un dominio web



The screenshot shows the MozBar Premium interface with the following data:

Tag/Location	Content	# of Characters
<b>URL</b>	 <a href="https://www.afandaluzas.org/">https://www.afandaluzas.org/</a>	28
<b>Page Title</b>	Asociación de Fundaciones Andaluzas   Asociacion privada que presta servicios a las fundaciones en Andalucía: promocion del sector, asesoramiento juridico, contable y fiscal, formacion, etc.	190
<b>Meta Description</b>	Not found	--
<b>Meta Keywords</b>	Not found	--
<b>H1</b>	ACTUALIDAD • NOTICIAS DE LOS ASOCIADOS	38

Additional text visible in the H1 section: Gestoría contable. laboral v fiscal • Dirección v Admón. de entidades sin ánimo de lucro • La Asamblea v la entrega de los Premios



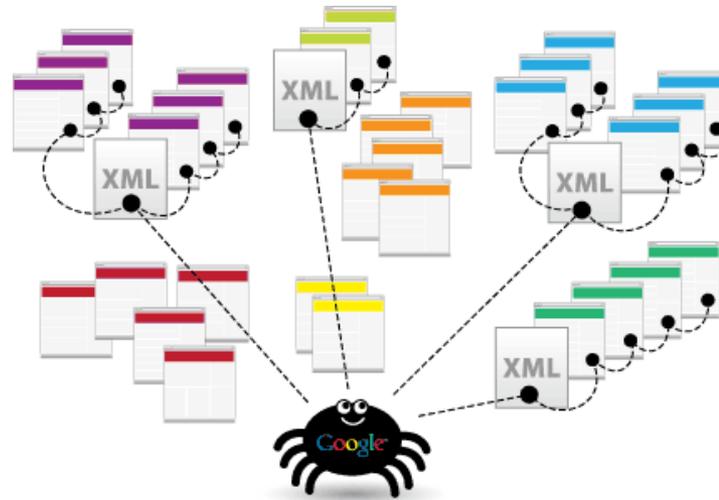
La Asamblea y la entrega de los Premios AFA se celebrarán el 22 de junio

# Estrategias SEO

## Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

### Sitemaps

El archivo Sitemaps es un **archivo en formato XML** que contiene **una lista de las páginas** que hay en un sitio web, indicando su dirección, importancia, última modificación y cada **cuánto tiempo** recomienda a los buscadores que actualicen la información que tiene de cada página.



Comprobar el sitemap. Escribir “[misitioweb.com/sitemap.xml](https://misitioweb.com/sitemap.xml)”

# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Robots.txt

Es un método para evitar que ciertos bots o arañas que analizan los sitios web agreguen información innecesaria a los resultados de búsqueda. A través de los robots.txt se le informa al buscador **que partes de una web deben o no deben indexar.**



Comprobar el robots.txt. Escribir “[misitioweb.com/robots.txt](https://misitioweb.com/robots.txt)”

# Estrategias SEO

Conceptos Previos | Lenguaje que debes conocer

## Herramientas para Webmaster

Brindan información detallada acerca de la visibilidad de tu página web que incluyen **datos, herramientas y diagnósticos** de tu sitio web.

Elementos fundamentales: páginas indexadas, enlaces entrantes, errores y penalizaciones. Es el sitio adecuado para decirle a los buscadores que rastreen nuestros contenidos.

### Google Search Console

<http://www.google.es/webmasters/tools>

### Bing Webmaster Tools

<http://bing.com/toolbox/webmaster>

Daros de alta en Search Console de Google los que tengáis sitio web

# Estrategias SEO

## Conceptos Previos | Google Search Console

### Configuración del sitio

#### Dominio preferido

- No establecer un dominio preferido
- Mostrar URL como **www.alfredohernandezdiaz.com** .
- Mostrar URL como **alfredohernandezdiaz.com** .

#### Frecuencia de rastreo

- Permitir que Google se optimice para mi sitio (**recomendado**)
- Limitar la frecuencia de rastreo máxima de Google

▶ Apariencia en el buscador

#### ▼ Tráfico de búsqueda

Analítica de búsqueda

Enlaces a tu sitio

Enlaces internos

Acciones manuales

**Segmentación internacional**



### Segmentación internacional

Idioma

País

Los usuarios a los que se orienta se encuentran en:

**España** ▼

¿Quiere ayudar a los clientes

# Estrategias SEO

## Conceptos Previos | Google Search Console



Panel de control

Mensajes

- ▶ Apariencia en el buscador
- ▶ Tráfico de búsqueda
- ▶ Índice de Google
- ▼ **Rastreo**
  - Errores de rastreo
  - Estadísticas de rastreo
  - Explorar como Google
  - Probador de robots.txt**
  - Sitemaps
  - Parámetros de URL
  - Problemas de seguridad
- Web Tools

### Probador de robots.txt

Edita tu archivo robots.txt y comprueba que no tenga errores. [Más información](#)

Última versión vista el 12/6/17 3:30 Proceso correcto (200) 629 bytes [Ver el archivo robots.txt publicado](#)

```
3
4 Sitemap: http://alfredofernandezdiaz.com/sitemap.xml
5 Sitemap: http://alfredofernandezdiaz.com/news-sitemap.xml
6
7 User-agent: *
8 Disallow: /wp-admin/
9 Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
10 Disallow: /wp-login.php
11 Disallow: /activate/ # har har
12 Disallow: /cgi-bin/ # MT refugees
13 Disallow: /mshots/v1/
14 Disallow: /next/
15 Disallow: /public.api/
16
17 User-agent: IRLbot
```

✖ 0 errores ⚠ 1 advertencias [Enviar](#)

[PROBAR](#)

# **Estrategias SEO**

## **Posicionamiento Natural (SEO)**

**Qué es el SEO**

***Qué es el SEM***

***SEO vs SEM***

***Que buscamos***

***Es rentable***

***¿Por qué es importante el SEO?***

***SEO Vs. Enlaces patrocinados***

# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | ¿Que es el SEO?

## SEO: Search Engine Optimization

Siglas en inglés de Search Engine Optimization, o sea, '**Optimización para motores de búsqueda**'.

Consiste en aplicar diversas técnicas para lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en las **primeras posiciones de los resultados** para determinados términos y frases clave de búsqueda

[Wikipedia](#)



# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | ¿Que es el SEM?

## SEM: Search Engine Marketing

El **marketing en buscadores web** (SEM por las siglas en inglés de *Search Engine Marketing*), es una forma de marketing en internet que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados (SERPS). Actualmente se refieren al marketing de buscadores de pago.

[Wikipedia](#)



# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | SEO Vs SEM

**SEM = SEO + PPC**

## Search Engine Marketing

**SEO**

Search Engine Optimization  
"Organic"

**Pro:**

- Great Long-Term ROI
- High Ceiling and Volume
- More Exposure, Branding, Awareness

**Con:**

- Tough to Quantify
- Lots of Work (Design/Development)
- Takes a While (Not for Short-Term)

**PPC**

Pay-Per-Click  
"Search Advertising"

**Pro:**

- Quick Setup
- Highly Measurable and Quantifiable
- Less Development Resources Needed

**Con:**

- More Expensive
- Lower Ceiling and Volume Potential
- May be Subject to "Ad Blindness"

# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | ¿Qué buscamos?

**TRÁFICO RELEVANTE =** Potencial de Conversión en Clientes

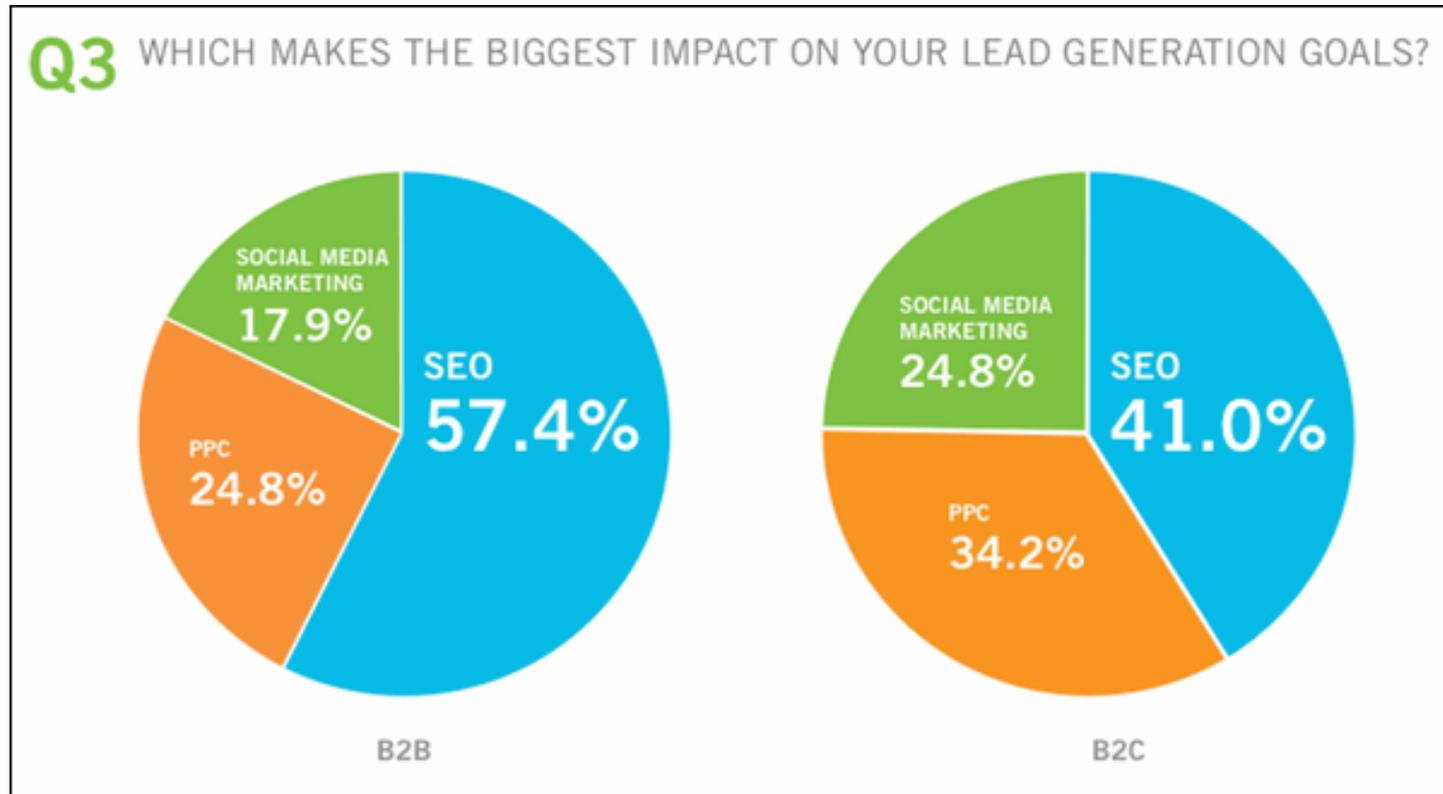
## Conversiones:

- Botón de realizar una donación o de colaborar
- Imprimir Información
- Completar formulario de contacto
- Enviar un enlace a través de funciones como “enviar a un amigo”
- Comprar un producto solidario
- Suscribirse a un boletín
- Descargar documentos (libros, especificaciones producto, etc.)
- etcétera



# Estrategias SEO

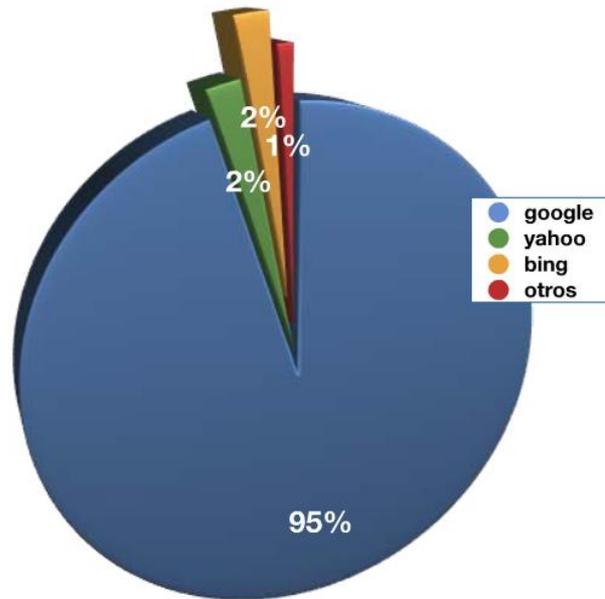
## 1.- Posicionamiento Natural | ¿Es rentable?



**Fuente:** Search Engine Land, sobre un estudio de Webmarketing 123

# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | ¿Por qué es importante el SEO en Google?



- El 99% de los usuarios utiliza internet para encontrar información
- El 97 % de estos usuarios utiliza los buscadores a diario
- El 95 % de los usuarios de España utiliza Google para encontrar

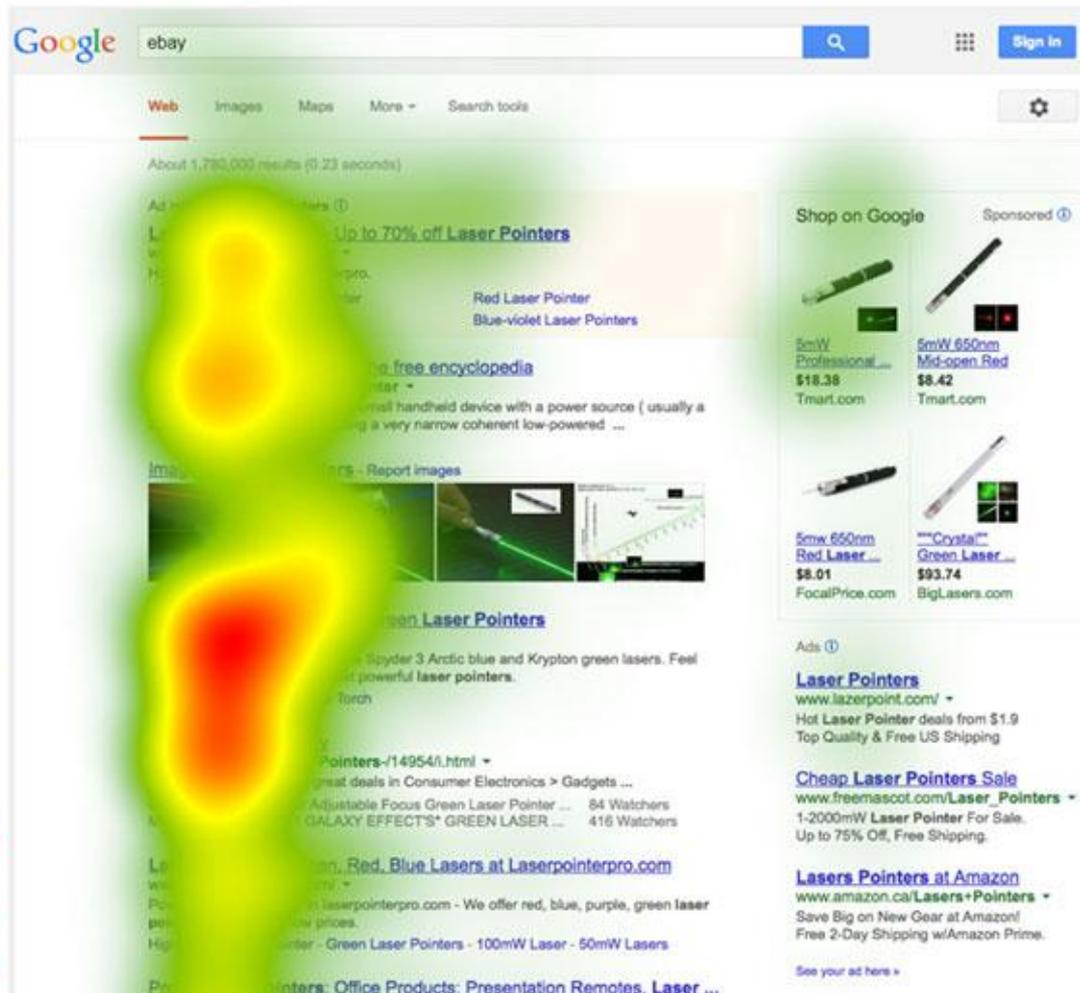
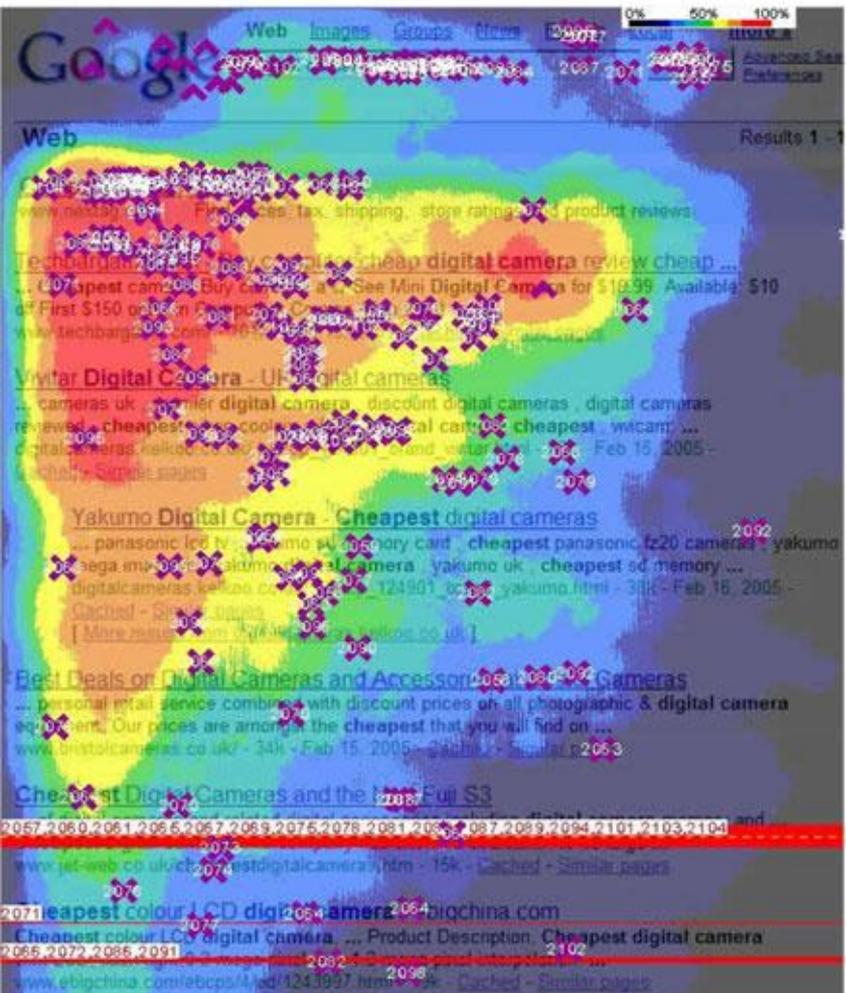
# Estrategias SEO

Posicionamiento Natural | ¿Por qué es importante el SEO?

2005

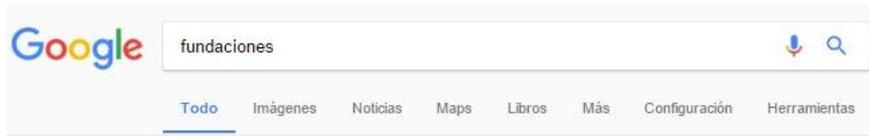
EYE-TRACKING

2014



# Estrategias SEO

## Posicionamiento Natural | SEO vs Enlaces Patrocinados



**SEM / PPC  
(4 RTDOS)**

**Fundación Amigó - Ayúdanos y hazte socio - fundacionamigo.org**  
 Anuncio [www.fundacionamigo.org/](http://www.fundacionamigo.org/)   
 Contribuimos a la transformación social de las personas vulnerables

**Fundación - Trabajamos en 18 países - anesvad.org**  
 Anuncio [www.anesvad.org/](http://www.anesvad.org/) **Fundación**   
 Colabora con una ONG independiente que lucha por el Derecho a la Salud. Infórmate  
 Actuamos en 18 Países - Acción Social - Trabajo Comunitario - ONG Derecho a la Salud

**Fundación Esplai - Ciudadanía comprometida - fundacionesplai.org**  
 Anuncio [www.fundacionesplai.org/](http://www.fundacionesplai.org/)   
 Nuestros valores: Utopía, Solidaridad, Iniciativa, Felicidad

**Fundación Ana de Paz - El legado de una soñadora**  
 Anuncio [www.fundacionanadepaz.org/](http://www.fundacionanadepaz.org/) **Voluntariado/Cooperacion**   
 Cooperamos con países en desarrollo en materias de educación y sanidad  
[Contacta con nosotros](#) [Voluntariado](#) [Haz un donativo](#) [Conócenos](#)

**GOOGLE  
MAPS  
(3 RTDOS)**

Map data ©2017 Google, Inst. Geogr. Nacional

Valoración Horario

**Fundación Rodríguez-Acosta**  
 4,5 ★★★★★ (16) - Fundación  
 Callejón Niño del Rollo, 8 - 958 22... [SITIO WEB](#) [CÓMO LLEGAR](#)

**Línea IAVANTE - Fundación...**  
 4,4 ★★★★★ (7) - Centro de fo...  
 Avd. de la Investigación, 21 - 958 0... [SITIO WEB](#) [CÓMO LLEGAR](#)

[Más sitios](#)

**fundaciones**

Definiciones en la Web

Son instituciones de utilidad común o fundaciones de las personas jurídicas creadas por la iniciativa particular, para atender, sin ánimo de lucro, servicios de interés social, conforme la voluntad de los fundadores.  
<http://www.monografias.com/trabajos22/diccionario-juridico-columbiano/diccionario-juridico-colum...>

**Asociación Española de Fundaciones: AEF**   
[www.fundaciones.org/](http://www.fundaciones.org/)   
 Su misión es trabajar en beneficio del conjunto del sector fundacional, en pro de su desarrollo y fortalecimiento. Documentos y noticias.

**Preguntas frecuentes | AEF - Asociación Española de Fundaciones**   
[www.fundaciones.org/sector-fundacional/preguntas-frecuentes](http://www.fundaciones.org/sector-fundacional/preguntas-frecuentes)   
 Aquí, en esta sección, damos respuesta a las preguntas más frecuentes que...

**Fundaciones en Granada**   
[pa-fundaciones.fundacionuniviera.net/1-13/granada.html](http://pa-fundaciones.fundacionuniviera.net/1-13/granada.html)   
 Fundaciones de Granada en nuestra guía de fundaciones. Lista de fundaciones de Granada en España. Clasificaciones y directorios con la información de...

**Fundación (derecho) - Wikipedia, la enciclopedia libre**   
[https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n\\_\(derecho\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_(derecho))   
 Una fundación es un tipo de persona jurídica que se constituye por ser una organización sin ánimo o fines de lucro. Dotada con un patrimonio propio otorgado...

**Ayía: Granada. Empresas, Fundaciones, Institutos Municipales e ...**   
[www.granada.org/inf/veg.../67b6a247f498169c1256d100/ba4481OpenDocument](http://www.granada.org/inf/veg.../67b6a247f498169c1256d100/ba4481OpenDocument)   
 27 jul. 2012 - Información ciudadana granada ayuntamiento tomi hall.

**Asociación de Fundaciones Andaluzas**   
[www.fundacionesandaluzas.org/](http://www.fundacionesandaluzas.org/)   
 Asociación privada que presta servicios a las Fundaciones en Andalucía, promoción del sector, asesoramiento jurídico, contable y fiscal, formación, etc.

**Fundación Amanita - Sede Granada**   
[www.fundacionamanita.org/web/0/web-granada](http://www.fundacionamanita.org/web/0/web-granada)   
 Fundación Amanita. Facebook. Twitter. YouTube. Vídeos. Teléfono: (+34) 915 195 493 | (+34) 915 985 710. Email: info@fundacionamanita.org.

**Fundaciones en extinción (también en Granada) - Ideal**   
[www.ideal.es/.../1/fundaciones-extincio-antfain-granada-2018111803v703.html](http://www.ideal.es/.../1/fundaciones-extincio-antfain-granada-2018111803v703.html)   
 17 nov. 2018 - Hasta el último día de las elecciones autonómicas recibió el sello impreso de la Fundación Clénis, a la que definió como «la empresa».

**SEO**

**Fundación "la Caixa" - Web Oficial**   
[www.lacaixa.es/](http://www.lacaixa.es/)   
 Conigo construyes un mundo mejor. Descubre nuestros proyectos aquí!  
 Anus De Trabajo, Trabajo Y Acción Social, Investigación Y Salud, Educación Y Deporte, Cultura, Voluntariado de la Caixa [Voluntariado de la Caixa](#) [Trabajo, Empleo Y Mérito](#) [Incorpora de la Caixa](#)

**Ayuda a niños en España - 1 niño escuchado es 1 niño salvado**   
[www.anae.org/como-ayudar](http://www.anae.org/como-ayudar)   
 ¡Únete ahora y mejora sus vidas!  
 Opciones: Huérfanos, Si Eres Una Empresa...

**Proyectos solidarios - Fundación Carlos Pauner**   
[www.fundacioncarlospauner.org/](http://www.fundacioncarlospauner.org/)   
 Colabora con los proyectos que desarrolla la Fundación.

**SEM / PPC  
(3 RTDOS)**

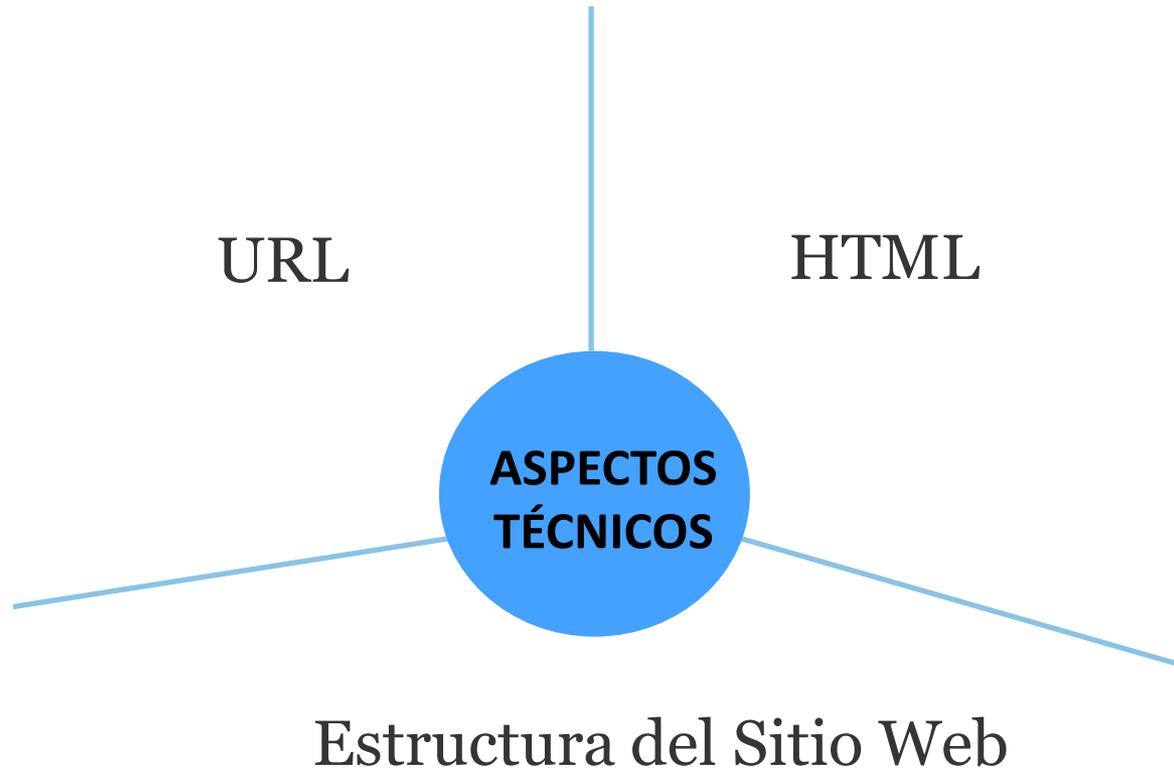
# Estrategias SEO

Componentes SEO | Esquema posicionamiento interno y externo



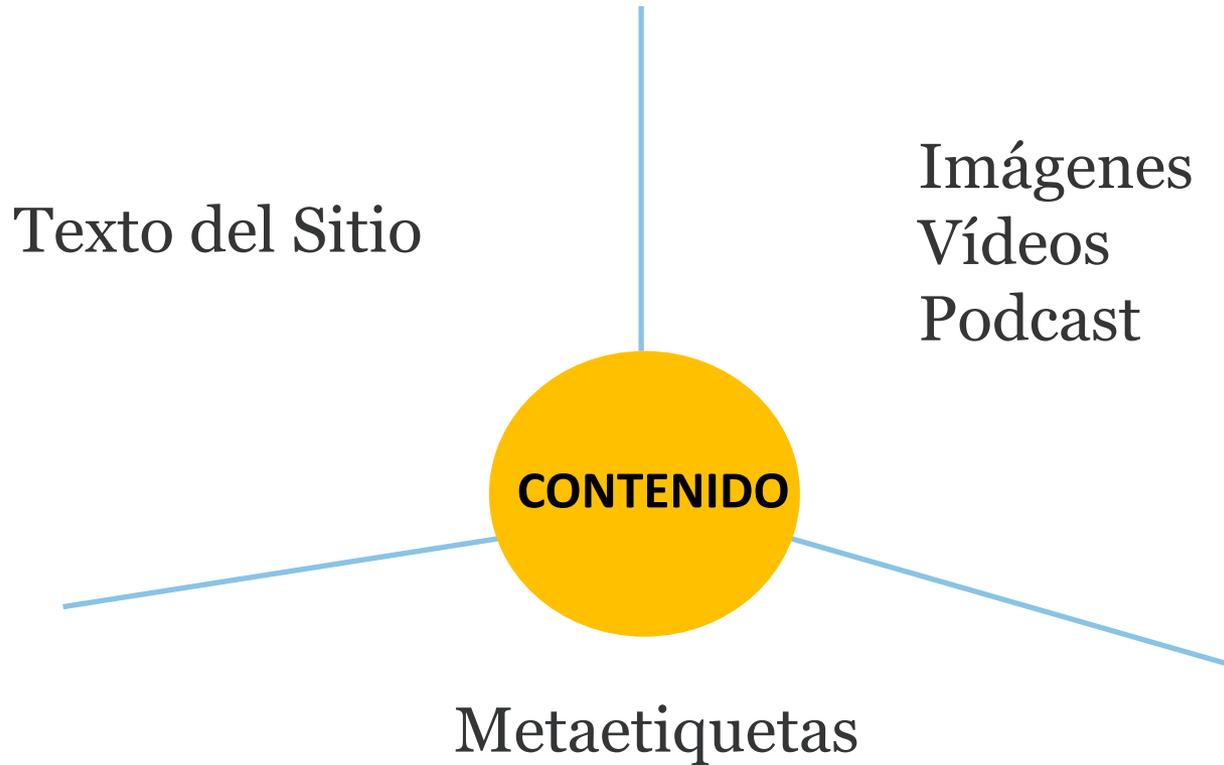
# Estrategias SEO

## Componentes SEO | Aspectos Técnicos



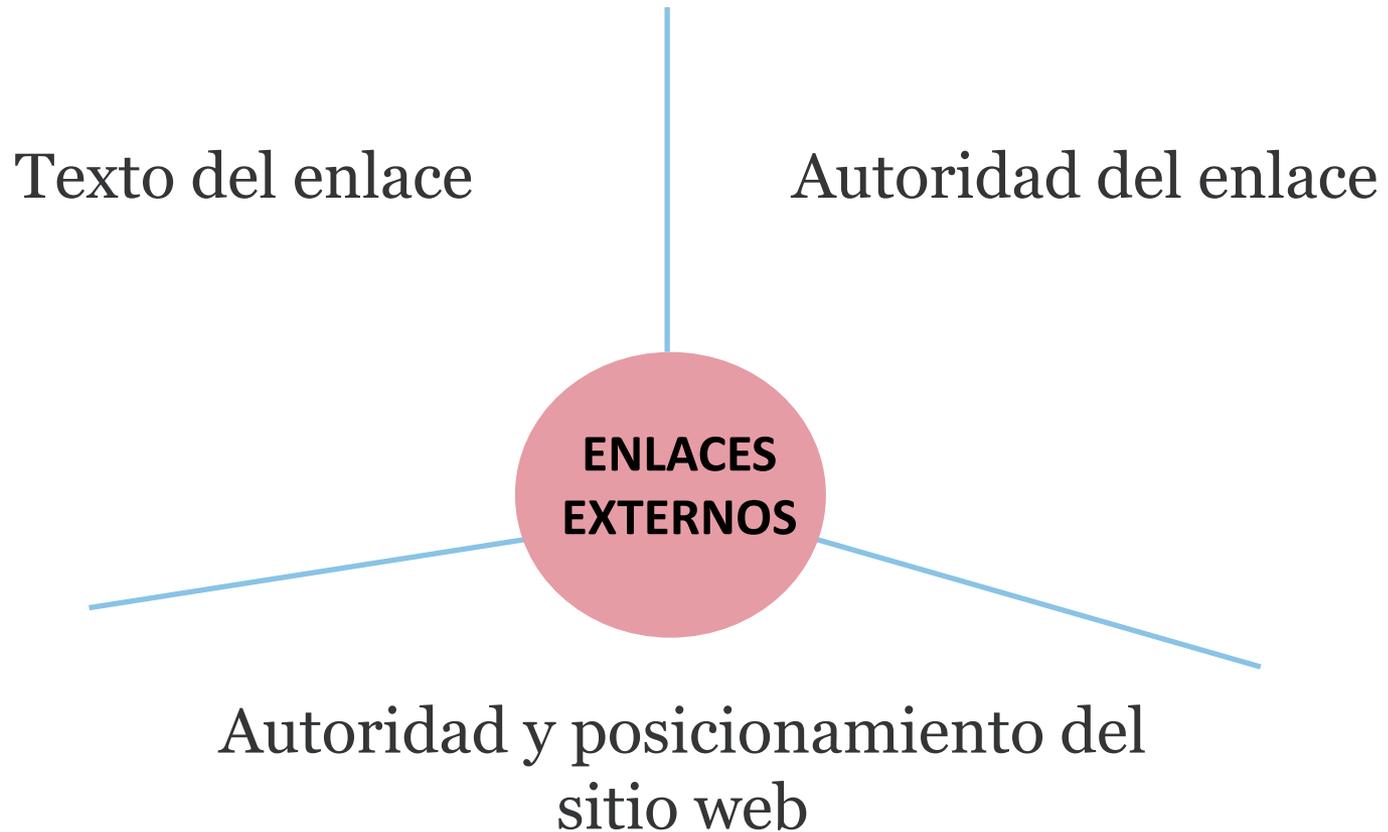
# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Contenido



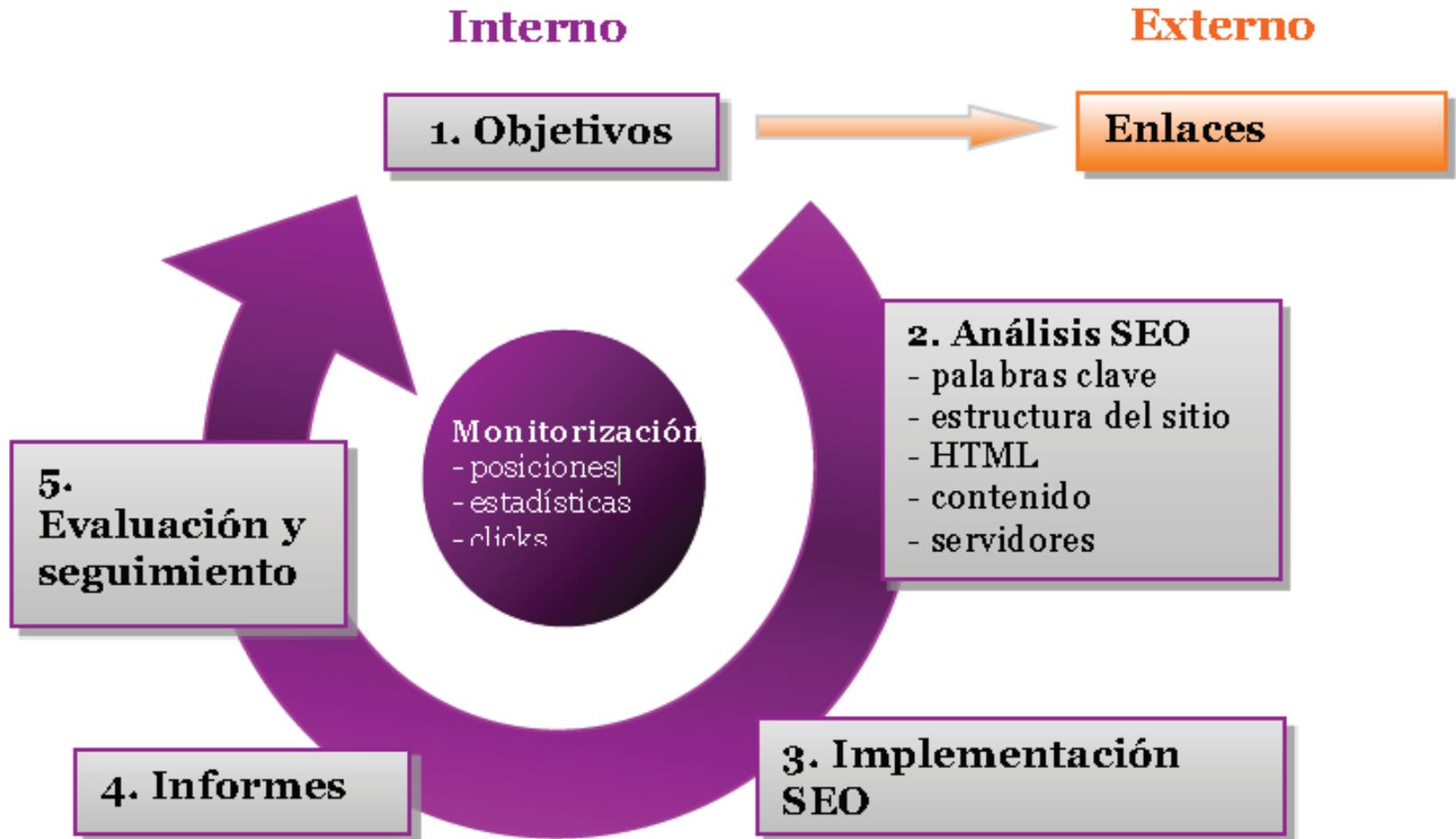
# Estrategias SEO

## Componentes SEO | Enlaces Externos



# Estrategias SEO

Proceso SEO | Posicionamiento Interno





# **Estrategias SEO**

## **Factores internos (on-page)**

**Términos de búsqueda**

**Estructura Web**

**URL**

**Contenido**

# **Estrategias SEO**

## **Factores internos (on-page)**

**Términos de búsqueda**

**Estructura Web**

**URL**

**Contenido**

# Estrategias SEO

**Factores internos (on-page) Términos de búsqueda**

**Qué son los términos de búsqueda**

**Por qué analizar los términos de búsqueda**

**Cómo averiguar los que usan nuestros potenciales clientes**

**Consejos Prácticos para “Lluvia de Ideas”**

**Filtros para los Términos de Búsqueda**

**Lista Verificación**

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Que son los términos de búsqueda

Los **términos de búsqueda** pueden ser palabras individuales o cadena de palabras clave que indican un tema específico.

“**Fundación**” es una palabra de búsqueda

“**Informes sobre Fundaciones en España**” es un término de búsqueda



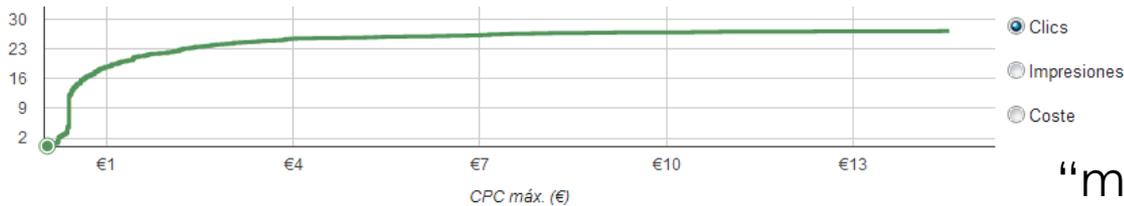
# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Por qué analizar los términos de búsqueda

### Tráfico estimado de palabras clave nuevas

Antes de añadir palabras clave a campañas de la red de búsqueda, utilice el Estimator de tráfico para ver el rendimiento que tendrían.

Orientación Ubicaciones: España Idiomas: español Redes: Búsqueda de Google



¿En cuál hacen más clics?  
“memoria usb” o “pincho usb”

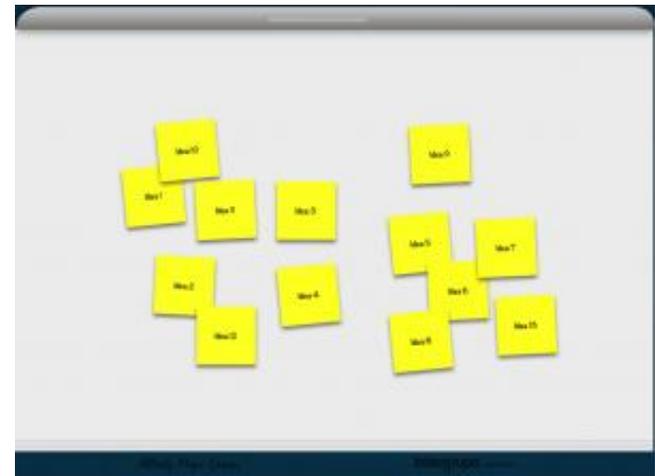
Estimaciones diarias		CPC máx. € 0,05	Presupuesto diario €	Total de clics		Total de impresiones	Posición media del anuncio	Coste total
				● 0,13 - 0,16		91 - 111	4,6 - 5,7	0,01 € - 0,01 €
+ Añadir palabras clave		Editar	Mover	Descargar	+ Añadir a la cuenta			
<input type="checkbox"/>	Borrador de campaña	Clics diarios	Impresiones diarias	Posic. media	Coste diario	CTR	CPC medio	
<input type="checkbox"/>	Borrador de campaña (1 grupos de anuncios, 2 palabras clave)	0,15	100	5,1	0,01 €	0,1%	0,04 €	
<input type="checkbox"/>	Mis ideas de palabras clave (2) <a href="#">editar</a>	0,15	100	5,1	0,01 €	0,1%	0,04 €	
<input type="checkbox"/>	pincho usb	0,00	12	4,8	0,00 €	0%	0,00 €	
<input type="checkbox"/>	memoria usb	0,15	88	5,2	0,01 €	0,2%	0,04 €	

¿Cómo lo buscas en internet: 1) memoria USB o 2) pincho USB?

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Cómo saber que usan nuestros potenciales clientes

- 1.- **Lluvia de ideas** para determinar palabras claves
- 2.- **Organizar los resultados**
- 3.- **Analizar a la competencia** y agregar nuevas palabras
- 4.- **Filtrar los términos de búsqueda** no relevantes
- 5.- Determinar que **términos** son los **más importantes**



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de Ideas”

## CONSEJOS PRÁCTICOS

- 1.- No evaluar inmediatamente
- 2.- Asociar libremente
- 3.- Invitar a alguien de fuera
- 4.- Elegir un entorno estimulante
- 5.- Evitar indagar en las ideas



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

## FUENTES PARA BUSCAR POSIBLES TÉRMINOS

- **Tu sitio Web**
- **Otros sitios web**
- **Publicidad**
- **Programas de búsquedas de sinónimos**
- **Programas de análisis web**



### **Herramientas Sinónimos:**

- ❖ <http://www.wordreference.com/sinonimos/>
- ❖ <http://www.sinonimos.org/>

### **Herramienta Análisis Web:**

- ❖ <http://adwords.google.es/> (Keyword Planner)
- ❖ <https://analytics.google.com/>
- ❖ <http://keywordtool.io/> (Keywordtool)
- ❖ <https://ubersuggest.io/> (Ubersuggest)
- ❖ <https://kwfinder.com/> (keyword finder)

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

Operador	Función	Ejemplo
“”	Búsqueda exacta	“fundaciones en andalucía”
-	Excluir palabra	fundaciones en andalucía -huelva
~ (AltGr+4)	Sinónimo	~drogadicción
OR	Búsqueda alternativa	Fundaciones almería OR fundaciones jaén

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

Search within a site

**site:** Get results from certain domains.

recipes site:theguardian.com

Search similar

Find sites with similar content to a URL you already know.

**related:**

related:visual.ly

Search for words in text

**allintext:** Find pages where the all terms appear in the text.

allintext: holidays hot bargain

Find pages where the one term appears in the text, and other terms appear elsewhere in the document (e.g. title or URL)

**intext:**

john lennon intext:liverpool

Fuente: WhoisHostingThis

Search for words in URL

**allinurl:** Find pages with the search query mentioned in the URL.

allinurl: bbc news

Find news related to a particular location

Use this on Google News to find stories coming from a particular location.

**location:**

prince george location:auckland

Search for a particular filetype

**filetype:suffix** Google will restrict results to pages that end in suffix.

annual report 2014 filetype:pdf

Search for words in title

**allintitle:** Find pages whose title contains all words in the search.

allintitle: the big lebowski review

Find pages whose title contains a particular word in the title, with other terms appearing elsewhere in the document (e.g. in the text or URL)

**intitle:**

flu shot intitle:help

# Ejemplos

Buscar sitios web donde aparece la palabra "donantes" y cuyo título contenga la palabra "fundaciones"

**Solución** = "donantes intitle:fundaciones"

Buscar páginas web en cuyo título aparezca una mención a la Asociación de Fundaciones Andaluzas

**Solución** = "inalltitle:asociacion de fundaciones andaluzas"

# Ejercicio

Buscamos ejemplos de proyectos de crowdsourcing de donaciones. Conocemos una plataforma en concreto que nos interesa analizar, denominada Ulule.

Buscar dentro de la plataforma [es.ulule.com](https://es.ulule.com) (plataforma de crowdfunding muy conocida) proyectos relacionados con la palabra donante.

# Respuesta

donantes site:es.ulule.com

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

(Ejemplo con una tienda de flores online)

**Planificador de Palabras Clave**  
¿Dónde le gustaría empezar?

Encontrar palabras clave nuevas y obtener datos del volumen de búsquedas

• Buscar palabras clave nuevas mediante una frase, sitio web o categoría

Introduzca una o varias de estas palabras clave:  
Su producto o servicio  
flores

Su página de destino  
www.example.com/page

Categoría del producto  
Introduzca o seleccione una categoría de producto.

Segmentación

- España
- español
- Google
- Palabras clave negativas

Personalizar la búsqueda

Filtros de palabras clave

Opciones de palabra clave

- Mostrar ideas ampliamente relacionadas
- Ocultar palabras clave en mi cuenta
- Ocultar palabras clave en mi plan

Palabras clave a incluir

Período

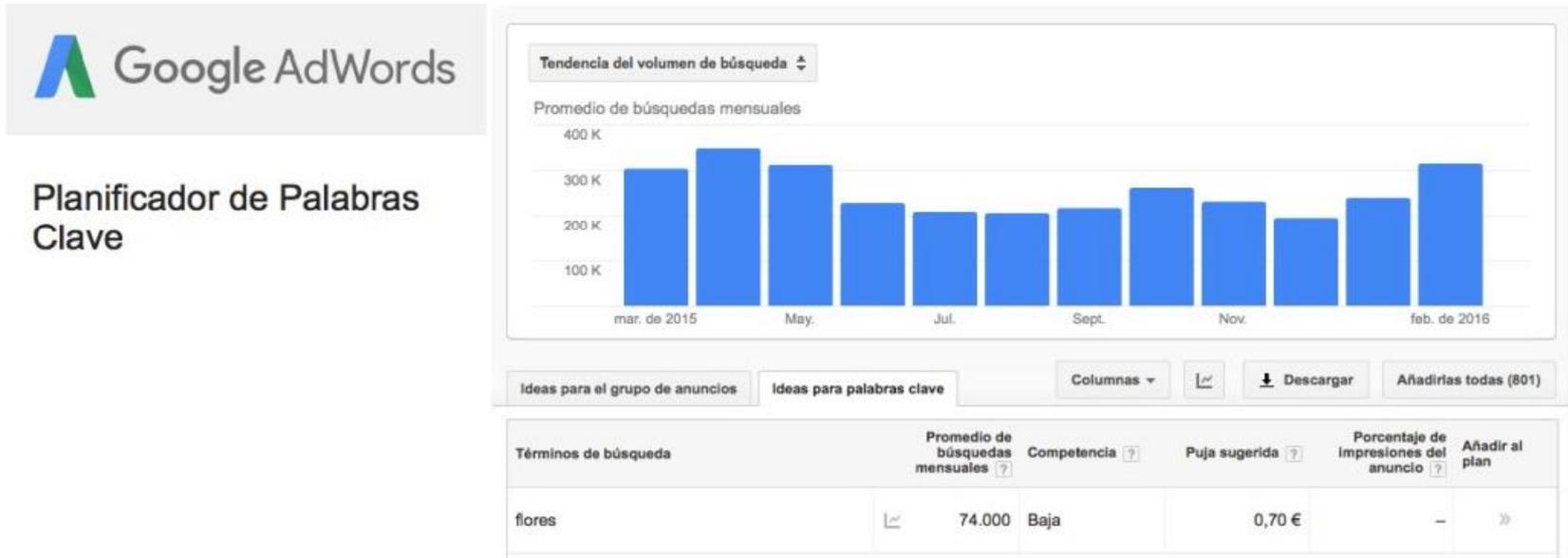
Mostrar la media de búsquedas mensuales para:  
últimos 12 meses

Obtener ideas

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

flores/floristería



a domicilio  
online

ramos de



rosas  
tulipanes  
rosas blancas  
rosas rojas

centros  
coronas  
arreglos



de flores  
florales

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales
rosas	27.100
ramos de novia	14.800
ramos de flores	14.800
rosas rojas	14.800
tulipanes	6.600
floristería	6.600
floras a domicilio	5.400
ramo de flores	5.400
ramos de rosas	4.400
partes de una flor	4.400
rosas blancas	3.800
ramo de rosas	2.900
partes de la flor	2.400
centros de flores	2.400
floras blancas	2.400
coronas de flores	1.900
arreglos florales	1.900

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales
centros de flores	2.400
floras blancas	2.400
coronas de flores	1.900
arreglos florales	1.900
ramo de novia	1.800
floristerías	1.300
enviar flores	1.300
floristería online	1.300
plantas con flores	1.300
floras rojas	1.300
floras rosas	1.300
ramos novia	1.000
envío de flores	1.000
ramo novia	880
floras online	880
enviar flores a domicilio	880
ramo flores	880

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

flores/floristería  a domicilio  
online



Venta de  
flores  
online

centros  
coronas  
arreglos  de flores  
florales



Ramos  
de flores

Ramos  
de novia

Centros  
de flores

Arreglos  
florales

Coronas  
de flores

ramos de  rosas  
tulipanes  
rosas blancas  
rosas rojas



Ramos  
de rosas

Ramos de  
tulipanes

Ramos de  
gardenias

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave	
Palabra clave (por relevancia)		Promedio de búsquedas mensuales	
ramo de novia	🗑️	1.600	↓
fotos de ramos de flores	🗑️	1.300	
ramos novia	🗑️	1.000	
ramos de novia originales	🗑️	1.000	
ramo novia	🗑️	880	
ramo flores	🗑️	880	
novia de sergio ramos	🗑️	880	
ramos de novia precios	🗑️	590	
ramos flores	🗑️	590	
ramos de novias	🗑️	590	
ramo	🗑️	590	
ramos de novia baratos	🗑️	480	
novia sergio ramos	🗑️	390	
ramos de flores originales	🗑️	390	
fotos ramos de flores	🗑️	320	
como hacer un ramo de novia	🗑️	320	
flores para bodas	🗑️	320	
ramos de novia vintage	🗑️	260	

Segmentación [?]

España [✎]

español [✎]

Google [✎]

Palabras clave negativas  
vestido, vestidos, traje, trajes [✎]

Periodo [?]

Mostrar la media de búsquedas mensuales para: últimos 12 meses [✎]

Personalizar la búsqueda [?]

Filtros de palabras clave [✎]

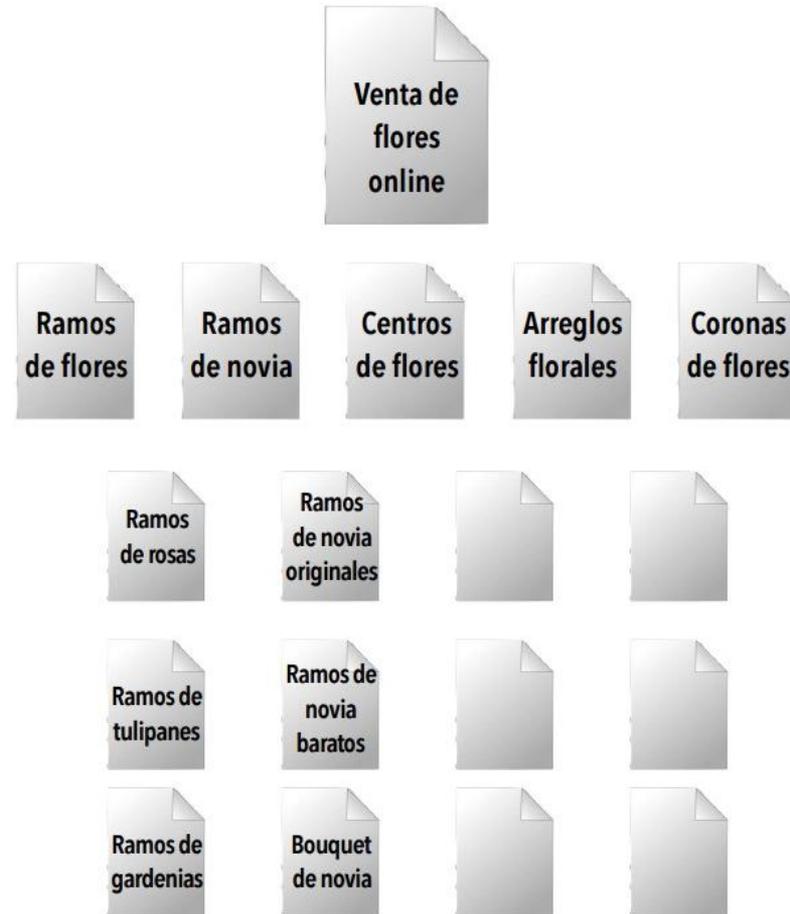
Opciones de palabra clave [✎]

Mostrar ideas ampliamente relacionadas

Ocultar palabras clave en mi cuenta

Ocultar palabras clave en mi plan

Palabras clave a incluir [✎]



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

The image shows a Google Keyword Planner interface on the left, displaying search volume data for various keywords related to 'coronas de flores'. An orange arrow points from this data to a grid of product categories on the right, illustrating how search insights inform website structure.

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave	
Términos de búsqueda		Promedio de búsquedas mensuales	
coronas de flores		1.900	
Palabra clave (por relevancia)		Promedio de búsquedas mensuales	
coronas de flores pelo		1.300	
coronas de flores para el pelo		880	
como hacer coronas de flores		320	
peinados con coronas de flores		260	
coronas de flores para novias		210	
coronas de flores para niña		170	
coronas de flores para comunión		140	
como hacer coronas de flores p...		110	
coronas de flores para el pelo ni...		90	
coronas de flores para bodas		90	
coronas de flores para niñas		90	
tocados coronas de flores		70	
novias con coronas de flores		70	
coronas de flores cabeza		70	
coronas de flores para la cabeza		70	

**Segmentación**

- España
- español
- Google
- Palabras clave negativas: vestido, vestidos, traje, trajes

**Período**

Mostrar la media de búsquedas mensuales para: últimos 12 meses

**Personalizar la búsqueda**

- Filtros de palabras clave
- Opciones de palabra clave: Mostrar solo ideas directamente relacionadas, Ocultar palabras clave en mi cuenta, Ocultar palabras clave en mi plan
- Palabras clave a incluir

**Venta de flores online**

- Ramos de flores
- Ramos de novia
- Centros de flores
- Arreglos florales
- Coronas de flores
- Ramos de rosas
- Ramos de novia originales
- Coronas de flores para novias
- Ramos de tulipanes
- Ramos de novia baratos
- Coronas de flores para comunión
- Ramos de gardenias
- Bouquet de novia
- Coronas fúnebres

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

El SEO nos indica cómo deberíamos estructurar nuestra web

Segmentación [?](#)

- España [✎](#)
- español [✎](#)
- Google [✎](#)
- Palabras clave negativas [✎](#)  
vestido, vestidos, traje, trajes

Período [?](#)

Mostrar la media de búsquedas mensuales para: últimos 12 meses [✎](#)

Personalizar la búsqueda [?](#)

Filtros de palabras clave [✎](#)

Opciones de palabra clave [✎](#)  
Mostrar solo ideas directamente relacionadas  
Ocultar palabras clave en mi cuenta  
Ocultar palabras clave en mi plan

Palabras clave a incluir [✎](#)

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave	
Términos de búsqueda		Promedio de búsquedas mensuales <a href="#">?</a>	
coronas de flores		1.900	
<hr/>			
Palabra clave (por relevancia)		Promedio de búsquedas mensuales <a href="#">?</a> ↓	
coronas de flores pelo		1.300	
coronas de flores para el pelo		880	
como hacer coronas de flores		320	
peinados con coronas de flores		260	
coronas de flores para novias		210	
coronas de flores para niña		170	
coronas de flores para comunión		140	
como hacer coronas de flores p...		110	
coronas de flores para el pelo ni...		90	
coronas de flores para bodas		90	
coronas de flores para niñas		90	
tocados coronas de flores		70	
novias con coronas de flores		70	
coronas de flores cabeza		70	
coronas de flores para la cabeza		70	

Venta de flores online

Ramos de flores

Ramos de novia

Centros de flores

Arreglos florales

Coronas de flores

Ramos de rosas

Ramos de novia originales

X

Coronas de flores para novias

Ramos de tulipanes

Ramos de novia baratos

X

Coronas de flores para comunión

Ramos de gardenias

Bouquet de novia

X

Coronas fúnebres

# **Estrategias SEO**

**Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”**

**Asociación andaluza (1 sede en cada provincia) para la integración de los sordos y sus familias desea optimizar su sitio web. Tiene 3 actividades:**

- 1.- Imparte Cursos de lenguaje de signos homologados (presencial y online)**
- 2.- Vende audífonos (Widex, Phonax, etc.)**
- 3.- Vende juegos para sordos**

**Se han reunido trabajadores y directivos para lluvia de ideas sobre palabras clave. Consideran que los siguientes términos son interesantes para que los busquen en internet:**

**asociación para sordos, venta+ curso lenguaje de signos, venta+audífonos, venta+juegos para sordos.**

**Disponen de un apartado de noticias.**

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de ideas”

Planificador de Palabras Clave [Buscar palabras clave](#) [Revisar plan](#)

Segmentación [?](#)

- España [✎](#)
- Todos los idiomas [✎](#)
- Google [✎](#)
- Palabras clave negativas [✎](#)

Periodo [?](#)

Mostrar la media de búsquedas mensuales para: últimos 12 meses [✎](#)

Personalizar la búsqueda [?](#)

- Filtros de palabras clave [✎](#)
- Opciones de palabra clave [✎](#)
  - Mostrar ideas ampliamente relacionadas
  - Ocultar palabras clave en mi cuenta
  - Ocultar palabras clave en mi plan
- Palabras clave a incluir [✎](#)

Su producto o servicio

asociación sordos, lenguaje de signos, audífonos, juegos para sordos [Obtener ideas](#) [Modificar búsqueda](#)

Promedio de búsquedas mensuales de todas las ideas.  
**100 K – 1 M**

[Ideas para el grupo de anuncios](#) [Ideas para palabras clave](#)

Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales <a href="#">?</a>	Competencia <a href="#">?</a>	Puja sugerida <a href="#">?</a>
audífonos	1 K – 10 K	Alta	1,12 €
lenguaje de signos	10 K – 100 K	Baja	1,18 €
juegos para sordos	100 – 1 K	Baja	2,25 €
asociacion sordos	10 – 100	Baja	–

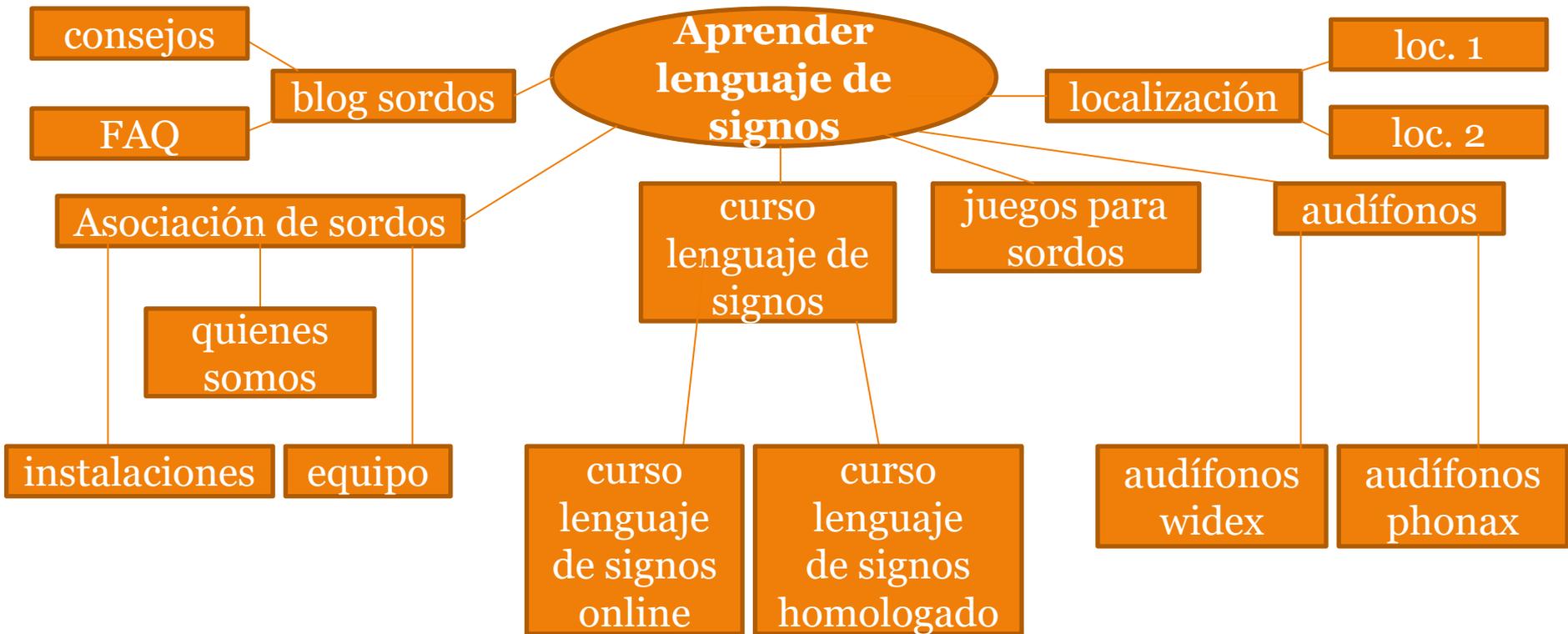
  

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales <a href="#">?</a>	Competencia <a href="#">?</a>	Puja sugerida <a href="#">?</a>
audifono	1 K – 10 K	Alta	1,06 €
aparatos auditivos	100 – 1 K	Alta	1,19 €
audifonos precios	1 K – 10 K	Alta	1,13 €
audifonos para sordos	100 – 1 K	Alta	1,13 €
lenguaje de señas	100 – 1 K	Baja	1,17 €
audifonos baratos	1 K – 10 K	Alta	0,81 €
audifonos para sordera	10 – 100	Alta	1,15 €

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de Ideas”

## EJEMPLO ASOCIACIÓN DE SORDOS



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Consejos Prácticos para “Lluvia de Ideas”



**Ejercicio:**  
Rellenar pestañas en base al análisis de keywords

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

● sordos  
Término de búsqueda

● audifonos  
Término de búsqueda

● lenguaje de signos  
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

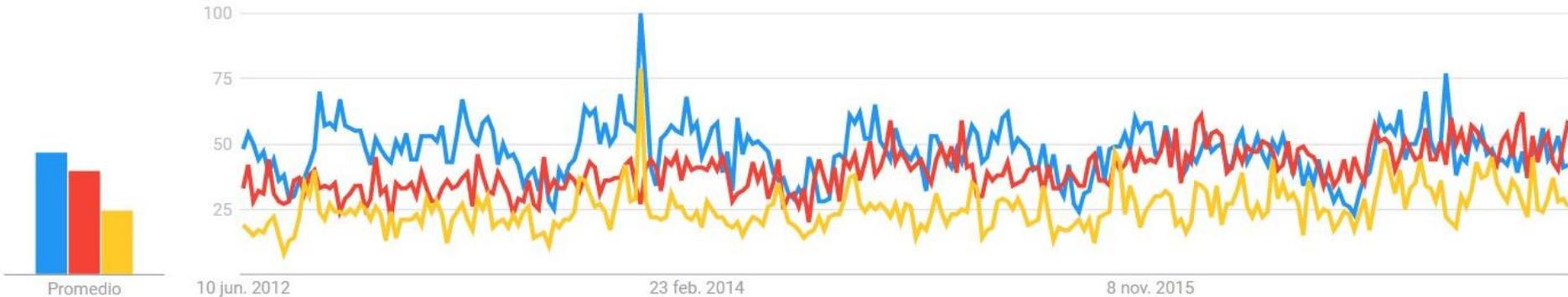
España ▾

Últimos 5 años ▾

Todas las categorías ▾

Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo ?



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

## Sordos

Interés por subregión ?

Subregión ▼ ☰ ➔



Consultas relacionadas ?

Principales ▼

1	asociacion	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
2	niños sordos	80	<div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div>
3	asociacion de sordos	70	<div style="width: 70%;"><div style="width: 70%;"></div></div>
4	oidos sordos	55	<div style="width: 55%;"><div style="width: 55%;"></div></div>
5	audifonos	50	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>
6	audifonos para sordos	45	<div style="width: 45%;"><div style="width: 45%;"></div></div>

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

## Audífonos

Interés por subregión ?

Subregión ▼ ☰ ➔



Consultas relacionadas ?

Principales ▼

1	audifonos precios	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
2	audifonos gaes	80	<div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div>
3	gaes	80	<div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div>
4	audifono	60	<div style="width: 60%;"><div style="width: 60%;"></div></div>
5	audifonos baratos	40	<div style="width: 40%;"><div style="width: 40%;"></div></div>
6	siemens	35	<div style="width: 35%;"><div style="width: 35%;"></div></div>

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

## Lenguaje de signos



### Ejercicio:

Buscar términos relacionados con tu Fundación o Asociación con la herramienta de volúmenes de búsqueda en el tiempo.

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

## Audífonos en SEMRush

### Visión general: audífonos

Datos en tiempo real: 10 Jun. 2017 | Dispositivo: Escritorio | Moneda: USD

Visión general | Coincidencia de frase | Palabras clave relacionadas | Historial de anuncios

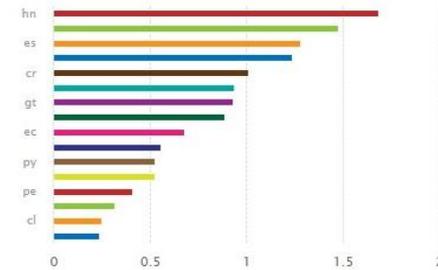
#### live update BÚSQUEDA ORGÁNICA

Volumen	6.6K
Número de resultados	16.6M

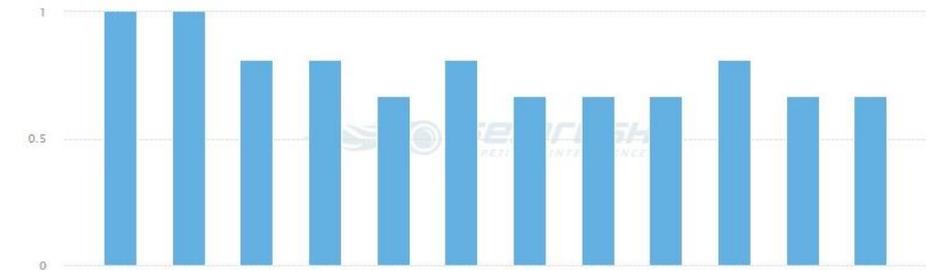
#### live update BÚSQUEDA DE PAGO

CPC	\$1.28
Competencia	1.00

#### live update DISTRIBUCIÓN CPC



#### TENDENCIA



#### PALABRAS CLAVE DE COINCIDENCIA DE FRASE (474)

Palabra clave	Volumen	CPC (USD)	SERP
<a href="#">audífonos</a>	6,600	1.28	
<a href="#">audífonos precios</a>	2,900	1.36	
<a href="#">audífono</a>	1,900	1.31	
<a href="#">audífonos baratos</a>	1,600	1.05	
<a href="#">audífonos madrid</a>	1,000	1.71	

Exportar

Ver informe completo

#### live update PALABRAS CLAVE RELACIONADAS (219)

Palabra clave	Volumen	CPC (USD)	SERP
<a href="#">audífonos</a>	40	0.54	
<a href="#">adifonos</a>	10	0.66	
<a href="#">audiofonos</a>	40	1.58	
<a href="#">audifonos</a>	10	0.89	
<a href="#">audifono</a>	1,900	1.31	

Exportar

Ver informe completo

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Filtros para los términos de búsqueda

## Consultar palabras clave en Google Analytics y Search Console

- ADQUISICIÓN
  - Visión general
  - ▶ Todo el tráfico
  - ▶ AdWords
  - ▼ **Search Console** NUEVO
  - Páginas de destino
  - Países
  - Dispositivos
  - Consultas**

- ADQUISICIÓN
  - Visión general
  - ▶ Todo el tráfico
  - ▶ AdWords
  - ▶ Search Console NUEVO
  - ▶ Medios sociales
  - ▼ Campañas
    - Todas las campañas
    - Palabras clave de pago
    - Palabras clave orgánicas**
    - Análisis de costes

- COMPORTAMIENTO
  - Visión general
  - Flujo del comportamiento
  - ▶ Contenido del sitio
  - ▶ Velocidad del sitio
  - ▼ Búsquedas en el sitio
    - Visión general
    - Uso
    - Términos de búsqueda**
    - Páginas de búsqueda

- ▼ Tráfico de búsqueda
  - Análítica de búsqueda**
  - Enlaces a tu sitio
  - Enlaces internos
  - Acciones manuales
  - Segmentación internacional
  - Usabilidad móvil

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Lista Verificación “términos de búsqueda”

## 1. Revisión

- ✓ Hacer una lluvia de ideas
- ✓ Pensar en lo que ofrecemos y en qué soluciones podemos aportar
- ✓ Crear una estructura clave lógica para palabras claves

## 2. Usar diferentes fuentes

- ✓ Herramienta análisis (Search Console, Google Analytics, SEMRush...)
- ✓ Competidores
- ✓ Marketing

## 3. Mejorar los términos de búsqueda

- ✓ Singular, plural, sinónimos, combinación palabras
- ✓ Programas de sugerencias para diferentes búsquedas
- ✓ Datos conversiones (Tráfico Vs. Conversión)

## 4. Eliminar términos de búsqueda poco relevantes

# Estrategias SEO

## Componentes SEO



# **Estrategias SEO**

## **Factores internos (on-page)**

**Términos de búsqueda**

**Estructura Web**

**URL**

**Contenido**

# Estrategias SEO

**Factores internos (on-page) Estructura web**

**Importancia de la estructura de un sitio web**  
**Posicionamiento de los términos de búsqueda**  
**Qué hacer con la estructura del sitio web**  
**Lista Verificación**

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Importancia de la estructura de un sitio web

## Aspectos a tener en cuenta:

- La página de inicio debe enlazar a las páginas de segundo nivel (categorías)
- Las de segundo nivel deben enlazar a las de tercer (subcategorías), y a la página de inicio



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Importancia de la estructura de un sitio web

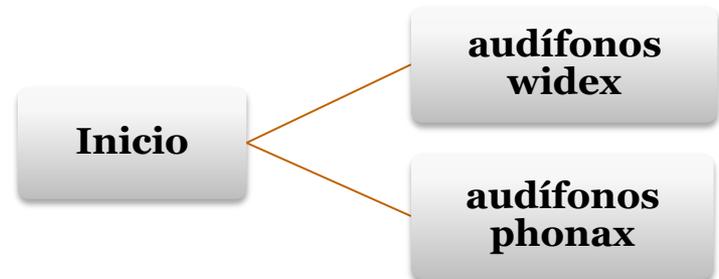
## Aspectos a tener en cuenta:

- La página de inicio es la más importante
- Los términos de búsquedas más influyentes en zona alta, así como páginas de información general
- Las páginas con información específica en zona más inferiores
- Los buscadores prefieren estructuras con pocos niveles

## ESTRUCTURA PROFUNDA



## ESTRUCTURA PLANA

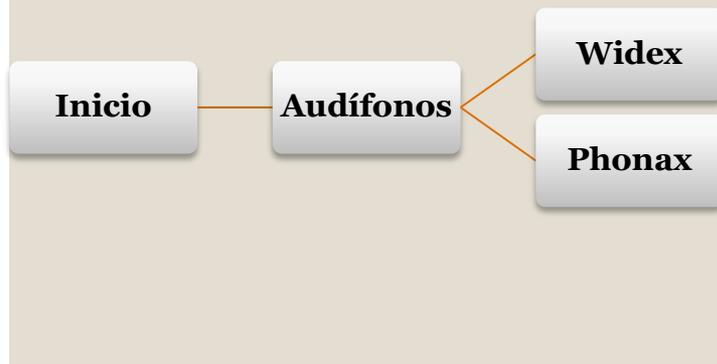


# Estrategias SEO

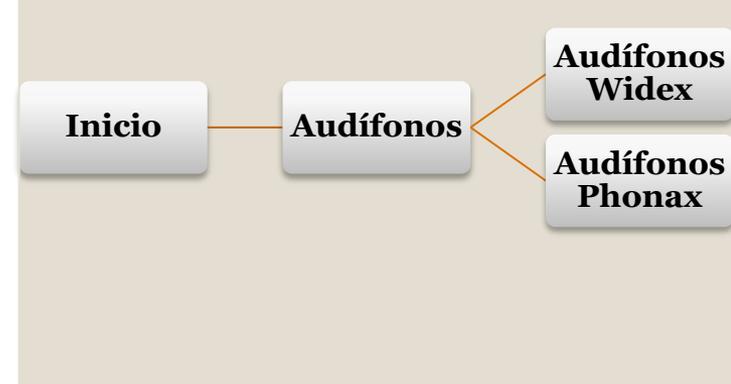
Posicionamiento Interno | Posicionamiento de los términos de búsqueda

**Términos de búsquedas únicos para cada página web**

**NO CORRECTO**

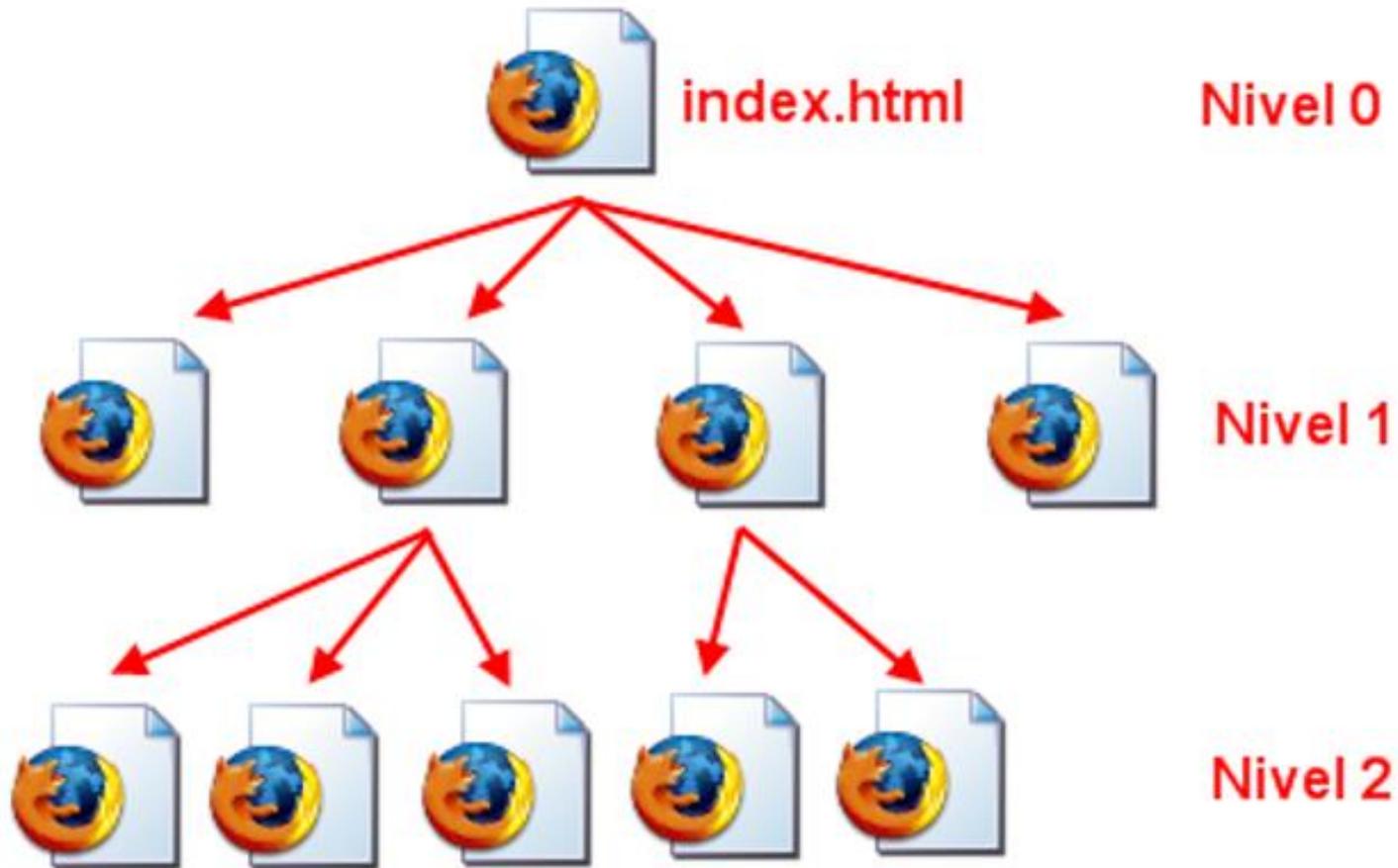


**CORRECTO**



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web



# Estrategias SEO

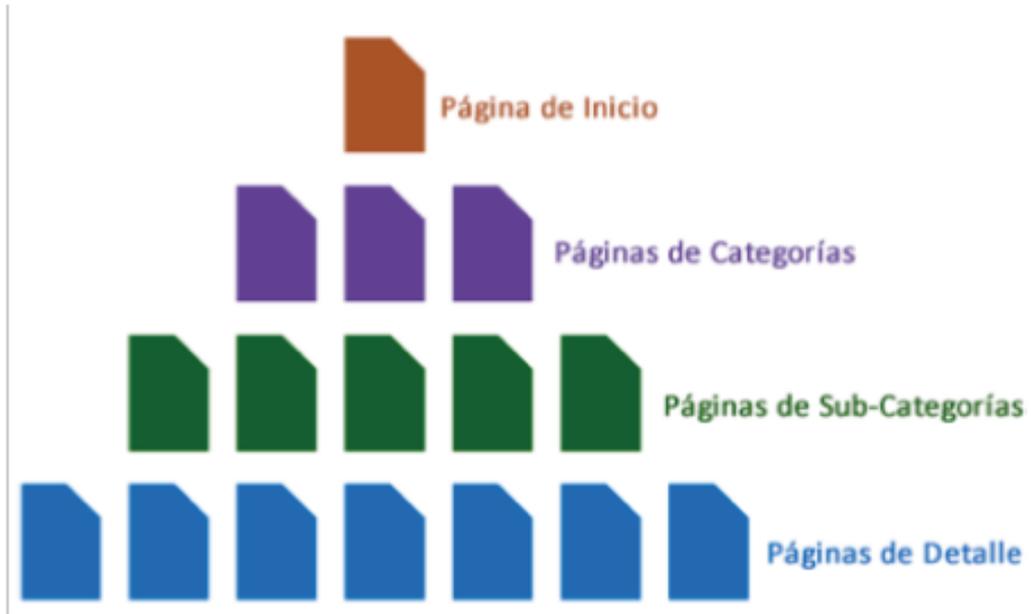
Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web

[www.dominio.com/](http://www.dominio.com/)

[www.dominio.com/categoria/](http://www.dominio.com/categoria/)

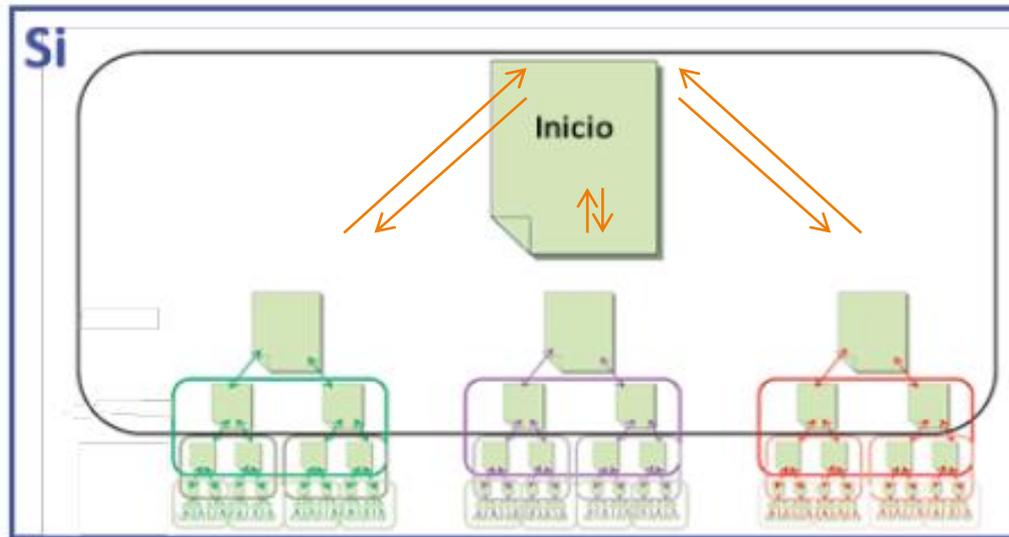
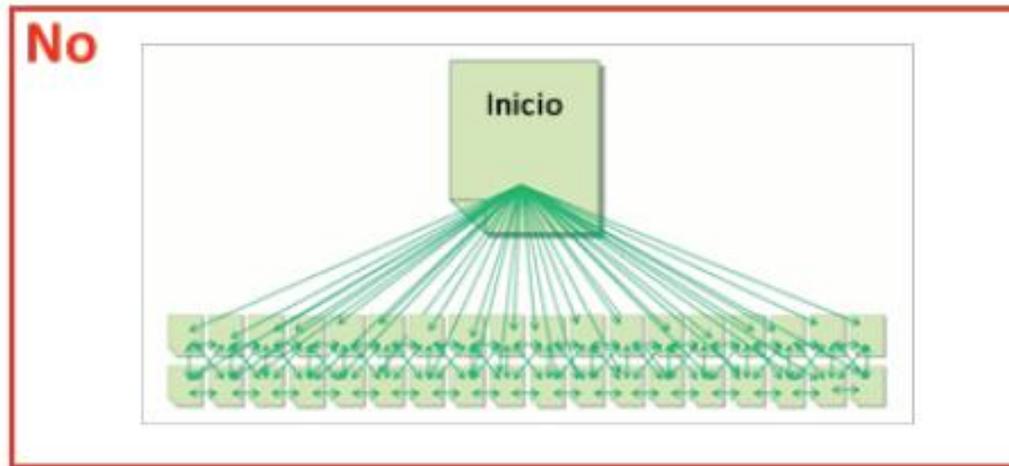
[www.dominio.com/categoria/sub-categoria/](http://www.dominio.com/categoria/sub-categoria/)

[www.dominio.com/categoria/sub-categoria/detalle/](http://www.dominio.com/categoria/sub-categoria/detalle/)



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web



# Estrategias SEO

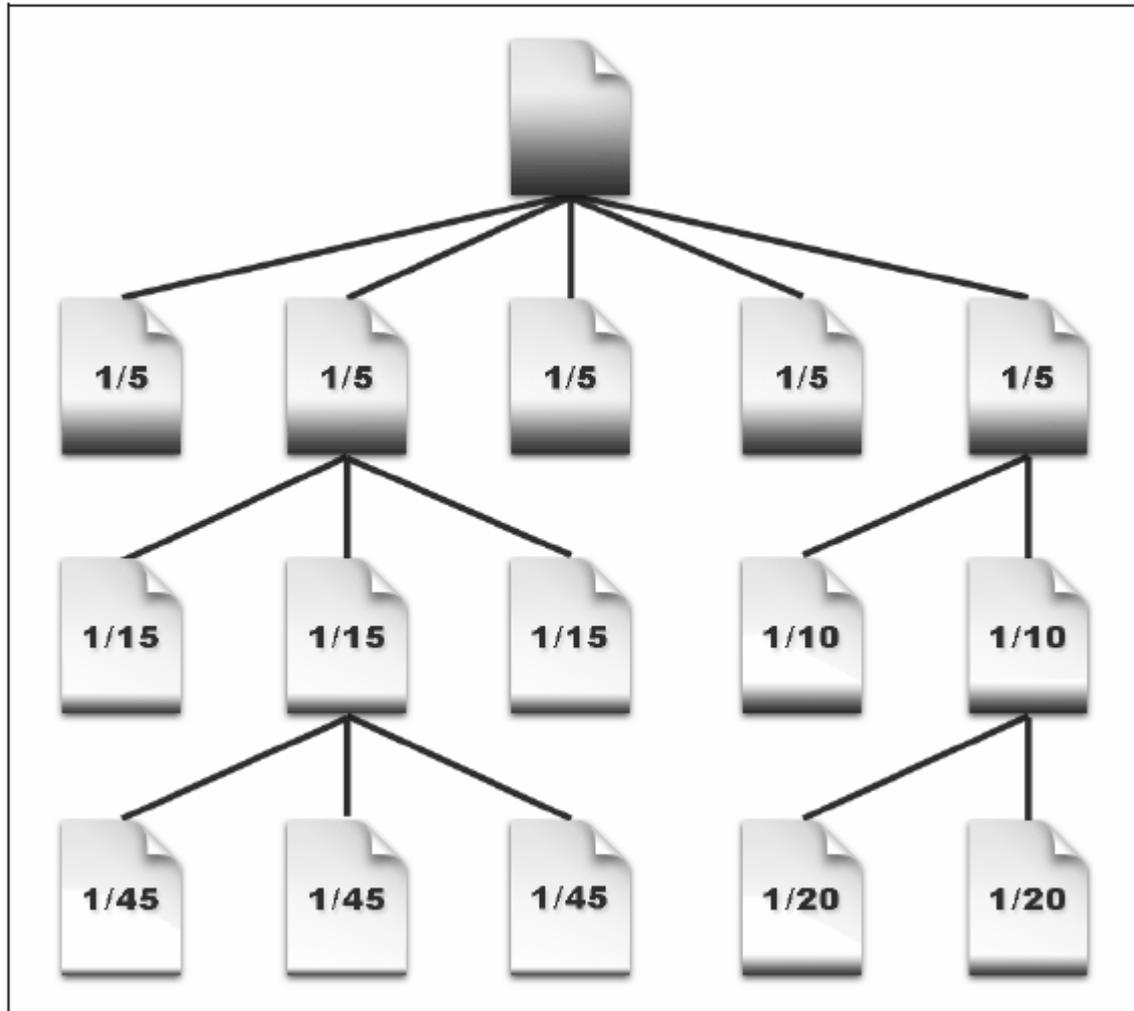
Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web

## Estructura de la URL

<b>Estructura del sitio web</b>	<b>URL</b>
Página de inicio	<a href="http://www.asociacionsordos.com">www.asociacionsordos.com</a>
Página de inicio > cursos > curso de lenguaje de signos	<a href="http://www.asociacionsordos.com/cursos/curso-lenguaje-signos">www.asociacionsordos.com/cursos/curso-lenguaje-signos</a>
Página de inicio > cursos > curso de lenguaje de signos online	<a href="http://www.asociacionsordos.com/cursos/curso-lenguaje-signos-online">www.asociacionsordos.com/cursos/curso-lenguaje-signos-online</a>

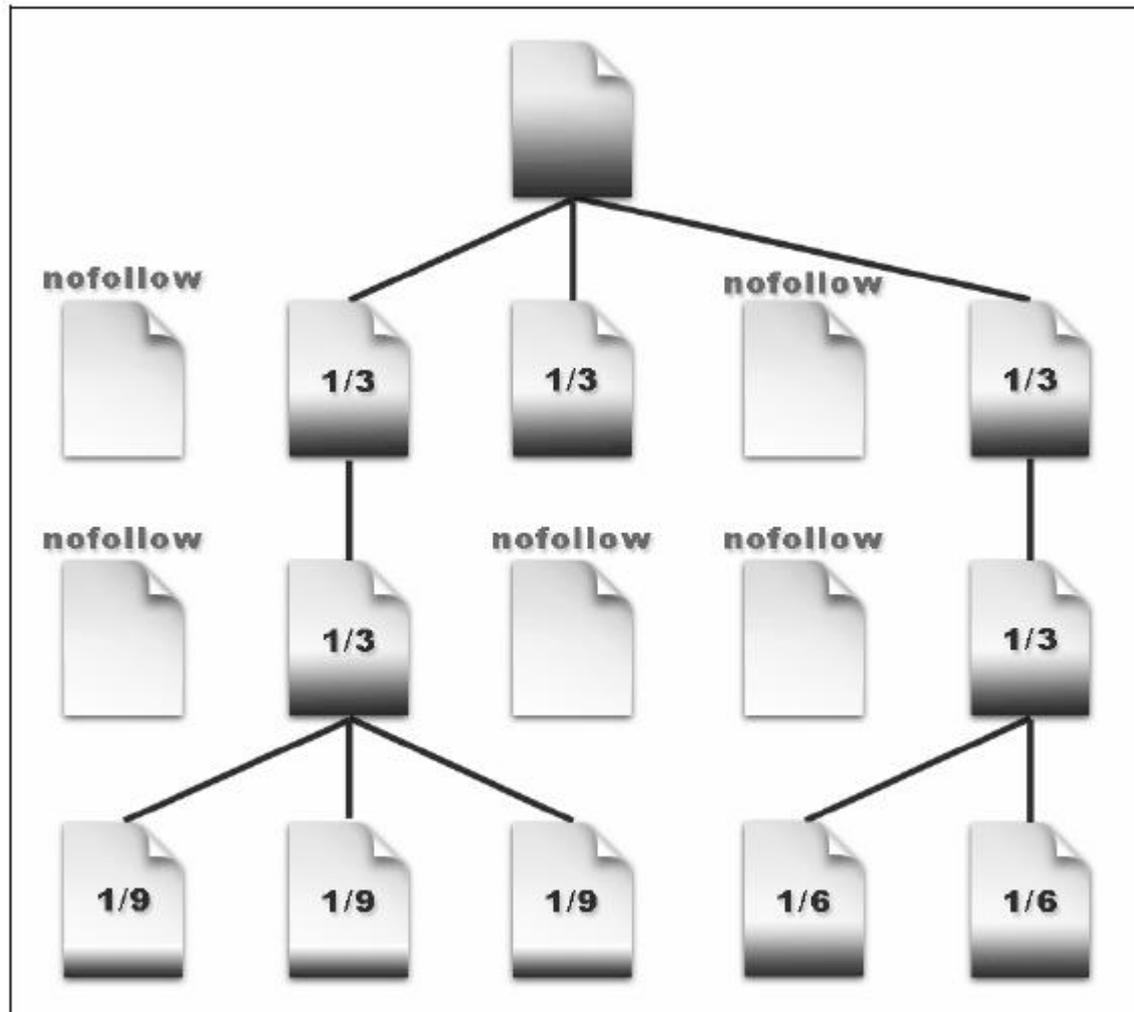
# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web



# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web



## Posicionamiento Interno | Qué hacer con la estructura del sitio web

### Enlace desde la Página de Inicio

- Enlazar las páginas web que tienen un alto porcentaje de conversión o las que aporten mayor beneficio
- No enlazar desde la página de inicio “Términos de uso”, “Políticas de Cookies”, “Copyright”, “Políticas de privacidad”, etcétera.

Un enlace en HTML normalmente tiene la siguiente estructura:

```
<a href="http://www.sitio.es/terminos-uso">Términos de uso</a>
```

Pero se puede añadir un enlace que lo haga invisible para los buscadores y visible a los usuarios

```
<a href="http://www.sitio.es/terminos-uso"  
rel="nofollow">Términos de uso</a>
```

# Estrategias SEO

Posicionamiento Interno | Lista Verificación “Estructura sitio web”

## 1. Posicionamiento de los términos de búsqueda

- ✓ Categorizar los términos de búsqueda
- ✓ Crear un índice de todas las páginas que se incluiría en la página web. Prestar atención:
  - ✓ ¿Están las páginas importantes en la parte superior?
  - ✓ ¿Tiene cada página un término propio y único?

## 2. ¿Qué hacer con la estructura del sitio web?

- ✓ ¿Permite el menú de la página de inicio acceder a todas las páginas de nivel 1?
- ✓ ¿Se incluyen menús contextuales a partir del nivel 2?
- ✓ ¿Se han incluido migas de pan?
- ✓ ¿Las url representan la estructura web?
- ✓ ¿Hay un mapa web?
- ✓ ¿Tienen los enlaces no relevantes el atributo “no follow” en la página de inicio?

# Estrategias SEO

## Componentes SEO



# **Estrategias SEO**

## **Factores internos (on-page)**

**Términos de búsqueda**

**Estructura Web**

**URL**

**Contenido**

# Estrategias SEO

Factores internos (on-page) **URL**

**Estructura URL**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Estructura URL

### Ejemplo

**Sitio Web:** "Asociación para Sordos"

**Nombre del dominio:** asociacionsordos.com

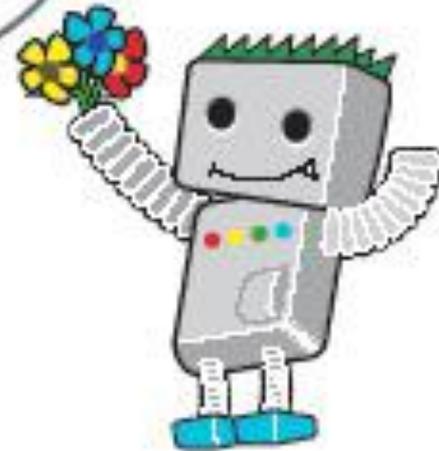
**Negocio:** Formación en lenguaje de signos, y venta de audífonos y juegos para sordos.

**"Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda"**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Estructura URL

¡Elige una URL que sea fácil de entender para los usuarios y motores de búsqueda!



# Estrategias SEO

Componentes SEO / Estructura URL

## Prácticas Recomendadas

### Utiliza palabras en las URL

#### Evita:

- URL largas con parámetros y números de identificación de sesión innecesarios
- Nombres genéricos como “pagina1.html”
- Excederse en utilizar palabras claves como “asociacion-sordos-ayuda-sordera-personas-sordomudas.html”

# Estrategias SEO

Componentes SEO / URL

## Prácticas Recomendadas

### Proporciona una versión de la URL para llegar a un documento

#### Evita:

- Que páginas desde **subdominios** y desde el **directorio raíz** accedan al mismo contenido (por ejemplo, “dominio.com/pagina.htm” y “sub.dominio.com/pagina.htm”)
- Utilizar **mayúsculas innecesarias** en las URL (muchos usuarios esperan URL en minúsculas y las recuerdan mejor)

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Estructura URL

**NO**

 <http://asociacionsordos.com/carpeta1/10894316943/sub000001>

**SI**

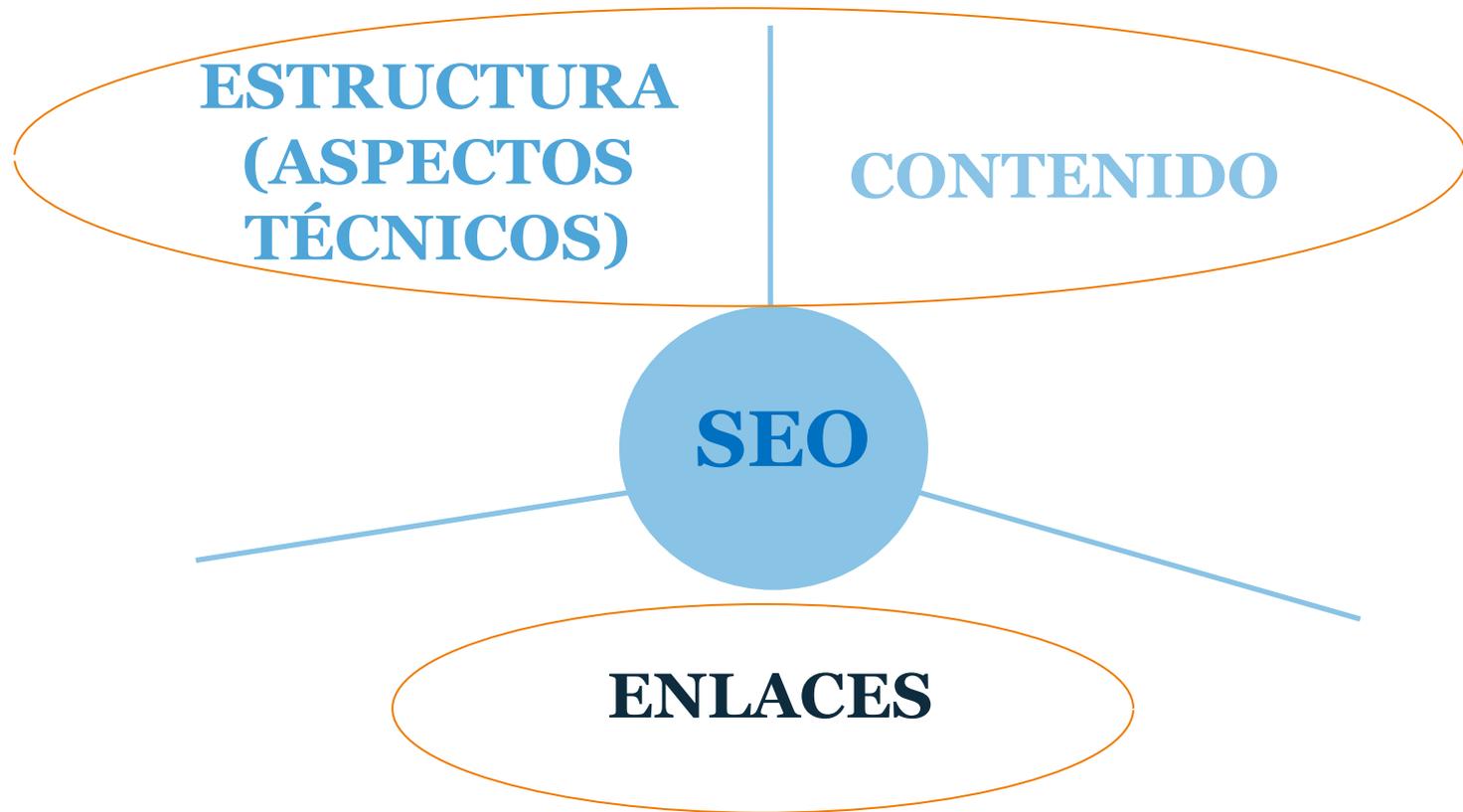
 <http://asociacionsordos.com/blog-sordos/como-aprender-lenguaje-signos>

**URL sencilla y reconocible**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO

Posicionamiento Interno (Onsite)



Posicionamiento externo (Offsite)

# **Estrategias SEO**

## **Factores internos (on-page)**

**Términos de búsqueda**

**Estructura Web**

**URL**

**Contenido**

# Estrategias SEO

Factores internos (on-page) **Contenido**

**Meta title / Título de las página**

**Meta description / Descripción de la página**

**Contenidos**

**Anchor text / Texto ancla**

**Imágenes**

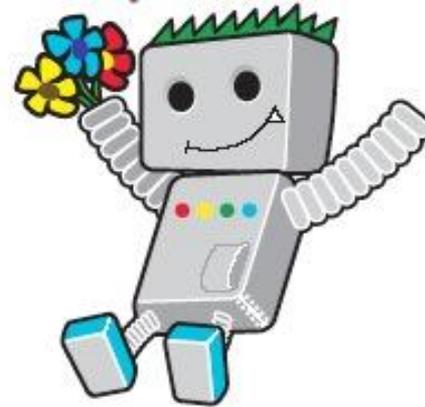
**Etiquetas de Cabecera**

**Lista Verificación**

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

Los títulos de las páginas son un aspecto importante de la optimización para motores de búsqueda.



**META ETIQUETA  
“TITLE” =  
TÍTULO DE LA  
PÁGINA**

Asociación de Fundaciones Andaluzas | Asociación privada que ...

<https://www.afandaluzas.org/> ▼

“Las **Fundaciones** y Asociaciones, nuestra razón de ser” ... La AFA celebra un curso sobre el destino de rentas en **Sevilla**. Jun 9, 2017. La Asociación de ...

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

## Estructura aconsejable:

<title>frase corta con palabras clave | nombre de la página, empresa o identificativo</title>

<title> nombre de la página, empresa o identificativo | frase corta con palabras clave</title>

## Un ejemplo de página de inicio:

<title>Centro de lenguaje de signos, venta de audífonos y juegos para sordos | Nombre de la Empresa</title>

## Dos ejemplos de página interna:

- <title>Curso de lenguaje de signos | Nombre de la empresa</title>
- <title>Curso de lenguaje de signos | Formación en Lengua de señas</title>

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

## Prácticas Recomendadas

**El título de la página describe con precisión el contenido de la página**

### Evita:

- Un título que no tenga **ninguna relación con la páginas**
- Uso de **títulos predeterminados** o **demasiados genéricos** como “Sin título” o “Página nueva”

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

## Prácticas Recomendadas

### Usa títulos descriptivos breves

#### Evita:

- **Títulos muy largos** que no sean útiles para los usuarios
- Rellenar las etiquetas title con **palabras claves innecesarias**

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

## Prácticas Recomendadas

**Crea una etiqueta “título” distinta por cada página**

### Evita:

- El uso de una sola etiqueta “título” o “title” para todas las páginas del sitio o para muchas de ellas

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

TÍTULO

LO QUE TENDRÍA QUE SER

Lo que ves en Google

**El título de la página principal**  
(nombre de tu sitio web o negocio + ubicación + servicios)

Asociación de Fundaciones Andaluzas | Asociación privada que ...

<https://www.afandaluzas.org/> ▼

"Las Fundaciones y Asociaciones, nuestra razón de ser" ... La AFA celebra un curso sobre el destino de rentas en Sevilla. Jun 9, 2017. La Asociación de ...

DESCRIPCIÓN

TÍTULO

Lo que ves en código (meta etiquetas)

```
<title>Asociación de Fundaciones Andaluzas | Asociación privada que... </title>
```

```
<meta name="Description" content="Las fundaciones y Asociaciones, nuestra razón de ser" ... La AFA celebra un curso sobre el destino de rentas en Sevilla Jun 9, 2017. La Asociación de..." />
```

DESCRIPCIÓN

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

Lo que ves en Google

## LO QUE ES

**El título de la página principal**  
(nombre de tu sitio web o negocio + ubicación + servicios)

Asociación de Fundaciones Andaluzas | Asociacion privada que ...

<https://www.afandaluzas.org/> ▼

"Las Fundaciones y Asociaciones, nuestra razón de ser" ... La AFA celebra un curso sobre el destino de rentas en Sevilla. Jun 9, 2017. La Asociación de ...

**LA REALIDAD ES QUE NO EXISTE META DESCRIPTION Y QUE LA EXTENSIÓN DEL TÍTULO ES DE 190 CARACTERES**

Tag/Location	Content	# of Characters
URL	 <a href="https://www.afandaluzas.org/">https://www.afandaluzas.org/</a>	28
Page Title	Asociación de Fundaciones Andaluzas   Asociacion privada que presta servicios a las fundaciones en Andalucía: promocion del sector, asesoramiento juridico, contable y fiscal, formacion, etc.	190
Meta Description	Not found	--

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta title / Título de la página

Crea títulos de páginas únicos y precisos

Google

fundaciones en sevilla



Fundaciones en Sevilla - Guía Fundaciones

[guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/l-41091/sevilla.html](http://guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/l-41091/sevilla.html) ▼

**Fundaciones** de **Sevilla** en nuestra guía de **fundaciones**. Datos de **fundaciones** de **Sevilla** en España. Clasificaciones y directorios con la información de ...

Google

fundaciones cádiz



Fundaciones en Cádiz

[guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/.../public-guide-company\\_search.do?...d...](http://guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/.../public-guide-company_search.do?...d...) ▼

**Fundaciones** de **Cádiz** en nuestra guía de **fundaciones**. Datos de **fundaciones** de **Cádiz** en España. Clasificaciones y directorios con la información de ...

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Meta title / Título de la página

Crea títulos de páginas únicos y precisos



fundaciones cádiz



### Fundaciones en Cádiz

[guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/.../public-guide-company\\_search.do?...d...](http://guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/.../public-guide-company_search.do?...d...)

**Fundaciones** de **Cádiz** en nuestra guía de **fundaciones**. Datos de **fundaciones** de **Cádiz** en España. Clasificaciones y directorios con la información de ...

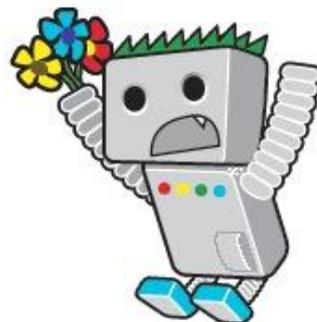
```
<html xml:lang="ES" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
  <!-- // META TAGS //////////////////////////////////////// -->
  <title>Fundaciones en Cádiz</title>

  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=ISO-8859-1" />
  <meta name="author" content="universia.net" />
  <meta name="description" content="Fundaciones de Cádiz en nuestra guía de fundaciones. Datos de fundaciones de Cádiz en España. Clasificaciones y directorios con la información de fundaciones de Cádiz y de todas las fundaciones españolas." />
  <meta name="keywords" content="cadiz, Cadiz, CADIZ, fundaciones, Fundaciones, FUNDACIONES" />
```

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta description / Descripción de la página

¡Usa las metaetiquetas para ofrecer tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda un resumen sobre lo que trata tu sitio web!



**META  
DESCRIPCIÓN =  
DESCRIPCIÓN DE  
LA PÁGINA**

Asociación de Fundaciones Andaluzas | Asociación privada que ...

<https://www.afandaluzas.org/> ▼

"Las **Fundaciones** y Asociaciones, nuestra razón de ser" ... La AFA celebra un curso sobre el destino de rentas en **Sevilla**. Jun 9, 2017. La Asociación de ...

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta description / Descripción de la página

## Estructura aconsejable:

```
<meta name="description" content= resumen de la página  
web que extiende la información del título"/>
```

## Un ejemplo:

```
<meta name="description" content= Nuestro centro de lenguaje  
de signos ofrece cursos online para todos los niveles en aulas de 15  
plazas máximo. Solicita información en el XXX-XXXXXX."/>
```

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta description / Descripción de la página

## Prácticas Recomendadas

### Resume de forma precisa el contenido de la página

#### Evita:

- Una metaetiqueta “description” o “descripción” **no relacionada con la página**
- **Descripciones genéricas** como “Esto es una página web” o “Página para familias de sordos”
- Una descripción con **solo palabras claves**
- Copiar y pegar todo el contenido de un documento en una metadescripción

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta description / Descripción de la página

## Prácticas Recomendadas

### Utiliza descripciones únicas en cada página

#### Evita:

- Utilizar una **única descripción en todas las páginas** de tu sitio o en un gran grupo de páginas

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta description / Descripción de la página

## Descripción de la página

Fundaciones de Cádiz en nuestra guía de fundaciones. Datos de fundaciones de Cádiz en España. Clasificaciones y directorios con la información de ...

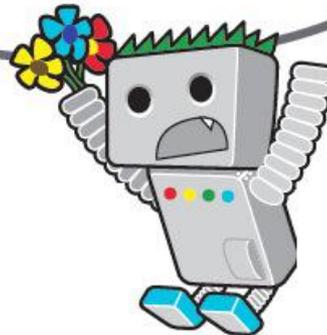
```
<meta name="Description" content="Fundaciones en Cádiz en nuestra guía de fundaciones. Datos de fundaciones de Cádiz en España. Clasificaciones y directorios con la información de fundaciones de Cádiz y de todas las fundaciones españolas. />
```

URL	 <a href="http://guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/l-11/cadiz.html">http://guia-fundaciones.fundacionuniversia.net/l-11/cadiz.html</a>	62
Page Title	Fundaciones en Cádiz	20
Meta Description	Fundaciones de Cádiz en nuestra guía de fundaciones. Datos de fundaciones de Cádiz en España. Clasificaciones y directorios con la información de fundaciones de Cádiz y de todas las fundaciones españolas.	204

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Etiquetas de Cabecera

Las etiquetas de cabecera son un importante componente en los sitios web para atraer la atención del usuario, ¡así que ten cuidado cómo las usas!,



# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Etiquetas de Cabecera

El `<h1>` coincide con la etiqueta “title” de la página o artículo

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<body>

<h1>Este es el encabezado 1 que coincide con el título del artículo o
página y debe ser único </h1>
<h2>Este es el encabezado 2 que se puede usar como subtítulo</h2>
<h3>Este es el encabezado 3 que tiene menos importancia que el 2</h3>
<h4>Este es el encabezado 4</h4>
<h5>Este es el encabezado 5</h5>
<h6>Este es el encabezado 6</h6>

<p><b>Recomendación:</b> Utilizar de h1 a h6 para estructurar los
contenidos con epígrafes y subepígrafes. No usarlo como elemento de
diseño.</p>

</body>
</html>
```

**Este es el encabezado 1 que coincide con el título del artículo o página y debe ser único**

**Este es el encabezado 2 que se puede usar como subtítulo**

**Este es el encabezado 3 que tiene menos importancia que el 2**

**Este es el encabezado 4**

**Este es el encabezado 5**

**Este es el encabezado 6**

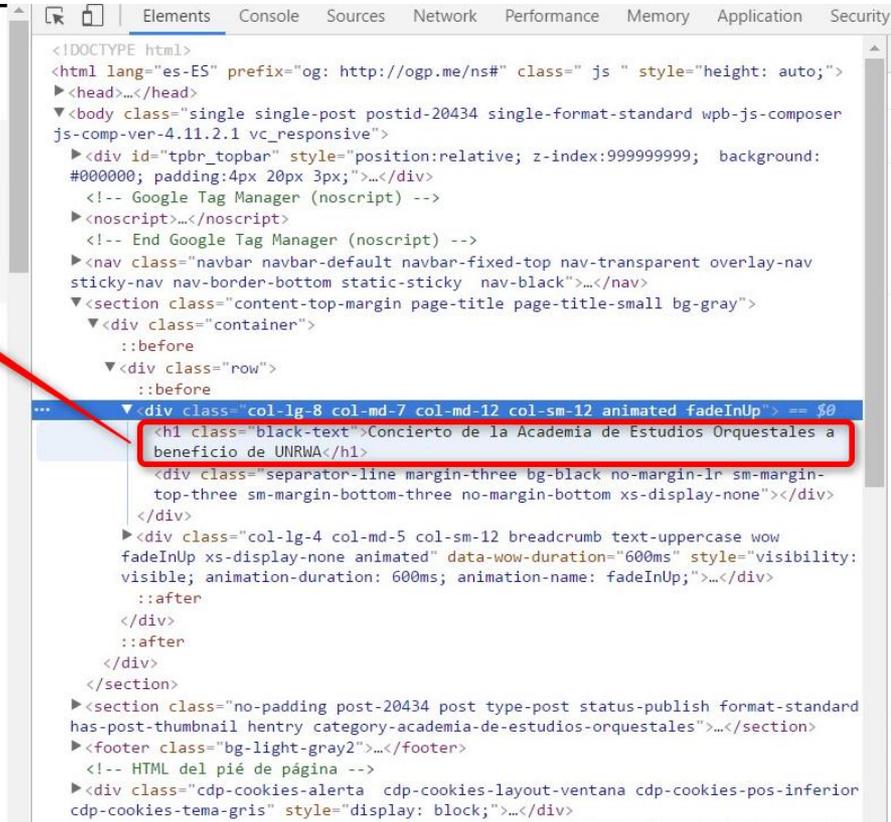
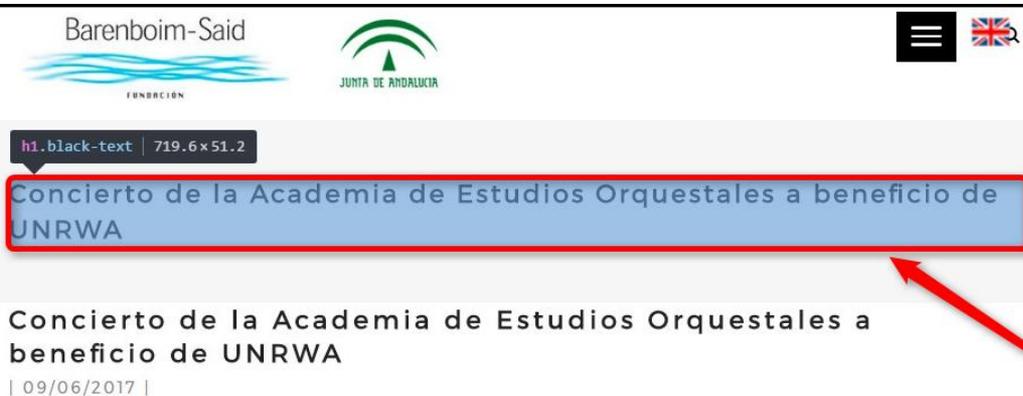
**Recomendación:** Utilizar de h1 a h6 para estructurar los contenidos con epígrafes y subepígrafes. No usarlo como elemento de diseño.

Fuente: [https://www.w3schools.com/tags/tag\\_hn.asp](https://www.w3schools.com/tags/tag_hn.asp)

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Etiquetas de Cabecera

`<h1 class="black-text">Concierto de la Academia de Estudios Orquestales a beneficio de UNRWA</h1>`



# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Etiquetas de Cabecera

El `<h1>` y `<h2>` son iguales y se duplica el título

```
<h2 class="blog-details-headline text-black">Concierto de la Academia de Estudios Orquestales a beneficio de UNRWA</h2>
```

Barenboim-Said  
FUNDACIÓN BARENBOIM-SAID  
SAN TELMO 2017  
Concierto de la Academia de Estudios Orquestales a beneficio de UNRWA

h2.blog-details-headline.text-black | 948 x 24.2

Erróneo. No debería haberse usado como `<h2>` pues se está duplicando el título

```
Elements Console Sources Network Performance Memory Application Security  
▼ <div class="container">  
  ::before  
  ▼ <div class="row">  
    ::before  
    ▼ <section class="no-padding-bottom">  
      ▼ <div class="container">  
        ::before  
        ▼ <div class="row">  
          ::before  
          ▼ <div class="col-md-12 col-sm-12 col-xs-12">  
            <h2 class="blog-details-headline text-black">Concierto de la Academia de Estudios Orquestales a beneficio de UNRWA</h2> == $0  
            <div class="blog-date no-padding-top">...</div>  
            <div class="margin-tb-30px">...</div>  
            ▼ <div class="blog-details-text">  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <strong>Venta de entradas</strong>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p>...</p>  
              <p> &nbsp;</p>  
            </div>  
          </div>  
        </div>  
      </div>  
    </div>  
  </div>  
  ::after  
</div>  
  ::after  
</div>
```



# Estrategias SEO

Componentes SEO / Etiquetas de cabecera

## Prácticas Recomendadas

**Imagina que estás escribiendo un esquema**

### Evita:

- Colocar texto en la etiquetas de cabecera que no ayudaría a definir el texto de la página
- Usar las etiquetas de cabecera cuando otras etiquetas como `<strong>` `<em>` pueden ser más adecuadas

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Etiquetas de cabecera

## Prácticas Recomendadas

### Usa las etiquetas de cabecera con moderación

#### Evita:

- El **uso excesivo de las etiquetas de cabecera** en las páginas
- Poner todo el texto de una página en una etiqueta de cabecera
- Usar las etiquetas de cabecera para **darle formato a un texto** y no para presentar la estructura de la página

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Meta etiquetas / Extensión

	<b>Title Tag</b> Max Display Length	<b>Meta Description</b> Max Display Length	<b>URL</b> Max Display Length
	<b>66-69</b> Characters	<b>156-158</b> Characters	<b>75-92</b> Characters
	<b>67-72</b> Characters	<b>176-184</b> Characters	<b>91-94</b> Characters
	<b>64-65</b> Characters	<b>164-190</b> Characters	<b>65-80</b> Characters
	<b>&lt;65</b> Characters	<b>&lt;156</b> Characters	<b>&lt;65</b> Characters

## Google SERP Snippet Optimization Tool

- Predict how your web page will look in Google's search results
- Optimize your SERP snippets for higher click-through rates

**What is this?** - This tool simulates Google's search engine results pages (SERPs). Use the form below to enter the title, meta description, and URL of your web page, and this tool will generate a virtual search result listing based on your input. For more information, [click here](#).

<b>Title</b> <span style="float: right;">70</span>	<b>Display Options</b>	<b>Notes</b>
<input type="text" value="This is an Example of a Title Tag that is Seventy Characters in Length"/>		
<small>Tip: <a href="#">Google limits SERP titles by pixel width, not by character count</a></small>		
<b>Description</b> <span style="float: right;">156</span>	<input checked="" type="checkbox"/> Google SERP Simulator	<b>TIP:</b>
<input type="text" value="Here is an example of what a snippet looks like in Google's SERPs. The content that appears here is usually taken from the Meta Description tag if relevant."/>	<input type="checkbox"/> Sponsored Links (top)	If you select the <b>Add a date</b> checkbox, today's date will be filled in automatically.
<b>URL</b>	<input type="checkbox"/> Sponsored Links (right)	If you plan on publishing your web page at a later date, you can still edit the date input field manually.
<input type="text" value="www.seomof.com/snippet-optimizer.html"/>	<input type="checkbox"/> Organic Results	In most cases, the date Google shows in the SERP snippet will match the date it found in your
<small>Example: <a href="#">www.seomof.com/snippet-optimizer.html</a></small>	<input type="checkbox"/> Add rich snippet text	
	<input type="checkbox"/> Add a date	
	<input type="checkbox"/> <b>Bold</b> words	

Web [Images](#) [Videos](#) [Maps](#) [News](#) [Shopping](#) [Gmail](#) [more](#) ▾

[Web History](#) | [Search settings](#) | [Sign in](#)



About 1,050,000 results (0.36 seconds)

[Advanced search](#)

- Everything
- Blogs
- News
- More

This is an Example of a Title Tag that is Seventy Characters i...  
[www.seomof.com/snippet-optimizer.html](#)  
Here is an example of what a snippet looks like in Google's SERPs. The content that appears here is usually taken from the Meta Description tag if relevant.



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 [Next](#)

- All results**
- Related searches
- Wonder wheel
- Timeline
- More search tools

[View customizations](#) [Search within results](#) [Search Help](#) [Give us feedback](#)

[Google Home](#) [Advertising Programs](#) [Business Solutions](#) [Privacy](#) [About Google](#)

**Herramienta Snippet:** <http://www.seomof.com/snippet-optimizer.html/>

# Ejercicio

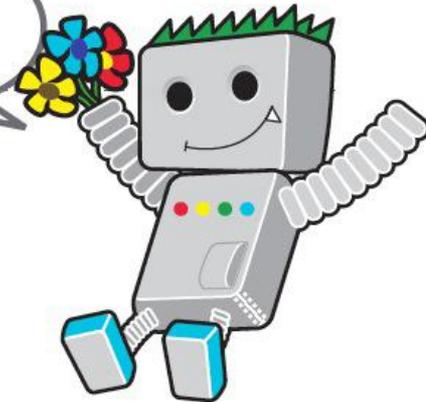
Comprueba la etiqueta "title" y "meta description" de la página de inicio de tu organización. Para ello, utiliza la barra de Moz (<https://chrome.google.com/webstore/detail/mozbar/eakacpaijcpapndcffffdgphdiccmpknp>).

Detecta los errores y mejórala con SEOMofo <http://www.seomofocom/snippet-optimizer.html/>.

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Contenido

¡Mejorar el contenido y los servicios debería ser una prioridad, da igual el tipo de sitio web que tengamos!



# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Contenido

Título



La vida empezó "en el fondo del mar"

Una nueva y controvertida teoría sobre el origen de la vida en la Tierra ha dado que hablar en la comunidad científica.

La nueva concepción sostiene que los organismos vivos se originaron en los que llama "incubadores inorgánicos". Se trata de pequeños nidos formados en rocas de sulfuro de hierro.

La teoría, propuesta por los profesores William Martin, de la Universidad de Düsseldorf (Alemania), y Michael Russell, del Centro Escocés de Investigación Ambiental en Glasgow, cuestiona de la raíz ideas convencionales.

Hasta ahora se ha sostenido que primero se formaron los ladrillos elementales de la vida, los cuales se fueron juntando para generar una estructura celular básica.

La nueva propuesta señala, en cambio, que la célula se formó primero y que después se rellenó con moléculas de vida.

Una de las implicaciones de la teoría es que existen más probabilidades de que se desarrollen organismos en planetas donde antes se pensaba que sería imposible.

**¿Cuáles son las frases que la gente podría buscar?**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Contenido

Título

El origen de la vida en el fondo del mar

Una nueva y controvertida teoría sobre el origen de la vida en la Tierra ha dado que hablar en la comunidad científica.

La nueva concepción sostiene que los organismos vivos se originaron en los que llama "incubadores inorgánicos". Se trata de pequeños nidos formados en rocas de sulfuro de hierro.

La teoría sobre dónde comenzó la vida, propuesta por los profesores William Martin, de la Universidad de Düsseldorf (Alemania), y Michael Russell, del Centro Escocés de Investigación Ambiental en Glasgow, cuestiona de la raíz ideas convencionales.

Hasta ahora se ha sostenido que primero se formaron los ladrillos elementales de la vida, los cuales se fueron juntando para generar una estructura celular básica.

La nueva propuesta señala, en cambio, que el origen de la vida está en la célula que se formó primero y que después se rellenó con moléculas de vida. Una de las implicaciones de la teoría es que existen más probabilidades de que se desarrollen organismos en planetas donde antes se pensaba que sería imposible.

**“dónde comenzó la vida” y “origen de la vida”**

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Contenido

**Prácticas Recomendadas**

**Un tema por página**

**Evita:**

- Tener más de un tema por página
- Publicar mínimo una vez a la semana

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Contenido

## Prácticas Recomendadas

### Escribes textos de fácil lectura

#### Evita:

- Escribir textos descuidados con muchos **errores ortográficos y gramaticales**
- Utilizar **texto en formato imagen** cuando quieras que ese texto forme parte del contenido, ya que los usuarios podrían querer copiar y pegar texto, y además los motores de búsqueda no pueden leerlo

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Contenido

**Prácticas Recomendadas**

**Céntrate en el tema**

**Evita:**

- Poner gran cantidad de **texto que abarque varios temas en una misma página sin párrafos, encabezados o un diseño que los separe**

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Contenido

## Prácticas Recomendadas

### Crea contenido único y original

#### Evita:

- **Copiar contenido** que ya existe, pues aportará poco valor añadido a los usuarios
- Tener **contenido duplicado** dentro de nuestro propio sitio web

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Contenido

## Prácticas Recomendadas

**Crea contenido principalmente para los usuarios no para los motores de búsqueda**

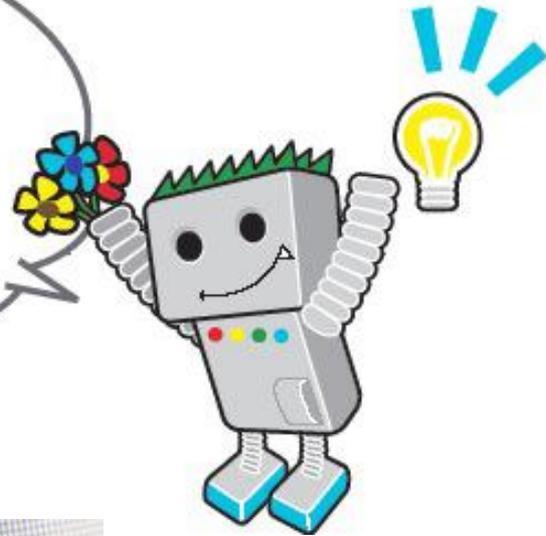
### Evita:

- Insertar **gran cantidad de palabras claves dirigidas a los motores de búsqueda**, pero que no tienen sentido y son molestas para los usuarios
- **Texto escondido** para los usuarios, pero no para los motores de búsqueda

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Texto ancla

¡Tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda les gusta un texto ancla que sea fácil de entender!



# Estrategias SEO

Componentes SEO / Texto ancla

**Prácticas Recomendadas**

## ¿Qué es un texto ancla?

El texto ancla es aquel texto en el que podemos hacer clic y que los usuarios ven como un enlace. Este está ubicado en la etiqueta ancla `<a href="..."></a>`.



# Estrategias SEO

Componentes SEO / Texto ancla

## Prácticas Recomendadas

### Elige un texto descriptivo

#### Evita:

- Escribir un **texto ancla genérico** como “página”, “artículo” o “haz click aquí”
- Usar un **texto ancla fuera del contexto** o que no está relacionado con la página a la que se enlaza
- Usar la URL de la página como texto ancla de norma general

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Texto ancla

## Prácticas Recomendadas

### Escribe textos concisos

#### Evita:

- Escribir **texto ancla muy extensos**, como si fuera un párrafo

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Texto ancla

## Prácticas Recomendadas

**Darle formato a los enlaces para que sean más fáciles de ver**

### Evita:

- Usar CSS o un formato de texto para que los enlaces parezcan texto normal, o de color de fondo

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Texto ancla

## Prácticas Recomendadas

**Utiliza el texto ancla también para los enlaces internos**

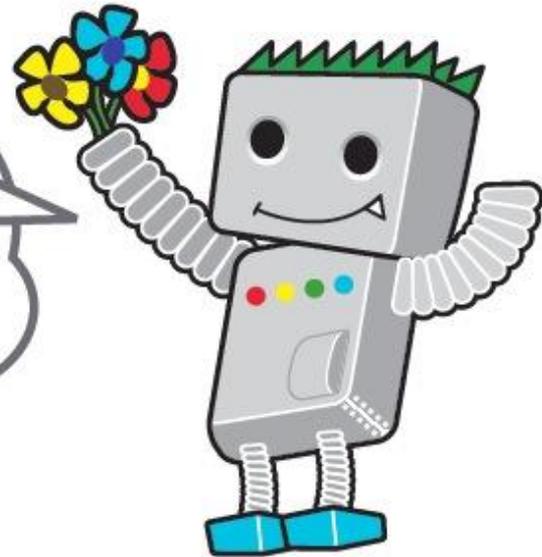
### Evita:

- Utilizar palabras de relleno o solo pensado en los motores de búsqueda
- Crear **enlaces innecesarios** que no sirvan para que los usuarios naveguen por un sitio web

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Imágenes

¡Aprende cómo  
optimizar las imágenes  
de tu sitio web!



# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Imágenes

**Título de la imagen:** Logo de la Asociación Española de Familias de Personas Sordas

**URL de la imagen:** [www.sitioweb.com/logo-asociacion-espanola-familias-personas-sordas](http://www.sitioweb.com/logo-asociacion-espanola-familias-personas-sordas)

**Texto alt:** Logo de la Asociación Española de Familias de Personas Sordas con sus iniciales IS de integración social.

### En HTML:

```

```

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Imágenes

## Prácticas Recomendadas

**Usa nombres de archivo y texto  
“alt” breves y descriptivos**

### Evita:

- Usar nombres genéricos como “imagen1.jpg” “pic.gif” “1.jpg” cuando sea posible
- Escribir nombre de archivos muy largos
- Llenar el atributo ALT con muchas palabras claves o copiar y pegar frases enteras del texto

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Imágenes

## Prácticas Recomendadas

### Ofrecer texto “alt” cuando utilizas las imágenes como enlaces

#### Evita:

- Escribir **ALT muy largos**, se puede considerar como spam
- **Utilizar solo enlaces en las imágenes** para navegar

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Imágenes

## Prácticas Recomendadas

### Ofrece un archivo Sitemaps de imágenes

Un archivo Sitemap de imágenes puede ofrecer a Googlebot más información sobre las imágenes que se encuentran en tu sitio web. La estructura es similar al archivo de Sitemap XML de tus páginas web.

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Interno | Lista Verificación “Contenido y URL”

### Optimización On Page

---

65 - 70 Caracteres

160 Caracteres

### The “Perfectly” Optimized Page

(for the example keyword phrase “chocolate donuts”)

**Page Title:** Chocolate Donuts | Mary’s Bakery

**Meta Description:** Mary’s Bakery’s chocolate donuts are possibly the most delicious, perfectly formed, flawlessly chocolately donuts ever made.

### Relevancia

Usar Palabras Claves Relevantes por Página  
Con Masa Crítica de Información

Contenido Original, Fresco, Atractivo

Que No se oculte

Se muestra igual al visitante y a los  
buscadores.

En Texto con negrita y cursiva

Etiqueta Título

Meta Descripción

Etiquetas de Encabezado: H1, H2, H3

Descripción ALT de Imágenes

Nombre de Archivo las Imágenes

Nombre de URLs

Incluir Enlaces internos en texto con palabras  
claves

The diagram illustrates a webpage layout for 'Chocolate Donuts from Mary's Bakery'. It features an H1 headline, an image placeholder with an alt attribute, and a body text area with multiple lines of text. The image placeholder is labeled 'Photo of Donuts (with Alt Attribute): Chocolate Donuts'. The body text area contains several lines of text, some of which are underlined, suggesting internal linking opportunities.

Page URL: <http://marysbakery.com/chocolate-donuts>

# **Estrategias SEO**

## **Factores externos (off-page)**

**Enlaces externos**

# Estrategias SEO

Factores externos (off-page) **Enlaces Externos**

**Valor del enlace entrante**

**Herramientas de análisis**

**Técnicas obtención enlaces entrantes**

**Lista Verificación**

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Valor del enlace entrante

**Calidad**

**Y**



**Cantidad**

- tema / relevancia
- *anchor text*
- poder / autoridad
- legitimidad

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Valor del enlace entrante

## Relevancia



Tema  
Similares



Sitios Web  
Informativos

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Valor del enlace entrante

## Anchor Text



Palabras  
clave



Repetición

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Valor del enlace entrante

- N<sup>o</sup> enlaces entrantes de la web

**Autoridad**



- N<sup>o</sup> enlaces salientes de la web
- N<sup>o</sup> enlaces entrantes del dominio

# Estrategias SEO

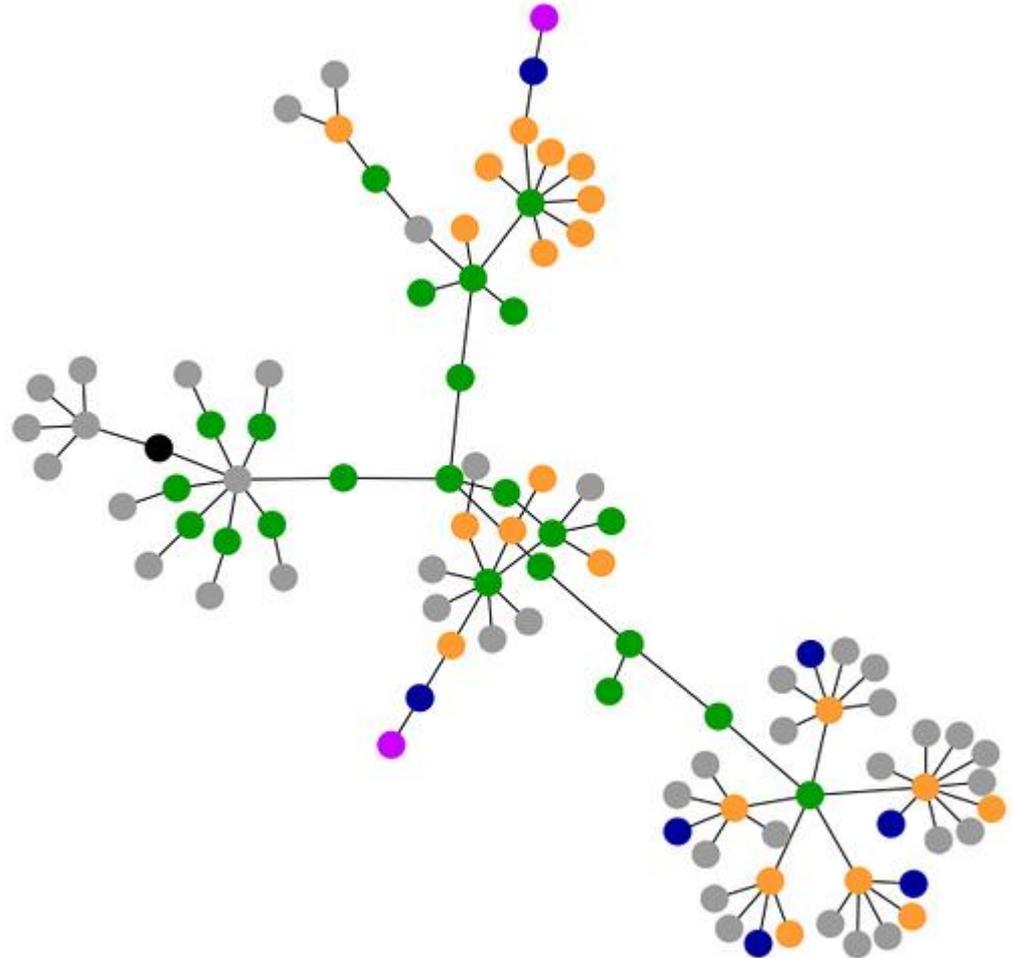
Componentes SEO / Valor del enlace entrante

**Legitimidad**  **Obtención natural**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Herramientas de análisis

- Ahrefs
- Majestic
- Open Site Explorer
- Search Console
- Open Link Profiler
- SEO Power Suite



# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Open Site Explorer

The screenshot shows the Moz Open Site Explorer interface. At the top left is the Moz logo. On the right, there are links for 'Free SEO Tools', a home icon, and a user profile icon with the letter 'A'. Below this is a blue navigation bar with 'Moz Pro > Open Site Explorer' on the left and 'Recent Reports' with a help icon on the right. A left sidebar contains a list of menu items: 'Inbound Links', 'Just-Discovered', 'Top Pages', 'Linking Domains', 'Anchor Text', and 'Compare Link Metrics'. The main content area features a search box for a URL with a 'Search' button and a '+ Show Metrics' button. Below that is a 'Compare Metrics' section with a brief description.

**MOZ** Free SEO Tools

Moz Pro > Open Site Explorer Recent Reports

Inbound Links

Just-Discovered

Top Pages

Linking Domains

Anchor Text

**Compare Link Metrics**

URL:

**Show Metrics**

**Compare Metrics**

See detailed metrics about the URL you've enpare these metrics for up to five URLs.

# Ejercicio

Analizar y comparar con Open Site Explorer estos dos sitios web:

Banco de Alimentos de Cádiz  
(<http://www.bancoalimentoscadiz.org/>)

Banco de Alimentos de Córdoba  
(<http://bancordoba.es/>)

Extraer conclusiones sobre el PA y DA de cada uno y los enlaces externos (inbound links) y dominios externos (linking domains) que apuntan hacia sus sitios web.

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Search Console



### Search Console

- ▶ Apariencia en el buscador
- ▼ **Tráfico de búsqueda**
  - Analítica de búsqueda
  - Enlaces a tu sitio**
  - Enlaces internos
  - Acciones manuales
  - Segmentación internacional
  - Usabilidad móvil
- ▶ Índice de Google
- ▶ Rastreo
- Problemas de seguridad
- Web Tools



### Enlaces a tu sitio

Número total de enlaces  
**7.035**

#### Con más enlaces a tu sitio

<a href="#">scoop.it</a>	2.296
<a href="#">wordpress.com</a>	1.211
<a href="#">blogspot.com</a>	829
<a href="#">pinterest.com</a>	606
<a href="#">blogspot.de</a>	256

[Más información »](#)

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Técnicas

**Técnicas**



- **Solicitud de enlace**
- **Alta/Registros Sitios Web**
- **Creación de contenidos**
- **Difusión de contenidos**
- **Análisis de competidores**

# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

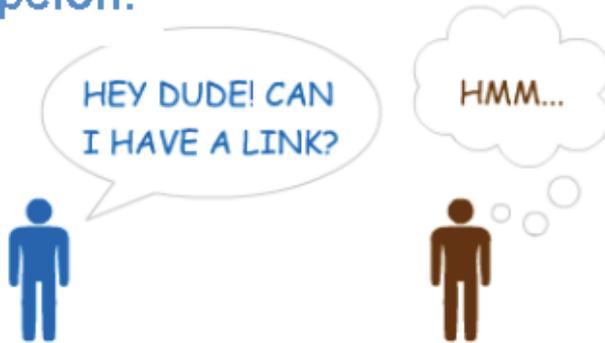
## **Solicitud de enlaces**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Solicitud de enlace

#### Descripción:



Link Builders / marketers van directamente a los sitios y páginas relevantes, buscan a una persona de contacto y envían un requerimiento de link (utilizando métodos de persuasión no financieros)

#### Ejemplo:



Buscar los términos seleccionados, identificando los primeros 30 websites que no sean de la competencia posicionados con estos términos. Identificar sus direcciones de correo y enviar una petición de link.

#### Escalabilidad:

1/5 (Muy Baja)

Solicitar links puede ser un proceso largo y tedioso

#### Calidad de los links:

5/5 (Muy Alta)

Si son seleccionados cuidadosamente, la calidad de la fuente puede ser excepcional

Fuente. Moz

# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

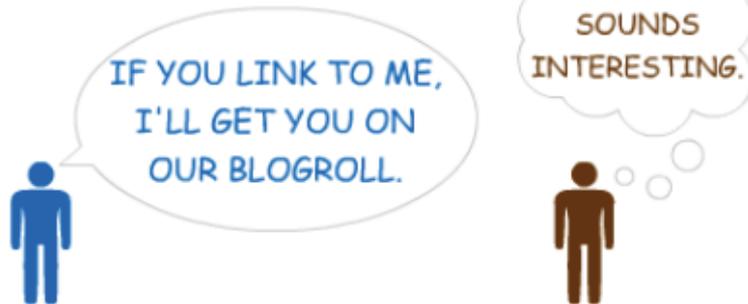
**Intercambio de  
enlaces**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Intercambios

#### Descripción:



Las transacciones pueden implicar links recíprocos, descuentos, invitaciones a eventos u otras actividades que no implican un intercambio económico.

#### Ejemplos:

- Programas de afiliados como Amazon proveen un incentivo indirecto a los websites que ponen un link hacia sus productos. Estos link no son marcados con "nofollow" y sí pasan "jugo"
- Muchos websites de pequeñas inmobiliarias utilizan link building recíproco, creando pequeños directorios de los websites que pusieron un link hacia ellos e intercambian links entre empresas de diversas localidades

#### Escalabilidad:

3/5 (Moderada) ■■■ □ □

Dependiendo del enfoque, la habilidad de incentivar a más personas para que hagan un link usando las mismas tácticas puede ser razonablemente simple

#### Calidad de los links:

3/5 (Moderada) ■■■ □ □

La calidad de los links es muy variable dependiendo de las tácticas y el esfuerzo empleado por los link builders

Fuente. Moz

# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

**Altas / Registros sitios  
web**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas



### Buscadores:

Google, Bing, Baidu, Yandex, ...

### Directorios:

Páginas amarillas, Vulka, Axesor, QDQ, Qweb, Indizze, Yalwa, Hispatop, ...

### Agregadores españoles:

Meneame, Divulgame, Bitacoras, Divoblogger, Mktfan

### Agregadores extranjeros:

Feedly, Paper.li, Reddit, Digg, Delicious, Scoop.it...



# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

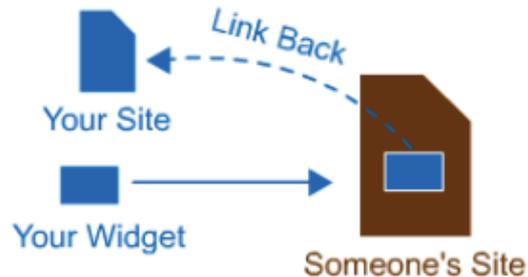
**Creación de  
contenidos**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Enlaces vía contenidos “embebidos”

#### Descripción:



Ofreciendo widgets, badges y formas de contenido que sean posible de embeber, tu sitio gana links hacia la página que elijas cuando otros sitios web emplean tu trabajo en blogs, artículos y páginas

#### Ejemplos:

→ Scribd.com ofrece la posibilidad de subir presentaciones de PowerPoint para luego poder incluirlas en cualquier página web. Cada vez que un usuario hace esto, Scribd gana un link.

→ Twitter tiene badges que permiten hacer un link hacia un perfil de Twitter y hacia una plataforma de conversación añadiendo el código HTML a cualquier página. Con esta estrategia, ellos se han convertido en uno de los sitios más linkeados en la web.

#### Escalabilidad:

5/5 (Muy alta) ■■■■■

El único factor limitante es el número de usuarios que puedes atraer para que utilicen tus contenidos

#### Calidad de los links:

4/5 (Alta) ■■■■□

Tú controlas el destino de los links y el texto ancla aunque la calidad de los links puede variar dramáticamente

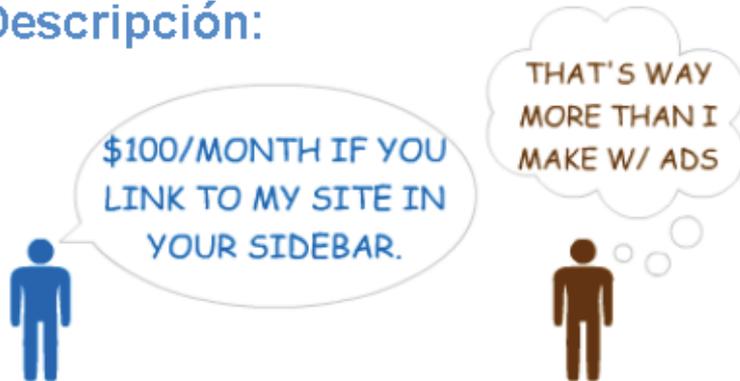
Fuente. Moz

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Compra de enlaces

#### Descripción:



Los links pagados involucran un intercambio directo de dinero. Esto puede ser una táctica white hat (en el caso de directorios legítimos), pero muchas veces son ofrecidos por personas con intenciones de manipular los rankings

#### Ejemplos:

- Comprar enlaces a corredores de links quienes los ubican en varios sitios de la web que revenden espacios
- Compras directas de links a websites que han encontrado que la venta de espacios para links es más rentable que vender espacios para publicidad

#### Escalabilidad:

4/5 (Alta) ■■■■□

La compra de links altamente escalable, limitada solo por la disponibilidad de fondos y costos

#### Calidad de los links:

1/5 (Muy Baja) ■□□□□

La calidad puede ser alta, pero incluso en estos casos puede ser temporal y muchas fuentes de links pagados se devalúan o incluso son penalizados, perjudicando a los sitios hacia los que tienen links

Fuente. Moz

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Licencia tu contenido

<http://es.creativecommons.org/>

#### Descripción:



Quando se syndica un contenido o datos se requieren atribuciones via links. Así otros sitios que licencian tu trabajo proveerán links hacia tu sitio. Esto crea un perfil de links diverso con las palabras clave y el destino que elijas

#### Ejemplos:

- Readwriterweb licencia los posts de su blog a un número de sitios de noticias, incluyendo NYTmes.com. Esos sitios colocan links hacia su homepage y el post del blog.
- SEOmoz licencia su Linkscape API de manera gratuita a través de la web. Cuando sitios como Grader.com utilizan mozRank y otras métricas en sus herramientas, ellos agregan un link hacia los reportes de SEOmoz para esas URLs y la herramienta Linkscape

#### Escalabilidad:

5/5 (Muy alta) ■■■■■

Crear contenido con licencia / API es la parte más difícil. Una vez que existe, su éxito está limitado de la adopción

#### Calidad de los links:

4/5 (Alta) ■■■■□

El texto ancla y el destino de los links pueden ser escogidos por la persona que los adopta, así que la calidad de esos links varía

Fuente. Moz

# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

**Difusión de  
contenidos**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

Agrega un comentario

Nombre (obligatorio)

E-mail (no será publicado)

Sitio Web

**COMENTARIOS**

[Enviar Comentario](#)



## REDES SOCIALES



## NOTAS DE PRENSA

Nota de prensa  
Jaca, 11 de septiembre de 2008  
Difusión inmediata

### La Asociación Ficticia estrena página web

La Asociación Ficticia tiene un nuevo espacio en Internet y su dirección es [www.asociacionficticia.org](http://www.asociacionficticia.org).

Con esta página se abre una nueva vía de información para dar a conocer el activismo mágico a la sociedad en general así como a aquellos voluntarios y voluntarias que pueden consultar a través de ella noticias sobre unicornios, enviar mensajes de ánimos a galgas y descargar superpoderes.

#### Más información

Pepita  
Irresponsable de comunicación  
Correo-e: [pepita@ficticia.org](mailto:pepita@ficticia.org)  
Móvil: 6 88 88 88 88

---

Asociación Ficticia  
[www.asociacionficticia.org](http://www.asociacionficticia.org)  
C/ Jardín Fluorescente, 10  
Tf: 966 77 88 99

# **Estrategias SEO**

Componentes SEO / Técnicas

**Análisis de  
competidores**

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### Análisis de competidores

#### Descripción:



Link Builders / marketers usan herramientas y búsquedas para encontrar cómo los competidores con mejores rankings han ganado sus links, luego intentan imitar sus estrategias y obtener links de esas fuentes

#### Ejemplo:

→ Usando Yahoo! Linkdomain, se puede identificar ejemplos de las mejores fuentes de links a la página de un competidor.

→ Usando Linkscape's Link Intersect Tool, se puede identificar un número de links desde blogs populares que tienen enlaces hacia múltiples competidores e invitar a sus redactores para que hagan una cobertura de evento o productos y servicios

#### Escalabilidad:

2/5 (Baja) ■■ □□□

Investigar e imitar el perfil de links de otro es tedioso (dependiendo de las estrategias empleadas)

#### Calidad de los links:

3/5 (Moderada) ■■■ □□

No hay una manera confiable de saber qué links valen la pena o no están transmitiendo valor

Fuente. Moz

# Estrategias SEO

## Componentes SEO / Técnicas

### KPI SEO

#### KPI de posicionamiento en buscadores

- **Ranking en buscadores.** Para el análisis de posiciones de palabras clave en distintos buscadores se usa la herramienta Rank Tracker (<http://seopowersuite.info/rank-tracker/>)
- **Número de palabras clave.** Para identificar el número de palabras clave se puede utilizar SEMRush (Análisis de dominio > Analíticas de palabras clave) o Google Search Console (Tráfico de búsqueda > Analítica de búsqueda)
- **Porcentaje de páginas indexadas.** Se hace uso del operador booleano “site:sitioweb.com” haciendo la consulta directamente en el buscador o desde Search Console (Índice de Google > Estado de indexación)
- **Enlaces entrantes.** Se pueden usar herramientas como Ahrefs, Search Search Console, Bing Webmaster Tools, Majestic, SEMRush, Sistrix, OpenSiteExplorer, OpenLinkProfiler, etc.

# Estrategias SEO

Componentes SEO / Técnicas

## KPI SEO

### KPI de tráfico y conversión web

- **Visitas por palabras clave.** Desde Google Analytics (Adquisición > Canales) segmentamos por tráfico orgánico y seleccionamos como dimensión secundaria “palabras clave”.
- **Tasa de conversión de tráfico orgánico.** En Google Analytics se accede a Conversiones > Objetivos > Visión general y se segmenta de nuevo por tráfico orgánico.

# Estrategias SEO

## Posicionamiento Externo | Lista Verificación “Enlaces entrantes”

- 1. Solicitar enlaces en nuestro entorno (contactos personales, clientes, distribuidores, proveedores, ferias, eventos, compañeros de trabajo, etc.)**
- 2. Dar de alta en directorios, sitios sociales y agregadores de noticias**
- 3. Crear contenidos y darles difusión en nuestros canales**
- 4. Crear y publicar notas de prensa con enlaces**
- 5. Mantener una relación fluida con blogueros y otras personas influyentes del sector, allí donde publican: blogs, redes sociales, entre otros.**
- 6. Buscar enlaces que tienen los competidores y tratar de conseguir enlaces en esas páginas también**
- 7. Buscar aquellos sitios que nos mencionan, pero no nos enlazan y contactar con ellos para solicitarles que lo hagan**
- 8. Hacer guest posting, es decir, escribir posts o artículos en otros sitios web en los cuales se incluya nuestra dirección web.**
- 9. Realizar eventos online o eventos patrocinados.**
- 10. Presentar el sitio web a concursos (por ejemplo a los mejores blogs)**

# Estrategia SEM



# Estrategias SEM

**Conceptos previos  
de Google Adwords**

**Qué es Google Adwords**  
**Beneficios**  
**Formatos publicitarios**  
**Conceptos básicos**  
**Objetivos en Adwords**  
**Definir público objetivo**  
**Estructura de la cuenta**  
**Campañas**  
**Anuncios de texto**  
**Políticas de anuncios**  
**Concordancia**  
**Palabras negativas**  
**Nivel de calidad**  
**Ranking del anuncio**

# Estrategias SEM



<https://www.youtube.com/watch?v=o6GnqSSG9y4&feature=youtu.be>

# Estrategias SEM

## ¿Qué es Google Adwords?



**AdWords** es el programa de publicidad online de Google, que nos permite llegar a nuevos clientes.

“ Con AdWords llegamos a nuestro público objetivo justo en el momento que necesita de nuestros productos o servicios ”

# Estrategias SEM

## Beneficios

### Ventajas de Google Adwords



- Es rápido, efectivo y económico.
- Pago por Clic (CPC) o Pago por Mil (CPM).
- Puedes decidir quienes quieres que te vean. Por ejemplo: Por radio de km.  
(Ciudades, Distritos y zonas)
- Los anuncios no son estáticos.
- Relevancia: los clientes potenciales buscan tu producto incentivando el ciclo de compra.
- Se puede obtener el máximo retorno de inversión
- Google es el buscador con mayor número de búsquedas



# Estrategias SEM

## Formatos Publicitarios

Google alojamiento web

Todo Imágenes Noticias Maps Vídeos Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 2.880.000 resultados (0,39 segundos)

**Alojamiento Web 0,75€ - El hosting más completo.**  
**Anuncio** [www.piensasolutions.com/Hosting/Mejores\\_precios](http://www.piensasolutions.com/Hosting/Mejores_precios)  
 Transferencia ilimitada, Wpress, SSD, Application Pack, Soporte. ¡Compruébalo!  
 Garantía de 30 días - WPress, Joomla o Drupal - Calidad al Mejor Precio

**Hosting ilimitado Gratis - hostalia.com**  
**Anuncio** [www.hostalia.com/](http://www.hostalia.com/)  
 ¡Oferta Exclusiva de 12 Meses a 0€! Con Dominio y Correo Incluido.  
 Obtén Máximo Rendimiento - Aloja Webs sin Límites - Oferta 12 Meses por \*0€\*  
 Servicios: Datacenter en España, Con Apps Autoinstables, Hosting Multidominio, Correo Flexible  
 Dominios .COM y .ES 0,29€ - Hosting ilimitado Gratis - Crea Tu Propia Página Web

**Oferta 50% en Alojamiento Web - Espacio y Tráfico ilimitado - arsys.es**  
**Anuncio** [www.arsys.es/alojamiento/web](http://www.arsys.es/alojamiento/web)  
 Con Correo, BBDD, SSD, SSL y todos los servicios y Apps que quieras para tu Web.  
 Linux y Windows - Soporte en Español - Tecnología SSD  
 A tu servicio las 24h - Gestiona múltiples sites - Crea tu propia web

**Web Apps Hosting - amazon.com**  
**Anuncio** [aws.amazon.com/webapps](http://aws.amazon.com/webapps)  
 AWS ofrece una solución de bajo coste para sitios web. ¡Pruébela!  
 Named as a leader in the IaaS Magic Quadrant – Gartner, Inc.  
 Informática de nube - Cómo empezar - Comp. de costes con AWS - Capa gratuita de AWS

**Hosting | Alojamiento web barato y profesional | 1&1**  
<https://www.1and1.es/alojamiento-web>  
 Hosting barato ✓ Alojamiento web profesional ✓ Hosting para tu pagina web ✓ Máximo rendimiento para proyectos de hospedaje.

**Alojamiento web al mejor precio - DonDominio**  
<https://www.dondominio.com/products/services/>  
 Planes de alojamiento web para cada tipo de página, con cuentas de correo, soporte para PHP y MySQL, etc.

La confianza del consumidor en EEUU, en máximos de cinco años

De Guindos dice no ha recibido "la más mínima presión" sobre eventual rescate

Más noticias de mercados

Publicidad

**II MN Instituto Internacional de Marketing**

¿Quieres ser experto en Marketing Digital?

**Inicio Octubre**

YouTube Twitter LinkedIn Facebook

**Másters / Cursos** **¡infórmate!**  
 Presencial / Online

PROSEGUR	18/10/12	0,03
ALBA	30/10/12	0,50
E.ON	06/05/13	1,10

Resultados Publicados >

Empresa	Periodo	Beneficio	Dif (%)
GOWEX	2T12	5,5	70,0
GENERAL ALQUILER DE MAQUINARIA	2T12	-57,6	-36,9
FUNESPAÑA	2T12	3,0	--

Recomendaciones del Día >

**Almirall** **MAPFRE**

**ALMIRALL**  
 Exane sube precio objetivo un 10% y mantiene consejo en sobreponderar

**MAPFRE**  
 Bankia Bolsa mejora consejo a comprar

YouTube viajes

Aproximadamente 702.000 resultados

**Maravillosa China**  
 de Logitravel  
 103.214 visualizaciones  
 ¿Quién no ha imaginado alguna vez conocer China? Llegó el momento.

**Leo Harlem: Blog de viajes para fardar - El Club de la Comedia**  
 de TopTrendingVideos  
 Hace 1 mes - 676.911 visualizaciones  
 Suscríbete a nuestro canal. [http://www.youtube.com/user/toprendingvideo?sub\\_confirm=1](http://www.youtube.com/user/toprendingvideo?sub_confirm=1). Leo Harlem regresa al Club de la ...

**El video que cambiará tu forma de ver los viajes. AXM**  
 de alainemundo  
 Hace 2 años - 157.118 visualizaciones  
 De esto se trata la vida, de esto se trata viajar. This is what life is about, this is what travel is about. Music: M83 - Echoes of mine ...

**Gmail**  
 REDACTAR  
 Recibidos (58)  
 Importante  
 Chats

Principal Social Promociones

Self Bank **Anuncio** 1.800 Fondos te esperan - Elige entre más de 1.800 fondos y Sin Pagar Comisiones por Operar Ni por Custodia.

Catawiki **Anuncio** Subastas online - Subastas semanales de piezas únicas, relojes, coches clásicos, libros, monedas y mucho m...

# Estrategias SEM

## Conceptos básicos

**Palabra Clave:** Términos o frases que desee que hagan aparecer su anuncio.

**Ubicación:** Sitio web en el que le gustaría que apareciera su anuncio.

**Campaña / Grupo de anuncios:** Cada campaña contiene uno o más grupos de anuncios, que son conjuntos de anuncios, palabras clave y ubicaciones relacionadas. (Agrupar por temas).

**Impresiones (Impr.):** Número de veces que un anuncio aparece en Google o en la red de Google.

**Clic:** Número de personas que han accedido a su sitio web desde su anuncio.

# Estrategias SEM

## Conceptos básicos

**Porcentaje de clics (CTR):** Número de clics que recibe un anuncio/número de impresiones x 100.

**Coste por clic (CPC):** AdWords le cobra por cada uno de los clics que reciben sus anuncios.

**Coste por cada mil impresiones (CPM):** El CPM máximo es la cantidad máxima que está dispuesto a pagar por cada mil impresiones o visualizaciones de su anuncio. (Solo están disponibles para campañas orientadas a la Red de Display).

**Nivel de Calidad:** Base para medir la calidad de una palabra clave y un anuncio. Cuanto más elevado sea el nivel de calidad, menor será el precio que pagará por cada clic.

**Conversiones:** Se produce cuando alguien hace clic en su anuncio y, luego, realiza una acción que usted definió como valiosa para su empresa, como realizar una compra en línea o llamar a su empresa desde un celular.

# Estrategias SEM

## Objetivos en Adwords

- Lo primero que hay que tener en cuenta al hacer una campaña de AdWords son los objetivos de esta.
  - **¿Qué queremos conseguir con la campaña?**
  - **¿Quién es nuestro mercado objetivo?**
- Con base en nuestro objetivo vamos a configurar las diferentes opciones de la campaña.
- Cada campaña debe de tener solo un objetivo.

### **Respuesta directa (CPC)**

- Que el usuario realice una acción (conversión)
  - Realizar una compra
  - Registrarse en un boletín de noticias
  - Solicitar un presupuesto

### **Branding (CPM)**

- Incrementar la presencia y la visibilidad de su producto, servicio o causa.
  - colocar los anuncios a la vista del mayor número de usuarios posible que forme parte del público objetivo.

# Estrategias SEM

## Objetivos en Adwords

- Buscamos mejorar nuestra **imagen de marca** o dar a conocer **un nuevo producto** o servicio? Por ejemplo, si contamos con un portal corporativo o que informa de un nuevo producto que se vende *offline*.
- ¿Queremos **incrementar el tráfico** hacia el portal, conseguir clics, aunque estos no sean muy cualificados?
- ¿Nos interesa conseguir **leads cualificados**, contactos, llamadas, solicitudes de presupuesto?
- ¿Vendemos online y **buscamos rentabilidad** y que nos compren?
- Otros objetivos, como resolución de incidencias online, conocer las preferencias de los usuarios...

# Estrategias SEM

## Definir Público Objetivo (PO)

- ¿Dónde se encuentra ubicado nuestro PO? ¿Todo el mundo, un país, una región, una ciudad?
  - ¿Qué idioma habla o usa nuestro PO? Es importante que los anuncios se escriban en el idioma en que está el portal.
  - Criterios demográficos, como sexo y edad (no para el buscador, pero sí para las campañas de display).
  - Horario. ¿A qué hora me buscan mis potenciales clientes, horario laboral, fines de semana, por las tardes?
  - Dispositivos. ¿Desde dónde se conecta nuestro PO, un ordenador, tableta, smartphone?
- ¿Nuestra página se ve bien en un móvil, está adaptada?

# Estrategias SEM

## Estructura de una Cuenta



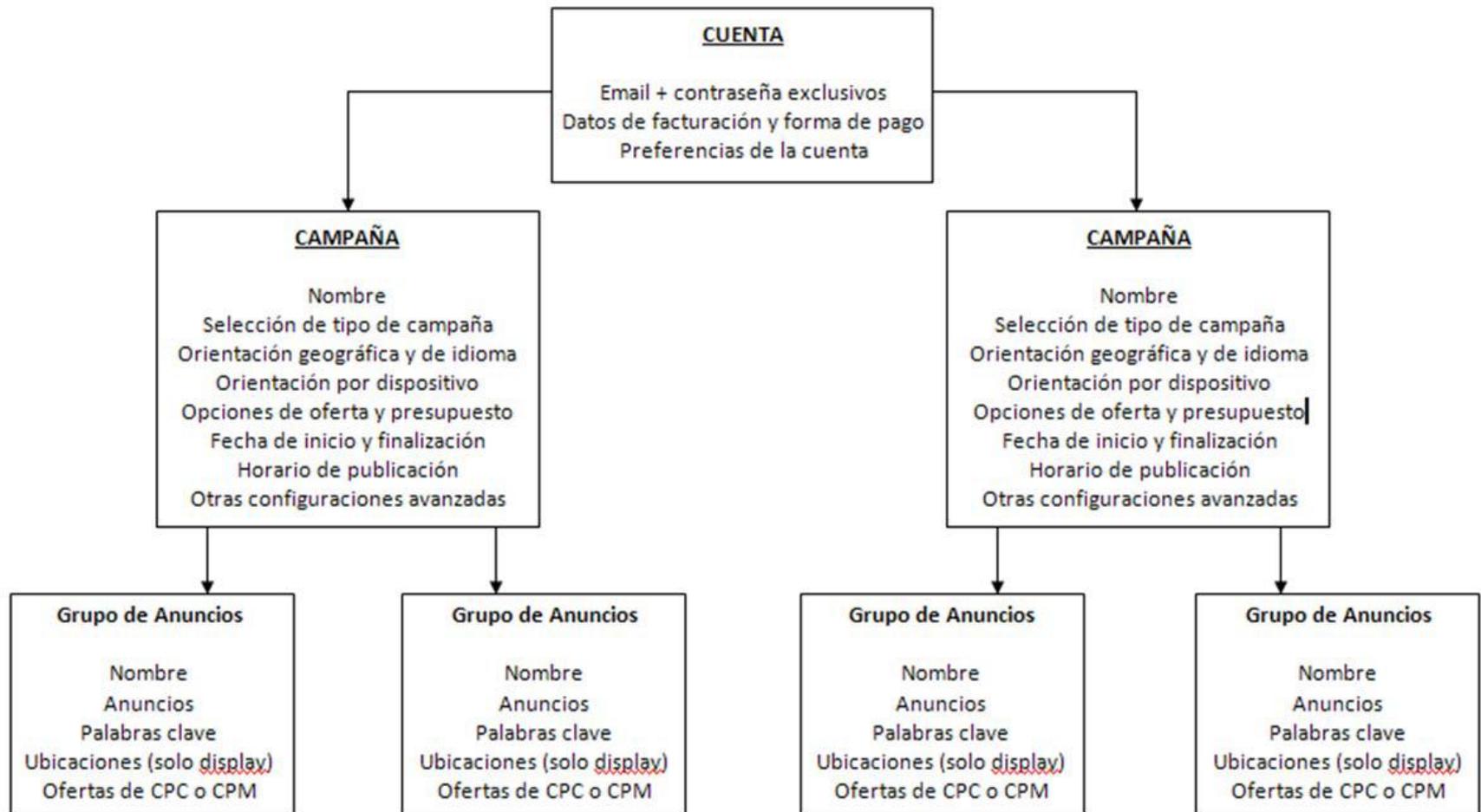
# Estrategias SEM

## Estructura de una Cuenta



# Estrategias SEM

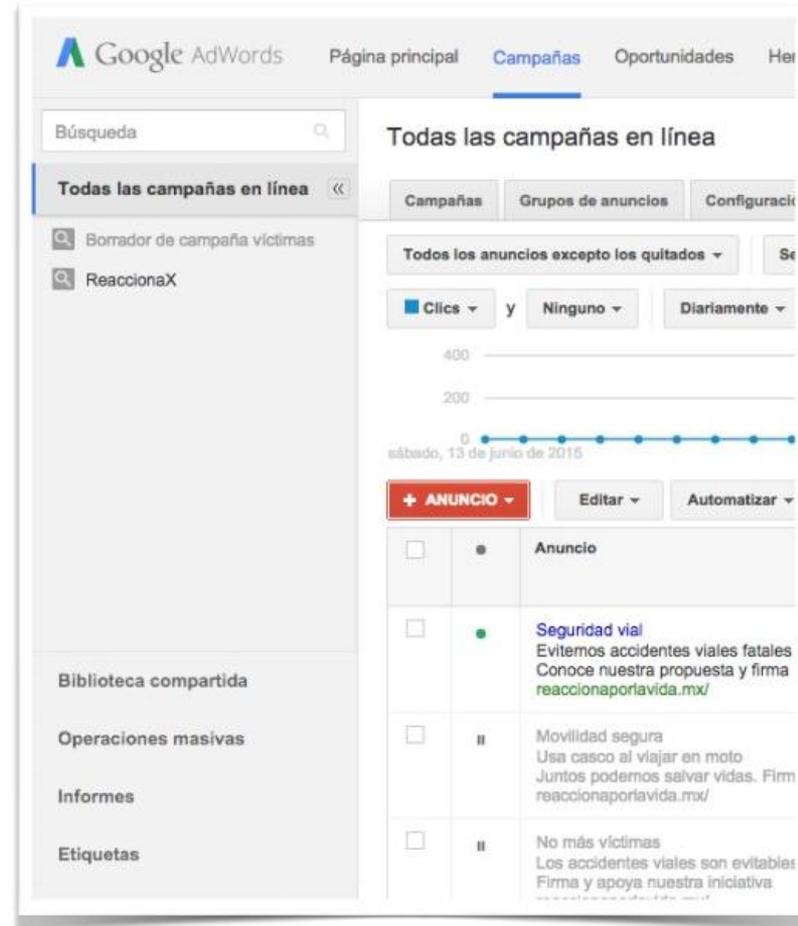
## Estructura de una Cuenta



# Estrategias SEM

## Campañas

- Es recomendable organizar las campañas por:
  - Tema o línea de producto
  - Estructura del sitio web
  - Diferentes marcas
  - Puntos geográficos
  - Idioma
  - Preferencias de distribución
  - Presupuestos



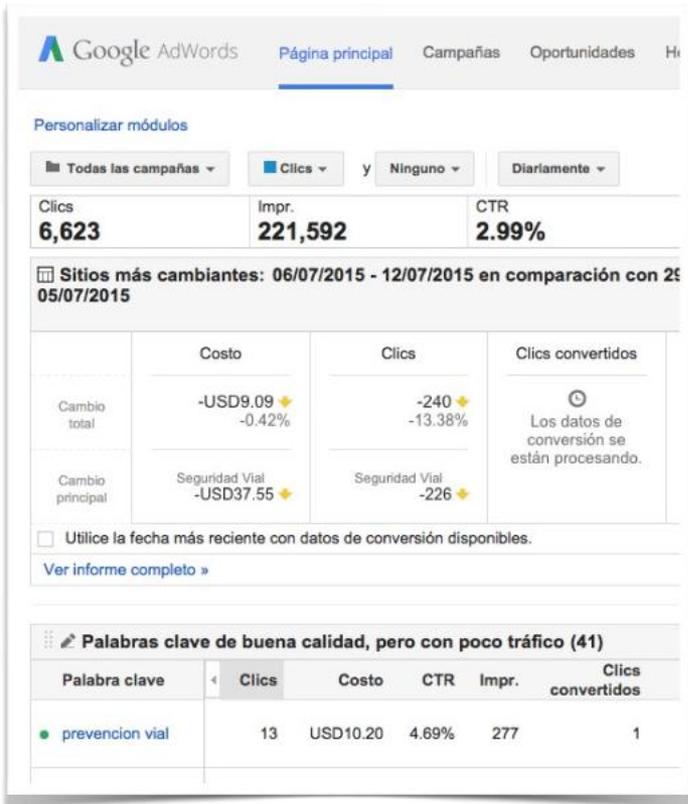
The screenshot displays the Google AdWords 'Campañas' (Campaigns) page. The interface includes a search bar, navigation tabs for 'Campañas', 'Grupos de anuncios', and 'Configuración', and a filter dropdown set to 'Todos los anuncios excepto los quitados'. A chart shows performance for 'sábado, 13 de junio de 2015' with metrics for 'Clics' and 'Ninguno'. Below the chart are buttons for '+ ANUNCIO', 'Editar', and 'Automatizar'. A table lists active campaigns:

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Anuncio
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<b>Seguridad vial</b> Evitemos accidentes viales fatales Conoce nuestra propuesta y firma <a href="http://reaccionaporlavida.mx/">reaccionaporlavida.mx/</a>
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<b>Movilidad segura</b> Usa casco al viajar en moto Juntos podemos salvar vidas. Firm <a href="http://reaccionaporlavida.mx/">reaccionaporlavida.mx/</a>
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<b>No más víctimas</b> Los accidentes viales son evitables Firma y apoya nuestra iniciativa <a href="http://reaccionaporlavida.mx/">reaccionaporlavida.mx/</a>

# Estrategias SEM

## Campañas

- Las campañas de AdWords pueden tener diferentes estados:
- **Apta:** se publica con normalidad
- **Detenida:** suspendida temporalmente
- **Eliminada**
- **Pendiente:** todavía no empieza a publicarse
- **Finalizada:** ha llegado a su fecha de finalización, ya no se publica mas



Google AdWords

Página principal Campañas Oportunidades

Personalizar módulos

Todas las campañas Clics y Ninguno Diariamente

Clics: 6,623   Impr.: 221,592   CTR: 2.99%

Sitios más cambiantes: 06/07/2015 - 12/07/2015 en comparación con 25/05/07/2015

	Costo	Clics	Clics convertidos
Cambio total	-USD9.09 -0.42%	-240 -13.38%	Los datos de conversión se están procesando.
Cambio principal	Seguridad Vial -USD37.55	Seguridad Vial -226	

Utilice la fecha más reciente con datos de conversión disponibles.

[Ver informe completo »](#)

Palabras clave de buena calidad, pero con poco tráfico (41)

Palabra clave	Clics	Costo	CTR	Impr.	Clics convertidos
prevencion vial	13	USD10.20	4.69%	277	1

# Estrategias SEM

## Anuncios de Texto

**Hotel Rural en Cuenca** - [hospederiaballesteros.com](http://hospederiaballesteros.com)

**Anuncio** [www.hospederiaballesteros.com/](http://www.hospederiaballesteros.com/)

Ideal Para Parejas. Con Jacuzzi, Aceptamos Mascotas ¡Reserva Ya!

[Escapada Romántica](#) - [Tarifas](#) - [Cómo llegar](#)

📍 Aldea de ballesteros, s/n, Villar de Olalla - 628 32 58 96

- Deben Representar con claridad y precisión su sitio
- Destacar las ventajas exclusivas del producto o servicio para crear un anuncio atractivo.
- Mencionar precios y promociones
- Utilice frases interactivas contundentes
- Incluya una de las palabras clave en el texto del anuncio

# Estrategias SEM

## Anuncio de Texto

CABECERA Max. 25 caracteres	<a href="#">Portátiles baratos</a>
PRIMERA LÍNEA DESCRIPTIVA Max. 35 caracteres	Modelos en Excelente Estado
SEGUNDA LÍNEA DESCRIPTIVA Max. 35 caracteres	Descargue nuestro catálogo
URL VISIBLE Max. 35 caracteres	<a href="#">DistribuidoraAcme.com</a>
URL DE DESTINO Max. 1024 caracteres	<a href="http://distribuidoraacme.com/producto/landin">http://distribuidoraacme.com/producto/landin</a>

# Estrategias SEM

## Política de anuncios

### Portátiles usados

Todos los modelos en Excelente Estado  
Descargue Gratis Catálogo!

[DistribuidoraAcme.com](#)



### P0rt4til3s us4d0s

Todos los modelos en Excelente Estado  
Descargue Gratis Catálogo!

[DistribuidoraAcme.com](#)



### PORTÁTILES PORTÁTILES!!

Todos los modelos en Excelente Estado  
Descargue Gratis Catálogo!

[DistribuidoraAcme.com](#)



### Los mejores portátiles!

Todos los modelos en Excelente Estado  
Descargue Gratis Catálogo!

[DistribuidoraAcme.com](#)



### Portátiles us4dos

Todos los modelos en Excelente Estado  
Descargue Gratis Catálogo!

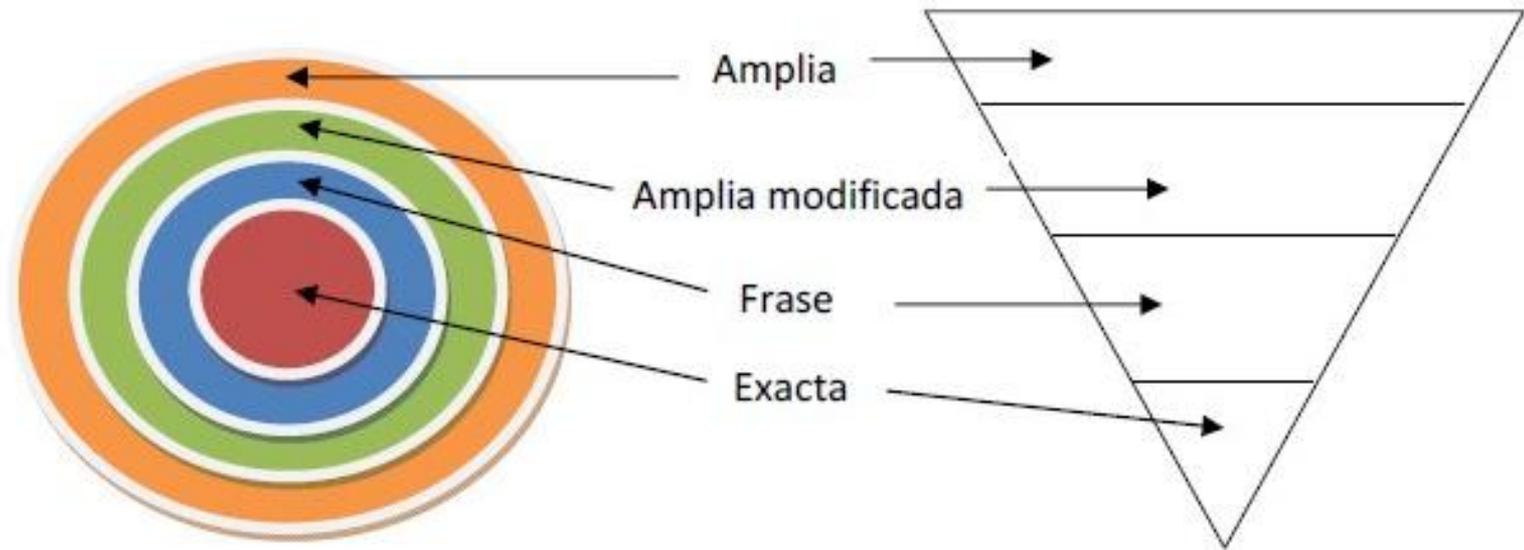
[DistribuidoraAcme.com](#)



No se permite usar números o signos para reemplazar letras, no repetición de mayúsculas, no espaciado excesivo, no lenguaje ofensivo, no expresiones “haga clic aquí”, “el mejor de los servicios”, etc.

# Estrategias SEM

## Concordancia



# Estrategias SEM

## Concordancia

Tipo de concordancia	Símbolo especial	Ejemplo de palabra clave	Los anuncios pueden aparecer en los resultados de búsqueda de estas consultas	Búsquedas de ejemplo
Concordancia amplia	ninguna	zapatos de mujer	sinónimos, búsquedas relacionadas y otras variaciones relevantes	<i>comprar zapatos de señora</i>
Concordancia amplia modificada	+palabra clave	+zapatos de mujer	contienen el término modificado (o ligeras variaciones, pero no sinónimos), en cualquier orden	<i>zapatos de mujer, zapato de mujer, zapatos mujer, zapatos para mujer</i>
Concordancia de frase	"palabra clave"	"zapatos de mujer"	frases y ligeras variaciones de esa frase	<i>comprar zapatos de mujer, venta de zapatos de mujer</i>
Concordancia exacta	[palabra clave]	[zapatos de mujer]	término exacto y ligeras variaciones de dicho término exacto	<i>zapatos de mujer</i>
Concordancia negativa	-palabra clave	-baratos	no contienen el término	<i>zapatos de mujer baratos (no activaría anuncios)</i>

# Estrategias SEM

## Concordancia

### Concordancia amplia:

zapatos de mujer

*zapatos de mujer*  
*zapatos para mujer*  
*zapatillas femeninas*  
*calzado para mujer*  
*zapatillas talla 38 para chica*  
*botas femeninas*  
*mujeres con zapatos*  
*zpatos mujer*  
*zapatos de señora*  
*fotos zapatos mujer*

### Concordancia amplia modificada:

+ zapatos de +mujer

*zapatos de mujer*  
*zapatos para mujer*  
*mujer que tipo de zapatos comprar*  
*zpatos mujer*  
*mujeres con zapatos*

*Por el contrario, no se activarán estas búsquedas:*

*zapatillas talla 38 para chica*  
*zapatos de señora*  
*zapatillas femeninas*  
*calzado para mujer*  
*botas femeninas*

### Concordancia exacta:

[Zapatos de mujer]

*zapatos de mujer (búsqueda exacta)*  
*zapato de mujer (ligera variación)*  
*zapapos de mujer (ligera variación)*

### Concordancia de frase:

“zapatos de mujer”

*zapatos de mujer*  
*comprar zapatos de mujer*  
*zapatos de mujer rojos*

*Por el contrario, no se activarán estas búsquedas:*

*zapatos para mujer*  
*zapatillas talla 38 para chica*  
*zpatos mujer*  
*zapatos de señora*  
*mujeres con zapatos*  
*zapatillas femeninas*  
*calzado para mujer*  
*botas femeninas*  
*mujer que tipo de zapatos comprar*

# Estrategias SEM

## Palabras negativas

*Ejemplo 1. -baratos bloquearía las siguientes búsquedas:*

*zapatos de mujer **baratos***

*zapatos **baratos** de mujer*

***NO** bloquearía:*

*zapatos de mujer económicos (no aplica a sinónimos)*

*zapatos mujer precio barato (aparece en singular pero la hemos definido en plural)*

# Estrategias SEM

## Nivel de calidad



### Nivel de calidad Más información

1/10

Porcentaje de clics esperado: **Inferior a la media**  
Relevancia del anuncio: **Inferior a la media**  
Experiencia de la página de destino: **Inferior a la media**

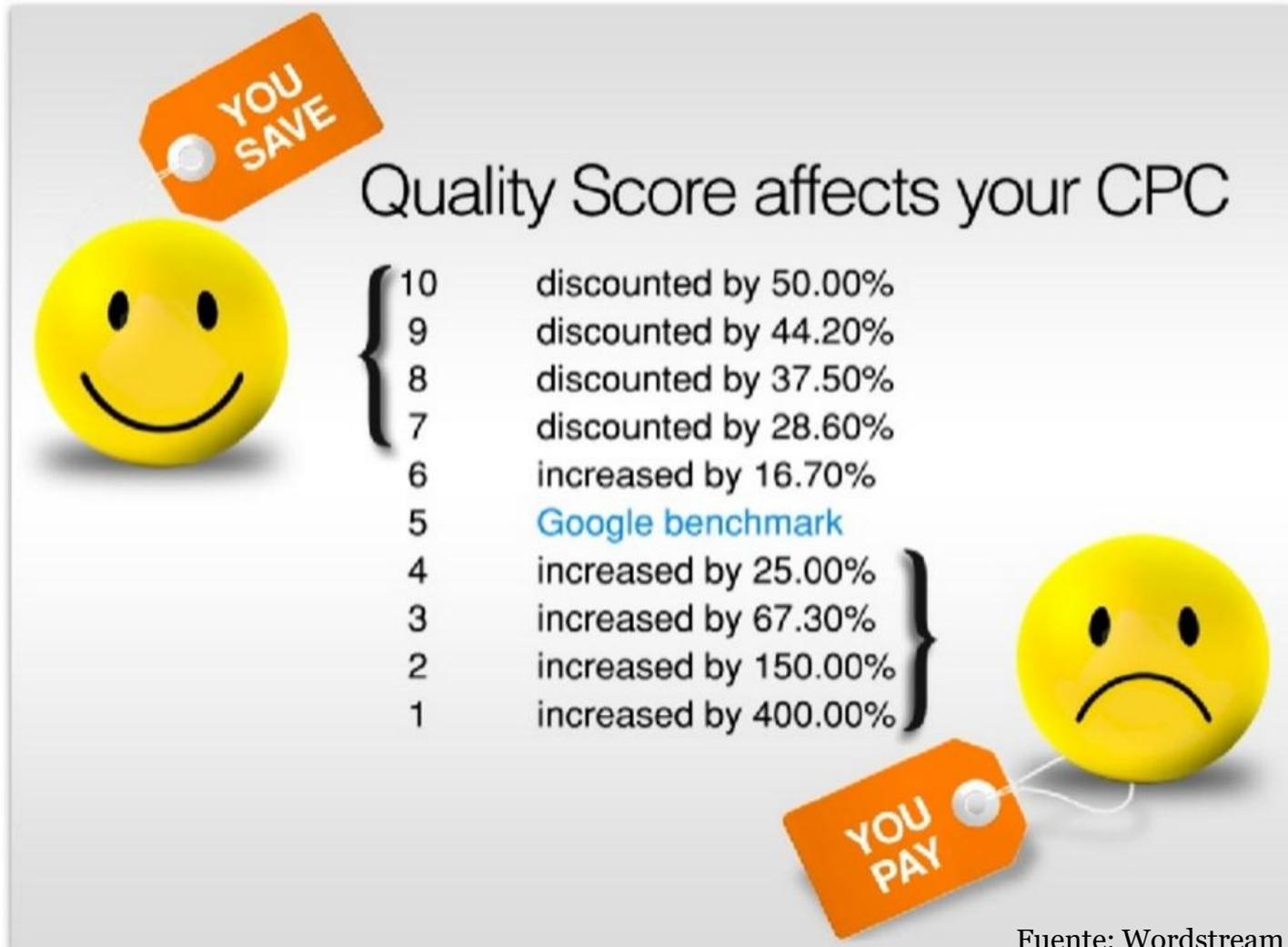
### Nivel de calidad Más información

10/10

Porcentaje de clics esperado: **Superior a la media**  
Relevancia del anuncio: **Media**  
Experiencia de la página de destino: **Superior a la media**

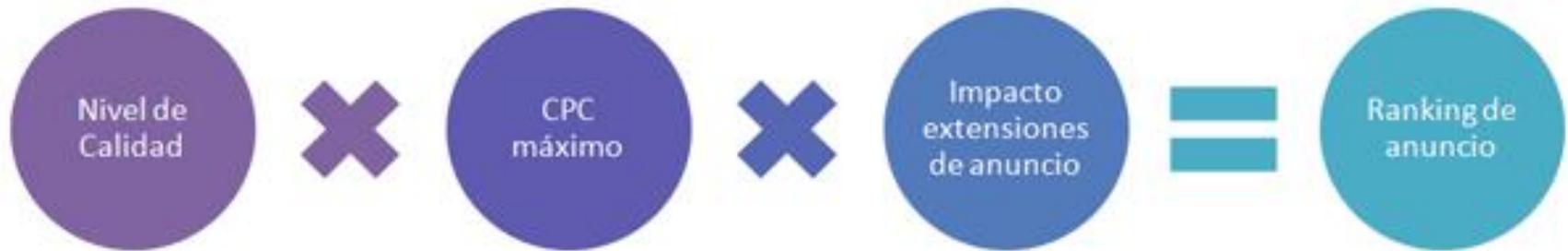
# Estrategias SEM

## Nivel de calidad



# Estrategias SEM

## Ranking del anuncio



		CPC Máximo	Nivel de calidad	=	Ranking
1 posición	➔	Anunciante 1	2,00 €	10	20
2 posición	➔	Anunciante 2	3,00 €	6	18
3 posición	➔	Anunciante 3	4,00 €	4	16

# Estrategias SEM

**Preparación Campaña  
en Google Adwords**

**Creación de una cuenta  
Análisis palabras clave  
Creación campaña  
Crear anuncios  
Palabras clave**

# Estrategias SEM

## Creación de la Cuenta

The image shows a screenshot of the Google AdWords website. At the top left is the Google AdWords logo. At the top right is a link that says "¿Ya eres cliente de Google AdWords? Inicia sesión". Below the logo is a navigation menu with the following items: "Visión general", "Ventajas", "Cómo funciona", "Costes", and "Empezar". The main content area is divided into two columns. The left column has the heading "Publica tu anuncio en Google hoy mismo" and a paragraph of text: "Los clientes verán tu anuncio justo en el momento en que busquen en Google los productos o servicios que ofreces. Y solo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio para visitar tu sitio web o cuando alguien te llame." Below this text is a blue button labeled "Empezar ahora", which is highlighted with a red rectangular border. A red arrow points from the "Empezar ahora" button to the right column. The right column shows a simulated search results page for the query "café recién hecho cerca de la estación de Mon". The search results include a snippet for "Café recién hecho" with a yellow "Anuncio" (Advertisement) label and the URL "cafe-ejemplo-negocio.es". Below the snippet is a short description: "Disfruta del café de antaño. La forma perfecta de empez".

Google AdWords

¿Ya eres cliente de Google AdWords? Inicia sesión

Visión general Ventajas Cómo funciona Costes Empezar

### Publica tu anuncio en Google hoy mismo

Los clientes verán tu anuncio justo en el momento en que busquen en Google los productos o servicios que ofreces. Y solo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio para visitar tu sitio web o cuando alguien te llame.

[Empezar ahora](#)

Google café recién hecho cerca de la estación de Mon

Café recién hecho

**Anuncio** cafe-ejemplo-negocio.es

Disfruta del café de antaño. La forma perfecta de empez

# Estrategias SEM

## Creación de la Cuenta

The image shows a screenshot of the Google AdWords website. At the top left is the Google AdWords logo. At the top right is a link that says "¿Ya eres cliente de Google AdWords? Inicia sesión". Below the logo is a navigation menu with the following items: "Visión general", "Ventajas", "Cómo funciona", "Costes", and "Empezar". The main content area is divided into two columns. The left column has the heading "Publica tu anuncio en Google hoy mismo" and a paragraph of text: "Los clientes verán tu anuncio justo en el momento en que busquen en Google los productos o servicios que ofreces. Y solo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio para visitar tu sitio web o cuando alguien te llame." Below this text is a blue button labeled "Empezar ahora", which is highlighted with a red rectangular border. A red arrow points from the "Empezar ahora" button towards the right column. The right column shows a simulated search results page for the query "café recién hecho cerca de la estación de Mon". The search results include a snippet for "Café recién hecho" with a yellow "Anuncio" (Advertisement) label and the URL "cafe-ejemplo-negocio.es". Below the snippet is a short description: "Disfruta del café de antaño. La forma perfecta de empez..."

Google AdWords

¿Ya eres cliente de Google AdWords? Inicia sesión

Visión general Ventajas Cómo funciona Costes Empezar

### Publica tu anuncio en Google hoy mismo

Los clientes verán tu anuncio justo en el momento en que busquen en Google los productos o servicios que ofreces. Y solo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio para visitar tu sitio web o cuando alguien te llame.

[Empezar ahora](#)

Google café recién hecho cerca de la estación de Mon

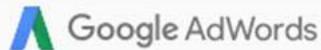
Café recién hecho

**Anuncio** cafe-ejemplo-negocio.es

Disfruta del café de antaño. La forma perfecta de empez...

# Estrategias SEM

## Creación de la Cuenta



Bienvenido a Google AdWords.

Le ayudaremos a registrarse y a ~~empieza a anunciarse~~ ~~siguiendo unos sencillos pasos.~~  
¿Ya es un usuario experto de AdWords? [Omitir las instrucciones de configuración](#)

¿Cuál es su dirección de correo electrónico?

correo@example.com

¿Cuál es su sitio web?

www.example.com/libros

- Sí, deseo recibir recomendaciones y consejos personalizados para mejorar el rendimiento de mis anuncios.
- No, no deseo recibir recomendaciones ni consejos personalizados para mejorar el rendimiento de mis anuncios.



IMPRESINDIBLE PULSAR AQUÍ PARA EVITAR TENER QUE CREAR UNA CAMPAÑA E INTRODUCIR DATOS DE PAGO

EN CASO CONTRARIO NO HAY VUELTA ATRÁS



Empiece a anunciarse en Google en pocos pasos.

# Estrategias SEM

## Creación de la Cuenta

Google AdWords

Página principal **Campañas** Oportunidades Informes Herramientas

Búsqueda

Todas las campañas

Todas las campañas

- NI\_B\_USA
- NI-MF\_B\_USA

ZONA A

Todas las campañas excepto las retiradas

Segmento Filtro Columnas

Buscar campañas

Clics VS Ninguno Diariamente

ZONA C

	Editar	Más información	Estrategia de puja	Automatizar	Etiquetas							
						Clics	Impr.	CTR	CPC medio	Coste		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1.101	40.473	2,72 %	2,20 €	2.417,70 €		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	0	134	0,00 %	0,00 €	0,00 €		
Total: todas las campañas excepto las retiradas						1.101	40.607	2,71 %	2,20 €	2.417,70 €		
Total: búsqueda						1.101	40.607	2,71 %	2,20 €	2.417,70 €		

ZONA D

ZONA E

# Estrategias SEM

## Análisis palabras clave

curso lenguaje de signos, juegos para sordos, audífonos widex, audífonos, phonax, blog sordos

Planificador de Palabras Clave [Buscar palabras clave](#) [Revisar plan](#)

Segmentación [?](#)

- España
- Todos los idiomas
- Google
- Palabras clave negativas

Periodo [?](#)

- Mostrar la media de búsquedas mensuales para: últimos 12 meses

Personalizar la búsqueda [?](#)

- Filtros de palabras clave
- Opciones de palabra clave
  - Mostrar solo ideas directamente relacionadas
  - Ocultar palabras clave en mi cuenta
  - Ocultar palabras clave en mi plan
- Palabras clave a incluir

Su producto o servicio

curso lenguaje de signos, juegos para sordos, audífonos widex, audífonos phonak, blog sordos

Obtener ideas

Modificar búsqueda

Promedio de búsquedas mensuales de todas las ideas.

**1 K – 10 K**

Ideas para el grupo de anuncios

Ideas para palabras clave

Columnas

Descargar

Añadir las todas (32)

Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales <a href="#">?</a>	Competencia <a href="#">?</a>	Puja sugerida <a href="#">?</a>	Posic. media orgánica <a href="#">?</a>	Porcentaje de impr. orgánico <a href="#">?</a>	Cuota de impresiones del anuncio <a href="#">?</a>	Añadir al plan
curso lenguaje de signos	100 – 1 K	Media	0,54 €	–	–	–	»
juegos para sordos	100 – 1 K	Baja	2,25 €	–	–	–	»
audífonos widex	100 – 1 K	Alta	0,57 €	–	–	–	»
audífonos phonak	100 – 1 K	Media	0,74 €	–	–	–	»
blog sordos	100 – 1 K	Baja	1,97 €	–	–	–	»

# Estrategias SEM

## Análisis palabras clave

curso lenguaje de signos, juegos para sordos, audífonos widex, audífonos, phonax, blog sordos

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave		todas (32)	
Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales ?	Competencia ?	Puja sugerida ?	Añadir al plan	
audífonos widex	100 – 1 K	Alta	0,57 €	✓	
curso lenguaje de signos	100 – 1 K	Media	0,54 €	✓	
audífonos phonak	100 – 1 K	Media	0,74 €	✓	
juegos para sordos	100 – 1 K	Baja	2,25 €	✓	
blog sordos	100 – 1 K	Baja	1,97 €	✓	

### Su plan

Guardado hasta 21/6/2017

Puja ?

0,50 €

Previsiones mensuales  
(Palabras clave nuevas ▾)

1,17 K – 1,43 K Clics

501 € – 612 € Coste

Grupos de  
anuncios: 1

Mis Ideas De Palabras Cl...

Revisar plan



Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales ?	Competencia ?	Puja sugerida ?	Añadir al plan
curso de lenguaje de signos	100 – 1 K	Media	0,72 €	»
curso lenguaje de signos online	100 – 1 K	Media	0,99 €	»
juegos para niños sordos	10 – 100	Baja	1,00 €	»

# Estrategias SEM

## Análisis palabras clave



# Estrategias SEM

## Análisis palabras clave

España / Todos los idiomas / Google / Palabras clave negativas:

Grupo de anuncios | Palabra clave | Dispositivo | Ubicación: Provincia

Previsiones mensuales | Calidad: ■ ■ ■

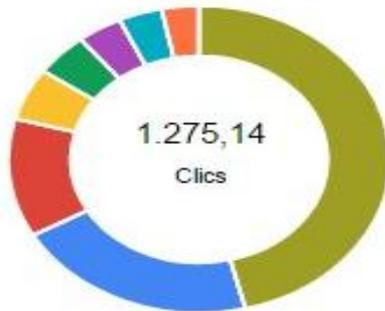
Clics  
1,17 K – 1,43 K

Impresiones  
35,2 K – 43 K

Coste  
501 € – 612 €

Todas las conv.  
–

Posic. media  
2,16 – 2,64



Madrid, Comunidad de Madrid, España	20,7% (263,76)
Barcelona, Cataluña, España	12,5% (159,14)
Valencia, Comunidad Valenciana, España	5,5% (70,13)
Sevilla, Andalucía, España	4,5% (57,94)
Murcia, Región de Murcia, España	3,8% (48,90)
Vizcaya, País Vasco, España	3,7% (46,97)
Alicante, Comunidad Valenciana, España	3,2% (40,38)
Otras provincias	46,1% (587,92)

Ubicación	Clics ↓	Impr.	Coste	CTR	CPC medio	Posic. media
Madrid, Comunidad de Madrid, España	263,76	8.024,93	112,85 €	3,3%	0,43 €	2,70
Barcelona, Cataluña, España	159,14	4.507,15	68,88 €	3,5%	0,43 €	2,93
Valencia, Comunidad Valenciana, España	70,13	1.722,25	29,37 €	4,1%	0,42 €	2,22
Sevilla, Andalucía, España	57,94	2.134,49	24,62 €	2,7%	0,43 €	2,22

# Estrategias SEM

## Análisis palabras clave

<input type="checkbox"/> Palabra clave	Grupo de anuncios	CPC máx.	Clics	Impr.	Coste	CTR	CPC medio	Posic. media
<input type="checkbox"/> audifonos phonak	Mis Ideas De Palabras Clave	0,50 €	73,62	2.116,16	29,25 €	3,5%	0,40 €	2,97
<input type="checkbox"/> audifonos widex	Mis Ideas De Palabras Clave	0,50 €	187,26	4.021,63	72,26 €	4,7%	0,39 €	2,53
<input type="checkbox"/> blog sordos	Mis Ideas De Palabras Clave	0,50 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–	–
<input type="checkbox"/> curso lenguaje de signos	Mis Ideas De Palabras Clave	0,50 €	1.034,43	32.722,67	453,66 €	3,2%	0,44 €	2,33
<input type="checkbox"/> juegos para sordos	Mis Ideas De Palabras Clave	0,50 €	3,16	238,18	1,03 €	1,3%	0,33 €	1,62
<b>Total</b>			<b>1.298,48</b>	<b>39.098,64</b>	<b>556,20 €</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,43 €</b>	<b>2,38</b>

# Estrategias SEM

## Crear campaña

+ CAMPAÑA ▾ Editar ▾ Más información ▾ Estrategia de puja ▾

- Búsqueda con selección de Display**  
La mejor oportunidad para llegar a la mayor cantidad posible de clientes
- Solo para la Red de Búsqueda**  
Búsqueda de Google y socios de búsqueda
- Solo para la Red de Display**  
Red de Google de sitios web de socios
- Shopping**  
La mejor forma de crear anuncios de Shopping
- Video**  
Anuncios de vídeo en YouTube y en la web

Red de búsqueda de Google <sup>?</sup>  
 Incluir partners de búsqueda

Dispositivos <sup>?</sup> Los anuncios se mostrarán de manera predeterminada en todos los dispositivos aptos.

Ubicaciones <sup>?</sup> ¿A qué ubicaciones desea segmentar (o excluir) su campaña?  
 Todos los países y territorios  
 España  
 Quiero seleccionarlos yo mismo...

Segmentación geográfica	Cobertura <sup>?</sup>	Eliminar todo
España - país	36.100.000	Quitar   Cercanas

Escriba una ubicación para orientar o excluir [Búsqueda avanzada](#)  
Por ejemplo, un país, una ciudad, una región o un código postal

**Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Todas las funciones**

Nombre de la campaña

Tipo <sup>?</sup>

- Estándar** - Anuncios de texto orientados por palabra clave que se muestran en los resultados de búsqueda de Google <sup>?</sup>
- Todas las funciones** - Todas las características y opciones disponibles para la Red de Búsqueda <sup>?</sup>
- Descargas de las aplicaciones móviles** - Anuncios que invitan a las personas a descargar su aplicación <sup>?</sup>
- Interacción con la aplicación móvil** - Anuncios que invitan a realizar acciones en su aplicación <sup>?</sup>
- Anuncios dinámicos de búsqueda** - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web <sup>?</sup>
- Solo llamada** - Anuncios que animan a los usuarios a llamar a su empresa. <sup>?</sup>

[Más información sobre los tipos de campaña](#)

Estrategia de puja <sup>?</sup> Elija si desea configurar las pujas de sus anuncios.

**Habilitar el CPC mejorado** <sup>?</sup>  
AdWords ajusta automáticamente sus pujas para maximizar las conversiones.

Usted decide el coste por clic (CPC) máximo que desea utilizar con sus anuncios.

Puja predeterminada <sup>?</sup> €

Esta puja se aplica al primer grupo de anuncios de esta campaña, que creará en el siguiente paso.

Presupuesto <sup>?</sup> €  al día  
La inversión diaria real puede variar. <sup>?</sup>

# Estrategias SEM

## Crear anuncios

Nombre del grupo de anuncios:

Cursos Signos

Cree un anuncio

Anuncio de texto  Anuncio dinámico de búsqueda  Interacción con la aplicación móvil

URL final <sup>?</sup>

Título 1 <sup>?</sup>

Título 2 <sup>?</sup>

Ruta <sup>?</sup>

Descripción <sup>?</sup>

Vista previa <sup>?</sup> Móvil | Ordenadores

Curso de Lenguaje de Signos - 2 Meses y 100% online

Anuncio ejemplo.com/Curso-Signos/Homologado

Aprende el lenguaje de los signos. Hasta un 20% Dcto. Homologado. ¡Infórmate ya!

# Estrategias SEM

## Palabras clave

### Palabras clave

#### [Seleccione las palabras clave.](#)

Su anuncio podrá aparecer en Google cuando los usuarios realicen búsquedas relacionadas con sus palabras clave.

#### Consejos

Comience con entre 10 y 20 palabras clave.

Sea específico: evite usar palabras clave con un solo término. Elija las frases que los clientes utilizarían para buscar sus productos y servicios.

De forma predeterminada, las palabras clave son de concordancia amplia con respecto a las búsquedas para ayudarle a atraer a una amplia variedad de tráfico relevante. Utilice [tipos de concordancia](#) para cambiar esta opción.

Obtenga más información sobre [cómo elegir palabras clave eficaces](#).

Introduzca una palabra clave por línea.

```
+curso +lenguaje +signos
+curso +lengua +signos
+curso +lenguaje +signos +online
+curso +lenguaje +signos +homologado
[curso de lenguaje de signos]
```

No hay palabras clave de muestra disponibles.

# Estrategias SEM

## Palabras Clave

Grupo de anuncios: Cursos Signos

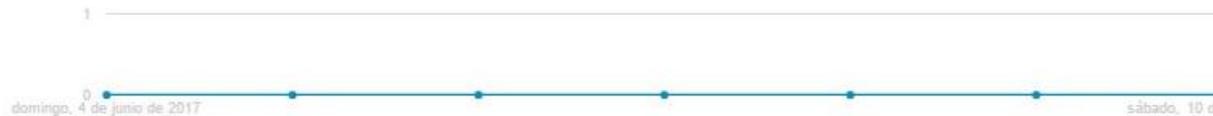
● Activado Tipo: Estándar Ofertas de grupo de anuncios (CPC máx.) 0,50 € [Editar](#)

Configuración Anuncios Extensiones de anuncio Palabras clave Audiencias Dimensiones

Palabras clave Palabras clave negativas Términos de búsqueda

Todas las palabras clave excepto las retiradas Segmento Filtro Columnas Buscar palabras clave

Clics vs  Ninguno  Diariamente



**+ PALABRAS CLAVE** [Editar](#) [Más información](#) [Términos de búsqueda](#) [Estrategia de puja](#) [Automatizar](#) [Etiquetas](#)

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Palabra clave	Estado <a href="#">?</a>	CPC máx. <a href="#">?</a>	Clics <a href="#">?</a> ↓	Impr. <a href="#">?</a>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+curso +lengua +signos	Por debajo de la puja por la primera página Puja estimada por la primera página:0,52 €	0,50 € <a href="#">?</a>	0	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+curso +lenguaje +signos	Apta	0,50 € <a href="#">?</a>	0	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+curso +lenguaje +signos +homologado	Por debajo de la puja por la primera página Puja estimada por la primera página:0,59 €	0,50 € <a href="#">?</a>	0	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	+curso +lenguaje +signos +online	Apta	0,50 € <a href="#">?</a>	0	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	[curso de lenguaje de signos]	Apta	0,50 € <a href="#">?</a>	0	0
Total: todas las palabras clave excepto las retiradas <a href="#">?</a>					0	0
Total (todos los grupos de anuncios) <a href="#">?</a>					0	0

# Estrategias SEM

## Palabras Clave

Grupo de anuncios: Cursos Signos

● Activado Tipo: Estándar Ofertas de grupo de anuncios (CPC máx.) 0,50 € Editar

Configuración Anuncios Extensiones de anuncio Palabras clave Audiencias Dimensiones

Palabras clave Palabras clave negativas Términos de búsqueda

Todas las palabras clave excepto las retiradas Segmento Filtro Columnas Buscar palabras clave

Clics vs Ninguno Diariamente

domingo, 4 de junio de 2017 sábado, 10 de junio de 2017

+ PALABRAS CLAVE Editar Más información Términos de búsqueda Estrategia de puja Automatizar Etiquetas

<input type="checkbox"/>	●	Palabra clave	Estado	CPC máx.	Clics	Impr.
<input type="checkbox"/>	●	+curso +lengua +signos	Por debajo de la puja por la primera página Puja estimada por la primera página:0,52 €	0,50 €	0	0
<input type="checkbox"/>	●	+curso +lenguaje +signos	Apta	0,50 €	0	0
<input type="checkbox"/>	●	+curso +lenguaje +signos +homologado	Por debajo de la puja por la primera página Puja estimada por la primera página:0,59 €	0,50 €	0	0
<input type="checkbox"/>	●	+curso +lenguaje +signos +online	Apta	0,50 €	0	0
<input type="checkbox"/>	●	[curso de lenguaje de signos]	Apta	0,50 €	0	0
Total: todas las palabras clave excepto las retiradas					0	0
Total (todos los grupos de anuncios)					0	0

# Ejercicio Creación de Campaña

Establece un objetivo para tu campaña relacionada con tu Fundación o Asociación. Haz un estudio de palabras clave y crea una campaña en la red de búsqueda con un anuncio en Google Adwords.

# Estrategias SEM



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

# Estrategias SEM

## Adwords Express Vs. Adwords

	AdWords Express	AdWords
Solo pagamos por cada clic	Sí	Sí
Gestión automatizada	Sí	No
Solución fácil para empresas que no disponen de un sitio web	Sí	No
Anuncios en la red de Búsqueda de Google	Sí	Sí
Anuncios en otros sitios web relacionados	Limitado (solo en EE.UU.)	Sí
Anuncios para móviles	Sí	Sí
Otros formatos de anuncios avanzados (por ejemplo, en vídeo)	No	Sí
Capacidad para orientar los anuncios geográficamente	Local (radio de 24 a 64 km)	En cualquier ubicación

Fuente: Google Adwords Express

# Estrategias SEM

## Google Adwords Express

### Define tu producto o servicio

¿En qué idioma quieres anunciarte?

Español ▾

Audifonos Para Sordos

Muestra tu anuncio a las personas que busquen ?

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> audifonos para sordos | <input type="checkbox"/> aparatos auditivos | <input type="checkbox"/> audifonos precios   |
| <input type="checkbox"/> mejores audifonos                | <input type="checkbox"/> audifonos siemens  | <input type="checkbox"/> marcas de audifonos |
| <input type="checkbox"/> aparatos para sordos             |   |  |

Selecciona dónde quieres mostrar el anuncio

Segmentar por distancia desde la empresa

Segmentar por ciudad, región o país

¿Dónde quieres que se muestre tu anuncio?

Mairena del Aljarafe  Tomares  Camas  Montequinto  Sevilla

+ Añadir ubicación (ciudad, estado o país)



ATRÁS

SIGUIENTE

Tamaño de la audiencia potencial

6.432.480 personas por mes

Esta estimación indica cuántas personas hacen búsquedas en Google en las ubicaciones que has seleccionado. El tamaño de la audiencia no afecta al coste que tienes.

# Estrategias SEM

## Google Adwords Express

### Crea un anuncio

Escribe un anuncio que informe a los clientes de los productos y servicios que ofreces.

► ¿Necesitas más ayuda? Echa un vistazo a algunos anuncios de ejemplo.

Título 1

---

Título 2

---

Descripción

---

Vista previa del anuncio en el ordenador

Título 1 - Título 2

Anuncio

Descripción



 [COMPROBAR CÓMO SE VERÁ EL ANUNCIO](#)

# Resumen 5 talleres



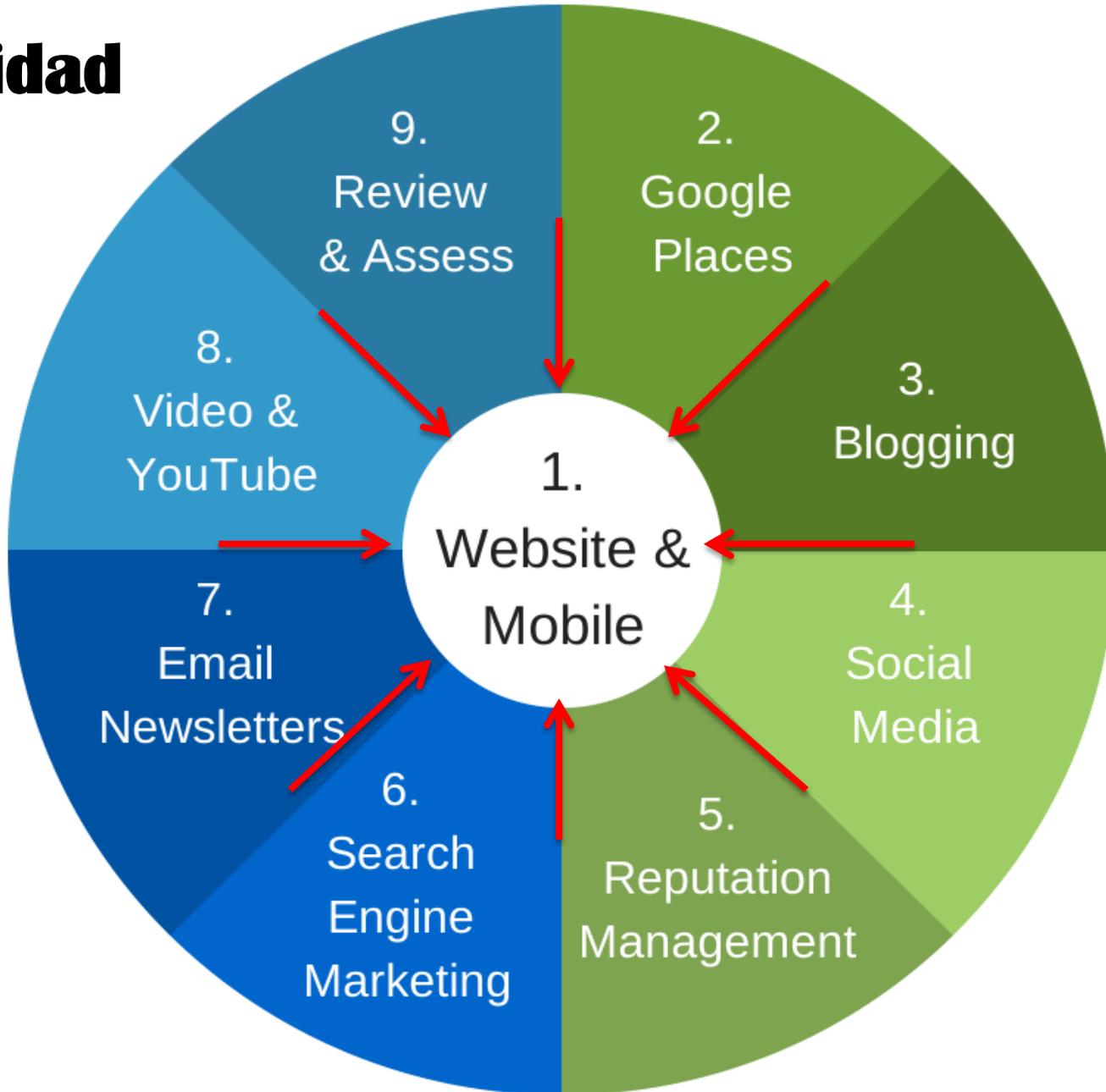
# **TALLER 1.**

# **Introducción al**

# **Marketing Digital**



# Prioridad



# ¿Cuál es la diferencia del Inbound Marketing?

TRADICIONAL



Llamadas en frío  
Emails masivos(SPAM)  
Anuncios que interrumpen  
Centrados en el Marketing

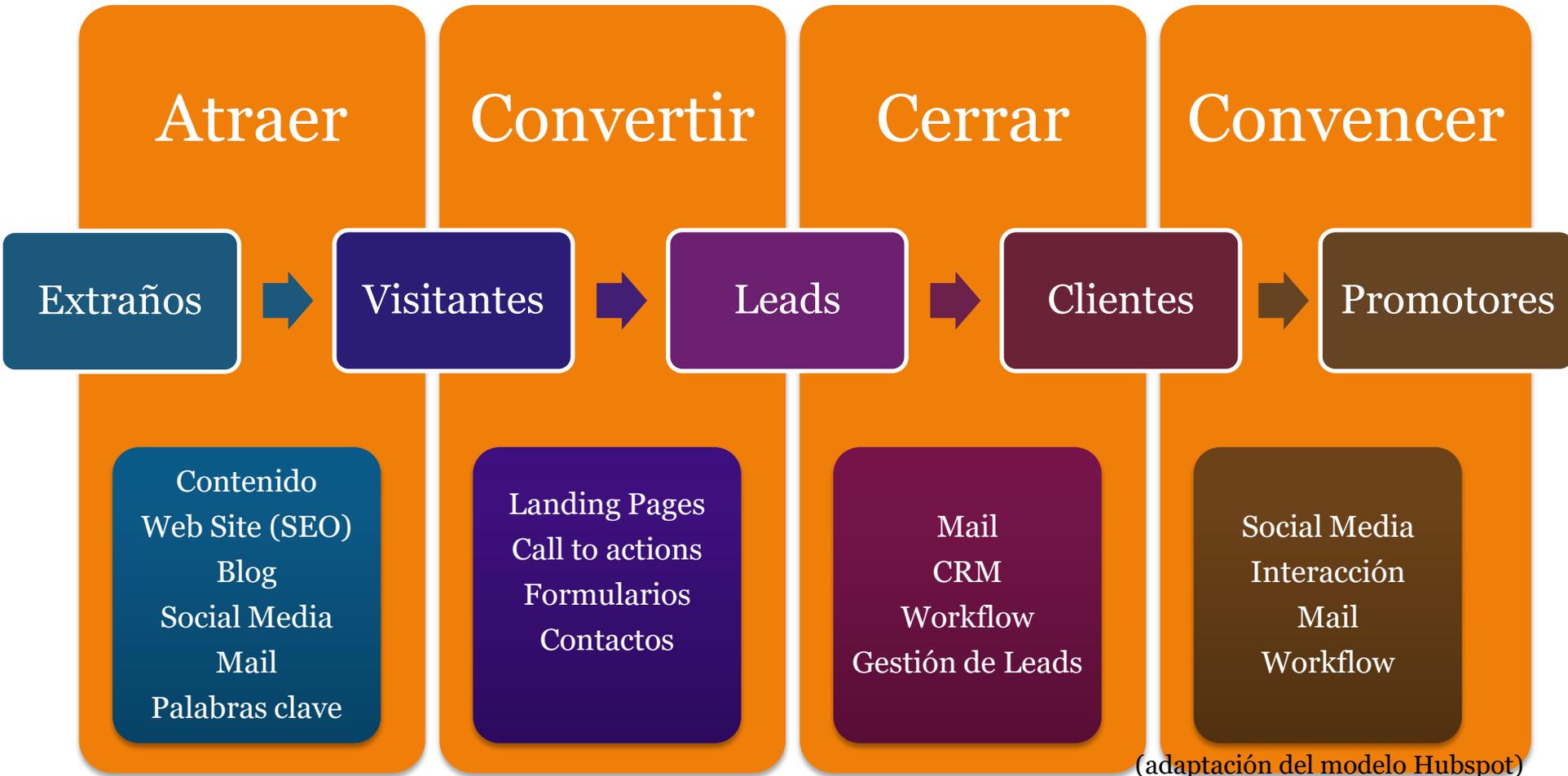
VS.

INBOUND



SEO  
Contenido de Calidad  
Atracción  
Centrado en el Cliente

# Metodología Inbound



Permite convertir a los **extraños** en **clientes** y luego en **promotores** de la marca

# Inbound Marketing

Es marketing de múltiples canales

La metodología inbound es como un embudo

Obtén Tráfico

Crea contenido para tu **blog** optimízalo para los motores de búsqueda (**SEO**) y promuevelo en **redes sociales**

Obtén Prospectos

Coloca **llamados a las acción (CTA)** en tu sitio web que lleve a tus clientes a tus **páginas de destino** con formularios. Las visitas llenarán el **formulario** para obtener lo que estás ofreciendo y se convertirán en un prospecto

Obtén Clientes

Envía **emails automatizados** a tus prospectos para conducirlos a lo largo del ciclo de compra. Entrega a tu equipo de venta **información sobre los prospectos** para que puedan hacer ventas efectivas.

Analiza

**Analiza** el éxito de tu campaña de marketing, y determina qué áreas funcionan y cuáles deben ser optimizadas en el futuro.

# Información General del Programa Google Ads Grants

Queremos contribuir con tus esfuerzos para sensibilizar al público respecto a tu causa y ayudarte a cambiar el mundo. Google Ad Grants ofrece a las organizaciones sin ánimo de lucro \$10,000 al mes en publicidad no pecuniaria de AdWords para que promocionen su misión y aumenten la presencia de su organización en las páginas de resultado de búsqueda de Google. Mediante Ad Grants, los beneficiarios pueden ampliar su alcance, obtener más visibilidad y captar voluntarios sin coste adicional.

El programa de Ad Grants te proporciona la tecnología de AdWords para que puedas crear una estrategia de marketing personalizada y ayudar a tu organización a conseguir sus objetivos con las condiciones siguientes:

- **obtención de \$10,000 al mes**, equivalente a \$329 al día
- **coste por clic máximo (CPC) de \$2**
- únicamente puede incluir campañas **segmentadas por palabra clave**
- solo puede **aparecer en las páginas de resultados de búsqueda de Google**
- solo puede **incluir anuncios de texto**



*"Utilizamos Google Ad Grants para llegar a nuevos mercados donde no disponemos de una ubicación física. Gracias a AdWords, obtenemos los clics y las impresiones que necesitamos y se han registrado 1.200 estudiantes nuevos".*

- Michael Hubbard  
Vicepresidente de marketing y finanzas,  
Travel to Impact

Ads ⓘ

**California's Lakes Await**  
[www.gohouseboating.com/](http://www.gohouseboating.com/) ▶  
Weekend Getaways To Long Stays  
Away. Start Planning Online Today!

**Paid Summer Internships**  
[www.jobs.com/Summer](http://www.jobs.com/Summer)  
into Your Dream Career? Apply  
for a Summer Internship Online Now!

**June Internships**  
[www.traveltoimpact.org/](http://www.traveltoimpact.org/) ▶  
Six-week internships with NGOs in  
Mauritius, Brazil and India

**Research Internships**  
[www.vaii.org/](http://www.vaii.org/) ▶  
10-week summer research experier  
at a cancer research institute.

# Herramientas de Google Ad Grants (Adwords Express)

Una vez dispongas de una cuenta de AdWords Ad Grants, regístrate en AdWords Express ¡empieza a ahorrar un poco de tiempo! Como beneficiario, tienes la oportunidad de utilizar un formato de publicidad simplificado que te permite administrar las campañas y optimizar su rendimiento. Solo tienes que seleccionar tu audiencia, escribir tres líneas con información sobre tu organización sin ánimo de lucro y establecer el presupuesto. El sistema de AdWords Express se encargará del resto.

Estas son algunas de las ventajas de usar AdWords Express:

- creación de anuncios sencilla y rápida
- administración continua mínima
- optimización del sistema automática
- panel integral con métricas de rendimiento
- tráfico adicional en el sitio

Para empezar, consulta las [Preguntas frecuentes y los países disponibles](#)

## **Hazlo como Plant With Purpose**

Plant with Purpose se registró en AdWords Express y le impresionaron inmediatamente sus resultados. Su campaña consiguió un CTR de un 1,33%, un CPC inferior y una posición media superior a la de las campañas que estaban administrando de forma activa.



# Taller 2

## Introducción a las redes sociales



# Sobre los contenidos y redes sociales

## 1 Curación y programación de contenidos

Filtra y selecciona fuentes de calidad por temáticas de tal forma que te ayuden a mantenerte informado y a seleccionar contenidos de calidad para su difusión.

La programación de contenidos ahorra mucho tiempo, pero no podemos olvidar la conversación personal. Selecciona los mejores momentos para programar tus contenidos en las distintas redes sociales.

## 2 Redes Sociales

En la creación de redes sociales debemos prestar especial atención a una correcta configuración de la privacidad, así como a mantener un perfil completo y actualizado, además de generar interacción con las comunidades online, sin olvidar la planificación de las acciones y análisis de resultados.

# Taller 3.

## Redes Sociales y Reputación Online



# Sobre la Marca y la Reputación Online

## 1 **Marca Organizacional**

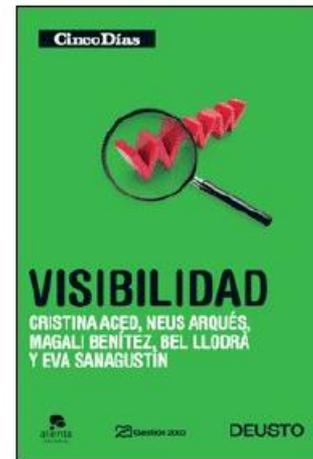
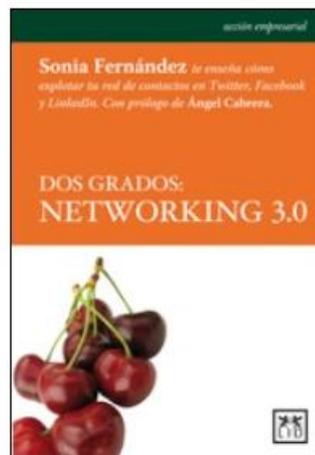
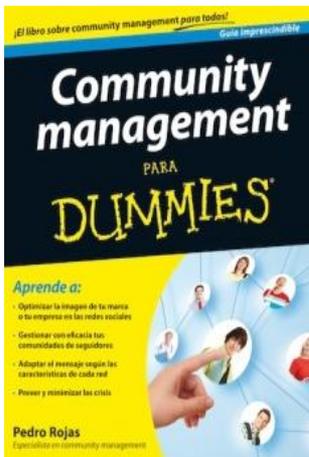
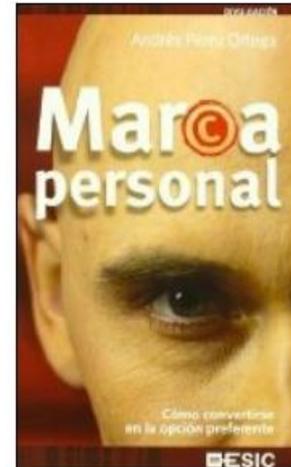
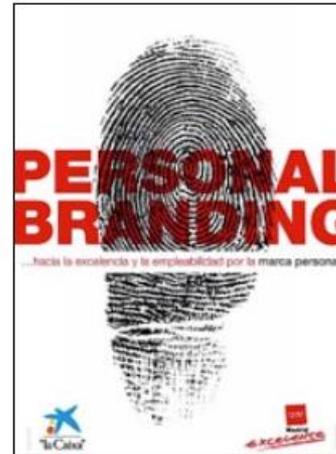
Prepara un Plan Social Media como estrategia para crear e impulsar la marca de tu organización.

## 2 **Reputación Online**

Monitoriza de forma constante la marca, producto y servicios de tu organización, tanto en medios propios como externos. Elabora un Plan de Crisis de Reputación Online y un protocolo de actuación.

## 3 **Marca Personal**

Haz crecer tu marca personal a través de las redes sociales y los contenidos. No sólo se trata sólo de presencia online, sino de aportar valor y talento a tus interacciones en los medios sociales e impulsar tu networking.



# Taller 4

# Analítica Web y

# Redes Sociales



# Sobre Google Analytics

## 1 Funcionalidades de Google Analytics

Para realizar un seguimiento de las acciones utiliza:

- **Filtros de Vistas** para analizar una parte de los datos de tu sitio web.
- **Segmentos** por distintos criterios (fuentes de tráfico, usuarios, campañas...).
- Paneles personalizados e informes.
- Buscador interno.

## 2 Diseña un plan de objetivos

Cada acción debe estar **asociado a un objetivo concreto**. Utiliza una conversión principal (macroconversión) y a partir de ésta establece conversiones secundarias (microconversiones).

# Sobre los informes

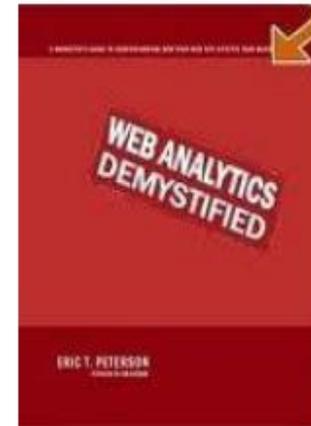
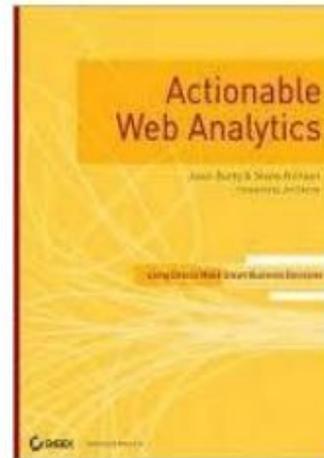
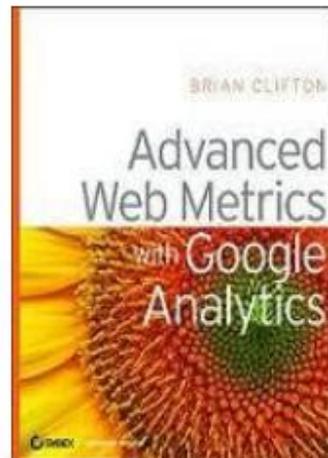
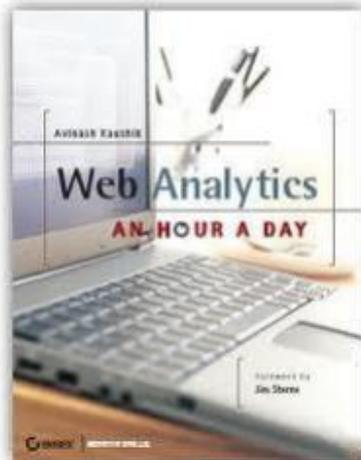
## 3 Modelos de atribución

Recuerda al incluir las conversiones en un informe que, en el cumplimiento de las mismas, pueden intervenir **múltiples canales**, entre ellos el canal Social Media. Establece un criterio de seguimiento de conversiones que se adapte a la organización.

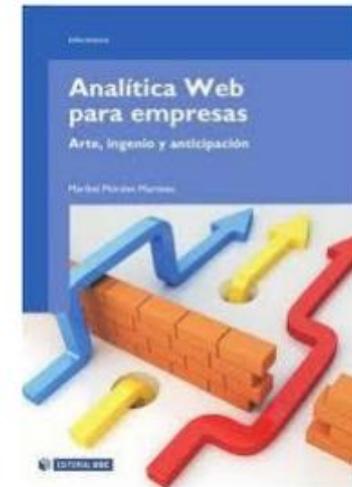
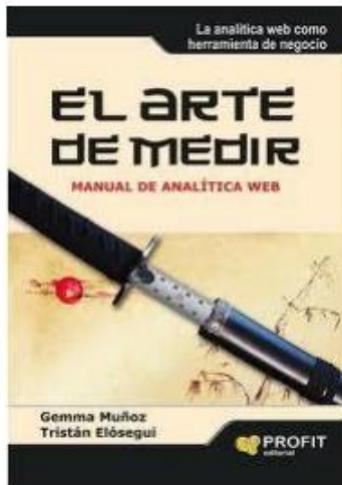
## 4 Cuadro de mando

No debe haber más de **10 KPIs** en un cuadro de mando o dashboard. El informe debe **personalizarse según el destinatario**, tanto en la selección de los indicadores como en el lenguaje utilizado para el análisis y las recomendaciones.

# Recomendaciones libros (inglés)



# Recomendaciones libros (español)



# Resumen Taller 5

# Sobre SEO y SEM

## 1 Estrategia On Page y Off Page (SEO)

Para un buen desarrollo del SEO es imprescindible un estudio de palabras clave previo que facilite la arquitectura de la información y la creación de contenidos. El SEO on page debe ir acompañado de una estrategia de captación de enlaces externos para incrementar la popularidad y la autoridad del sitio web.

## 2 SEM (Google Adwords)

Un complemento ideal al posicionamiento SEO es la creación de campañas de enlaces patrocinados (especialmente para campañas de temporada) en Google Adwords. Al igual que en SEO, una fase inicial se realiza con un estudio de palabras claves, donde también se planifica el precio. Para rentabilizar la campaña es necesario una buena tasa de conversión, un alto CTR y un excelente nivel de calidad.

# Recomendaciones libros (español)

- Clarke, A. (2016). SEO 2017: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies. North Charleston (Carolina del Sur): CreateSpace
- Estrade, J.M; Jordán, D.; Hernández, M.A.; (2012). Marketing Digital: Marketing Móvil, SEO y Analítica Web. Madrid: Anaya Multimedia.
- Macía, F. (2015). SEO técnicas avanzadas. Las claves para ser los primeros. Madrid: Anaya Multimedia
- Mc Donald, J. (2016). SEO Fitness Workbook: 2017 Edition: The Seven Steps to Search Engine Optimization Success on Google. North Charleston (Carolina del Sur): CreateSpace
- Solís A. (2016). SEO. Las claves esenciales. Madrid: Anaya Multimedia

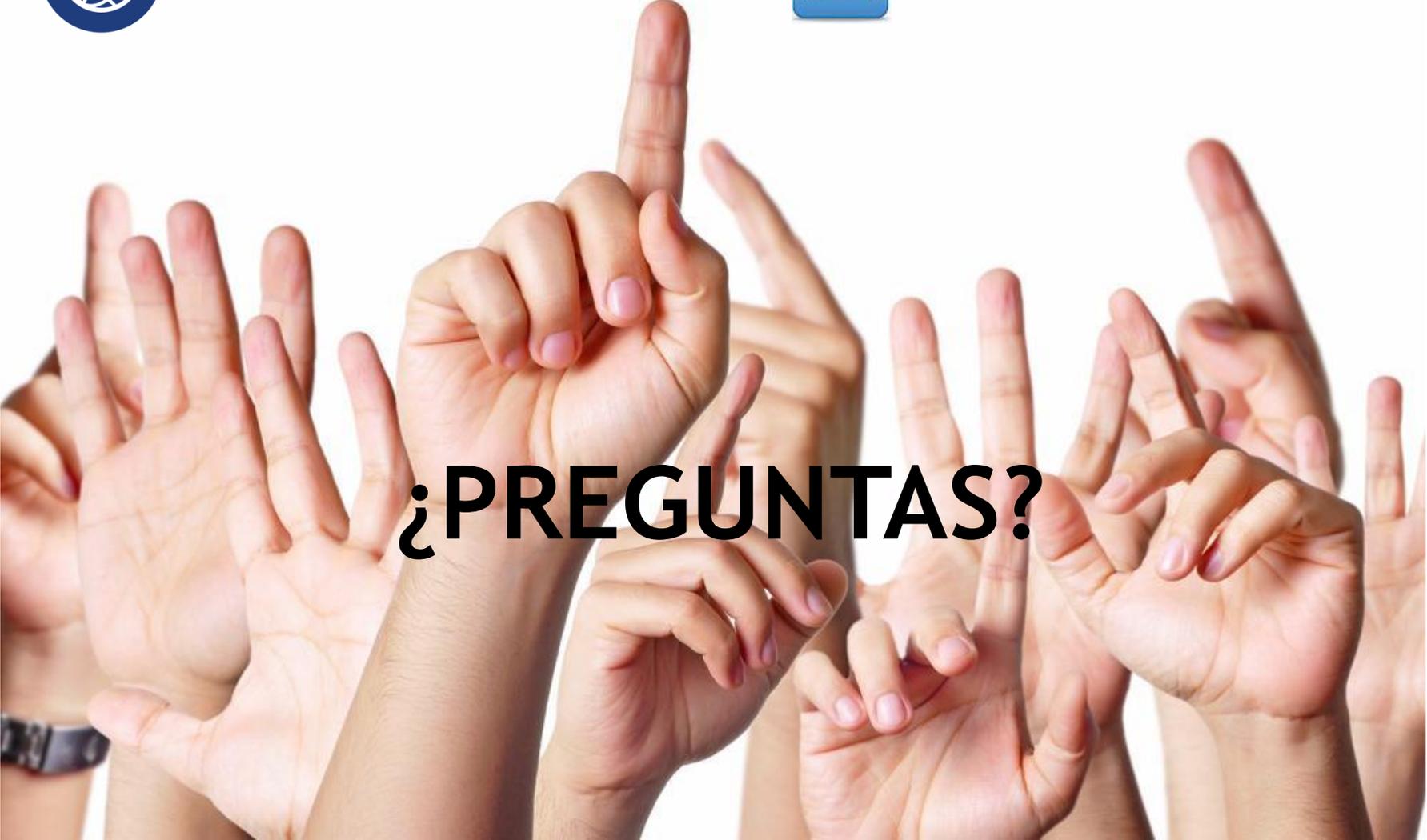
# MUCHAS GRACIAS



<http://alfredohernandezdiaz.com>



[info@alfredohernandez-diaz.com](mailto:info@alfredohernandez-diaz.com)

A photograph of several hands of various skin tones raised in the air, with fingers pointing upwards, symbolizing a group of people asking questions or seeking help.

**¿PREGUNTAS?**