

# Posicionamiento en Buscadores Empresas Exportadoras

Alicia Pac  
SatiPyme Zaragoza

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Los Motores de Búsqueda.
2. Posicionamiento en Buscadores
3. Optimización para los motores de búsqueda.
4. Promoción de la Web.

# Los Motores de Búsqueda

Capítulo 1

# ¿QUÉ ES UN MOTOR DE BÚSQUEDA?

- ▶ Los Motores de búsqueda (search engines, **SE**) son bases de datos gigantescas, que contienen información sobre el contenido de los sitios web que integran la Red.



## ¿COMO FUNCIONA?

- ▶ Introducimos un término en el motor de búsqueda.

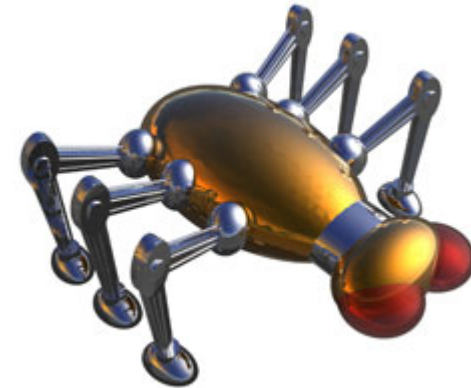
 

- ▶ El buscador se dirige a su Bases de Datos.
- ▶ Localiza las posibles coincidencias.
- ▶ Nos presenta un listado de Webs (De mayor a menor coincidencia) = ALGORITMO

# ¿CÓMO OBTIENEN ESA INFORMACIÓN?

## ▶ Arañas (spiders)

- ▶ Rastrean los sitios web
- ▶ Recopilan datos
- ▶ Siguen los enlaces que hay en las páginas.



# ¿CÓMO INTERPRETA ESA INFORMACIÓN?

## ▶ **Indexador**

Recoge la Información obtenida de las Arañas y....

- ▶ Extrae la información visible de las Web (OJO! Con las tecnologías Usadas)
  
- ▶ Analiza las Webs en busca de:
  - ▶ Palabras Clave
  - ▶ Títulos
  - ▶ Enlaces
  - ▶ Etc.

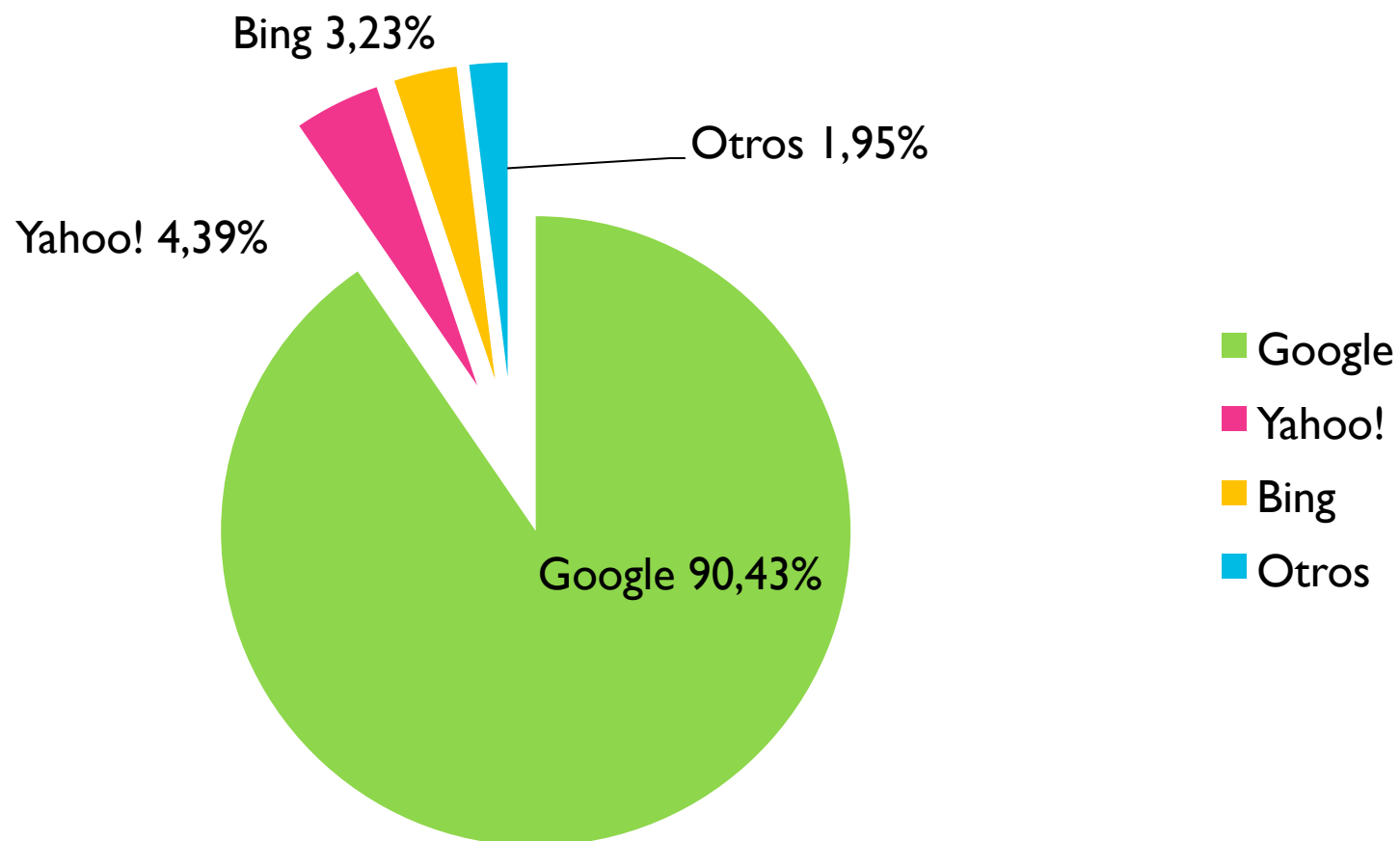
## COMO MUESTRA LA INFORMACIÓN

- ▶ El motor de búsqueda con esta información:
  - ▶ Añade su Sitio a la BD
  - ▶ Y lo pone a disposición de las personas.
- ▶ La gran diferencia entre los Motores de Búsqueda, esta aquí :
  - Ranking o posición de los resultados ante una palabra clave concreta = ALGORITMO



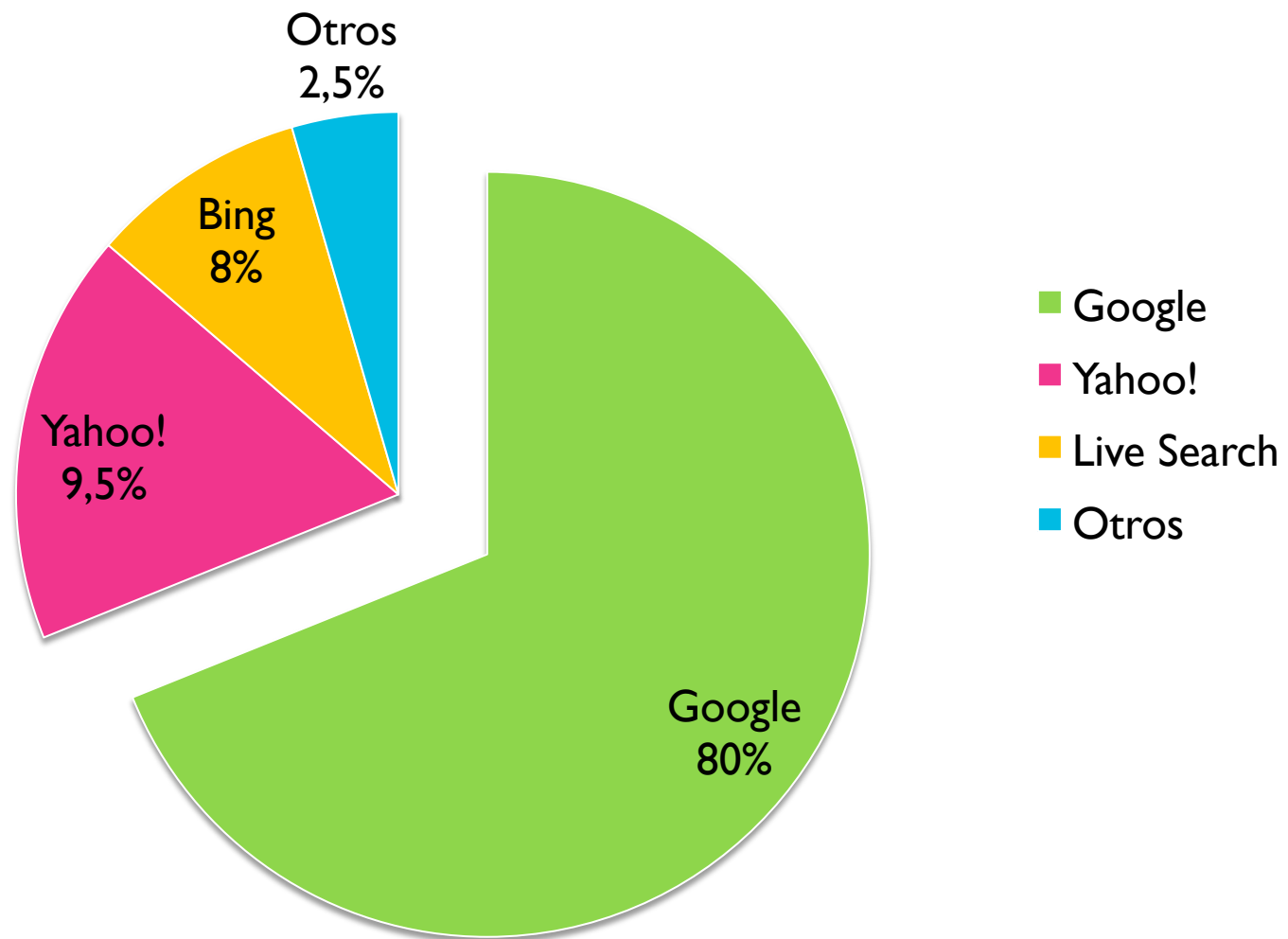
# Ranking Buscadores: MUNDIAL

---



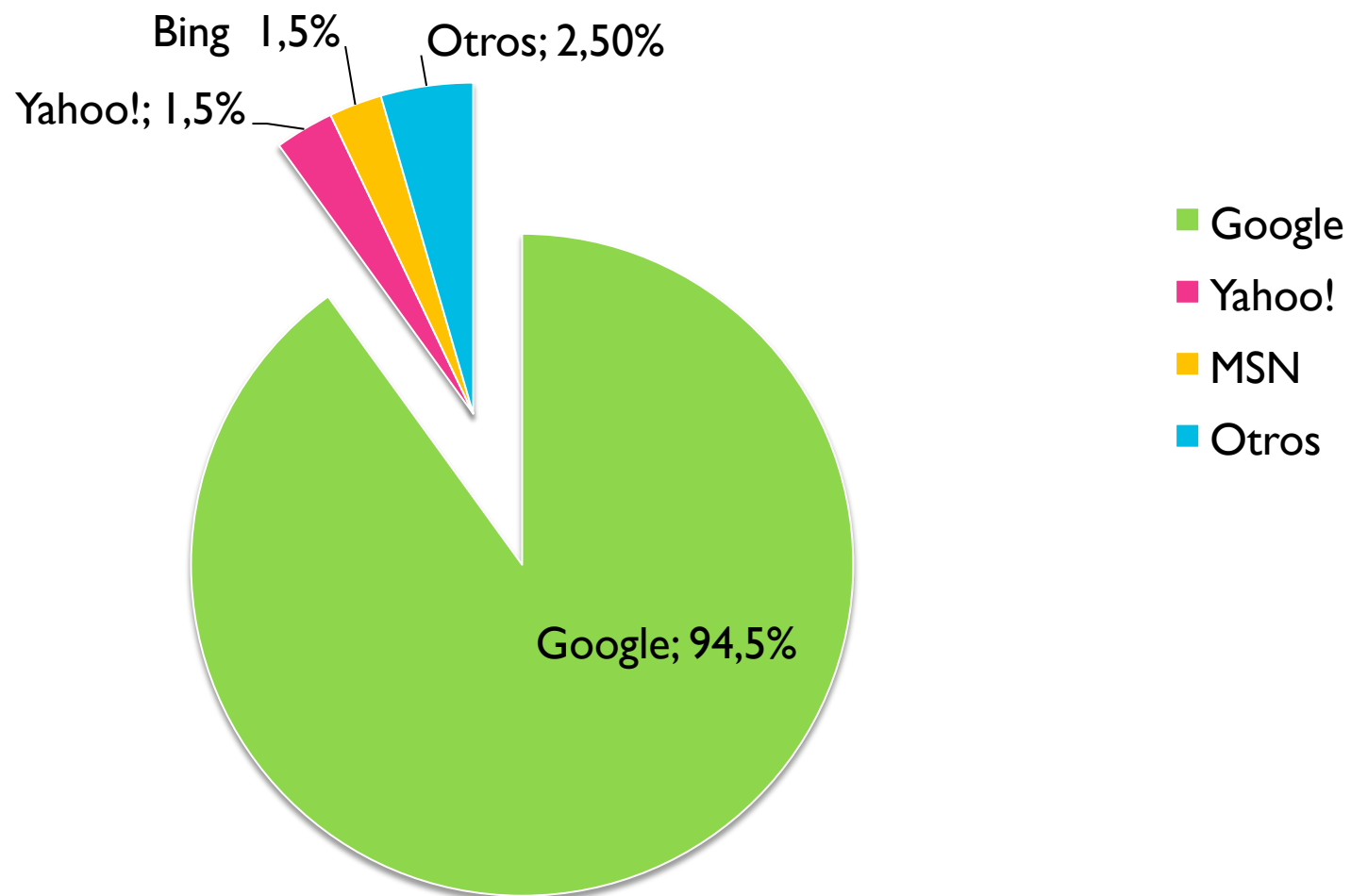
# Ranking Buscadores: EEUU

---



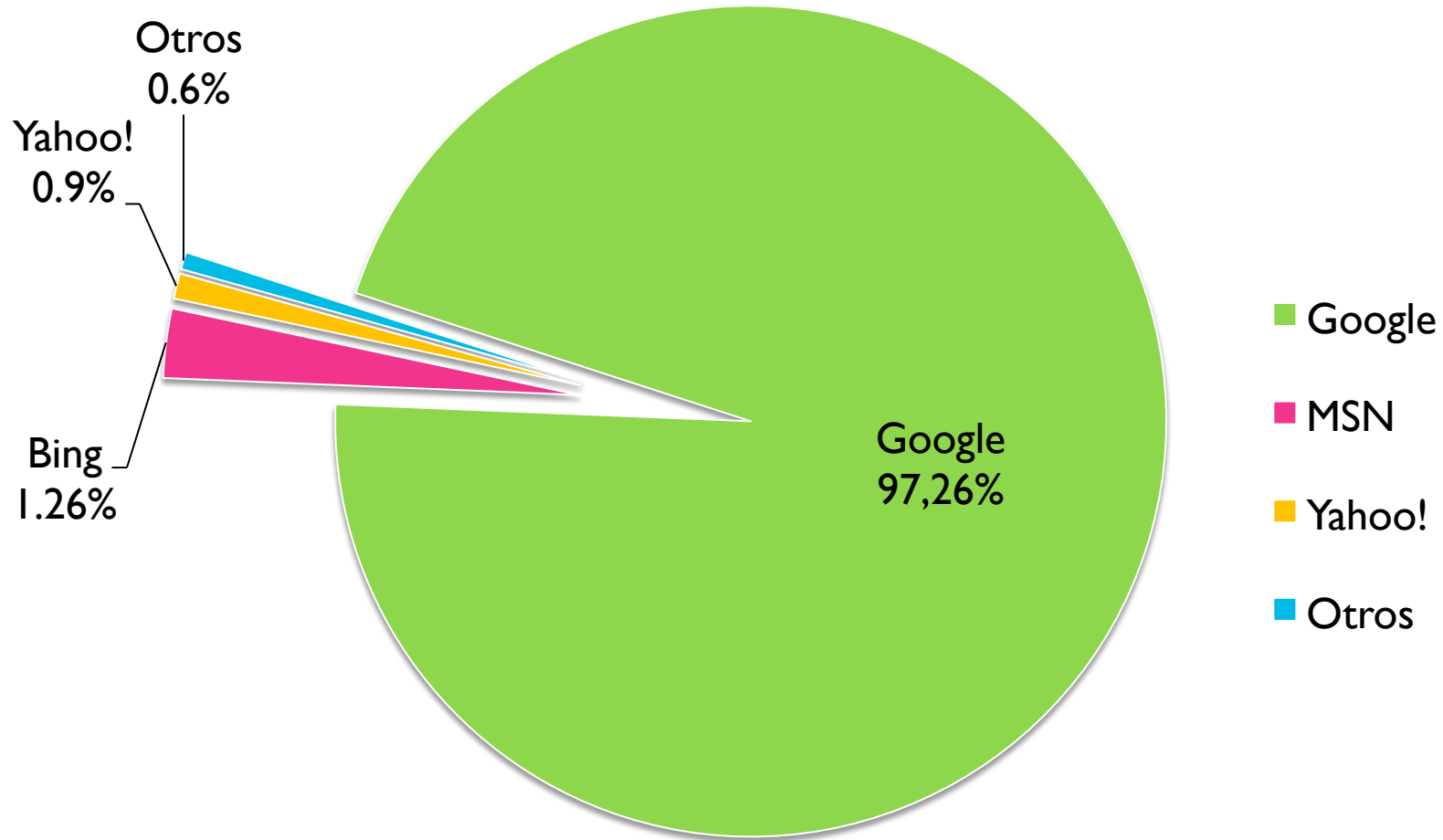
# Ranking Buscadores: EUROPA

---



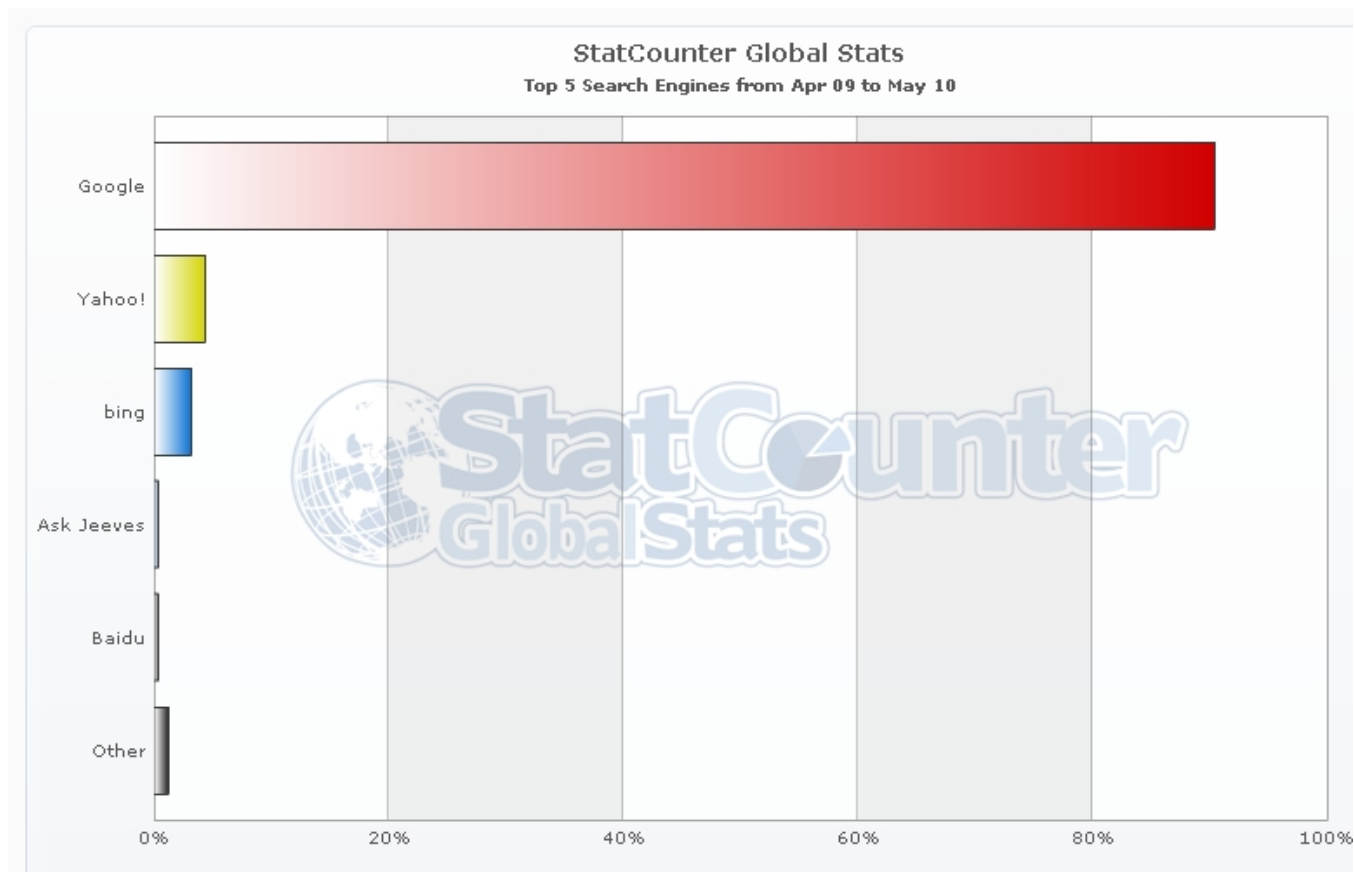
# Ranking de Buscadores: ESPAÑA

---



# HERRAMIENTA QUE NOS AYUDARA A DECIDIR

► <http://gs.statcounter.com>



# COMO NOS DAMOS DE ALTA EN UN BUSCADOR?

## ▶ Alta Manual

▶ <http://www.google.es/intl/es/about.html>

Acerca de **Google**

<p><b><u>AdSense de Google</u></b></p> <p>Obtenga ingresos de los anuncios relevantes de su sitio web de manera fácil y flexible.</p>	<p><b>Nuestros productos</b></p> <p><a href="#">Ayuda</a> Ayuda para la búsqueda, servicios y productos de Google ...</p> <p><a href="#">Funciones de búsqueda en la Web</a> Traducción, Voy a tener suerte, almacenamiento en caché ...</p> <p><a href="#">Servicios y herramientas de Google</a> Barra Google, API web de Google, botones ...</p>	<p><b>Para propietarios de sitios web</b></p> <p><a href="#">Publicidad</a> AdWords, AdSense ...</p> <p><a href="#">Tecnología para empresa</a> Google Search Appliance, Google Mini, WebSearch ...</p> <p><a href="#">Centro para webmasters</a> El lugar donde encontrarás toda la información sobre cómo rastrea e indexa Google los sitios web ...</p> <p><a href="#">Envía contenido a Google</a> Añade tu sitio, sitemaps de Google ...</p>
<p><b><u>Google AdWords</u></b></p> <p>Gane nuevos clientes para su negocio y pague sólo cuando visiten su página web.</p>	<p><b>Nuestra empresa</b></p> <p><a href="#">Centro de prensa</a> Noticias, imágenes, Zeitgeist ...</p> <p><a href="#">Trabajar en Google</a> Ofertas, ventajas, cultura ...</p> <p><a href="#">Información corporativa</a> Visión general de la empresa, filosofía, diversidad,</p>	<p><b>Más Google</b></p> <p><a href="#">Envíanos un mensaje</a> Preguntas frecuentes, comentarios, boletín informativo ...</p> <p><a href="#">Logotipos de Google (inglés)</a> Logotipos oficiales, logotipos festivos, logotipos de fans ...</p>
<p><b><u>Google Chrome</u></b></p> <p>Descarga Google Chrome, el nuevo navegador de Google.</p>		
<p><b><u>Google Calendar</u></b></p> <p>Organiza tu agenda y comparte eventos con tus amigos.</p>		

# COMO NOS DAMOS DE ALTA EN UN BUSCADOR?

## ► A través de un enlace en otra página Web

### Consejos para tu blog corporativo



rabizanda

Archivado en: [Comercio electrónico](#), [Web 2.0](#) — 13:57

Si sufres delante del espacio blanco de tu editor del blog corporativo, por no saber qué contar, David Eguizábal, colaborador del SATi, selecciona 45 consejos con ideas

listado de 100 publicado en [muy pymes.com](http://muy pymes.com):

1. *Anota 10 formas en las que tu sector puede...*
2. *Comenta las modificaciones legales y nuevas directamente a tu sector.*
3. *Ofrece un listado de los mejores recursos online para tu sector.*
4. *Explica por qué las cosas en tu sector han mejorado/ empeorado) en relación a años atrás.*

The screenshot shows the website 'muy pymes' with the tagline 'Profesionales y Autónomos'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Actualidad', 'Canal TV Pymes', 'Tecnología', 'Marketing', 'Formación', 'Gestión', 'Agenda', 'Directorio', and 'MuyAhorro'. The main content area features a post titled '100 ideas para tu blog corporativo en 2010' by Rodolfo de Juana, dated January 12, 2010. The post content includes a list of 100 ideas represented by vertical bars of varying heights and a yellow pencil icon. A sidebar on the right contains an advertisement for 'IBM System x3650 M3 Express' and a 'Lo más leído' section.

# Posicionamiento en Buscadores

Capítulo 2



# ¿Qué es el Posicionamiento en Buscadores?

---

- ▶ El posicionamiento es conseguir que una página Web aparezca entre los **mejores resultados en las búsquedas** que **realicen los usuarios** de Internet, con relación a una **palabra clave** o frase determinada.

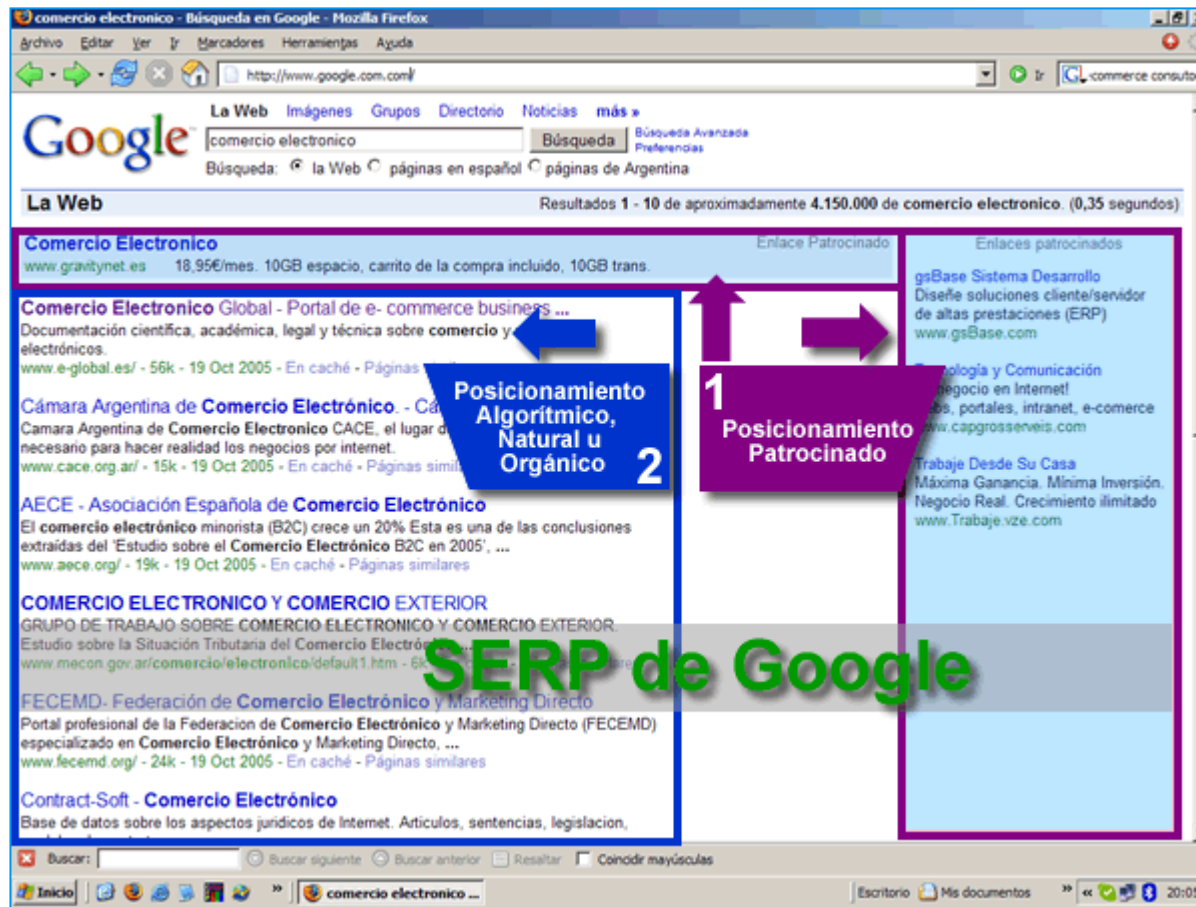


## PORQUE ES IMPORTANTE?

- ▶ Solo en Google se realizan diariamente más de 200 millones de Búsquedas.
- ▶ El 80% del tráfico que llega a su página web lo hace a través de los buscadores. En España el 95% a través de Google
- ▶ Existen millones de páginas Web en Internet. De poco sirve desarrollar un Sitio Web de Calidad si el Público Objetivo no sabe que existe o como encontrarlo.

# Resultados de Búsqueda

**SERP (Search Engine Results Page o Página de Resultados del Buscador).**



# POSICIONAMIENTO PATROCINADO

## PUBLICIDAD CONTEXTUAL

“Los anuncios contextuales son aquellos anuncios que **utilizan el contexto de la página** en el que se colocan de modo de mostrar los **anuncios relacionados con el contenido de la página**”

- ▶ Lugares más comunes donde se utilizan:
  - ▶ Buscadores
  - ▶ Páginas Web

# ADWORDS

- ▶ **Características:**
  - ▶ Pagas por Click realizado
  - ▶ Las posiciones se subastan. Las palabras clave mas famosas, mas caro es el 'click'. Se rigen por ley de oferta y demanda.
  - ▶ Cualquiera las puede gestionar. Flexibilidad total para modificarlas sobre la marcha
  - ▶ Información a tiempo real sobre el rendimiento.

# CASO DE ADWORDS: PC EN EL BUSCADORES

- ▶ Aparece junto a los resultados de una búsqueda en Google y esta relacionada con las palabras clave utilizadas en la búsqueda.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'posicionamiento en buscadores'. The search results are displayed under the 'La Web' tab, showing approximately 1.190.000 results in 0.22 seconds. The first result is a sponsored link for 'Posicionar en buscadores' from PosicionamientoBuscadores.net, which is highlighted in yellow. Below it are several organic search results, all related to SEO and search engine optimization. On the right side of the page, there are additional sponsored links for 'Posicionamiento en Google', 'Posicionamiento Web (SEO)', and 'Posicionamiento Buscadores'.

# CASO DE ADWORDS: PC EN PÁGINAS WEBS

## ► Anuncios de Texto (Adsense)

The screenshot shows the header of 'El Blog Salmón' with the tagline 'Economía y finanzas en su color natural'. It features a navigation menu with categories like 'PYMES Y AUTÓNOMOS', 'TECNOLOGÍA PYME', and 'VER OTROS BLOGS DE'. A user login area is visible with 'iHola!' and 'LOGIN REGÍSTRATE'. A central text ad for 'Acceda al R.A.I.' is highlighted with a blue box, showing 4.5 million companies in Spain and the URL 'www.einforma.com'. Below it is a horizontal menu of 'Anuncios Google' with links to 'Salmón', 'Salmon Food Recipes', 'Como Cocinar Salmon', 'Recetas De Salmón', and 'Patatas Con Salmón'. The main content area includes a post titled '¿Buscas empleo? Usa Twitter' by Miguel Lopez, dated 8 de febrero de 2009, with a '0 comentarios' link. A search bar with 'busca con Google' and a 'BUSCAR:' field is present. A vertical 'PUBLICIDAD' label is on the left side of the page.

# Enlaces Patrocinados (SEM)

---

## VENTAJAS

- ▶ Es posible aparecer en los primeros resultados del buscador
- ▶ No necesita tiempo para aparecer en los mejores resultados.
- ▶ Cuanto más paguemos, más arriba apareceremos.
- ▶ Llegar a otros mercados en los que es más difícil posicionarnos, como los de habla inglesa, francesa, etc.

## DESVENTAJAS

- ▶ Coste muy elevado ( dependiendo del Sector y temporada)
- ▶ No genera Valor Añadido a nuestro Sitio. Por tanto no tiene durabilidad en el tiempo
- ▶ No tiene en cuenta la calidad de las Web que se anuncian, solo:
  - Cuanto paga
  - Mayor % de clics (audacia en el texto del anuncio)



# Posicionamiento Orgánico (SEO)

---

## VENTAJAS

- ❑ Es posible aparecer en los primeros resultados del buscador.
- ❑ Posición ganada es duradera en tiempo.
- ❑ Genera Valor Añadido a nuestra página. (+ Tiempo → + Relevancia)
- ❑ Coste reducido.
- ❑ Branding.

## DESVENTAJAS

- ❑ Hacen falta meses para estar bien posicionados, mínimo entre 6 y 12 meses, dependiendo del sector.
- ❑ Llegar a otros mercados (importancia al lugar geográfico de la página o dominio.)
- ❑ Tecnología de programación Web. (Flash, Java,..)

---

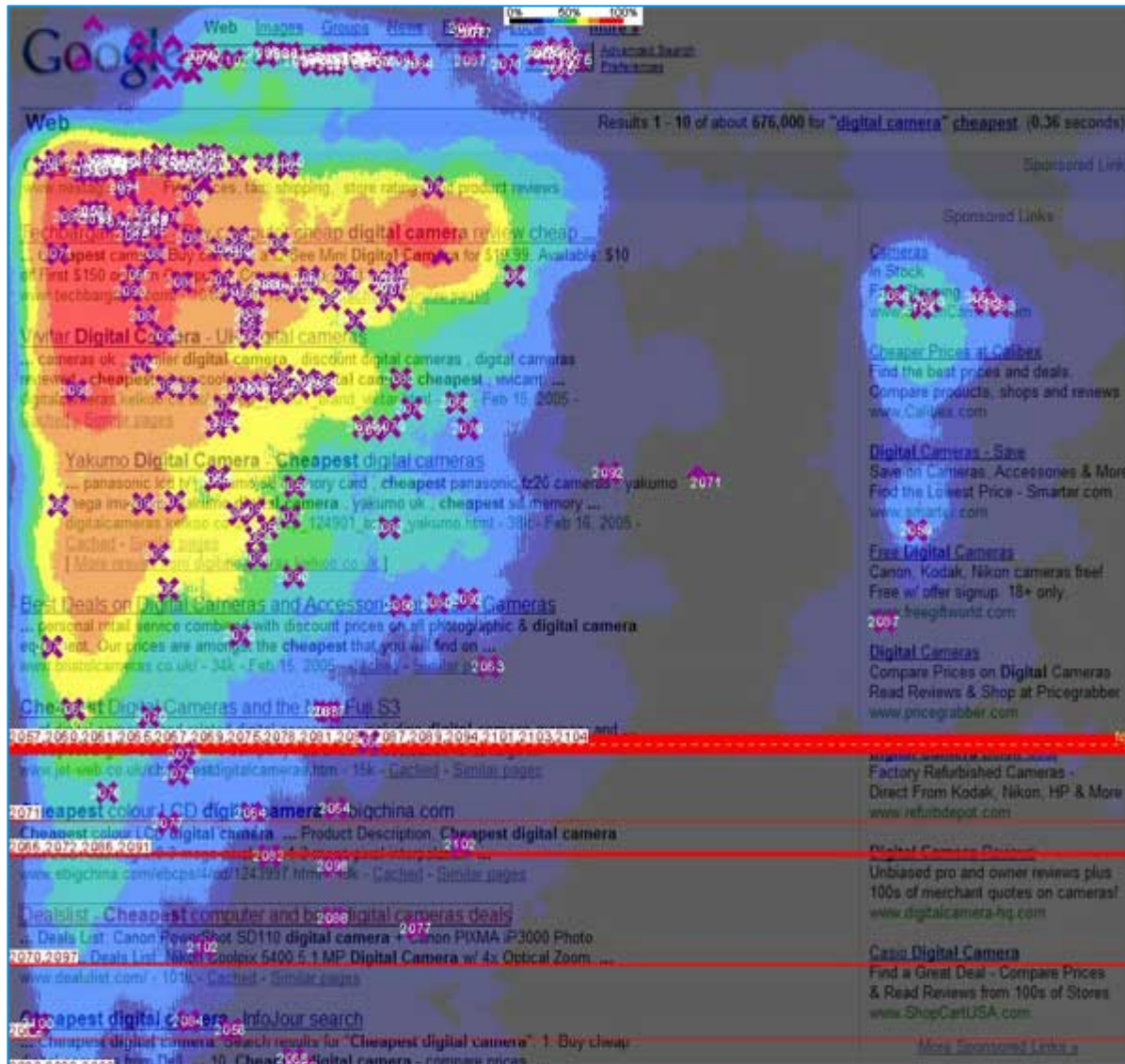
¿Y los Usuarios?

...

¿Qué prefieren?



# Google ,“El triangulo de Oro”



❑ 90% observa el Posicionamiento Orgánico.

❑ Los usuarios se fijan en los 3 primeros Resultados

❑ Los enlaces patrocinados solo reciben un 5% de Clics de los posibles clientes potenciales.

❑ Los usuarios ponen el ojo en la parte superior izquierda.

❑ **CONCLUSIÓN:** Debemos luchar por las 3 Primeras posiciones.

# Google , “El triángulo de Oro”



The screenshot shows a Google search interface with the query "vuelos baratos". The search results are categorized under "La Web" and show "Resultados 1 - 10 de aproximadamente". The first three results are sponsored and highlighted in yellow:

- Ofertas de vuelos** (www.edreams.es) - Vuelos desde 10 € ¡ Date prisa, plazas limitadas!
- Vuelos Baratos** (www.rumbo.es) - Vuela con Rumbo ¡Precios inmejorables!
- Vuelos desde 30€** (www.vueling.com) - Precio por trayecto, todo incluido. Reserva online y asiento.

The fourth result is a search engine: **Vuelos Baratos - Buscador de Vuelos Baratos** (www.vuelosbaratos.es/ - 56k - En caché - Páginas similares - Anotar es).

- ❑ El triángulo de oro sigue cumpliéndose a pesar del paso de los años.
- ❑ Los usuarios no saben distinguir la publicidad de los resultados relevantes. Se piensan que están en rosado por tener más RELEVANCIA
- ❑ **CONCLUSIÓN:** Debemos luchar por las 3 Primeras posiciones.

# ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE APARECER EN LAS PRIMERAS POSICIONES ?

- ▶ **Sesgo de la Calidad de los resultados :**
  - ▶ Los usuarios creen que las primera posiciones en las SERPs de los buscadores se corresponden con los sitios web de mejor calidad.
  - ▶ Por supuesto que no es verdad.
- ▶ **Clicks en los Primeros :**
  - ▶ Está comprobado que existe una tendencia a hacer click en las primeras posiciones de las SERPs, y esto significa aumentar el flujo de tráfico a nuestro sitio web.
- ▶ **Lectura del texto asociado:**
  - ▶ Los usuarios leen el texto asociado a los primeros resultados de las búsquedas.
  - ▶ Ejemplo: “[Botas de Montaña](#)”

# Optimización Web

Capitulo 4

- ▶ El proceso de optimización de sitios Web se basa en intentar que el robot de búsqueda sea capaz de **indexar nuestro sitio en su totalidad.**

¿Cuántas páginas de mi sitio están indexadas?

<site:www.misitio.com>

- ▶ Tras la indexación: Que **cada página se posicione por si misma**, según su contenido específico.
- ▶ Por ejemplo:
  - ▶ Quiero comprar un “Nokia n97”
  - ▶ Busco en Google: “[Nokia n97](#)”
  - ▶ El primer resultado es [www.nokia.es/productos/moviles/nokia-n97](http://www.nokia.es/productos/moviles/nokia-n97) (OK - He llegado en 1 Click)
  - ▶ Si me hubiera llevado a Index, tendría que buscar donde está ese producto dentro de la web [www.nokia.es](http://www.nokia.es) (Llegaría en 3 click)



## CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

- ▶ Crear un SiteMap en Google Online
  - ▶ Vamos a [www.xml-sitemaps.com](http://www.xml-sitemaps.com)
  - ▶ Insertamos nuestra URL
  - ▶ Descargamos el archivo sitemap.xml
  - ▶ Lo subimos a la Raíz del Sitio

## CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

- ▶ Avisando a Google
  - ▶ Necesario una cuenta en Gmail
  - ▶ Accedemos a: [www.google.com/webmasters/sitemaps/login](http://www.google.com/webmasters/sitemaps/login)
  - ▶ Añadimos nuestro sitio

## CASO PRÁCTICO: FAVORECIENDO LA INDEXACIÓN

- ▶ **Avisando a Google**
  - ▶ Verificamos que es vuestro sitio subiendo un archivo HTML a la raíz del sitio, o introduciendo un script
  - ▶ Tras verificarlo, podréis acceder a una serie de resultados muy interesantes:
    - ▶ Como estadísticas de rastro (nº páginas indexadas, no encontradas, links, etc..)
    - ▶ y resultados de posicionamiento.

- ▶ Ya estamos indexados! Y ahora??....

Ahora debemos trabajar para aparecer en los primeros resultados de los motores de búsqueda

## ¿COMO OPTIMIZAMOS NUESTRA PÁGINA WEB?

- ▶ I) Análisis del sector, Elección de Palabras Clave y Mercados Objetivos.
- ▶ II) Optimización del Código fuente.
- ▶ III) Recomendaciones para la optimización > Como leen los buscadores?

# I) ANÁLISIS DEL SECTOR

- ▶ ¿Con que expresiones está buscando mi cliente/usuario objetivo?
  - ▶ Herramientas para elegir palabras clave:
    - ▶ Google Adwords: <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
    - ▶ Microsoft: <http://adlab.msn.com/ForecastV2/KeywordTrendsWeb.aspx>
    - ▶ Digital Point: <http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion/>
    - ▶ SEOBOOK: <http://tools.seobook.com/keyword-tools/seobook/>
    - ▶ Google Suggest: <http://www.google.com/webhp?complete=I&hl=en>
- ▶ ¿Cuánta Competencia tengo en Internet?
- ▶ ¿La mayoría son empresas? ¿Portales?...
- ▶ Importancia del ámbito geográfico?

# CASO PRÁCTICO: ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE Y MERCADOS

- ▶ Uso de la Herramienta de Google
  - ▶ <https://adwords.google.es/select/KeywordToolExternal>
- ▶ Como elegir el mercado extranjero:
  - ▶ Tantear el Mercado con Mini Campaña de Adwords.
    - ▶ En el que veamos posibilidades, realizar proyecto SEO.
  - ▶ Elección Nombre de Dominio.
    - ▶ [http://es.wikipedia.org/wiki/Dominio\\_de\\_Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Dominio_de_Internet)

# INTERFAZ INTEGRADO CON DIFERENTES DOMINIOS

## ► Ejemplo: [www.emonzon.com](http://www.emonzon.com)

The screenshot displays the website for Industrias Monzón, featuring a multi-domain integrated interface. The header includes the company logo, navigation links (MAPA DE LA WEB, AÑADIR A FAVORITOS, CONTACTO), and language selection options (Spain, UK, France, Germany). The main content area is divided into several sections:

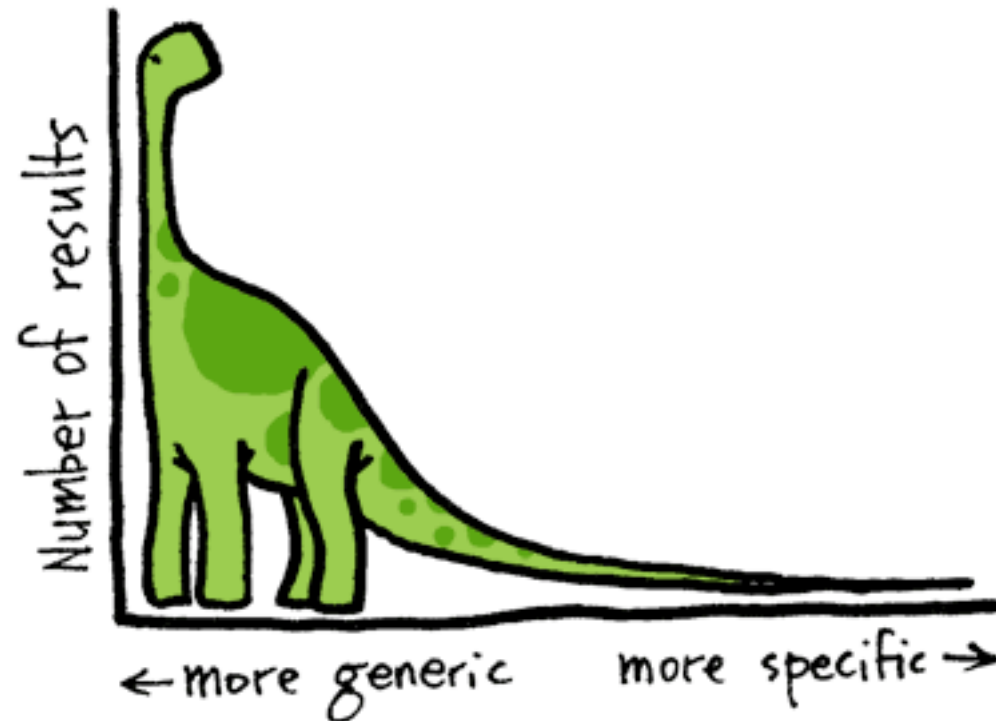
- La Empresa:** A vertical menu listing various company-related links such as Mercados, Productos, and Tecnología e I+D.
- Industrias Monzón, Especialistas en Contrachapado de Chopo:** A main heading followed by a paragraph describing the company's commitment to quality and environmental friendliness.
- Conozca nuestros procesos de fabricación:** A section with an image of a factory interior.
- Monzón con el medio ambiente:** A section with an image of a natural landscape.
- Contamos con la última tecnología:** A section with an image of a factory interior.
- NOTICIAS DE ACTUALIDAD:** A section listing recent news items, including the company's certification and commercial department incorporation.

At the bottom, there is a login section for clients and agents, a PEFC certification logo, and contact information for Industrias Monzón, S.L. in Zaragoza, Spain.



# REALISTAS EN LA ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE

- ▶ Teoría de la “Larga Cola”:



# CASO PRÁCTICO: ¿CUÁNTA COMPETENCIA TENGO EN INTERNET?

- ▶ Tras la elección de Nuestras Palabras Clave Objetivo
  - ▶ Extraer Webs Posicionadas para esas palabras
    - ▶ Aquí saldrá desde nuestra **competencia**, hasta portales, blog, foros, directorios, etc.
      - Ejemplo herramienta: <http://www.keywordspy.com/>
- ▶ ¿Qué está haciendo mi Competencia en Internet?:
  - ▶ Extraer las páginas donde aparece mi Competencia.
    - ▶ Yahoo!: <http://siteexplorer.search.yahoo.com>
    - ▶ Google: [link:www.micompetencia.es](http://link:www.micompetencia.es)
    - ▶ Herramienta Gratuita: <http://www.backlinkwatch.com>

# RESUMEN

## ▶ Tras el Estudio del Sector:

### 1. Listado de Palabras Clave objetivo por Sección:

- ▶ **Ejemplo Sector:** Empresas dedicada a *Cursos de Idiomas en el Extranjero*, que ofrece varios destinos y paises
  - **Genéricas:** “Cursos idiomas extranjero” y “Cursos ingles extranjero”
  - **País Inglaterra:** “Cursos ingles Inglaterra” y “Estudiar ingles en Inglaterra”
  - **Destino Londres:** “Cursos Ingles Londres” y “Escuelas ingles Londres”

### 2. Listado de Webs posicionadas para cada palabra/expresión

- ▶ Revisar una por una para ver si podemos incluir nuestra página

### 3. Listado de Webs donde aparece mi competencia

- ▶ Revisar una por una para ver si podemos incluir nuestra página

## II) OPTIMIZACIÓN DEL CÓDIGO

### HTML : Etiquetas <HEAD> y <BODY>

```
1
2
3 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
  "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
4 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
5
6 <head>
7
8 <title>Titulo de la Página</title>
9 <meta name="keywords" content="Lista de palabras claves de la página en cuestión" />
10 <meta name="description" content="Pequeña descripción de la página" />
11
12 </head>
13
14 <body>
15
16 Contenido de la página
17 |
18 </body>
19
20 </html>
21
```

# ETIQUETAS <HEAD>

- ▶ **META TAGS**
  - ▶ Meta Keywords
  - ▶ Meta Description / Técnicas de Venta
- ▶ **TITLE**
  - ▶ No más de 60 Caracteres.

# EJEMPLO ETIQUETAS <HEAD>

La Web [Imágenes](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Video](#) [Gmail](#) [Más](#) ▼ [Acceder](#)

**Google** cursos en el extranjero  [Búsqueda avanzada](#)  
[Preferencias](#)

Buscar en:  la Web  páginas en español  páginas de España

---

La Web Resultados **1 - 10** de aproximadamente **326.000** de **cursos en el extranjero**. (0,23 segundos)

<p><a href="#">Ingles al sol en Malta</a> <a href="http://www.venairlanda.com">www.venairlanda.com</a> Alojamiento, clases y actividades. Vuelos desde toda España.</p> <p><a href="#">Cursos de Inglés</a> <a href="http://www.studyglobal.com">www.studyglobal.com</a> Estudia Ingles en el <b>extranjero</b>. Inglaterra, Irlanda, Malta, USA.</p> <p><a href="#">Estudia en el Extranjero</a> <a href="http://www.TheScholarShip.com">www.TheScholarShip.com</a> Visita distintos países y conoce otras culturas mientras estudias.</p> <p><b>Cursos Idiomas Extranjero   Cursos Inglés Inglaterra, Irlanda ...</b> Empresa especializada en la organización de <b>Cursos</b> idiomas en el <b>extranjero</b> para todos los niveles y edades. <b>Cursos de inglés en Inglaterra. Cursos de ...</b> <a href="http://www.newlink.es/">www.newlink.es/</a> - 4k - <a href="#">En caché</a> - <a href="#">Páginas similares</a></p> <p><a href="#">Cursos de Idiomas en el Extranjero-Encuentra tu Curso</a> Información y orientación sobre los <b>cursos</b> de idiomas en el <b>extranjero</b> para que puedas encontrar la mejor escuela y curso para tus necesidades personales. <a href="http://www.estudiosinternacionales.com/">www.estudiosinternacionales.com/</a> - 21k - <a href="#">En caché</a> - <a href="#">Páginas similares</a></p> <p><a href="#">Cursos de idiomas en el extranjero</a> Además de formar parte de la organización IH, somos miembros de ASEPROCE (Asociación Española de Promotores de <b>Cursos en el Extranjero</b>) lo que ofrece una ... <a href="http://www.ihes.com/bcn/viajes/index.html">www.ihes.com/bcn/viajes/index.html</a> - 9k - <a href="#">En caché</a> - <a href="#">Páginas similares</a></p>	<p><b>TITLE</b></p> <p><b>META DESCRIPTION</b></p>	<p>Enlaces patrocinados</p> <p><a href="#">Therunwalkers verano 08</a> El inglés en verano es divertido. Malta, Irlanda, Aventura en Canadá. <a href="http://www.therunwalkers.com">www.therunwalkers.com</a></p> <p><a href="#">Inglés en el extranjero</a> <b>Cursos</b> de inglés en Reino Unido, USA, Canada, Malta, etc.. <a href="http://www.goandgetanidiom.com">www.goandgetanidiom.com</a></p> <p><a href="#">Idiomas en el extranjero</a> Directorio de agencias que ofrecen <b>cursos</b> de idiomas en el <b>extranjero</b> <a href="http://www.quemepiro.es">www.quemepiro.es</a></p> <p><a href="#">Cursos Inglaterra</a> Hablamos Español! <b>Cursos</b> de ingles en inglaterra. free places. <a href="http://www.englischakademie.de">www.englischakademie.de</a></p> <p><a href="#">Inglés en el extranjero</a> Agencia en Valencia especializada en escuelas con prestigio intern...</p>
--	--	---

# OPTIMIZACIÓN ETIQUETAS <BODY>

## ▶ **Etiquetas de texto resaltado:**

- ▶ <H1>, <H2>, ... <H6>
- ▶ <strong> (**negrita**);
- ▶ <i> (*cursiva*);
- ▶ etc...

## ▶ **Imágenes :**

- ▶ <ALT>
- ▶ Optimizar nombre de archivos.

## ▶ **Enlaces hacia páginas interiores .**

- ▶ Importante que sean de texto.
- ▶ *Anchor Text*

# ORDEN DE IMPORTANCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE ETIQUETAS

- ▶ Densidad en la URL
- ▶ Densidad en el <title>
- ▶ Densidad en el <h1>, <h2>, <h3>,...<h6>
- ▶ Densidad en el nombre de los enlaces
- ▶ Densidad en palabras en negrita, cursivas, listas,...
- ▶ Densidad en textos alternativos “alt” y nombre de archivos, para imágenes y contenidos multimedia



# EJEMPLO: [HTTP://WWW.NEWLINK.ES/BECAS-MEC/](http://www.newlink.es/becas-mec/)

The screenshot shows the 'Becas MEC' page on the Newlink website. It features a navigation bar with 'cursos de idiomas en el extranjero' and 'trabajos en el extranjero'. The main content area is titled 'BECAS MEC' and includes a description of the program, a 'PLAN AMIGOS' section with a '¡Regalamos 1.000 Becas de 500 €!' offer, and a 'PAQUETES 3 SEMANAS' section. The 'PAQUETES 3 SEMANAS' section is divided into three categories: 'BECAS MEC INGLATERRA', 'BECAS MEC ESCOCIA', and 'BECAS MEC IRLANDA'. Each category lists various destinations with their respective prices and a 'reservar' button. A sidebar on the right contains 'todos nuestros programas' and 'Adultos' sections, listing various course options. The footer includes the 'My NLK' logo and the 'NLK CLUB' logo.

**BECAS MEC**

Becas MEC. En esta sección encontrarás paquetes de cursos de inglés de mínimo 3 semanas de duración (sólo curso o curso + alojamiento) que cumplen los requisitos para las **Becas del MEC**. No es necesario tener una beca MEC para reservar uno de estos paquetes. Del mismo modo un becaio puede reservar cualquiera de los cursos de nuestra web, no sólo los de esta sección. Si eres becaio y quieres hacer un curso de más duración o en otros destinos puedes consultar toda nuestra amplia oferta en las secciones: **Adultos** y **Subvencionados**. Si tienes entre 16 y 18 años, también puedes inscribirte en uno de nuestros programas de **jóvenes**, que son igualmente válidos. Tenemos destinos en **Inglaterra, Irlanda, Malta, USA, Canada...**

**PLAN AMIGOS**

¡Regalamos 1.000 Becas de 500 €!

**PAQUETES 3 SEMANAS**

**BECAS MEC INGLATERRA** [ver mapa](#)

Becas MEC Boumemouth	1.125 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Brighton	1.381 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Brighton vuelo incluido	1.487 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Bristol	1.465 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Cambridge	1.597 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Leves	1.389 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Liverpool	1.384 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Londres Centro	1.100 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Londres Centro Vuelo Incluido	1.199 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Londres Lewisham	1.362 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Manchester	1.560 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Oxford	1.219 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Stratford-Upon-Avon	1.484 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Worthing	1.362 €	<a href="#">reservar</a>

**BECAS MEC ESCOCIA** [ver mapa](#)

Becas MEC Edimburgo	1.583 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Glasgow	1.337 €	<a href="#">reservar</a>

**BECAS MEC IRLANDA** [ver mapa](#)

Becas MEC Cork	1.598 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Dublin Centro	1.334 €	<a href="#">reservar</a>
Becas MEC Galway	1.452 €	<a href="#">reservar</a>

**todos nuestros programas**

**Adultos**

**Cursos en el extranjero**

- Cursos idiomas
- Becas MEC
- Becas MEC Maestros
- Becas Gobierno Vasco
- Cursos inglés subvencionados
- Cursos profesores idiomas
- Cursos profesionales y empresas

**Trabajos en el extranjero**

- Prácticas en presa
- Estudiar y trabajar
- Au Pair
- FAQs Empleo Extranjero

**Niños y jóvenes**

**My NLK**

**NLK CLUB**

1. Url : ../becas-mec/
2. <Title>: Becas MEC
3. H1: Becas MEC
4. H2: Becas MEC + Pais
5. Enlaces: Becas MEC +  
Menu principal
6. Negritas
7. ....

## III) RECOMENDACIONES PARA LA OPTIMIZACIÓN

1. Como leen los buscadores
2. Palabras Claves.
3. Importancia de la página de inicio.
4. Estructuración Global del Sitio.
5. Contenido.

# 1. COMO LEEN LOS BUSCADORES

- ▶ NO leen java ni flash → Sólo código HTML estándar
- ▶ NO navegación por imágenes
  - ▶ Encuentran el enlace pero no el “anchor text”
- ▶ No usar Frames / Marcos / iFrames. Los buscadores los leen pero dan resultados caóticos
  - ▶ x ej. que alguno de los marcos de nuestra web tenga más PR que la principal

## 2. PALABRAS CLAVE

- ▶ Centrarse en 1 o 2 palabras clave para optimizar una página.
- ▶ La densidad debe estar entre 3% - 6%.
  - ▶ **Más** se considera sobre optimización.
- ▶ **Principio de Proximidad:** Hacer que las expresiones claves aparezcan especialmente al inicio del texto de la página.

### 3. OPTIMIZACIÓN DE LA HOME

- ▶ No Flash!
  - ▶ Ejemplo: [www.laespanola.es](http://www.laespanola.es) / [site:www.laespanola.es](http://site:www.laespanola.es) / [cache](#) /
  - ▶ Optimo: [www.vinissimus.com](http://www.vinissimus.com) / [site:www.vinissimus.com](http://site:www.vinissimus.com) /  
cache “[Laus Gewürztraminer](#)” /
- ▶ No Java en los enlaces.
  - ▶ Ejemplo: [www.ef.com](http://www.ef.com)
- ▶ Menús generales visibles en la Web
  - ▶ *Nota: También es óptimo que existan más enlaces que apunten hacia un nivel de profundidad mayor.*

## 4. ESTRUCTURA GLOBAL DEL SITIO.

- ▶ Webs no demasiado profundas.
  - ▶ Nota: No solo es importante para la óptima indexación del robot. Usabilidad: Encontrar lo que busco en 3 clics!
- ▶ Usabilidad y Navegabilidad.
- ▶ Todas las páginas del Sitio deben estar enlazadas entre si.

## 5. CONTENIDO

- ▶ **El Contenido es el rey.**
  - ▶ A mayor contenido → más expresiones claves → más apareceremos en los buscadores.
  - ▶ Blogs excelentes para el posicionamiento.
- ▶ **Textos no demasiado extensos.**
  - ▶ Mayor número de páginas y más optimizadas.

## RECOMENDACIONES FINALES

- ▶ Cada vez más los usuarios utilizan frases con más palabras y con menos artículos.
  - ▶ Ejemplo:
    - ▶ **Antes:** Comprar un piso en Madrid
    - ▶ **Ahora:** Comprar piso Madrid
- ▶ Si se dirige a un mercado localizado geográficamente, combinar las expresiones clave con la ciudad, comarca, región o país.
- ▶ Usar las expresiones clave, especialmente en:
  - ▶ Title
  - ▶ Url
  - ▶ H1



# CONCLUSIONES

- ▶ ¿Qué hemos conseguido con un buen Posicionamiento?
  - ▶ Tráfico cualificado.
  - ▶ Branding.
    - ▶ Aumento de su Imagen Corporativa:
      - Visibilidad de su Página por diferentes expresiones clave = Percepción de su empresa como Referente del Sector (Importancia en el Campo en que se mueve su empresa)
      - Ejemplo: Pisos Zaragoza / Apartamentos Zaragoza / Casas Zaragoza
  - ▶ Bajo coste.
    - ▶ El tráfico obtenido a través de una campaña constante de posicionamiento en buscadores tiene el coste por visitante real más bajo que cualquier otro método de promoción por Internet.
    - ▶ Retorno de Inversión
  - ▶ Durabilidad / Valor Añadido.



# Promoción de la Web



Capítulo 5

# CONSEGUIR ENLACES HACIA MI PÁGINA

- ▶ **Objetivo: Aumentar la popularidad de la Web**
  - ▶ Alta en directorios, portales relevantes de mi sector, comentar en Blogs, foros, etc.
  - ▶ A mayor nº de enlaces → Mayor Popularidad
  - ▶ A mayor nº de enlaces de páginas similares → Mayor Popularidad
    - ▶ Indicador: PageRank de Google



# CONSEGUIR ENLACES HACIA MI PÁGINA

## ► Directorios

- 01- <http://dmoz.org/> (tardan meses en aceptarte)
- 02- <http://es.dir.yahoo.com/> (gratuita o de pago)
- 03.- <http://www.hispanoempresa.com/> (solo empresas)
- 04.- <http://www.deltiron.com/directorio/>
- 05.- <http://www.alego.com> (sólo sitios en España)
- 06.- [http://www.tagoror.com/directorio\\_web.html](http://www.tagoror.com/directorio_web.html) (1999)
- 07.- <http://www.avizora.com/> (es del año 2000)
- 08.- <http://www.ezilon.com/php/esp.php> (versión española).
- 09.- <http://www.buscadorespanol.com/>
- 10 .- <http://directorio.batiburrillo.net/> (Es del 2002).

## CASO PRÁCTICO: AÑADIR ENLACE EN UN DIRECTORIO

- ▶ Nos dirigimos a: [www.visitas.es](http://www.visitas.es)
- ▶ Elegimos la categoría más representativa de nuestro negocio
- ▶ Incluimos nuestros datos
- ▶ Ser pacientes...

# CONCLUSIONES FINALES

- ▶ “No es Oro todo lo que reluce”
  - ▶ BUENOS CONTENIDOS .
  - ▶ US ABILIDAD / NAVEGABILIDAD.
  - ▶ POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES .



Gracias por su atención

¿Preguntas?