

Introducción al SEO

Técnicas de posicionamiento en buscadores



Contenido



1. Qué es SEO
2. Evolución del SEO
3. Principios básicos de SEO
 1. Palabras clave (keywords)
 2. Creación de contenido
4. Herramientas y utilidades
5. Aplicación práctica

Qué es SEO

- SEO (Search Engine Optimization)

Proceso para mejorar la posición de una página web en los resultados de diferentes buscadores como Google, Yahoo o Bing de manera **orgánica**, es decir sin la necesidad de pagar a los buscadores para obtener una posición destacada en los resultados de búsqueda.

Consta de 2 operaciones básicas: **optimizar** la web y aplicar técnicas de **construcción de enlaces**

Evolución del SEO

- Evolución SEO = Evolución Google
- ¿Cómo funciona Google?
 - Arañas (Spider bots)
 - Indexación
 - Popularidad (PageRank)



La indexación de contenidos

- Matt Cutts, ingeniero de Google cuenta cómo funciona la indexación

<http://www.youtube.com/watch?v=BNHR6IQJGZs>



El PageRank

- Valor asignado por Google, con el objetivo de valorar y diferenciar las páginas web de acuerdo a su importancia.
- Varía en una escala exponencial de 1-10

Google utiliza más de 200 factores para calcular y asignar el PR a una página

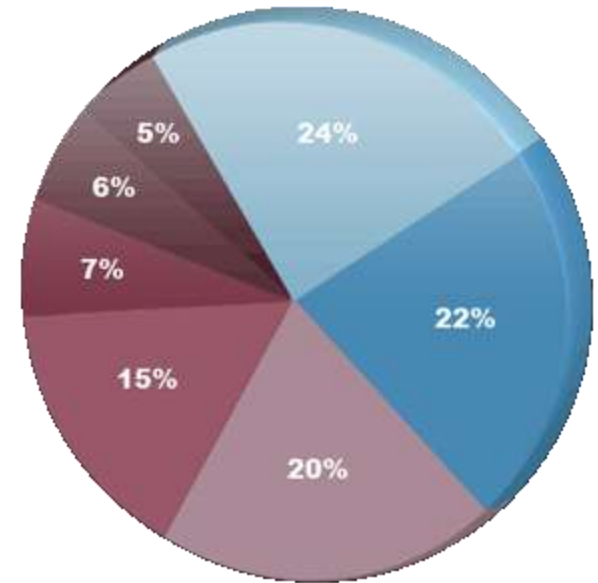
Un PageRank 2 es 16 veces un PageRank 1

Un PageRank 3 es 256 veces un PageRank 1



Cómo se calcula el PageRank

- 24% Autoridad del dominio al que pertenece la página web valorada
- 22% Valor de los links externos que apuntan a la página
- 20% Anchor Text de los link externos
- 15% Palabras claves utilizadas en el contenido de la página
- 7% Trafico
- 6% Valoración en las redes sociales
- 5% Registro del dominio e información y características del servicio de hosting o alojamiento



Conocer el PageRank

- Existen diferentes herramientas on-line para consultar el PR de una web

<http://www.calcularpagerank.net/>

http://www.prchecker.info/check_page_rank.php

<http://www.mipagerank.com/>

Alternativas al PageRank

- MozRank: métrica avanzada para catalogar la importancia y prestigio de una página



- No se muestra de forma predeterminada en el navegador, es necesario usar herramientas específicas.
 - Herramienta On line: <http://www.opensiteexplorer.org/>
 - MozBar para Chrome: <https://chrome.google.com/webstore/detail/mozbar/eakacpaijcpapndcfffddgphdiccmpknp>

MozRank

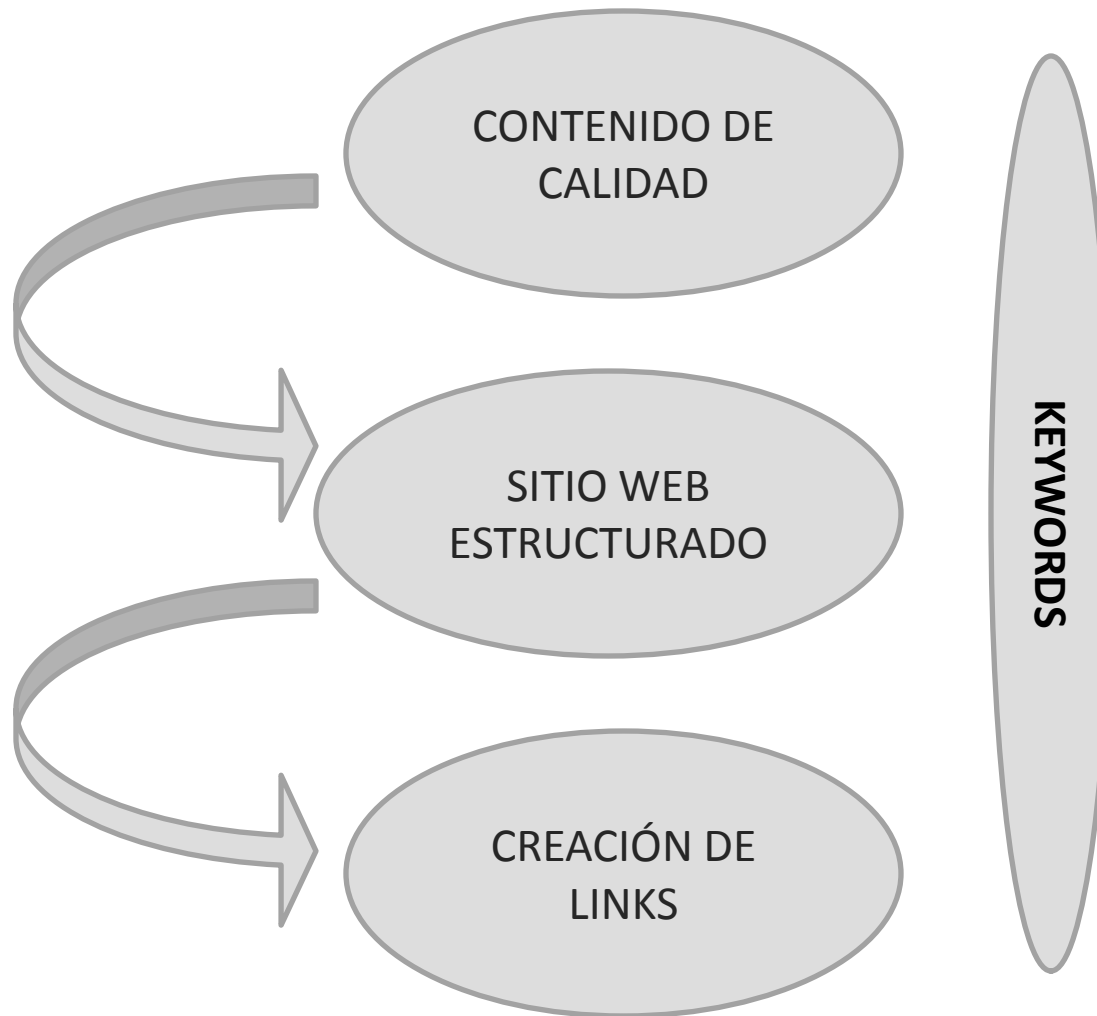
- Utiliza una escala de 0 a 100
- Define la importancia de una página en función de los links que apunten a ella
 - PA: Page Authority (autoridad de la página)
 - DA: Domain Authority (autoridad del dominio)
 - Links: vínculos hacia la página
- Aporta una idea clara de con quién competimos

Adaptación del SEO a Google

- Las prácticas abusivas por parte de webmasters sin escrúpulos provocan reacciones de Google.
- Algoritmo Panda (2011) penaliza contenido duplicado
- Algoritmo Penguin (2012) penaliza técnicas de manipulación para subir el PageRank
- Algoritmo Colibrí (2013)
 - La Web semántica



Principios Básicos de SEO



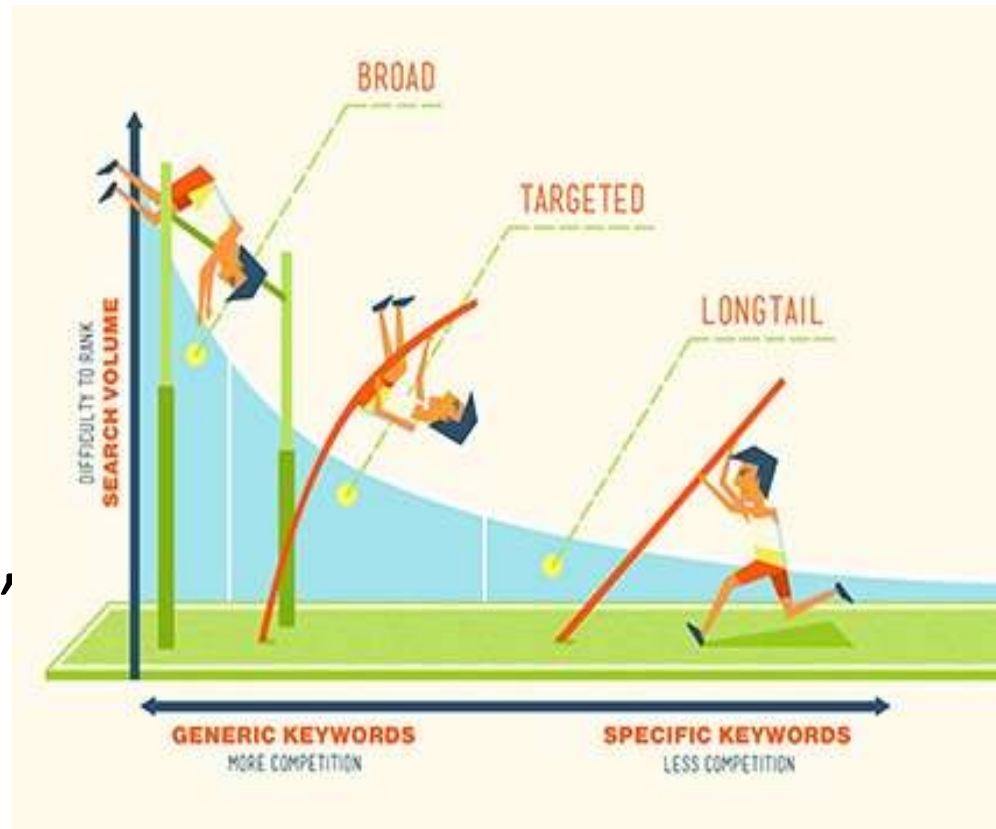


KeyWords (palabras clave)

Aquellas palabras que emplean los usuarios de Internet para buscar contenido en la Web a través de los motores de búsqueda

Tipos de palabras clave

- Amplias
- Segmentadas
- De “cola larga”



Elección de palabras clave

- Identificación de nichos de mercado

*Un **mercado on line** es un conjunto de personas con intereses comunes*

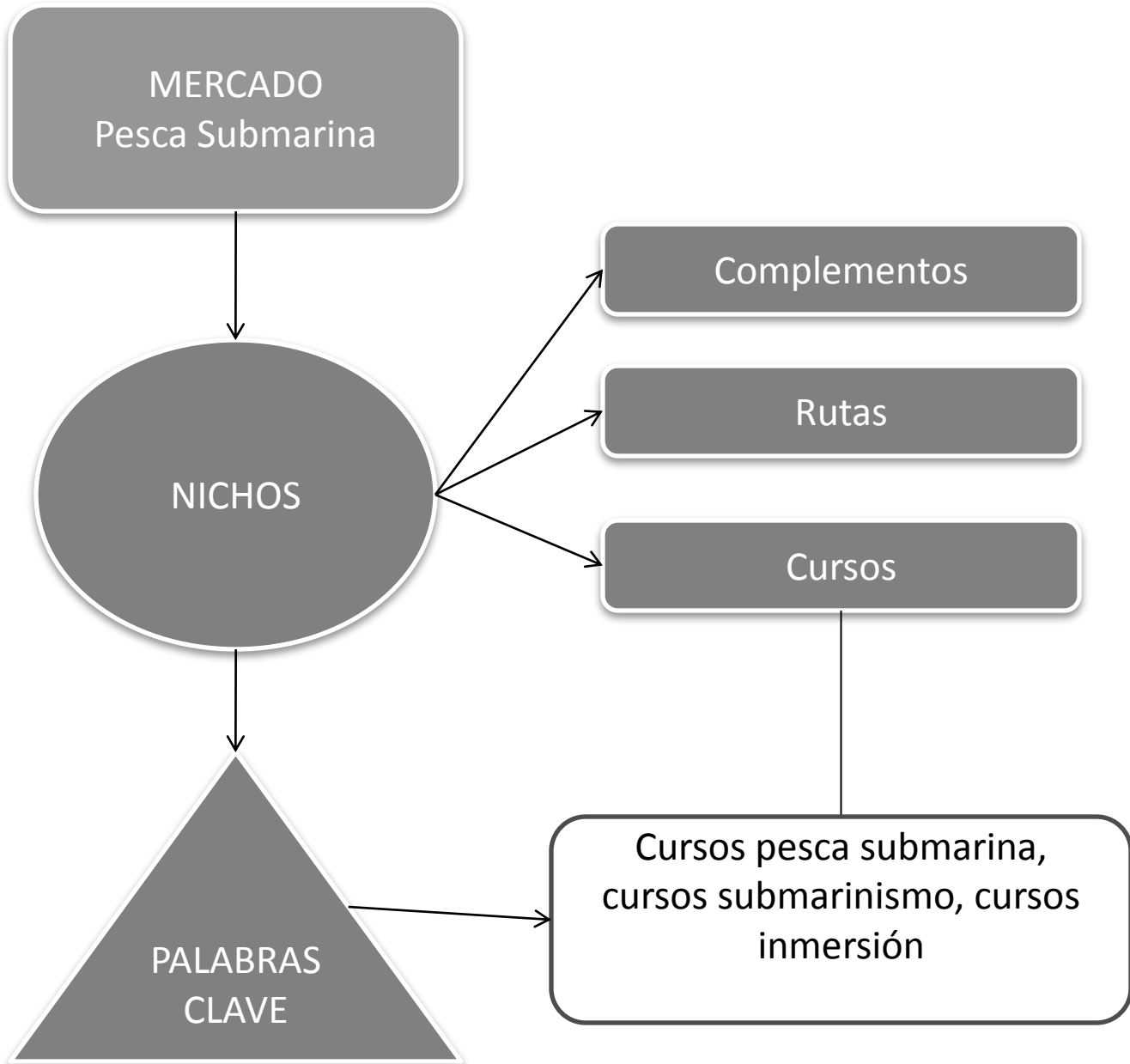
*Dentro de cada mercado on line hay muchos **nichos de mercado***

*Las **palabras claves** son usadas por miembros del mercado para explorar nichos*

Elección de palabras clave

Dos palabras clave que definen un nicho pueden tener volúmenes de búsqueda muy diferentes

Es muy importante elegir adecuadamente las palabras clave más apropiadas



MERCADO
Pesca Submarina

NICHOS

Complementos

Rutas

Cursos

PALABRAS
CLAVE

Cursos pesca submarina,
cursos submarinismo, cursos
inmersión

La palabra clave ideal

- Relevante: relacionada con el nicho y que atraiga a público interesado
- Gran tráfico: alto promedio de uso
- Baja competencia
- Elevado nivel comercial

Elección de palabras clave

Herramientas

- Programador de palabras clave AdWords
- Google Trends
- Übersuggest (<http://ubersuggest.org/>) para ver palabras claves sugeridas
- Analizar la densidad de palabras clave
 - <http://tools.seobook.com/general/keyword-density/>

Consejos para redactar contenido

- Contenido original

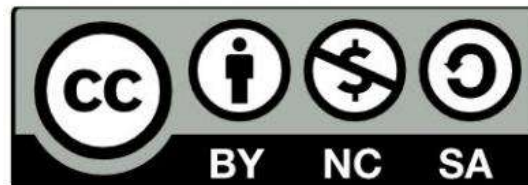


- Utilizar **negrita o cursiva** para las partes importantes, no para las palabras clave
- Utilizar las palabras clave en los **encabezados**
- Cuidar los **títulos** de los artículos, que sean específicos respecto al contenido
- Relevancia de contenido

Manejo de Imágenes

- Las imágenes de calidad son un complemento necesario en los artículos y publicaciones de una web
- Las imágenes son indexadas por google y son un importante elemento de SEO

 **creative
commons**



HTML Básico para SEO

- **Title:**
 - Intenta que en el título de la página web aparezcan las palabras claves deseadas.
 - Títulos no muy largos (que no superen los 50-60 caracteres)
 - No repetir más de 3 veces la misma palabra (puede ser considerado spam)
- **Description:**
 - Longitud de 70-160 caracteres
 - Es recomendable que incluya las palabras clave

Previsualizar: <http://www.seomof.com/snippet-optimizer.html>

HTML Básico para SEO

- Alt:
 - Atributo de imagen
 - Es interesante insertar palabras clave en él
- Etiquetas de cabecera
 - Los encabezados (H1, H2, H3) sirven a Google para identificar el contenido relevante
- Enlaces:
 - Atributo nofollow

Dominio y URL

- URL
 - Intenta que contenga las **keywords** deseadas
- Dominio
 - Aunque google no lo diga claramente, se cree que posiciona mejor dominios que contengan las palabras clave. **EMD** (Exact match domain)

No abuses

Estructuración del sitio web

- Funcional, atractivo (reducir tasa de rebote)
- Vinculación interna coherente (Sitemap)
- Vínculos externos a sitios de calidad
- Accesible a google: limitar el contenido de Flash, frames...
- Utilizar palabras clave (keywords) en la meta descripción del sitio
- Optimizar el tiempo de carga de la web