

---

# SEO

## Visibilidad en la Web

---

Ing. Conrado Viña



---

# Jornada 1

- Introducción
- ¿Está su sitio pronto para ser optimizado?
- Un nuevo Sitio Web
- El secreto fundamental

---

# Qué es SEO

**SEO** (Search Engine Optimization) se define como el **conjunto de tareas** efectuadas con el objetivo de hacer aparecer la **URL** de una determinada **Página Web** en las **primeras posiciones** de los resultados de búsquedas en los **motores de búsqueda** de Internet (**Google**, Yahoo, MSN, etc.).

# Qué más es SEO

- **SEO** son las personas que se dedican al SEO
- **SEO** es un segmento del **SEM**
- **SEM** es un segmento del **Web Marketing** o **Internet Marketing**
- **Internet Marketing** incluye:
  - SEO
  - SMO
  - PPC
  - PR
  - etc.

# ¿Por qué debería interesarle?

- Algunas de las razones por la cual Ud. querría que su sitio sea encontrado en Internet:
  - **Vender**
  - **Reputación**
  - **Credibilidad**
  - **Contactos**

# Breve reseña histórica

- **1990:** Primeros buscadores
- **1996:** Todo el mundo habla de Internet.
- **1999:** Nace Google
- **2001:**
  - Revienta la burbuja
  - Google se los empieza a comer a todos.
  - Internet ya no es lo que era
- **2006:** Empieza la segunda burbuja
- **2007:** SEO para todo el mundo

---

# ¿Está su sitio pronto para ser optimizado?

## ¿Qué debe tenerse en cuenta a la hora de comenzar (o relanzar) un sitio Web?

- Artículo recomendado:
- ["18 Questions Your CEO Forgot to Ask When Building Your Website"](#)

# Compromiso

- A menos que su página sea [www.chiquifiestas.com.uy](http://www.chiquifiestas.com.uy) la tarea de SEO requiere de un esfuerzo constante.
- Si no hay un compromiso de la organización para desarrollarlo, mejor ni empezar.
- Los recursos que se requieren son:
  - **Desarrolladores de contenido**
  - **Parte del staff permanente**
  - **Diseñadores**
  - **Hosting adecuado**
  - **Actualizaciones (adaptaciones)**
  - **Responsable de SEO/Web Marketing**

---

# Objetivos claros y bien definidos

- Lo ideal para un Sitio Web es tener un objetivo:
  - **Unico**
  - **Claro**
  - **Bien definido**
- Ese objetivo puede ser: vender, promocionar, conseguir contactos, informar.
- Las estrategias para conseguir ese objetivo vienen en segundo lugar.

---

# Público Objetivo

- Junto con el objetivo de su sitio, es fundamental para el SEO, como en cualquier estrategia de **marketing**, definir el **público objetivo** de su sitio.
- La definición del público objetivo guiará el desarrollo de toda campaña de SEO.

# Categorías de Público

- Para desarrollar una campaña eficiente y eficaz, es necesario definir a qué categorías pertenece el público objetivo:
  - ❑ **Edad**
  - ❑ **Género**
  - ❑ **Educación**
  - ❑ **Nivel técnico/manejo de Internet**
  - ❑ **Procedencia/Ubicación geográfica**

---

# Buen Diseño

- Es “tan simple” como seguir la guía de buenas prácticas de Google:
- <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769#design>
- Esta es la mayor diferencia entre un buen **diseñador Web profesional**, y el sobrino del gerente\*.

\*<http://www.interactivemediaawards.com/whyenter/>

---

# Diseño Web Profesional

- Las palabras clave son:
  - **CSS**
  - **CMS**
  - **IA**

# Mecanismos de Conversión

- Su sitio tiene un objetivo.
  - Muy probablemente sea vender.
  - ¿Recordó incluir el e-mail de su empresa?
- Los métodos de conversión pueden ser varios:
  - **Formulario de Contacto**
  - **Carrito de Compras**
  - **Afililación a sitio de Ventas**
- ¿Cuál es el más adecuado?

---

# Un nuevo Sitio Web

- Definir Objetivos del Sitio
- Definir plan estratégico
- Selección del dominio
- Diseñar pensando en los buscadores
- Diseñar pensando en el contenido
- Diseñar pensando en el público objetivo

---

# Definir objetivos

- **Vender**

- Directamente
- Indirectamente

- **Promoción**

- De la marca
- De un producto
- De una persona

# Definir plan estratégico

- Una vez definido el objetivo del sitio, debe desarrollarse el **plan estratégico de SEO**.
- La definición del plan estratégico debe incluir:
  - Palabras clave
  - Recursos para SEO
  - Estrategia de Links
  - Estrategia de Promoción Paga
  - Estrategia de Conversión

# Selección del dominio

- Idealmente, la URL debe ser:
  - **breve**
  - **fácil de recordar**
  - **fácil de escribir**
  - **la marca**
  - **relacionada al negocio**

# Diseñar para los buscadores

- Diseñar para los buscadores significa seguir las guías de Google.
- Básicamente, estas guías describen aspectos técnicos sencillos sobre el formato de un sitio, y sobre todo, detalles que **deben evitarse**.

# Diseñar para los usuarios

- Quiénes van a usar el sitio?
- Si el sitio va a tener un contenido dinámico, es deseable que la actualización sea sencilla.
- Si se requiere del diseñador y/o programador para hacer pequeñas modificaciones, las probabilidades del éxito del sitio se verán severamente afectadas.

# Diseñar para el público

- El diseño del sitio se adaptará al público que se desee atraer.
- Hay ciertas reglas básicas, en base a las cuales se puede diseñar un sitio:
  - **Simple** (público poco técnico, adulto mayor)
  - **Vanguardista** (diseñadores, artistas, jóvenes)
  - **Recargado** (técnicos, webmasters)

---

# El secreto fundamental

- La pieza principal para una campaña de SEO exitosa.

# Content is King

- Las chances de ser encontrado son **mínimas** cuando su sitio no tiene contenido:
  - **De interés**
    - (Que yo pueda copiar)
  - **Unico:**
    - Original
    - Creativo
    - Gracioso
    - Genial

---

# Información vigente

- Las chances de ser encontrado son **mínimas** cuando su sitio no tiene contenido **vigente**.
- A menos que haya tenido una idea genial, que trascienda el paso del tiempo, es poco probable que un sitio pueda mantenerse en las primeras posiciones en un nicho de mercado competitivo.