



Web Marketing
Octopus Peru

Guía Básica

Ventajas de un Sitio Web Optimizado



www.octopusperu.com
info@octopusperu.com
(051)983244345

VENTAJAS DE UN SITIO WEB OPTIMIZADO

WEB MARKETING | OCTOPUS PERU

IMPORTANCIA DE TENER UN BUEN SITIO WEB

Su sitio web es su escaparate, todo en él le dice a su cliente potencial algo sobre usted desde los gráficos hasta la facilidad de navegación.

Sólo hay que pensar en los sitios web buenos o malos que usted ha encontrado y si esto hace que usted quiera hacer negocios con esa empresa, para ver lo importante que es hacer las cosas bien. Cualquier pensamiento de la pequeña empresa en invertir en un sitio web tiene que comenzar con un par de preguntas clave.

1. ¿Cuáles son sus objetivos de negocio?
2. ¿Será capaz de llegar a nuevos y existentes clientes a través de un sitio web? ¿Le ayudará?
3. Si decide que un sitio web le ayudará a su negocio la siguiente pregunta es ¿qué quieres que haga por ti?
4. ¿Quieres que tu sitio web pueda tomar los pedidos y los pagos de los clientes o quieres un sitio que actúa como un anuncio?
5. ¿Cuántos visitantes esperas que lleguen a su sitio?
6. ¿Qué crees que tus clientes están buscando?

Un buen sitio web es claro y actualizado, le dice a sus clientes lo que necesitan saber, los guía rápida y fácilmente a través de su gama de productos, hace que sea seguro y seguro para ellos que presente cualquier pago, y proporciona los datos de contacto para preguntas y consultas.

Hacer negocios a través de Internet tiene que ver mucho con la confianza y veracidad de su sitio y debe inspirar el éxito. Si se hace bien, un sitio web puede proporcionar un importante impulso a las ventas. Puede ampliar su mercado potencial, manteniendo los gastos generales hacia abajo. También es una forma ideal de comunicarse rápidamente sobre cambios en la información del producto o servicios.

Si se utiliza en todo su potencial, es una manera perfecta para construir redes y relaciones con sus clientes y proveedores. Hay millones de sitios web por ahí y el motor de búsqueda es el rey. Las personas que buscan productos o servicios que ofrecen van a encontrar a través de un motor de búsqueda como Google o Yahoo. Usted necesita pensar acerca de cómo destacar y ayudar a los clientes a encontrar su sitio tal vez a través de listados y directorios en línea. Lo más importante,

es una buena página web, no estática, donde se destacan características por sí sola. Los sitios web son sólo un aspecto de cómo llega a su negocio y se hace cargo de sus clientes.

Para tener éxito, los sitios web deben mantenerse vivos y actualizados, respaldados por el contacto humano y los productos y servicios que cumplen con sus reclamos en línea. Para obtener más información sobre las formas en que la tecnología puede ayudar a su negocio visite: www.octopusperu.com

IMPORTANCIA DE OPTIMIZAR SU PAGINA WEB

Search Engine Optimization (SEO) es la actividad de la optimización de páginas web o sitios enteros con el fin de obtenerlos puestos más altos en los resultados de búsqueda a través de los motores de búsqueda.

Este tutorial explica las técnicas de SEO simples para mejorar la visibilidad de sus páginas web para diferentes motores de búsqueda, especialmente para Google, Yahoo y Bing.

Audiencia

Este tutorial ha sido preparado para los principiantes para ayudarles a entender las características simples y básicas pero eficaces de SEO.

Prerrequisitos

Asumimos que son conscientes de las tecnologías web sencillas tales como HTML, XHTML, hoja de estilos, etc. Así como también del uso de un computador y herramientas básicas.

Si ya ha desarrollado cualquier sitio web, entonces es una ventaja añadida y que le ayudará a entender los conceptos de SEO que se explican en este tutorial.

A. TEMAS

1. VISION GENERAL	1
¿Cómo funciona el trabajo de motor de búsqueda?	1
¿Qué es Copywriting SEO?	2
¿Qué es Ranking de Motor de Búsqueda?	2
¿Qué es On Page y Off Page SEO?	2
2. DOMINIO WEB	3
Cuestiones Básicas	3
3. NOMBRE DE ARCHIVOS RELEVANTES	4
Nombre de Archivos	4
Ejemplos de Nombre de Archivos	5
Extensión de Archivo	5
Nombre de Sub Directorio	5
Cuestiones Básicas	5

4. DISEÑO.....	6
5. PALABRAS CLAVES OPTIMIZADAS.....	6
Frecuencia de Palabra Clave.....	7
Densidad de Palabra Clave	7
Proximidad de Palabra Clave.....	7
Prominencia de Palabra Clave.....	7
6. METATAGS OPTIMIZADAS.....	7
¿Cómo lucen los Metatags?.....	8
Descripción de Metatags.....	8
Metatag Robots.....	8
7. OPTIMIZACION DE TITULO.....	8
Mejores Prácticas para Crear Titulos.....	9
8. ANCLA OPTIMIZADA.....	9
9. EL CONTENIDO ES EL REY.....	10
Único y de Alta Calidad de Contenido.....	10
Escritura de Contenido SEO (Redacción).....	11
Otras Ventajas de tener un excelente Contenido.....	11
Conclusion.....	11
10. CONTRATANDO A UN EXPERTO.....	22
Escogiendo un Experto SEO o Empresa.....	22
11. LINK BUILDING	24
¿Cómo incrementar la popularidad de un enlace?.....	24
12. MOVIL SEO	26
¿Qué es Optimización Movil?.....	26
Optimiza tu Sitio para Moviles.....	26
Elige una configuración Movil.....	27
13. TECNICAS VARIADAS.....	32
No Hacer.....	32
Si Hacer.....	32
14. RESUMEN	34

1. VISION GENERAL

SEO significa Optimización del Motor de Búsqueda. SEO es todo acerca de la optimización de un sitio web para los motores de búsqueda. SEO es una técnica para:

- diseñar y desarrollar un sitio web, para clasificar bien en los motores de búsqueda.
- mejorar el volumen y la calidad de tráfico a un sitio web en los motores de búsqueda.
- comercialización mediante la comprensión de cómo funcionan los algoritmos de búsqueda, y lo que los visitantes, clientes o personas podrían buscar.

SEO es un subconjunto de marketing de motores de búsqueda. SEO también se conoce como SEO derechos de copia o copywriting, porque la mayor parte de las técnicas que se utilizan para promover los sitios en los motores de búsqueda, lidian con el texto.

Si planeas hacer un poco de SEO básico, es esencial que entiendas cómo funcionan los motores de búsqueda.

¿Cómo funciona un motor de búsqueda?

Los motores de búsqueda realizan diversas actividades con el fin de obtener resultados de búsqueda.

- **Crawling** - Proceso de ir a buscar todas las páginas web enlazadas a un sitio web. Esta tarea se realiza mediante un software llamado rastreador o una "araña" (o el robot de Google, en el caso de Google).
- **Indexación** - Proceso de creación de índice para todas las páginas web que se han obtenido y mantenerlos en una base de datos gigante desde donde más tarde se puede recuperar. En esencia, el proceso de indexación es la identificación de las palabras y expresiones que mejor describen la página y la asignación de la página para determinadas palabras clave.
- **Procesamiento** - Cuando llega una solicitud de búsqueda, el buscador lo procesa, es decir, se compara la cadena de búsqueda en la solicitud de búsqueda a las páginas indexadas en la base de datos.
- **Relevancia Cálculo** - Es probable que más de una página contenga la cadena de búsqueda, por lo que el motor de búsqueda inicia el cálculo de la relevancia de cada una de las páginas de su índice de la cadena de búsqueda.
- **Recuperando Resultados** - El último paso en las actividades de los motores de búsqueda está recuperando los mejores resultados emparejados. Básicamente, no es nada más que mostrarlos en el navegador.

Los motores de búsqueda como Google y Yahoo! a menudo actualizan sus algoritmos de relevancia varias veces mes. Cuando vea los cambios en su ranking, es posible que se deba a un cambio algorítmico o algo más allá de su control.

Aunque el principio básico de funcionamiento de todos los motores de búsqueda es el mismo, las diferencias mínimas entre sus algoritmos de relevancia conducen a grandes cambios en los resultados

¿Qué Es SEO Copywriting?

Copywriting SEO es la técnica de la escritura de texto visible en una página web, de tal manera que quede bien para la persona que navega, y también apunta a los términos de búsqueda específicos. Su propósito es alcanzar los primeros puestos en los motores de búsqueda para los términos de búsqueda específicos.

Junto con el texto visible, Copywriting SEO suele optimizar otros elementos en páginas de los términos de búsqueda específicos. Estos incluyen el título, descripción, etiquetas de palabras clave (exceptuando para Google en el 80% de los casos), títulos, y el texto alternativo.

La idea detrás del Copywriting SEO es que los motores de búsqueda quieren contenidos genuinos y no adicionales páginas a menudo llamadas "páginas de entrada" que se crean con el único propósito de lograr un alto ranking.

¿Qué es el Ranking de motor de búsqueda?

Al buscar cualquier palabra clave usando un motor de búsqueda, muestra miles de resultados que se encuentran en su base de datos. Un ranking de la página se mide por la posición de las páginas web que aparecen en los resultados de los motores de búsqueda. Si un motor de búsqueda está poniendo su página web en la primera posición, a continuación, su rango de página web será el número 1 y se asume como la página con el rango más alto.

SEO es el proceso de diseño y desarrollo de un sitio web para alcanzar un alto rango en los motores de búsqueda.

¿Qué es On Page y Off Page SEO?

Conceptualmente, hay dos maneras de optimización:

- On Page SEO - Incluye proporcionar un buen contenido, buena selección de palabras clave, poner palabras clave en los lugares correctos, dando título adecuados a cada página, etc.
- Off Page SEO - Incluye la construcción de vínculos, el aumento de la popularidad de enlaces mediante la presentación de directorios abiertos, buscadores, intercambio de enlaces, etc.

2. DOMINIO WEB

Cuando usted comienza a pensar en hacer un negocio a través de Internet, lo primero que piensas es en su nombre de dominio web. Antes de elegir un nombre de dominio, debe tener en cuenta lo siguiente:

- ¿Quién sería su público objetivo?
- ¿Qué tiene la intención de venderle a ellos. Es un elemento tangible o intangible?
- ¿Qué hará su idea de negocio única o diferente de todo lo demás que ya está disponible en el mercado?

Mucha gente piensa que es importante contar con palabras clave en un dominio. Palabras claves en el nombre de dominio suelen ser importantes, pero por lo general se puede hacer mientras se mantiene el nombre de dominio corto, fácil de recordar, y libre de guiones.

El uso de palabras clave en el nombre de dominio le da una fuerte ventaja competitiva sobre sus competidores. Tener sus palabras clave en el nombre de dominio puede aumentar tasas de click en los listados de motores de búsqueda y los anuncios pagados, así como hacer más fácil el utilizar las palabras clave.

Evite comprar largos y confusos nombres de dominio. Muchas personas separan las palabras en sus nombres de dominio, ya sea utilizando guiones bajos o medios. En el pasado, el propio nombre de dominio fue un factor de clasificación importante, pero ahora los motores de búsqueda tienen características avanzadas y no es un factor muy importante hoy en día.

Mantenga dos o tres palabras en su nombre de dominio que va a ser fácil de memorizar. Algunos de los sitios más notables hacen un gran trabajo de la marca mediante la creación de su propia palabra. Algunos ejemplos son eBay, Yahoo!, Expedia, Slashdot, Fark, Wikipedia, Google, etc.

Usted debe ser capaz de decirlo por teléfono una vez, y la otra persona debe saber cómo se escribe, y debe ser capaz de adivinar lo que usted vende.

Cuestiones Básicas

Por último, usted debería ser capaz de responder a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué quieres construir tu sitio web?
- ¿Por qué la gente debería comprar a su sitio y no en otros sitios?
- ¿Qué te hace diferente de los demás?
- ¿Quiénes son tu público objetivo y qué es lo que tiene la intención de vender?

Tarea

- Haga una lista de 5 a 10 sitios web que usted piensa que son increíbles. Luego intente entender por qué son increíbles.
- Cree 5 nombres de dominio diferentes. Cree por lo menos 1 gracioso. Comparta sus ideas de nombre de dominio con media docena de personas y vea cuáles son las reacciones sobre ellas. Obtendrá más retroalimentación verdadera si la gente no te conoce bien.
- Quédese con al menos 3 nombres de dominio pues es posible que alguno de ellos ya este tomado.

3. NOMBRES DE ARCHIVO RELEVANTES

Uno de los métodos más simples de mejorar su posicionamiento en buscadores es mirar la forma del nombre de los archivos. Antes de escribir este tutorial, hemos hecho un mucha investigación sobre los nombres de archivos y encontramos que los motores de búsqueda como Google dan demasiada importancia a los nombres de archivo. Usted debe pensar en lo que quiere poner en su página web y luego darle un nombre de archivo correspondiente a esta página.

Sólo intenta poner cualquier palabra clave en motores de búsqueda Google y encontrará los nombres de archivos resaltados con la palabra clave que han dado. Se demuestra que el nombre del archivo debe tener las palabras clave adecuadas.

Nombre de Archivo

- El nombre del archivo debe preferentemente ser corto y descriptivo.
- Siempre es bueno utilizar las mismas palabras clave en un nombre de archivo, así como en el título de la página.
- No utilice nombres de archivo como servicio.htm o trabajo.html ya que son genéricos. Use el nombre real del servicio en su nombre de archivo, como por ejemplo: reparacion-de-computadoras.html, que es más específico.
- No utilice más de 3-4 palabras en nombres de archivo.
- Separar las palabras clave con guiones en lugar de guiones bajos.
- Trate de usar 2 palabras clave si es posible.

Ejemplo de Nombre de Archivo

A continuación se muestran algunos nombres de archivo que sería ideal desde el punto de vista de los usuarios, así como SEO.

Autos-narca-audi.html
decoración-interiores-para-empresas.html
casaca-cuero-mujer.html

Observe que las palabras clave están separadas por guiones en lugar de guiones bajos.

Extensión de Archivo

Usted debe notar que .html, .htm, .php y cualquier otra extensión no hacen nada para sus visitantes, y son simplemente un medio de descarga de algunos de los trabajos de la configuración de su servidor web.

Muchos webmasters piensan que es una buena idea utilizar el nombre de archivo sin necesidad de utilizar la extensión.

Nombre de Subdirectorio

Desde el punto de vista de la Optimización del Motor de Búsqueda, los nombres de los subdirectorio poco importan. Usted puede tratar de darle cualquier palabra clave en cualquier búsqueda, pero no encontrará ningún subdirectorio o nombre coincidente con sus palabras clave. Pero desde el punto de vista del usuario, usted debe tener un nombre de subdirectorio abreviado.

Cuestiones Básicas

Mantenga los siguientes puntos en mente antes de nombrar a sus archivos:

- Mantenga la página Web con nombre de archivo corto, simple y descriptivo; relevante para el contenido de la página.
- Trate de utilizar un máximo de 3-4 palabras clave en el nombre de archivo y las palabras clave deben aparecer en el título de la página web también.
- Separe todas las palabras clave con un guión medio en vez de guión bajo.
- Mantenga su nombre de subdirectorios lo más corto posible.

4. DISEÑO

El diseño de sitios web es la primera impresión que las personas tendrán sobre su negocio. Hay sitios que tiene demasiado lujo y el usuario regular apenas se mantiene conectado a estos sitios y salen incluso sin crear un solo clic.

Los motores de búsqueda son muy inteligentes, pero después de todo, son softwares y no seres humanos, que puede leer el contenido de su interés. Si usted hace su sitio demasiado complicado, entonces el motor de búsqueda no sería capaz de analizar el contenido de su sitio correctamente, y, finalmente, la indexación no sería eficiente, lo que resulta en un rango bajo.

El contenido real de la página debe tener una densidad de palabras clave de alrededor de 10% y con una densidad alrededor de 200 palabras - pero hay muchas opiniones por parte de los expertos en SEO. Algunos dicen, que la densidad de palabras clave debe ser de 5% y algunos dicen que debe ser de 20%. Usted puede ir con el 10% que es lo suficientemente bueno.

Aquí hay algunas pautas que usted debe tener en cuenta al diseñar una página web.

- Usted debe tener más contenido de texto que elementos HTML.
- No frames: Ellos son los enemigos de los motores de búsqueda, y los motores de búsqueda son enemigos de marcos a menos que pertenezcan a Google, si desea que solo los robots de Google busquen su información.
- Sin publicidad: Debido a que la mayoría de los anuncios utilizan JavaScript que no se recomienda para ser utilizado con excepción de los pertenecientes a Google, si desea que solo los robots de Google busquen su información.
- Sin JavaScript: Si necesita usar JavaScript, haga que el mismo se conecte desde un archivo externo en lugar de volcar el código en el archivo HTML. Los menús desplegables de JavaScript previenen a las arañas enlazar la web principal. Si los usa, asegúrese de incluir enlaces de texto en la parte inferior de la página.
- No coloque nada en el tema de la página que no se ajuste a la perfección.
- No cree directorios innecesarios. Mantenga sus archivos lo más cercano a la raíz de lo posible.
- Nada de extravagancias (Flash, Splash, Animadas, rollovers, etc.) a menos que sea absolutamente necesario.

5. PALABRAS CLAVE OPTIMIZADAS

Una palabra clave es un término que se utiliza para que coincida con la consulta cuando persona

entra en un motor de búsqueda para encontrar información específica. La mayoría de la gente entra en busca de frases que constan de dos a cinco palabras. Estas frases pueden ser llamadas frases de búsqueda, frases de palabras clave, frases de consulta, o simplemente palabras clave. Buenas frases de palabras clave son específicas y descriptivas.

Los siguientes conceptos relacionados con palabras clave ayudan en la optimización de las palabras clave en una página web.

Frecuencia de Palabras Clave

Se calcula como la frecuencia con qué aparece una palabra clave en el título de página web o la descripción. Debe tener cuidado también con este concepto, ya que algunos motores si repites una palabra muchas veces, son penalizados por "spamming" o relleno de palabras clave.

Densidad de Palabra Clave

Se refiere al número de palabras clave que aparecen en tu página web en comparación con el número total de palabras que aparecen en esa misma página. Algunos motores de búsqueda consideran este mientras se determina el rango de su sitio web para una búsqueda por palabra clave particular.

Proximidad de Palabra Clave

Se refiere a la colocación de palabras clave en una página web en relación el uno al otro o, en algunos casos, en relación con otras palabras con un significado similar como la palabra clave consultada.

Prominencia de Palabra Clave

Es una medida de cuán temprano o alto se encuentran las palabras clave de una web. Tener palabras clave en el primer título y en el primer párrafo (primeras 20 palabras o menos) en una página son los mejores.

6. METATAGS OPTIMIZADAS

Hay dos metatags importantes:

- Descripción de las etiquetas Meta
- Etiquetas de palabras clave Meta

Algunos motores de búsqueda pueden mostrar la descripción del meta como parte de los resultados de búsqueda, pero las etiquetas de palabras clave meta no debe aparecer en los resultados de búsqueda.

El consenso general entre los expertos de SEO es que los metatags son tags muertos. Aun así, muchos de estos mismos expertos siguen utilizando metatags en sus propios sitios.

Para Google, añadiendo la descripción metaetiqueta no da lugar a un aumento en el motor de búsqueda en las páginas de resultados (SERPs), pero la descripción podría ser utilizada para la descripción de sus anuncios en Google SERP.

Yahoo! dice, utilizamos la etiqueta de palabra clave Meta cuando posiciona una página. Por lo tanto, tiene sentido agregar una para Yahoo! y otros motores de búsqueda de menor importancia que aún utilizan.

¿Cómo lucen los Metatags?

Puedes añadir lo siguiente en la sección principal de la página web:

```
<title>Destapa felicidad y compártela | Coca-Cola Perú</title>

<meta name="keywords" content="">
  <meta name="description" content="Siempre refrescando tus mejores momentos
junto a los que más quieres, familia y amigos. Coca-Cola, destapa felicidad.
">
```

Descripción de Metatags

Consejos importantes para una buena descripción de las etiquetas Meta:

- Use palabras clave en su etiqueta meta descripción.
- Trate de no repetir las palabras demasiado a menudo, pero trate de utilizar varias sintaxis de las palabras clave.
- No debe haber más de 150 caracteres en una descripción metaetiqueta de una sola página web.

Metatags Robots

El metatag importante que usted puede necesitar en algún momento es el Robots Metatag que se parece a esto:

```
<meta name="robots" content="noindex,nofollow">
```

Utilizando el metatag anterior, le puedes decir a una "araña" o un robot que no deseas que algunas de tus páginas sea indexada, o que no quieres que sigan tus vínculos.

7. OPTIMIZACION DE TITULO

Una etiqueta de TITULO HTML se coloca dentro de la etiqueta de la cabecera.

Este es el único lugar en una página web, donde sus palabras clave deben estar presentes. El uso correcto de las palabras clave en el título de cada página de su sitio web es muy importante para Google - particularmente para la página principal. Si usted no hace nada para optimizar su sitio,

recuerde que debe hacer esto!

Estas son algunas de las consideraciones, mientras se hace diseño del título de una página web:

- El título no debe constar de más de 9 palabras o 60 caracteres.
- Use palabras clave en el comienzo del título.
- No incluya su nombre de la empresa en el título a menos que su nombre de la empresa es muy conocida.

El uso inadecuado o inexistente de los títulos de las páginas web mantiene más sitios web fuera de los primeros lugares en Google que cualquier otro factor, excepto quizás por la falta de contenido relevante en una página o una falta de calidad de los vínculos de otros sitios web que apuntan a su sitio.

Mejores Prácticas para Crear Títulos

Estas son algunas de las mejores prácticas que se deben seguir para la creación de títulos en las páginas:

- Cada página debe tener un título único.
- Si es posible, trate de incluir su frase clave primaria en cada título de cada página.
- Comience el título de su página de inicio con su frase clave primaria, seguida de sus mejores frases de palabras clave secundarias.
- Utilice las variaciones más específicas a su frase clave primaria en sus páginas de productos, servicios o contenidos específicos.
- Si tiene que incluir su nombre de la empresa, póngalo al final del título.
- No exagere - no repita sus palabras clave más de 2 a 3 veces en el título.

Asegúrese de que la etiqueta <title> es el primer elemento de la sección <head> de la página - esto hace que sea más fácil para Google encontrar la página.

8. ANCLA OPTIMIZADA

Utilice el ancla de texto descriptivo para todos los enlaces de texto. La mayoría de los motores de búsqueda tienen en cuenta anclar el texto de enlaces entrantes al clasificar las páginas. He aquí un ejemplo de anclaje:

```
<a href="otherpage.htm" title="Anchor Title">Anchor Text</a>
```

A continuación se enumeran algunos de los puntos importantes a tener en cuenta sobre los anclajes:

- El Ancla Título juega un papel muy importante y es visto por la mayoría de los motores de búsqueda. El título de anclaje debe tener las palabras clave adecuadas.
- El texto ancla es otra parte importante, que debe ser seleccionado con mucho cuidado porque

este texto se utiliza no sólo para los motores de búsqueda, sino también para fines de navegación. Usted debe tratar de utilizar las mejores palabras clave en el texto del ancla.

- El otherpage.htm es el enlace a otra página web. Este enlace puede ser a un sitio externo. Aquí, es necesario asegurarse de que existe la página vinculada; de lo contrario se llama un vínculo roto, lo que da una mala impresión a los motores de búsqueda, así como a los visitantes del sitio.

Otro ejemplo de un ancla podría ser la siguiente:

```
<a href="otherpage.htm" title="Anchor Title">  
    
</a>
```

En este caso, el Texto de Anclaje ha sido reemplazado por una imagen. Así, durante el uso de una imagen en lugar de un texto de anclaje, se debe comprobar que usted ha puesto correctamente etiqueta ALT. La etiqueta ALT debe tener las palabras clave adecuadas.

9. EL CONTENIDO ES EL REY

El contenido básicamente incluye lo que se ve en el sitio: el texto, gráficos, e incluso enlaces a otros sitios web. Debe procurar que su web no este cargada de gráficos de forma excesiva si desea posicionarla, en caso de necesitar gráficos, estos no deben ser pesados. Su utilización puede ser perjudicial para el posicionamiento sobre todo si son muy pesados el tráfico de su página puede bajar considerablemente solo por este factor.

Miles de artículos, libros y entradas a foros están disponibles sobre la forma de hacer su web amigable para los motores de búsqueda, pero en última instancia, una regla se destaca por encima del resto: único, de alta calidad, el contenido no duplicado es el rey.

Haga un contenido de calidad, a mayor rango a alcanzar, mayor es el tráfico que obtiene y mayor la popularidad de su sitio web. Los motores de búsqueda prefieren sitios de gran calidad de sus índices y resultados de búsqueda.

El contenido relevante, fresco y oportuno es fundamental para atraer visitantes a su sitio web. Le ayudara a crear fidelidad de la audiencia.

Único y de Alta Calidad de Contenido

Cuando la gente visita un sitio web por una información, quieren sentir personalidad en un tema. ¿Cómo es su material o contenido único? ¿Es eso único, fácil de encontrar y de entender? Los visitantes quieren un contenido único de alta calidad. No sólo el contenido de su página de inicio, sino también todas las páginas enlazadas deben tener contenido útil y fácil de entender.

Hoy en día, los motores de búsqueda se han vuelto muy inteligentes y son capaces de entender la gramática completa y la frase completa. Por lo tanto, mientras que la clasificación de una página este contra otra, el contenido relevante en una página será relevante.

Los sitios con contenido duplicado, sindicado, o libre dan señales de alerta a los motores de búsqueda.

Escritura de contenido SEO (Redacción)

Escritura de contenido SEO (también conocido como Copywriting SEO) implica el proceso de integración de palabras clave y frases informativas que conforman el contenido real de su sitio web.

Mientras escribe el contenido de páginas web, los siguientes consejos pueden ayudarle a mantener mejor que otros.

- El contenido debe ser dirigida para el público objetivo.
- Se debe respetar la densidad de palabras estrictamente de acuerdo con las directrices del motor de búsqueda.
- Los títulos deben ser siempre llamativos, atractivos a sus visitantes para seguir leyendo y tengan el deseo de saber lo que usted ofrece en su sitio web.
- No utilizar un lenguaje confuso, ambiguo y complejo. Utilice declaraciones pequeñas para hacer su contenido más comprensible.
- Mantenga sus páginas cortas.
- Organice y distribuya el contenido de las páginas web.
- Divida su contenido de páginas web en párrafos cortos.

Otras ventajas de tener un excelente contenido

No sólo es SEO en lo que necesita para pensar. Muchos factores contribuyen a hacer su sitio popular.

- Si su sitio está teniendo algo realmente único, entonces la gente que le gusta lo recomendará a sus amigos.
- Los visitantes del sitio empiezan a confiar en su sitio y están a la espera para la próxima actualización de su contenido y regresan una y otra vez.

Conclusión

Crear, editar y promocionar el contenido único de alta calidad es difícil y lleva mucho tiempo. Pero al final, la regla de oro de la SEO es que el contenido es el rey. No es a causa de un motor de búsqueda, es por las visitas del sitio. Una página que es leído por la gente es mejor que una página que se lee por los robots.

Por lo tanto, escriba su contenido después de una reflexión seria. Mantenga su título, palabras clave, texto del enlace, metatags up-to-fecha, único e interesante.

10. CONTRATANADO UN EXPERTO

Crear, editar y promover un contenido único de alta calidad es difícil y lleva mucho tiempo. Si usted es realmente serio acerca de SEO y usted no está consiguiendo los resultados esperados, entonces sería mejor contratar a un experto en SEO.

Expertos de SEO realizan las siguientes tareas:

- Limpieza y Validación de Código - Asegúrese de que el código esta siendo ubicado por el motor de búsqueda y compatible con las normas.
- Estructura del sitio – Construcción de una estructura semántica y garantizar las URLs amistosas para las “arañas”.
- Optimización On Page - Título de Página, redacción de calidad, llamada a la acción, etc.
- Construcción de vínculos de Calidad - Asegurar una forma de enlaces de sitios relevantes.
- Investigación de palabras Clave - La construcción de una lista de palabras clave relevantes para su negocio.
- Creación de contenido de calidad – Crear páginas optimizadas alrededor de términos descubiertos mediante la investigación de palabras clave.
- Optimización Off Page – Administración de Blogs, comunicados de prensa, Peticiones de artículo. (En caso se haya contratado un servicio de Optimización Off Page, no todos los SEO webmasters trabajan igual este último punto, generalmente es un servicio diferente al SEO On Page)

Si está seguro de que usted tiene las capacidades necesarias, entonces usted puede tomar el cuidado de todas las actividades antes mencionadas; de lo contrario, vale la pena tomar la ayuda de las compañías de SEO o contratar a un especialista en SEO.

En algunos casos sobre todo en Sudamérica suelen incorporar el servicio de SEM (Search Engine Marketing) al servicio de SEO. El SEM está más relacionado a la publicidad pagada para alcanzar los primeros lugares por publicidad y tiene un sistema de puja en el caso de adwords y presupuesto en el caso de las Redes Sociales para alcanzar un determinado público objetivo previamente sectorizado.

11. LINK BUILDING

La construcción de links es la práctica de SEO de obtener enlaces de sitios web externos a su propia para mejorar ambos referidos directos (es decir, usuarios que hacen clic en los enlaces), y el motor de búsqueda por ranking. La construcción de links es todo sobre el aumento de su popularidad de enlaces web.

El Crawler de un sitio web va a un sitio una y otra vez, cuyo ranking en un motor de búsqueda es alto. Usted puede verificar este hecho al poner su sitio en un sitio de alto rango. Si el enlace de tu sitio está disponible en un sitio web de alto rango, entonces usted tiene 99.99% de posibilidades de que su sitio esté indexado dentro de 24Hrs.

¿Cómo incrementar la popularidad de un enlace?

Hay varias maneras de aumentar la popularidad de enlaces de su sitio. Puedes seguir los consejos que se dan a continuación, que son fácilmente factible.

- Envíe su sitio en los motores de búsqueda populares manualmente.
- Ingrese su sitio a páginas de redes sociales populares de alta confianza. Su popularidad crecerá rápidamente si las Redes Sociales asociadas a su web, publica contenidos periódicamente. Debe verificar que su red social tenga las pautas optimización adecuada.
- Proporcionar contenido de alta calidad para que cualquier persona, naturalmente enlace o comparta su sitio si están ofreciendo lo que ellos quieren, y que no está disponible en ningún otro lugar.
- Aproveche sus relaciones personales con otros webmasters. Ponga su enlace web en sus sitios.
- Participar en vincular los programas de intercambio. Encuentra los mejores 20 sitios que hacen el mismo negocio y en contacto con ellos por vínculos recíprocos. Intercambio de enlaces entre los sitios sin relación podría afectar el ranking de sitios web en el motor de búsqueda.
- Proporcione un buen contenido a sus visitantes del sitio. Trate de mantenerlos ocupados en su sitio. Si es posible cree foros, boletines de noticias, blogs, etc.
- Aunque hay otras formas adicionales, debe estar seguro donde invertirá sus dólares. Prefiera los expertos en SEO que suelen trabajar con agencias internacionales de confianza. Procure no usar servicios automatizados gratuitos suelen tener una mala calificación para Google.
- Suscribirse en el programa AdWords de Google para atraer tráfico hacia su sitio es una de las mejores ideas para cualquier tipo de negocio. Sin embargo es recomendable que reciba una capacitación sobre Adwords o de lo contrario puede contratar con un experto en SEM.

12. MOVIL SEO

Millones de usuarios estos días acceden a la web utilizando los smartphones con Android, iOS o Windows. Por lo tanto, se ha convertido en un imperativo que los sitios web se adapten a este entorno cambiante y hacer los cambios adecuados en el diseño de sitios web para atraer más audiencia.

La versión de escritorio de un sitio, puede ser difícil de ver y utilizar en un dispositivo móvil. La versión que no es amigable o adaptable para el móvil requiere que el usuario pinche o haga zoom para poder leer el contenido. Los usuarios encuentran esto una experiencia frustrante y es probable que abandone el sitio. Por el contrario, una versión móvil fácil es legible e inmediatamente utilizable. Una reciente actualización de Google hace que sea obligatorio que un sitio web deba ser adaptable a dispositivos móviles para ser eficaz en los motores de búsqueda

de teléfono. Tenga en cuenta que un sitio web que no es adaptable no tendrá ningún impacto en los motores de búsqueda regulares.

¿Qué es Optimización Móvil?

Mobile Search Engine Optimization es el proceso de diseñar un sitio web para que sea adecuado para su visualización en dispositivos móviles de diferentes tamaños de pantalla que tienen poco ancho de banda. Aparte de seguir todas las normas de SEO que son aplicables a un sitio web de escritorio, tenemos que tener cuidado adicional al diseñar un sitio web para dispositivos móviles. Un sitio web es adaptable para móviles si cuenta con los siguientes atributos.

- Un buen sitio web móvil tiene un diseño de respuesta que se desempeña bien en los escritorios, así como los dispositivos móviles. No sólo reduce el mantenimiento del sitio web, también hace que el contenido sea consistente para los motores de búsqueda.
- El contenido de un buen sitio web para móviles son fáciles de leer en un dispositivo móvil sin tener que agrandar la pantalla. Tiene fuentes apropiadas, colores y diseños.
- Es fácil de navegar a través de un buen sitio web para móviles en una pantalla pequeña. Proporciona enlaces y botones que pueden ser maniobrados fácilmente con un dedo.
- Un buen sitio web para móviles es ligero de tal manera que se necesita menos ancho de banda y tiempo para cargar en las redes móviles.
- La página inicial de un sitio web para móviles juega el papel más importante en la conexión de los usuarios con el contenido que están buscando. Por lo tanto, buenos sitios web para móviles aseguran que los vínculos más importantes se muestran en la página de inicio para que puedan obtener suficiente visibilidad.

El ranking de un sitio web depende en gran medida de la facilidad de usar. Puedes seguir las directrices que figuran a continuación para diseñar un gran sitio web para móviles.

Optimice su Sitio para Móviles

Si su sitio ya está optimizado para los motores de búsqueda, entonces no debería ser demasiado difícil para optimizarlo para dispositivos móviles. En primer lugar, vamos a entender lo que se

necesita para el móvil. Podemos clasificar las medidas en tres grandes categorías -

Paso 1 - Seleccione una configuración móvil

Paso 2 - Informar a los motores de búsqueda

Paso 3 - Evite errores comunes

Diseño Web Adaptable

Google recomienda el diseño web adaptable dado que es la configuración móvil más simple y muy fácil de implementar. Sirve el mismo código de HTML en el mismo URL, sin embargo, ajusta la pantalla basado en el tamaño de pantalla del dispositivo móvil.



Puedes usar la extensión Responsive Web Designer Tester para verificar que tu sitio web se está adaptando a diferentes tipos de medidas. **La puedes encontrar en las aplicaciones del Web Store de Google, es gratis.**

13. TECNICAS VARIADAS

Hay varios otros consejos relacionados con SEO. No los hemos clasificado en ninguna categoría especial y por lo tanto, ponemos estos en la categoría "técnicas variadas". Ir a través de estos consejos, uno por uno.

No Hacer

- No guarde el texto oculto en sus páginas web para intentar que esta sirva al posicionamiento.
- No cree spamming imagen alternativa al poner palabras claves incorrectas.
- No utilice etiquetas meta sin valor, podría ser perjudicial para su web.
- No utilizar marcos y flash en su sitio a menos que sea completamente necesario.
- No intercambiar enlaces con sitios de la lista negra de los buscadores.
- No trate de engañar a sus visitantes del sitio mediante el uso de palabras clave mal escrita.

- No enviar mensajes de spam a miles de identificadores de correo electrónico.
- No utilice demasiados gráficos en su sitio.
- No crear demasiadas páginas falsas.
- No trate de crear contenido duplicado de páginas.
- No envíe su sitio web muchas veces en un solo buscador.
- No utilice subdirectorios muy profundos.

Si Hacer

Hay varios otros consejos que pueden ayudarle a optimizar su sitio web para muchos motores de búsqueda.

- Crear un mapa del sitio, Ayuda, FAQ, Derechos de Autor, Política de privacidad.
- Crear un enlace página web para cada página web y proporcionar una fácil navegación.
- Google puede rastrear e indexar páginas dinámicas, si no tiene más de 2 parámetros en la URL.
- Compruebe que no aparezcan enlaces rotos en su sitio web.

14. RESUMEN

Hemos cubierto casi todos los conceptos básicos relacionados con la optimización del Search Engine. Ahora está familiarizado con las terminologías SEO más frecuentes.

Usted ha aprendido cómo optimizar palabras clave, título, metatags, anclaje, y otros textos desde el punto de vista SEO. También ha aprendido la importancia de tener un buen contenido en su sitio web. En el capítulo Técnicas Variadas, le hemos sugerido otros puntos importantes que le ayudarán a optimizar su sitio web.

En pocas palabras, podemos tener los siguientes puntos como las estrategias éticas para lograr la clasificación óptima en los motores de búsqueda:

- No abusar de la densidad de palabras clave.
- Siempre incluya: robots.txt y sitemap.xml
- Las palabras clave son prominentes en el Título, metatags, y encabezamientos.
- No olvidar etiquetas de Título.
- La nomenclatura es fundamental para la indexación.

B. ACTUALIZACION 2015

Este artículo esta actualizado al 23.10.15, sin embargo cabe resaltar algunos factores importantes:

- A la fecha Google ha cambiado muchas directrices, por lo cual es importante que su web este actualizada, de lo contrario los cambios en los rankings serán muy visibles.
- Esta Guía es informativa, general y básica para que usted pueda:
 - En primera instancia:* constatar que web sigue las pautas básicas positivas que se encuentren en su sitio y que la pautas básicas negativas no se encuentren en su sitio.
 - En segunda instancia:* que pueda usted mismo realizar funciones fáciles para potenciar su web, solo en caso cuente con conocimientos informáticos
 - En tercera instancia:* que pueda tener las herramientas y conocimientos básicos para contratar un servicio con una empresa o expertos en Diseño Web y SEO sin que su negocio se vea perjudicado por falta de instrucción sobre el tema.
 - En cuarta instancia:* que pueda fácilmente acompañar o realizar un proyecto a la hora de contratar con un experto en SEO.
- Recordar que esta es una Guía Básica y no representa todos los elementos para potenciar una web. Sin embargo la omisión o error en estos factores básicos señalados en esta guía, tendrán un resultado perjudicial para su negocio.
- Se puede mantener actualizado con información relevante e interesante para su negocio en: www.octopusperu.com/blog/

C. SOBRE EL AUTOR

Si desea recibir una asesoría para su negocio y necesita implementar una página web optimizada no dude en contactarnos a ventas@octopusperu.com
Ingresa a nuestra web www.octopusperu.com para conocer las soluciones de web marketing que tenemos para usted.

D. DERECHOS DE AUTOR

Queda prohibida su venta, copia y distribución, así como también su uso para otros sitios web d los rubros que trabaja Octopus Peru y todos los artículos descargados relacionados al sitio web: www.octopusperu.com



Enlaces Destacados

octopusperu.com

octopusperu.com/disenoweb/

octopusperu.com/seo-smo/

octopusperu.com/redessociales/

Blog

octopusperu.com/paginas-no-optimizadas/

octopusperu.com/googlealiza-tu-vida/

octopusperu.com/blog/

Guía Básica

Ventajas de un Sitio Web
Optimizado



Web Marketing
Octopus Peru