

GUÍA DE POSICIONAMIENTO NATURAL para las pequeñas empresas



WebSelf.net

Qué es el posicionamiento (SEO)?

¿Cómo mejorar tu posicionamiento en los motores de búsqueda?

- Palabras claves
- Nombre de dominio
- URL de la página
- Etiqueta de título y descripción
 - Etiqueta de título de la página web
 - Etiqueta de descripción de la página web
- Título principal de páginas (H1)
- Textos alternativos
- Favicon
 - Contenido
 - Los enlaces
 - Directorios
 - Blogs
 - Las redes sociales
- Posicionamiento (SEO) local

10 errores a evitar

Herramientas SEO

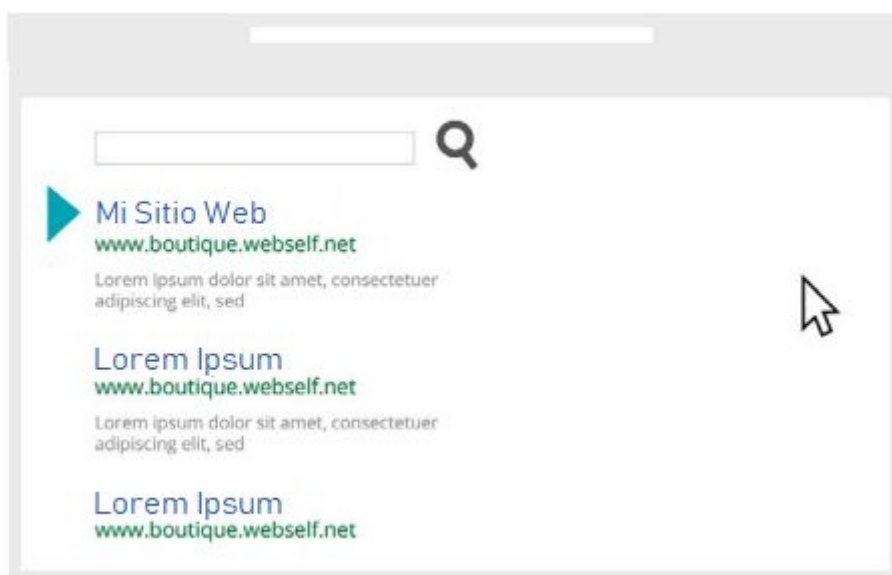
- Google Trends
- Google Search Console
- MyPoseo
- Adwords y Adwords Express

La experiencia del usuario

- El móvil
- Velocidad de descarga.
- HTTPS
- Estructura y facilidad de navegación

Conclusión

- Lecturas adicionales
-



¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO (SEO)?

SEO, o Posicionamiento, es el acrónimo por "Search Engine Optimization" o "Optimización en los motores de búsqueda". Los robots de Google examinan los sitios web, con un algoritmo bastante complejo, para determinar qué páginas estarán en los primeros puestos de los resultados del motor de búsqueda. El posicionamiento es el conjunto de prácticas que hacen posible mostrar un sitio en estos motores de búsqueda, por ejemplo, la calidad del contenido, el número de enlaces entrantes, las palabras clave, etc.

A pesar de que nadie ha descifrado con éxito el algoritmo de Google, sabemos lo suficiente sobre él. Aquí hay una guía de SEO para las pequeñas empresas.

¿CÓMO MEJORAR TU POSICIONAMIENTO EN LOS MOTORES DE BÚSQUEDA?

Primero, ¿qué es un motor de búsqueda? Un motor de búsqueda es una aplicación informática para buscar un sujeto. En Internet hay sitios web cuyo servicio principal es la búsqueda, ellos mismos son designados como "motores de búsqueda". Los más conocidos son Google, Yahoo, Bing y Baidu.

De hecho, no es porque tu sitio esté en línea que está visible en la primera página. Hay millones de sitios web y, lamentablemente, no todos tienen la suerte de encontrarse en la primera página de consultas. Un buen SEO se basa en un algoritmo bastante complejo y, por lo tanto, se tienen en cuenta varios factores. Con WebSelf, hay varios elementos que puedes modificar / agregar para garantizar un mejor posicionamiento.

Para ello explicaremos más 8 elementos que hacen un buen SEO de una página web. Las palabras clave "Una palabra clave" es una palabra o frase que ingresa un usuario para buscar y encontrar un sitio en la web. Para tu sitio debe elegir las palabras o frases por las que deseas que te encuentren en los motores de búsqueda, e integrarlas en tu contenido web.

Elige tus palabras clave:

- Piensa en lo que tus visitantes escribirán en los motores de búsqueda para encontrarte.
- Establece una lista con estas palabras, frases o combinación de palabras clave.
- No acumules palabras clave: haz un top 10 y concéntrate solo en las mejores palabras y frases clave.

La tendencia del nombre de palabras en una búsqueda ha crecido a lo largo de los años, por lo que es relevante para tí orientar las consultas que incluyen entre 4 y 6 términos, ya que te permitirán obtener mejores resultados más rápidamente.

Luego escribe tu contenido utilizando las mejores palabras clave. Estas palabras y frases clave también se deben encontrar en el título de tu sitio, en la descripción, las URL y los títulos de tus páginas.

Ten cuidado de no acumular estas palabras y frases clave, o hacer una lista, porque estas prácticas no son aceptadas y serás penalizado.



Nombre de dominio

Otro elemento esencial para tu visibilidad es tu nombre de dominio. Debes elegirlo con cuidado, ya que es un factor importante para mejorar tu SEO.

Ejemplo: restaurante75.com es un nombre de dominio generalmente preciso, pero cuando se consideran millones de sitios de restaurantes, esto no es específico de tu negocio.

Restaurante-madrid.com es mucho más preciso e incluye palabras clave que lo ayudarán a encontrar tu sitio más rápido.

Consejo: usar guiones es una buena idea, si tienes varias palabras en tu nombre de dominio para evitar tener un nombre largo.

URL de la página

La URL de la página es la ruta web de tu página. Por defecto, este se basa en el nombre de la página, por lo que la dirección se verá así:

<http://www.TueSitio.com/DireccionUrdelaPagina>. Para tener un buen SEO, esta puede ser modificada agregando palabras clave estratégicas.

Principios básicos:

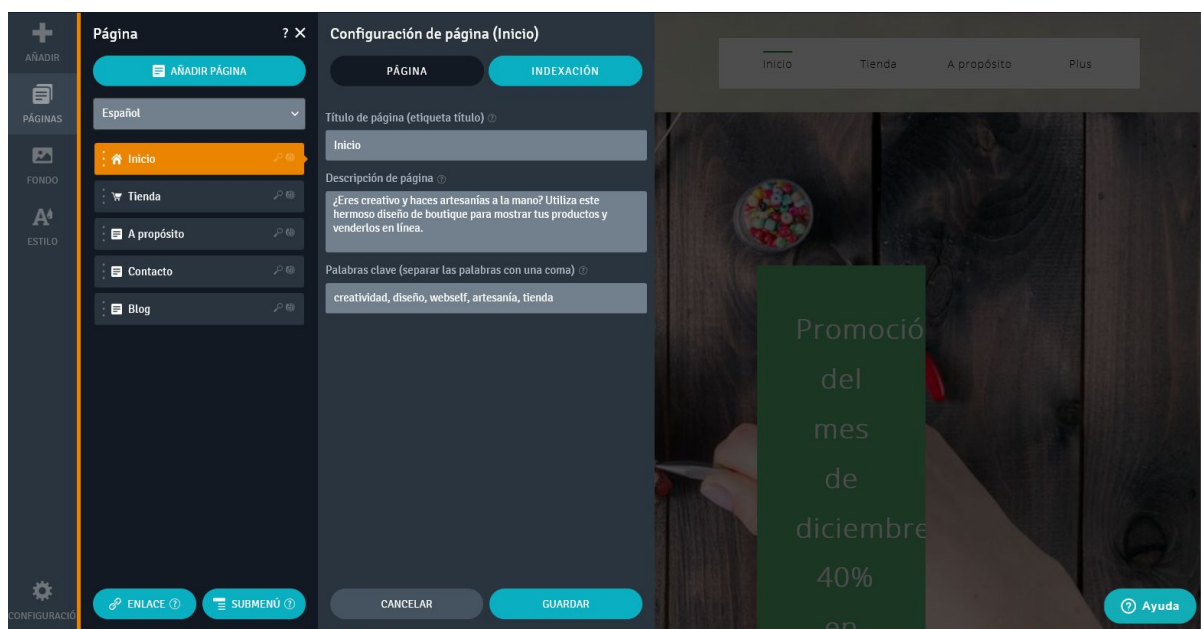
- Elige una URL que contenga palabras clave o términos específicos.
- Limita la longitud de tus URL para que sea más fácil de recordar para el visitante.
- Separa palabras en la URL utilizando un guión (-).

Etiqueta de título y descripción

Etiqueta de título de la página web

El título de la página, es también llamado etiqueta de título, y es la primera pieza de información que será analizada por los motores de búsqueda. Esta se muestra en cada entrada de resultados de búsqueda y, por lo tanto, debe describir con precisión de qué se trata la página. El título más importante es el de tu página de inicio.

Así que tómate el tiempo para elegir un título que sea corto y que corresponda al contenido de la página. También es preferible que sea diferente para cada página.



Etiqueta de descripción de la página web

La descripción de la página aparece en las páginas de resultados del motor de búsqueda. La descripción debe ser breve y concisa, pero debe tener la forma de un párrafo legible. Esto debe contener entre 70 y 160 caracteres. No olvides agregar tus palabras clave, toma en cuentas que estas deben estar integradas en oraciones completas y no en forma de lista.

Título principal de páginas (H1)

Después de crear tu sitio web, es importante elegir un buen título para él. Lo ideal es darle a tu sitio un título que incluya las palabras clave por las cuales deseas ser encontrado en los motores de búsqueda. Visualmente, también es importante porque el título proporciona un punto de referencia para los usuarios.

Textos alternativos

Los textos alternativos son textos que describen las fotos presentadas en tu sitio web. En el caso donde la imagen no se puede mostrar, debido a una sobrecarga del servidor o si la página se ve en un lector de pantalla para ciegos, entonces se mostraría el texto alternativo y, por lo tanto, esta información no se perderá. Por ellos es que el texto alternativo es muy importante para el SEO de tu sitio, ya que los robots de los motores de búsqueda evalúan los sitios que se basan en este criterio.

Favicon

El favicon es el ícono de información que representa un sitio web. Algunos navegadores usan favicons en la barra de direcciones, barra de título, en los favoritos, pestañas y otros atajos.

Consejo: El favicon ayuda a reforzar la imagen de marca al asociar una imagen con tu sitio web. Inserta tu logotipo como un favicon o crea uno que represente tu negocio usando tus colores corporativos.

Contenido

Muchas personas creen que la optimización de un sitio web comienza una vez que este ha sido terminando. Sin embargo, debes comenzar a pensar en ello al escribir tu contenido, ya que es muy importante cuando los motores de búsqueda exploran tu sitio web.

Después de identificar tus palabras clave principales, es importante escribir tu contenido en base a estas. Mientras más estén estas presentes en tus textos, más los robots de indexación consideran que tu sitio es relevante. El objetivo es adaptar el contenido textual de tu sitio para los motores de búsqueda. Se dice que el contenido de un sitio debe contener entre 3 y 5% de las palabras clave por las que desea ser encontrado.

Crea tu lista de palabras clave e intégralas armoniosamente en tus textos. No sobrecargues tu palabra clave o página de frase, ya que será contraproducente. Los motores de búsqueda saben cómo analizar tu contenido y determinar si el uso de las palabras es relevante o no.

Al escribir tu contenido, asegúrate de ser original. Evita copiar contenido que se encuentre en otro lugar porque los motores de búsqueda te penalizarán. También debes actualizar tu contenido regularmente agregando nuevos textos o páginas, artículos para ofrecer contenido nuevo a los indexadores, aumentando así tu notoriedad. Por otro lado, no olvides que antes que nada, escribes para humanos y no para robots. Mantén tus textos legibles, agradables y relevantes.

Los enlaces

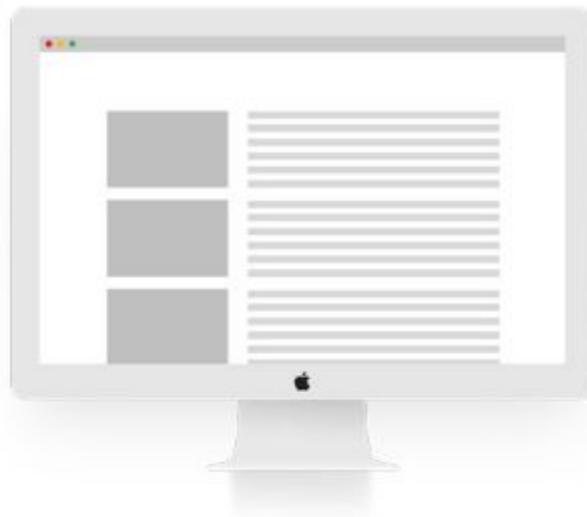
Usa tus relaciones profesionales para aumentar tu visibilidad. Ofrece un intercambio de enlaces y está presente en los sitios web de tus socios, proveedores, clientes, etc. Esta estrategia, también llamada "netlinking", que consiste a obtener una gran cantidad de enlaces de calidad (populares y relevantes) que van hacia tu sitio para mejorar el SEO; no olvides enfocarte en la calidad y no en la cantidad.

Los enlaces son importantes en tu estrategia de posicionamiento ya que los motores de búsqueda suponen que cuanto más enlaces tengas hacia tu sitio, más te destacarás de otros, lo que significa que tu contenido es rico e interesante. Los enlaces también te permiten aumentar el número de visitantes a tu sitio. De hecho, si otro sitio piensa que debería vincular su sitio con el tuyo, es que tu contenido es relevante, y el algoritmo de Google ama el contenido relevante.

Directorios

La mayoría de los directorios ofrecen un registro gratuito y, por lo tanto, el posicionamiento (por medio de enlaces), ¡solo tienes que registrarte! Algunos directorios son pagados, otros son gratuitos, y otros te pedirán que pongas un enlace en tu sitio también, para crear un linkback (vínculo de retroceso) y validar el posicionamiento de tu sitio en su directorio.

Consejo: como todas las cosas buenas, no exageres. Google y sus robots detectan negativamente la llegada de demasiados enlaces a tu sitio.



Blogs

Un blog mejorará el SEO de tu sitio web ya que agregará contenido de manera regular. Mientras más artículos relevantes e interesantes tengas en tu blog, más reunirás una audiencia y más probabilidades tendrás de compartir tus artículos en la web.

Las redes sociales

Las redes sociales son de fácil acceso, gratuitas y ampliamente utilizadas hoy en día, entonces, ¿por qué no intentarlo? Las redes sociales te permitirán compartir tu sitio o tus artículos de forma gratuita a la vez que aumentas tu visibilidad en la web.

Los principales motores de búsqueda consideran que las redes sociales posicionan tu sitio de acuerdo con la actividad social del mismo. Por lo que se sugiere agregar botones de redes sociales directamente en un sitio para que las personas puedan hablar de él o compartirlo.

Consejo: hay varias redes sociales, pero elige solo aquellas que se adapten a tu público objetivo. Ejemplo: si vendes joyas o productos altamente visuales para mujeres, Pinterest podría ser un recurso mejor que Google+.


Posicionamiento (SEO) local

El posicionamiento en los motores de búsqueda, debe ser más fuerte localmente, para que tus clientes locales puedan encontrar tu ubicación. Si tienes una tienda, es importante registrarte en Google MyBusiness. Esto consiste en aparecer primero en una consulta específica, en un mapa, gracias a tu dirección física. Por ejemplo, cuando un usuario realiza una búsqueda como: restaurante francés en Sevilla, aquí está lo que aparecerá primero, incluso antes de los otros resultados, incluso antes de los resultados pagados.

Restaurante francés madrid | Hasta un -50% | eltenedor.es




[Ad\) www.eltenedor.es/restaurante](http://www.eltenedor.es/restaurante)

Encuentra el Restaurante Perfecto y Disfruta de Promociones Exclusivas. Reserva inmediata. Reserva 100% gratuita. +30.000 restaurantes. +5 millones de opiniones. Descuentos en tu cuenta. Tipos: Mediterráneo, Español, Japonés, Italiano, De mercado.



Map data ©2018 Google, Inst. Geogr. Nacional

Rating ▾ Hours ▾

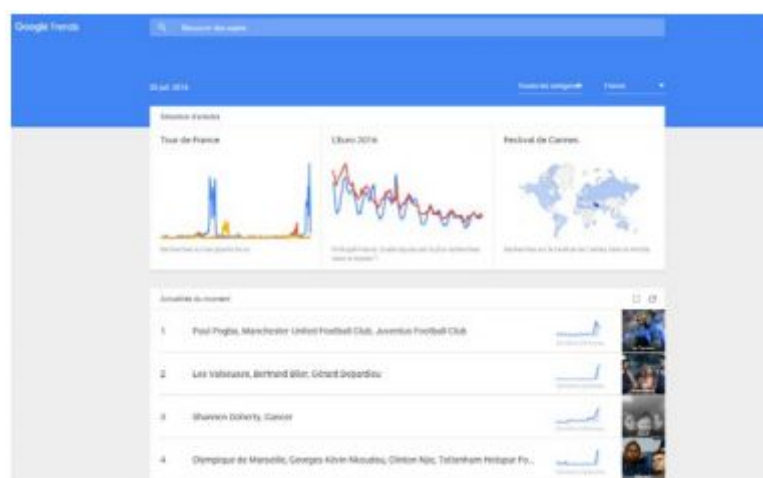
Le Petit Prince 4.2 ★★★★★ (236) · Francesa Calle de Fernán Gonzalez, 7 Outdoor seating · Cosy · Casual	
El Viejo León 4.2 ★★★★★ (135) · Francesa Calle de Alfonso X, 6 Closed · Opens 9 p.m.	
La Esquina del Real 4.4 ★★★★★ (146) · Francesa Calle de la Amnistía, 4 Closed · Opens 9:30 p.m.	

☰ More places

10 ERRORES A EVITAR

1. Tener contenido duplicado
2. Cometer demasiados errores de ortografía
3. Poseer nombres de página inapropiados
4. Use palabras clave que sean demasiado vagas o demasiado genéricas
5. Imponer música a los visitantes
6. Tener enlaces que ya no funcionan
7. Tener demasiadas fotos, álbum de fotos o Flash
8. Usar demasiados colores
9. Tener demasiados widgets en una página
10. Mostrar demasiados anuncios

HERRAMIENTAS DE POSICIONAMIENTO



Google Trends

Google Trends, es una herramienta gratuita muy útil para el trabajo de posicionamiento de un sitio web. Al realizar consultas con tus diferentes palabras clave, podrás observar su popularidad y frecuencia en los motores de búsqueda. La herramienta también hace posible analizar estos datos por región o idioma. Conocer las palabras que los usuarios de Internet utilizan es una ventaja competitiva real en términos de estrategia digital. Los datos se actualizan diariamente, así que podrás seguir su evolución día a día. Por ejemplo, después de un evento de alto perfil, puede haber un gran cambio en los resultados en ciertas palabras o búsquedas.

Google Trends es una gran herramienta para:

- Buscar palabras clave para mejorar el posicionamiento de los textos de tu sitio web.
- Listar las palabras relacionadas más populares.

- Determinar exactamente qué palabras clave escriben los visitantes en una búsqueda en Google, según la ubicación y el idioma.

Google Search Console

Google Search Console es una herramienta gratuita disponible para todo tipo de sitios web. Al configurar tu nombre de dominio, Google te proporcionará los datos, herramientas y diagnósticos necesarios para el éxito de tu sitio web desde el punto de vista de SEO. Anteriormente conocido como Webmasters Tools, Google Search Console te ayudará a comprender mejor cómo los rastreadores de los motores de búsqueda ven tu sitio, cómo aparecer en estas páginas de resultados, cómo interactúa tu audiencia y qué problemas son detectados. Estos problemas pueden ser errores cometidos por robots, enlaces que ya no funcionan o contenido copiado.

MyPoseo

Cuando tienes todas las herramientas necesarias para optimizar el SEO de tu sitio web, es bueno seguir tu posición en los motores de búsqueda. MyPoseo te permite rastrear tus palabras clave de acuerdo con tu nombre de dominio. Con esta herramienta, no solo tendrás la oportunidad de comparar tu posicionamiento en varios motores de búsqueda, pero también con tus competidores, además de obtener estadísticas importantes, por ejemplo gráficos de la evolución de tu posición, el sitio competidor que ocupa el primer lugar, así como el volumen de búsqueda por palabras clave.

Adwords y Adwords Express

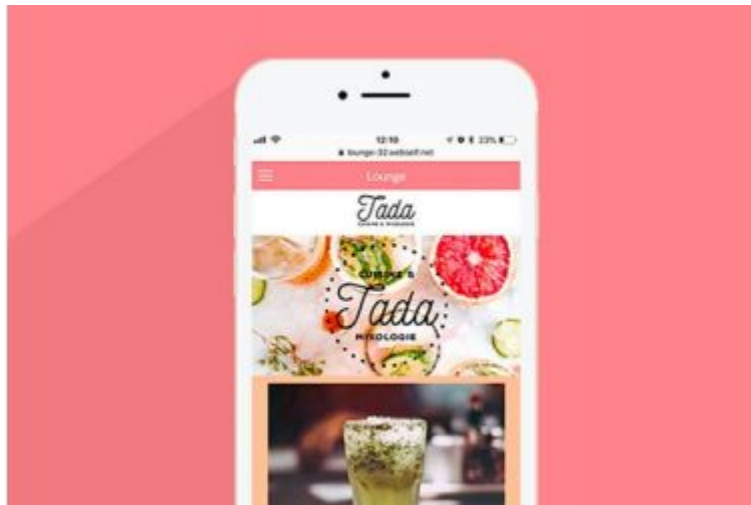
Otra herramienta interesante es AdWords, el sistema de publicidad de Google. Este te permite mostrar anuncios de texto, imagen o video en los motores de búsqueda, así como en sitios asociados. Como anunciante, solo se te cobrará cuando el visitante haga clic en tu anuncio de acuerdo con un sistema de subasta definido para cada palabra clave. También es posible crear una campaña publicitaria que llegue directamente a una audiencia predefinida, de acuerdo con categorías como el idioma, el género y la edad de la audiencia a la que deseas dirigirte.

Aunque AdWords puede ser esencial para tu negocio, es un poco complejo. Afortunadamente, hay otra herramienta más fácil de usar: AdWords Express. Con AdWords Express, puedes crear campañas publicitarias en Google y solo pagar por los resultados sin costo adicional. ¡Simplemente selecciona un presupuesto para tu anuncio y siempre tendrás la opción de editar, pausar o eliminar el anuncio en cualquier momento!

LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

La experiencia del usuario

Con su algoritmo en constante evolución, Google tiene cada vez más en cuenta la satisfacción del usuario. Lo que significa que tu sitio y tu contenido deben estar optimizados para garantizar que el usuario tenga una experiencia increíble en tu sitio. El punto es encontrar lo que están buscando, sin importar desde qué dispositivo esté accediendo, y eso rápidamente. Aquí hay 3 criterios a considerar para mejorar el SEO de tu sitio web.



El móvil

¿Sabías que aproximadamente el 50% de tus visitantes llegan a tu sitio desde un móvil o tableta? Desde 2015, Google ha decidido que este porcentaje, que va en aumento, es una buena guía y, por lo tanto, ha comenzado a tomarlo en cuenta en sus criterios de SEO.

¿Qué es un sitio "mobile-friendly"? Es un sitio que no es compatible con dispositivos móviles; se muestra de manera similar en un escritorio, mientras que la superficie de lectura es mucho más pequeña. El contenido se vuelve pequeño e ilegible, por lo que debe acercarse y desplazarse vertical y horizontalmente. Es bastante desagradable y esto regularmente alienta a los visitantes a dejar el sitio y dirigirse hacia otro.

¡Así que asegúrate de tener una versión móvil de tu sitio: con el mismo (o casi) diseño que la versión de escritorio, una fuente más grande, imágenes que están optimizadas para el tamaño de la pantalla y una estructura fácil de navegar!

Pssst: con WebSelf, generamos automáticamente una versión móvil de tu sitio. ¡Puedes previsualizarlo, modificar la estructura y eliminar algunos elementos que crees necesarios solo en la versión de escritorio!

Velocidad de descarga

¡Los visitantes son cada vez más y más impacientes! Visitan un sitio para hacer una compra, familiarizarse con los servicios, ponerse en contacto para obtener un presupuesto, y desean hacerlo rápidamente. Por lo tanto, debemos prestar atención a la velocidad de descarga,

especialmente del contenido que una página muestra sin tener que desplazarse hacia abajo en la página.

Para aumentar la velocidad de descarga, asegúrate de que tu contenido no sea demasiado pesado, incluidas tus imágenes. Estas deben ser de buena calidad pero no demasiado grandes, ya que esto reduce en gran medida la velocidad de un sitio. Lo mismo para el contenido: mantiene tus textos simples, breves y concisos. Recuerda que tu visitante tiene prisa y, a menos que tengas un blog, debes concentrarte en la información importante y eliminar todos los extras.

HTTPS

Desde 2015, Google tiene en cuenta el protocolo HTTPS seguro. Esta tecnología garantiza una conexión segura entre el navegador y tu sitio web, y protege a tus visitantes cuando están en tu sitio. Al usar sitios HTTPS, los datos se cifran y autentican y, por lo tanto, son seguros.

Pssst: Con WebSelf, ¡tu sitio está protegido automáticamente por este protocolo!

Estructura y facilidad de navegación

¡La estructura también es muy importante para garantizar una buena experiencia del cliente! Al crear tu sitio web, concéntrate en una navegación estructurada, con un menú claro, y tu información dividida en páginas y subpáginas. El contenido debe estar accesible en el mínimo de clics posibles, esto limitará la tasa de rebote. La tasa de rebote es un indicador de análisis web de la relación entre el número total de visitas y el número de visitas a una página. Además, Google juzgará tu contenido como interesante, relevante y rico, lo que tendrá un impacto en el SEO de tu sitio.



CONCLUSIÓN

Si ya has llegado a este punto, probablemente te habrás dado cuenta de que un buen SEO de tu sitio se basa en varias acciones, y se necesita un gran esfuerzo. La realidad es que no encontrarás tu sitio en la primera página de los resultados de los motores de búsqueda en una noche, pero si eres diligente y dedicas tiempo y esfuerzo, ¡serás recompensado!

Lecturas adicionales

Artículos del blog

[Búsqueda Pagada \(SEA: Search Engine Advertising\)](#)

[SEO en 2018: ¿Cuáles son las prioridades?](#)

[El emailing, una estrategia de mercadotecnia a adoptar](#)

[6 consejos para mejorar el SEO de tu blog](#)

[Cómo escribir el contenido de tu sitio web para un mejor SEO](#)