

hispacam  elmon

Planes de promoción web

Posicionamiento en buscadores para su web:

Promocionarse en buscadores sigue siendo al día de hoy una de esas estrategias donde existen un mayor número de oportunidades y fortalezas. A continuación analizaremos algunas de ellas:

1. Lo que más hacen los usuarios de Internet es buscar información

En las encuestas donde se mide los usos de Internet siempre aparece como protagonista la necesidad de “buscar información”. En España por ejemplo, según la Octava Encuesta de Usuarios de Internet de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, la principal actividad realizada en España en Internet es “hacer búsquedas”. Los usuarios buscan información para comprar productos, para enterarse de la actualidad, para obtener material para sus propios portales; dicha necesidad se mantendrá como primera motivación para utilizar Internet.

2. Los buscadores tienen fidelizados a los usuarios

Un estudio de la empresa Iprospect titulado Search Engine User Behavior demuestra la alta fidelidad que tienen los usuarios hacia los buscadores. En dicho estudio se preguntó a una muestra de usuarios sobre que harían si en el primer intento de búsqueda no sale listado la información específica que están buscando. Las respuestas fueron las siguientes:

- * El 82% respondió que cambiarían la frase de búsqueda por otra más pertinente en el mismo buscador
- * El 13% respondió que optaría por cambiar de motor de búsqueda y seguiría utilizando la misma frase original.
- * Un 2% utilizaría otra frase en otro buscador
- * Tan solo un 3% utilizaría otro medio distinto a un motor de búsqueda para encontrar la información.

Al final este estudio nos indica una fidelidad hacia los buscadores del 97%; un valor que sin duda representa una excelente oportunidad para apostar por este medio. Los buscadores seguirán siendo la herramienta principal para buscar información.

3. Los buscadores son la forma más barata de obtener visitas susceptibles de convertirse en clientes.

De las herramientas más utilizadas en marketing en Internet, el posicionamiento en buscadores representa la mayor rentabilidad ya que conjuga en su fórmula de ROI unos bajos costes en el largo plazo combinado con una alta conversión visitante-cliente.

Cuando el potencial cliente es quien nos busca nuestros costes de publicidad se reducen considerablemente. Quien llega a nuestra página Web a través de los buscadores es alguien que ya tiene en mente un producto, un contenido, un servicio, el cual será muy similar a alguno de los que componen nuestra cartera de productos y servicios (siempre y cuando nuestro site posea un eficaz posicionamiento en buscadores). Convertir esa visita en cliente requiere de un esfuerzo menor que si nosotros somos quienes buscamos al cliente directamente.

4. El posicionamiento en buscadores aumenta el branding de la empresa

El posicionamiento en buscadores puede potenciar el branding de una empresa de una forma muy peculiar. Estudios recientes demuestran que los usuarios suelen creer que las empresas que aparecen listadas en las páginas de resultados de los buscadores son de una mayor calidad que las empresas que no aparecen listadas en los motores de búsqueda.

Según se desprende del estudio Search Engine User Behavior de la empresa Iprospect, un



36% de los usuarios de los buscadores piensan que las empresas que salen listadas en los primeros lugares de los buscadores son las empresas líderes de su sector. Esto a pesar de que técnicamente no es cierto, ya que la obtención de un mejor ranking depende de una serie de factores técnicos atribuibles a la página Web y no a la calidad de la empresa en si mismo, es una leyenda urbana que debemos aprovechar para jugarla a nuestro favor.

5. La promoción en buscadores es 100% medible.

Para saber si una acción de marketing es correcta, dicha acción debe ser medible o controlada. Una típica campaña de posicionamiento en buscadores puede ser auditada en cualquier momento con el fin de mejorarla o con el fin de evaluar la factibilidad de la misma.

Los sistemas de estadísticas de tráfico Web al día de hoy pueden medir una serie de indicadores relacionados con la promoción en buscadores que nos aportan una visión más amplia del negocio. Cifras relacionadas con "visitantes provenientes de buscadores", "motores de búsqueda que originaron visitas" y "palabras clave que originaron visitas al site a través de buscadores" son datos que fácilmente nos sirven para medir el éxito de una estrategia de posicionamiento en buscadores.



SEO (Search Engine Optimization)

Cuando se trata de desarrollar una campaña online, se puede tener la duda del tipo de canal a utilizar. Hoy, se puede afirmar que el posicionamiento en buscadores es lo que da mayor visibilidad y trae más contactos a una Web. Si consideramos que cada día se efectúan más de 570 millones de búsquedas online, entendemos bien cual puede ser el potencial de un posicionamiento en los buscadores.

La actividad de SEO (Search Engine Optimization) es un servicio que optimiza la web y sus contenidos, de tal manera que ésta puede ser visible para los motores de búsqueda.

El objetivo de tal actividad es el de posicionar una web entre los primeros resultados de los motores de búsqueda, superando a las webs de la competencia.

Entre las ventajas que puede ofrecer un servicio de posicionamiento en buscadores, hay tres que son particularmente importantes:

1. **PROMOCIÓN DE LA MARCA:** la presencia de una empresa en los primeros resultados de los motores de búsqueda genera un aumento del valor percibido de la marca. Utilizando una eficaz estrategia de posicionamiento web se puede asociar la marca a todas las palabras clave más utilizadas por los usuarios en la búsqueda de productos y servicios de calidad. Además, el posicionamiento en los buscadores es el único servicio de publicidad on-line que garantiza una visibilidad de forma natural (posicionamiento orgánico o posicionamiento natural). Es decir, una web que se encuentra entre los primeros resultados es porque los motores de búsqueda reconocen su calidad en los contenidos y en la estructura. Por otro lado, también es una ventaja para los usuarios, ya que no perciben estos resultados como publicidad.

2. **SOPORTE A LA RED DE VENTAS:** el Search Engine Optimization es muy importante para dar soporte a la red de ventas de una empresa. El posicionamiento en los motores de búsqueda permite que una web sea visible a los usuarios que están buscando los servicios y los productos ofrecidos por la misma. Los contactos que se van generando son, para una empresa, como una actividad comercial que se genera automáticamente: los mismos usuarios, que buscan los productos o los servicios ofrecidos por la empresa, serán los que la contactarán.

3. **RELACIONES PÚBLICAS:** las relaciones públicas ayudan a la empresa a lograr los objetivos de su negocio. El posicionamiento en los motores de búsqueda permite desarrollar la promoción y la publicidad de las empresas para sus clientes, proveedores y todas las personas que participan en su negocio, sin depender de una empresa de publicidad. Eso es porque el Search Engine Optimization permite llegar directamente al público objetivo con un mensaje determinado, aumenta tráfico a la web y genera contactos.

Estos son sólo tres de las ventajas que se pueden obtener con la actividad de SEO. Es muy importante que sea una empresa profesional la que la desarrolle, ya que una mala optimización de la web puede ser penalizada por los motores de búsqueda hasta llegar a desaparecer por completo en los resultados de los buscadores.



Procedimiento de Trabajo

El posicionamiento en buscadores, también es conocido como posicionamiento natural o posicionamiento orgánico.

Objetivos

El objetivo último del posicionamiento es aumentar el número de visitas y en la medida de lo posible mejorar la calidad de las mismas. Para conseguir los objetivos se utilizarán todas las vías disponibles: mejora del propio código de la web para mejorar la visión que tienen los buscadores de nuestra web, adaptando a los cambios de criterios temporales que ponen en marcha los buscadores (actualmente google utiliza 120 criterios para la indexación de webs) Además se darán las altas manuales en los buscadores más relevantes, para potenciar la presencia de la web, alta en los directorios principales (DMOZ, Yahoo, Search, etc...) y buscaremos los mejores referers potenciales para que aparezca la web.

Un referer es una web en la que hay un enlace a la nuestra. Como principales ejemplos cabe citar a los directorios de empresas, directorios regionales, etc... evitando siempre las "granjas de enlaces", altamente penadas por Google.

Proyecto personalizado de optimización web.

En primer lugar debemos realizar nuestra Auditoría del sitio, la cual le mostrará de forma detallada los cambios a realizar en su web para que los buscadores la indexen de forma adecuada.

- ❖ Definiremos las mejoras técnicas
- ❖ Analizaremos las mejoras contextuales
- ❖ Estudiaremos la arquitectura y diseño de la información
- ❖ Analizaremos la tecnología del sitio web
- ❖ Analizaremos contenidos y textos de la web
- ❖ Valoraremos la indexación de la web
- ❖ Analizaremos la popularidad de la web
- ❖ Estudiaremos la competencia del cliente

Optimización de código

La auditoría nos permitirá presentarle un informe detallado de las modificaciones que pueden ser convenientes para una correcta indexación y presencia en buscadores.

En la mayoría de ocasiones estas mejoras están reñidas con los aspectos estéticos de los sitios de nuestros clientes, por lo que una vez tenemos la auditoría encima de la mesa se realiza una labor conjunta para equilibrar las mejoras necesarias y no perder los aspectos estéticos y personalizados de la web.

Se realiza además un estudio sobre usabilidad y navegabilidad de la web, aspectos altamente valorados por buscadores como google.

Una vez aprobados y hechas las modificaciones pertinentes subiremos la web a su servidor de alojamiento.

- ❖ Optimizaremos el código de programación intentando en la medida de lo posible separar las capas de código xhtml, estilos (css) y programación (js) creando un código visible independientemente de estilos y animaciones.
- ❖ Gestionaremos contenidos de calidad en la página
- ❖ Verificaremos y mejoraremos los puntos de accesibilidad
- ❖ Elaboraremos Meta-tags adecuados a los objetivos del posicionamiento
- ❖ Crearemos el sitemap de su web para los buscadores



Elaboración de Criterios

Estudio y elección de las palabras claves.

Para la definición de los criterios de búsqueda nos basaremos en los productos y servicios que el cliente ofrezca, en otras webs del mismo sector y en las búsquedas relacionadas con el sector que realicen los usuarios de Internet.

Es muy importante la opinión de nuestros clientes, por lo que siempre el cliente revisará el listado de criterios, para conseguir un equilibrio entre criterios potencialmente posicionables y los objetivos estratégicos de los clientes.

Alta en Buscadores y directorios (referers)

Mejora de popularidad de la web.

Además de la optimización de la web realizaremos acciones que mejoren la popularidad de la misma en Internet.

- ❖ Alta manual en buscadores principales Google, Yahoo! y Live
- ❖ Alta en directorios principales DMOZ, Directorio Yahoo! Search, Looksmart y Hispavista
- ❖ Alta en directorios nacionales y/o internacionales
- ❖ Alta en directorios regionales
- ❖ Alta en directorios del sector

Además le aconsejaremos de posibles contactos que pueda realizar para encontrar otros referers por si mismo.

Informes Mensuales y Mantenimiento de Resultados

Siempre le mantendremos informado de los resultados y el mantenimiento que su web necesita para conseguir los objetivos.

- ❖ Analizaremos e interpretaremos los resultados obtenidos a través de herramientas adecuadas
- ❖ Realizaremos mantenimientos correctivos de los resultados
- ❖ Revisaremos y evaluaremos el comportamiento de los motores de búsqueda y aplicaremos medidas correctivas cuando sean necesarias
- ❖ Modificaciones en el código web para conseguir redirigir a los visitantes a los contenidos que consideren más importantes

Campañas online

Para momentos puntuales puede ser aconsejable realizar campañas de patrocinio online. Si desea lanzar un nuevo producto o con el lanzamiento de una nueva web suelen ser dos hitos usados para realizar campañas online.

El espectro en el mercado de dichas campañas es amplísimo, desde los conocidos Google AdWords, pasando por publicidad mediante banners en medios de comunicación hasta patrocinio de webs de alto prestigio.

Dependiendo de las necesidades del cliente, del público objetivo al que desea llegar, de los objetivos que se marque para la campaña realizaremos un estudio personalizado aconsejándole las mejores opciones.



1. Opción avanzada

Dirigida a mejorar las visitas procedentes desde buscadores generalistas, tanto buscadores de tipo rastreador (spiders), como los de tipo directorio (humanizados), mediante las siguientes acciones principales:

- ❖ Estudio previo del sector objetivo de la promoción.
- ❖ Auditoría de estado de la web. Estudio de usabilidad y navegabilidad de la web. Informe de mejoras que puedan considerarse de interés.
- ❖ Optimización del código fuente del sitio web para los buscadores seleccionados¹.
- ❖ Selección de descripciones y palabras clave a promocionar.
- ❖ Creación de puertas de entrada especialmente optimizadas si procede.
- ❖ Altas manuales en principales buscadores: Google, Yahoo, MSN Search, Open Directory, Altavista, HotBot, Lycos, LookSmart, AllTheWeb y Terra.
- ❖ Altas en buscadores de pago². En aquellos que exigen el pago si se trata de empresas con fines comerciales.
- ❖ Altas en directorios empresariales, índices sectoriales, webs de clientes / proveedores / distribuidores.
- ❖ Política de intercambio de enlaces con webs externas (si procede).
- ❖ Estadísticas mensuales/trimestrales: recursos accedidos, sitios remitentes más frecuentes, nivel de actividad del sitio web, palabras clave utilizadas para llegar al sitio web.



2. Opción profesional

Incluye las acciones especificadas en la opción avanzada, e incorpora las siguientes:

- ❖ Informes mensuales/trimestrales: posicionamiento en buscadores, medición del éxito de las campañas, comparativa con la competencia, índice de popularidad, propuestas de nuevas acciones a ejercer, análisis de navegadores visitantes.
- ❖ Ejecución de nuevas acciones para reforzar posicionamiento existente, o despliegue de nuevas promociones.

¹ Se debe analizar previamente el código a optimizar para dar una valoración económica del coste de dicha optimización.

² Altas previo pago: Los distintos buscadores tienen diferentes precios en función del tipo de alta que se solicite.

3. Resumen de los productos

Acción	AVANZADA	PROFESIONAL	CAMPAÑAS
Estudio previo del sector (competencia, popularidad, posicionamiento, ..)	✓	✓	
Optimización de código	✓	✓	
Altas en buscadores gratuitos	✓	✓	
Alta en buscadores de pago	✓	✓	
Altas en directorios	✓	✓	
Campañas online (banners)			✓
Intercambio de enlaces	✓	✓	
Estadísticas iniciales (punto de partida)	✓	✓	
Gestión con el cliente	✓	✓	
Tratamiento logs (archivos de registro)	✓	✓	
Ejecución nuevas acciones	✓	✓	
Ejecución de nuevas campañas		✓	
Estadísticas periódicas	✓	✓	
Informes periódicos		✓	✓

Orientación económica³

- ❖ Auditoría → 300€ /jornada
- ❖ Optimización de código → Por horas de mantenimiento (36€/h) o bajo presupuesto cerrado una vez realizado el estudio..

Concepto / Tareas	Alta	Mensualidades ⁴
Opción Avanzada	1.563,00	315,00
Opción Profesional	1.672,00	685,00

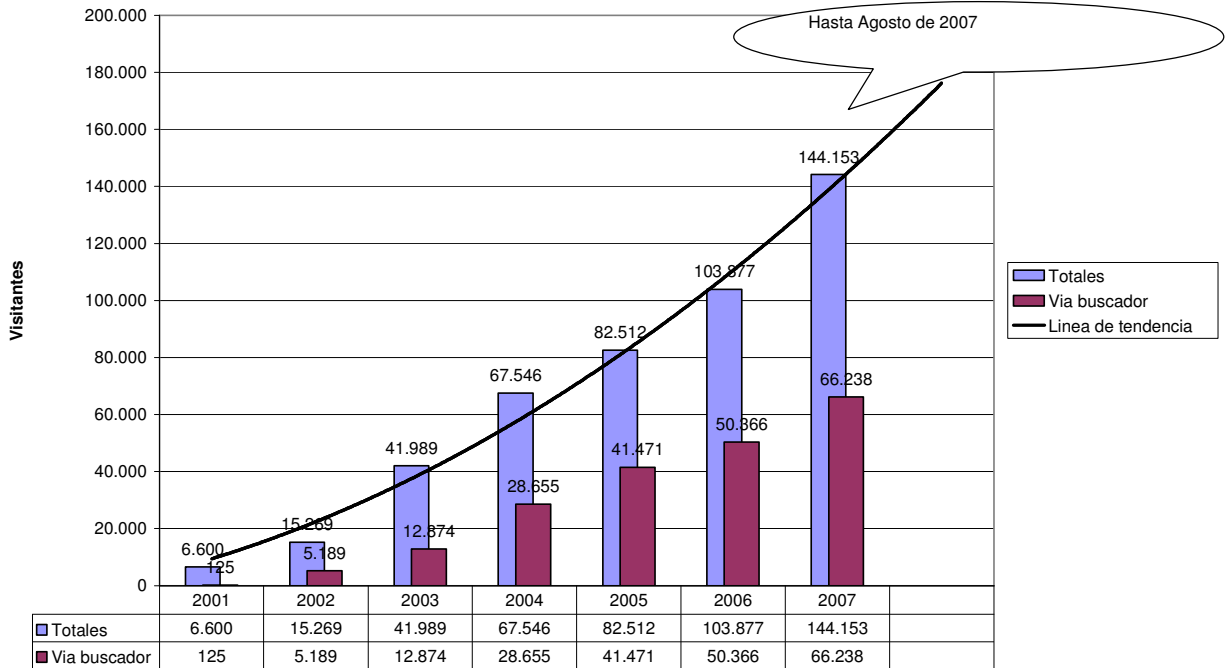
³ Estas cantidades no incluyen impuestos

⁴ Los periodos de mensualidades pueden modificarse según crea conveniente el cliente. Habitualmente nuestros clientes trabajan con plazos trimestrales.



ALGUNOS EJEMPLOS

pacocapdell.com



medhomeclass.com

