

Control de Revisiones e Historia del Documento

Proyecto	Guía Seo para Principiantes
Código	DLOGICA-MAN-PMO-FOR-0001.0
Autor	Dlógica

Versión Versión 1.0
Fecha: 27 Julio 2015

Revisión Fecha de esta revisión: 27 Julio 2015
Fecha prevista para la siguiente revisión:

Fecha Revisión	Resumen del cambio	Tipo de Cambio

* Tipo de Cambio: Estructura, Relevante, Medio, Pequeña Corrección

Aprobación El documento requiere la aprobación de:

Nombre	Firma	Cargo	Empresa	Fecha

 <p>mucho más que internet</p>	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 1
		Versión 1.0	27/07/2015



Guía SEO para Principiantes

Dlógica
Julio 2015

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 2
		Versión 1.0	27/07/2015

ÍNDICE

Guía seo para principiantes	3
1. ¿Qué es el SEO?	3
¿Qué ventajas tiene hacer una buena campaña SEO?	3
2. ¿Cómo indexa un motor de búsqueda?	4
3. ¿Cómo podemos saber entonces lo que posiciona mejor en un buscador?	4
4. ¿Cómo buscan los usuarios?	5
5. Tipos de búsquedas en google	7
6. Claves SEO para principiantes	8
Claves fundamentales para un buen posicionamiento SEO:	8
7. Casos de éxito	9
8. Resumen	10

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 3
		Versión 1.0	27/07/2015

Guía seo para principiantes

1. ¿Qué es el SEO?

Una [consultoría SEO](#) (Search Engine Optimization) es la que te puede ayudar a que tu sitio web sea encontrado más fácilmente por los motores de búsqueda y más concretamente por Google. Debes tener en cuenta que las consultorías SEO, no son nada fáciles de realizar y siempre deben realizarse por parte de auténticos expertos.

Un consultor SEO debe trabajar de la mano contigo y especialmente con tus especialistas en marketing. Ten en cuenta que tu marketing online y offline deben estar siempre coordinados. Por otro lado, esta tarea es una labor de largo recorrido, es decir, en SEO NO existen los milagros. El consultor SEO debe estudiar tu plan de marketing identificar y acordar contigo cómo te quieres posicionar, seleccionar las palabras clave, estudiar tu competencia y después de todo esto finalmente establecer el que será el plan para la implementación de tu estrategia de SEO e implementarlo.

Una vez que la campaña de SEO ha sido diseñada en su primera versión se comienzan los trabajos de implementación de esta. Algunas veces tenemos que modificar código HTML de las páginas, otras cambiar contenidos, aumentar el ratio de palabras clave, los títulos, etc. Con todo eso, implementamos los cambios necesarios y hacemos seguimiento del impacto que tienen en los resultados en buscadores. Una vez obtenidos los resultados de los primeros cambios, el ciclo vuelve a comenzar. Como podréis observar, es evidente pensar que establecer una buena campaña de SEO es un proceso a largo plazo.

Nosotros estimamos unos 6 meses para poder ver unos resultados aceptables, pero no podemos olvidar que el SEO es un trabajo constante, que no debemos abandonar nunca en nuestros sitios web. Sobre todo, también debemos tener muy en cuenta que un factor fundamental para el SEO es la actualización de contenidos. Debemos siempre preocuparnos porque nuestras páginas tengan siempre contenidos actualizados y no abandonarnos en este sentido.

¿Qué ventajas tiene hacer una buena campaña SEO?

Como hemos comentado una campaña y estrategia SEO nos ayudarán a posicionar de forma natural nuestro sitio web en las búsquedas de Google. En este sentido, al mejorar nuestro posicionamiento y el ranking de búsqueda,

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 4
		Versión 1.0	27/07/2015

aumentarán las visitas a nuestro sitio y por consiguiente aumentarán las ventas y productividad de nuestra web.

2. ¿Cómo indexa un motor de búsqueda?

Cada motor de búsqueda (Google, Yahoo, Bing...) tiene un algoritmo que les ayuda a indexar las páginas web y mostrarlas cuando los usuarios realizan una consulta según su orden de importancia.

Los algoritmos de los buscadores son modificados cada ciertos meses y NADIE conoce realmente su funcionamiento. Esto es fundamental para el obtener unos buenos resultados en las búsquedas, en caso contrario estas estarían llenas de SPAM y los usuarios dejarían de usar ese buscador.

Por eso es importante que sepas, que los que nos dedicamos a trabajos SEO podemos intuir o saber qué criterios están mejor o peor "puntuados" por google u otro buscador en un momento dado, sin embargo, ninguno conocemos el algoritmo exacto. Es por este motivo que nadie honesto que se dedique al SEO te puede "Garantizar" el aparecer en los primeros resultados de una búsqueda.

3. ¿Cómo podemos saber entonces lo que posiciona mejor en un buscador?

Como ya he mencionado, nadie conoce de forma exacta el algoritmo de google así que cuando le decimos a un cliente que tal o cual acción posicionan bien en los buscadores, esta afirmación está basada en pruebas, experimentación, investigación y por supuesto compartir experiencias y conocimientos con otros SEO profesionales.

Otro factor fundamental a tener en cuenta y no olvidar es que cada vez que un buscador realiza cambios en su algoritmo, esto tiene consecuencias en las páginas indexadas en éste. Con esto quiero repetir que los resultados obtenidos en SEO no están garantizados. Es posible que después de mucho trabajo te hayas posicionado en la primera página de google para una búsqueda determinada, sin embargo, si de pronto google hace un cambio en su algoritmo, al día siguiente puedes haber perdido posiciones y además si te has posicionado realizando malas prácticas, tarde o temprano perderás MUCHAS MUCHAS posiciones.

Os voy a poner un ejemplo, hay muchos sitios aparentemente profesionales del SEO que llevan viviendo de posicionar a sus clientes a través de BACK links

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 5
		Versión 1.0	27/07/2015

(enlaces desde otras páginas importantes a tu web), muchos años. Nosotros nunca hemos querido emplear esa técnica porque siempre nos pareció hacer trampas al sistema y que tarde o temprano sería perjudicial para nuestros clientes. Pues bien, en uno de los últimos cambios del algoritmo de google se han penalizado los back links "trampa" y muchas de estas páginas han tenido un dramático descenso en sus posiciones.

Otro punto fundamental es que debes saber que salir entre los TOP 10 de una búsqueda es perseguido por todas las empresas, así que para estas posiciones hay una competencia brutal, piensa que para algunas búsquedas compites con millones de resultados. Si consigues estar entre los TOP 10 has hecho un trabajo SEO perfecto y recuerda que no lo debes dejar ya que los algoritmos cambian cada cierto tiempo y debes seguir con las acciones llevadas a cabo para mantener o mejorar tu posición.

4. ¿Cómo buscan los usuarios?

Los usuarios de internet buscan de distinta manera, esto es debido a que los usuarios de cualquier web tienen diferencias básicas entre ellos como género, edad, población, nivel educacional, etc... Todos estos factores hacen que cada uno de nosotros nos expresemos de forma diferente para mostrar un mismo concepto, pues del mismo modo, cada uno realizamos búsquedas de forma diferente para encontrar un mismo sitio o producto.

Así pues acertar con las palabras correctas con las que los usuarios te van a buscar en internet es una de las claves de una gran estrategia SEO.

El número de palabras que utiliza un usuario para hacer una búsqueda en internet depende del nivel de experiencia que tenga con buscadores. Cuanto más experto es un usuario usará más palabras para restringir más la búsqueda deseada.

Por ejemplo, si quiero alquilar un piso, un usuario poco experimentado buscaría algo así como "alquiler de piso", un usuario más avanzado pondría "Alquiler de piso en Madrid con garaje". De este modo el usuario restringe bastante los resultados que va a obtener en su búsqueda para que se adapte mejor al criterio final que desea.

Fijaos que cuando hacemos una búsqueda en google, nos va proporcionando sugerencias de búsquedas más completas en función de los criterios iniciales

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 6
		Versión 1.0	27/07/2015

que hemos puesto. Estas sugerencias están basadas en las búsquedas de otros usuarios.

En el ejemplo anterior:

Busco: "alquiler de piso" y google me sugiere completar la búsqueda con la ubicación



al seguir la búsqueda y añadir "alquiler de piso en madrid" google me sugiere otros términos que me ayudarán a refinar más mi búsqueda, ya añadiendo características



y al añadir "con" me sigue sugiriendo términos para refinar más mi búsqueda



 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 7
		Versión 1.0	27/07/2015

Cuando hacemos una búsqueda en google, nos aporta siempre nuevos términos basados en otras búsquedas de otros usuarios en la red. Usando este fácil truco podemos establecer palabras clave de interés en los contenidos de nuestra web. Es cierto que de este modo no sabemos el número de búsquedas ni ubicación con mayor número de búsquedas, sin embargo, es una buena herramienta para usuarios poco experimentados.

5. Tipos de búsquedas en google

Hay diferentes tipos de búsquedas dependiendo del objetivo final de quien la realiza:

Búsqueda Corporativa: son las que realiza el usuario cuando está interesado en una marca o producto concretos: dlógica, Coca-Cola, Burguer King...

Estos casos representan un 25% de las búsquedas globales y normalmente los usuarios que las realizan suelen visitar una única página, la corporativa de la marca o producto.

Búsqueda informativa: Suponen aproximadamente el 70% de las búsquedas totales y están dirigidas a encontrar información sobre algún tema concreto (síntomas de la gripe, qué es el SEO, cómo trasplantar una maceta, etc...)

En estos casos los usuarios buscan información sobre un tema en concreto pero no tienen en mente ningún sitio de referencia para encontrarla. En este tipo de búsquedas el usuario refina las búsquedas después de un primer vistazo si no encuentra a priori información relevante de su interés.

Es importante centrar nuestras campañas SEO en este tipo de usuarios ya que suponen la mayor parte de las búsquedas en internet y no tienen preferencia por ningún sitio en concreto, básicamente van buscando contenidos de calidad.

Búsqueda Transaccional: La intención final del usuario es la compra de un producto o servicio. OJO, no quiere decir que vaya a realizar la compra online, es posible que el usuario busque "Comprar Samsung Galaxy 6" y luego realice la compra en un centro comercial próximo. Hemos de tener en cuenta que los ratios de conversión de los comercios electrónicos en España siguen siendo muy bajos, menos de un 20% de los ecommerce superan un ratio de conversión del 1% y el resto, todavía están por debajo.

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 8
		Versión 1.0	27/07/2015

Esto no quiere decir que no tengamos que estar en internet y vender online, por supuesto, hay que estar, sin embargo, es importante no llevarnos a engaños. En este tipo de búsquedas los usuarios se suelen centrar también en el primer resultado, sin embargo, si este no les convence rastrean también los siguientes. De este modo, si tenemos buenos títulos y descripciones para nuestra web y productos podemos convertir ventas aunque no estemos los primeros.

6. Claves SEO para principiantes

Lograr un buen posicionamiento seo, según habéis podido deducir de este artículo, es un trabajo difícil y de largo recorrido. Además este trabajo puede ser mucho más complejo en algunos nichos dependiendo de las palabras claves con las que quieras competir y el nivel de competencia en tu nicho de mercado.

Claves fundamentales para un buen posicionamiento SEO:

Código web HTML optimizado para SEO: esto es algo fundamental, en caso contrario podrás estar perdiendo el tiempo creando contenidos de calidad. Las soluciones Internova de Dlógica están todas optimizadas para SEO.

Utiliza palabras clave en la etiqueta title de tu página: Las soluciones internova vienen optimizadas para que el usuario pueda cambiar estas claves en el title sin tener necesidad de conocimientos de HTML. Intenta que tu palabra clave del title sea lo más explícita posible y que no se diluya con otras palabras sin valor para el posicionamiento. El title es lo que aparece en los motores de búsqueda como título del resultado.

Por ejemplo en la búsqueda de abajo de dlógica el title es "tu empresa de desarrollo web al mejor precio"

1. [dlógica Internet Solutions | Tu empresa de desarrollo web al...](#)
[www.dlogica.com/](#) ▾

¿Por qué Dlógica? Servicios · Productos · Noticias · Eventos · Contactar. Desarrollo profesional de aplicaciones web. dlógica Internet Solutions. Anterior Pausa ...

Crea títulos de relevancia: si el código de tu página está correctamente construido etiquetará de forma correcta (H1, H2) los títulos de tus páginas o secciones. Esto será una buena herramienta para ayudarte a posicionar tu web y tus páginas interiores. Utiliza palabras claves en tus títulos. Todas las

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 9
		Versión 1.0	27/07/2015

soluciones internova etiquetan correctamente los títulos de páginas y secciones con H1, H2...

Utiliza palabras clave en el body de tus contenidos: Es importante tener palabras clave en los contenidos de tus artículos, sin embargo, no debes pasarte en el número de palabras clave, estas deben rondar un 6 - 8% del total ya que si te excedes google puede penalizarte por SPAM. Las penalizaciones de google suelen ser de 90 días, así que hay que pensarlo correctamente antes de caer en este tipo de penalizaciones ya que 90 días sin aparecer en google puede ser un tiempo considerable.

Utiliza tus palabras clave en imágenes y enlaces internos: en las imágenes siempre etiquetalas con las palabras clave y también cuando crees enlaces internos dentro de tu contenido usa las palabras clave, procura no poner cosas como "HAZ click aquí", en lugar de eso pon textos relevantes.

Crea contenidos de interés en tu mercado: crear contenidos de interés con valor añadido para tus visitantes. Esto puede hacer que te posiciones poco a poco en tu mercado y que consigas visitas cualificadas.

Utiliza herramientas: las herramientas como [Google AdWords](#), [Google Trends](#) y [Google Ad Planner](#), te ayudarán a cuantificar la popularidad actual y futura de una palabra clave. Intenta usar palabras clave que tengan unas búsquedas diarias de al menos 100 resultados.

Consigue enlaces de calidad: si páginas mejor posicionadas que la tuya te enlazan también te ayudará a posicionarte mejor. Nuestro consejo es que nunca hagas trampas del estilo "Back links" consigue pocos enlaces pero de calidad. Esto se consigue de forma natural creando contenidos de interés y de calidad. También pueden enlazarte tus clientes o proveedores, pero te aconsejamos que los enlaces sean reales y no de técnicas como el back link que ya está penalizada por google.

7. Casos de éxito

Como lo mejor es predicar con el ejemplo os enseñamos algunos de nuestros casos de éxito, por supuesto tenemos muchos más si quieres más ejemplos ponte en contacto con nosotros (los ejemplos de abajo están posicionados por varios términos, ponemos un único ejemplo en cada uno):

1. dlógica.com (desarrollo web al mejor precio)

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 10
		Versión 1.0	27/07/2015

2. Greensportlab.com (alquiler y venta de rampas de skate)
3. ameinmobiliaria.com (tu agencia inmobiliaria en tenerife)
4. Kubuny.com (camisetas y fundas personalizadas)
5. decomorales.es (pintores en murcia)
6. Taxisadaptados.es (taxi adaptado en Barcelona)
7. guiagay.es (guía queer)
8. Grupazul.org (centro holístico formación)
9. tenerifolidario.org (voluntariado en tenerife)
10. upcan.org (unión profesionales tenerife)

8. Resumen

El SEO es una técnica difícil y de largo recorrido para su aplicación. No debemos nunca descuidar estas técnicas en nuestra web, ni siquiera cuando ya hayamos conseguido un buen posicionamiento.

Recuerda que en dlógica somos profesionales del SEO, ponte en buenas manos para conseguir el mejor posicionamiento. Nuestros productos están subvencionados y auditados por el Gobierno de Canarias y el FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional).

Puedes dejarnos tus comentarios en este enlace, te agradecemos tu opinión, siempre nos ayuda a mejorar: <http://www.dlogica.com/es/enviar-testimonio>

 mucho más que internet	DLOGICA-MAN- PMO-FOR-0001.0	D	Página 11
		Versión 1.0	27/07/2015



Acceptación de Confidencialidad

© dlógica Internet Solutions 2015

Todos los derechos reservados.

Teléfono +34 607 519 906

www.dlogica.com

Este Documento ha sido realizado por *dlógica Internet Solutions S.L.*. Las imágenes y la metodología son propiedad intelectual de *dlógica Internet Solutions S.L.* y se encuentran registrados. Queda prohibida cualquier copia o reproducción total o parcial del presente documento sin la autorización por escrito del titular del mismo. También se prohíbe su venta o distribución sin la autorización por escrito de *dlógica Internet Solutions S.L.*