

Curso buscadores.

Posicionamiento, indexación y contenido.

Estar bien posicionado es un síntoma más de la calidad de una página web.

Si en tu página web publicas contenido de calidad y de forma frecuente. Si colaboras con otros sites intercambiando información, comentarios, enlaces... probablemente estés en los resultados de los buscadores.

El siguiente paso es aparecer entre los primeros.

Optimizar un sitio para buscadores

Este documento es una guía para ser correctamente indexado por un buscador, aparecer en sus resultados y aprovechar las oportunidades que los buscadores brindan a nuestra página web.

Objetivo de crecimiento: entre 40% y 20%

Este es el porcentaje de visitas que un buscador puede generar.

La clave de las visitas que tienen como origen un buscador es que estas suelen ser de personas que no nos conocen y que demandan nuestros productos o servicios (“busco piso en Valencia”, “comida baja en grasas”, “naranjas”, “coches deportivos”...). Estas personas nos han encontrado y seleccionado entre los resultados del buscador, es por tanto un público muy segmentado e interesado que es muy importante captar para crecer.

No tener una estrategia clara de posicionamiento en buscadores para nuestra web, nos lleva a un sitio con un dudoso crecimiento y con dificultades para captar nuevos usuarios.

Los pasos para el buen posicionamiento.

- 1. Código que no invalide la indexación**
- 2. Crear contenido de calidad**
- 3. Que un buscador nos encuentre**
- 4. Que lea nuestro contenido de forma correcta**
- 5. Aparecer en los resultados (ser relevantes para los usuarios)**
- 6. El usuario pinche en nuestro enlace**
- 7. Medir el tráfico, revisar, modificar**
- 8. Mantener la posición**
- 9. Futuros problemas**
- 10. Tu puedes hacerlo**

Las claves que aprenderás con este documento.

Cómo se produce la indexación

La indexación es el proceso que sigue un buscador para meterte en su base de datos, pero el buscador necesita saber que existes para poder incluirte en su base de datos.

El contenido es el rey

Contenido de calidad y que concuerda con las expectativas de los usuarios es lo que necesitas.

Seguimiento de estándares técnicos para conseguir la máxima indexación

En lo posible no uses tablas y utiliza el código semántico para estructurar el contenido

Detectar mercados emergente

Crear contenido tan específico como puedas para lograr un buen posicionamiento en áreas emergentes que puedas satisfacer.

Medir, modificar, mejorar

El análisis de logs (estadísticas) del servidor es clave para saber si mejoramos o empeoramos con nuestras tácticas.

1.

Técnicas no compatible con buscadores.

Portadas con Flash, menús desplegables, formularios. Los sites de bebidas alcohólicas al solicitar al usuario su edad en un formulario para poder entrar están bloquean al buscador.

El uso de frames no bloquea a un buscador en su indexación del sitio pero hace muy compleja la presentación de los resultados. No los utilices.

El uso de tablas anidadas es siempre problemático. Procura que cada tabla presente una unidad de información (cabecera, contenido, pie de página) evitando meter una dentro de otra.

Páginas dinámicas. Un buscador indexa aquello que puede leer en su visita por tu web. Si el contenido de tu web se genera bajo petición del usuario (formularios por ejemplo) no podrá leerlo.

Gestor de contenidos. Un gestor de contenidos que no te ayuda a publicar contenido de calidad, con código de calidad, puede ser tu tumba.

2.

Crear contenido de calidad.

El contenido de calidad es la única razón por la que los usuarios te buscarán

No importa que tengas un site técnicamente perfecto si el contenido de tu site es poco relevante, genérico o de nulo interés.

Tienes que ofrecer contenido que cumpla al menos uno de estos 3 criterios.

1. **Sirve para mejorar la vida de las personas.** “Comida saludable para niños de 3 años”.
2. **Previene el fin de algo bueno.** “Compra Naranjas de la Huerta”.
3. **Corrige algo que está mal.** “No pagues más por el seguro de tu coche”.

Tipo de contenido buscado por los usuarios (por orden alfabético).

Sexo, horóscopo, actores, músicos, famosos... (los líderes indiscutibles).

Categorías genéricas de productos (hoteles, coches, abogados)

Marcas comerciales / Nombres propios (Marriot, Ford, Cuatrocasas)

Problemas concretos (enfocar foto, nacimiento Mozart, Base de Datos MySQL)

Soluciones (descargar antivirus gratuito, descargar música, como hacer páginas flash)

El contenido que vas a crear debe estar enfocado en dar respuesta a alguna de estas categorías.

¿Cómo se crea contenido de calidad?

1. **La persona que sabe de la materia le gusta escribir y tienes tiempo para escribir.** Escribe las historias en documentos de word. Cuéntalo todo. Desde cómo empezaste, a que pasos han sido claves, que proveedores te han ayudado, claves de tu negocio, tus soluciones, tus ventajas, pero con todo detalle. No sirve decir que “eres el mejor”... tienes que dar los detalles. Sobre tu organización. Cuantos sois, donde estáis, cuanto facturas, evolución de la empresa, por dónde habéis pasado... Cuanta gente ha pasado por ella. Sus contribuciones, sus aportaciones. Todo con nombres y apellidos. Por último y si es tu caso. Habla de las marcas comerciales con las que trabajas en todo detalle. Que aportan de valor a tu proceso, producto. Cual es tu relación con ellos. Dónde están, contacto. Ponlo todo.

- 2. La persona que sabe de la materia tiene tiempo para contarle sus ideas a alguien que sabe escribir.** Contrata a alguien que sepa escribir. Dile que se traiga un portatil a tu despacho y le dices que hoy la idea es que tome notas para escribir el contenido de la web. Dédicale un día. Procura tener un guión claro de los puntos clave de tu historia. Se muy detallista con nombres, fechas, magnitudes (lo que hay entre medias siempre se puede afinar).

No hay otra forma. No esperes que una empresa externa te escriba contenido de calidad. Una empresa externa te podrá escribir contenido genérico, correcto, neutral... Pero eso no es lo que tus usuarios esperan de ti.

Una vez tengas el contenido en este borrador, la persona que haga la web se debe encargar de crear unidades de información coherentes, estructura de menú clara para que el contenido sea accesible de forma clara. Pero la esencia del site estará en ese contenido auténtico que has creado.

3.

Para que un buscador te encuentre, le debes indicar el camino.

Como se produce la indexación

1. Los buscadores van rastreando la web y añadiendo las páginas que encuentran a su base de datos.
2. La base de datos se alimenta del contenido y los enlaces disponibles en las páginas que va leyendo.
3. Cuanto mejor contenido y mejor posición en el ranking, mayor posibilidades tendremos de ser encontrados.

Cuándo se realiza una búsqueda en realidad no se busca en Internet, el buscador mira dentro de su base de datos.

Es más fácil estar fuera que dentro

Los buscadores indexan sólo una parte reducida de Internet

Se estima que los buscadores más potentes podrían indexar hasta un 30% de Internet, pero se estima que un 16% es lo que está indexado en estos momentos, con lo que es fácil que un sitio nuevo se quede fuera.

<http://wwwmetrics.com/>



Para estar dentro de los resultados de un buscador, el primer paso es que un site que ya esté indexado ponga un enlace a nuestro site

De esta forma podremos conseguir que el buscador llegue a nuestro y realice la indexación.

Cómo conseguir vínculos en otros sitios:

- Postear mensajes con la url en foros de interés, chats, webs de opiniones... Procura postear respuestas a dudas o problemas de los usuarios.
- Incluir referencias en Wikipedia.org sobre temas que conozcas en profundidad. Wikipedia es muy rigurosa. Sólo contenido de alta calidad.
- Enviar noticias sobre nuestra actividad a sitio de noticias (digg.com, meneame.net...)
- **Intercambiar enlaces con sitios ya indexados**
- Incluir en toda nuestra comunicación la URL para que se propage y sea visitada
- Comunicar a **medios digitales** la existencia de nuestro sitio

Con esta estrategia hay que evitar siempre la mera publicidad, se trata de comunicar la existencia de contenido de interés dentro de nuestro sitio.

Esta estrategia de intercambio de links esta basada fundamentalmente en el paso anterior en el que hemos invertido en la creación de contenido de calidad.

Contenido de calidad será de valor para la comunidad y por tanto conseguiremos enlaces, referencias en blogs, podremos comentar datos en wikipedia, etc... de tal forma que podamos mostrar a los buscadores el camino hacia nuestro site.

4.

Que el buscador lea nuestro contenido de forma correcta.

Ser claros y directos evitando términos genéricos son la clave.

1. Incluir palabras clave concretas. *Actividades infantiles, cumpleaños, fiestas, bautizos.*
2. Marcas comerciales de nuestro entorno. *Distribuimos coches SEAT Cordoba, VW Polo.*
3. Soluciones a problemas concretos. *Cómo arreglar una tubería rota.*

Los buscadores una vez estén en nuestra página web van a leer el contenido tal y como se le encuentren. Es esencial ofrecer la máxima claridad en cada página que el buscador va a leer para que el contexto de la información sea claro y no tenga que adivinar, en cada página, que está leyendo.

Contexto

El contexto no ha de darse por entendido. Cada página debe entenderse por si sola. Es decir, debemos ser capaces de entender lo que quiere decir cada página sin conocer nada más sobre el site, la marca que lo sustenta o la actividad de la empresa.

En muchas páginas por darse el contexto por entendido se encuentran frases del estilo.

Nuestras soluciones son las mejores para cada modelo.

En lugar de decir algo así:

Nuestras soluciones en seguridad para el conductor son las mejores para los coches turismo (toyota, seat, renault), todoterreno (mitsubishi, nissan), 4x4 (range rover), gran turismo (mercedes, bmw, jaguar).

Es cierto que podemos ofrecer información redundante entre algunas páginas, pero es mejor que el contexto dentro de cada página quede totalmente claro.

Unidades de información completas

Es importante que cada unidad de información se presente en una página. Si ponemos mucha información en una sola página, pierde relevancia y será más complejo para el usuario encontrar la información.

Por ejemplo, si nuestra empresa distribuye 15 marcas comerciales, será apropiado ofrecer una página por cada marca de tal forma que el buscador pueda identificar cada unidad de información con sus características específicas.

Formato consistente

Cada unidad de información ha de contener unidades de información similares.

1. **Título.** Descriptivo, claro, preciso.
2. **Introducción.** Resumen de todo lo que vamos a ver. Palabras clave. Respuestas claras.
3. **Desarrollo.** Procura introducir cada párrafo con una idea clave. Problema existente, nuestra solución, las ventajas de nuestras solución, alternativas.
4. **Información adicional.** Enlaces a otras páginas dentro de nuestro site y fuera.

5. Ser relevantes.

Hasta este punto hemos conseguido que un buscador nos encuentre y lea nuestro contenido.

Ahora necesitamos aparecer cuando los usuarios nos buscan.

1. **Desarrolla contenido extremadamente popular.** Algo interesante para una gran cantidad de usuarios. Top 10, estadísticas, términos populares, resúmenes anuales.
2. **Toca temas que nos afecten en la vida diaria.** Alimentación, seguridad, la familia, educación, empleo.
3. **Haz un resumen del año,** pero a diferencia de los informes anuales, haz que sea interesante para leer. Revela algo interesante sobre tu compañía.

El día a día de los productos, servicios, tus valores, tus proveedores es interesante, pero si quieres acaparar grandes cantidades de tráfico necesitas crear contenido de calidad que sea interesante para una gran porción del público objetivo.

- Resume los 10 productos más demandados por tu clientela y explica por qué.
- Da estadísticas de tráfico de tu servidor, países de origen, puntas de tráfico.
- Publica contenido desde un punto de vista interesante, nuevo, diferente. “Los accidentes de tráfico y la alimentación”.
- Al acabar el año (fiscal, junio, diciembre...) publica un resumen de tu actividad. Da las gracias a tus proveedores, publica fotos de actividades, etc...

Este tipo de contenido te ayudará a ser referenciado por otros sites, a que en las búsquedas aparezcas más fácilmente, a que más gente te encuentre por palabras más genéricas.

6.

Pincha en mi enlace... ese no, [el mio](#).

**Los buscadores presentan 10 resultados por página.
¿Pincharán los usuarios en el tuyo o lo dejarán pasar? ¿Es tan importante ser el número 1?**

Ser el número 1 no es vital, pero si es clave estar entre los 10 primeros. Una minoría se adentra en la segunda página de resultados. Si el usuario no encuentra lo que busca en esa página suelen volver a realizar otra búsqueda.

1. El **TITLE** de la página es el contenido que el buscador “pinta” como enlace a tu página.
2. Redacta el title de forma precisa, breve, clara.
3. Ofrece motivos para pinchar.

El TITLE es parte del código de tu página. Los gestores de tu proyecto o tu equipo web deben conocer este aspecto porque es crucial para tu buen desarrollo interno y de cara a buscadores.

El TITLE debe presentar al menos la información que el Título de tu página. Pero en lo posible ha de ser más descriptivo ya que tiene función de reclamo en los buscadores.

Algunas tácticas pasan por.

- Utilizar solo palabras clave. **Coche ocasión Seat Ibiza 9.500 euros.**
- Incluir información adicional. **Coche ocasión Seat Ibiza 9.500 euros +1.000 ofertas**
- Incluir quienes somos. **Coche ocasión Seat Ibiza 9.500 euros / Coches.com**
- Incluir dónde estamos. **Coche ocasión Seat Ibiza 9.500 euros / Coches.com Madrid**
- Incluir actividad. **Coche ocasión Seat Ibiza 9.500 euros (Actualizado) 10.000 visitas**

La primera regla es poner las palabras claves relevantes al principio y juntas.

Añadir aquellos criterios que consideremos relevantes para nuestros usuarios.

Incluir “pistas” que ayuden a los usuarios a pinchar (precio, datos de la actividad – nuevo, actualizado, premiado...), incluir quienes somos si es relevantes (dominio, nombre), etc...

Cualquiera de estas tácticas es válida. **Lo importante es ser conscientes de que el título de la página lo es TODO a la hora de ser visibles en la página de resultados.** Debemos cuidar al máximo la visibilidad de la información en los TITLES de tal forma que seamos conscientes de lo que estamos poniendo para que podamos comprobar la efectividad de nuestras estrategias.

Por otro lado, el TITLE de la página es un factor que podemos controlar ya que el contenido que pinta google sobre la descripción del documento, etc... está más en su algoritmo que decide si muestra contenido de la página, metatags, etc...

7.

Medir el tráfico.

Cualquier servidor decente debería darte de forma automática tu tráfico por días, meses, semanas... pudiendo ver cuanta gente te llega por buscadores y que términos han utilizado

Si no sabes como acceder a este servicio, llama ahora mismo a tu servidor y que te den acceso ahora mismo. Si tu servidor dice que no lo tiene, sencillamente cambia de servidor. No pierdas el tiempo con alguien que no conoce su trabajo.

1. Comprueba que el tráfico en tu web aumenta cada mes.
2. Comprueba que porcentaje del tráfico llega vía buscadores.
3. Revisa las palabras utilizadas por las que te han encontrado.

El tráfico de tu web debería doblarse cada 6 meses (al menos qu hayas llegado a una masa crítica tipo Google o Yahoo). Los visitantes vía buscador deberían suponer un 20% - 40%.

Los ratios de conversión en internet son muy bajos. Del 10% para abajo por lo general. Por lo que se requieren grandes cantidades de tráfico para generar un flujo de clientes que sostenga el negocio.

Es necesario captar tráfico de todas partes. Vía notas de prensa, amigos, enlaces en blogs, boca a boca, newsletters, etc... Los buscadores deben ser una parte más de tu estrategia de crecimiento. Revisa tus logs con frecuencia para comprobar que avanzas en el camino adecuado.

El dato importante a revisar en tus logs en relación a los buscadores es el % de tráfico que generan respecto al total. Este dato es importante ya que los buscadores por lo general son generadores de tráfico nuevo.

Es decir, gente que busca por categorías generales tipo “altavoces” están viendo “que ahí” para comparar y ver si se deciden entre la oferta existente. Este tipo de clientes es el que interesa captar.

Por lo general no hay grandes concentraciones en torno a un término en concreto. Es decir, el término más popular (o la familia de términos más populares – leche, leche desnatada, leche entera, leche semidesnatada -) puede suponer no más del 10% del total.

Interesa leerse la lista completa de términos e intentar organizarlos en bloques lo más compactos posibles para extraer información que nos sirva analizar.

- El 20% de la gente nos ha encontrado buscando marcas.
 - 50% Seat
 - 30% Volkswagen
 - 20% Ford

- El 30% lo hizo buscando servicios que ofrecemos.
 - 40% Cambio de Aceite
 - 20% Ruedas / recambios, pinchazos...
 - 10% Lunas rotas / parabrisas / cristales coches rotos

- Un 10% lo hizo buscando los nombres de los directivos.

En base a esta información podemos ver si potenciamos unas áreas de contenido u otras.

8.

Mantener la posición.

Los principales enemigos de mantener tu posición son:

- **Tu mismo (80%).**
- **Los demás (20%).**

Tu principal enemigo eres tu mismo ya que dependes de ti mismo para mantenerte ahí arriba.

1. Mantén una frecuencia constante de publicación de contenidos. Trimestral, bi-anual.
2. No borres nada. Guardalo todo y organízalo.
3. No muevas documentos de sitio ni cambies URLs.

Procura publicar contenido de calidad con la máxima frecuencia posible

Es mejor no publicar que publicar algo de poca calidad. La razón es que contenido de poca calidad hará que la gente deje de prestarte atención. En cambio contenido de calidad si hará que la gente

cree momento en torno a ti. Los blogs te pondrán enlaces, conseguirás algo de ranking en torno a tu nombre, producto, servicio...

Siendo realistas, para poder publicar contenido de calidad, lo normal es tener que esperar un trimestre. Antes no suelen ocurrir cosas interesantes.

No borres ni muevas nada

Sencillamente organiza y crea enlaces con claridad a todos los documentos de tu site, pero nunca borres o muevas un documento. Un documento, una vez indexado por los buscadores, si lo movemos perdemos esa referencia, ese punto de encuentro con el buscador y los usuarios.

Organiza todo el contenido que tengas en un mapa de tu web. Es decir, desde la portada pon los enlaces que creas más interesantes y deja uno al mapa del web. Desde esta página crea enlaces a todos los documentos que tengas en tu servidor de tal forma que sirva como puerta de entrada a los buscadores a todos los documentos que tienes y que es interesante que lean.

Los competidores te pueden quitar el puesto

Por supuesto los competidores pueden emular tu estilo y acaparar tu puesto en Google por eso es importante establecer tu reputación en torno a un grupo relevante de sites, blogs, sitios de noticias, donde tu contenido se establezca como una referencia clara.

9.

Futuras oportunidades.

La gente cada vez espera más de los buscadores y ellos cada vez quieren más de los usuarios.

1. Búsquedas cada vez más intuitivas.
2. El buscador es tu web.
3. Más idiomas.

Las búsquedas cada vez son más intuitivas

Ya sea por que el buscador cada vez procesan más datos más rápido o por que los gestores de las webs cada vez ofrecen más información en formatos más adecuados, o por la convergencia de los dos factores, las búsquedas cada vez son más intuitivas.

Por lo general Google es capaz de saber si por lo términos que introducimos estamos buscando un sitio, un servicio, una persona...

Por otro lado, los buscadores no son sólo los buscadores de texto. Cada vez son más populares los buscadores temáticos (imágenes, wikipedia, mapas...). A estos buscadores debemos indicarles el camino al contenido de calidad que tenemos en nuestra web.

Yo no creo que sea el trabajo de nadie alimentar la web de Google o Yahoo a menos que esté en su propio interés, pero si creo que hay que saber aprovechar las oportunidades. Es decir, si no existen fotos de calidad de “Seats Ibiza” en los buscadores de imágenes, debemos indicar el camino a los buscadores al directorio de imágenes de nuestro servidor para que las pueda ofrecer y los usuarios conocernos.

El buscador es tu web

Cada vez más las páginas de resultados son la página final para el usuario. La búsqueda de un número de teléfono se resuelve en la página de resultados sin necesidad de visitar las páginas de destino. Muchas consultas de fechas, datos, nombres se resuelven de igual forma.

La página de resultados del buscador es la respuesta. No necesitamos visitar más páginas.

Por este factor es necesario incidir en dos aspectos.

1. No luchar contra este fenómeno y no cambiar nuestra estrategia.
2. Que el Title de la página sea lo más claro posible y que incite a pinchar.

Evidentemente necesitamos que aunque la gente esté buscando nuestro número de teléfono, que visiten nuestra web para exponerles a nuestras novedades, posibles ofertas, etc... pero si la gente se comporta de una forma no luches contra ello. Quizás una idea sea poner tu número de teléfono directamente en el TITLE de la home de tal forma que puedan encontrar tu número de teléfono sin problemas.

Más idiomas

Competir en inglés en categorías generales puede ser muy costoso. Pero introducir nuestros productos o servicios a países en desarrollo o emergentes puede ser una oportunidad a tener en cuenta.

Publicar nuestra web en idiomas e incluir referencias a países donde podemos hacer negocio es algo que el buscador ayudará a difundir.

Esta claro que entrar en mercados muy saturados es complicado y caro. En mercados emergentes, la misma necesidad puede hacer que la demanda se vea superada y que publicar noticias relacionadas con las regiones, países hagan que la demanda se pueda canalizar.

10.

Tu puedes hacerlo.

Todos los recursos técnicos los tienes gratis. El contenido es lo único que debes liberar.

1. La página de tu empresa puede ser un blog.
2. Según crezcas puedes ir mejorando pero debes centrarte en mantener la calidad en el contenido.
3. Que no te vendan posicionamiento. Que te vendan contenido y código de calidad.

Ahora mismo hay muchos recursos gratuitos de calidad

No pagues nada por empezar tu web. Busca recursos gratuitos y prueba a escribir. Mira que opina la gente. Busca opiniones verdaderas. Desarrolla tu web sin complejas. Publica lo que vas haciendo, ideas.

Si puedes permitirte un hosting, un dominio, hazlo... pero lo primero es contenido de calidad.

Los hostings, dominios no son caros. Por 200 euros al año puedes tener el mejor hosting del mundo. No hay que pagar más. Si puedes permitirte, hazlo, pero siempre ten como primer objetivo la calidad de contenidos.

Si una empresa te quiere vender posicionamiento, dile que a ti lo que te interesa es contenido y código de calidad.

La venta de posicionamientos es pan para hoy, hambre para mañana. Lo mejor es comprar contenido de calidad. Ideas que hagan la vida de las personas mejor, que corrijan algo erróneo, que prevengan el fin de algo bueno.

Ten control total de tu web.

Si mañana por la mañana quieres publicar una idea en tu web, ¿puedes hacerlo?.

Si mañana quieres subir una foto a tu web, ¿puedes hacerlo?

Debes tener control total del contenido de tu web. Debes poder hacerlo en cualquier momento desde cualquier punto. No dependas de nadie ni de nada.