

Posicionamiento internacional

Planteamiento táctico

> TUTORIALES [mediaclick](#)

Posicionamiento internacional

Planteamiento táctico



Tutoriales SEO

Posicionamiento internacional / Planteamiento táctico

¿ CÓMO FUNCIONA GOOGLE?

LA IMPORTANCIA DE LA GEOLOCALIZACIÓN

CLAVES PARA UN BUEN POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

CONCLUSIONES BÁSICAS



Posicionamiento internacional

Planteamiento táctico

Tutoriales SEO

➤ ¿Cómo funciona Google?

Google es el buscador de Internet más utilizado en todo el mundo. Dispone de diferentes versiones locales para dar un mejor servicio al internauta, en función de su geolocalización.

Cuando un usuario accede a su buscador local, por ejemplo en Google España (google.es), e inserta en el buscador una o varias palabras clave, Google tratará de ordenar, por orden de relevancia, la lista de resultados de las páginas que ha podido encontrar relacionadas con esas palabras clave.

Las variables que Google utiliza para decidir mostrar una web antes que otra, son miles. Algunas las conocemos y otras no. Google, en su afán por mejorar el servicio e intentar ser lo más efectivo posible a la hora de generar sus listados de resultados, añade periódicamente nuevas variables o algoritmos.

Algunas de las variables importantes y más básicas que se conoce que utiliza Google para determinar el nivel de relevancia de una web y que le permite salir mejor posicionada en los listados de búsqueda respecto otras web son:

- Densidad de palabras clave en la página
- Título de la página
- URL de la página
- PageRank
- Número de enlaces externos
- Calidad de enlaces externos
- Número de páginas indexadas
- Geolocalización del dominio
- Geolocalización del **Hosting**

Posicionamiento internacional

Plataforma táctica

➤ La importancia de la geolocalización.

Cuando se crea una web, al igual que pasa con cualquier otro negocio, hay que realizarse varias preguntas que tienen que ver con el enfoque estratégico del negocio:

- ¿A quién va dirigido mi producto o servicio?
- ¿Me pueden comprar desde cualquier lugar del planeta?
- ¿Puedo dar cobertura internacional?

Si la respuesta es que tenemos un producto que podemos vender a nivel internacional, en cualquier otro país fuera de nuestras fronteras, y nos interesa hacerlo, entonces debemos plantearnos la necesidad de diseñar una estrategia de posicionamiento internacional en buscadores.

Si nuestra empresa dispone de la cobertura logística que nos permita dar servicio a otros países, utilizar el posicionamiento en buscadores puede ser una opción mucho más económica y rentable para dar a conocer sus productos en el extranjero y generar ventas, ahorrándose todo lo que implicaría realizar ferias, publicidad off-line, abrir oficinas, en cada país donde se quisiera tener presencia.

Se deberían escoger los países donde más nos interesara estar presentes y potenciar nuestro posicionamiento en sus buscadores locales.



Posicionamiento internacional

Planteamiento táctico

Tutoriales SEO

➤ Claves para un buen posicionamiento internacional

Como ya hemos visto en el primer punto, dos de las variables que afectan al nivel de relevancia que otorga Google a cada web, para determinar el orden de aparición de una web en sus resultados de búsqueda, tienen que ver con la geolocalización.

- **Geolocalización del dominio**
- **Geolocalización del Hosting**

Para potenciar la presencia online en un país concreto, es importante, como indicábamos en el segundo punto, aparecer bien posicionados en el Google local de ese país, ya sea Francia, Alemania o Argentina.

El objetivo de Google es mostrar a los usuarios los sitios de mayor utilidad y relevancia para su consulta. En consecuencia, los resultados que se muestran a los usuarios de Francia pueden ser distintos de los que ven, por ejemplo, los usuarios de Argentina. Bajo esta premisa, debemos ver cómo podemos potenciar la presencia de nuestra web en otros buscadores para que Google interprete que nuestra web puede ser de interés para los usuarios del buscador en su versión local.

Si partimos de la base, a modo de ejemplo, que se quiere potenciar la presencia de nuestra web en Francia, deberíamos tener en cuanto las siguientes variables:

- **Geolocalización del dominio:** Realizar una copia de nuestra web actual utilizando un dominio local ".fr"
- **Geolocalización del Hosting:** La nueva web debería alojarse en un servidor local, en territorio francés.
- **Idioma:** Deberíamos publicar la nueva web completamente en lengua local, el francés.
- **Palabras Clave:** Deberíamos hacer un estudio de los términos de búsqueda más utilizadas, o más interesantes para nuestro negocio, utilizados en el buscador francés para, con posterioridad, determinar cuáles van a ser las palabras clave a posicionar.

Posicionamiento internacional

Planteamiento táctico

Tutoriales SEO

- **Optimización técnica:** Una vez determinadas las palabras clave, se deberán asignar las páginas internas de la web que van a ser posicionadas y optimizarlas técnicamente. Se deberán cuidar todos los elementos técnicos con el fin de que Google indexe correctamente la página y pueda leer la información que nos interesa que lea. De ese modo nos aseguramos potenciar el nivel de relevancia, en función de las palabra clave.
- **Generación de contenido:** Google valora mucho las webs que están en permanente movimiento. Se deberá ir modificando el contenido periódicamente y añadir, si es posible, nuevo contenido.
- **Generación de enlaces:** Como en cualquier proyecto de posicionamiento natural en buscadores, se deberán generar enlaces de otras web hacia las páginas a posicionar para aumentar su nivel de relevancia. Los enlaces generados deberían ser del país de donde nos estamos intentando posicionar, en nuestro caso deberían ser enlaces de webs francesas.

➤ Conclusiones básicas

A modo de conclusión comentar que, para aumentar nuestra presencia internacional y potenciar nuestras cifras de negocio en otros países, una de las estrategias más eficaces y rentables es la utilización de los buscadores, como Google.

Para potenciar dicha presencia, lo primero debería ser acotar los esfuerzos, pues intentar ejecutar este tipo de estrategias a nivel global, en todos los países del mundo, sería prácticamente imposible, pues se debería trabajar para cada país en su buscador local. Se recomienda empezar por uno o dos países y en función de los resultados, ir aumentando la cobertura.

Las acciones SEO que se deberán realizar para cada buscador local son, exactamente, las mismas que debemos realizar para potenciar el posicionamiento en el buscador de nuestro país (Google.es). Así que, si tenemos que posicionarnos en dos países, el coste en horas de trabajo, será el doble que si nos queremos posicionar únicamente en nuestro país.