

Search Marketing

*Cómo plantear una buena
estrategia de Search Marketing*

> TUTORIALES [mediaclick](#)

Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO



Search Marketing / Cómo plantear una buena estrategia

ÍNDICE:

POR DÓNDE EMPEZAR

Definición de objetivos.

Definición de la estrategia.

QUÉ DEBO SABER SOBRE EL POSICIONAMIENTO SEO

¿Cómo funciona Google Search?

La importancia de una buena optimización web.

La importancia de elegir las palabras clave más adecuadas.

La importancia del link building.

QUÉ DEBO SABER SOBRE EL POSICIONAMIENTO SEM

Cómo funciona Google Adwords

Qué puedes conseguir con una campaña en Google Adwords

La importancia de la página de destino o landing page



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

➤ Por dónde empezar.

Cualquier empresa que quiera aumentar su visibilidad en Internet, en lo primero que va a pensar es en utilizar los buscadores como herramienta para conseguirlo.

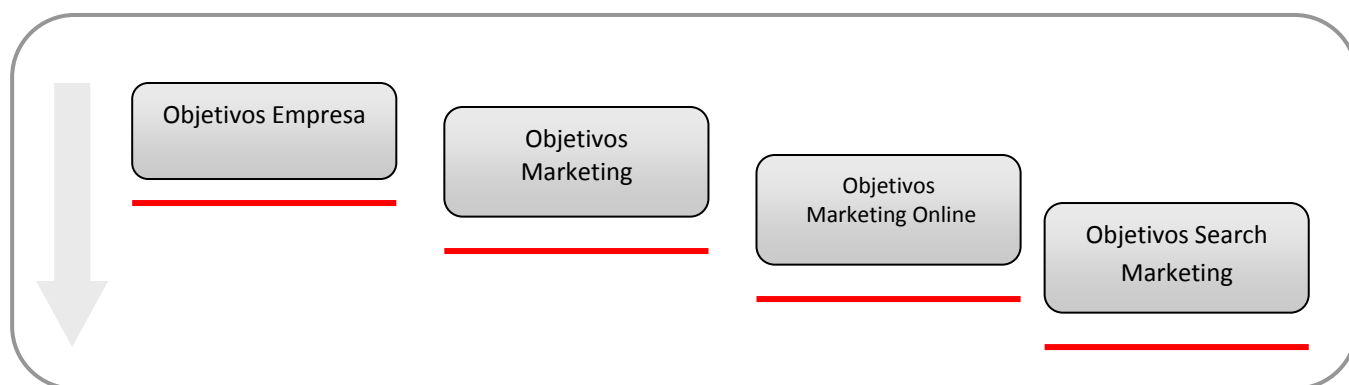
Antes de empezar a realizar acciones de posicionamiento SEO por las palabras clave que creemos nos identifican mejor o empezar a invertir en campañas de Pay per Clic (SEM), debemos detenernos a pensar sobre la estrategia que se deberá seguir, en función de los objetivos concretos que queremos conseguir.

Se podrían definir las siguientes etapas para asegurarnos de no dar pasos en falso:

> DEFINICIÓN DE OBJETIVOS:

Lo más importante, es definir correctamente cuál es el objetivo principal por el que hemos pensado utilizar los buscadores. Seguramente, este objetivo vendrá definido en función de los objetivos generales de la empresa y, cómo no, los que se han fijado para el Departamento de Marketing y más concretamente para desarrollar en el Marketing Online.

Por lo tanto lo primero que habría que hacer es tener claro el siguiente esquema:



En función de dichos objetivos generales y teniendo en cuenta el potencial de Internet, se deben transformar dichos objetivos en objetivos online concretos.

Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

A modo de ejemplo, se pueden definir varios objetivos de Search Marketing:

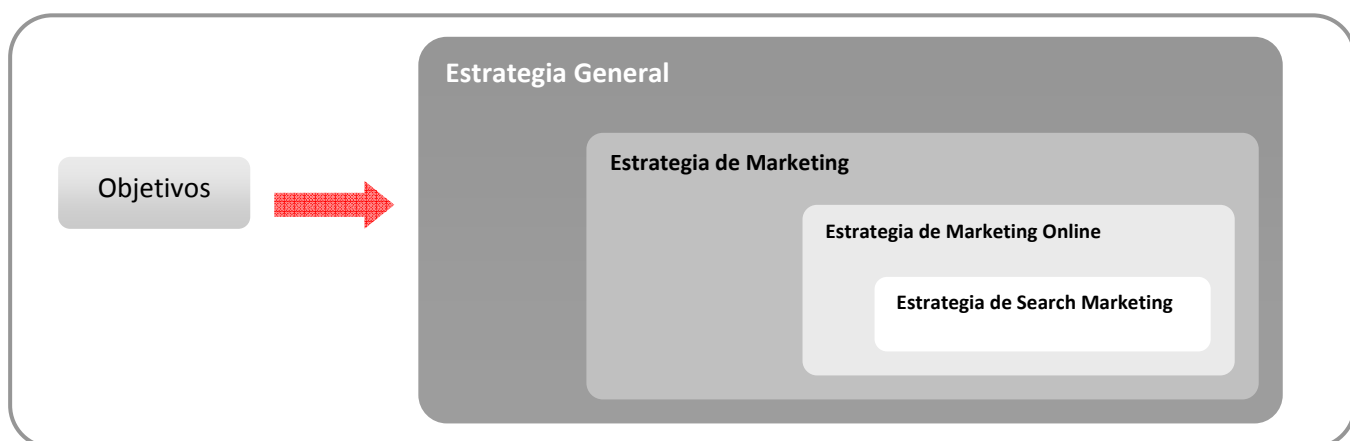
- Aumentar tráfico cualificado
- Aumentar ventas
- Potenciar el branding
- Aumentar las ventas de un producto concreto
- Aumentar las ventas en una época del año concreta
- Incrementar la presencia de la empresa en un país concreto

Para cada uno de estos objetivos, la estrategia de Search Marketing que debemos seguir, será sensiblemente diferente.

> DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA

En función de los objetivos que se han fijado, la estrategia que se debe llevar a cabo se debe ajustar. Cuando una empresa quiere potenciar su presencia en los buscadores, en función de unos determinados objetivos, debe tener en cuenta que para optimizar sus acciones, es recomendable establecer una estrategia de marketing online que combine el posicionamiento Orgánico o SEO y el Search Engine Marketing (SEM).

Desde el punto de vista estratégico, se debe tener en cuenta la estrategia de marketing global de la empresa. Las acciones de posicionamiento en buscadores no deben contemplarse como acciones desconectadas del resto de las acciones de marketing que se estén realizando, o que se vayan a realizar. Como en cualquier estrategia, todo debe estar enfocado a un mismo objetivo.



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

Una vez fijados los objetivos y teniendo en cuenta la estrategia definida en cada estadio de responsabilidad, se puede diseñar la estrategia de Search Marketing más adecuada y nos aseguraremos de estar perfectamente alineados con la empresa, hecho que seguramente redundará en una mejora de los resultados.

A modo de ejemplo se podrían haber definido diferentes estrategias según hayan sido los objetivos a conseguir:

Objetivo: Aumentar tráfico cualificado

Estrategia: Campaña SEM para testear el comportamiento de búsqueda de los usuarios y posicionamiento SEO con los términos clave que hayan convertido mejor durante la campaña SEM.

Objetivo: Aumentar ventas

Estrategia: Campañas SEM, con múltiples palabras y anuncios.

Objetivo: Potenciar el branding

Estrategia: Potenciar SEO corporativo y campañas de branding SEM.

Objetivo: Aumentar las ventas de un producto concreto

Estrategia: Campaña SEM focalizada, con Landing Page específica de cada producto.

Objetivo: Aumentar las ventas en una época del año concreta

Estrategia: Campaña SEM específica, focalizada en un período de tiempo determinado.

Objetivo: Incrementar la presencia de la empresa en un país concreto

Estrategia: Campaña SEM local, en el país donde se quiera potenciar la presencia, para detectar el comportamiento de búsqueda de los usuarios locales, posicionamiento SEO para las palabras clave más indicadas según campaña SEM y una campaña SEM de lanzamiento, con una duración determinada.



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

➤ Qué debo saber sobre el posicionamiento SEO.

Posicionamiento Natural o SEO: Consiste en aplicar diversas técnicas tendientes a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda.

Google, es el buscador con mayor cuota de mercado dentro del sector de los buscadores en Internet. Especialmente en España, donde llega al 90 %.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'posicionamiento Google'. The search results are divided into two main sections: 'Enlaces patrocinados' (Sponsored Links) and 'Resultados naturales' (Natural Results). The sponsored links include 'Posicionamiento web' from canalip.com, 'Últimas plazas... SEO' from institutoseo.com, and 'Posiciona en buscadores' from PosicionamientoBuscadores.net. The natural results section, highlighted with a red dashed border, includes a 'Curso de posicionamiento web en Google SEO MADRID BARCELONA' from mediaclick.es, a tutorial 'Posicionamiento web en Google - Tutorial y Recursos', and an article 'Hello Google: su primera posición en Internet' from hellogoogle.com. The text 'Los resultados incluyen tus notas de Búsqueda wiki de posicionamiento Google' is visible at the top of the natural results section.

↑
**Resultados naturales
(Posicionamiento natural o SEO)**



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

Lo primero que hay que tener en cuenta cuando hablamos de posicionamiento natural (SEO) en buscadores es que lo que se está posicionando no es una web en general, sino cada una de las páginas que forman dicha web y se posicionan en función de ciertas palabras claves.

El objetivo, es conseguir que cuando un usuario busca una palabra en Google relacionada con tu empresa o producto, tu web aparezca en primeras posiciones. Pero lo que realmente aparece, es una de las páginas de tu web, la que haya estado mejor optimizada para esa palabra clave.

Teniendo en cuenta este dato, veamos cómo Google decide mostrar una página antes que otra en función de la palabra clave que el usuario esté buscando.

> ¿CÓMO FUNCIONA GOOGLE SEARCH?

El éxito de Google está en mostrar en los resultados de búsqueda, según las palabras clave que haya indicado el usuario, los resultados más relevantes, es decir, aquellos que sean más útiles y que tengan más relación con lo que ha buscado el usuario. Cuanto más se ajuste la web que muestra Google en sus listados de búsqueda a lo que el usuario está buscando, más útil será la herramienta y más la va a utilizar el usuario.

Google debe rastrear todas las webs buscando cuál es la que más se ajusta a lo que está buscando el usuario. Para poder hacer esto, se basa en una ecuación matemática llamada algoritmo. Este algoritmo se basa en diferentes variables que determinarán la relevancia de la web y, por lo tanto, determinarán su posición en los listados de búsqueda.

Las variables que el algoritmo de Google tiene en cuenta son muy diversas y la mayoría se desconocen, pero hay algunas que conocemos y sobre las que podemos actuar para intentar mejorar la relevancia que le otorga Google a nuestra web, como por ejemplo:

- Número de enlaces externos
- Densidad de las palabras clave en el contenido
- Cantidad y calidad del contenido
- Actualización de contenido en la web
- Hosting y dominio
- URL
- Títulos de las página



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

> LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA OPTIMIZACIÓN WEB.

Llamamos optimización web, a la adecuación o mejora de las variables de nuestra web que afectan al algoritmo de Google, para intentar mejorar la relevancia de nuestra web para Google y de ese modo, se posibilite una mejora en el posicionamiento.

Existen dos dimensiones básicas de la optimización:

Optimización técnica:

Hace referencia a los cambios que debemos hacer en nuestra web para mejorar la posibilidad de indexación de los robots de los buscadores. Son cambios como por ejemplo:

- Incorporación de un Site Map XML
- Incorporación de títulos, Meta descriptions y Meta Keywords en cada página
- Corregir errores de código
- Realizar una estructura interna de contenidos que favorezca la transmisión de PageRank

Hay que asegurarse, antes de empezar cualquier acción de posicionamiento natural en buscadores, que la web está totalmente optimizada y que los motores de los buscadores podrán indexar correctamente la página. Si nuestra web está hecha en Flash las posibilidades de optimización son mínimas y Google no indexará correctamente la página.

Optimización contextual:

Una vez la web está 100% optimizada técnicamente se debe complementar el trabajo incluyendo en las páginas que deben ser posicionadas, las palabras clave con las que hemos relacionado dicha página.

Se debe conseguir una densidad de repetición de las palabras clave correcta en el contenido de la página e incorporar dichas palabras clave en los MetaTags, como en el título, descripción y Keywords. Las palabras clave también deberían aparecer en la URL específica de la página.



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

> LA IMPORTANCIA DE ELEGIR LAS PALABRAS CLAVE MÁS ADECUADAS.

Como ya hemos comentado, lo que en realidad estamos posicionando es una página concreta de tu web que tiene que hacer referencia a unas palabras clave concretas.

A la hora de escoger las palabras clave con las que quieres estar bien posicionado, se debe tener en cuenta que siempre estarás en competencia con otras páginas que quieran posicionar esas mismas palabras clave. Por lo que a la hora de decidir con que palabras clave vamos a realizar los esfuerzos SEO, el volumen y calidad de la competencia será un elemento que se deberá tener muy en cuenta.

A la hora de escoger las palabras clave se deben tener en cuenta, principalmente, los siguientes elementos:

- Nivel de competencia
- Posibilidad de incluir la palabra clave en el contenido de una página
- Alineación de la palabra clave con los objetivos y estrategia definidos
- Definir palabras clave lo más específicas y concretas posibles

Los usuarios de Internet cada vez realizan búsquedas más específicas y concretas. El 90% de los usuarios de buscadores utilizan búsquedas de entre 2 y 4 términos clave (palabras clave), por lo que, la elección de una buena cadena de palabras clave puede ser una buena estrategia para obtener resultados.

> LA IMPORTANCIA DEL LINK BUILDING.

Una vez la web está optimizada para las palabras clave que se han decidido, es momento de empezar a generar enlaces externos que se dirijan a la página que queramos posicionar.

Como hemos ya comentado, los algoritmos de Google utilizan la valoración de ciertas variables para determinar el grado de relevancia de una página. La mayoría de estas variables son inamovibles, es decir, no podemos hacer nada para mejorarlas, como por ejemplo la antigüedad del dominio. Una de las únicas alternativas que nos queda cuando ya se ha optimizado la web y queremos mejorar nuestro nivel de relevancia es realizar acciones de Link Building, es decir, conseguir que otras webs incorporen un enlace de nuestra web que se dirija a la página que queremos posicionar.

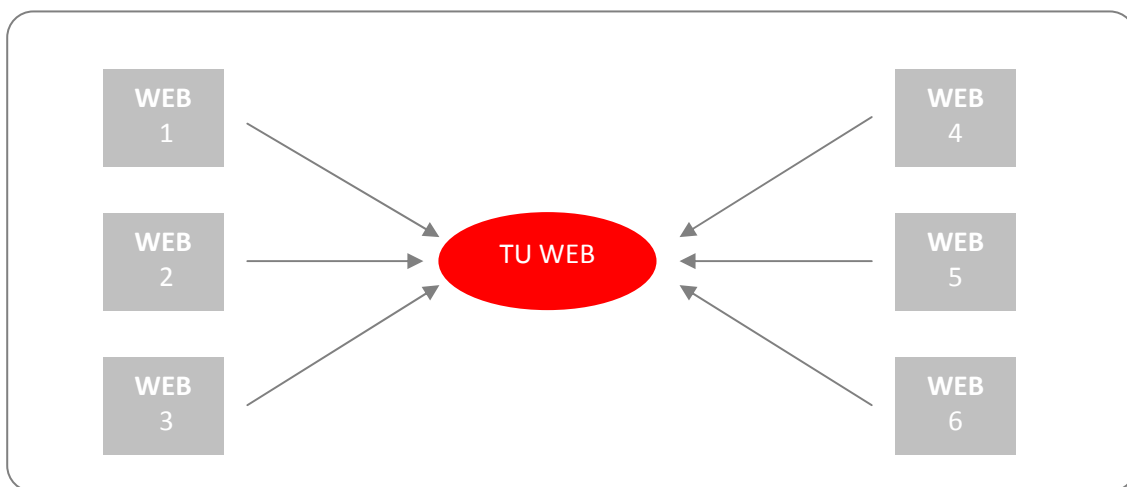


Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

Google interpretará que si hay muchas webs que hacen referencia a esa página, ésta es relevante para los usuarios y otras webs, por lo que mejorará su relevancia y aumentarán las posibilidades de mejorar el posicionamiento.



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

➤ Qué debo saber sobre posicionamiento SEM.

SEM (Search Engine Marketing): Es una herramienta que facilitan los buscadores para poder incorporar anuncios patrocinados en posiciones relevantes dentro de sus listados. El coste viene determinado por los clicks realizados en el anuncio.

Google AdWords en el mayor programa de publicidad en motores de búsqueda del mundo. Actualmente lo utilizan miles de empresas de todos los tamaños.

La Web [Imágenes](#) [Vídeos](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Grupos](#) [Gmail](#) [Más](#) ▼

Google [Búsqueda avanzada](#)

Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

Web [Mostrar opciones...](#) Resultados 1 - 10 de aproximadamente 1.920.000 de posicionamiento Google. (0,42 segundos)

Posicionamiento web Enlaces patrocinados

[www.canalip.com](#) Más de 1.200 clientes han confiado. Pida presupuesto sin compromiso!

[Últimas plazas SEO](#)

[www.institutoseo.com](#) Posícionalte con los números 1, 28 y 29 Noviembre en Madrid

[Posición en buscadores](#)

[PosicionamientoBuscadores.net](#) Agencia especializada. Experiencia. Resultados. Clientes satisfechos

Los resultados incluyen tus notas de Búsqueda wiki de **posicionamiento Google**. [Compartir estas notas](#)

[Curso de posicionamiento web en Google SEO MADRID BARCELONA Cursos ...](#)

Curso seo de posicionamiento web en **Google** para Empresas | Aprende las técnicas de **posicionamiento** para tu sitio web en **Google** y otros buscadores | Curso ...

[www.mediatick.es/curso-posicionamiento.php](#) - [En caché](#) - [Similares](#) - [Compartir](#)

[Posicionamiento web en Google - Tutorial y Recursos](#)

Buen tutorial para aparecer en la primera posición de los resultados del buscador web de **Google**. El **posicionamiento** web es muy importante, y simplemente ...

[Alta en Google - Conseguir enlaces - Términos SEO](#)

[google.dirson.com/posicionamiento.net/](#) - [En caché](#) - [Similares](#) - [Compartir](#)

[Hello Google, su primera posición en Internet](#)

Artículo Destacado. Cómo **posicionar** su página web en **Google** en 2 semanas. Frecuentemente se piensa que para indexar una página web en **Google** basta con ...

[www.hellogoogle.com/](#) - [En caché](#) - [Similares](#) - [Compartir](#)

[Cómo posicionar su página web en Google en 2 semanas | Hello Google](#)

Artículo imprescindible sobre... Frecuentemente se piensa que para indexar una página web en

Enlaces patrocinados

Posicionamiento

Posicionamiento Web para Empresas desde 90€. Garantía de Satisfacción

[www.SEOSEM.es/Primeros/puestos](#)

Posicionamiento en 8 hrs.

Aprenda las técnicas y trucos del **posicionamiento** web y Adwords

[www.tictour.com/?curso_seo_sem](#) Barcelona

Posicionamiento Eficaz

Especialistas en Seo, Sem y muchas Otras acciones Online. Consultenos!

[www.trazada.com](#)

Altas Buscadores.com

Promoción a los buscadores, marketing online, enlaces patrocinados!

[www.altas-buscadores.com](#) Francesc Eiximenis 16, Girona

Optimizador SEO Gratis

¿Qué acciones funcionan mejor? Planes Premium a partir de 19 €

[www.seo.com](#)

Resultados Google AdWords (Posicionamiento SEM)

Mediatick Marketing Online | [www.mediatick.es](#) | Tel: +34 902 050 054 | E-mail: info@mediatick.es



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

> ¿CÓMO FUNCIONA GOOGLE ADWORDS?

AdWords es un programa publicitario de Google, y se trata de una herramienta rápida y fácil de utilizar que permite adquirir anuncios de costo por click (CPC). Con este método, el anunciante sólo paga cuando un cliente hace clic en el anuncio, más allá de la cantidad de veces que éste aparezca en la web de Google.

Google inserta publicidad en forma de Adwords, como enlaces patrocinados junto a los resultados de las búsquedas de Google (a la derecha o bien arriba), y sólo aparecen para determinadas palabras que el anunciante elige.

El anunciante especifica el importe máximo que está dispuesto a pagar por cada clic de una determinada palabra, ya que no todas tienen el mismo precio. Google proporciona, además, una cuenta personal para que el anunciante haga un seguimiento de su campaña publicitaria, y pueda controlar y gestionar los gastos.

> ¿QUÉ PUEDES CONSEGUIR CON UNA CAMPAÑA EN GOOGLE ADWORDS?

Principalmente, cuando una empresa se plantea realizar una campaña en Google AdWords, su objetivo principal es conseguir visitas a su web y que éstas se transformen en un contacto comercial y por lo tanto en clientes o potenciales clientes.

Efectivamente, el objetivo principal de una campaña SEM debe ser conseguir nuevos clientes, pero también se puede utilizar la herramienta como una forma muy útil para valorar la elección de las palabras clave que, posteriormente se van a potenciar con el posicionamiento SEO. Al poder testear muchas palabras clave para cada anuncio, y poder medir cuál es su resultado exacto en cuanto a conversiones (contactos conseguidos por visita), nos permite saber cuáles son las palabras clave que podríamos potenciar en SEO porque realmente tienen resultados.

Igualmente útil puede ser una campaña de AdWords para, junto con Google Analytic (la herramienta gratuita de Google para la analítica web), conocer con más detalle el comportamiento del mercado y los usuarios respecto la web y los productos o servicios que se comercializan.

> LA IMPORTANCIA DE LA PÁGINA DE DESTINO O LANDING PAGE

Cuando se realiza una campaña en Google Adwords, aparte de definir el presupuesto, las palabras claves, los anuncios, se debe decidir donde se dirigirá el click conseguido en el anuncio publicado.



Search Marketing

Cómo plantear una buena estrategia de Search Marketing

Tutoriales SEO

Es muy importante que la página de destino, o landing page, donde irá a parar el usuario después de haber hecho click en el anuncio, tenga relación directa con lo que se ha promocionado en el anuncio. De no ser así, es muy probable que el usuario no encuentre o que estaba buscando, cierre la página y se vaya a otra. Este hecho sería muy negativo, pues al haber hecho click en nuestro anuncio, ya se habría generado un coste que no habría servido para nada por culpa del diseño poco acertado de la landing page.

Para asegurar que la inversión realizada en Google Adwords se optimice al máximo, es imprescindible diseñar una Landing Page específica para cada campaña que hagamos. Si se realiza una campaña en Google AdWords para un producto concreto, su Landing Page debería tener la información de ese producto de forma muy clara y limpia, con las mínimas interrupciones visuales y se debería potenciar el contacto con la empresa mediante llamadas a la acción a llamar por teléfono o completar un sencillo formulario. La efectividad de una campaña puede mejorar o empeorar mucho en función de la Landig Page que se utilice.

