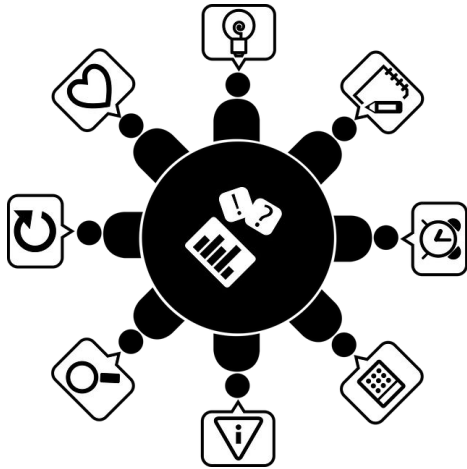


Sesión 2



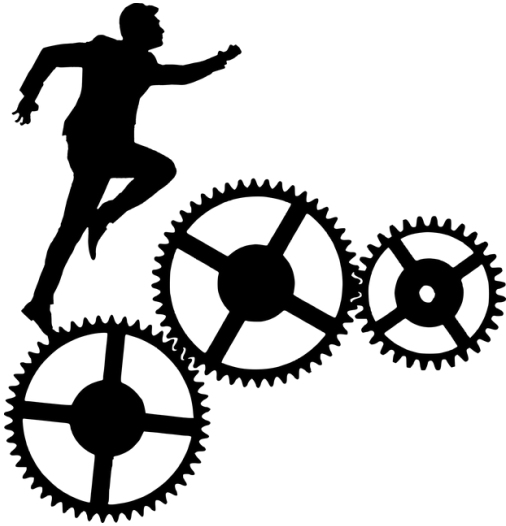
- Páginas web, tipos
- SEO VS SEM
- Apoyate en un blog
- Contenidos, creación de estrategia de contenidos para tu blog
- Tienda online, catálogo de productos

1. Cómo lo hace una empresa de marketing Digital



1. **Análisis del cliente** (marca, productos o servicios, estudio de cuáles son sus potenciales clientes)
2. **Sitio web** adaptado a su negocio y pretensiones
3. Selección y configuración de sus **redes sociales**
4. **Contenido de calidad** para su sitio web o blog
5. **Difusión** en redes sociales

1.1 Análisis del cliente



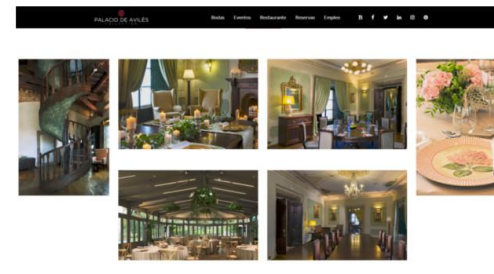
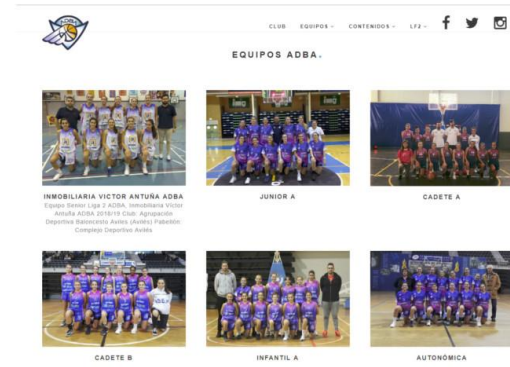
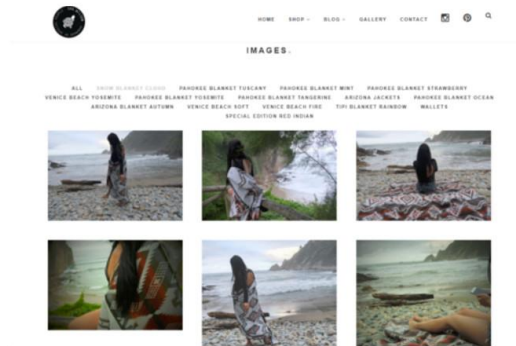
- Tipo de Negocio de nuestro cliente
- Imagen del Negocio
- Producto o Servicio
- Tipo de cliente
- Cómo dirigirnos a los clientes
- Dónde está la comunidad del cliente
- Presencia Digital, analizar

1.2 Análisis de la web

- [Restaurante que no invita a reservar mesa](#)
- [Yale School of Art](#)
- [Tienda Online](#)
- [Divertidísima, pero... alquilarías un coche?](#)



1.3 Nuestros sitios web



2. SEO VS SEM... ¿Cuál me conviene?



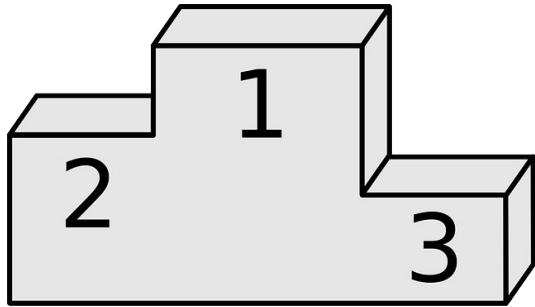
1. ¿Qué es SEO?
2. ¿Qué es SEM?
3. ¿Cómo funcionan los buscadores?
4. ¿Cuál me interesa más?

2.1 SEO (Search Engine Optimization)



1. SEO Optimización en Motores de Búsqueda. Estrategia para aparecer en las mejores posiciones
2. El SEO es algo variable en función del Algoritmo de los buscadores (Todo por el usuario)
3. SEO Del Sitio y Fuera del Sitio web
4. El SEO hace tu página más útil a usuarios y buscadores
5. Los motores de búsqueda rastrean e indexan.

2.1.2 Estrategia aparecer en las mejores posiciones El SEO es variable...



Gana en importancia el usuario, (Todo por el usuario).

2 factores básicos del sitio web:(Autoridad, Relevancia)

- Autoridad es la popularidad del sitio. Cuanto más se comparta nuestro contenido es por que a los usuarios les parece útil.
- Relevancia es la relación que tiene una página frente a una búsqueda (No se trata de repetir muchas veces un término), son muchos otros factores.

2.1.3 SEO Del Sitio web y Fuera de él

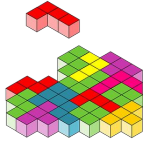
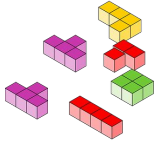
El SEO on-site se preocupa de la relevancia

- Web optimizada para motor de búsqueda
- Palabras clave
- Tiempo de carga de la web
- Experiencia del usuario Ajustable, estructura

El SEO off-site es la parte del trabajo SEO centrada en factores externos

- Número y la calidad de los enlaces
- Presencia en redes sociales
- Menciones en medios locales
- Autoridad de la marca y rendimiento en los resultados de búsqueda

Black Hat SEO o White Hat SEO



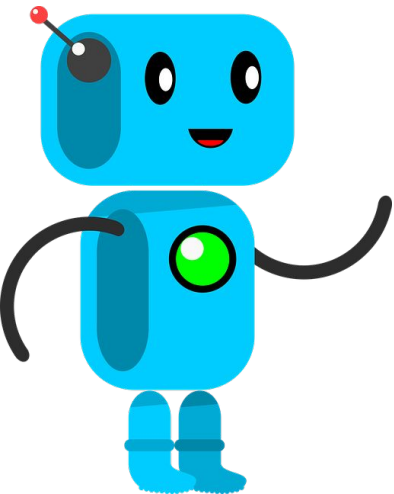
2.1.4 El SEO hace tu página más útil a usuarios y buscadores



- El SEO es necesario para ayudar a los motores de búsqueda a entender sobre qué trata cada página y si es o no útil para los usuarios.
- El SEO es la mejor manera de que tus usuarios te encuentren a través de búsquedas en las que tu página web es relevante.
- A través del SEO, los usuarios pueden encontrar lo que TU les ofreces

2.1.5 Los motores de búsqueda rastrean e indexan

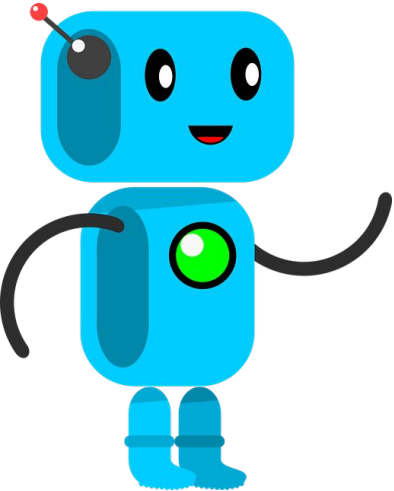
Rastreo



- Un motor de búsqueda recorre la web rastreando con bots de un enlace a otro dentro de la web
- Una vez acceden a estas web, los bots buscan enlaces a otras páginas para visitarlas.
- Los bots se sienten especialmente atraídos por los sitios nuevos y a los cambios en las web existentes
- Los propios bots son los que deciden qué páginas visitar, con qué frecuencia y cuánto tiempo van a rastrear esa web, por eso es importante tener un tiempo de carga óptimo y un contenido actualizado
- Se pueden configurar páginas para no ser rastreadas (Robot.txt)

2.1.5 Los motores de búsqueda rastrean e indexan

Indexación

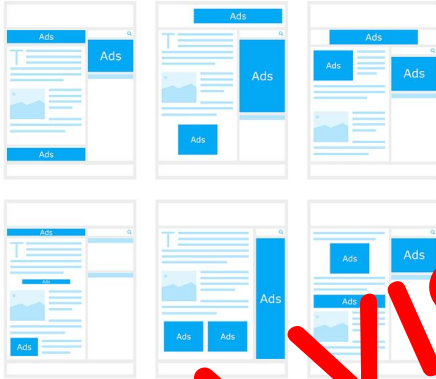


- La información obtenida tras el rastreo se incluye en un índice y se ordenan por **contenido, autoridad y relevancia**
- Antiguamente bastaba con repetir palabras, en la actualidad existen muchos factores:
 - La fecha de publicación
 - Contenido de imágenes, vídeo
 - Formatos
- **Algoritmos.** son los procesos informáticos que deciden el orden de las páginas tras una búsqueda. La hacer una búsqueda los algoritmos revisan en los índices. Así sabrán cuáles son las páginas más relevantes teniendo en cuenta los cientos de factores de posicionamiento

2.2 SEM (Search Engine Marketing)

Campañas de anuncios de pago en buscadores

El SEM es el uso de herramientas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad mediante campañas de pago



- Permite dar a conocer rápidamente un producto a gran escala
- Permite competir cara a cara con grandes competidores
- El retorno de la inversión es rápido (si las campañas están optimizadas)
- Permite llevar tráfico muy segmentado a nuestra web

Desventajas

- Para la gran mayoría de sectores, la puja por palabras clave es cara
- Es un tipo de acción interruptiva, que el usuario no ha demandado previamente
- Requiere de un esfuerzo de optimización grande

YA VISTO

2.2.1 Google ADS para la creación de Campañas en Google

YA VISTO



2.2.3 Sin SEO no hay SEM

Google portatil





Web Imágenes Shopping Noticias Vídeos Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 10.100.000 resultados (0,19 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.
Más información Entendido

SEM

Resultados de Google Shopping para portatil Enlaces Patrocinados

			
Pc Portatil 556,60 € Dominio	Lenovo B50-30 Intel ... 259,00 € Pc Componen...	Portátiles de segunda ... 204,49 € Pc Portatil	G133 13.4 "pantalla de ... 227,02 € DX.com

SEM

Ordenadores Portátiles - ElCorteIngles.es
www.elcorteingles.es/portatiles
Amplio catálogo de primeras marcas con la garantía El Corte Inglés
El Corte Inglés tiene 255.603 seguidores en Google+.

MacBook Pro - con pantalla Retina - apple.com
www.apple.com/es
Más potencia detrás de cada píxel.
Vuelta a Clase - OS X Yosemite - MacBook Pro - MacBook Air

Portátiles desde 269€ - redcoon.es
www.redcoon.es/Portatiles
¡La mejor selección de portátiles a precios increíbles!

Amazon.es: Portátiles y Netbooks, Portátiles, Netbooks ...
www.amazon.es/b?node=930198031
Compra al mejor precio. Ordenador portátil, Ultrabook o Netbook que necesitas para navegar, jugar o trabajar. Descubre nuestra tienda de ...

Portátiles Finales - Informática
www.fnac.es/ordenador-PC/Portatiles/1279
En nuestra sección de portátiles podrás encontrar gran variedad de marcas y modelos, al mejor precio y con posibilidad de expedición en 24 horas.
Portátil Asus - Portátiles hasta 499 - Todos los PC Portátiles - Intel® Core™ i7

Portátiles en Worten
www.worten.es/Portatiles
Ahora compra en Worten
¡El mayor surtido al mejor precio!

Portátiles
www.intel.es/2-en-1
Un portátil y tablet potentes en uno. Lo que cuenta es lo de dentro.

Portátiles Muy Baratos
www.pccomponentes.com/Portatil-Baratos
Venta a la tienda líder en España
Transmitiendo confianza desde 2003

SEO

Conclusión. el SEO de tu sitio web debe estar muy bien trabajado si deseas que los usuarios te encuentren fácilmente

Hacer campañas SEM en Google es opcional y tiene sus ventajas e inconvenientes



3 Apóyate en un blog, gestión de contenidos y estrategia.

Se **constante** y no lo abandones

Utiliza un blog **profesional**, te estás jugando tu imagen

Crea una **estrategia** y se fiel a ella

Trabaja el SEO en tus contenidos (No todo es escribir...)

No trates de ser perfecto!! **Hecho es mejor que perfecto** y tu tiempo es limitado

Escucha a tu audiencia, con el tiempo tus post serán mucho más fluidos.

Fíjate **metas** asumibles.



3.1 Qué es un blog?



3.2 Qué es un blog?

Un blog es una página web o sitio web donde publicar contenidos en una página especial (la página del blog)





3.3 Tipos de Contenido para un blog

1. Publicaciones de blog de **preguntas y respuestas** ej. (Como hacer... resuelves dudas)
2. Publicaciones de blog **largas**, contenido legible elementos visuales imágenes vídeos (El contenido largo está mejor calificado Google)
3. **Entrevistas** con expertos (Generar nueva audiencia)
4. Contenido **basado en datos** (Muestra credibilidad)
5. **Infografía** ¿No tienes ideas para escribir sobre tu producto? Crea una infografía sobre las estadísticas de tu sector...
6. **Vuelve a publicar** tus publicaciones populares, pero antes dales una vuelta.



3.4 Pasos para crear contenido de calidad

1. Define **tu meta** (Qué pretendes, pretensión de alcance, venta directa, marca ...)
2. **Investiga** y entiende a tu audiencia (Para quién, resolver dudas, informar)
3. **Actualiza tu contenido** ejemplo (Comentar evento, Generar un debate,)
4. **Investigación de palabras clave** #Etiquetas (Prioridad términos)
5. Decide **qué formato de contenido** y que impacto (Emoción, Cambio, Alerta, Compartir)
6. **Usa las redes sociales** para promocionar tu contenido
7. **Comparte contenido para ser compartido.** Participa en otras páginas
8. Si es necesario **usa anuncios**



3.5 Ya sabemos que el contenido NO ES EL REY...



3.6 El cliente es el rey!!





3.7. Planifica los contenidos de tu blog



- 1- Crea una **estrategia**
- 2- Selecciona los **contenidos** que sean de **calidad** e interés
- 3- Prepara tu **calendario editorial** (Hoja de cálculo, procesador de textos)
- 4- **Cita tus fuentes**, crea enlaces
- 5- Intenta aplicar el tus conocimientos **SEO en el blog**
- 5- Mide tu alcance

4. Página web, blog, o tienda online?



- 1- Sitio web básico (Landing Page) Estático
- 2 - Página web o sitio web Mostrar Servicio Dinámico (Noticias)
- 3 - Página web o sitio web Mostrar catálogo Dinámico (Blog)
- 4 - Tienda online, Qué supone crear una tienda online
- 5 - Solo Redes Sociales

4.1 Página Estática (Landin Page)



Página de Aterrizaje, sitio web donde llegarán los usuarios que nos busquen.

Página del negocio que pondremos en nuestros perfiles sociales para dar una mejor imagen.

Se trata de un sitio web cuidado aunque poco actualizado

Al carecer de contenido es difícil su posicionado por SEO

Puede ser recomendado para un producto o servicio concreto y hacer una campaña SEM.

Suele usarse como curriculum o mostrar trabajos realizados.

4.2 Página web Servicios (Blog/noticias)

Sitio web profesional Dinámico

Presentación de la empresa, Servicios o productos, noticias y contacto

Enlace a Redes Sociales

Posibilidad de crear un trabajo de posicionamiento SEO

Centro de operaciones donde queremos atraer todo el tráfico digital de nuestro negocio.

Inserción herramienta Google para medir resultados y optimizar el SEO

Panel de Administrador para actualizar contenidos



4.3 Página web Mostrar Catálogo (Blog)

Sitio web profesional Dinámico

Presentación de la empresa, Servicios o productos, Blog y contacto

Contacto con cliente interesado en un artículo

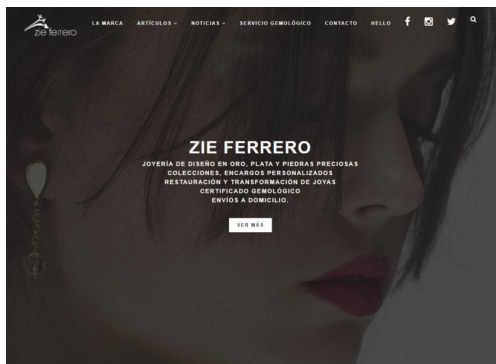
Enlace a Redes Sociales

Posibilidad de crear un trabajo de posicionamiento SEO

Centro de operaciones donde queremos atraer todo el tráfico digital de nuestro negocio.

Inserción herramienta Google para medir resultados y optimizar el SEO

Panel de Administrador para actualizar contenidos



4.4 Tienda online + Blog

Sitio web profesional Dinámico para ventas

Presentación de la empresa, Servicios o productos, noticias, catálogos, productos, pedidos, gestión de pedidos, stock, pasarelas de pago y contacto.

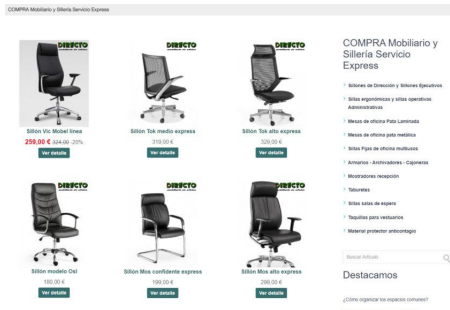
Enlace a Redes Sociales

Posibilidad de crear un trabajo de posicionamiento SEO

Centro de operaciones donde queremos atraer todo el tráfico digital de nuestro negocio.

Inserción herramienta Google para medir resultados y optimizar el SEO

Panel de Administrador para actualizar contenidos





4.5 Sólo Redes Sociales

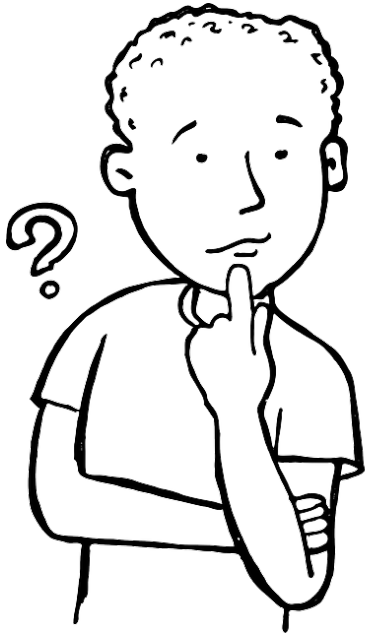
¿Puedo usar las redes sociales como elemento único de mi estrategia digital? **SI**

Pero... La página web es tuya, propia, sin restricción, tuya. En las redes estamos como invitados, los perfiles sociales no son nuestros nos los pueden quitar o **reducir su visibilidad** en cualquier momento

Los post de redes sociales son fugaces, se pierden en el tiempo. Publicar los contenidos en una web propia los vuelve imperecederos, gracias a google pueden generar nuevos visitantes durante mucho tiempo

Las redes sociales son imprescindibles en una estrategia digital, pero deberían ser un apoyo.

4.6 Conclusión que tipo de web conviene a mi negocio



¿Solo necesitas una presencia testimonial? **página estática**

¿Estás entrando en el mundo digital y no sabes realmente el alcance que vas a tener? **Página web usa tu blog**

¿Tienes producto pero no conoces el alcance de venta que puedes tener en los medios sociales? **Web con catálogo, muestra productos + blog**

¿Conoces el entorno digital y sabes que tendrás a medio plazo un buen volumen de ventas? **Tienda Online**