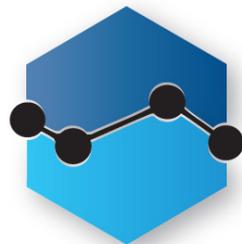


# ¿Cómo crear una estrategia SEO para tu web?

Santiago Pardilla Fernández



**COMMUNITY ANÁLISIS**



# Santiago Pardilla Fernández

CEO de la Agencia de Marketing  
Online: communityanalysis

Consultor en Marketing Online, SEO y  
SEM

Si queréis conocerme más:  
[santiagopardilla.com](http://santiagopardilla.com)

# Nuestros trabajos



*Mysarena*



*Fran Rivera*<sup>®</sup>  
ALTA COSTURA



# Ejemplos empresas

Escenarios	Tipologías	Ejemplos
1	Empresa con servicios Local	Asesoría
2	Tienda online	Mimaos y PC Componentes
3	Tienda online de calzado	Paredes, Lois y Zalando

# Estrategia SEO

SEO On page

1. Estudio de Público objetivo
2. Estudio de competencia
3. Estudio de Palabras clave
4. Arquitectura de la Web

SEO Off page

5. Optimización
6. Linkbuilding

# **Estudio de las palabras claves**

**¿debemos determinar como busca nuestro potencial cliente el servicio o producto?**

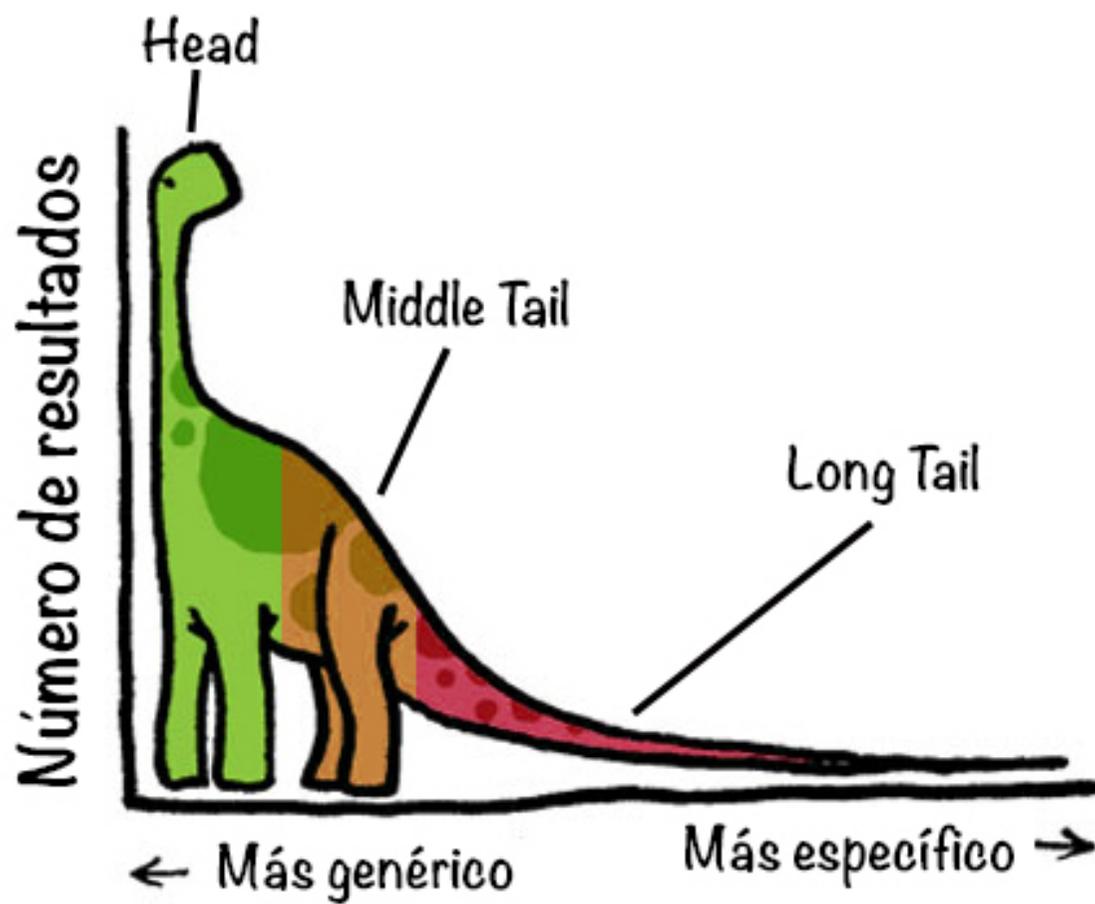
# Clasificación: intención del usuario

Clasificación	Descripción	Ejemplo	Asesoría
Informativas	Son las que buscan información	Cómo se hace...	“Cómo se se crea una empresa”
Transaccionales	Son las que llevan implícita alguna intención de convertir o acción	Comprar... o descargar... (aunque no hace falta)	Asesor fiscal elche, asesor contable elche,
Navegacionales	Son aquellas que se enfocan en una web determinada	Facebook, Amazon...	Asesoría + nombre competidor

# Clasificación: longitud

Clasificación	Descripción	Ejemplo Necesito un trastero
head	Son búsquedas muy amplias con mucho volumen de búsquedas y mucha competencia	“asesoría”, “asesor”
Middle Tail	Búsquedas en las que se especifica más pero siguen siendo muy generales.	“asesor de autónomos” “gestoría para empresas”
Long Tail	Aquí es donde están las oportunidades ya que componen el 70% del total, son búsquedas muy concretas y que en su mayoría son transaccionales.	“asesor contable elche”, “asesor autónomo elche”

# Clasificación: resumen



# KeyWord Difficulty

<i>Palabra clave --&gt; asesoria elche</i>	<i>Dificultad</i>	<i>Búsquedas</i>
asesoria elche	2	70
asesoria domenech elche	0	60
asesorias en elche	0	50
asesorias elche	0	40
asesoria altamira elche	0	20
asesoria torres elche		10
asesoria tarves elche		10
asesoria bas elche		10
asesoria laboral elche	1	10
asesoria fiscal elche	1	10
asesoria falco elche		10
asesor fiscal elche	0	0-10



# Estudio de las palabras claves

- Identificar palabras clave a posicionar
- Palabras que busca el usuario relacionadas con nuestro servicio y producto.
- Número de búsquedas



# Clasificación

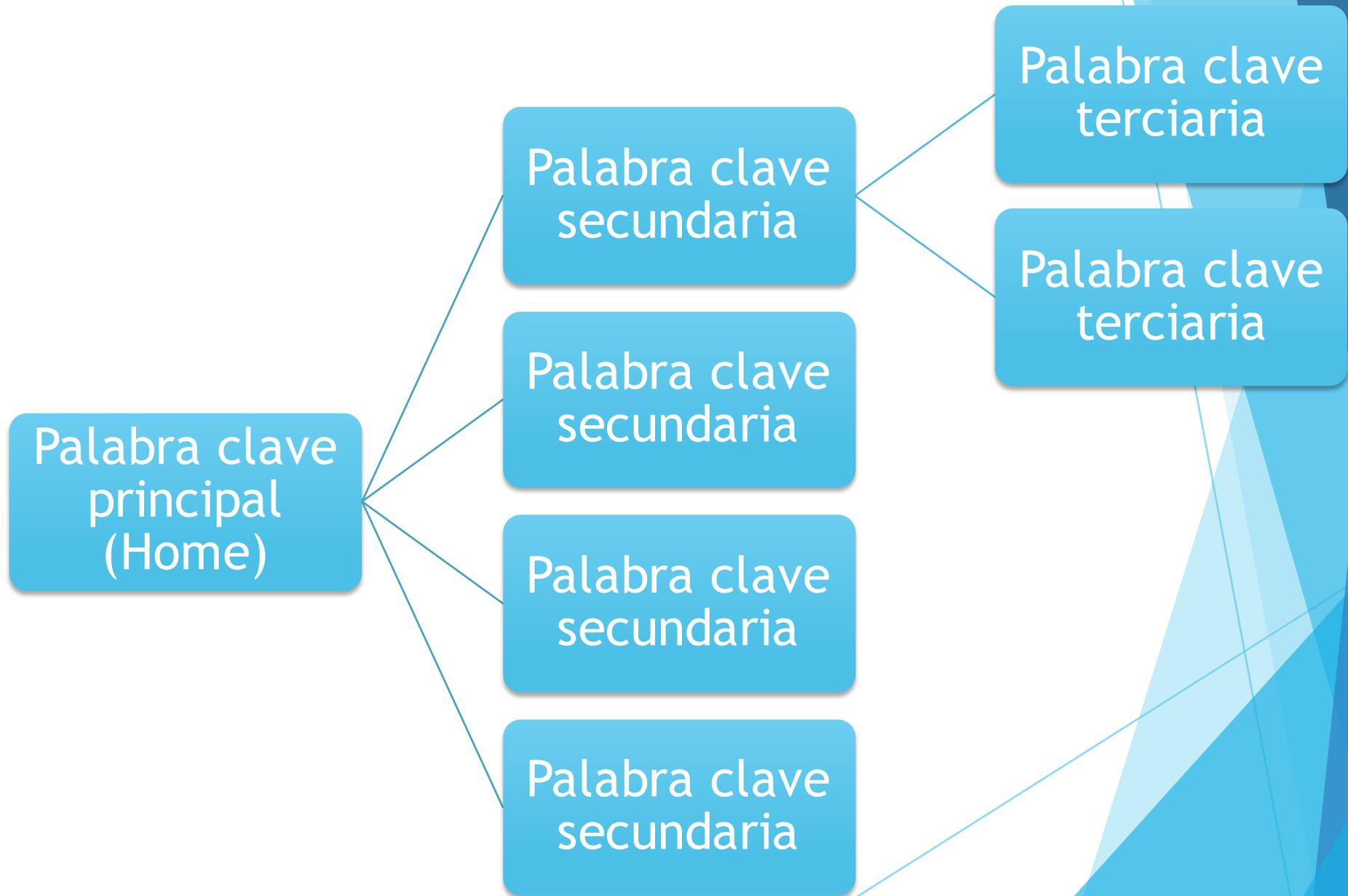
Orientadas a Transaccionales		Orientadas a Información		Orientadas a competencia	
<i>Palabra clave</i>	<i>Búsquedas</i>	<i>Palabra clave</i>	<i>Búsquedas</i>	<i>Palabra clave</i>	<i>Búsquedas</i>
asesoria elche	70	Como hacer una empresa	170	asesoria domenech elche	60
asesorias en elche	50	Cuota de autonomo	1600	asesoria altamira elche	20
asesorias elche	40	Aplazamiento de Impuestos	40	asesoria torres elche	10
asesoria laboral elche	10			asesoria tarves elche	10
asesoria fiscal elche	10			asesoria bas elche	10
asesoria falco elche	10			asesoria falco elche	10
asesorias y gestorias en elche	0-10			asesoria rico elche	0-10
asesorías elche	0-10			asesoria fenoll elche	0-10
asesoria en elche	0-10				
asesorias de elche	0-10				
asesorias laborales en elche	0-10				
asesoría elche	0-10				
		<b>Otros temas de interes</b>			
		Herencia			
		Vacaciones			

# Estudio de Competencia

“Copia y mejoralo”



# Arquitectura Web



# Arquitectura Web



# Optimización SEO



# Optimización SEO

- Webmasters Tools
- Indexación (Sitemap)
- Enlaces rotos
- Title y Metadescription
- Esquema Html (h1, h2, h3...)
- Contenido
- Arquitectura Interna
- Responsive
- Velocidad + Usabilidad
- Imágenes optimizadas

# Optimización: Webmaster Tool

- Añadir el dominio a Webmaster Tools.
- Añadir tanto el dominio `www.` como sin `www.`, para que Google no lo considere contenido duplicado.
- Indicar a google que es el mismo dominio
- Enviar un sitemap, para aumentar la rapidez de indexación.
- Enlaces rotos (`.htaccess` y `robots.txt`)

# Optimización: Title

- Debe aparecer la keyword a posicionar
- Estructura adecuada:

Palabra clave principal + Nombre Sitio

- Longitud máxima: 65 caracteres o 487 pixeles.
- No debe existir un title igual en la Web
- Debe provocar una llamada a la acción o invitar al clic.

# Optimización: Metadescription

- Debe provocar una llamada a la acción o invitar al clic.
- Resumen de la página
- Incluye keywords de forma natural
- Longitud máxima: Caracteres 153 o 933 pixeles
- No debe existir un metadescription igual en la Web

# Optimización: Enlaces amigables

- Url Amigables: contenga keyword principal
- Evita fechas o números, a menos que sea indispensable.
- No incluya símbolos como acentos o letras como “ñ”, “ç”, etc.
- Evita incluir la extensión del archivo (index.html o index.php).
- No saturar keywords en la url (asesoria-elche.es/tu-asesoria-en-elche)
- No incluyas palabras vacías “de”, “en”...
- Separa tus palabras con guiones “-”.

# Optimización: Esquema Html

- **H1**
  - Debe contener KeyWord principal
  - Aconsejable que sea parecido o igual al título de la página.
  - Un único encabezado h1 por página
  - Cuanto más arriba posible de la página.
- **H2**
  - Aconsejable que contenga keyword secundaria.
  - Utilizar para dividir en secciones o subtítulos
  - Aquí varía, pueden 2 o 5 según longitud del texto
- **H3**
  - Etiquetas que sirvan para categorizar las diferentes secciones.
  - Al igual que el h2, varía según el contenido.
- **H4**
  - Si es necesario, para subcategorías de las secciones de h3.

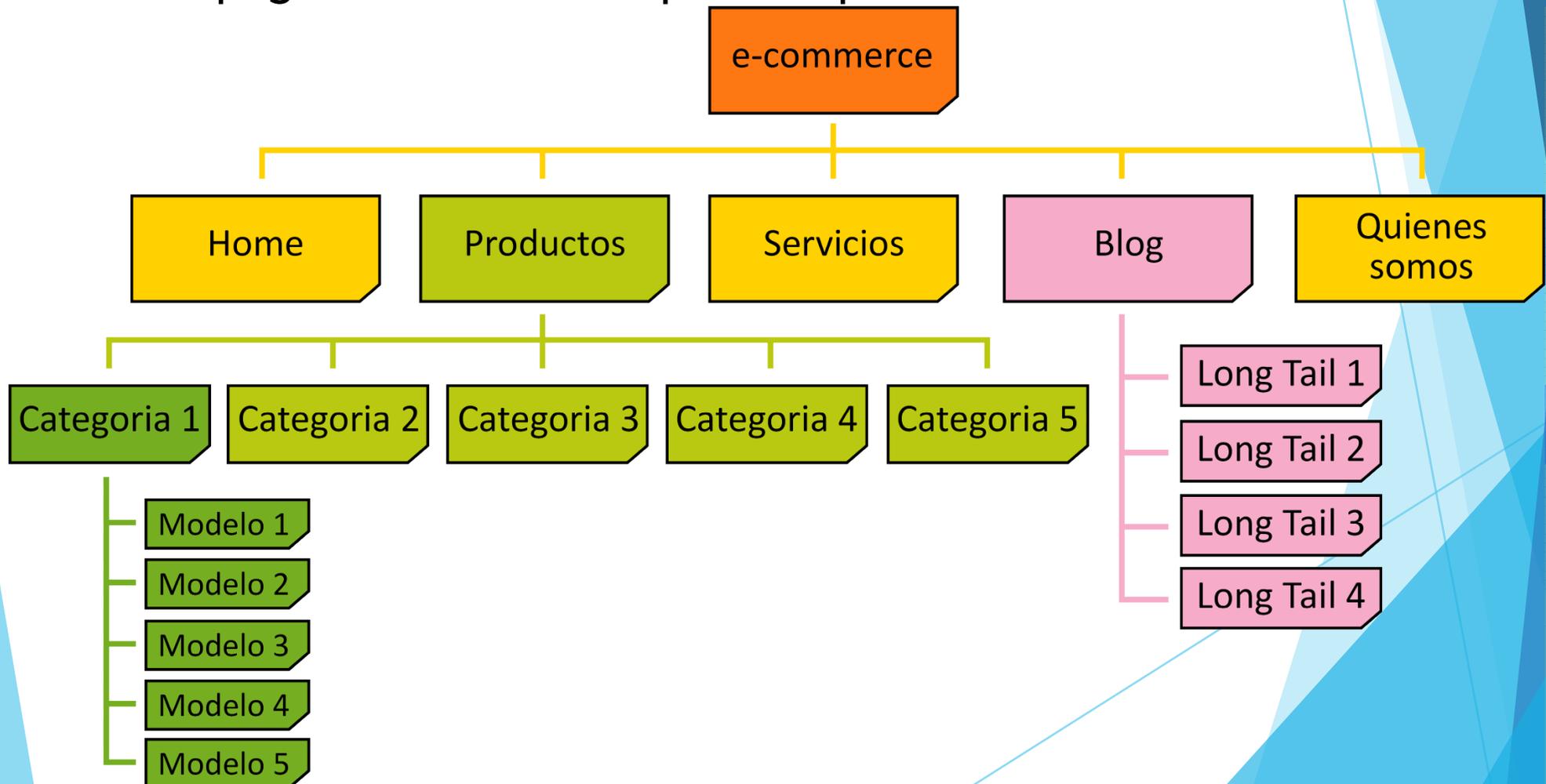
# Optimización: Contenido

- Más vale, tener poco contenido de calidad, que mucho mediocre.
- Es importante la densidad de la palabras claves a posicionar, pero no hay que abusar. Entre un 2,5-3,5% es correcto. Aunque no hay un % perfecto.
- Utilizar sinónimos y términos relacionados, evitas la repetición y te posicionas en otras palabras.
- Marca palabras en negritas y subrayadas, si son importantes.
- Escribir para el usuario y optimizar para Google.
- Mantener el esquema html de encabezados.



# Optimización: Arquitectura Interna

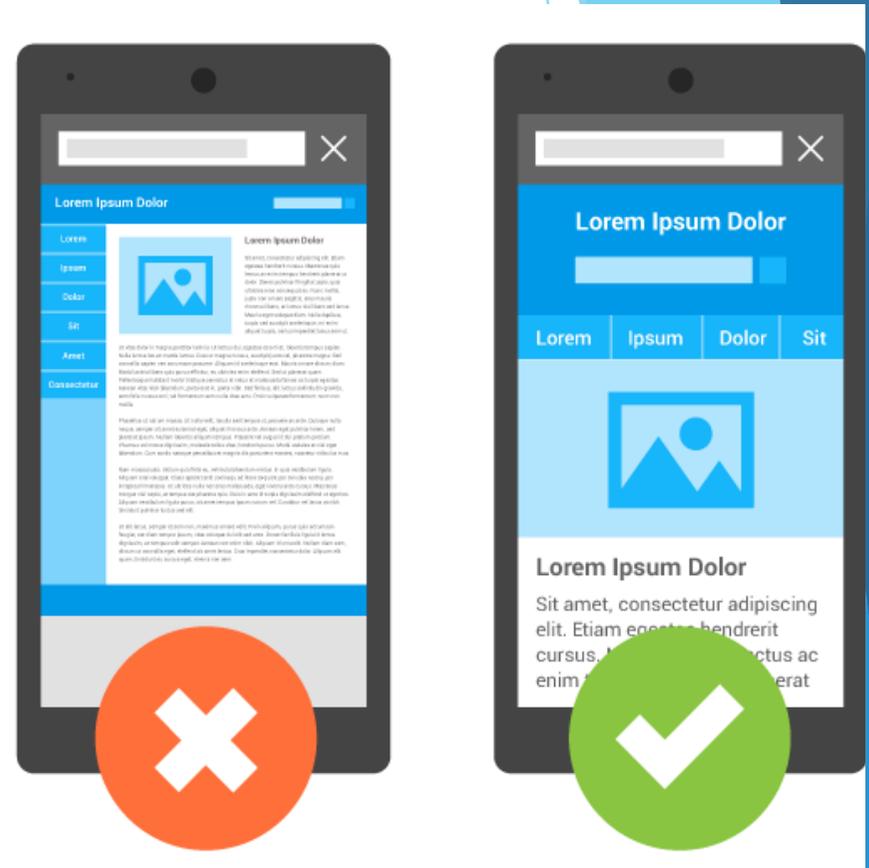
- Los enlaces internos, pueden llegar a posicionar como los externos.
- Ejemplo, haces un artículo de “Cómo crear una empresa” y enlazas con la página de “asesoría para empresas”



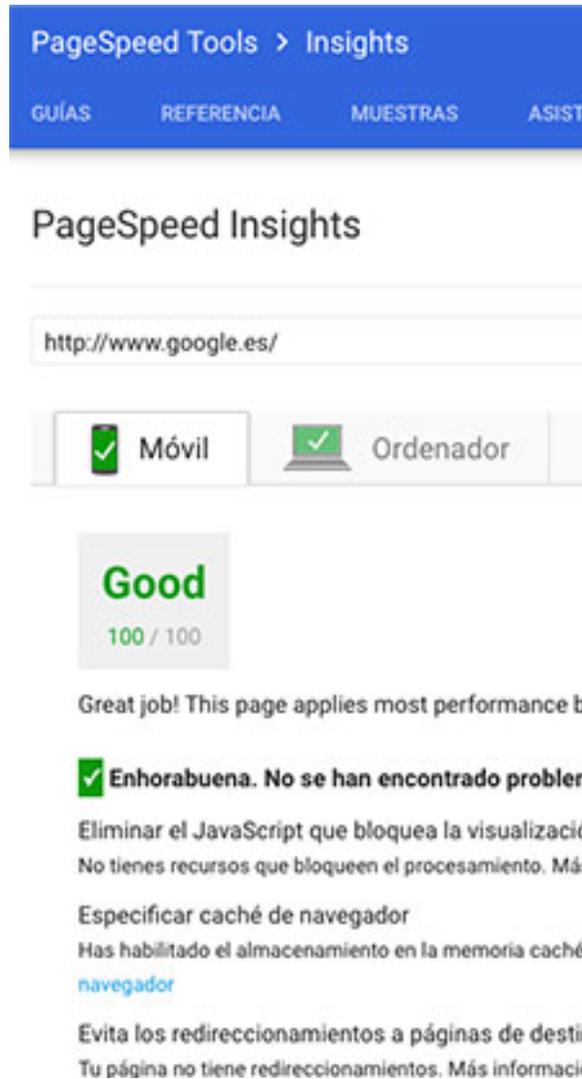
# Optimización: Versión Móvil

- Antes era necesario, ahora es obligatorio.
- Enlace: (para que google valore su tú página esta optimizada para buscadores)

<https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=es>



# Optimización: Velocidad + Usabilidad



PageSpeed Tools > Insights

GUÍAS REFERENCIA MUESTRAS ASIST

PageSpeed Insights

http://www.google.es/

Móvil Ordenador

**Good**  
100 / 100

Great job! This page applies most performance b

✓ **Enhorabuena. No se han encontrado problem**

Eliminar el JavaScript que bloquea la visualizació  
No tienes recursos que bloqueen el procesamiento. Más

Especificar caché de navegador  
Has habilitado el almacenamiento en la memoria caché [navegador](#)

Evita los redireccionamientos a páginas de destir  
Tu página no tiene redireccionamientos. Más informació

- Analizar velocidad y usabilidad, mediante la herramienta de Google: PageSpeed Insights.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es>

# Marketing de Contenidos

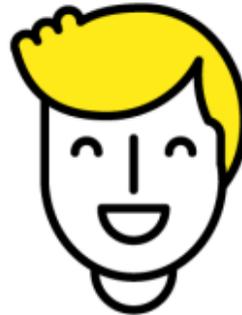


# Estrategia de Contenidos



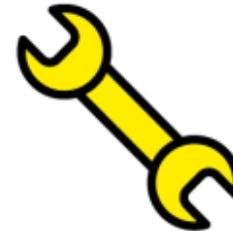
## ÚNICO

Hagamos de nuestros contenidos algo con lo que nuestros usuarios se sorprendan.



## USUARIO

Tus contenidos deben estar enfocados en aportar valor a tus usuarios.



## ÚTIL

Pon ejemplos y consejos con los que poder jugar después de leer el contenido.

# Estrategia de Contenidos

Tu marca	Tu mercado	Tú Público
Problemas	Qué hace tu competencia	Público actual
Objetivos		Comportamientos
Que quieres hacer	Tendencias	¿Cómo los van a fidelizar?
Situación económica		Estrategia

# Estrategia de Contenidos

Tu marca	Tu mercado	Tú Público
Problema: Falta de clientes, poco tráfico...	Análisis competencia: Qué escribe tu competencia, cada cuanto tiempo, cantidad de palabras, etc.	Personas que tienen un pequeño negocio o van a crear uno.
Objetivos <ul style="list-style-type: none"><li>•Aumentar comunidad</li><li>•Aumentar el tráfico</li><li>•Aumentar el número de leads</li><li>•Mejorar el SEO</li></ul>		¿Qué buscan en ellos en Internet y como lo buscan? (Estudio de keywords) Qué contenidos les gustan o que prefieren.
(Situación económica)	Tendencias actuales, preguntas que se hace tu posible cliente o quien puede ser	Quieren resolver dudas, o vas a pedir que se suscriben a tu newsletter, seguirte en redes sociales o que lo compartan, quieres que pongan un comentario

# Linkbuilding

“Construcción de enlaces”



# Linkbuilding

- Marcar una estrategia (keywords o páginas a posicionar)
  - Más vale calidad, que cantidad.
  - Buscar enlaces de la misma temática o relacionados.
  - No generar enlaces recíprocos.
  - Generar muchos enlaces en poco tiempo, es penalizado por Google.
  - Anchor text, debe variar (El anchor text es el text visible sobre el que se genera el enlace).
  - Analizar calidad de los enlaces con el PA y el DA.  
(Extensión de Moz Bar)
  - Equilibrio entre enlaces “dofollow” y “no follow”.
- “No follow”: enlaces que no transmiten la autoridad.



# Técnicas de Linkbuilding

1. Preguntas + Enlaces desde Foros
2. Directorios locales de calidad
3. Guest Posting (Artículos de invitados)
4. Crear blogs de medios importantes (periódicos, revistas, etc.)
5. Rastrear enlaces rotos de páginas importantes.
6. Dominios expirados.
7. Entrevistas a profesionales.
8. Participar en premios webs.
9. Publica contenido que merezca la pena enlazar.



# Estrategia de Linkbuilding

1. Buscar foros donde la gente pregunte sobre temas de fiscalidad y contabilidad y resolvérselos.
2. Incluir ficha de la empresa en directorios locales como páginas amarillas.
3. Publicar artículo en medio o crear un blog, resolviendo dudas.
4. Publicar en la web una entrevista con un profesional.
5. Publicar contenido de calidad.



# Estrategia E-commerce SEO



# Estrategia Tiendas Online SEO

La mayoría de clientes buscan el producto en buscadores.

Por tanto, el canal SEO y SEM, son sus fuentes de mayor ventas.

# Estrategia Tiendas Online SEO

## Nivel de importancia (KeyWords)

- 1. Producto
- 2. Categoría
- 3. Generales

## Optimización SEO

- Ficha de producto es vital.

## Marketing de Contenidos

- Resolución de dudas e información práctica.

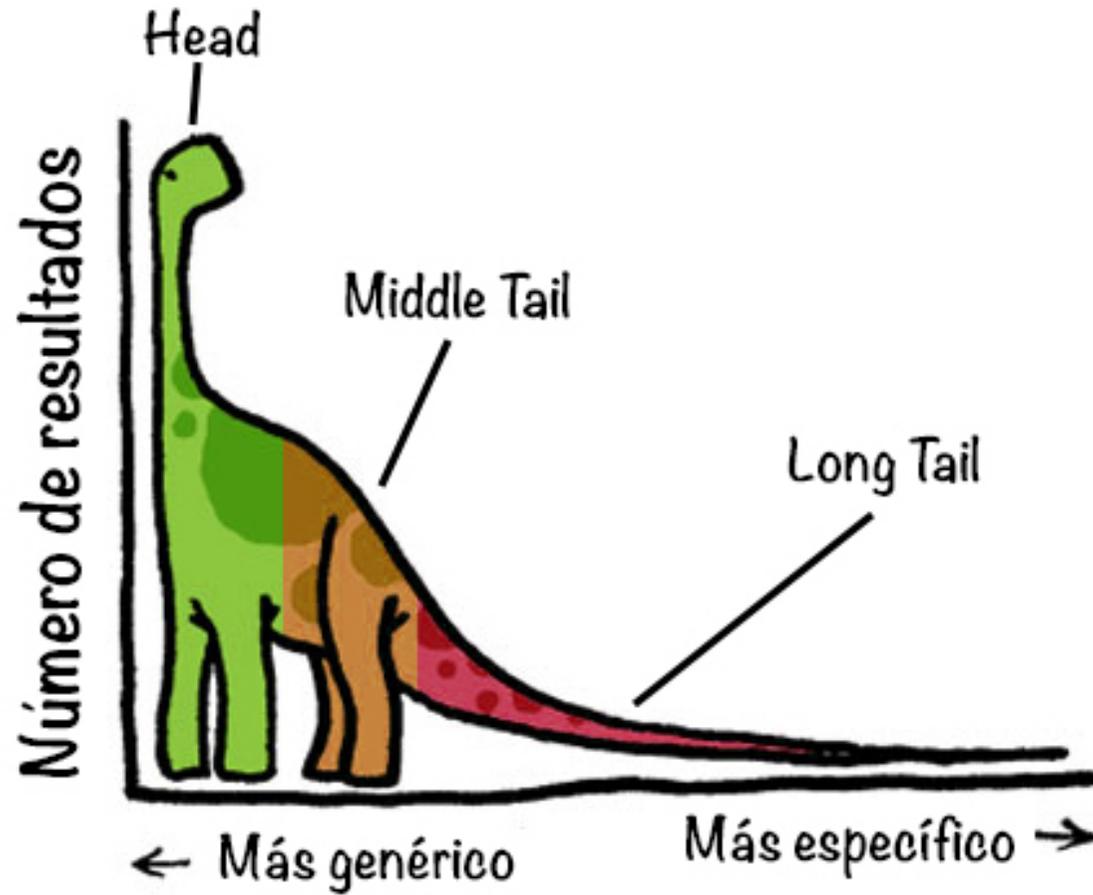
The logo for 'mimaos' is a purple square with the word 'mimaos' written in white lowercase letters.The logo for 'PC COMPONENTES' features the letters 'PC' in a large, bold, black font with a small orange square under the 'P'. Below 'PC' is the word 'COMPONENTES' in a smaller, grey, sans-serif font.

# Estudio de KeyWords

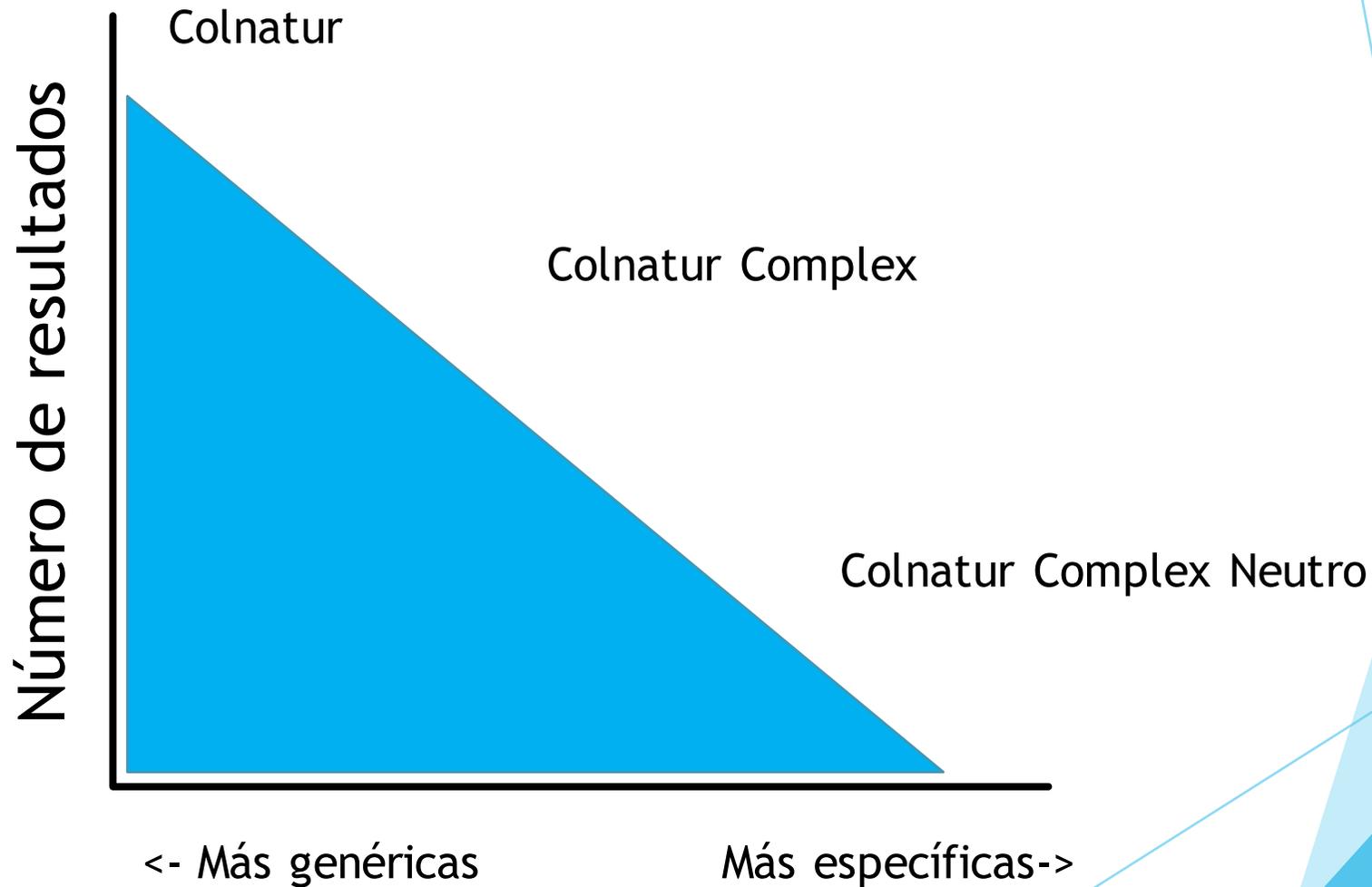
KeyWords	Nº Búsquedas	Intención de compra
Colnatur	6.600	Baja
Colnatur Complex	3.600	Media
Colnatur Complex Neutro	90	Alta

mimaos

# Clasificación: resumen



# Estudio de KeyWords



# Estudio de KeyWords

KeyWords	Nº Búsquedas	Intención de compra
Móviles Chinos	27.100	Baja
Meizu	23.100	Media
Meizu mx6	5.400	Alta
Comprar meizu mx6	140	Muy Alta



<https://www.pccomponentes.com/meizu-pro-6-4gb-32gb-plata-libre>

# Optimización de Ficha de Producto

1. Title y metadescription correctas
2. Contenido valioso para el usuario y optimizado para Google
3. Importancia de los encabezados (h1, h2...)
  4. Arquitectura interna.
  5. Y más...

# Otro factor SEO: la respuesta del usuario

1. CTR: Google mide el % que hacen clics en los resultados orgánicos como en los SEM.
2. Tiempo en la página: cuanto más tiempo permanezca el usuario mucho mejor. Significa que encuentra algo útil.
3. Porcentaje de abandono: porcentaje que abandona la web a los pocos segundos.
4. Navegación: si después de entrar en la web, visita otras páginas de esa misma web.
5. Veces que se comparte o nombra el contenido por Internet (Redes sociales).

# Optimización de una Categoría

El posicionamiento de keywords relacionadas con categorías es clave, al atraer clientes que buscan una solución o tipo de productos.

<https://www.zalando.es/vestidos-fiesta/>  
<https://mimaos.com/es/catalogo/familia:dietetica-y-nutricion/categoria:bienestar-y-salud/subcategoria:salud-articular/>

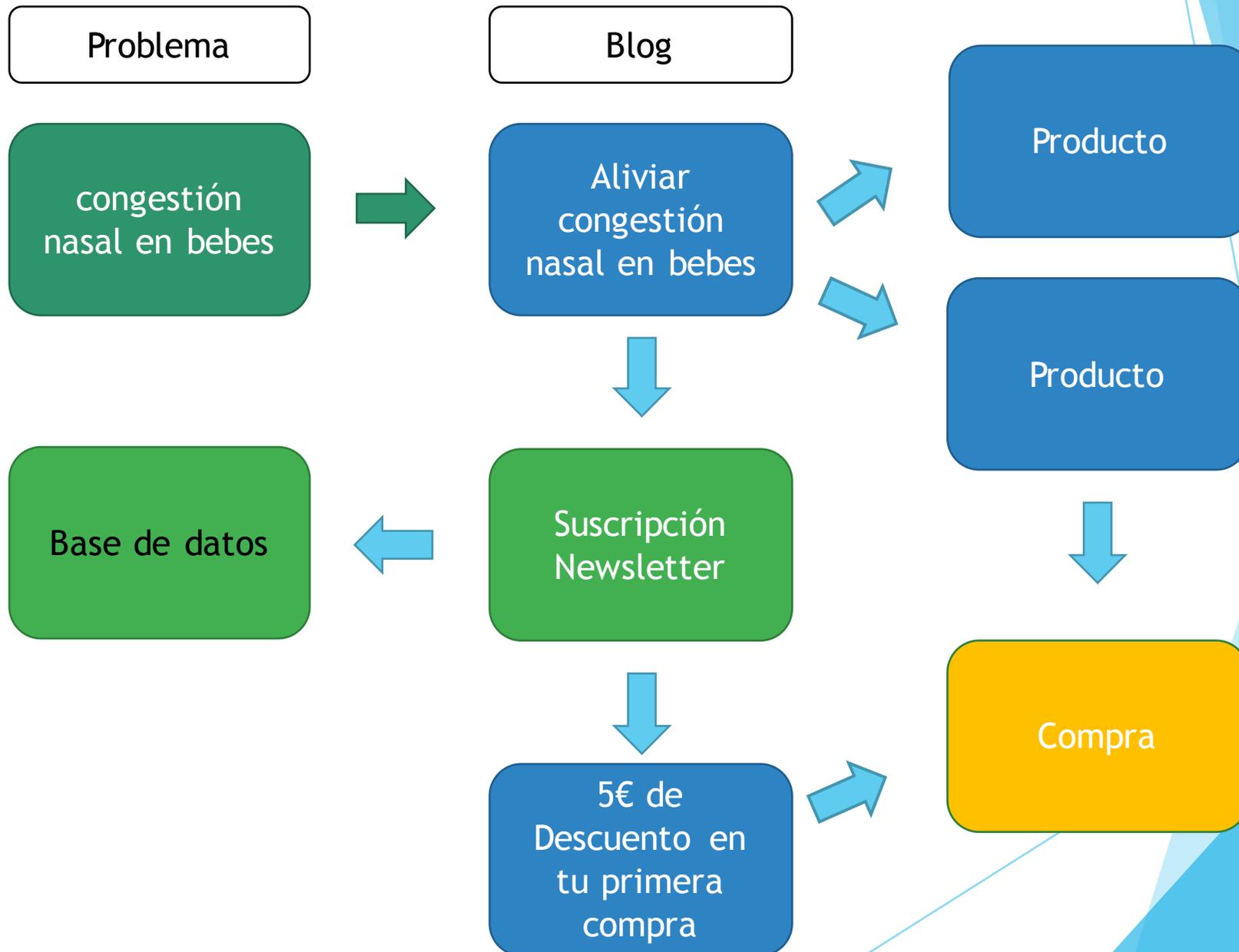
También por supuesto las generales.

<https://www.dosfarma.com/>

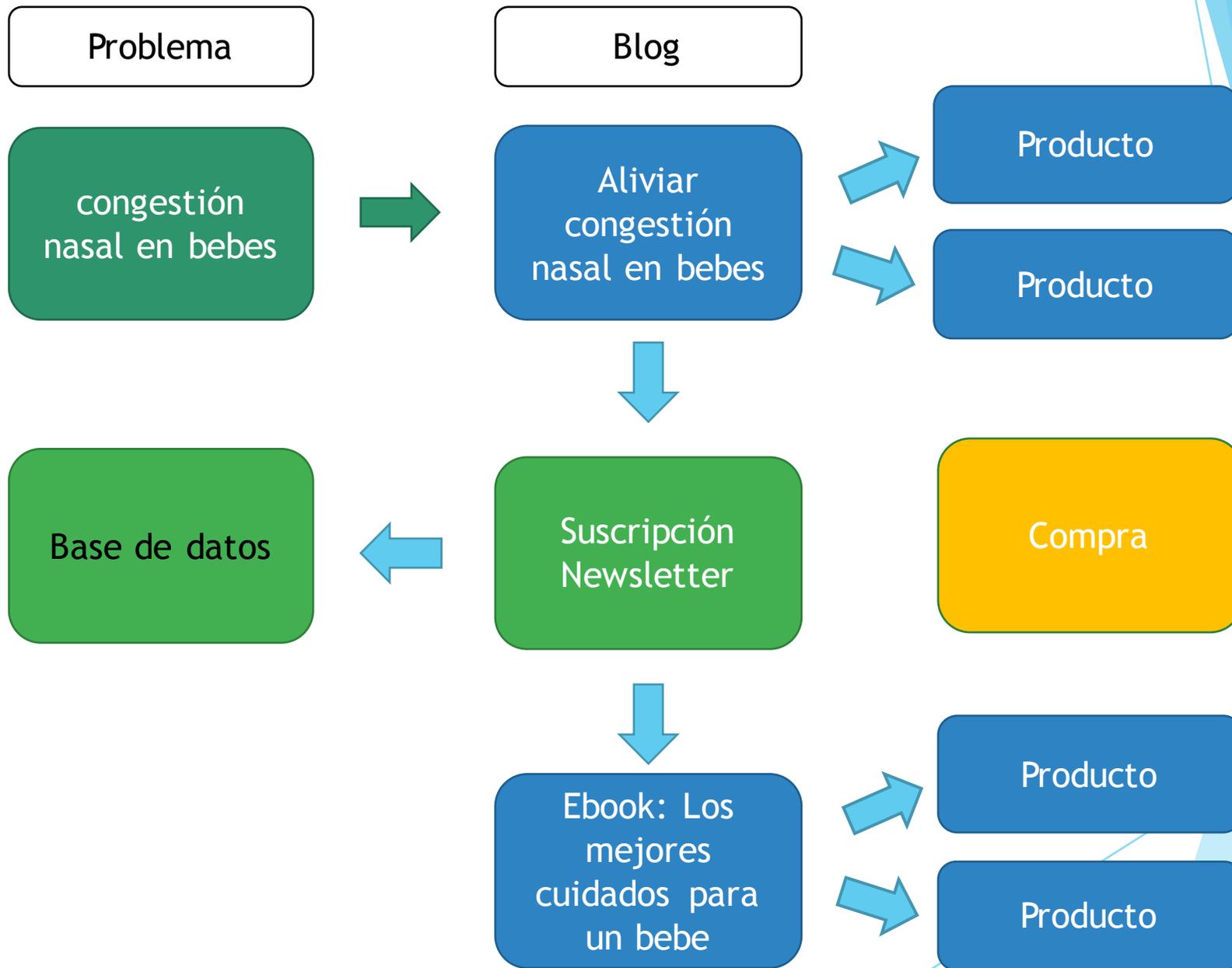
# Estrategia de Contenidos

Tu marca	Tu mercado	Tú Público
Problema: Falta de clientes, poco tráfico...	Análisis competencia: Qué escribe tu competencia, cada cuanto tiempo, cantidad de palabras, etc.	Personas con un problema en la piel o embarazadas.
Objetivos <ul style="list-style-type: none"><li>•Aumentar comunidad</li><li>•Aumentar el tráfico</li><li>•Aumentar el número de leads</li><li>•Mejorar el SEO</li></ul>		Buscan productos que le solucionen ese problema o ayuden.
(Situación económica)	Tendencias actuales, preguntas que se hace tu posible cliente o quien puede ser	

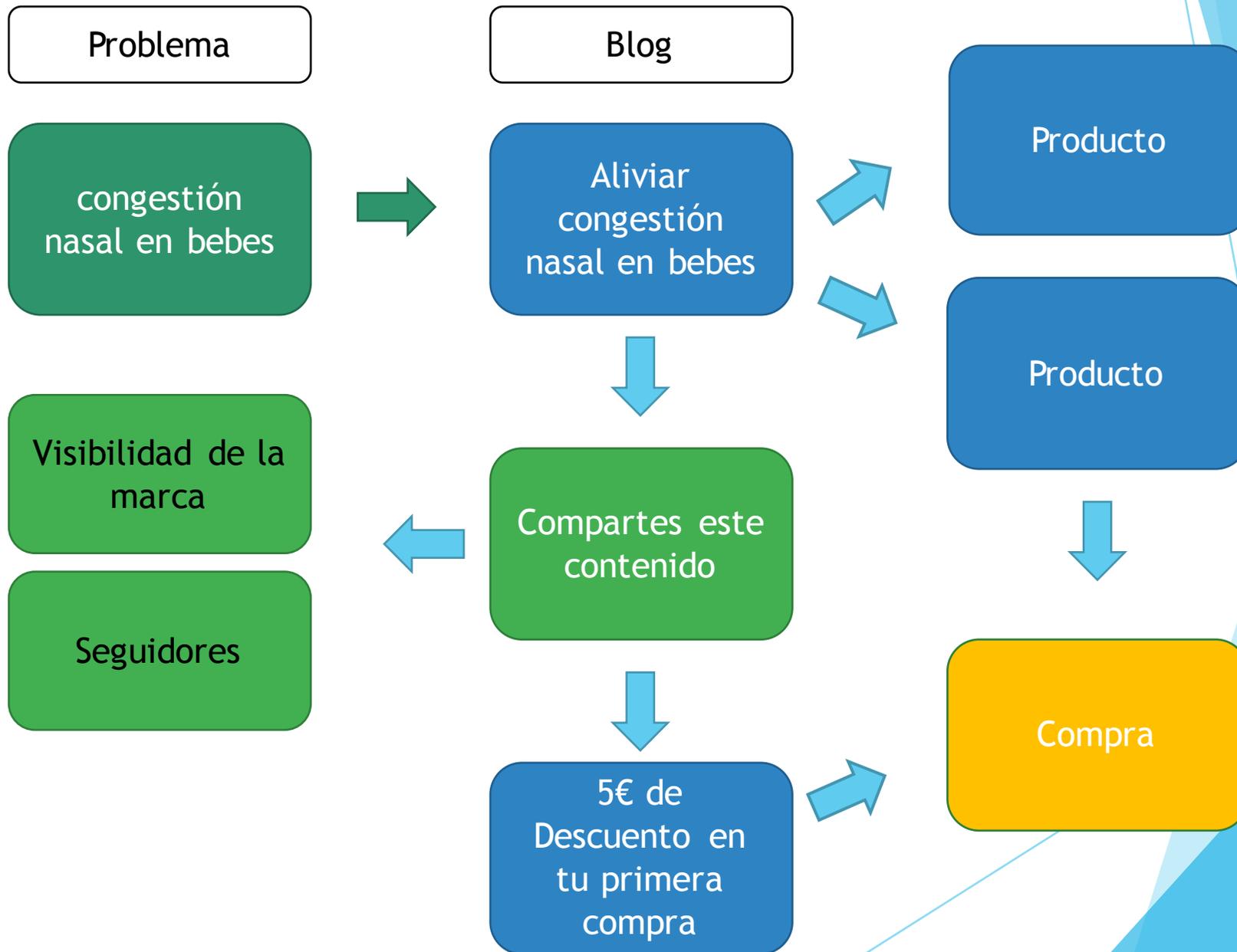
# Estrategia de Contenidos



# Estrategia de Contenidos



# Estrategia de Contenidos



# Marketing de Contenidos



<http://mundo.pccomponentes.com/category/guias-y-tutoriales/guias-de-compra/>

<http://mundo.pccomponentes.com/category/guias-y-tutoriales/tutoriales/>

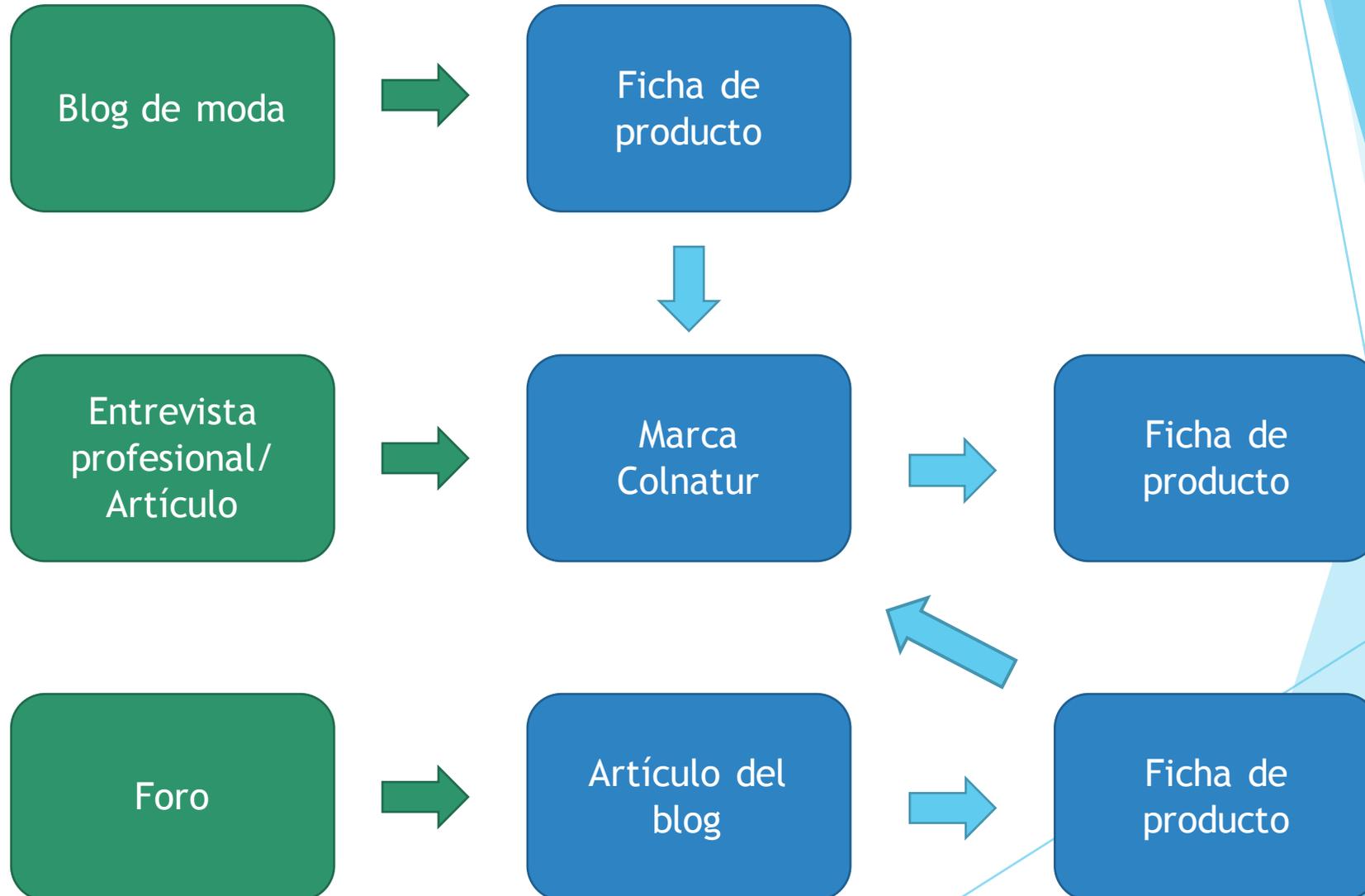


mimaos

<http://mimaos.com/blog/alivio-congestion-nasal-bebe/>

<http://mimaos.com/blog/preparando-tu-maleta-para-el-dia-del-parto-que-llevar-al-hospital-el-dia-que-vas-dar-luz/>

# Linkbuilding



# Estrategia E-commerce Calzado



# Estrategia Tiendas Online de Calzado

Son tiendas online, que venden productos, que las compra están muy influidos por características del producto tangibles e intangibles.

# Estrategia

## Nivel de importancia (KeyWords)

- 1. Categoría
- 2. Generales
- 3. Producto

## Optimización Categoría / Home

- Vital la optimización de las páginas de categorías e inicio. Mientras que la ficha de producto, tiende a ser visual.

## Marketing de Contenidos

- Orientada a engagement.



# Estrategia Tiendas Online Marca

KeyWords	Nº Búsquedas	Intención de compra
Zapatillas	33.100	Baja
Zapatillas paredes	1.300	Alta
Zapatillas paredes negras	10	Muy Alta



Optimización en base a una marca

# Estrategia Tiendas Online de Ropa

KeyWords	Nº Búsquedas	Intención de compra
Vestidos	74.000	Baja
Vestidos de fiesta	165.000	Media
Vestidos de fiesta cortos	27.100	Media-Alta
Vestidos de fiesta cortos negros	70	Alta



<https://www.zalando.es/vestidos-fiesta/>

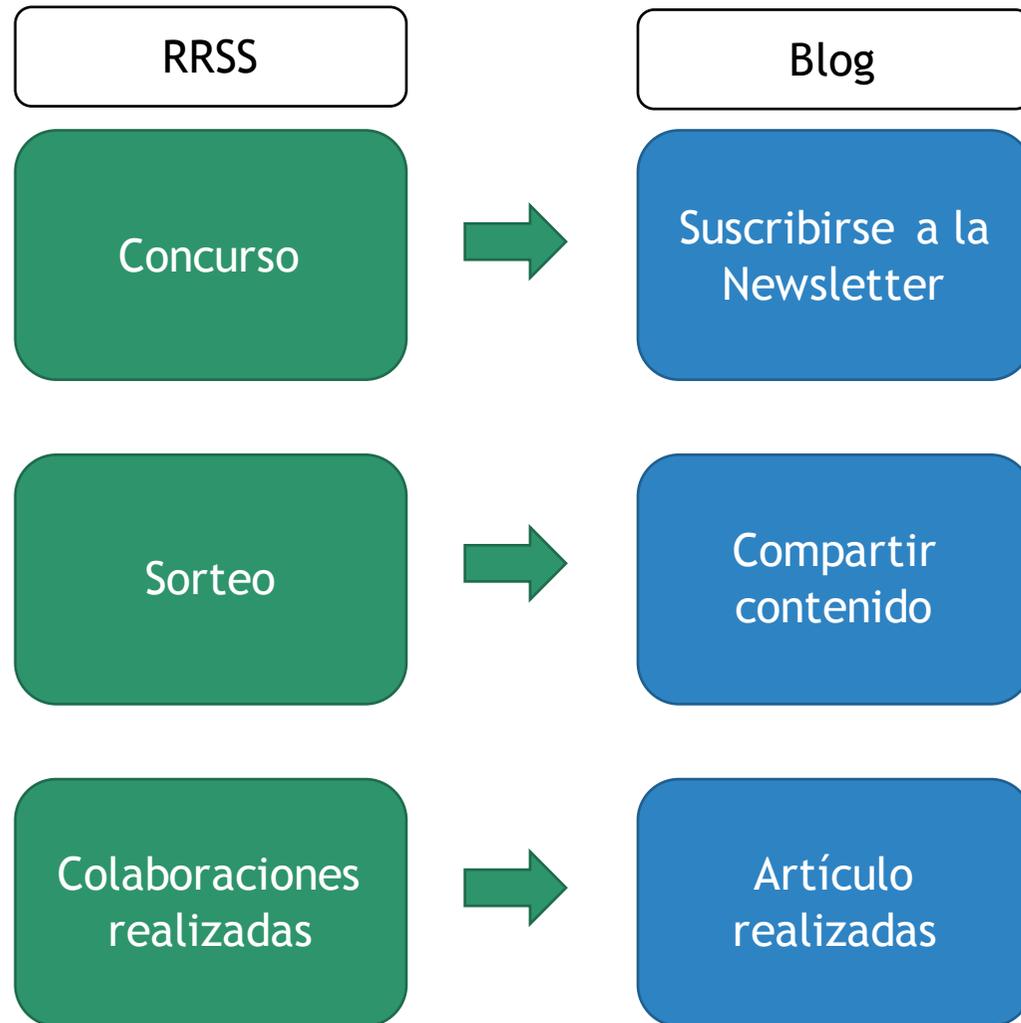
# Estrategia Tiendas Online por Calidad

KeyWords	Nº Búsquedas
Botas de piel mujer	880
Botas de piel para mujer	70



<https://www.panamajack.es/home>

# Estrategia de Contenido

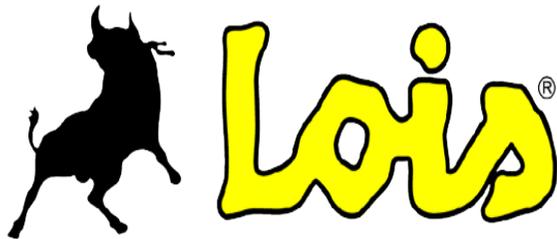


El blog tiene una Utilidad para crear engagement

# Marketing de Contenidos



<http://paredes.es/subeteporlasparedes/>  
(Concursos y sorteos de conciertos)



<http://www.loisjeans.com/blog/>  
(Looks)



<https://www.zalando.es/blogger-awards-2014-votar>

# Un contenido que mola mucho

<http://blog.panamajack.es/es/2013/08/27/limpiar-panama-jack/>

<http://blog.panamajack.es/es/2013/07/26/mantenimiento-panama-jack/>

<http://blog.panamajack.es/es/2012/06/27/do-you-want-to-know-what-your-panama-jack-size-is/>



**Muchas gracias a todos**

**Cualquier duda al correo:**

**[santi@communityanalysis.com](mailto:santi@communityanalysis.com)**

**0 después de terminar**