



Actividad financiada por el Área de Promoción de Empleo del Ayuntamiento de Gijón/Xixón

Las bondades del SEO y cómo mejorarlo con Informes VAR

Una guía para optimizar tu presencia en línea



¿Qué es el SEO?

Definición del SEO:

- Search Engine Optimization (Optimización para Motores de Búsqueda).
- Proceso para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánicos.
- Incluye técnicas y estrategias para atraer más tráfico desde los motores de búsqueda.

Objetivo del SEO:

- Atraer tráfico orgánico. Incrementar el número de visitantes que llegan al sitio web sin pagar por publicidad
- Mejorar la posición en los resultados de búsqueda. Aparecer en las primeras páginas de resultados de motores como Google.
- Aumentar la visibilidad y credibilidad del sitio web. Ser más visible y confiable para los usuarios.

Importancia del SEO

Visibilidad:

- Mejora la probabilidad de que los usuarios encuentren tu sitio web.
- Importancia de aparecer en las primeras posiciones de búsqueda.
- Los usuarios tienden a hacer clic en los primeros resultados.

Credibilidad:

- Mejores posiciones en los resultados de búsqueda aumentan la confianza de los usuarios.
- Los usuarios perciben los primeros resultados como más confiables y relevantes.
- Un buen ranking se asocia con autoridad y calidad.

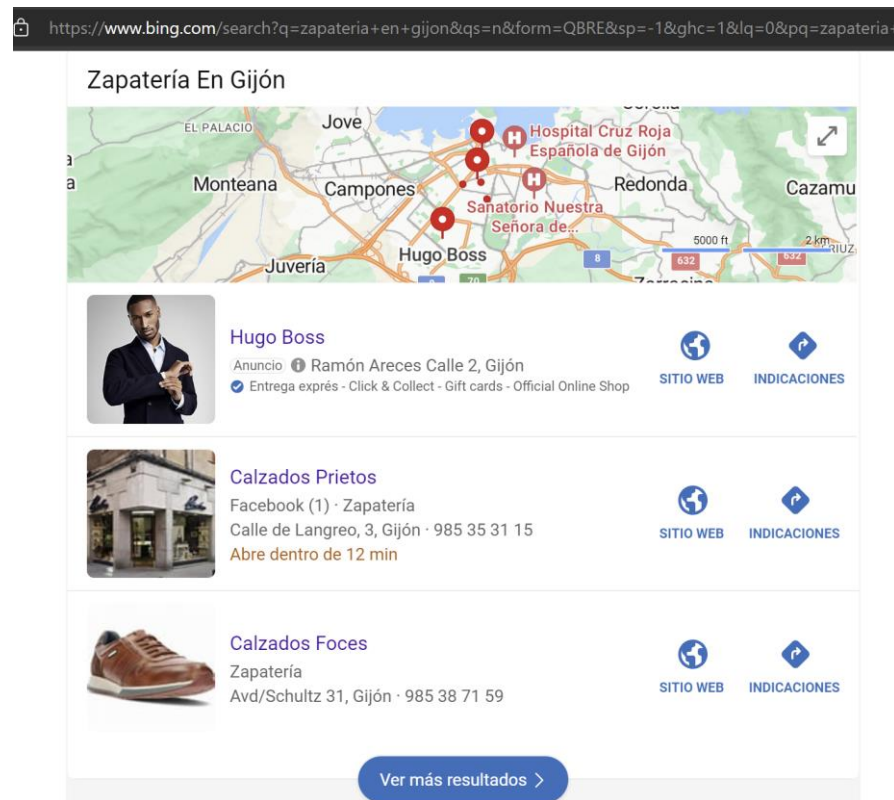
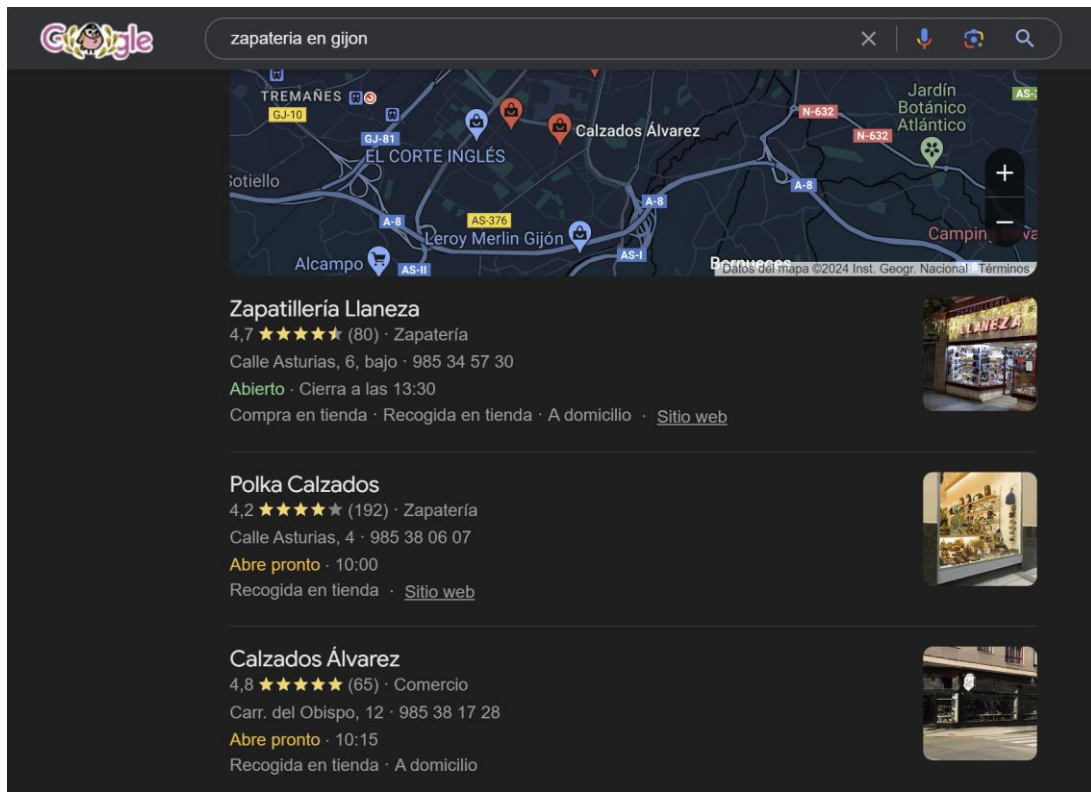
Tráfico Orgánico:

- Genera visitantes sin necesidad de publicidad pagada.
- Importancia del tráfico orgánico a largo plazo.
- Menos dependiente de campañas de pago por clic (PPC).

Ventaja Competitiva:

- Supera a tus competidores en los resultados de búsqueda.
- La inversión en SEO puede resultar en mayores retornos a largo plazo.

SEO local



Tipos de SEO

- **SEO On-Page:**
 - Optimización de contenido y estructura del sitio web.
 - Incluye palabras clave, etiquetas y metadatos.
- **SEO Off-Page:**
 - Estrategias externas como backlinks.
 - Promoción a través de redes sociales y marketing de influencers.
- **SEO Técnico:**
 - Aspectos técnicos como la velocidad del sitio y la compatibilidad móvil.
 - Mejora de la estructura y seguridad del sitio web.

SEO On-Page

Contenido de Calidad:

- Publicar contenido relevante y valioso.
- Actualizaciones periódicas del contenido.
- Uso de formatos variados como blogs, videos, infografías.

Uso de Palabras Clave:

- Integrar palabras clave relevantes de manera natural en el contenido.
- Herramientas para la investigación de palabras clave como Google Keyword Planner y Ahrefs..
- Evitar el keyword stuffing (exceso de palabras clave).

Etiquetas y Metadatos:

- Optimizar títulos (title tags), descripciones (meta descriptions) y encabezados (H1, H2, H3).
- Importancia de las etiquetas ALT en las imágenes para accesibilidad y SEO.
- Uso de URLs amigables y descriptivas.

Imágenes Optimizadas:

- Utilizar etiquetas ALT descriptivas.
- Reducir el tamaño de las imágenes para mejorar la velocidad del sitio.
- Uso de formatos adecuados como WebP para optimización.

SEO Off-Page

Backlinks de Calidad:

- Obtener enlaces de sitios web relevantes y de alta autoridad.
- Estrategias para conseguir backlinks como guest blogging y relaciones públicas digitales.
- Importancia de la calidad sobre la cantidad.

Redes Sociales:

- Promover contenido en plataformas sociales como X, Instagram, Facebook, LinkedIn.
- Interacción con la audiencia en redes sociales para aumentar el alcance.
- Utilizar redes sociales para construir una comunidad alrededor de tu marca.

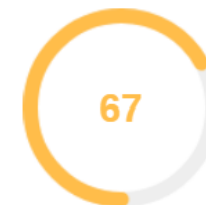
Marketing de Influencers:

- Colaborar con personas influyentes en tu nicho para promover tu contenido.
- Beneficios del marketing de influencers para el SEO como mayor visibilidad y backlinks de calidad.
- Identificar y contactar a los influencers adecuados.

SEO Técnico

Velocidad del Sitio:

- Asegurar tiempos de carga rápidos para mejorar la experiencia del usuario.
- Herramientas para medir y mejorar la velocidad del sitio como Google PageSpeed Insights y GTmetrix.
- Optimizar recursos como imágenes, scripts y CSS.



Compatibilidad Móvil:

- Garantizar que el sitio sea accesible en dispositivos móviles con diseño responsive.
- Pruebas y optimización para dispositivos móviles.
- Importancia del Mobile-First Indexing de Google, <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/mobile/mobile-sites-mobile-first-indexing?hl=es>

Mapa del Sitio:

- Crear y enviar un sitemap a los motores de búsqueda para facilitar la indexación. .
- Importancia del sitemap en la indexación y navegación del sitio.
- Herramientas para generar sitemaps como XML Sitemaps Generator.

SSL/HTTPS:

- Asegurar el sitio con un certificado SSL Herramientas para generar sitemaps como XML Sitemaps Generator.
- Beneficios de HTTPS para la seguridad y el SEO como mejor ranking y confianza del usuario.
- Proceso de obtención e instalación de un certificado SSL.



Herramientas SEO

Google Analytics:

- Monitoreo de tráfico y comportamiento de usuarios.
- Métricas clave en Google Analytics como sesiones, tasa de rebote y duración de la sesión.
- Configuración de objetivos y eventos para medir conversiones.



Google Search Console:

- Identificación de problemas técnicos como errores de rastreo y penalizaciones.
- Seguimiento del rendimiento en las búsquedas con informes de cobertura e indexación.
- Envío de sitemaps y solicitud de indexación de nuevas páginas.



Ahrefs:

- Investigación de palabras clave y análisis de la competencia..
- Análisis de backlinks y auditoría del sitio web.
- Funciones para rastrear y mejorar la estrategia de link building.



SEMrush:

- Análisis de competidores y auditoria de sitios web.
- Investigación de palabras clave y seguimiento de rankings.
- Sugerencias de mejora y monitoreo del tráfico orgánico y pagado.



Informes SEO

Importancia de los Informes:

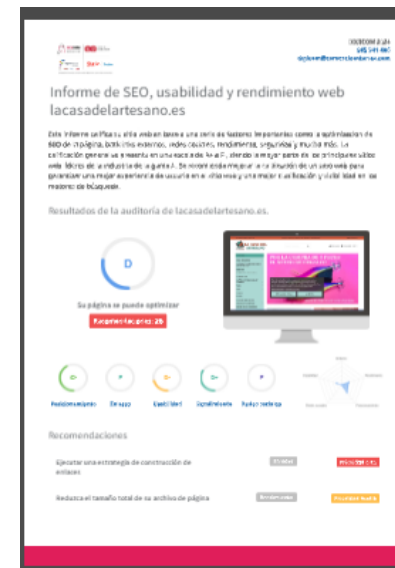
- Ayudan a identificar áreas de mejora en la estrategia de SEO
- Medir el éxito de las estrategias implementadas con datos precisos.
- Facilitar la toma de decisiones basadas en análisis y métricas.

Frecuencia de los Informes:

- Realizar informes mensuales para un seguimiento continuo y ajustado.
- Ajustes basados en los resultados de los informes para mejorar el rendimiento.
- Comparación de datos mes a mes para identificar tendencias.

Componentes de los Informes:

- Tráfico orgánico. Análisis del volumen y calidad del tráfico proveniente de búsquedas.
- Rankings de palabras clave. Evaluación de la posición de las palabras clave objetivo.
- Backlinks. Revisión de la calidad y cantidad de enlaces entrantes.
- Problemas técnicos. Identificación y resolución de errores técnicos en el sitio.



Creación de Informes SEO

Tráfico Orgánico:

- Analizar la cantidad de visitantes provenientes de motores de búsqueda.
- Identificar tendencias en el tráfico orgánico y comparaciones temporales.
- Segmentación del tráfico por fuente, página y dispositivo.

Rendimiento de Palabras Clave:

- Evaluar la posición de las palabras clave objetivo en los resultados de búsqueda.
- Ajustes necesarios basados en el rendimiento de las palabras clave.
- Uso de herramientas como Google Search Console y/o SEMrush para el seguimiento.

Backlinks:

- Revisar la calidad y cantidad de enlaces entrantes.
- Estrategias para obtener más backlinks de calidad como guest blogging y colaboraciones.
- Identificar y eliminar backlinks tóxicos.

Problemas Técnicos:

- Identificar y solucionar errores técnicos como problemas de rastreo y contenido duplicado.
- Importancia de mantener un sitio web técnicamente optimizado para un buen rendimiento SEO.
- Herramientas como Google Search Console y Screaming Frog para auditorías técnicas.



Estrategias para Mejorar el SEO

Optimización Continua:

- Revisar y ajustar constantemente la estrategia de SEO según los resultados y cambios en el algoritmo de Google.
- Importancia de la flexibilidad en el SEO para adaptarse a nuevas tendencias y tecnologías.
- Monitoreo y análisis de la competencia para identificar oportunidades de mejora.

Contenido Fresco:

- Publicar regularmente contenido nuevo y relevante para mantener el interés de los usuarios.
- Importancia de mantener el contenido actualizado para responder a las necesidades y preguntas de los usuarios.
- Utilizar diversos formatos de contenido como blogs, videos, infografías y estudios de caso.

Link Building:

- Desarrollar una estrategia para obtener más backlinks de calidad desde sitios web relevantes.
- Métodos efectivos para el link building como guest blogging, colaboraciones y relaciones públicas digitales.
- Monitorear y analizar los backlinks para asegurar su calidad y relevancia.

Auditorías Técnicas:

- Realizar auditorías técnicas periódicas para asegurar un rendimiento óptimo del sitio Web.
- Herramientas y métodos para auditorías técnicas como Screaming Frog, Google Search Console y Ahrefs.
- Identificar y solucionar problemas técnicos que puedan afectar la indexación y el ranking del sitio web.

Estrategias para mejorar el SEO

Trabajo diario:

- Identificar en los informes VAR nuestras brechas respecto al optimo que refleja el informe para que la web sea mas visible.
- Trabajar con herramientas las modificaciones a realizar en esos apartados para la mejora de SEO.
- Priorizar los apartados en los que las posibilidades de mejora vs tiempo invertido en ellas tenga un ratio de éxito superior, un par de ejemplos:
 - Generación de textos alternativos a todas las imágenes que no dispongan de ellos, es un trabajo arduo pero fácil y mecánico que nos facilitará nuestra visibilidad, si a eso le sumamos la optimización de metadescripciones y la optimización de esas imágenes, podemos llevar a cabo varias actividades importantes para el SEO onpage y para SEO técnico a la vez.
 - Contratación de certificado SSL en caso de no disponer de él (SEO técnico) que es muy sencillo y se lleva a cabo una sola vez y queda para siempre (con renovación automática).

Acceso a las herramientas de SEO e Informes VAR



https://bit.ly/DIGICOM2023_INFORMES_SEOyVAR

Acceso a las tutorías



634562916



Actividad financiada por el Área de Promoción de Empleo del Ayuntamiento de Gijón/Xixón

