

PROMOCION GRATIS Y PAGANDO	2
PORQUE ALGUNAS WEBS SALEN SIEMPRE LAS PRIMERAS?	7
DOMINIOS.....	11
SERVIDORES	15
PLANTEAR LA WEB.....	17
ESTADISTICAS	32
ENLACES EXTERNOS.....	36
ENLACES EN YOUTUBE	45
PAGINA EN FACEBOOK	49
BLOGS.....	55
BUSCADORES Y ROBOTS	69
SITEMAP.....	74
HERRAMIENTAS PARA WEBMASTERS.....	77
PROMOCION DE PAGO: ADWORDS.....	80
GOOGLE SANDBOX.....	85
ERRORES FRECUENTES.....	87
RESUMEN.....	90

MANUAL DE POSICIONAMIENTO WEB

PROMOCION GRATIS Y PAGANDO

Existen trillones de páginas web publicadas en internet, y dada día que pasa hay varios millones mas. Por lo que si deseamos que nuestra web sea encontrada, tendremos que *posicionarla*.

Si realizamos en la web una búsqueda de "Restaurante", podemos obtener una página como la siguiente:



54.800.000 RESULTADOS Filtrar por idioma ▼ Filtrar por región ▼

restaurante - [Grandes Ofertas en Restaurantes.](#) Anuncios
www.subastadeocio.es/restaurantes
¡Subastas desde 1€! Participa.

restaurante chino - ¿Buscas un **restaurante** Chinos?
barcelona.eltenedor.es
Reserva Online hasta -50% dto

[Imágenes de restaurante](#)
bing.com/images



Restaurante - [Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
es.wikipedia.org/wiki/Restaurante ▼
[Historia](#) · [Tipos de ...](#) · [Tipos de servicios](#) · [Véase también](#) · [Referencias](#)
Un **restaurante** o **restorán** es un establecimiento comercial , en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida , para ser consumidas en el mismo ...

Restaurantes - [Atrapalo.com - ATRÁPALO: ofertas de espectáculos ...](#)
www.atrapalo.com/restaurantes ▼
Descubre las mejores ofertas de **restaurantes** y reserva **restaurante** en tu ciudad. Aprovecha las ventajas de reservar **restaurante** online en Atrapalo.com

Aquí hay dos partes. Una publicitaria y otra *orgánica*.

El resultado publicitario es el pagado. La empresa que se publicita ha llegado a un acuerdo con el buscador para que cuando se introduzcan cierta palabra o palabras aparezca. Estas palabras por las que aparece la empresa se denominan *palabras clave* o *keywords*.

[restaurante - Grandes Ofertas en Restaurantes.](#)

www.subastadeocio.es/restaurantes

¡Subastas desde 1€! Participa.

[restaurante chino - ¿Buscas un restaurante Chinos?](#)

barcelona.eltenedor.es

Reserva Online hasta -50% dto

Los resultados orgánicos es promoción gratuita, es lo que realmente encuentra el buscador entre millones de webs que tienen palabra o palabras clave coincidentes con los términos de búsqueda.

[Restaurante - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

es.wikipedia.org/wiki/Restaurante ▼

[Historia](#) · [Tipos de ...](#) · [Tipos de servicios](#) · [Véase también](#) · [Referencias](#)

Un **restaurante** o restorán es un establecimiento comercial , en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida , para ser consumidas en el mismo ...

[Restaurantes - Atrapalo.com - ATRÁPALO: ofertas de espectáculos ...](#)

www.atrapalo.com/restaurantes ▼

Descubre las mejores ofertas de **restaurantes** y reserva **restaurante** en tu ciudad. Aprovecha las ventajas de reservar **restaurante** online en Atrapalo.com

[Restaurantes.com : Reserva mesa gratis. Los mejores restaurantes ...](#)

www.restaurantes.com ▼

Personaliza tu ficha Tu **restaurante** tendrá su propia página en nuestra web Asistencia multilingüe Asesoramos a nuestros clientes en su idioma natal, ...

[Restaurantes - Guía de restaurantes - los mejores restaurante de ...](#)

www.paginasamarillas.es/restaurantes ▼

Guía de **restaurantes** con los mejores **restaurante** de España. Encuentra **restaurantes chinos**, **restaurantes Madrid**, **restaurantes Sevilla**, **restaurantes románticos** ...

Este manual trata de cómo vamos a proceder para conseguir que nuestra web aparezca en los buscadores bajo determinadas palabras clave, tanto en promoción gratis como pagando.

Esto en lo referente a buscadores, que es lo fundamental, lo necesario. Una web que se precie tiene que aparecer en los buscadores, sea por un motivo o por otro. Y mejor gratis, claro.

Pero hay otros lugares donde aparecer. Podemos contratar publicidad en webs muy visitadas.

The screenshot displays the MARCA.COM website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like Fútbol, América, Motor, Baloncesto, NBA, Tenis, Ciclismo, Golf, Balonmano, Más deportes, Opinión, Apuestas, Multimedia, Juegos, and MundoMARCA. Below this is a search bar and a live broadcast section with the text "EN VIVO ESCUCHA RADIO MARCA EMISIÓN EN DIRECTO". A central banner reads "EMPIEZA EL JUEGO EN MARCA APUESTAS" and features four promotional tiles: "LIGA BBVA TODOS LOS PARTIDOS Liga", "CHAMPIONS Madrid-Juve", "TENIS Open Valencia", and "QUINIBASKET LA QUINIELA OFICIAL DE LA Liga Endesa QUINIBASKET 25.000 euros". Below the banner, there is a news article titled "Semana grande, examen doble" with a sub-headline "REAL MADRID Y BARCELONA AFRONTAN SU PRIMERA REVÁLIDA". The article features a photo of Neymar and a quote from Andoni Zubizarreta: "Es un jugador muy peligroso y por eso le hacen faltas". To the right of the article is a widget titled "Widget de Fútbol 2013-2014" with a soccer player image.

Una web muy popular como es marca.com esta totalmente infestada de publicidad, normalmente de "banners" que son anuncios tal cual, cuadrados, rectangulos, que ocupan un cierto espacio en la web y que el visitante al hacer clic en los mismos accede a la web del anunciante. Obviamente esto puede ser muy caro.

OTRAS PROMOCIONES PAGANDO

Hay otras muchas formas de promocionar nuestra web y nuestros productos pagando y no exactamente con publicidad.

Podemos optar por webs de descuentos, donde ofrecer alguno o algunos de nuestros productos y servicios con un descuento a los visitantes de esas webs. Obviamente todas estas empresas cobran un porcentaje o importe por clic (cada vez que alguien hace clic en nuestro anuncio tenemos que abonar desde 0.10 € hasta 10, 15 o mas euros)

oportunista.com
tus cupones descuento gratis

cupones locales | ofertas online **NEW** | ver anunciantes

buscar palabra clave en ofertas ...

Descárgate gratis Cupones descuento y ofertas de todo ...
1212 cupones descuento y ofertas en 3231 establecimientos en todos los sectores ...

<p>McDonald's</p>  <p>Hasta el 30 de Noviembre Descarga gratis todos los cupones descuento de McDonald's</p> <p>me interesa</p> <p>online</p>	<p>Dreams Palacio de Hielo</p>  <p>Hasta el 3 de Noviembre Al Cine por Cines Dreams lunes a domingo</p> <p>descarga gratis</p> <p>Madrid - Hortaleza 9,60€ 6,50€</p>
<p>Cine Box</p> <p>Hasta el 31 de Octubre</p>	<p>Cine Ábaco</p> <p>Hasta el 31 de Octubre</p>

En estas webs solo damos de alta nuestra empresa, como vamos a pagar y los productos o servicios que deseamos promocionar.

No es nada recomendable. Son webs que venden enlaces. Como veremos los enlaces exteriores son necesarios para que se posicione nuestra web. Cada enlace de otra web hacia la nuestra es como un voto, por lo que, en teoría, cuantos mas paginas tengan enlaces hacia nuestra web, mas votos y mejor posicionamiento. En la práctica no es así, dado que hecha la ley hecha la trampa, y hecha la trampa hecha la ley, de forma que buscadores como Google penalizan los enlaces de webs de enlaces, por lo que nos va a perjudicar más que ayudar.



Inicio Sobre Nosotros Comprar Vender Contactar Preguntas

Compra Enlaces, posícónate



¿Te has dado por vencido? ¿Tu competencia en Internet obtiene más visitas que tú pagina web? No te des por vencido tan pronto, como sabrás, los buscadores (fuente de visitas para tu pagina web) posicionan tu pagina web mediante la popularidad de enlaces. La popularidad de enlaces se define como cuántas webs de alta calidad están apuntando hacia tu web. Mientras más enlaces con la palabra clave deseada estén apuntando hacia tu web, desde páginas de alta calidad, más probabilidades de posicionamiento en Internet tendrás y ello significa que vencerás a la competencia.

Posicionamiento web = Enlaces de Texto

Un buen posicionamiento web por medio de enlaces de texto, da resultados positivos a largo plazo, a diferencia de la publicidad por medio de banners u otro tipo de publicidad parecida, que el efecto se va cuando la campaña publicitaria haya terminado.

Categorías de enlaces

Webmasters/Internet	Adultos
Arte y Cultura	Empresas y Negocios
Hogar	Educación
Ocio y Entretenimiento	Otros

¿Por qué comprar enlaces?

Has llegado al lugar para comprar enlaces hacia páginas web en Internet. Nuestro inventario está limitado a webs de alta calidad y según pase el tiempo se irá incorporando más paginas web a nuestro inventario. El posicionamiento en Internet, cuando existe competencia, es casi imposible sin la ayuda de enlaces que apunten hacia su página web. Un enlace es como si fuera un voto para tu página web, mientras más votos tengas, más posiciones subirás y más visitantes tendrás.

Compra Enlaces

- páginas de calidad
- posicóna tu web

Oprime aquí

Vende Enlaces

- Vende enlaces en tu página.
- gana dinero

Oprime aquí

[Página principal](#) • [Sobre Nosotros](#) • [Comprar](#) • [Vender](#) • [Contactar](#) • [Preguntas Frecuentes](#)

Todos los derechos reservados © 2006 ComprarEnlaces.com

PORQUE ALGUNAS WEBS SALEN SIEMPRE LAS PRIMERAS?

Lo primero es siempre ver lo que hay, que hacen los otros, intentar descubrir que hace la competencia, cómo lo consigue.

Si nuestra empresa es un restaurante, lo primero es hacer una búsqueda por esta u otras palabras clave relacionadas y ver quien sale e intentar entender el porqué.

Hemos realizado la búsqueda por la palabra clave "Restaurante" y obtenemos lo siguiente:

[Ricard Camarena Restaurant](#)

www.ricardcamarena.com/ ▼

RICARD CAMARENA RESTAURANT. Hemos querido ofrecer a nuestros clientes un lugar para sentirse como en casa. El resultado es un espacio maduro y de ...

[Contacto](#) - [Eventos](#) - [La carta](#) - [Cursos](#)

[Información sobre Restaurantes en Valencia - Verema.com](#)

www.verema.com/restaurantes/spain/valencia/VALENCIA ▼

Entra en **Restaurantes** en Valencia y mantente informado de todas las noticias y novedades. Descubre información relacionada en la comunidad Verema.com.

[Restaurante - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

es.wikipedia.org/wiki/Restaurante ▼

Un **restaurante** o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el ...

[Restaurante Canela - Valencia](#)

www.restaurantecanela.es/ ▼

Restaurante Canela, un sitio donde disfrutar de la auténtica gastronomía valenciana, en pleno corazón del barrio del Carmen junto a las Torres de Quart, nuestra ...

[Restaurante RiFF - Valencia](#)

www.restauranteriff.com/ ▼

Restaurante Riff, cocina de autor, Bernd Knöllner, cursos de cocina, menú del día.

[Apicius - Valencia](#)

www.restaurante-apicius.com/ ▼

Restaurante Apicius Valencia. Apostamos a una cocina sana, mediterránea y rigurosa con la temporada. **Restaurante Apicius Valencia, restaurante ...**

En sectores como la restauración, Google tiene en cuenta desde donde se está haciendo la búsqueda. Dado que la búsqueda la hemos realizado desde un ordenador situado en Valencia, da resultados de restaurantes en Valencia.

Analicemos los resultados:

- Los importantes son los de la primera página de resultados, y no es más importante el primero que el segundo. Está bastante demostrado que en elecciones las personas a veces comienzan por el primero, en otras ocasiones prefieren ir mas abajo.
- El primer resultado es el de ricardcamarena.com. Es una web con pagerank 4 que es importante. El pagerank es un medidor de nivel 0 a 10 que otorga Google, en teoría mide la importancia de la web. Una web reciente tendrá pagerank 0, es raro que alguna web tenga un 10. Google y Facebook tienen 9. La web de ricardcamarena.com tiene muchos fallos seo (seo= search engine optimization), podemos verlos haciendo un análisis en una de las webs que se dedican a esto:

Contenido

	Título	Ricard Camarena Restaurant Longitud : 26 Perfecto, el título contiene entre 10 y 70 caracteres. Recuerda que la etiqueta title influye en la visibilidad de tu web en los resultados de búsqueda; usa palabras clave importantes aquí. Presta atención a esta etiqueta es importante!
	Descripción	Longitud : 0 Error Grave. No hemos encontrado meta description. Sin duda que tienes que corregirlo. Usa esta herramienta para generarlos .
	Keywords	Muy mal. No hemos encontrado meta keywords en su web. Usa esta herramienta para generarlos .
	Metas Og	Su página NO hace uso de Og Properties (meta tags de Facebook). Open Graph permite integrar nuestra web con Facebook y los datos que recoge cuando alguien usa el botón de Me Gusta. esta herramienta .

A pesar de tantos, y mas errores seo, esta web aparece la primera en la búsqueda, por que es esto así? Probablemente porque tiene muchas recomendaciones y buenas. O sea, ha tenido comentarios en blogs, en facebook, en paginas muy visitadas (por ejemplo las de los periódicos), es una web con un cierta antigüedad.

En segundo lugar nos aparece

[Información sobre Restaurantes en Valencia - Verema.com](http://www.verema.com/restaurantes/spain/valencia/VALENCIA)

www.verema.com/restaurantes/spain/valencia/VALENCIA ▼

Entra en Restaurantes en Valencia y mantente informado de todas las noticias y novedades. Descubre información relacionada en la comunidad Verema.com.

Esto no es una web de un restaurante, es una web de información, más que general. Es una web importante que aparece siempre de las primeras en muchísimas búsquedas. Por que es esto?

- La web es antigua
- Tiene millones de paginas
- Tiene muchísimos enlaces externos
- Tiene millones de enlaces internos
- Es una web muy dinámica, cambia constantemente, más que día a día podemos decir que es una web que cada segundo tiene algún cambio, alguna novedad, alguna pagina nueva.

Después tenemos a:

[Restaurante - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante)

es.wikipedia.org/wiki/Restaurante ▼

Un **restaurante** o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el ...

Es otra web que siempre aparece en la mayoría de los resultados. La web de Wikipedia, la gran enciclopedia. Cumple todas las características de la web anterior.

A continuación tenemos

[Restaurante Canela - Valencia](http://www.restaurantecanela.es/)

www.restaurantecanela.es/ ▼

Restaurante Canela, un sitio donde disfrutar de la auténtica gastronomía valencia, en pleno corazón del barrio del Carmen junto a las Torres de Quart, nuestra ...

[Restaurante RIFF - Valencia](http://www.restauranteriff.com/)

www.restauranteriff.com/ ▼

Restaurante Riff, cocina de autor, Bernd Knöller, cursos de cocina, menú del día.

[Apicius - Valencia](http://www.restaurante-apicius.com/)

www.restaurante-apicius.com/ ▼

Restaurante Apicius Valencia. Apostamos a una cocina sana, mediterránea y rigurosa con la temporada. **Restaurante Apicius Valencia, restaurante ...**

Webs de restaurantes con buenos resultados. En el nombre de dominio aparece la palabra "Restaurante", también en su descripción, también aparece el lugar donde está el restaurante, como hemos visto Google va a tener esto en cuenta, por lo que será conveniente incluirlo. (Es obvio que cuando buscamos un restaurante lo solemos hacer de la ciudad en la que estamos en ese momento o bien si queremos encontrar un restaurante en otra ciudad entonces ponemos el nombre de la ciudad en la búsqueda)

Analicemos el primero:

[Restaurante Canela - Valencia](http://www.restaurantecanela.es/)

www.restaurantecanela.es/ ▼

Restaurante Canela, un sitio donde disfrutar de la auténtica gastronomía valenciana, en pleno corazón del barrio del Carmen junto a las Torres de Quart, nuestra ...

El título, muy correcto, perfecto, la palabra restaurante, el nombre y donde está situado.

El dominio:

www.restaurantecanela.es/ Ayuda mucho en el posicionamiento, tiene la palabra restaurante y el nombre de la empresa

La descripción, adecuada, en pocas palabras informa de forma completa al visitante.

Todo empieza por el dominio. El dominio es la url, el nombre de la web, la dirección de la web, la dirección que hay que escribir para llegar a nuestra web. Si la web es anterior, si ya está hecha y publicada, ya tendrá un nombre de dominio y poco podemos hacer, tendremos que saltarnos esto o reconsiderarlo para obtener un nombre de dominio nuevo.

Pero si empezamos nuestra estrategia de posicionamiento web desde o, entonces lo primero es el nombre de dominio y lo vamos a elegir pensando en todo lo que nos puede ayudar.

El restaurante que vamos a poner en marcha se llama Restaurante El Pato Loco, por ello voy a elegir el dominio restauranteelpatoloco.es.

Porque no .com? Dado que es un restaurante y lo que nos importa es donde estamos pues solo vamos a vender nuestro producto en el sitio donde estamos, entonces, si es en España, seleccionaremos un dominio .es, si es en México o en Argentina, seleccionaremos uno de sus dominios.

Es mejor [restauranteelpatoloco](http://restauranteelpatoloco.com) que [restaurante-el-pato-loco](http://restaurante-el-pato-loco.com)? Si, el primero es mas fácil de escribir, quizás sea mas difícil de leer, pero eso no nos debe importar, google lee fácil y súper rápido y para google es lo mismo [restauranteelpatoloco](http://restauranteelpatoloco.com) que [restaurante-el-pato-loco](http://restaurante-el-pato-loco.com) y además siempre es mejor decir: "Nuestra web es [restauranteelpatoloco](http://restauranteelpatoloco.com) punto es, todo junto" que decir "Nuestra web es restaurante guion medio, el guion medio, pato guion medio loco punto es"

La **importancia del dominio** de un sitio web es relativa si no se añaden otros factores a la **estrategia SEO**, pero sí se puede decir que es uno de los elementos que suman a tu favor si quieres **posicionarte en buscadores**.



Si se indaga por la web se verán todo tipo de opiniones. Muchos señalan que cada vez el dominio importa menos, otros mantienen que es un punto fundamental a favor del posicionamiento. Seguro que todos tienen su parte de razón, pero desde luego, a mí no me cabe duda de que sería bueno que lo tuvieras en cuenta si estás pensando en **invertir en un dominio** propio para tu blog/web.

Es cierto que muchos dominios son simplemente la marca de la empresa o el **nombre propio** del dueño del blog. Esta no es una mala opción, si bien el trabajo para hacer que el dominio sea visible recaerá sobre todo en el desarrollo de una buena estrategia de **branding**, más trabajo de difusión en redes relacionado con tu marca, mimar tu **imagen de marca** con perfiles interesantes. Promoción de toda la vida, vamos.



Si optamos por otra modalidad de dominio en los que no necesariamente ha de aparecer la marca, podríamos decir que un buen dominio es aquel que es **relevante para el contenido** del blog: aquel que incluye alguna de las **palabras clave** que de tu sitio. Es decir, al menos una palabra que explique y describa qué se va a encontrar el usuario en ese blog.

Otra forma de verlo y analizarlo es que esas palabras que elijamos para el dominio han de corresponderse con los términos por los que nos gustaría que nos encontrasen en **Google**.

Si vas a crear la bitácora con el objetivo de que te sirva como **herramienta de marca personal**, yo apostaría por la esta opción. Has de pensar que el fin último es que tu blog sea tu escaparate profesional en el que mostrar tu valía y experiencia y, por tanto, querrás obtener un **buen posicionamiento** en el área a la que te dedicas. Lo primero que has de tener claro es cómo quieres que te vean tus lectores, la imagen que desees dar y cómo quieres que te encuentren (reflexión de SEO básica *number guan*).



Por ejemplo, cuando elegí <http://www.periodistaseo.com> me sirvió de mucho hacer una pequeña reflexión sobre toda la **estrategia del blog**: para qué lo uso, cómo lo uso, con qué objetivos... Y analizar cómo lo veía en el futuro a corto-medio plazo. Esto es importante porque si no lo ves, **mejor no inviertas**: ¿para qué vas a gastarte dinero en un dominio si no tienes claro que vas a mantenerlo, cuidarlo y mimarlo en la salud y en la enfermedad hasta que la muerte os separe? Si estás empezando en esto del *blogging*, mi recomendación es que le dediques a la bitácora un año (o al menos unos meses) con el dominio loquetúquieras.wordpress.com porque, aunque ahora estés animadísimo y hayas escrito 3 entradas 3 días consecutivos, el ánimo decae inevitablemente y escribir -y hacerlo bien- **exige tiempo**. Y dedicación. Y hay días... y días, como todos sabemos.

Si ya llevas un tiempo con tu blog y eres constante (desde aquí mi más sincera enhorabuena) y estás decidido a lanzarte con un dominio propio, lo mejor es optar por un **dominio práctico**: céntrate en aquello **que te describe profesionalmente**, en lugar de aquello que más te inspire, busca esas palabras que mejor definan tu trabajo, el área en la que destacas o aquellos que te hace diferente de otros trabajadores en tu profesión.

Con **periodistas** tuve mis dudas: me gustaba más **periodismo anfibio**, por su significado de profesional versátil y que se mueve cómodamente en todos los terrenos, pero tuve que reconocer que era menos claro y directo. Así que, finalmente, elegí Periodista SEO dos palabras que, sumadas, conforman una **keyword sencilla**, fácil de recordar y con un buen potencial de búsquedas de cara al futuro (¡o eso espero! ;-P).



Alguno puede que piense que es un error. Pero periodistas me define y me gusta -menos, pero me gusta- y creo que todo el que llegue aquí vendrá sabiendo qué se va a encontrar. Y eso, en Internet, es fundamental. Creo que fue en mi primer master de **marketing online** cuando escuché eso de nunca engañes a tus potenciales lectores para intentar atraerlos hacia tu sitio: vendrán... e inmediatamente se marcharán. Un consejo valiosísimo que tengo siempre presente en cada proyecto.

Para la selección de las **palabras clave del dominio**, la herramienta de **Adwords Keyword Tool** te ayudará a visualizar una aproximación del tráfico que pueden reportarte según qué palabras y de la competencia que hay en ellas. No es un factor fundamental, pero si estás indeciso quizás sean datos que te sirvan de ayuda. También puedes utilizar **Google Trends** y **Google Insights** en las que podrás observar las tendencias de búsqueda para determinados términos y la evolución de las mismas en distintos períodos de tiempo. Todas ellas son **herramientas muy útiles en SEO** que contribuyen a una elección más informada de las palabras. No obstante, como siempre me dice un compañero: "En el SEO hay mucha técnica, pero dónde ésta no llega, hay que aplicar la intuición".

A screenshot of the Google AdWords Keyword Tool interface. The page is titled "Google AdWords" and includes links for "Help" and "Sign in". The main section is "Find keywords", which is based on one or both of the following: "Word or phrase (one per line)" and "Website". There is a search button and a "Search" button. Below the search area, there are options for "Advanced options", "Locations: United States", and "Languages: English". The interface also shows a table with columns for "Keyword", "Competition", "Global Monthly Searches", "Local Monthly Searches", and "Local Search Trends". A note at the bottom states: "Important Note: We cannot guarantee that these keywords will improve your campaign performance. We reserve the right to disapprove any keywords you add. You are responsible for the keywords you select and for ensuring that your use of keywords does not violate any applicable laws." The footer includes "© 2011 Google | AdWords Home | Editorial Guidelines | Privacy Policy".

Es interesante también que, cuando ya hayas elegido tu dominio -y compruebes que está libre-, **no lo compres por un año** sino por varios. Hay dos razones para ello: una económica, ya que es más que probable que la empresa donde lo compres te haga algún descuento por comprar más de un año; y otra **puramente SEO**, ya que Google entiende que un dominio contratado para solo un año es menos fiable que uno contratado a más largo plazo.

El tema de los **.es** o **.com** es otro mundo. Lo ideal es que compres el que más se adecue a **tu audiencia**: si tu mercado esencial está en España y tu blog va a ser en castellano, con un **.es** es perfecto. No obstante, es siempre bueno tener al menos **.es** y **.com** (independientemente del que luego decidas utilizar como dominio de referencia) para evitar que el usuario escriba tudominio.com y se encuentre con una página vacía o, simplemente, para **ahorrarte la sorpresa** de que tu dominio pueda ser usado con un **.com** por alguien que quiera hacerte la competencia. (Eva Díez)

SERVIDORES

Una vez tenemos el dominio, es necesario disponer de un servidor, de un ordenador constantemente conectado a internet y que nos va a dar el servicio de alojar nuestra web y hacer que cuando alguien escriba nuestro nombre de dominio en un navegador, pueda ver instantáneamente la web.

Que servidor es mejor? Hay que pensarse bien esto y hay que comparar servidores, en general los servidores americanos son los mejores en relación calidad / precio y los que menos problemas dan. De que nos va a servir trabajar duro en posicionar nuestra web si nuestro servidor va a fallar de vez en cuando y la web no se va a ver?

Hostgator y GoDaddy son servidores contrastados con muy buenos precios y amplios servicios. Y por supuesto en español:

Es conveniente tener el nombre de dominio contratado con una empresa y el servidor con otra. Por que? Esto nos permite elasticidad y poder hacer cambios rápidos si hay problemas.

Una buena opción para adquirir un dominio es la empresa alemana 1and1.es, son de los más económicos (o los que más) en el tema de venta de dominios.

1&1 Dominios Mi Web Hosting Correo Servidores Tiendas Online

1&1 DOMINIOS

Nunca costó menos registrar un dominio

- ✓ Cuenta de correo incluida
- ✓ Gestión completa de DNS
- ✓ 1&1 Dominios App
- ✓ Soporte 24/7

com
powered by VERISIGN

Por solo **5,99€** el primer año*

Introduce aquí tu dominio .com

Nuevos Dominios

En 1&1, más de 700 nuevas terminaciones de dominio.

[¡Reserva gratis!](#)

Dominios

Desde **0,99€** el primer año*

¡Registra ahora tu dominio!

Nombre de dominio .com

[Continuar](#)

Mi Web

Incluye todo lo que necesitas para estar presente en Internet.

[¡Pruébalo ahora!](#)

Hostgator es el proveedor de servidores con mejores precios y calidad:

Toll Free: **1.866.96.GATOR**
Local: **1.713.574.5287**
Now hosting over 9,000,000 domains!

[LIVE CHAT](#)

WEB HOSTING | RESELLER HOSTING | VPS HOSTING | DEDICATED SERVERS | DOMAINS | SUPPORT | AFFILIATES

Unlimited Web Hosting

Web Hosting made **EASY** and **AFFORDABLE!**

- ✓ **UNLIMITED** Disk Space
- ✓ **UNLIMITED** Bandwidth
- ✓ **EASY** Control Panel (**Try Demo**)
- ✓ **1-CLICK** Script Installs
- ✓ **\$100** Google AdWords Offer
- ✓ **4,500** Free Website Templates
- ✓ **99.9%** Uptime Guarantee
- ✓ **45** Day Money Back Guarantee
- ✓ **24/7/365** Technical Support

Now **20% OFF!**

STARTING AT **\$3.96*** /mo

[VIEW WEB HOSTING PLANS](#)

POWERED BY 100% WIND ENERGY

Hay que tener en cuenta que no solo necesitamos alojamiento para la web, también otras posibilidades como poder crear subdominios, blogs etc. que necesitaremos para posicionarnos.

El secreto mejor guardado es el algoritmo de Google, o lo que es lo mismo, el porque Google poner unos resultados antes que otros. Este algoritmo (formula) no es siempre el mismo, va cambiando (no mucho). Podemos intuir que es lo que le gusta a Google de una página:

- Que no tenga enlaces malos o comprados dirigiéndose a ella
- Que no sea una web de pega hecha solo por tener enlaces
- Que tenga relación todo su contenido (si es un restaurante, que no hable de maquinaria pesada)
- Que hayan enlaces externos apuntando hacia la misma
- Que tenga una cierta antigüedad
- Que obtenga resultados. Si la pagina se muestra en Google pero la gente no hace clic sobre la misma, la pagina baja y baja
- Que tenga muchos enlaces internos

Por todo ello vamos a hacer un planteamiento de una web con unos mínimos comunes para poder posicionarla.

Hemos realizado una web muy sencilla que la hemos posicionado muy rápido.

[Restaurante El Pato Loco | Restaurante en Sevilla](http://www.webejemplo.es/restaurante-en-sevilla.htm)

www.webejemplo.es/restaurante-en-sevilla.htm ▼

Restaurante El Pato Loco esta situado en el centro de Sevilla, en la calle Almazaba 6, parking gratuito.

El dominio no sigue las necesidades de posicionamiento, dado que hemos utilizado un dominio del que disponemos para realizar nuestros ejemplos de cursos. Pero como vemos la pagina que sale en los buscadores no es la index (Pagina principal) sino la pagina interior cuyo nombre es restaurante-en-sevilla. Es decir, esta mejor posicionada esta página que la index (que en teoría es la más importante)

Como vemos hemos hecho lo siguiente:

TITULO

En el titulo la palabra mas importante (Restaurante) la hemos incluido dos veces, también el nombre del restaurante y donde esta situado. Estos son los conceptos principales para un restaurante, obviamente para otro tipo de empresa o actividad serán otros y habrá que estar a ellos.

Hemos puesto una descripción que nos ha parecido que puede interesar al visitante, que puede hacer que hagan clic, situación céntrica del restaurante, oferta de parking gratuito.

Si hacemos clic en el resultado del buscador, vamos a nuestra página

RESTAURANTE EL PATO LOCO

Especialidades en marisco y pescado

Donde estamos

Contacto

Reservas

Visita virtual

[Restaurante en Sevilla](#)

[Especialidad en Marisco](#)



Restaurante el Pato Loco C/ El Remedio 7 Sevilla

Best sites ▾

restaurante el pato loco,
restaurante sevilla
restaurante
marisco restaurante
pescado restaurantes en
sevilla

Vamos a ir analizándola para así ver como debemos plantear una web

PUNTO PRINCIPAL: Una web **no** puede ser diseñada por un informático. Debe ser diseñada por el comercial de la empresa o el jefe de marketing o la persona con más instinto comercial que tengamos disponible. El informático hará la web, pero si es él el que la diseña, no la posicionaremos nunca.

La web que hemos hecho de ejemplo es simple y rutinaria, porque quiere mostrar los elementos esenciales y básicos para poder ser usable y posicionable.

USABILIDAD

Termino ya olvidado por las buenas conexiones que tenemos de adsl y similares. Una web debe ser usable, o sea, sencilla. Que el informático entienda que nos parece maravilloso sus grandes conocimientos de código, de java y de plantillas css, pero la web es para que la utilicen y la vean nuestros clientes y posibles clientes, por lo que debe ser sencillo para ellos, escrito en el idioma al que vaya dirigido, sin vocablos extraños.

FAQ: Cuantas webs en español tienen este vocablo que significa Frecuently Asked Questions? Demasiadas, no debería haber ninguna. Porque no poner "Dudas" "Preguntas" "Mas información"

La pregunta: es conveniente ponérselo difícil a nuestros posibles clientes?. Teniendo en cuenta la enorme competencia que existe hoy en día en cualquier sector, no es mejor que nuestra web sea amigable, sencilla, usable?



COMERCIAL

La web debe seguir criterios comerciales, criterios de nuestros intereses, de lo que deseamos ofrecer, criterios que ayuden al visitante y lo atraigan, de forma clara y sencilla.

Si nuestro negocio es un restaurante, debe quedar claro el nombre, que tipo de comida ofrecemos, donde estamos situados, como llegar, como hacer una reserva, nuestro horario, los menús, sus precios, como contactar, nuestro teléfono, mail. Todo sencillo y rápido.

Si nuestra web no muestra claramente donde esta el restaurante, cuanto va a tardar el visitante en ir a otra web de otro restaurante?

Si ponemos un plano, que sea claro, fácil de seguir, exacto.

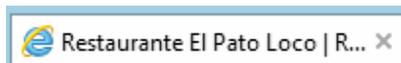
TITULO

Claro, destacado y con subtítulo aclaratorio

RESTAURANTE EL PATO LOCO

Especialidades en marisco y pescado

El título va en la web, pero también en el código, en lo que se denominan etiquetas META, código de la web que no se ve pero que lo lee el buscador. Título que sale en la parte superior del navegador.



Si miramos el código de la página

```
4
5 <head>
6 <meta http-equiv="Content-Language" content="es">
7 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1252">
8 <title>Restaurante El Pato Loco | Restaurante en Sevilla</title>
9 <meta name="keywords" content="el pato loco, restaurante, restaurante sevilla, restaurante marisco, restaurante
10 pescado">
11 <meta name="description" content="Restaurante El Pato Loco esta situado en el centro de Sevilla, en la calle
12 Almazaba 6, parking gratuito.">
13 </head>
```

Lo que está entre las etiquetas `<title>` /`</title>`, son las etiquetas META

Como vemos tenemos:

```
6 <title>Restaurante El Pato Loco | Restaurante en Sevilla</title>
```

El título no debe ser demasiado largo, debe tener entre 7 y 15 palabras totalmente descriptivas del sitio, es lo más importante. Debemos pensar muy mucho antes de decidir que título queremos poner. Es obvio que siempre puede cambiarse, pero estos cambios pueden tardar en trasladarse a los buscadores.

Keywords

```
7 <meta name="keywords" content="el pato loco, restaurante, restaurante sevilla, restaurante marisco, restaurante  
pescado">
```

Las etiquetas keywords son las palabras clave por las que deseamos ser encontrados en los buscadores. No son muy efectivas dado que los buscadores actuales rastrean toda la pagina y le dan mucha mas importancia a lo escrito y relacionado en la misma.

Descripción

Este si es un apartado importante dado que en un primer rastreo los buscadores suelen aceptarlo como descripción de la web. Posteriormente las descripciones van adaptándolas a las experiencias en búsquedas de los visitantes.

```
8 <meta name="description" content="Restaurante El Pato Loco esta situado en el centro de Sevilla, en la calle  
Almazaba 6, parking gratuito.">
```

ENLACES INTERNOS

Donde estamos

Los enlaces internos son fundamentales y deben aparecer en todas las páginas de la web. Son los enlaces que llevan a otras páginas de la web.

Contacto

Tienen que estar bien definidos, como vemos en la imagen. El titulo de cada enlace debe indicar la definición de la página a la que van, esto va a reforzarla a la hora del posicionamiento.

Reservas

Visita virtual

También debemos reforzar algunas páginas, como la principal con títulos diferentes.

[Restaurante en Sevilla](#)

Por ejemplo Restaurante en Sevilla o Especialidad en Marisco son enlaces a la página principal.

[Especialidad en Marisco](#)

Los buscadores toman también estas definiciones para sus palabras clave.

La página que tenga más enlaces internos los buscadores la tomarán como la más importante. Por lo que la página principal tiene que tener enlaces desde todas las páginas, y más de uno si es posible.

A los buscadores les gusta indexar más las páginas internas, las que no son principales, entienden que son las páginas a las que quieren ir los visitantes, donde realmente van a encontrar lo que buscan, lo más específico. Es por ello que el diseño de cada página, de todas, es fundamental, su usabilidad es primordial, encuentre el visitante lo que encuentra, vaya a la página que vaya, debe tener claro donde está, como se van a las partes principales de la web, que es lo que ofrecemos, que es lo que tenemos.

PAGINA REGULAR



Este restaurante tiene en su página principal todos los accesos necesarios, aprueba, pero son demasiados, no están muy claros, cuesta encontrar el acceso de reservas, hay enlaces internos sin importancia equiparados a los más importantes.

PAGINA BUENA



Esta es una pagina index excelente. Arriba los accesos fundamentales, la carta, los menús, las reservas, información.

Y a la derecha otros accesos y repite los accesos fundamentales: Reservas en Información.

Hay dos posturas, la del informático que nos hace la web que nos dirá que los clientes tienen que buscarse la vida y que es su problema si son tontos y no entienden bien una web, y la de nuestro comercial que nos dirá que la web es para vender y que no nos interesa hacer una competición de a ver quien encuentra antes que, lo que nos interesa es hacer una web USABLE, sencilla, práctica. Una web como esta. Con buenos enlaces internos.

TAGS

Los tags son enlaces internos, definiciones que nos interesan que se propaguen para posicionarnos. Dado que los buscadores dan mas importancia a un texto que esta escrito con letra mas grande y en negrita, los genios SEO recomiendan realizar "nube de tags", o lo que es lo mismo, poner en nuestras paginas enlaces internos con las palabras escritas en diferentes tamaños para así resaltar las que mas nos interesen.

Esto es de muy dudosa efectividad.

- 1.- Lo primero que el propietario de un sitio web debe buscar con el posicionamiento es conseguir visitas de calidad que reviertan un beneficio. Conceptos como Popularidad de Enlaces, vistosidad y otros objetivos son secundarios.
- 2.- Los buscadores cambian y evolucionan constantemente. Los algoritmos de búsqueda de los buscadores son cambiantes, con lo cual las páginas se deben adaptar a las nuevas circunstancias.
- 3.- Los buscadores valoran en gran medida el contenido, la originalidad y la sencillez de un sitio web. La simplicidad para el usuario y la simplicidad para el robot a menudo van de la mano.
- 4.- Los buscadores tienen en cuenta la antigüedad del dominio. Si hay dos sitios web de igual calidad, siempre aparecerá primero el más antiguo en los primeros puestos de las búsquedas.
- 5.- Debemos vigilar diariamente las estadísticas de acceso a nuestras páginas. Nos dan mucha información del tipo de visitas que recibimos y de lo que estamos haciendo bien o mal.
- 6.- Los metatags no son necesarios para el posicionamiento. Sólo las utilizan algunos directorios para indexarnos convenientemente.
- 7.- Los enlaces externos a nuestra web son realmente importantes. Sobre todo los de webs de calidad con temática parecida a la nuestra.
- 8.- La Popularidad de Enlaces (lo que Google llama PageRank, para entendernos...) no significa posicionarse mejor, es al revés, un buen posicionamiento suele implicar una buena Popularidad de Enlaces.
- 9.- Cuanta más tecnología se utilice en las páginas más difíciles se lo ponemos a los buscadores. El abuso de JavaScript y Flash dificulta que un buscador nos "entienda".
- 10.- Las altas automáticas sirven para muy poco. Un buen posicionamiento pasa por un trabajo manual de alta en directorios.

11.-La indexación hace que tu web pueda aparecer en los buscadores, toda página que el robot no haya rastreado ni indexado no figurará en los resultados.

12.-El código limpio es muy valorado por los buscadores. Los tag incompletos, conflictos en el código o un exceso de javascript pueden obstruir al robot a la hora de hacer su trabajo.

(Webtaller)

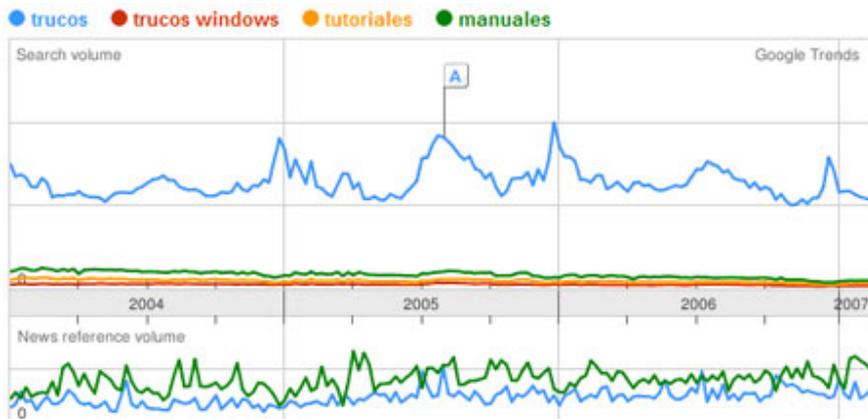
1. Definición de las palabras con las que quieres salir indexado

Cuando me propuse **indexar mistrucos.net en Google** quería salir en primeros resultados por las palabras: mis trucos, trucos windows, trucos asp.net, trucos programación...

Entonces no conocía **Google Trends** .

¿**Qué es Google Trends**? Google Trends es una herramienta excelente para ver las tendencias de la gente en las **búsquedas que se realizan en google** (<http://trends.google.com>). Cuando conocí Google Trends empecé a examinar aquellos criterios de palabras clave por las que quería **salir indexado y bien posicionado**. Cometí un error, ¿para qué quería salir indexado por "mistrucos" y por "trucos programación" si existían tendencias mayores de los usuarios?

Actualmente ésta es la tendencia que utilizo para **mistrucos.net** <http://google.com/trends?q=trucos%2C+trucos+windows%2C+tutoriales%2C+manuales&ctab=o&geo=all&date=all&sort=o>

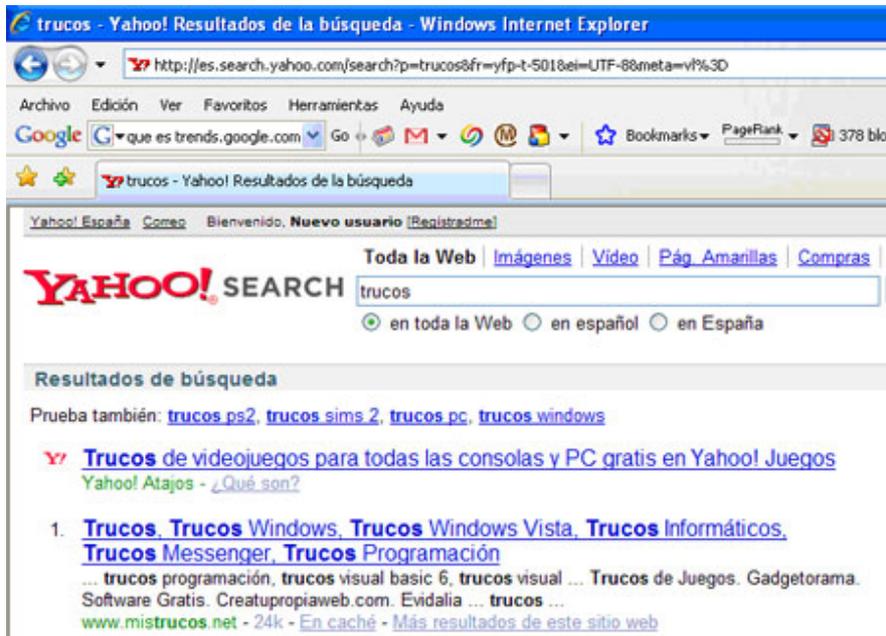


No hace falta decir que utilizo mayoritariamente la palabra “**trucos**” en mi mistrucos.net.

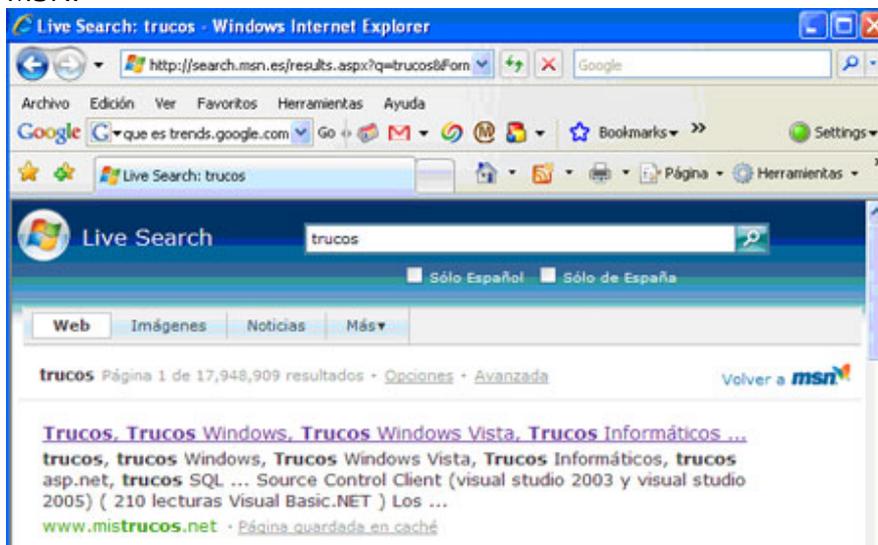
Google:

The screenshot shows a Google search for 'trucos' in Spanish. The search results are displayed under the 'La Web' category. The top result is 'trucos de juegos gratis. Nuevos juegos' from www.trucoteca.com/, which includes a description: 'Todos los trucos de todos los juegos y todas las consolas. El universo de los trucos y nuevos juegos.' Other results include 'Trucos en MERISTATION' and 'Trucos, Trucos Windows, Trucos Windows Vista, Trucos Informáticos ...' from www.mistrucos.net/.

Yahoo:



MSN:



NOTA: En este primer punto, me gustaría destacar de que si aún no tienes el dominio comprado, es el momento de definir su nombre para que el texto contenga la palabra clave inicial con la que desees salir **posicionado en las primeras páginas**. Por ejemplo, mistrucos.net incorpora la palabra **trucos**.

2. Links de otras Web

Una vez tienes definidas correctamente las **palabras por las que quieres salir indexado** es el momento de empezar a trabajar.

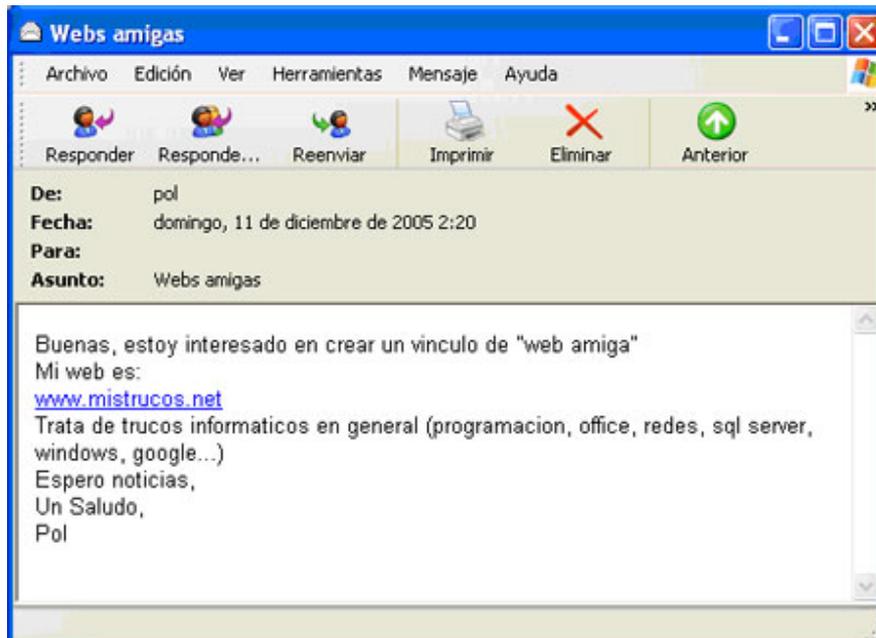
Actualmente Google le da mucha importancia a tener links que apunten a tu Web y, además, que los links tengan las palabras clave por las que quieres salir **indexado en los buscadores** (en mi caso, el intercambio de enlaces lo realizo con las palabras "**trucos**" o "**trucos Windows**").

¿Qué es un intercambio de enlaces?

Básicamente es la manera de que la gente te enlace en tu sitio y tú en el suyo. El **intercambio de enlaces** es una pequeña mafia. Cuando tienes **Page Rank 0**, con pocas visitas, nadie te quiere. Nadie quiere enlazarte. Además, envías centenares de correos a los webmasters y la gente no te contesta. Es una tarea desagradable y costosa, y requiere demasiada paciencia.

Con el tiempo, poco a poco vas creando una buena lista de enlaces, y eso va dándole progresivamente **Page Rank al Web**. Cuando tenía **Page Rank 2** atacaba a los webmasters que tenían **Page Rank 3**... Nunca intenté con Page Rank 0 contactar con alguien de Page Rank 5 porque sabía que no me contestarían.

Como curiosidad, guardo todos los emails que he ido enviando... Éste es mi primer email:



Actualmente mistrucos.net tiene un **Page Rank 5** (pero sigo buscando enlaces para aumentarlo...).

Otra práctica que he utilizado, pero no demasiado elegante, fue postear en foros con la firma de mi propio web (y funcionó...) Evidentemente, todo lo posteadado era de carácter significativo y de foros de la temática de mistrucos.net.

3. Sitemaps

Es importante crear un **sitemaps** para que **Google** o **Yahoo** utilicen tu mapa para facilitarle el rastrear de tu Web.

Hay dos tipos de sitemaps, **el mapa Web** que es una página del Web donde está el contenido segmentado por categorías para facilitarle a los buscadores encontrar tu contenido o también generar un **sitemaps en fichero** para **Google, Yahoo**, etc.

En mistrucos.net tengo el sitemap en **ficheros**, uno para Google y otro para Yahoo. Este fichero contiene todas las url's activas de mistrucos.net. Puedes generar el fichero de muchas formas... Yo me construí un ejecutable que recorre el Web y crea el fichero XML para Google y txt para Yahoo.

Página para crear una cuenta y subir el sitemap para Google:
<http://www.google.com/webmasters/sitemaps/siteoverview?hl=es>

Los ficheros sitemap los actualizo semanalmente para que **Google** detecte que mi sitio es dinámico con contenidos nuevos.

4. Código del Web

Creo que es uno de los puntos a tener en cuenta y que muchas veces se desatiende en el posicionamiento web.

Temas importantes:

Metas: Son muy importantes para **indexar bien tu página en buscadores**. Es importante que los metas contengan una estructura correcta, por ejemplo, que las keywords no sean más de 12. Últimamente se empieza a escuchar que Google ya obvia parte de los metas y se centra únicamente en los contenidos de la página Web.

Imágenes: Toda imagen tiene que tener el **alt** explicativo de la imagen u foto. Además las imágenes tienen que estar totalmente optimizadas para el sitio Web.

Divs: No construir el site con tablas, utilizar únicamente **DIVS** con **CSS** (También se dice que a Google le encantan los DIVS). El maquetar con divs permite mucha versatilidad a la hora de

maquetar, y otro factor más importante es que la maquetación en divs y CSS permite crear una maquetación basada en CSS lo que hará que la página sea mucho más rápida y cargue antes.

Rewrite: Utilizar Rewrite en las urls y, a poder ser, realizar el rewrite con extensiones **htm o html**. Creo que se le da mas peso en resultados de búsqueda de páginas que tengan la extensión html o htm porqué **Google interpreta que no son páginas dinámicas**.

H1: utilizar los tags h1, h2, h3 en los títulos.

Texto: A lo largo del texto, ir destacando en negrita aquellas palabras clave del sitio que aparecen en el contenido para brindar más peso.

Javascript: Intentar poner el javascript al final de las páginas (códigos de rastreo, javascripts para realizar validaciones...). Google le atribuye importancia a las primeras partes de la página.

Utilizar listas: Es importante utilizar listas (ul, li) en los menús y parrillas.

Código en la creación HTML: Yo siempre intento reducir parte del texto html, por ejemplo quitando dobles espacios, ajuntando código, reduciendo los nombres de los class="nombredeclase"...

(Pol Salvat)

ESTADÍSTICAS

Tenemos que saber lo que pasa en la web, quien nos visita, cuando, cuantos nos visitan, que paginas viene, por que paginas entran, que buscadores nos envían los visitantes, cuales son nuestros mejores días, las mejores horas etc.

Hay muchas webs que nos ofrecen estadísticas de visitas, entre ellas el servidor donde tenemos alojada la web.

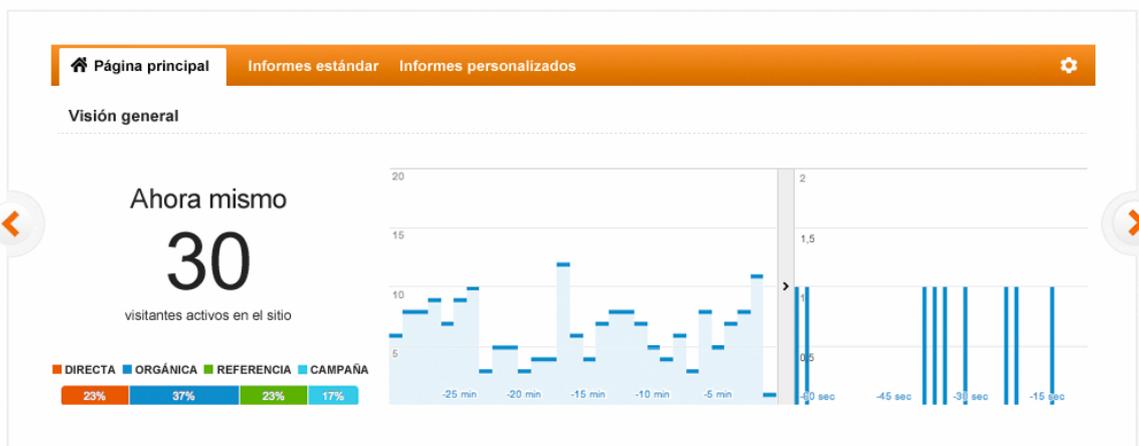
La gestión de estadísticas más popular es Google Analytics, el programa de estadísticas gratuito que nos da google.

<http://www.google.com/analytics/>



Consulte los resultados de las campañas en tiempo real

Supervise la actividad a medida que transcurre en su sitio. De esta forma, verá de forma inmediata qué funciona y qué no. [Más información](#)

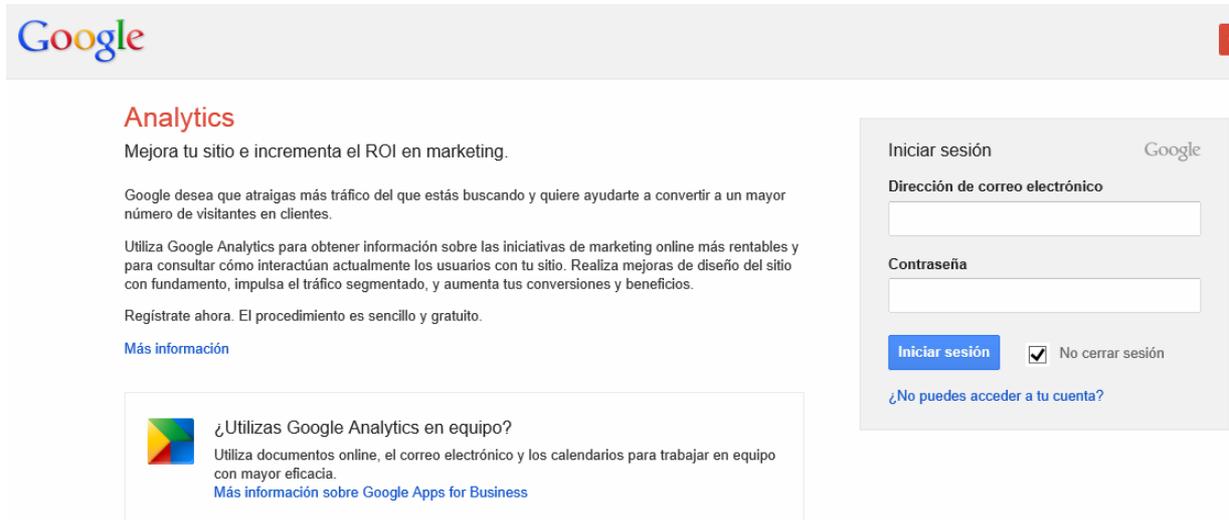


Tendremos que crear una cuenta. Para ello lo mejor es que previamente tengamos una dirección de correo de Gmail que es gratuita.



Pulsamos en

Iremos a



Analytics

Mejora tu sitio e incrementa el ROI en marketing.

Google desea que atraigas más tráfico del que estás buscando y quiere ayudarte a convertir a un mayor número de visitantes en clientes.

Utiliza Google Analytics para obtener información sobre las iniciativas de marketing online más rentables y para consultar cómo interactúan actualmente los usuarios con tu sitio. Realiza mejoras de diseño del sitio con fundamento, impulsa el tráfico segmentado, y aumenta tus conversiones y beneficios.

Regístrate ahora. El procedimiento es sencillo y gratuito.

[Más información](#)

 ¿Utilizas Google Analytics en equipo?
Utiliza documentos online, el correo electrónico y los calendarios para trabajar en equipo con mayor eficacia.
[Más información sobre Google Apps for Business](#)

Iniciar sesión Google

Dirección de correo electrónico

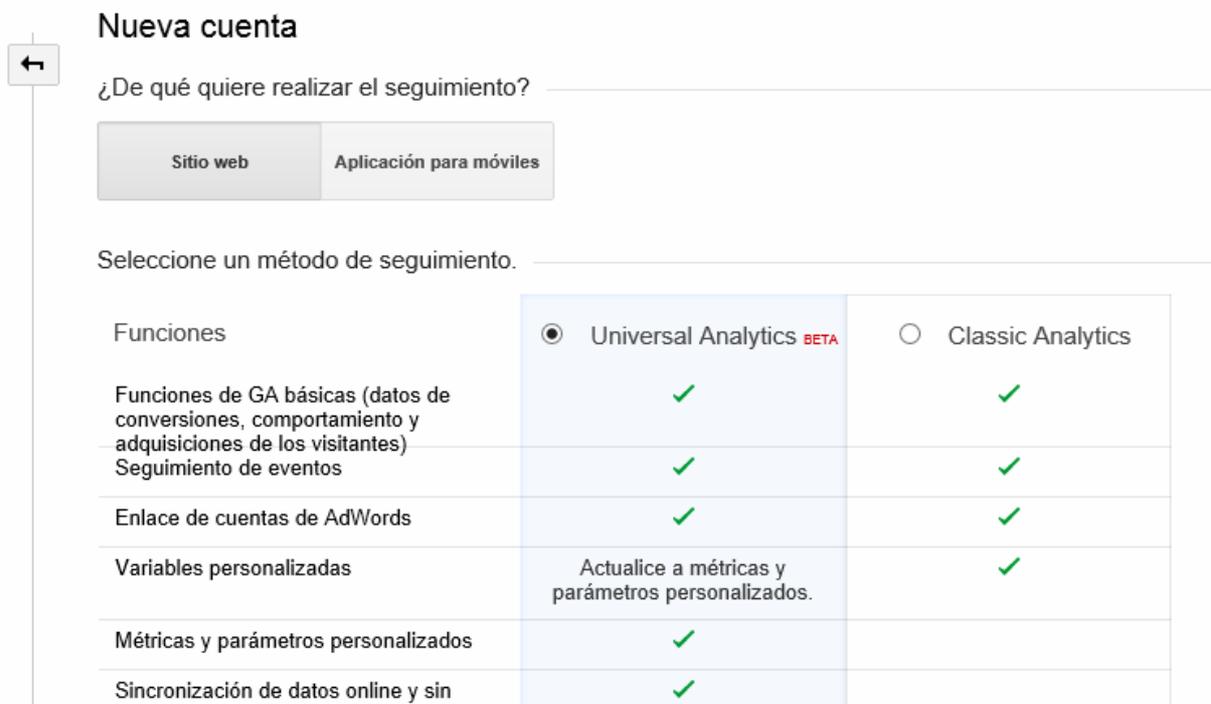
Contraseña

No cerrar sesión

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

Introduciremos nuestros datos y contraseña

Configuraremos una nueva cuenta introduciendo todos los datos



Nueva cuenta

¿De qué quiere realizar el seguimiento?

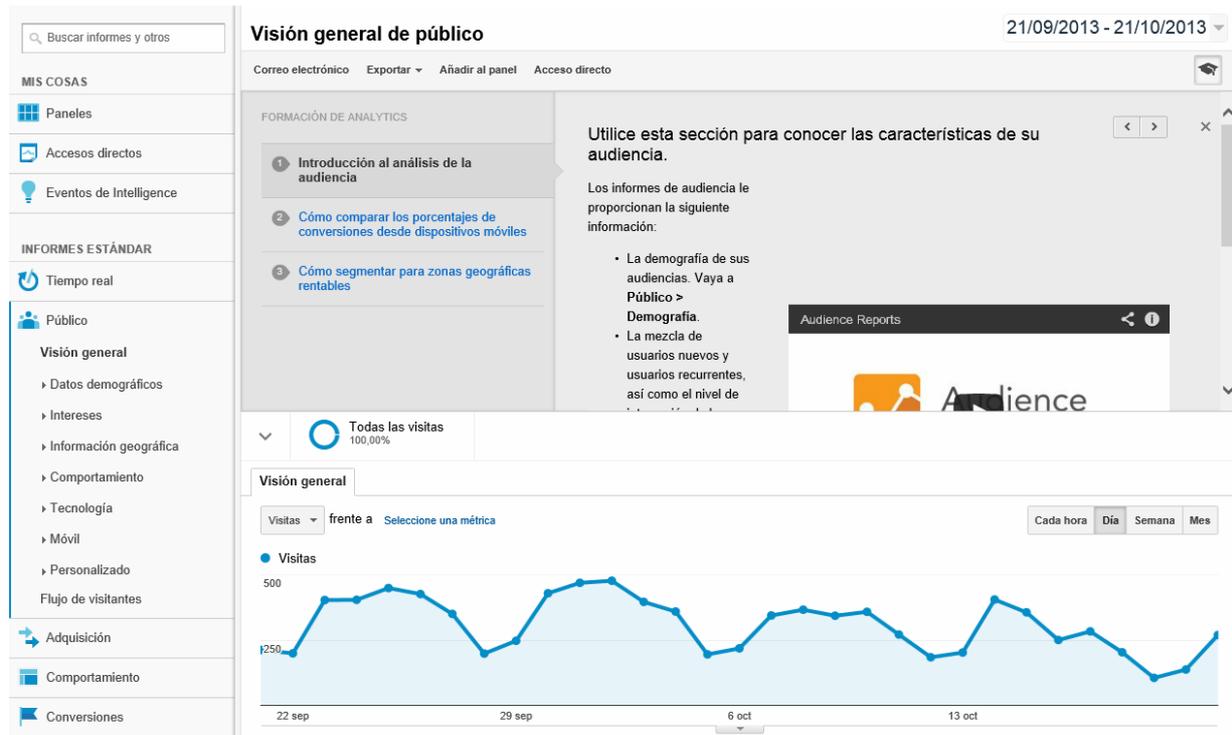
Sitio web Aplicación para móviles

Seleccione un método de seguimiento.

Funciones	<input checked="" type="radio"/> Universal Analytics <small>BETA</small>	<input type="radio"/> Classic Analytics
Funciones de GA básicas (datos de conversiones, comportamiento y adquisiciones de los visitantes)	✓	✓
Seguimiento de eventos	✓	✓
Enlace de cuentas de AdWords	✓	✓
Variables personalizadas	Actualice a métricas y parámetros personalizados.	✓
Métricas y parámetros personalizados	✓	
Sincronización de datos online y sin	✓	

Datos de nuestro sitio web. Tendremos que incluir un código en nuestra web para que sea posible el rastreo por parte de Google Analytics

Una vez dada de alta la cuenta y configurada en nuestra web, al cabo de unas horas ya podremos ver estadísticas



Es interesante e importante analizar las estadísticas en todas sus versiones para ir aprendiendo lo que sucede en la web.

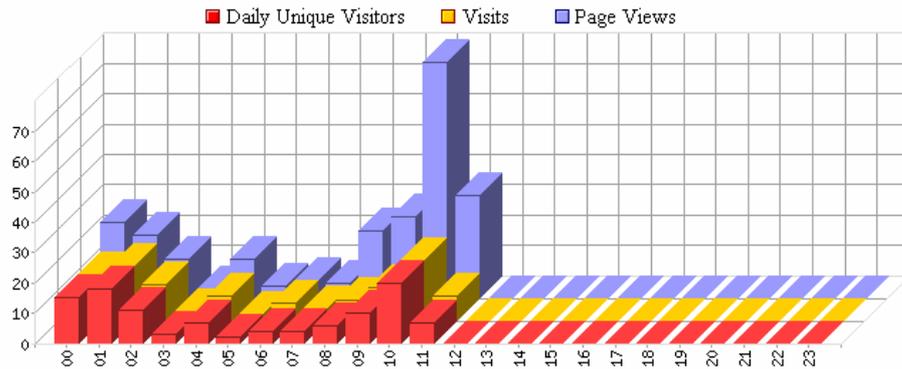
Esto en cuanto al más popular de los analizadores de estadísticas.

Desde este curso recomendamos unas estadísticas más sencillas y fiables, gratuitas también y que han demostrado total fiabilidad durante los últimos 15 años.

La pega de los gestores de estadísticas es que pueden dejar de funcionar, con lo que los históricos se nos van al traste.

Recomendamos addfreestats.com, son gratuitas, fiables y muy sencillas de usar. De un solo vistazo tenemos todos los datos importantes día a día.

Están en ingles pero son perfectamente entendibles



Visits - Page Views - Unique Visitors

	Per Hour	Estimate	Today	Yesterday	Week	Month
Visits	9.77	407.0	114	288	402	6805
Page Views	21.51	1092.4	251	735	986	15307
Daily Unique Visitors	9.17	369.9	107	270	377	6432



Best Day

	Date	Best Day	Today Estimate
Visits:	Tuesday 3 March 2009	13034	407.0
Page Views:	Tuesday 3 March 2009	22424	1092.4
Daily Unique Visitors	Tuesday 3 March 2009	12757	369.9

Su configuración es muy sencilla, y esta en español.

Solo tenemos que dar de alta la página, copiar un código y pegarlo en la página para que tengamos el rastreo constante.

ENLACES EXTERNOS

Los enlaces externos o backlinks son los votos que recibimos, son los enlaces que hay en otras webs y que apuntan a nuestra web.

Si el restaurante Arza tiene un enlace a nuestro restaurante, "Restaurante el Pato Loco" eso seria fantástico, dado que seria un gran voto. Arzak es un buen restaurante muy bien considerado por los buscadores, ese es un buen enlace externo. Lo mismo si El Mundo pone un enlace a nuestra web, o un blog sobre comida y restaurantes u ocio.

Pero otros sitios lo que pueden hacer es todo lo contrario: fastidiarnos nuestra clasificación y reputación en los buscadores. Si tienes como amigo un premio Nobel no es lo mismo a que si tu amigo es un bandarra.

PLANES PARA BACKLINKS



Backlinks
150 Backlinks

***** **PLAN INICIA** *****

150 BACKLINKS

Backlinks reales y de calidad. ✓

Tiempo de entrega: 5/7 días ✓

Precio campaña: ~~50€~~ 35€

- Escribir e-mail
- Escribir tu URL

[Comprar ahora](#)



*Todos los pagos realizados mediante transferencia bancaria: **3,4% descuento**

Esta es una de esas webs que venden enlaces externos. Lo cumplen, te ponen miles de enlaces (en este caso 150) en otras webs apuntando a la tuya, la cuestión es si son buenos o malos esos enlaces.

. ¿Qué son los backlinks o enlaces externos?

El término backlinks se refiere al número de páginas que enlazan a una web concreta (tus enlaces entrantes). Por ejemplo, si 10 directorios tienen un enlace a tu página web, tendrías 10 backlinks. El número de backlinks (enlaces externos), es importante para el posicionamiento en los buscadores y es indicativo de la popularidad o importancia de una web. Es de esperar que cuantos más enlaces entrantes tenga tu página mejor posicionada esté. No obstante, no vale cualquier enlace para posicionarnos ni obtendremos los mismos resultados en función de la manera en que nos enlacen. Por ejemplo, los enlaces externos en JavaScript son muy difíciles de seguir por los buscadores, por lo que rara vez cuentan para posicionarnos.

Lo ideal es que el backlink sea del tipo siguiente:

```
<a href="http://www.miweb.com/">keywords</a>
```

De esta manera, a parte de ser perfectamente válido para los buscadores, estás indicándoles que la página enlazada contiene información sobre las palabras clave escritas en el anchor text (esto es el anchor text: >keywords<). Por tanto, hay que tener cuidado en cómo nos enlazan, porque en función de la manera en que esté realizado el enlace, promocionaremos unas palabras clave u otras. Para más información sobre cómo conseguir buenos enlaces, pincha en el link.

2. ¿Quién está enlazando mi web?

Una de las preguntas más vistas en los foros SEO es acerca de este tema, y en concreto, de cómo se puede saber cuántas páginas enlazan a nuestras webs, es decir, saber el número de backlinks de una web. Y como todo lo relacionado con el mundo SEO, Google es el buscador que más preocupa y más polémica causa.

Son conocidos por mucha gente los comandos que permiten ver estos backlinks en los buscadores (ver punto 3 de este mismo artículo), pero a la hora de la verdad muchos webmasters se sorprenden al realizar la búsqueda en Google y ver que los resultados que muestra hacen pensar que sus enlaces externos son mucho menores de lo que suponían. El caso es que Google no muestra todos los enlaces entrantes, sino que ofrece una muestra aleatoria de entre todos los que tiene indexados, por lo que el resultado es mucho menor de lo que en realidad es. Sí, a pesar de lo que se pueda comentar por ahí, Google no muestra sólo enlaces de páginas con PageRank superior a 3 ó 4, sino que los resultados que

arroja son una muestra ALEATORIA de lo que tiene en sus data centers, entre los cuales puede haber enlaces de páginas con PR de todo tipo.

Teniendo en cuenta esto, habrás podido suponer que buscar en Google los enlaces externos que tenemos por muy importante que sea como buscador, es una pérdida de tiempo. No obstante, no hay que desesperarse, puesto que Yahoo o MSN sí que ofrecen datos bastante realista acerca de los backlinks. Así que ya sabes, si quieres saber cuántas páginas enlazan a tu web, olvídate de Google por un rato y piensa en Yahoo o MSN.

3. Qué hacer para conocer tus backlinks

Como hemos comentado en el apartado anterior, Google no muestra todos los backlinks de nuestra web, por lo que la información que nos proporcione no será muy útil. No obstante, sí que es útil la información que nos devuelvan Yahoo o MSN, ya que esto sí incluyen la mayoría de los enlaces externos que tenemos. Y no te preocupes por si las cifras son o no son iguales en Yahoo que en Google. Lo más probable es que lo que tiene indexado Yahoo también lo tenga Google, y sino no tardará mucho en hacerlo.

La búsqueda exacta que hay que realizar en cada buscador para conocer los enlaces externos es la siguiente:

Google: se utiliza el comando link en la caja de búsquedas del siguiente modo: "link:www.lawebera.es". Recuerda que no muestra todos los backlinks.

Yahoo: para saber los backlinks de tu web, entra en <http://siteexplorer.search.yahoo.com/> y en la casilla de búsqueda que aparece introduce tu web y pulsa "explore URL". Puedes alternar entre ver las páginas indexadas (pages) o los enlaces hacia tu web (inlinks).

MSN: para ver los enlaces externos en MSN, se dispone del comando linkdomain también. Deberíamos escribir algo así en la caja de búsquedas: "linkdomain:www.lawebera.es".

Para finalizar, decir que realizar una revisión periódica de nuestros backlinks en Yahoo o MSN puede servirnos para hacernos una idea de qué efectividad tienen nuestras campañas de promoción web, ya que si vamos aumentando progresivamente nuestros enlaces externos con el paso del tiempo, es de

suponer que es porque cada vez nos conoce más gente, ofrecemos buenos contenidos y vamos siendo poco a poco más importantes.

4. Direcciones de interés

En la Red hay multitud de herramientas capaces de hacer las búsquedas indicadas en el párrafo anterior de forma automática, de forma que te devuelven los resultados en una página resumen. Lo único que tienes que hacer en la mayoría de los casos es ingresar la url de tu web en una casilla de búsqueda. Aquí tienes algunos ejemplos:

Link Popularity Analysis: muestra el número de backlinks en los principales buscadores, el PageRank, además, te informa si el sitio está inscrito en Dmoz, el directorio de Yahoo y en Archive.org. También hace un pequeño análisis del título y de los meta-tags.

LinkPopularity.com: sencilla herramienta online que te muestra en número de enlaces externos o backlinks en Google, MSN y Yahoo.

Por otro lado, parece obvio, pero todo esto de nada sirve si no te preocupas por conseguir enlaces.



Qué ocurre con los enlaces externos???

Son fundamentales: los necesitamos, son votos, nos posicionan, nos indexan, nos suben en los resultados.



Nos pueden perjudicar y mucho. Unos miles de enlaces nos subirán la web de forma casi inmediata pero posteriormente cuando el rastreador se vaya dando cuenta, la web bajará y hasta desaparecerá.

Por lo tanto.

El oráculo del posicionamiento web:

LOS CONSEJOS DE GOOGLE

Esto es lo que nos dice Google, si quieres que te posicione, hazme caso (mas o menos es cierto pero no exacto)

Directrices para webmasters

Prácticas recomendadas para ayudar a Google a encontrar, rastrear e indexar tu sitio

Si sigues estas directrices, ayudarás a Google a buscar, indexar y clasificar tu sitio en los resultados. Aunque decidas no implementar ninguna de estas sugerencias, te recomendamos que prestes especial atención a las "Directrices de calidad", en las que se describen algunas de las prácticas ilícitas que pueden dar lugar a la eliminación completa de un sitio del índice de Google o a la aplicación de una acción manual antispam o algorítmica. Si a un sitio se le ha aplicado una acción manual antispam, es posible que ya no aparezca en las páginas de resultados de Google.es ni en ninguno de los sitios asociados de Google.

- Directrices de diseño y de contenido
- Directrices técnicas
- Directrices de calidad

Cuando tu sitio esté listo:

- Envíalo a Google a través de la página <http://www.google.com/submityourcontent/>.
- Envía un sitemap a través de las Herramientas para webmasters de Google. Google lo utilizará para conocer la estructura de tu sitio web y para incrementar la cobertura que concedemos a tus páginas.
- Asegúrate de que todos los sitios que deban conocer tus páginas estén informados de la existencia de tu sitio en la Web.

Directrices de diseño y de contenido

- Crea un sitio que tenga una jerarquía clara y enlaces de texto. Se debe poder acceder a todas las páginas desde al menos un enlace de texto estático.

- Ofrece a los usuarios un mapa del sitio con enlaces que conduzcan a las secciones importantes del mismo. Si el mapa del sitio contiene un número de enlaces demasiado elevado, es preferible dividirlo en varias páginas.

- Una página debe contener un número razonable de enlaces.

- Crea un sitio útil con mucha información y redacta páginas que describan el contenido con claridad y exactitud.

- Piensa en las palabras que podrían introducir los usuarios para localizar tus páginas y asegúrate de que esas palabras estén incluidas en tu sitio.

- Intenta utilizar texto en lugar de imágenes para mostrar nombres, contenido o enlaces importantes. El rastreador de Google no reconoce el texto integrado en imágenes. Si debes utilizar imágenes para contenido textual, considera la posibilidad de utilizar el atributo "ALT" para incluir algunas palabras de texto descriptivo.

- Asegúrate de que los elementos <title> y los atributos "alt" de tu sitio sean descriptivos y precisos.

- Busca los enlaces dañados y corrige el código HTML.

- Si decides utilizar páginas dinámicas (es decir, si la URL contiene el carácter "?"), ten en cuenta que no todas las arañas de los motores de búsqueda rastrean tanto páginas dinámicas como páginas estáticas. Se recomienda que los parámetros sean cortos y poco numerosos.

- Consulta nuestras prácticas recomendadas para imágenes, vídeo y fragmentos enriquecidos.

Directrices técnicas

- Utiliza un navegador de solo texto como Lynx para examinar tu sitio, ya que la mayoría de las arañas de los motores de búsqueda verán el sitio de forma muy similar a Lynx. Si el uso de funciones avanzadas (como JavaScript, cookies, identificadores de sesión, marcos, DHTML o Flash) impide la visualización de todo el sitio en un navegador de texto, es posible que las arañas de los motores de búsqueda tengan problemas para rastrearlo.

- Permite que los robots de búsqueda rastreen tu sitio sin identificadores de sesión ni argumentos que efectúen un seguimiento de su ruta por el sitio. Estas técnicas son de gran utilidad para supervisar el comportamiento de un determinado usuario, pero el patrón de acceso de los robots es completamente distinto. El uso de estas técnicas puede generar una indexación incompleta de tu sitio, ya que es posible que los robots no puedan eliminar las URL que tengan un aspecto distinto pero que en realidad dirijan a la misma página.

- Asegúrate de que tu servidor web admita la cabecera HTTP "If-Modified-Since". Esta función permite que tu servidor web avise a Google si el contenido de tu sitio ha cambiado desde la última vez que lo rastreamos. El uso de esta función te permitirá ahorrar ancho de banda y reducir gastos generales.
- Utiliza el archivo robots.txt en tu servidor web. Este archivo indica a los rastreadores qué directorios se pueden rastrear. Asegúrate de mantenerlo actualizado para evitar un bloqueo accidental del robot rastreador de Google. Para obtener más información sobre cómo dar indicaciones a los robots que accedan a tu sitio, consulta la página <http://code.google.com/web/controlcrawindex/docs/faq.html>. Para asegurarte de estar utilizando correctamente el archivo robots.txt, puedes probarlo con la herramienta de análisis de robots.txt disponible en Herramientas para webmasters de Google.
- Haz lo posible para asegurarte de que los anuncios no afecten a las posiciones obtenidas a través de los motores de búsqueda. Por ejemplo, los archivos robots.txt no pueden rastrear los anuncios de AdSense de Google y los enlaces de DoubleClick.
- Si tu empresa adquiere un sistema de administración de contenido, asegúrate de que ese sistema cree páginas y enlaces que puedan rastrear los motores de búsqueda.
- Utiliza robots.txt para evitar el rastreo de páginas de resultados de búsqueda u otras páginas generadas automáticamente que carecen de valor para los usuarios procedentes de motores de búsqueda.
- Prueba tu sitio para asegurarte de que aparece correctamente en distintos navegadores.
- Controla el rendimiento de tu sitio y optimiza los tiempos de carga. El objetivo de Google es ofrecer a los usuarios los resultados más relevantes y un buen servicio. Los sitios rápidos aumentan la satisfacción del usuario y mejoran la calidad general de la Web (especialmente para los usuarios que disponen de conexiones a Internet lentas); así que esperamos que a medida que los webmasters mejoren sus sitios, mejore también la velocidad general de la Web.

Google recomienda a todos los webmasters que controlen regularmente el rendimiento del sitio mediante Page Speed, YSlow, WebPagetest u otras herramientas. Para obtener más información, herramientas y recursos, consulta el artículo [Exploremos la Web de forma más rápida](#). Además, la Herramienta de rendimiento del sitio de Herramientas para webmasters de Google muestra la velocidad de tu sitio según la experiencia de usuarios de todo el mundo.

Directrices de calidad

Estas directrices de calidad abarcan las formas más comunes de comportamiento engañoso o manipulador, pero Google también puede adoptar medidas contra otras prácticas fraudulentas que no se mencionan en este documento. No se debe asumir que Google aprueba una determinada técnica engañosa por el simple hecho de que no esté incluida en esta página. Los webmasters que se esfuerzan por respetar el espíritu de los principios básicos mencionados anteriormente ofrecen a los usuarios un

servicio de mayor calidad y alcanzan una posición mejor que aquellos que buscan la forma de aprovecharse de los vacíos legales.

Si crees que otro sitio usa de forma inadecuada las directrices de calidad de Google, háznoslo saber y envía un informe de spam. Google prefiere desarrollar soluciones escalables y automatizadas a los problemas. Por lo tanto, intentamos minimizar la lucha directa contra sitios fraudulentos. Es posible que no emprendamos acciones manuales para cada uno de los informes que recibimos, pero los informes de spam se priorizan en función del impacto sobre los usuarios y, en algunos casos, esto puede llevar a la retirada del sitio con contenido fraudulento de los resultados de búsqueda de Google. De todos modos, no todas las acciones manuales terminan en una retirada. Incluso en los casos en que emprendamos acciones en un sitio sobre el cual se haya informado, es posible que los efectos de estas acciones no sean obvios.

Principios básicos de las directrices de calidad

- Crea páginas principalmente para los usuarios, no para los motores de búsqueda.
- No intentes engañar a los usuarios.
- Evita trucos destinados a mejorar la posición obtenida a través de los motores de búsqueda. Una buena regla general es preguntarse si te sentirías cómodo al tener que explicar a un sitio web de la competencia o a un empleado de Google lo que has hecho. Otra buena forma de comprobar tu buen proceder es preguntarte: "¿Esto es útil para mis usuarios? ¿Haría esto si no existiesen los motores de búsqueda?".
- Piensa en lo que hace que tu sitio web sea único, valioso o interesante. Haz que tu sitio web destaque por encima de sitios similares de tu mismo campo.

Directrices específicas de calidad

Evita las técnicas siguientes:

- Contenido generado automáticamente
- Participación en esquemas de enlaces
- Encubrimiento
- Redireccionamientos engañosos
- Texto o enlaces ocultos
- Páginas de entrada

- Contenido copiado

- Participación en programas de afiliados que no añaden valor suficiente
- Carga de páginas con palabras clave irrelevantes
- Creación de páginas con comportamiento malintencionado, como páginas que suplanten la identidad o instalen virus, troyanos u otro software malicioso
- Abuso del marcado de fragmentos enriquecidos
- Envío de consultas automáticas a Google

Lleva a cabo prácticas recomendadas como las siguientes:

- Supervisa el sitio para detectar el contenido pirateado y elimina el contenido pirateado en cuanto aparezca.
- Evita y elimina el spam generado por usuarios en tu sitio.

Si consideras que tu sitio no cumple estas directrices, puedes modificarlo para que se ajuste a ellas y enviar una solicitud para reconsiderar su inclusión en los resultados de búsqueda.

O lo que es lo mismo, nuestra web debe ser:

- Aseada, con buenos contenidos, sin copiar textos de otras webs.
- Enlaces internos claros, en todas las paginas, los enlaces principales destacados y repetidos
- Paginas sin flash y elementos multimedia excesivos que no se indexan ni rastrean y que la hacen lenta y engorrosa.
- Enlaces externos buenos, de webs que estén relacionadas de alguna forma con nuestro negocio, que no vendan backlinks
- La web hay que actualizarla, si puede ser todos los días, aunque el cambio sea mínimo.

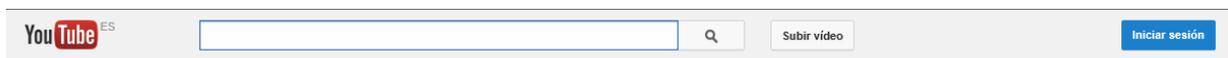
ENLACES EN YOUTUBE

Los enlaces externos son fundamentales, básicos, importantes. Pero los necesitamos de "calidad" o mejor dicho, buenos enlaces externos que no nos los vayan a penalizar los buscadores.

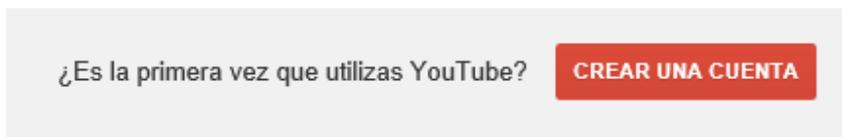
Por lo que una vez que tengamos la web vamos a irnos a relacionarnos nosotros mismos. Utilizaremos las redes sociales y las técnicas de community manager como la segunda forma de posicionamiento (la primera es una web usable, aseada y con buenos enlaces internos)

Crearemos nuestra web de empresa en youtube donde iremos poniendo y subiendo videos relacionadas con la empresa y, por supuesto, enlaces a la misma a la mínima oportunidad.

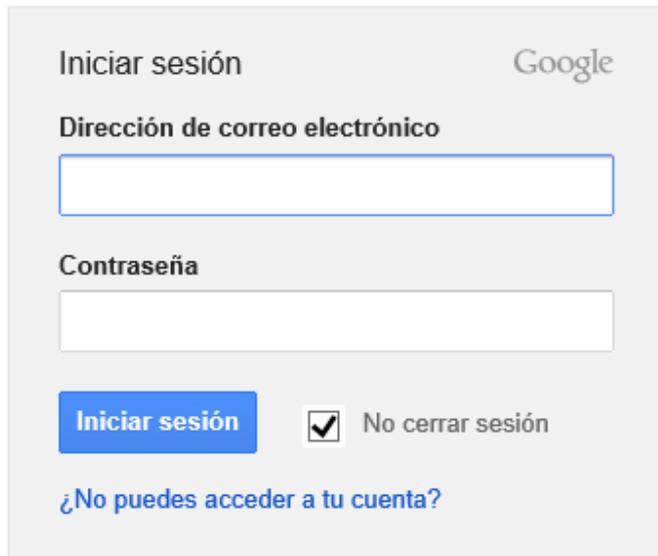
Vamos a youtube



Pulsamos en Iniciar Sesión



Pulsamos en Crear una cuenta para crearnos un canal de youtube para nuestra empresa. Una vez tengamos la cuenta creada, entramos de nuevo por Iniciar Sesión y ponemos nuestros datos de correo electrónico y contraseña (aquí nos hemos dado de alta también con la cuenta de gmail que obtuvimos previamente)



Iniciar sesión Google

Dirección de correo electrónico

Contraseña

No cerrar sesión

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

Tenemos un restaurante, que videos podemos subir? Pues el primero podría ser un video corto mostrando el restaurante, tanto exterior como interior, cocina, salones etc. (aseguraros que la cocina esté limpia y el salón aseado)

Tenemos el video en nuestro ordenador en formato mp4 por lo que solo tenemos que pulsar en Subir Video



Subir vídeo ▼



Selecciona archivos para subir

O arrastra y suelta archivos de vídeo.

Privacidad: **Público** ▼

Mientras sube el video rellenamos el titulo, contenido y etiquetas del mismo

Restaurante el Pato Loco - restaurantepatoloco.es ×

Restaurante el Pato Loco. Sevilla. Especialidad en mariscos y pescados. Parking gratuito. Céntrico. Abierto todos los días
www.restaurantepatoloco.es ^
v

restaurante × restaurante sevilla ×
restaurante en sevilla × restaurante marisco se... ×

además de un titulo correcto, y una definición ajustada y detallada, hemos incluido por dos veces la dirección web.

Y lo más importante:

Configuración del canal

 Descripción del canal

ENLACES PERSONALIZADOS Cancelar Listo

Superponer el primer enlace en el diseño del canal

URL 

 Añadir

Donde indicaremos el título de nuestra web y la dirección de la misma (URL)

Esto lo encontramos en

PANEL

Describe tu canal

Cuéntale a los espectadores de qué va tu canal. Haz clic en la opción para añadir una descripción en la [pestaña Más información](#) del canal.

Pulsamos en pestaña Más información

Y llegamos a la página donde vemos

 Descripción del canal

Lo siguiente, y muy importante, será abrir nuestra página de empresa en Facebook, que nos va a servir no solo para realizar acciones de Community Manager, sino que es un buen elemento para posicionar la web.

Facebook nos va a servir para subir opiniones, comentarios, noticias, fotos y videos de la empresa, para poner enlaces a la misma, no solo enlaces a la página principal, también a otras paginas.

Lo primero es que tenemos que tener una pagina personal en Facebook, porque es imprescindible para poder crear una pagina de empresa, dado que nosotros vamos a se los administradores de esta pagina y Facebook nos va a tomar como referencia.

Damos por hecho que ya tenemos una pagina personal, entramos en Facebook en nuestra pagina personal y pulsamos a la izquierda en

PÁGINAS

Iremos a



+ Cómo crear una página

Pulsamos en Como crear una página

Crear una página

Creando una página de Facebook para establecer una relación más estrecha con tu público y clientes.

Páginas que me gustan

Páginas que administro



Lugar o negocio local



Empresa, organización o institución



Marca o producto



Artista, grupo de música o personaje público



Entretenimiento



Causa o comunidad

Seleccionamos



Empresa, organización o institución

Y a partir de aquí vamos a ir poniendo nuestros datos y seleccionando las opciones correctas

Empresa, organización o institución
Únete a tus partidarios en Facebook.

Selecciona una categoría

Nombre de la empresa

Acepto las [Condiciones de las páginas de Facebook](#)

A partir de ahí configuraremos la pagina con los títulos, textos y fotos convenientes



The screenshot shows a Facebook page for 'Restaurante el Pato Loco'. The page features a cover photo of the restaurant's exterior, a profile picture of the same restaurant, and a bio that reads 'Sé el primero en decir que te gusta.' Below the bio, there is a category 'Comida/Bebidas' and a description: 'Restaurante en Sevilla. Especialidad en marisco y pescado. Praking gratuito. Abierto todos los dias. Restaurant on Seville. Seafood and fish.' The page also includes a 'Me gusta' button, an 'Actualizar la información de la página' button with a red notification badge, and a 'Fotos' section with a thumbnail of the restaurant's exterior.

E iremos publicando y subiendo a Facebook noticias, eventos, información de la empresa. Incluyendo en cada ocasión el enlace a la web oportuno.



¿Cómo hacer Posicionamiento en Facebook?. Promoción en Facebook.



Facebook: Así invita a sus amigos.

Hay dos maneras de **hacer publicidad, posicionamiento y promoción en Facebook**

1) 'FAM' son las siglas de **'Facebook Ads Marketing' (Marketing con Anuncios en Facebook)**.

El 'FAM' es la implementación de estrategias de marketing en concreto con **anuncios a coste por clic en Facebook**, a través de esta red social, destinadas a consolidar tu empresa dentro de un público en función de la edad, el sexo, la situación geográfica, etc.

El cliente ve el anuncio en Facebook, hace click en el anuncio y lo redirige a su página Web.

Fig. 1. : Ejemplo del formato que tiene un anuncio Facebook, haga click en la figura del ejemplo y verá como direcciona a la página del anunciante.

Fig.1



Anuncio ejemplo Facebook: Clínica dental Madrid

Hoy en día muchas empresas están destinando gran parte de su presupuesto en publicidad para llegar a sus clientes potenciales a través de **un coste bajo por contacto**, como se logra a través de Internet, en específico **las campañas de coste por click** las cuales representan una manera medible y eficiente de **inversión en Facebook**.

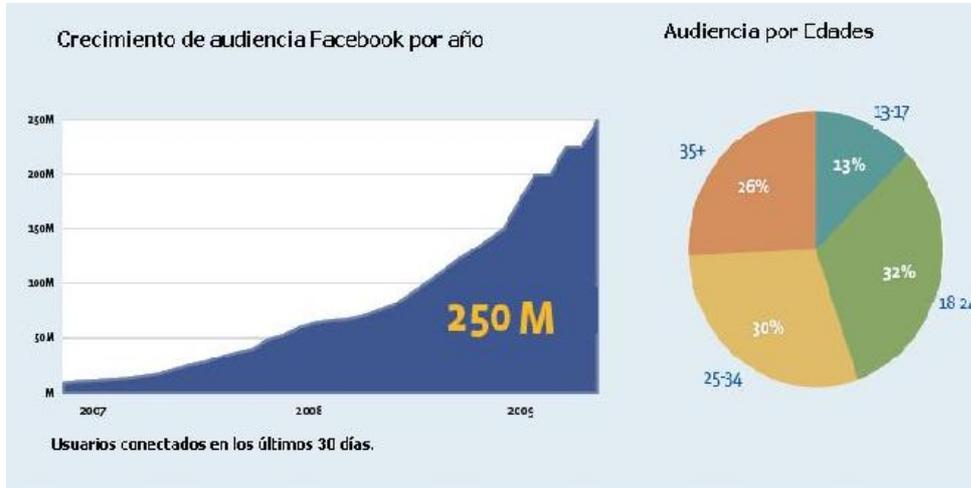
Podemos **realizar la campaña de empresas pequeñas, medianas y grandes en Facebook**, y obtener grandes beneficios en cuanto a **al crecimiento en ventas de tu empresa**, todo esto a un bajo coste de inversión.

Los anuncios en Facebook a coste por click permiten dirigir tus esfuerzos de marketing a tu real público objetivo, por lo cual tu campaña siempre **será vista por las personas a las que realmente te quieres dirigir**.

Esto es posible ya que **Facebook nos da la posibilidad de poder segmentar el mercado** a través de distintas alternativas, como son la **Situación geográfica, Edad, Sexo, Palabras claves, Formación académica, Lugar de trabajo, Situación sentimental, Inclinación sexual e Idiomas**, entre otras alternativas.

Hoy en día Facebook es la Mejor Herramienta a nivel mundial para poder alcanzar con un máximo de frecuencias y un **bajo coste de inversión a tu público objetivo**. Fig. 2 (Echa un ojo a las estadísticas que Facebook provee y que pueden observar el crecimiento que ha tenido)

Fig. 2



Millones de personas conocerán su empresa.

Puedes informarte más, llamando al 608 97 66 20, estaremos encantados de atenderte.

O puedes enviarnos un mail a: info@tuposicionamineto.com

2) Relaciones y Comunicaciones diarias con los participantes Facebook.

Facebook es un medio para establecer una conversación con los clientes actuales y con los posibles clientes. Ofrecen dos grandes ventajas:

Por un lado permiten mantener a tu empresa con un canal abierto de comunicación directa con sus Futuros clientes, algo fundamental para llegar a conocer sus necesidades reales y ofrecer exactamente lo que quieren.

Por otro lado, dan la **posibilidad de segmentar** (enviar viarios tipos de promociones) **los mensajes** siguiendo las preferencias de los diferentes **target diferenciados dentro de Facebook.**

BLOGS

Un blog es una web para comentarios y noticias. Tendremos que crear un blog para posicionar la web, o por lo menos para ayudar a posicionarla.

Lo mejor es crearlo con wordpress, es un editor de blogs potente y gratuito. Lo instalaremos desde nuestro servidor, por lo que para ello accederemos al panel de control del servidor.



Lo primero que voy a hacer es crear un subdominio donde instalaré el blog



Creo el subdominio blog

Crear un subdominio

Subdominio : .

Raíz de documento :

Una vez creado el subdominio instalamos wordpress en el mismo 



Relleno los datos necesarios y pulso en Install now

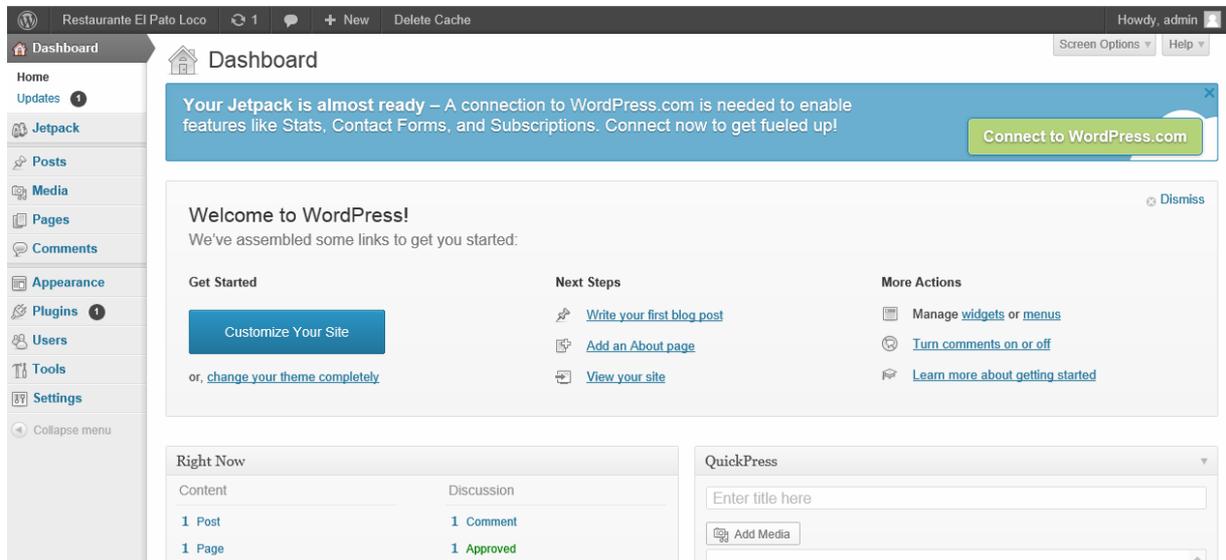
Una vez finalizado el proceso de instalación, el programa nos da la contraseña para poder administrar el blog.

Ponemos en el navegador la dirección del blog y entramos en el panel de administración en el enlace Log in



Utilizamos los datos que nos dio el servidor

Ya estamos en la pantalla de administración y configuración del blog



Lo primero es cambiar la contraseña para poner la propia

En la parte izquierda seleccionamos Users > Your profile



En la ventana de la derecha, abajo podemos poner la nueva contraseña

Share a little biographic:

New Password

Repeat New Password 

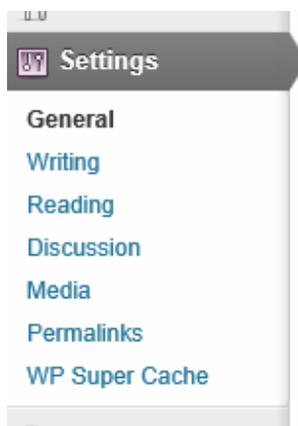
Strong

[Update Profile](#)

Y pulsamos en Update Profile

CONFIGURAR BLOG EN WORDPRESS

Vamos primero a configurar el blog, por ello en la izquierda pulsamos en Settings



Y en General vamos a modificar lo que necesitemos, en principio el subtítulo y algo más:

Site Title	<input type="text" value="Restaurante El Pato Loco"/>
Tagline	<input type="text" value="Restaurante de Marisco en Sevilla"/> <i>In a few words, explain what this site is about.</i>
WordPress Address (URL)	<input type="text" value="http://blog.webejemplo.es"/>
Site Address (URL)	<input type="text" value="http://blog.webejemplo.es"/> <i>Enter the address here if you want your site homepage to be different</i>
E-mail Address	<input type="text" value="correo@elpatoloco.com"/> <i>This address is used for admin purposes, like new user notification.</i>

Pulsamos en

El siguiente paso es ir a Discussion



Discussion Settings

Default article settings	<input checked="" type="checkbox"/> Attempt to notify any blogs linked to from the article <input checked="" type="checkbox"/> Allow link notifications from other blogs (pingbacks and trackbacks) <input checked="" type="checkbox"/> Allow people to post comments on new articles <i>(These settings may be overridden for individual articles.)</i>
Other comment settings	<input checked="" type="checkbox"/> Comment author must fill out name and e-mail <input type="checkbox"/> Users must be registered and logged in to comment <input type="checkbox"/> Automatically close comments on articles older than <input type="text" value="14"/> days <input checked="" type="checkbox"/> Enable threaded (nested) comments <input type="text" value="5"/> levels deep <input type="checkbox"/> Break comments into pages with <input type="text" value="50"/> top level comments per page and Comments should be displayed with the <input type="text" value="older"/> comments at the top of each page
E-mail me whenever	<input checked="" type="checkbox"/> Anyone posts a comment <input checked="" type="checkbox"/> A comment is held for moderation
Before a comment appears	<input checked="" type="checkbox"/> An administrator must always approve the comment <input checked="" type="checkbox"/> Comment author must have a previously approved comment

Es muy importante tener señalados estas dos opciones:

Before a comment appears

An administrator must always approve the comment

Comment author must have a previously approved comment

Cualquiera va a poder comentar en el blog (esto también lo podemos quitar) pero antes de que lo que se escriba en el blog aparezca, tendremos que aprobarlo. Esto es importante no ya para evitar comentarios muy negativos, sino que es imprescindible la necesidad de aprobar un comentario antes de que aparezca en el blog porque los spammers envían miles de comentarios a todos los blogs poniendo sus enlaces, esto, evidentemente, no puede aparecer en el blog.

Pulsamos en

Save Changes

Vamos a configurar la apariencia yendo a



En Themos podemos seleccionar un tema para el blog que nos guste más que el propuesto

Solo tenemos que hacer clic en el que nos guste y después pulsar en

Save & Activate

En la opción Header podemos seleccionar una imagen que aparezca en la parte superior del blog y modificar el tipo de letra del titulo

Preview

Restaurante El Pato Loco

Just another WordPress site

Select Image

You can select an image to be shown at the top of your site by
After selecting an image you will be able to crop it.
Suggested width is 960 pixels. Suggested height is 250 pixels

Choose an image from your computer:

C:\Users\Luis\Pictures\art

Examinar...

Upload

Or choose an image from your media library:

Choose Image

Header Text

Header Text

Show header text with your image.

Text Color

Current Color #1e73be Default



The color picker interface includes a main color selection area with a rainbow gradient, a white circle indicating the current color, a vertical slider on the right, and a row of color swatches at the bottom. The current color is blue (#1e73be).

Podemos ir viendo como va quedando el blog yendo a su dirección web

Restaurante El Pato Loco

Restaurante de Marisco en Sevilla

HOME SAMPLE PAGE



Hello world!

[1 Reply](#)

Welcome to WordPress. This is your first post. Edit or delete it, then start blogging!

This entry was posted in [Uncategorized](#) on [September 17, 2013](#). [Edit](#)

RECENT POSTS

[Hello world!](#)

Siempre hay un post de inicio, vamos a quitarlo

Vamos a

 Posts

- All Posts
- [Add New](#)
- [Categories](#)
- [Tags](#)

Y veremos a la derecha los posts publicados

<input type="checkbox"/>	Title	Author	Categories
<input type="checkbox"/>	Hello world!	admin	Uncategorized
<input type="checkbox"/>	Title	Author	Categories

Bulk Actions

Vamos a seleccionarlo y abajo indicar Eliminar

<input checked="" type="checkbox"/>	Title	Author	Categories
<input checked="" type="checkbox"/>	Hello world!	admin	Uncategorized
<input checked="" type="checkbox"/>	Title	Author	Categories

Vamos ahora a modificar la parte de la derecha del blog

RECENT COMMENTS

ARCHIVES

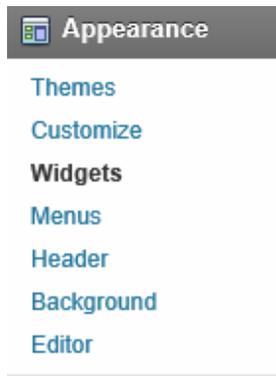
CATEGORIES

No categories

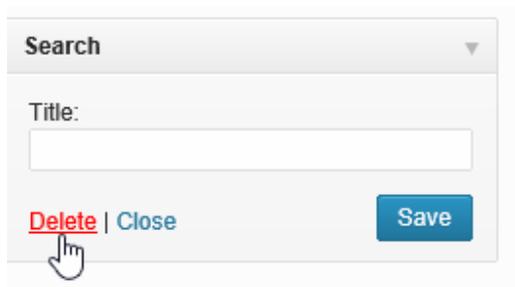
META

[Site Admin](#)
[Log out](#)
[Entries RSS](#)
[Comments RSS](#)
[WordPress.org](#)

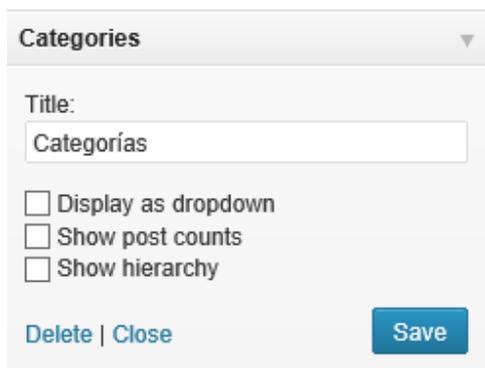
Esto lo tenemos en



Voy a quitar "Search" lo selecciono y pulso Delete

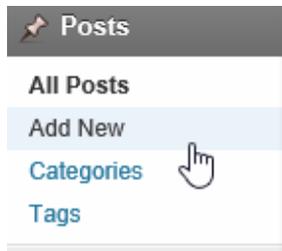


Voy a españolizar y quitar otros elementos



Vamos a publicar nuestra primera noticia o comentario en el blog

Para ello vamos a



Escribo un título en el espacio superior destinado para ello y después en el recuadro grande, el texto



Voy a pulsar en  para incluir una imagen, y, por supuesto, no olvidarnos del enlace a la pagina web.

He puesto una imagen y los enlaces:



Mas información en nuestra web www.restauranteelpatoloco.es

Reservas en www.restauranteelpatoloco.es/reservas.htm

Path: p

Word count: 39

Draft saved at 4:45:08 pm.

Publish

Pulsamos en  y publicamos, de forma que el blog se ve ahora así

Restaurante el Pato Loco – Blog

[Leave a reply](#)

Bienvenidos al blog del Restaurante el Pato Loco de Sevilla

En este blog encontrareis noticias y novedades de nuestro restaurante, también serán aceptados de buen grado todos vuestros comentarios.



Mas información en nuestra web www.restauranteelpatoloco.es

Reservas en www.restauranteelpatoloco.es/reservas.htm

Utilizaremos el blog de forma comedida, no lo podemos llenar de enlaces únicamente a nuestra página. Debe de informar de otros temas relacionados con nuestra actividad, por ejemplo recetas, enlaces a noticias sobre la ciudad, enlaces a nuestro facebook.

Consejos para posicionarte con tu blog

1. Escoge un dominio fácil de recordar que esté relacionado con tu marca o con tu nombre si vas a posicionarte como freelance.
2. Usa un gestor de contenidos que te facilite la tarea de publicar nuevos textos. Yo te recomiendo WordPress.
3. Elige una plantilla que facilite la navegación y preparada para dispositivos móviles, que cargue rápido, que esté disponible en tu idioma y procura que el diseño no cansa la vista, es decir, evita los colores chillones, la letra blanca sobre fondo negro y los banners musicales y con diseños estridentes.
4. Instala algunos plugins para ayudarte y facilitarte tareas como "All in one SEO pack" que te hará más fácil el uso de descripciones, títulos y palabras clave que posicionarán tus artículos.
5. Usa títulos concretos, informativos y descriptivos pero intentando llamar la atención del lector.
6. Personaliza la url de cada artículo para que sea descriptiva y evita dejar palabras sin uso para los buscadores como "de", "las", etc... Por ejemplo si el título fuera "10 trucos para posicionar tu marca con Twitter" la url podría ser <http://tudominio.com/10-trucos-posicionar-marca-twitter>
7. Ofrece contenido de calidad y con valor para tus visitantes, es decir, si tu empresa vende productos de oficina escribe artículo sobre productos de oficina y temas relacionados no hables de hoteles en Barcelona.
8. Usa palabras clave en el contenido de los post
9. Haz enlaces a artículos antiguos relacionados desde los nuevos para enviarles visitas.
10. Utiliza debidamente las etiquetas H1, H2, H3, etc. para los títulos de las secciones dentro de los artículos (si las hay)
11. Pon a la disposición de tus lectores un canal de Feed RSS para que puedan leer tu blog desde sus lectores cómodamente.
12. Instala un plugin desde el que poder compartir el contenido de tu blog en las redes sociales más conocidas.

Qué son los buscadores en Internet ?

La manera más rápida y moderna de buscar información, es por medio de la Internet. Hoy en día existen millones de sitios web en todo el mundo (billones de páginas indexadas por los buscadores), las cuales contienen la más variada información posible de imaginar. Es por lo mismo, que con la globalización y la tecnología, la búsqueda de información dejó de estar limitada principalmente a las bibliotecas, para ahora llevarse a cabo en la red de información que accedemos por medio de la Internet. Y la cantidad de información disponible se va incrementando a una gran velocidad, año tras año.

Los buscadores en Internet, son programas o aplicaciones que residen en un sitio o página web, los cuales, al ingresar palabras en sus recuadros de búsqueda, operan dentro de la base de datos del mismo buscador y recopilan todas las páginas que contengan información relevante y relacionada con lo que se busca; de hecho este es el principal desafío que enfrentan las compañías que brindan este servicio, el ser capaces de brindar un orden al verdadero océano de información que es la web (hablamos de red o web también para referirnos a la Internet). Las palabras que ingresamos en los recuadros para buscar se denominan en el medio "palabras clave", o "keywords" en inglés, por su importancia para obtener la información necesaria de la gran base de datos que maneja cada buscador.

Existen básicamente dos tipos de buscadores en Internet. Están los buscadores de Internet tipo directorio, y los que operan mediante robots o arañas. Los primeros, los buscadores en Internet tipo directorios, funcionan igual que cualquier directorio en papel existente que conozcamos. Como por ejemplo, las páginas blancas o amarillas encontramos en los distintos países, donde clasifican y ordenan la información comercial, residencial o personal según categorías preestablecidas. Dentro de los buscadores en Internet tipo directorios, entre los más famosos está Yahoo! (el primero en gran escala de su tipo, que curiosamente como directorio ya es historia del pasado, dado que en la actualidad opera principalmente como portal y buscador, e incluso en su función de búsquedas toma sus resultados del buscador de Microsoft, Bing), y Dmoz o el Open Directory Project, directorio cuya particularidad es que opera mediante editores voluntarios de todo el mundo.

Ahora, si hablamos de los buscadores en Internet que operan mediante robots, estamos hablando de sitios como Google (a juicio del autor el más recomendable, y por lo mismo el más usado a la fecha en el mundo), una de las páginas más visitadas y exitosas en la búsqueda de información. Otra denominación común para los buscadores que operan a través de robots es la de "motores de búsqueda", un sinónimo técnico poco utilizado. Los robots o arañas son programas que escudriñan la web siguiendo los links o enlaces que van encontrando en las diferentes páginas, de tal manera de ir descubriendo y archivando lo que encuentran a su paso. Estas arañas no descansan nunca, descubriendo cada vez nuevas páginas en la red; entre los robots más conocidos tenemos al Googlebot, de Google, el Slurp, de Yahoo, el Bingbot (antes el MSN bot, de MSN search) de Microsoft y otros menos conocidos. En todo caso se mencionan aquí de manera informativa, ya que para el usuario todos estos tecnicismos son completamente transparentes, o sea no necesita saber ni de su existencia ni funcionamiento para poder utilizar un buscador.

Regresando al tema de fondo, la información que recopilan estos robots es almacenada en una gran base de datos, que consultamos cada vez que realizamos una búsqueda mediante palabras clave. Y la base de datos no es algo estático, sino que internamente los buscadores tras recopilar la información la ordenan y clasifican, para poder entregar resultados relevantes y útiles al usuario. Y su trabajo no se queda allí, ya que interpretan además las palabras clave que ingresamos para "adivinar" por así decirlo nuestra intención (¿buscamos información, compras, noticias, música, etc...?). Si bien Google es el buscador más utilizado y recomendado por este autor, hay también otros como Bing de Microsoft, y en su tiempo tuvieron relevancia Yahoo! y Ask Jeeves.

Ahora, también existen aquellos buscadores en Internet que satisfacen zonas geográficas específicas. Los hay de tipo provincial, de ciudades, de un país y aquellos internacionales, ya que buscan en páginas de distintos países. Incluso los grandes buscadores ya ofrecen la opción de búsqueda local, como en el caso de Google, que permite buscar dentro de las páginas de un determinado país. En realidad en la actualidad este gran sitio de búsquedas satisface incluso las necesidades locales (años atrás tuvieron mayor relevancia en su nicho los buscadores locales).

Como se puede ver, es cosa de definir que es lo que deseamos buscar, e ingresarlo como palabra o frase clave en nuestro motor de búsqueda favorito para obtener la información que tanto deseamos.

Qué es un robot

Un robot es un programa que atraviesa una estructura de hipertexto recuperando ese enlace y todos los enlaces que están referenciados allí. De ello se alimentan los grandes motores de búsqueda de la web.

La diferencia con los Directorios, es que éstos no poseen robots, están operados por humanos y no recuperan automáticamente los enlaces incluidos en las páginas web, sino que sólo se limitan a hallar lo que las personas manualmente incluyen en ellos, pudiendo como ventaja clasificar por secciones la temática de las web al hacer el proceso manual.

Los robots son usualmente llamados "Web Wanderers", "Web Crawlers", o "Spiders" (arañas de búsqueda) y se suele imaginar que se mueven entre los sitios como si fuesen virus, este no es el caso, un robot simplemente visita los sitios y extrae los enlaces que están incluidos dentro de estos.

Arañas (Spiders)

Es un robot, pero otorga resultados más fríos.

Gusanos (Worms)

Es lo mismo que un robot, aunque técnicamente un gusano es una réplica de un programa, a diferencia de un robot que es un programa original.

Orugas (Web crawlers)

Es lo mismo que un robot, pero hay que aclarar que es un tipo específico de robot.

Hormigas (WebAnts)

Cooperativa de robots

Qué es un Agente:

La palabra "Agente" tiene muchos significados en el mundo de la computación de nuestros días.

Específicamente:

Agente autónomo:

Es un programa que "viaja" entre los sitios web, decidiendo por ellos mismos cuando son movidos a otros lugares y también deciden qué hacer.

Hay que tener en cuenta que sólo pueden viajar entre sitios ubicados en servidores especiales y no son muy difundidos en el área de internet.

Agente inteligente:

Son programas que ayudan al usuario por ejemplo: a elegir productos, rellenar formularios o a encontrar determinada cosa. Generalmente no tienen mucha tarea en la red.

Agente de usuario:

Es un nombre técnico para programas que ejecutan tareas para un usuario en la red. Un ejemplo de ellos son: Netscape Navigator, Microsoft Internet Explorer, y Email User-agent como Qualcomm Eudora etc.

Motor de búsqueda o Search engine

Se trata de un programa que busca a través de una base de datos, en el contexto de la Web, se refiere usualmente a búsquedas de bases de datos de documentos Html, recopilados por un robot.

Los robots pueden ser usados para varios propósitos:

Indexar

Validar HTML

Validar Links

Monitorear "qué hay de nuevo"

Generar imágenes

Cómo decide un robot qué visitar

Esto depende del robot. Cada uno usa diferentes estrategias. En general comienzan a trabajar desde una lista histórica de URL's. Especialmente con documentos con muchos links, tales como una lista de servidores "what's New"(qué hay de nuevo") y desde los sitios más populares en la Web.

Muchos indexan servicios que le permiten dar de alta un sitio manualmente, los cuales harán cola para ser indexados por el robot.

Son usados a veces otros recursos también como listas de correo, grupos de discusión, etc.

Esto les da un punto de partida para comenzar a seleccionar url's que ha de visitar, analizarlas y usarlas como recurso para incluirlas dentro de su base de datos.

Cómo decide un robot qué indexar

Depende del robot, pero generalmente usa los títulos de HTML (Titles) o los primeros párrafos, o selecciona la HTML completa e indexa las palabras contenidas, excluyendo las de uso común (pronombres, adverbios y palabras como "web", "página", etc.)dependiendo de las construcciones de HTML, etc. Algunos seleccionan las metaetiquetas, u otros tipos especiales de tags ocultas. Una práctica muy común es indexar también los textos alternativos de los gráficos. Le recomendamos les preste especial atención, pues en caso de indexarse, son palabras que contarán con un gran peso sobre la relevancia final en el documento.

Cómo saber si se es visitado por un robot:

En el caso de ser visitado por un robot, las estadísticas de las páginas muestran un mismo IP que accede en unos pocos segundos a todas las páginas de su web, cosa que no puede hacerse manualmente de una forma natural. En ocasiones, por el propio nombre de Host correspondiente a su IP son reconocibles.

Cómo puede evitar que un robot escanee su sitio

El camino más rápido para evitar esto es crear un archivo robot.txt con las siguientes dos líneas y ponerlo en su servidor.

```
User-agent: *
```

```
Disallow: /
```

Si no tiene acceso completo a su servidor, simplemente puede incluir las siguientes líneas (tags o etiquetas) en su página web para que no sea indexada:

```
<META name="ROBOTS" content="NOINDEX">
```

Y si desea que los links no sean indexados por el robot incluya:

```
<META name="ROBOTS" content="NOFOLLOW">
```

SITEMAP

El sitemap es un archivo que le enviamos a google para que su buscador lo tenga más fácil, como un navegador dentro de la web y donde podemos indicar que pagina es más importante que otra.

Lo primero es descargar un programa de Sitemap

Un programa muy sencillo para crear sitemap es el



Sitemap Writer Pro



Descargamos este programa desde, por ejemplo, la web de softonic.com

El programa le hace el trabajo al robot de Google, lo que hacemos es decirle al programa: rastrea todas las páginas de mi web, escríbelo en un archivo y le diremos a google donde puede encontrar este archivo para que le sea todo más fácil y rápido.

Su uso es muy sencillo

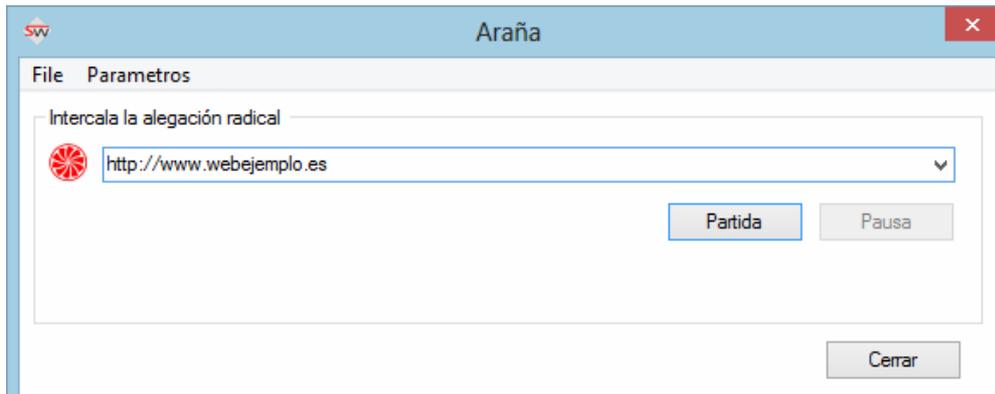


Vamos a pulsar en Nuevo dado que es la primera vez que realizamos el sitemap de la web, posteriormente cuando lo hallamos hecho y queramos recuperarlo para modificarlo, solo tendremos que seleccionar en Abrir. Obviamente, cada vez que añadamos nuevas paginas en la web, deberemos modificar el sitemap.

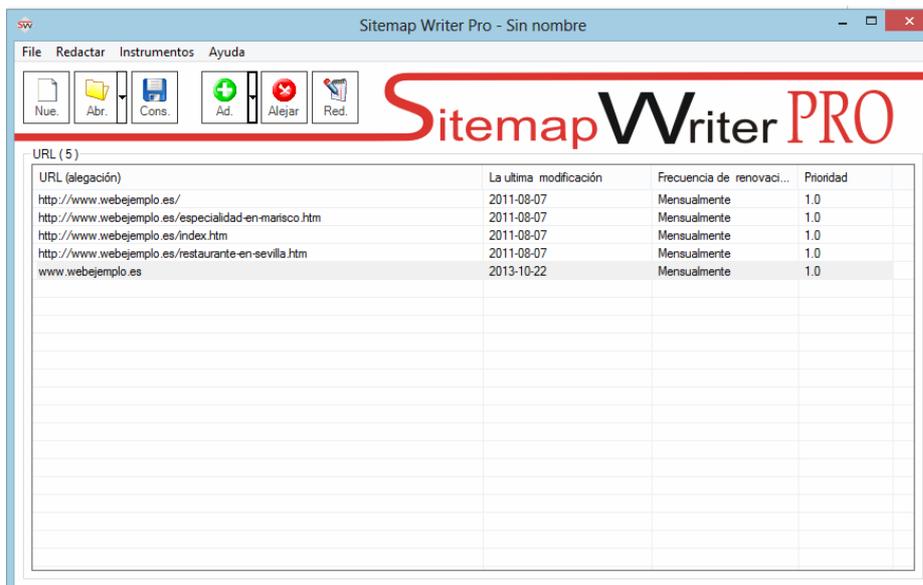


Pulsamos en Ad y seleccionamos Araña

Escribimos la dirección url de nuestra web y pulsamos en Partida, a partir de ahí el programa rastrea, indexará y realizará el sitemap



Una vez acabado nos mostrara el resultado del rastreo: todas las páginas de la web encontradas y cuando fue su última modificación



Esto es el sitemap, lo guardamos y cerramos



HERRAMIENTAS PARA WEBMASTERS

El siguiente paso es utilizar "Herramientas para webmasters" de Google, una opción de google que nos permite comunicarnos con este buscador en todo lo referente a la indexación de nuestra web.

Lo que vamos a hacer es dar de alta la web con el buscador y subir el sitemap. Pero es importante saber que esta web de google nos permite otras cosas mas importantes, por ejemplo pedirle que reindexe nuestra web.

Podemos tener la gran desgracia (habitual por otra parte) de que algún troyano se apodere de nuestra web, ello hace que Google lo detecte y marque negativamente la web y no permita el acceso a nuestra web desde su buscador.

Bien, en ese caso lo que hay que hacer primero es limpiar el troyano del servidor y después ir a Herramientas para webmasters de google e indicarle que la web esta limpia y que pase de nuevo el rastreador, es la mejor forma, y la mas rápida para que limpie el buen nombre de nuestra web.

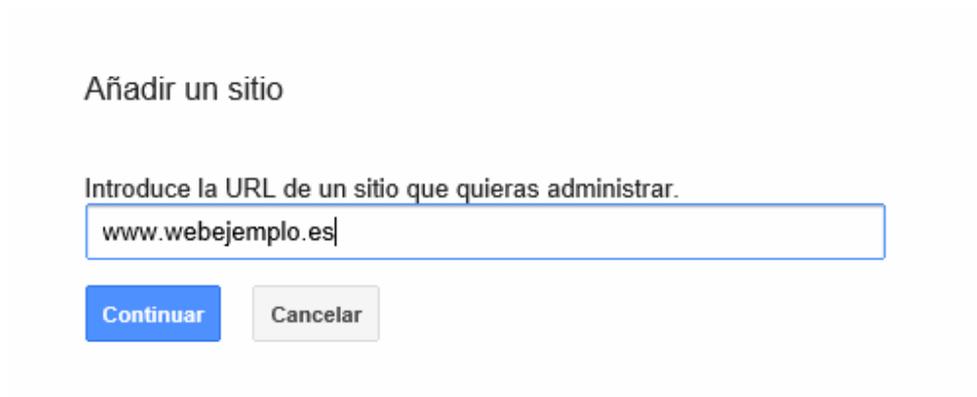
Iremos a <https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=es> o simplemente buscaremos en Google "Herramientas para webmasters"

Tendremos que abrirnos una cuenta, por lo que tendremos que utilizar de nuevo nuestra cuenta de Gmail

Una vez dados de alta pulsaremos en

AÑADIR UN SITIO

Para incluir nuestra web (podemos incluir varias)



Añadir un sitio

Introduce la URL de un sitio que quieras administrar.

Continuar Cancelar

Ahora tenemos que verificar de cara a Google que el sitio que queremos añadir es nuestro, para ello descargaremos un archivo que nos propone y lo subiremos a nuestro servidor

Verifica tu propiedad de <http://www.webejemplo.es/>. [Más información](#)

Método recomendado

Métodos alternativos

recomendado: Cargar archivo HTML

Sube un archivo HTML a tu sitio web.

1. Descarga [este archivo HTML de verificación](#) [google52f9910094921f35.html] .
 2. Sube el archivo a <http://www.webejemplo.es/>.
 3. Confirma que la subida se ha realizado correctamente a través de la página <http://www.webejemplo.es/google52f9910094921f35.html> .
 4. Haz clic en el botón de verificación que aparece a continuación.
- Para mantener la verificación, no elimine el archivo HTML aunque la verificación se haya realizado correctamente.

VERIFICAR

Ahora no

Cuando esto esté hecho pulsaremos en Verificar, una vez Google ha verificado que el archivo descargado y subido a la web es correcto, entonces nos dará de alta la web y ya podremos utilizar las herramientas de webmaster de Google con nuestra web.

Pulsaremos en el nombre de nuestra web y entraremos en la ventana principal de administración del sitio

- Tráfico de búsqueda
- Índice de Google
- Rastreo
 - Software malintencionado
- Otros recursos
- Labs

Estado actual

Errores de rastreo

Errores del sitio

DNS	Conectividad del servidor	Información de robots.txt
✓	✓	✓

Errores de URL

419 Error 404 leve
3 Acceso denegado
0 No se encuentra

Consultas de búsqueda

1.797 consultas

90.000 impresiones
8.000 clics



Sitemaps

Mis sitemaps (1)

1.056 URL enviadas
238 URL indexadas



En el menú de la izquierda seleccionamos Sitemaps



Seleccionamos arriba



En el cuadradito que nos sale, con la dirección de nuestra pagina web tendremos que escribir donde hemos subido el sitemap, normalmente será: www.webejemplo.es/sitemap.xml

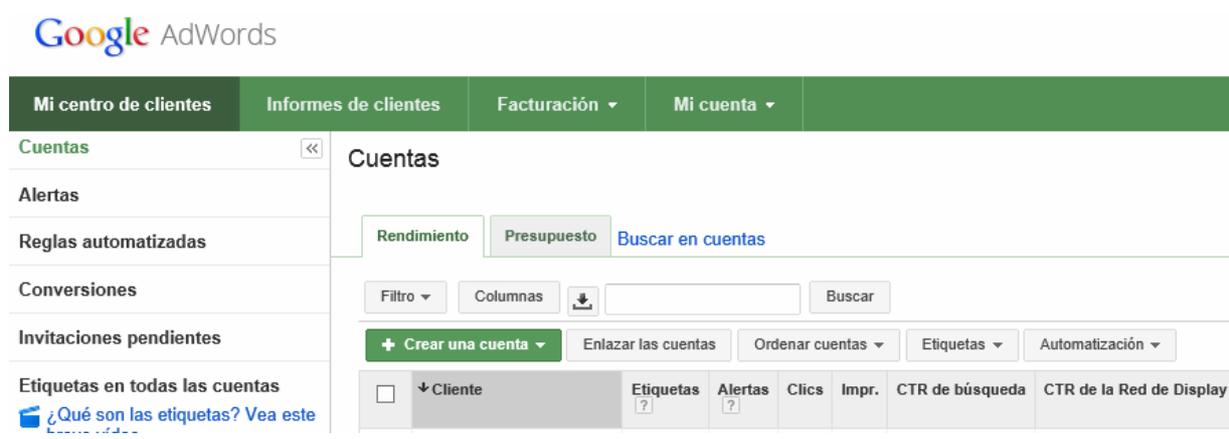
Como vemos la página de Herramientas para webmasters de Google nos va a dar mucha información interesante. También los errores. Estos errores no nos tienen que quitar el sueño, es normal que los haya, lo importante también es configurar una buena página 404 de error en nuestro servidor para que cuando se produzcan errores de rastreo no perdamos visitantes.

PROMOCION DE PAGO: ADWORDS

Adwords es el sistema de publicidad de Google, podemos salir en los primeros resultados de Google, eso si, pagando.

Vamos a ir a la web de Adwords

Como siempre vamos a crear una cuenta utilizando la que tenemos de Gmail



Adwors es un sistema por el que creamos anuncios para que salgan en los resultados de Google. Vamos a indicar cuanto queremos pagar por clic. Y cuales son nuestros límites.

Podemos crear un anuncio del tipo:

Restaurante El Pato Loco

Restaurante con especialidad en marisco en Sevilla

www.restauranteelpatoloco.es

Este seria un anuncio que podríamos realizar en Adwords, le tendríamos que indicar cual es nuestro limite por clic, es decir, que si ponemos 1 €, cada vez que alguien haga clic en nuestro anuncio, Google cargara en nuestra cuenta 1 €. Obviamente contra mas alto pongamos este valor, mas posibilidades de salir y mas veces saldremos, pero también gastaremos mas dinero, si ponemos menos es posible que sea inferior al que hallan puesto nuestros competidores y ni siquiera salgamos en las búsquedas.

también indicaremos un presupuesto diario, si tenemos 1 € por clic y ponemos 50 € de presupuesto diario, eso quiere decir que cuando tengamos 50 clics, Google no sacará mas el anuncio hasta el día siguiente.

también tenemos que indicar las palabras clave, o sea, por que palabras queremos salir. Cuando alguien pone en Google una o varias palabras de búsqueda, las keywords. Bien, debemos indicar en Adwords en que keywords estamos interesados.

Ejemplo: keywords: Restaurante, restaurante en sevilla, restaurante marisco, restaurante céntrico en sevilla

Si ponemos estas palabras clave, cada vez que alguien haga una búsqueda incluyéndolas, saldrá nuestro anuncio. Evidentemente la palabra clave "restaurante" es cara y la palabra clave "restaurante céntrico en sevilla" es barata, hay muchos más anunciantes interesados en la primera que en la última.

En Adwords hacemos campañas, cada campaña puede tener un anuncio o varios, ponemos condiciones semejantes para todos los anuncios de una campaña y podemos eliminarla o modificarla siempre que queramos.

Lo importante de Adwords aparte de conocer su funcionamiento (que es muy sencillo) es lo siguiente:

- Empezar muy modestamente para probar, para comprobar resultados y para no perder (demasiado dinero). Ir comprobando resultados, ir viendo, controlarlo con las estadísticas.
- Tener en cuenta que hay mucho estafador dedicado a ganar dinero con Adwords. Hay un sistema que se llama AdSense, por el cual las paginas web pueden poner publicidad de Google y cobrar por ello. Es decir, la publicidad que ponemos va a aparecer no solo en el buscador, también en miles de páginas web. Cada vez que alguien hace clic, esta pagina web, el propietario, gana dinero y nosotros pagamos (si es nuestro anuncio). Es por ello que hay empresas (en India sobre todo) dedicadas a hacer clics falsos y ganar dinero. Tienen a personal contratado con bajos sueldos que están todo el día haciendo clic. Obviamente estos clics no nos interesan, no nos sirven para nada, no llevan clientes a nuestra web. Se estima que el 30% de los clics que nos va a cobrar Adwords son falsos. Hay sitios web serios controlando e informando de este tema.
- El sistema de adwords nos puede ser muy rentable o muy negativo

Posicionamiento Web con Google AdWords.

Como detectar clicks falsos en Campañas con Google Adwords.

Exclusión de direcciones IP "sospechosas"

Uno de los problemas más frecuentes que se produce al realizar campañas de Posicionamiento Web es saber como evitar que se realicen clicks falsos o fraudulentos en nuestras campañas de Posicionamiento Web con Google AdWords.

Aunque Google AdWords ha luchado contra este grave problema, no es menos cierto que es una realidad, y que debemos estar muy atentos al momento de realizar y configurar nuestras campañas de Posicionamiento en Google AdWords.

Este problema tuvo en jaque a la industria del posicionamiento de pago por click, ya que este sistema es una de las principales fuentes de ingreso del todo poderoso "Google".

Hace ya algunos años, Google ha habilitado una columna dentro del sistema de Google Adwords, en la cual te va informando de los clicks falsos o fraudulentos, y los abona automáticamente a tu cuenta.

Pero ¿Cómo Google discrimina que Clicks son falsos y que clicks no?.

Bueno este proceso se realiza a través de la identificación del usuario a través de su IP.

Todas las conexiones a internet tienen una dirección que las identifica y que las hace únicas, a este número se le denomina Internet Protocol, o si sigla "IP"

Por ejemplo si Google detecta un tráfico "alto" desde una misma IP, (tengo entendido que un número superior a 3 clicks desde una misma IP, es considerado como un click falso) El sistema devuelve esos clicks.

Algunos clientes que asesoro, y que no puedo revelar sus identidades, han sufrido la anulación de sus cuentas de Google Adwords, debido a que Google ha encontrado relaciones entre las IP desde donde se conectan a sus cuentas, y clicks a enlaces patrocinados de su competencia.

Entonces ¿cuál es la postura que debemos tomar para nuestras campañas de posicionamiento web con Google Adwords?

Es una difícil pregunta, una opción es simplemente confiar en el sistema, y pensar que el ejército de profesionales que tiene Google, hace su trabajo eficientemente.

Pero una segunda alternativa, es tomar acción desde nuestro lado.

Una de las formas de controlar tráfico "sospechosos", es colocar dentro de nuestras páginas de aterrizaje contadores con la función de detección de IP.

Google Analytics es una alternativa de información sobre nuestra página y nos da luces de como se comporta nuestra página frente a nuestro posicionamiento web, pero no entrega información sobre direcciones IP hacia nuestra página web (que raro no ?)

Bueno continuando con la recomendación de colocar un contador de direcciones de IP para monitorear las direcciones IP entrantes, puedes tener la referencia de las distintas IP que entran a tu sitio web, hay muchas opciones de contadores de IP gratis en internet.

Puedes ver algunas opciones Aquí.

Cuando ya estés en condiciones de ver por ti mismo las IP entrantes a tu sitio web, estas en condiciones de tomar dos decisiones.

En primer lugar puedes tu mismo excluir direcciones IP de tus resultados, es decir le puedes indicar a Google Adwords que "no" muestre tu aviso a determinada dirección IP o a un rango de direcciones IP.

Esta herramienta se llama Exclusión de Direcciones IP, la puedes encontrar en tu panel de administración, en la pestaña Herramientas, después vas a Más herramientas, y seleccionas la opción "Exclusión de IP"

Tu segunda opción es denunciar a Google a través de la asistencia, una dirección IP sospechosa, o directamente reclamar los clicks que tu crees que son falsos o fraudulentos.

(Pablo Herrera E.)

El problema de esto es que se puede visitar una web sin mostrar la IP, sin dejar rastro (esto se hace de forma sencilla con internet Explorer 9 y superior y con programas especiales) y también utilizando IPS dinámicas.

Y el mayor problema es que Google lo que hace es reconocer clics falsos pero en cantidades insignificantes, para cubrir el expediente. Google sabe que la realidad es que no puede hacer nada para desterrar esto por lo que no puede reconocerlo, salvo que a algunas grandes empresas americanas les ha abonado grandes millonadas en compensación.

Una minoración en la relevancia que sufren, presuntamente, los sitios web recientemente creados al ser indexados.

¿Cuánto dura el Sandbox?

Es una pregunta difícil de responder, depende no sólo del algoritmo de Google, sino también de la ética de la página en cuestión, entendiéndose como tal a las técnicas empleadas para posicionar la web, el crecimiento de la misma, los enlaces que reciba y de a otras webs, etc.

No obstante, hay quienes dicen haber visto webs salir del Sandbox en cuestión de semanas, otros hablan de meses (muchos coinciden en decir que un mínimo de 6 meses parece frecuente) o incluso un año. Personalmente, pienso que no hay un tiempo fijo para salir del Sandbox, sólo hace falta tener paciencia y hacer las cosas bien.

¿Cómo puedo saber si mi web está en Sandbox?

Aunque no hay un método fiable o seguro de comprobar si tu web está en Sandbox, se puede intuir si es así o no siguiendo algunos pasos sencillos.

Una forma de saber (orientativamente) si tu web está en Sandbox es realizar en Google una búsqueda allinanchor, es decir, buscar las páginas que tengan más enlaces para unas determinadas palabras clave (para las que tú compites) y compararla con la búsqueda normal de esas palabras clave. Veamos un ejemplo de esto; supongamos que queremos saber si estamos en el Sandbox para la búsqueda "floristería de Madrid". Lo primero que tenemos que hacer es realizar la búsqueda allinanchor, acto seguido hacemos una búsqueda normal y compara las posiciones que obtenemos en las dos. Si la diferencia de posiciones es importante y obtienes peores resultados mediante la búsqueda normal de tus palabras clave, es probable que estés en Sandbox para esas palabras clave.

A parte de esto, en el blog de SEOmoz se publicó un artículo (en inglés) en el que explica a modo de checklist algunos pasos para saber si tu página está en Sandbox.

¿Cómo puedo evitar o salir del efecto Sandbox?

Lo primero que tienes que hacer para salir del Sandbox es olvidarte de Google y del mismo concepto. Sí, no es broma. No hay una fórmula mágica para salir del Sandbox rápidamente, pero pensando más en el usuario (ampliando contenido) y en la popularidad de la web (conseguir enlaces – mira el artículo sobre backlinks) vas por buen camino para conseguirlo.

Como se comenta en muchos sitios, salir del Sandbox sólo es cuestión de tiempo y paciencia. Hay webs que tardan más que otras (1 mes, 6 meses... un año), pero todas tarde o temprano lo hacen.

Dure lo que dure, lo más adecuado es ignorarlo y seguir haciendo crecer la web añadiendo nuevos contenidos de calidad y consiguiendo buenos enlaces de páginas relacionadas con la tuya (no sólo hacia tu página principal, también es bueno que nos enlacen hacia páginas internas). Procura no acelerar este proceso, cada cosa tiene su tiempo y el conseguir enlaces buenos no sucede de la noche a la mañana. Hazlo progresivamente para que sean considerados por Google y otros buscadores como naturales, de lo contrario podrían penalizarte por ello.

Llegado el momento, tu sitio saldrá del Sandbox y todo el trabajo de promoción y posicionamiento que hayas realizado dará sus frutos. Por tanto, sigue usando técnicas para promocionar tu web, posicionar tu web y fidelizar visitas sin importarte lo demás.

Existe un factor determinante para el posicionamiento Web, un factor en el que no muchos emprendedores suelen reparar en un momento como el actual, en el que la eclosión de las redes sociales ha derivado en una auténtica explosión en relación a las estrategias de marketing y las acciones SEO destinadas al posicionamiento.

La tecnología y plataforma que se utilice para el desarrollo de un portal Web es determinante a efectos de posicionamiento y, al igual que el marketing y las variables que determinan el posicionamiento, los lenguajes de programación utilizados para el desarrollo de un diseño web, han variado mucho desde aquellos años en que el HTML ejercía el papel protagonista y prácticamente el monopolio en programación Web.

Sin embargo, el dinamismo inherente a Internet, ha derivado en nuevos lenguajes de programación que deben ser utilizados de forma eficiente si quiere aprovechar al máximo sus potenciales en torno al posicionamiento Web.

Problemas de posicionamiento web por el mal uso de la tecnología

Dentro de los problemas principales que puede presentarle el mal uso de la tecnología asociada al diseño, destacamos.

Sistema con errores frecuentes y enlaces rotos

Código fuente poco claro y con errores

Ambos son fallos que el robot de Google encuentra con facilidad y que pueden ser motivo más que suficiente para incurrir tanto en una penalización como en situaciones de menor envergadura, pero no menos importantes como la imposibilidad de mejorar el posicionamiento de su portal Web.

Problemas de posicionamiento web por los lenguajes de programación

Comenzamos con el Javascript, si bien los robots no reparan en dicho lenguaje, los códigos derivados del mismo son tratados como si fueran desechos y es por este motivo que la utilización de dicho código, específicamente en la cabecera y el cuerpo de los portales Web, pueden afectar seriamente al posicionamiento.

Cualquier contenido introducido en mitad de un código de Javascript será ignorado por el buscador, por lo que minimizará la indexación y perderá las posibilidades de beneficiarse de un buen posicionamiento a través de contenido de calidad.

Flash, si bien es muy bonito y logra dotar a los portales Web de mucho dinamismo, éste es un lenguaje de programación que debe ser utilizado con mesura, los buscadores no pueden acceder al contenido de un portal realizado en Flash y por lo tanto, la indexación es muy lenta y el posicionamiento se ve damnificado.

Problemas de posicionamiento web por el hosting

La Elección del hosting es determinante para lograr un posicionamiento Web óptimo. Una de las variables más valoradas por el SEO es el hosting, por lo que le recomendamos siempre, que consulte con profesionales especializados en alojamiento de sitios web, quienes podrán asesorarle de la mejor opción adaptada a sus objetivos y necesidades de su público objetivo.

Adicionalmente y enlazando con el alojamiento, el sistema elegido para administrar los contenidos incide directamente en el posicionamiento del portal Web y, específicamente, en el ámbito de las URL generadas. Es por este motivo, que debe optar por administradores de contenidos que permitan la adaptación de las URL a los criterios de posicionamiento, cortas, semánticamente bien construidas y que definan explícitamente el contenido.

Consejos para evitar estos problemas

Para minimizar los efectos adversos del uso de estos lenguajes de programación y sistemas de alojamiento y gestión de contenidos, debe seguir una serie de consejos.

Revise meticulosamente su web en busca de errores.

Analice su proyecto, su público objetivo y las necesidades de sus potenciales clientes con profesionales del sector.

Utilice el flash directamente y centrado en banners y anuncios, nunca inmerso en el contenido.

El Javascript debe estar siempre al margen del código fuente y si puede, evítelo.

Utilice un hosting adecuado para el lenguaje de programación utilizado.

En conclusión, el diseño de un portal Web requiere una metodología de trabajo específica, si cree que no puede hacerlo sólo o que sus conocimientos no cubren las necesidades de su portal, consulte con expertos en el tema.

El posicionamiento de su portal depende de la efectividad con la que se utilicen las herramientas anteriormente mencionadas.

1. Conceptos básicos

¿Qué es el posicionamiento de páginas web?

Básicamente se trata de conseguir que tu página web salga en los primeros puestos de los resultados de búsqueda de los buscadores. Es decir, que si tu página trata sobre plantas medicinales, por ejemplo, cuando una persona teclea esas palabras en Google o cualquier otro buscador aparezcas en las primeras posiciones de las listas de resultados.

¿Por qué es importante el posicionamiento en los buscadores?

Principalmente porque así conseguirás gran cantidad de visitas (la mayor parte de las visitas de una web provienen de buscadores) y además, porque esas visitas estarán realmente interesadas en lo que les ofreces. Piensa que una persona que entra a tu página de plantas medicinales por medio de un buscador, antes se ha tenido que molestar en buscar cosas como “plantas medicinales”, “medicina natural”, “medicina alternativa”, etc. por lo que puedes pensar que está, por lo menos, moderadamente interesada en tus productos. Desde luego, lo estará más que una persona que ve un anuncio de tu web por casualidad sin haberlo deseado.

¿Qué hay que hacer para posicionar una página web?

Esta pregunta es difícil de responder, y desde luego daría para escribir un libro, pero si sigues leyendo esta página encontrarás una breve guía sobre las principales cosas que se pueden hacer para posicionar una web en Google, además de aquellas que no debes hacer si no quiere ser penalizado por ellos. Obviamente hay muchas más, pero éstas son suficientes para empezar a obtener resultados a largo-medio plazo. Recuerda en todo momento que este proceso no es rápido en ningún caso, y que para conseguir resultados estables en el tiempo se necesitan meses de trabajo.

Ahora bien, antes de empezar a hablar de esas técnicas, conviene tener unos conceptos previos claros y unos objetivos realistas sobre lo que queremos conseguir al posicionar nuestra web:

Funcionamiento de un buscador

Antes de nada, puede ser útil comprender cómo funciona un buscador a la hora de indexar un sitio web, esto es, añadir un sitio a la base de datos de un buscador, por lo que ya puede salir en sus resultados de búsqueda.

Para indexar las páginas web que hay en Internet, los buscadores utilizan unas aplicaciones llamadas arañas (o spiders, robots, etc.) que visitan periódicamente los sitios que tienen ya almacenados en sus bases de datos en busca de nuevos contenidos, modificaciones, enlaces a seguir o páginas que ya no existen (en este último caso para borrarlas). Todas las páginas nuevas que visita el robot, las modificaciones que detecta, etc., las va guardando en la bases de datos, así consiguen la mayoría de ellos mantenerlas actualizadas.

Palabras clave o keywords

Son una de las cosas más importantes a tener en cuenta a la hora de hablar de posicionamiento en los buscadores. Son aquellas palabras que introducen los usuarios en los buscadores para realizar sus búsquedas. Es decir, son las palabras por las que nos van a encontrar.

Por este motivo, el análisis de palabras clave es un paso previo muy importante de cara al posicionamiento en los buscadores. Si no dirigimos nuestros esfuerzos a las palabras clave adecuadas, estaremos perdiendo el tiempo. En este sentido, es importante tener en cuenta siempre lo siguiente; las palabras únicas más generales (e incluso no tan generales), como por ejemplo, "ordenadores", ofrecen mucha competencia, es decir, que muchas páginas intentan aparecer en los primeros puestos cuando alguien las busca. Por el contrario, los usuarios son cada vez mejores buscadores de información y utilizan con poca frecuencia palabras generales a favor de frases más precisas que les arrojen resultados de mayor relevancia para sus necesidades. Por eso, a la hora de hablar de palabras clave sería mejor referirnos a frases clave y, en consecuencia, guiar nuestros esfuerzos a posicionar frases y no palabras sueltas. Esto nos dará mejores resultados.

Por suerte, existen en el mercado diversas herramientas que nos ayudarán a decidir sobre qué palabras (frases) clave trabajar para mejorar el posicionamiento de nuestra web en los buscadores. Entre ellas,

una de las más conocidas es el Wordtracker Keyword Generator (en inglés), también puedes utilizar la herramienta para palabras clave de Google. En ambas, puedes introducir las palabras clave que te interesen y el programa te devuelve una lista de palabras similares que pueden ser analizadas de diversas formas.

Un último punto a considerar en cuanto a las palabras y frases clave, es decidir cuántas utilizamos. Hay que buscar soluciones realistas, pero en general, por cada página web con bastante contenido que tengamos (se entiende como información, no imágenes, enlaces, juegos, ni publicidad), es recomendable utilizar de una a tres frases claves. Hay que resaltar aquí que es aconsejable utilizar palabras o frases distintas para cada página de la web, dependiendo del contenido específico de cada una. Además, obtendremos mejores resultados si ponemos nuestro esfuerzo en frases que, aunque menos buscadas, tengan menor competencia, que frases con mucha competencia ya que con ellas será muy difícil el posicionamiento en los buscadores, por lo que no será muy efectivo.

Centrarse en los principales buscadores

Actualmente, Google es el líder indiscutible de los buscadores (por lo menos en el mercado hispano). No hay datos exactos, pero alrededor del 70% de las búsquedas se realizan a través de él, y si incluimos en el cómputo a Yahoo y MSN, abarcan en torno al 95% del total. Por tanto, lo principal es conseguir posicionarse en estos tres buscadores, puesto que son los que nos reportarán la mayoría de las visitas. Para cada uno de ellos hay técnicas específicas, si quieres conocerlas, puedes serte útil visitar los foros de xeoweb.

Tener paciencia y seriedad

Cada vez más se está teniendo muy en cuenta la edad del dominio propio y la edad de los dominios que nos enlazan, de tal forma que no nos considerarán realmente importantes (por decirlo de alguna manera) hasta que no llevemos un tiempo establecidos en Internet y se vea nuestra evolución. Normalmente, a partir de 18 meses de antigüedad suele ser suficiente. Por tanto, habrá que tener paciencia y trabajar poco a poco para ir consiguiendo hacernos un hueco en Internet y que los buscadores nos tomen en serio.

2. Técnicas y consejos de posicionamiento en los buscadores

Ofrecer contenidos de calidad

Actualmente, el contenido es muy valorado por los buscadores para realizar sus resultados de búsqueda, y en especial el contenido único. Por eso, es otra de las claves del posicionamiento en los buscadores. Esto es debido a que los buscadores cuando rastrean con sus arañas tu página web añaden cada palabra que encuentran para después intentar relacionarlas con las búsquedas de los usuarios y arrojar sus resultados. Pero además, el contenido de calidad propicia que otras webs que te consideren interesante te enlacen, precisamente por tener buena información en tu sitio. Conseguir enlaces de otras webs, como veremos más adelante, es muy importante a la hora de posicionar tu página. Además de estas ventajas, podemos añadir que los contenidos de calidad son una de las más valiosas armas para fidelizar visitas, ya que ofrecerás a tus visitantes aquello que realmente les interesa, por lo que es muy probable que vuelvan.

Cuando redactes tu página no olvides incluir en el texto de forma coherente las palabras clave que elegiste con anterioridad, siempre que mantengas sentido en tu página y no se note que están puestas de forma forzada, etc. Los contenidos deberían tener una densidad del 2% al 7% para cada palabra o frase clave utilizada. No intentes escribir tus palabras clave demasiadas veces en el texto porque puede ser considerado spam y penalizar tu página (evita que la densidad de cada una sea superior al 20%). Una buena herramienta para saber la densidad de palabras clave de tu web es keyword density & prominence.

Conseguir buenos enlaces

Los enlaces que apuntan a una página, conocidos como backlinks, son muy importantes en el posicionamiento web en buscadores, porque los interpretan como una especie de voto a esa web. Pero no todos los enlaces son útiles para este propósito, los más importantes son los enlaces naturales, es decir, aquellos que se consiguen gracias a la calidad de los contenidos de la web de forma espontánea. Sin ser sugeridos por nosotros mismos.

No obstante, los enlaces naturales no son los únicos válidos para el posicionamiento en los buscadores, los enlaces de directorios también pueden ser útiles. Aunque estos no aumentarán demasiado el tráfico de tu web, ayudarán con el tiempo a subir posiciones, siempre y cuando sean buenos directorios (por ejemplo Dmoz) en cuanto a contenido y al tipo de enlaces que realizan. Además, debemos evitar en lo posible repetir el mismo título y descripción en cada directorio en el que demos de alta la web, ya que lo más importante son los enlaces naturales, y así no lo parecerían. Por otro lado, si tienes una web con mucho y buen contenido, puede ser interesante realizar artículos para otras páginas de tu misma temática, ya que los enlaces que se consiguen así son muy valorados por los buscadores, además de

serte útil para la promoción web (normalmente en la página del artículo que proviene de otras fuentes se indica el nombre del autor y la dirección de su página web).

A la hora de recibir un enlace de otra página, fijate bien en cómo lo hacen. Esto es, debes fijarte en el "anchor text" (el texto del enlace) y el tipo de enlace. En el anchor text debería figurar alguna palabra clave relacionada con tu página. Por ejemplo, para una web de cocina mediterránea, sería muy conveniente que precisamente fuera "cocina mediterránea" el texto del enlace y no "pincha aquí" o "enlace". Además, presta atención al código de tu enlace, que tenga un aspecto parecido a este:

```
<a href="http://www.tupagina.com">Palabras clave</a>
```

O si es una imagen:

```
<a href="http://www.tupagina.com">
```

```
</img></a>
```

Sobre todo, asegúrate de que tu enlace no está hecho con javascript, porque los buscadores no pueden leerlos y no te servirá de nada de cara al posicionamiento. Los enlaces javascript son más o menos así:

```
<a href="javascript:http://www.tupagina.com()">Link</a>
```

También hay que tener cuidado de que no hayan incluido el atributo "nofollow" dentro de la etiqueta <a>, ya que estos enlaces no son seguidos por los buscadores.

Por último, decir que es importante no conseguir muchos enlaces de golpe, sino que ir trabajando en este aspecto calmadamente (por ejemplo, conseguir 10 enlaces el primer mes, 15 el segundo, 30 el tercero, etc.) para evitar que los buscadores interpreten este hecho como que estamos intentando manipular sus resultados y nos penalicen.

MetaTags

Es frecuente pensar que los buscadores le dan mucha importancia a los MetaTags, en particular a la meta tag keywords y la meta tag descripción, pero esto no es verdad. Estas metas son prácticamente

ignoradas por los buscadores, puesto que se han convertido en puro spam en muchos casos. No obstante, y aunque no ayude al posicionamiento en los buscadores, puede ser interesante seguir añadiendo el meta tag de la descripción, ya que algunos de ellos lo tienen en cuenta al mostrar sus resultados. Si quieres añadir metatags a tu web, puede serte útil el generador de metatags disponible en esta página.

Título y etiquetas de encabezado

Los títulos son etiquetas que sí se toman en cuenta de cara al posicionamiento en los buscadores, ya que éstos les conceden bastante importancia. Es imprescindible añadir un título a cada página, pero procura que no exceda de 60 caracteres para dar más densidad a tus palabras clave.

Las etiquetas de encabezado (h1, h2

, h3, etc.) también pueden ser útiles en el posicionamiento web en buscadores, por lo que puedes meter en ellas algunas de tus palabras o frases clave, siempre con moderación y coherencia para evitar hacer spam y ser penalizados.

Ni que decir tiene que es precisamente el título lo que primero ve una persona en los resultados de búsqueda y lo que le tiene que impactar o interesar para decidir entrar en tu página.

Incluir un mapa web

Son aconsejables cuando la página web es muy grande o es difícil que los buscadores puedan seguir los enlaces de los menús (por ejemplo, por la utilización de javascript o flash, ya que no pueden leerlo). En el mapa web se deben poner enlaces de texto a todas las páginas del sitio, pudiendo el buscador de este modo acceder a toda nuestra web. No obstante, no pongas más de 100 enlaces por página porque esto puede ser penalizado.

Evitar la utilización de flash, archivos PDF y javascript en la medida de lo posible

Evita la utilización de archivos flash innecesarios, a los buscadores les cuesta mucho indexarlos y en la mayoría de los casos no lo hacen. Lo mismo pasa con los archivos pdf, que aunque presentan menos

problemas que los primeros, también pueden crear dificultades de indexación. Por su parte, el código javascript presenta otro problema para los buscadores ya que la mayoría no puede seguir los enlaces que contienen, por lo que si tu menú está hecho en javascript probablemente sólo conseguirán indexar tu página principal.

Ceñirse a los estándares web

Validar nuestras páginas conforme a los estándares nos ayudará de forma indirecta al posicionamiento en los buscadores, ya que al validar nuestras páginas estamos revisando posibles errores de programación que pueden causar dificultades a los robots para indexar nuestras páginas, o que éstas no se vean correctamente por el usuario. Cuanto más fácil se lo pongas a los robots para indexar tu página mejor. Para conseguir este objetivo, revisa a fondo los manuales del W3C (la organización que crea los estándares web) y utiliza su validador.

Tamaño máximo de páginas y enlaces

La cifra mágica para ambos casos es 100. No más de 100 enlaces por página (mejor no aproximarse) y no más de 100 Kb. de peso. Si pones más de 100 enlaces en una página corres el riesgo de ser penalizado en los buscadores, por lo que tus posiciones caerían drásticamente o incluso te borrarían de la base de datos. Intenta no superar los 80 enlaces para estar seguros de no estar haciendo las cosas mal. En cuanto al peso de la página, si supera los 100 Kb. muchos buscadores no te la indexarán, además, cuanto más pese más tardará en cargar, cosa que no es recomendable de cara al usuario.

Monitorizar la web, posicionamiento continuo

Monitorizar la web y sus posiciones en los principales buscadores es una estrategia útil para detectar a tiempo posibles pérdidas de posiciones. Para monitorizar posiciones hay programas y webs que facilitan la tarea, por ejemplo, el Free Monitor for Google. No obstante, a la hora de controlar el posicionamiento en Google, hay que tener en cuenta que es frecuente la caída brusca de posiciones o la desaparición de nuestras páginas, sobretodo cuando la web es nueva. Esto no tiene por qué ser malo, al contrario, es algo habitual y normal. Si tras un par de días la situación no ha vuelto a la normalidad puedes empezar a preocuparte.

Además, en el tema del posicionamiento de páginas web, constantemente salen cosas nuevas y quedan obsoletas las anteriores, por lo que puede ocurrir que lo que te resultó útil en su momento, ahora no te sirva para nada o incluso te perjudique. Razón más que suficiente para mantenerse al día en este tema y renovarse continuamente.

3. Tácticas penalizadas en el posicionamiento en los buscadores

La penalización de webs que realizan prácticas no éticas para posicionarse en los primeros resultados de búsqueda, es una estrategia que utilizan los buscadores para ofrecer resultados más interesantes a sus usuarios. Cuando se detecta que una página está realizando acciones no permitidas, se le penaliza, lo cual puede consistir en hacerla perder posiciones en las búsquedas o incluso eliminarla de los resultados y desindexarla. Entre los motivos que existen para ser penalizado, tenemos:

1. Texto oculto.
2. Webs duplicadas.
3. Enlaces artificiales.
4. Cloaking y doorways.

Texto oculto

Consiste básicamente en poner texto dirigido específicamente para los buscadores que no es visible para los usuarios con el fin de obtener un mejor posicionamiento en los buscadores. Los webmasters que realizan estas prácticas, se dedican a escribir palabras para rellenar su web y obtener así mayor densidad en ellas. Para que el usuario no las vea, es común que pongan el mismo color para el texto y para el fondo.

Webs duplicadas

Esto consiste en crear webs idénticas (con el mismo contenido y demás) para conseguir enlaces para la web que realmente se quiere posicionar. Esta técnica está bastante mal vista por los buscadores, por lo que hay que evitarla. Además, hay que tener cuidado al cambiar de dirección web de no dejar online la misma web en las dos direcciones porque podrías ser penalizado al tener contenido duplicado.

Enlaces artificiales

Consiste en aumentar de forma artificial los enlaces entrantes a una web. Se puede hacer de varias formas y todas ellas resultarán perjudiciales para nuestra web tarde o temprano:

Realizar spam en blogs y libros de firmas, escribiendo en ellos con la única intención de dejar en enlace a la web.

FFA y granjas de enlaces: son páginas dedicadas a dar enlaces a otras páginas, ya sea pagando o gratis, pero que con el tiempo son penalizadas duramente por los buscadores, así como las páginas enlazadas por ellas, por ser simplemente páginas con miles y miles de enlaces que no aportan nada.

Cross-linking: realizar enlaces en cadena con conocidos u otras webs de forma que todas enlazan a todas formando un círculo. Si los buscadores detectan que el único motivo de esos enlaces es conseguir un mejor posicionamiento, pueden penalizarlas.

Cloaking y doorways

El cloaking consiste en hacer webs distintas en función de quién la visite. De esta forma, los webmaster realizan páginas totalmente optimizadas para los robots y páginas distintas para los usuarios con el fin de obtener un buen posicionamiento en los buscadores. Cuando un robot intenta rastrear la página se le identifica como tal y es redireccionado a la página construida específicamente para él, lo mismo ocurre con los visitantes normales.

Las doorways son un caso particular de Cloaking, en el que se realizan páginas optimizadas con el único fin de obtener un buen posicionamiento web en buscadores. Normalmente, cuando el usuario intenta acceder a ellas es redireccionado a la página "de verdad" mediante un enlace javascript (los buscadores no pueden leerlos), mientras que cuando el buscador accede a la página se le permite navegar por ella y al no poder leer el enlace javascript almacena la página optimizada para él.

Aunque éstas técnicas puedan parecer atractivas, no las uses, puesto que cada día los buscadores implementan nuevos métodos de detección para ellas, por lo que tarde o temprano tus páginas serán penalizadas.

LA IMPORTANCIA DE LA URL

Uno de los errores que más comúnmente se observan cuando se pone en marcha un sitio Web para promocionar productos y/o servicios, es no prestar atención a la URL, así nos encontramos con enlaces llenos de símbolos y caracteres que impiden la identificación del contenido al que hacen referencia y dificultan mucho la promoción de los mismos en las redes sociales.

Sólo con esta descripción, podemos darnos cuenta que una buena estructura y composición de URL's es fundamental para un proyecto en Internet, ya que si se descuida se produce un daño en el conocimiento de la marca, dificulta el establecimiento del entramado social del que depende la propagación viral de los contenidos y en definitiva, daña al posicionamiento web.

A fin de optimizar las URL para el SEO de forma que se conviertan en aliadas de su marca y que contribuyan positivamente a su posicionamiento, tenga en cuenta estos 10 simples pasos a seguir a la hora de construir una URL eficiente.

1. Contenido: La URL tiene como objetivo informar a los motores de búsqueda sobre el contenido de la página. Es por este motivo que cuanto más clara, limpia, coherente y corta sea, más fácil será el rastreo para los robots de los motores de búsqueda.

2. Acortar la URL: Actualmente existen herramientas que le permitirán obtener el enlace corto de su URL; una acción esencial ya, que no sólo los motores de búsqueda identifican más fácilmente URL's cortas, sino que éstas son más fáciles de propagar por las redes sociales, lo que mejora sustancialmente el posicionamiento y no está limitado a un determinado número de caracteres como es el caso de Twitter.

3. Títulos coherentes y sencillos: El sentido común vuelve a imperar en este apartado. Ninguna de las palabras que componen nuestro lenguaje habitual integra los símbolos y caracteres en su creación, es más, a título personal, las URL creadas a partir de ¡?!°[Ñ &***? nos retrotraen a los cómics y nos sitúan ante la onomatopeya de una palabra malsonante, por lo que en alguna parte del cerebro seguro, se produce un rechazo ante este tipo de composiciones.

4. Evite los números: En la línea de lo anterior, para los seres humanos es más fácil recordar tendencias-de-marketing-2011 que mkt1233, describa el contenido, cuanto más sucintamente pero descriptivo, mejor.

5. Palabras Clave: Es bien cierto que en la construcción de la URL, las palabras clave ejercen un papel determinante. Depende de la creatividad y nivel profesional de quien realiza las labores de elaboración de contenidos, integrar información coherente, breve y en la que la utilización de las palabras clave se integre perfectamente en el mensaje que se pretende transmitir.

6. Cuanto más concisa mejor: Si, sabemos que resulta redundante pero no lo es, palabras o caracteres es igual a mayor número de carpetas, lo que reduce la posibilidad de captar la atención de los motores de búsqueda.

7. Separe la información de las URL con guiones: Las URL se deben construir en términos óptimos; por ejemplo: inversión-marketing-redes-sociales-2011. Esta es la forma más eficiente si bien es común encontrar URL's construidas con guiones bajos.

8. Convencionalismos eficientes: No cambie la estrategia, una vez que ha establecido las directrices de la URL, no las cambie, recuerde que las personas somos "animales de costumbres".

9. Minúsculas y sin acentos: Las URL deben estar escritas en letras minúsculas y evitando la acentuación.

10. Recuerde la incidencia en la optimización: Tenga presente que la URL es una de las variables de gestión necesaria por parte de cualquier consultor SEO, la relevancia de la URL en el posicionamiento web es de tal magnitud que, fallos reiterados en su construcción, pueden ser suficientes para no lograrlo.

Ponga en práctica estas simples recomendaciones y verá como la indexación de sus contenidos por parte de los motores de búsqueda y el tráfico hacia su sitio Web mejora considerablemente.