



LOS 5 SECRETOS PARA QUE ENCUENTREN TU NEGOCIO EN INTERNET

SD Sendero Digital



¿Qué es la optimización de motores de búsqueda?

Search Engine Optimisation (SEO para abreviar) a menudo se ve como un arte oscuro mágico.

Como propietario de un negocio, es probable que hayas oído hablar de él antes. Es probable que incluso hayas recibido llamadas en frío o hayas recibido correos electrónicos no deseados de empresas que te dicen que pueden realizar servicios de SEO para tu negocio.

Es importante comprender que el SEO en sí mismo no es un arte oscuro. El SEO es simplemente una serie de procesos que se pueden implementar para tu negocio, que ayudan a los motores de búsqueda a comprender mejor el contenido y el valor de tu sitio web.

Por supuesto, es necesario tener un buen contenido en primer lugar. Pero llegaremos a eso con más detalle más adelante en esta guía.

El propósito de optimizar tu sitio web para los motores de búsqueda es que ganes visibilidad para tu público objetivo. Tu sitio web debe estar en la primera página de los resultados de búsqueda para los usuarios que buscan una empresa como la tuya.

Si no eres visible para tu público objetivo, será una lucha cuesta arriba conseguir que alguien encuentre tu sitio web. No muchos usuarios de motores de búsqueda irán más allá de la primera página de los resultados cuando estén buscando. Solo piensa en cómo usas los motores de búsqueda tú mismo: ¿cuántas veces recorres de 5 a 10 páginas en los resultados para obtener la respuesta que estás buscando?

Internet ha cambiado drásticamente en la última década. En la actualidad, hay más de mil millones de sitios web en Internet y este número aumenta cada día. Cada día se crean más de 500.000 sitios web; obviamente, no todos compiten contigo, pero en el mundo de hoy en día, nunca ha sido más fácil para las personas comenzar con un sitio web completamente nuevo.

Lo que esto significa es que, a menos que tú seas la única persona en el mundo que ofreces un producto específico y tengas un mercado central existente, te quedarás en un espacio digital abarrotado, luchando por la atención de tu audiencia.

Esto ha dejado a la optimización de motores de búsqueda como un servicio vital que necesitas si deseas destacar entre la multitud. Ya no es "bueno tenerlo", es "imprescindible", para garantizar que seas visible y puedas atraer visitantes a tu sitio web desde los motores de búsqueda.

Nuestra guía gratuita te guiará a través de 5 secretos para que tu sitio web sea encontrado en los motores de búsqueda, y todo comienza con la investigación.

Investigación de palabras clave

Cada búsqueda comienza con palabras clave.

Cada búsqueda realizada comienza con palabras clave. Estas son las palabras o frases que un usuario de Internet escribirá en su motor de búsqueda elegido para encontrar lo que está buscando.

Para tu negocio, debes comprender lo que busca tu audiencia, de modo que puedas orientar el contenido de tu sitio web a estas palabras clave en particular. Esto significa entrar en la mentalidad de un cliente típico de tu empresa y pensar en cómo usa Internet.

CONSEJO: Ponte en la piel de uno de tus clientes. Escribe 10 palabras o frases que escribirían en un motor de búsqueda para encontrar una empresa como la tuya.

Hay muchas herramientas gratuitas y de pago que puedes utilizar en Internet para realizar búsquedas de palabras clave. Con estas herramientas, tendrás buenas oportunidades para orientar bien tu negocio.

Por ejemplo, la herramienta gratuita de búsqueda de palabras clave: [Ubersuggest](#). En el sitio web de Ubersuggest, introduces una frase con palabras clave y eliges el idioma / país al que te diriges. Para nuestro ejemplo a continuación, usamos "fontanero Madrid" y español (España)

Keyword Overview : fontanero Madrid

ADD TO LIST

SEARCH VOLUME 4,400 AVERAGE	SEO DIFFICULTY 37	PAID DIFFICULTY 64	COST PER CLICK (CPC) €5,81
---------------------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------------

En la búsqueda que hemos realizado, podemos ver que la palabra clave "fontanero Madrid" tiene un volumen de búsqueda mensual de 4400, lo que sería aproximadamente 142 por día.

También podemos ver una dificultad estimada para clasificar un sitio web en un lugar destacado en los motores de búsqueda y lo mismo para la publicidad de pago. Finalmente, el costo por clic (CPC) de la publicidad de pago se estima en €5,81

Si pudieras clasificar tu sitio web en la primera página de Google para "fontanero Madrid" y generar 100 clics a través de tu sitio web por mes, estarías ahorrando €581 con SEO, en lugar de pagar por el tráfico utilizando publicidad de pago.

CONSEJO: Toma la lista de palabras clave que has escrito y ejecútalas a través de la herramienta Ubersuggest. Presta mucha atención a cualquiera que tenga una dificultad "fácil" para el SEO y no olvides buscar en la sección "Ideas para palabras clave" las palabras clave relacionadas que es posible que aún no hayas considerado.

2

Clasificaciones existentes

¿Dónde estás en los motores de búsqueda?

Una vez que conozcas tu clasificación actual, puedes hacer una lista de palabras clave en las que enfocar tus esfuerzos para lograr un crecimiento en los resultados del motor de búsqueda. Si intentas hacer cambios sin saber dónde debes centrar tu atención, corres el riesgo de perder tu valioso tiempo.

Así pues, ¿cómo ves en qué posición se encuentra actualmente tu sitio web en los motores de búsqueda?

Podrías abrir un navegador web (en modo incógnito) y realizar búsquedas manuales para cada palabra clave. Luego, miras en qué página y posición se muestra tu sitio web, si es que aparece. Sin embargo, hay una forma mejor .

Existen herramientas en línea que realizarán un seguimiento de la clasificación de tu sitio web para las palabras clave a las que te diriges. Una de nuestras soluciones favoritas es SerpFox - <https://serpfox.com>.

SerpFox es una gran herramienta para rastrear y monitorear dónde se posiciona tu sitio web en los motores de búsqueda. Tienen una cuenta gratuita que te permite controlar hasta 10 palabras clave. La cuenta de pago admite el monitoreo de hasta 100 palabras clave y cuesta unos 10€ / mes.

Después de registrarte para obtener una cuenta, puedes agregar tus palabras clave en SerpFox y decirle en qué motores de búsqueda te gustaría rastrearlas. Recomendamos seleccionar Google como mínimo aquí.

Si tu sitio web es visible en los primeros 200 resultados para la palabra clave o frase de palabras clave en particular que introdujiste, podrás ver estos datos en breve. En el caso de las palabras clave en las que tu sitio web no esté clasificado en las 10 primeras posiciones, no aparecerás en la primera página de Google, por lo que estas son las palabras clave en las que tendrás que centrarte.

SerpFox tiene una función de informe automatizada incorporada, donde te enviará informes programados de forma continua. Hay algunos detalles sobre cómo hacerlo en esta página de ayuda, así que tómate unos minutos para enviar informes semanales a tu dirección de correo electrónico - <http://docs.serpfox.com/reports/how-do-i-add-a-scheduled-report>.

SUERENCIA: Crea una cuenta con SerpFox y agrega tus palabras clave al sistema. Dale unos minutos para obtener tus datos posicionales y luego revisa tu lista de palabras clave. Para cualquier palabra clave que no se encuentre en las posiciones 1 a 10, anótalas, ya que tendrás que trabajar en tu sitio web para que sea más relevante para estas palabras clave.

En términos simples, el SEO on page es el proceso de optimización de las páginas de tu sitio web para aumentar su relevancia para los motores de búsqueda. Cuanta más relevancia y autoridad coloque un motor de búsqueda en tu página, más alto se mostrará en los resultados de búsqueda.

Esta es una de las áreas clave del SEO para tu negocio y es algo sobre lo que tienes control total con tu sitio web. Para las palabras clave que son menos competitivas, a veces es posible lograr una clasificación en la primera página de Google solo con un SEO on-page de buena calidad.

Repasemos 12 factores importantes del SEO para tus páginas. Es posible que algunos de ellos necesiten la ayuda de tu diseñador web, pero es una buena idea que primero los comprendas un poco:

- **Focus Keyword** - Cada página debe tener una palabra clave de enfoque única. Por lo tanto, si tienes una página que usa "Especialista en Piscinas Las Palmas", no debes usarla como palabra clave de enfoque en otra página.
- **Contenido** - La calidad y relevancia del contenido de una página web es el factor de clasificación número uno en los motores de búsqueda. Tu contenido debe cumplir claramente con el propósito de búsqueda del visitante. Asegúrate de que tu palabra clave de enfoque se use una vez en las primeras 100 palabras de la página. Se aplica mucho peso al contenido más extenso (más de 1000 palabras por página).
- **Etiqueta de título** - Tu etiqueta de título se muestra en el navegador y es el título principal en los resultados de búsqueda. La longitud ideal es de 50 a 60 caracteres y siempre debes intentar comenzar con tu palabra clave principal. Las etiquetas de título se escriben mejor como una oración.
- **Meta Descripción** - Los motores de búsqueda utilizan la meta descripción como descripción de los resultados de búsqueda en sus índices. Las meta descripciones deben tener alrededor de 140-160 caracteres de longitud y deben incluir tu palabra clave de enfoque dentro de este contenido.
- **URL** - Las URL de tu página deben ser compatibles con los motores de búsqueda e idealmente incluir tu palabra clave de enfoque. En lugar de "example.com/pageid=?123", usaría "example.com/tu-palabra-clave-de-enfoque".
- **Etiquetas de encabezado** - Tu sitio web debe usar etiquetas de encabezado. Es posible que las conozcas como <h1>, <h2>, etc. El título de tu página siempre debe usar etiquetas <h1>, ya que es el encabezado más importante de la página. Los subtítulos deben usar <h2> y, si es necesario, <h3> u otras etiquetas.

- **LSI Keywords** - Latent Semantic Indexing (LSI) Las palabras clave son una forma elegante de decir palabras clave relacionadas. Asegúrate de agregar algunas palabras clave que estén relacionadas con tu palabra clave de enfoque principal en el contenido de tu página. Esto ayudará a aumentar la relevancia de tu página.
- **Enlaces Internos** - Idealmente, querrás tener de 1 a 3 enlaces internos en cada página de contenido. Un enlace interno es un enlace que apunta a otra parte del contenido de tu sitio.
- **Enlaces Externos** - Las páginas que enlazan con una pieza de contenido relacionado externa suelen tener una clasificación más alta en los motores de búsqueda que una que no lo tiene. Si puedes vincular a un sitio web externo en tu página, debes hacerlo. Si no tiene sentido hacer esto (por ejemplo, estás trabajando en un producto o en una página de ventas), no te preocupes demasiado.
- **Imágenes / Video** - El buen uso de imágenes atractivas y videos incrustados aumentará el tiempo de permanencia de un usuario. Por tiempo de permanencia, nos referimos al período de tiempo que un usuario permanece en tu sitio web. Querrás minimizar la posibilidad de que un usuario vuelva directamente a los resultados de búsqueda después de aterrizar en tu página, ya que Google puede usar esto como una señal de una página de baja calidad.
- **Velocidad del sitio web** - La velocidad de tu web es un factor de clasificación en los motores de búsqueda. Los sitios web lentos son malos para los usuarios que buscan información. Los motores de búsqueda como Google recompensarán a los sitios web que cargan rápidamente. Si tu sitio web tarda más de 2 segundos en cargarse, normalmente necesitarás un trabajo de optimización para mejorar la velocidad.
- **SSL (HTTPS)** - Hay muchos beneficios positivos de un certificado SSL. Crea confianza en tus visitantes al mostrar un candado en tu navegador. También encontrarás que los motores de búsqueda lo utilizan como un factor de clasificación para la confianza y seguridad de un sitio web. Si actualmente no tienes un certificado SSL en tu sitio web, habla con tu empresa de alojamiento y conviértelo en un asunto prioritario.

Si quieres profundizar en el SEO on-page, hay muchos más factores de clasificación a los que puedes echar un vistazo; sin embargo, los 12 que hemos enumerado anteriormente son algunos de los más importantes que debes considerar para tu sitio web.

Si trabajas duro en asegurarte de que cada página de tu sitio web logre cada uno de los factores de clasificación anteriores, habrás recorrido un largo camino en el objetivo de hacer que tu sitio web sea más visible en los motores de búsqueda..

TIP: Tómate tu tiempo para revisar cada página de tu sitio web y evaluar si tienen implementados los 12 factores importantes que te enumeramos aquí. Para las páginas que no los tienen, anótalas y establece un plan de acción para realizar cambios positivos que mejorarán tu SEO en página.

4

Local SEO



Ayuda a los clientes potenciales a descubrirte.

Para la mayoría de las empresas que están leyendo esto, su área local será muy importante para tí en términos de ventas y nuevos negocios. La visibilidad en tu área local puede significar la diferencia entre ventas “buenas” y “GRANDES”.

¡Asegurémonos de que tengas una mejor visibilidad con tu audiencia local!

Una de las mejores cosas que puedes hacer para ayudar a que tu empresa sea visible localmente es configurar y optimizar una página de Google My Business. Por supuesto, esto es útil sin importar tu ubicación, por lo que incluso si estás leyendo esto y piensas que no es importante para tí porque no trabajas con clientes locales, seguir estos pasos beneficiará a tu empresa.

En primer lugar, debemos asegurarnos de que aún no tengas una página de Google My Business. Ir a Google Maps (<https://www.google.com/maps/>) y en el cuadro de búsqueda escribe el nombre de tu empresa, p. ej. Ferretería Pérez. Si ves varios resultados, agrega también tu ubicación.

Si tu empresa aparece aquí, entonces ya tienes una página de Google My Business. Si no aparece, puedes configurar una de forma gratuita. Dirígete a <https://www.google.com/business/> y haz clic en el botón verde "Comenzar ahora".

Cuando configures tu página por primera vez, deberás seguir el proceso de verificación. El proceso de verificación estándar se realiza mediante una tarjeta postal que se envía a la dirección de tu empresa en un plazo de 14 días. También se te puede presentar una opción para verificarla por teléfono o correo electrónico.

Una vez que se verifique tu página, asegúrate de completar tanta información relevante como sea posible.

Debes prestar especial atención a lo siguiente:

- **Nombre del Negocio** - Asegúrate de utilizar tu nombre comercial legal completo.
- **Descripción del Negocio** - Esta área te permite describir tu negocio y que las partes interesadas sepan más sobre tí.
- **Categorías** - Selecciona las categorías que sean relevantes para tu negocio.
- **Dirección** - Esta debe ser tu dirección comercial y debes asegurarte de tener la misma que en tu sitio web.
- **Número de teléfono** - Este debe ser el número de teléfono de tu empresa y debes asegurarte de tener el mismo número visible en tu sitio web.
- **URL del sitio web** - Introduce aquí la URL del sitio web de tu empresa.
- **Horario de apertura** - Hazle saber a la gente cuándo estás abierto / disponible para ayudarles.
- **Fotos** - Esta es una de las áreas más importantes de la página y el área que la gente descuida. Agrega tu logo, algunas fotos tuyas / de tu equipo y fotos / imágenes de trabajos que hayas realizado para tus clientes.

5

Creación de contenido



El contenido es el rey.

Cuando se trata de SEO, ¡el contenido es el rey! No hay otra forma de ver esto, la calidad y relevancia del contenido de tu sitio web es el factor más importante que decidirá cómo lo tratarán los motores de búsqueda en sus resultados.

Hace una década, el SEO era más un concurso de popularidad. Quien tuviera la mayor cantidad de enlaces aparecería más arriba en los motores de búsqueda. Si bien los backlinks (enlaces de otros sitios web que apuntan al tuyo) siguen siendo valiosos, el contenido de tu sitio web es lo más importante.

El contenido de calidad anima a las personas a enlazar tu contenido como recurso. Esto podría ser contenido en una página o en una publicación de blog. Los motores de búsqueda como Google AMAN el contenido. Les gusta el contenido que se actualiza con regularidad, por lo que es genial tener una fuente de contenido actualizado con regularidad, como un blog.

¿Cómo puedes mejorar el contenido de tu sitio web? ¡Gran pregunta!

Lo primero que debes observar es si el contenido responde al tipo de pregunta que un usuario le hace al motor de búsqueda, cuando está buscando una respuesta. Si un usuario accede a tu sitio web cuando busca un "cerrajero de emergencia en Sevilla", no sirve de nada si no está abierto o solo hace llaves nuevas para cerraduras.

CONSEJO: Revisa el contenido de tu sitio web teniendo en cuenta las palabras clave que seleccionaste anteriormente en esta guía. ¿Le estás dando el mensaje correcto a tu audiencia potencial? ¿Hay algún lugar en el que puedas mejorar tu contenido agregando más información, explicando los beneficios de tu producto / servicio o utilizando medios como imágenes o videos?

Lo segundo que debes considerar es la longitud de Tu contenido. Una y otra vez vemos que los sitios web más importantes en Google en términos de búsqueda tienen una longitud de contenido mucho mayor en sus páginas.

El sitio web promedio de una pequeña empresa es bastante pobre en contenido, y algunos tienen sólo unas pocas frases o un par de párrafos en las páginas. Evita esto siempre que sea posible, ya que no querrás que los motores de búsqueda consideren que tus páginas son de baja calidad debido a la falta de contenido.

CONSEJO: Cuenta el número de palabras en cada una de tus páginas. Puedes utilizar una herramienta como - <https://wordcounter.net/website-word-count>, pega la URL de tu página y mira el número de palabras. Si tus páginas tienen menos de 500 palabras, tómate un tiempo para revisar tu contenido y observar dónde podrías compartir información más detallada con tu público objetivo.



Ahora tienes la llave...

Abrimos la puerta del SEO y desmitificamos los 5 secretos del SEO para ayudarte a que encuentren tu empresa en internet. Ahora depende de tí tomar medidas y comenzar a avanzar en tu negocio.

A lo largo de la guía, te ofrecemos puntos de acción y consejos que te ayudarán a comprender más sobre el SEO y a saber qué debes hacer para aumentar tu participación en el mercado frente a tus competidores.

Es importante recordar que hacer cambios para el SEO no traerá éxito de la noche a la mañana. Es una estrategia a largo plazo, sin embargo, puede resultar mucho más barata que el pago por clic (PPC) a lo largo del tiempo.

Actuar hoy serán el primer paso que tu empresa debe dar para ser visible en los motores de búsqueda y conectarse con los usuarios que buscan una empresa como la tuya.

Ya sea que planees llevar a cabo estos consejos de SEO tú mismo o si prefieres contratar a una empresa de SEO como la nuestra, tendrás unos conocimientos previos y ya no será un arte oscuro o un misterio.

Recibirás algunos correos y sugerencias adicionales durante los próximos días, así que estate atento estos en tu bandeja de entrada.

Mientras tanto, si tienes alguna pregunta, no dudes en ponerte en contacto con nosotros.

Carlos Calvo
Sendero Digital
carlos@senderodigital.com



www.senderodigital.com