

Bienvenidos a EN VIVO

El Mundo del SEO

Parte I

Agenda

1. Introducción SEO
2. On-page SEO
3. Off-page SEO
4. Próximo EN VIVO: Mundo del SEO II
5. Q&A





Ana Sordo





Ingresa tus preguntas en la
herramienta de Q&A de zoom.



¿Qué aprenderás en este webinar?

1. Entender los conceptos básicos de SEO
2. Optimizar el SEO de tu contenido digital
3. Iniciar una estrategia de Inbound Links





¡GRACIAS!

Amedida
Anfora
Sculpture Hospitality de
Guatemala
Digital Business Academy
Impulse
Laminas y Aceros
Wom
Universidad Da Vinci
Nimblr.ai

Solucionweb
Consultores Web - KUBO
LAGE
X3 media
Ecopulse
WOM
QuestionPro
E-dea Networks
EDES Business School
Latin Managers
Pragma

Sodexo
Publicar
Grupo Creativo
Habla
Kokonut Studio
Duro de Mexico
Incubasoft
Hydra
Datatech Mexico
Avantica



La Ruta Inbound



ATRAER



SEO



BLOG



WEBSITE



SOCIAL



ANUNCIOS

El **39%** de los usuarios en línea utiliza buscadores para hacer compras a través de Internet.

CONVERTIR



CTAs



LANDING-PAGES



FORMULARIOS

La publicación de contenidos genera **3 veces** más oportunidades de venta que el marketing tradicional y cuesta un **62%** menos.

CERRAR



EMAIL MARKETING



MARKETING AUTOMATION



CRM



BASE DE DATOS DE CONTACTOS



LEAD-SCORING

Las empresas que emplean la nutrición de oportunidades de venta generan un **50%** más de ventas a un coste un **33%** menor.

DELEITAR



HUBSPOT CONNECT PARA INTEGRACIONES



SMART CONTENT



CORREOS TRANSACCIONALES



REPORTING & ANALYTICS

El **88%** de los consumidores han leído comentarios en línea para determinar la calidad de tu empresa.

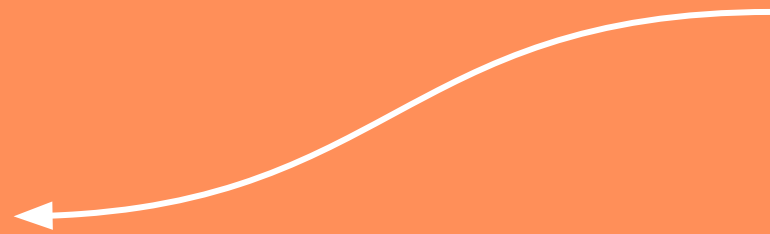


SEO

¿Que es **SEO**?



La "optimización en motores de búsqueda" (SEO) hace referencia a las técnicas que ayudan a tu sitio web a clasificar mejor en los resultados de búsquedas orgánicas.



El principal objetivo de la optimización en motores de búsqueda es hacer que tu sitio web sea más visible para las personas que usan los buscadores para encontrar tu producto, marca o servicios.



¿Por qué es tan importante que tu **sitio web** aparezca en los motores de búsqueda?



Cada año, se realizan más de **2 billones** de consultas de búsqueda solamente en **Google**.

Eso significa que **Google** responde más de 88.700 búsquedas por segundo en todo el mundo.



La clave del SEO está en optimizar para:



La motores de búsqueda



Tus visitantes



Una gran optimización en motores de búsqueda no consiste en realizar acciones a corto plazo para alcanzar buenas clasificaciones de manera rápida. En cambio, el SEO es un proceso continuo, en el que debes cambiar tu sitio web todo el tiempo.



Como administrador del sitio web, siempre deberías ofrecer a los usuarios y a los motores de búsqueda los mejores resultados posibles para cada consulta de búsqueda relevante.





Suscribete a los siguientes blogs para mantener al día sobre los cambios e implementaciones del SEO

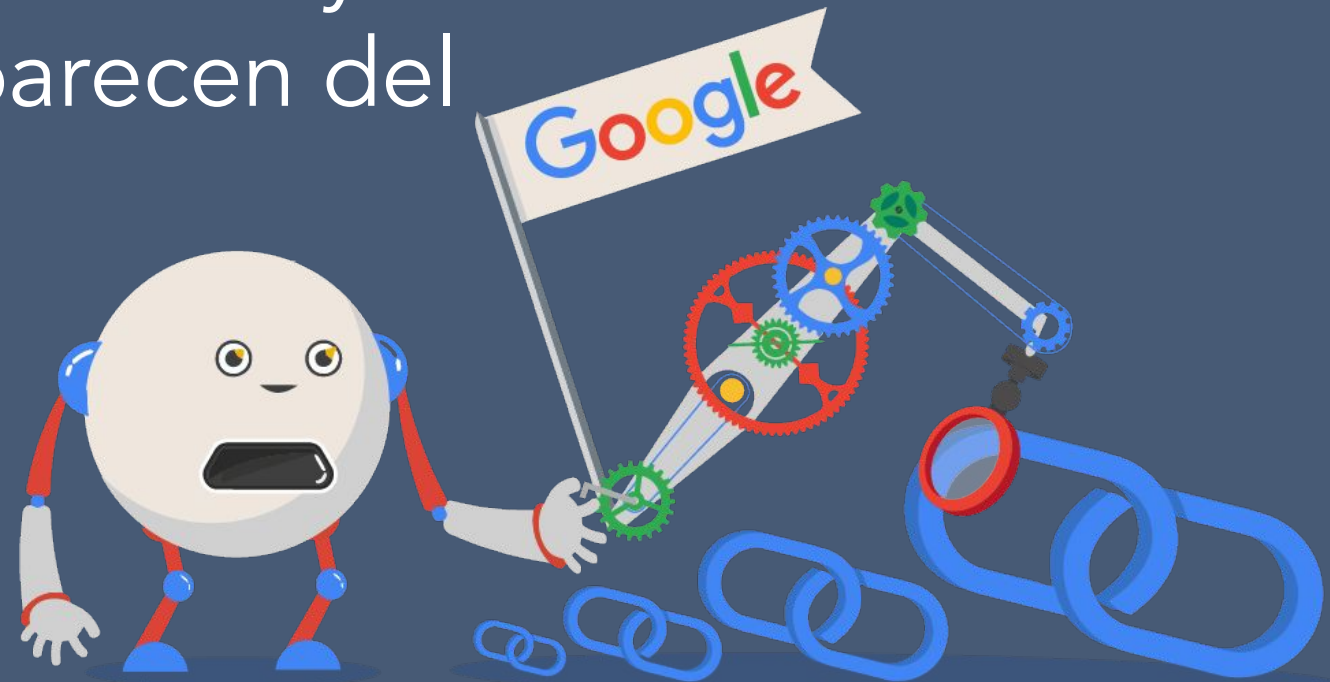
- Moz
- HubSpot Marketing Blog
- Search Engine Land
- Search Engine Watch
- Backlinko
- Point Blank SEO Blog
- MatthewBarby.com
- SEOnick
- DejanSEO blog
- Builtvisible





Cómo funcionan los motores de búsqueda

Todos los motores de búsqueda tienen un programa que se conoce como “bot” o “rastreador”. Estos programas siguen enlaces y visitan los sitios web, indexando el contenido del sitio y siguiendo enlaces que aparecen del sitio a otras páginas.



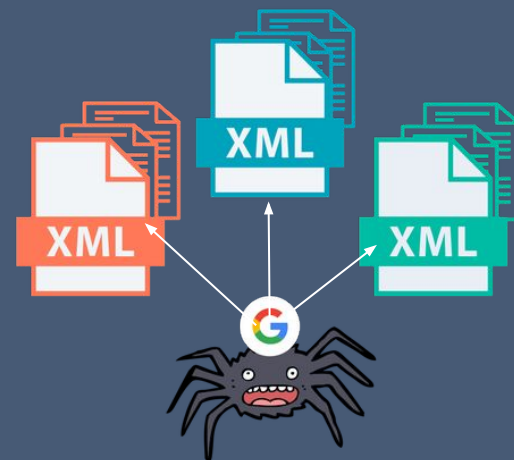


Si tu sitio web aún no ha sido indexado,
no aparecerá en los resultados de búsquedas

Para que un buscador pueda mostrar resultados relevantes cuando una persona realiza una consulta, primero debe **existir un archivo con información disponible** que el motor pueda seleccionar.



Este archivo se llama "**índice**". Independientemente de las tácticas o los métodos específicos que utilice cada motor de búsqueda, este proceso se conoce como "**indexación**".





Sigue estos pasos para indexar tu sitio web en Google

1. **Crea un Sitemap** o mapa del sitio: Un sitemap es un documento XML que muestra cada una de las páginas del sitio web.
2. **Envía el Sitemap a Herramientas para Webmasters de Google:** Una vez hayas creado el sitemap, debes visitar las [Herramientas para Webmasters de Google](#) y añadir tu mapa en la cuenta del sitio web.
3. **Envía la URL de tu sitio directamente a los buscadores:** La forma clásica de hacerlo, aunque no garantiza más velocidad, es enviar tu sitio por ejemplo a Google o a Bing.
4. **Añade tu sitio web o blog en los perfiles sociales: Actualiza la info de tu sitio en las redes sociales.**
5. **Consigue que un sitio actualizado te enlace:** Escribe un artículo como invitado en un blog, deja algún comentario con sentido con un enlace desde tu nombre de usuario o pide directamente que te enlacen.





Mapa del Sitio en tu portal de HubSpot

1. **Cómo encontrar la url de tu mapa de sitio**
2. **Cómo remover páginas del mapa de sitio**
3. **Cómo enviar el mapa de sitio en Google para que sea indexado**





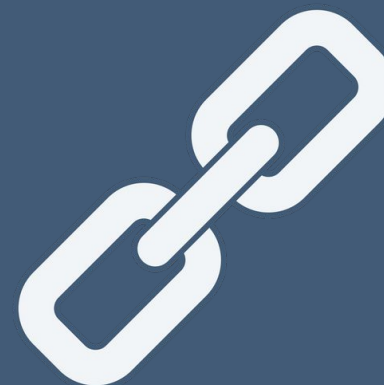
Elementos Fundamentales

que ayudan a los motores de
búsqueda a clasificar los sitios web

El contenido



Los enlaces



Cuando un usuario hace una consulta, el motor de búsqueda explora su índice, encuentra la información más relevante y muestra los resultados en las **SERP**.



Google utiliza más de 900 factores diferentes para determinar la relevancia de un sitio web para una consulta en particular.

Algunos factores importantes que los algoritmos tienen en cuenta para clasificar un sitio web:

- El contenido del sitio
- La estructura y los enlaces internos del sitio
- La ubicación geográfica del usuario
- La optimización móvil
- Los tiempos de carga
- La accesibilidad al servidor
- Las señales sociales (enlaces a redes sociales).





Lo que debes hacer para lograr
una buena clasificación.





Posicion



Es el lugar que ocupa tu sitio web en las **SERP** en búsquedas determinadas. Indica la relevancia que tiene tu sitio web para un término de búsqueda según la perspectiva del motor de búsqueda.

About 38,700,000 results (0.83 seconds)

Shop for buy sneakers on Google Sponsored

 Nike Tanjun Women's ... \$65.00 Kohl's Special offer	 GUESS® Jarlen High-Top ... \$47.40 GUESS Special offer	 Vince Men's Simon ... \$135.00 Saks Fifth Ave... Special offer	 Opening Ceremony ... \$75.00 Opening Cere... Special offer
--	--	--	--

#1

DSW® Men's & Women's Sneakers - Free Shipping on...
Ad www.dsw.com/Sneakers
4.6 ★★★★★ rating for dsw.com
Shop the Latest Sneakers at DSW®. Order Online & Pick Up In-Store
Black Friday - 20% off When You Buy 2 Items
DSW® Black Friday Sale - Shop Men's Sneakers - Find a Store Near You

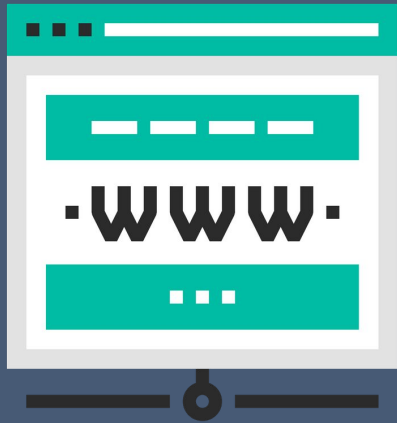
#2

Shop Cheap Athletic Sneakers - Exclusive Deals, Up To...
Ad www.zulily.com/
4.3 ★★★★★ rating for zulily.com
Save On Athletic Sneakers & More On Zulily. New Styles Daily. Shop Now!
...items that celebrate your personal style. - Huffington Post
Ratings: Prices 10/10 - Website 9/10 - Service 8/10 - Selection 8/10

#3

New Jordan Shoes - In Stock - Shop & Save at Eastbay
Ad www.eastbay.com/
Wide Selection of Colors & Sizes.
90-Day Returns - Free Shipping - No Min - 20% Off All Orders \$99+ - Loyalty Club
Black Friday - 20% off \$99+ & Free Shipping

Autoridad



Indica la popularidad de un sitio web al medir la autoridad, calidad y la credibilidad del contenido en base a unas métricas específicas de Google.

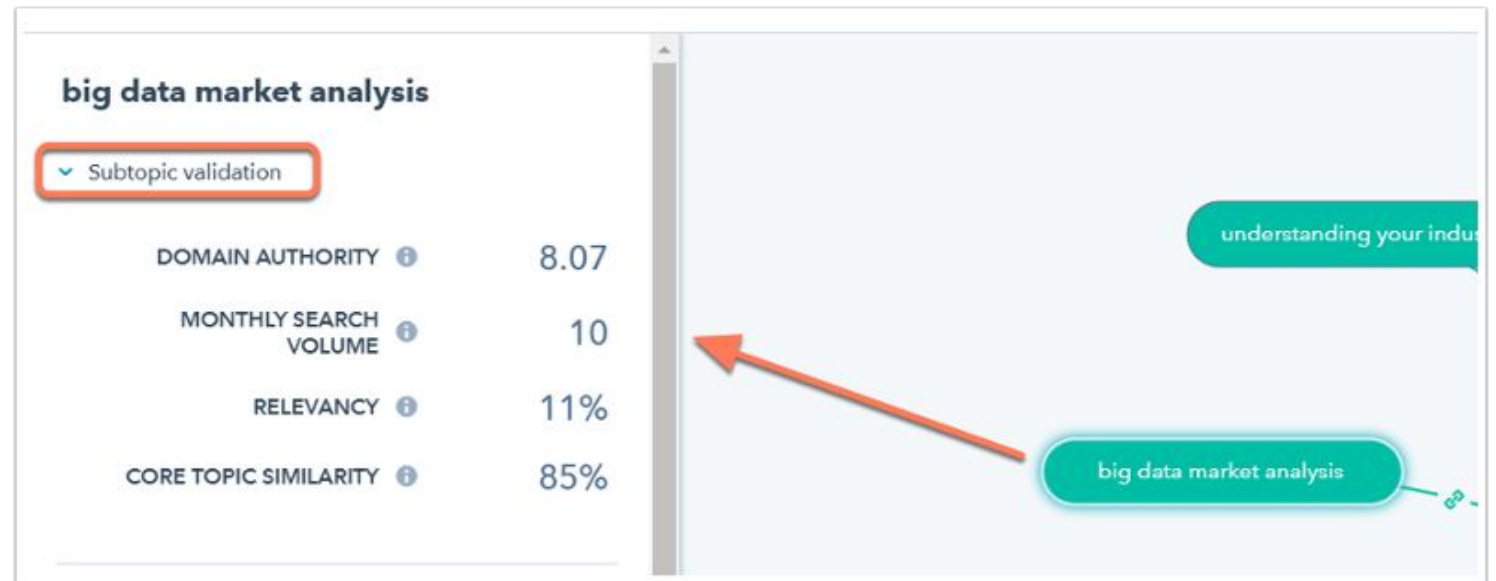
- **Autoridad de Dominio (DA):** Es una métrica que ayuda a mejorar el posicionamiento en buscadores de nuestra página
- **Autoridad de Página (PA):** Mide la autoridad, calidad y credibilidad de las páginas de un sitio web, independientemente sea cual sea su dominio.

Se mide en una escala logarítmica de 100 puntos.

Relevancia



Mide la similitud de tu tema con el contenido existente que tienes en dominios alojados, en una escala del 0% al 100%. Un porcentaje alto indica que estás más cerca de crear contenido relevante en función de lo que se espera del contenido existente.



Problemas técnicos



Ejemplos:

- Metatags vacíos
- Enlaces rotos
- Problemas con el sitemap
- Configuración errónea del archivo .htaccess.
- ETC

El contenido
es el REY





Crea contenido único que no aparezca en ningún otro sitio online. De esta manera, puedes lograr que tu sitio web alcance mejores clasificaciones en los motores de búsqueda.



Proximo Webinar:

LOS TÉRMINOS DE COLA
LARGA (Keywords).





SEO ON-PAGE

¿Cómo desarrollar una estrategia de SEO?



ON-PAGE



Hace referencia a todas las medidas que puedes llevar a cabo en tu propio sitio web. Estas medidas simplifican la tarea de los buscadores de encontrar tu sitio web, indexarlo y comprender y clasificar tu contenido.

OFF-PAGE



Abarca los problemas externos a tu sitio y garantiza la entrada de enlaces inbound de alta calidad.



El SEO *on-page* se refiere a los elementos que los rastreadores de los motores de búsqueda perciben del contenido y la estructura de tu sitio.



Elementos del SEO *on-page*

- Indexabilidad
- Contenido (diseño y palabras)
- Etiquetas del encabezado
- Direcciones URL
- Etiquetas alt de las imágenes
- Enlaces internos
- Marcado de datos en Schema
- Arquitectura del sitio
- XML sitemaps

Indexabilidad

Para que tu sitio web clasifique en las SERP, primero debe **indexarse**.

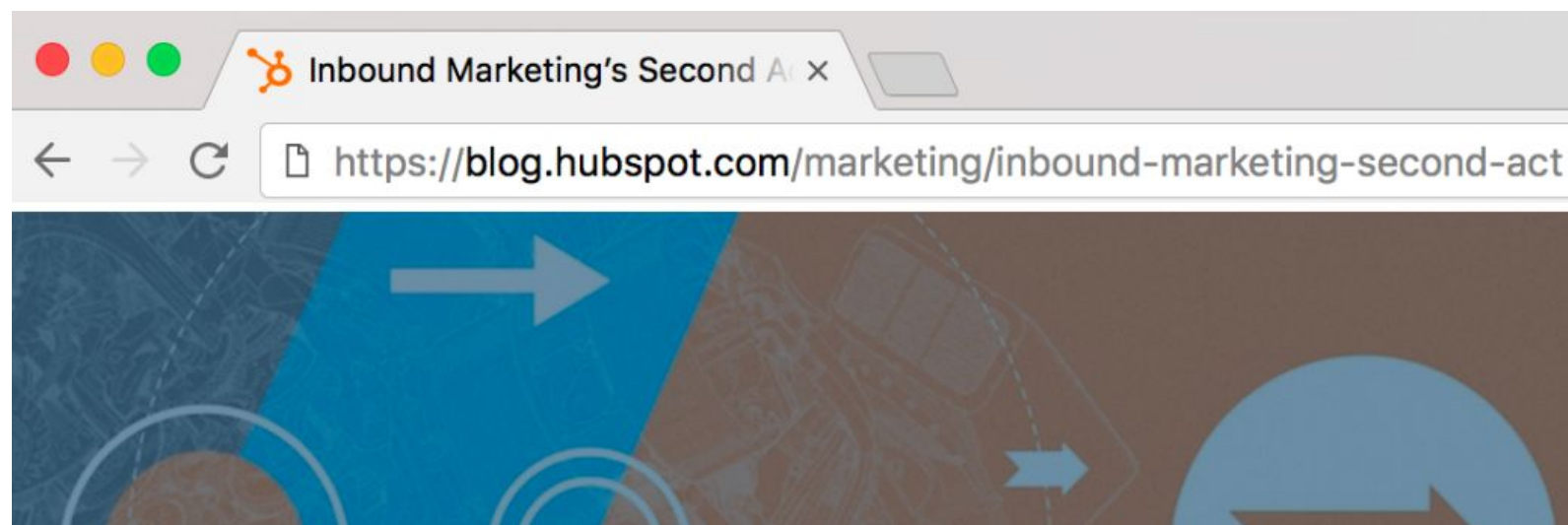
Puedes influir en la indexabilidad de tu sitio web, por ejemplo, usando un archivo pequeño llamado “robots.txt”, el cual es un archivo de texto que se almacena en tu servidor.

Otro elemento que puedes usar para influir en la indexación de tu sitio web es el mapa XML del sitio

Estructura URL

La estructura de tus URL también puede ayudar a los buscadores a entender mejor el contenido de tu sitio web.

- Utiliza URL optimizadas para SEO. De esta manera, los usuarios sabrán con solo ver la URL qué encontrarán en la página de destino.
- No incluyas niveles de directorio innecesarios, ya que así evitarás que tu sitio web se vuelva demasiado confuso.
- Evita usar caracteres especiales en la URL. Estos símbolos podrían dificultar el análisis de tu sitio web a los motores de búsqueda.



Imágenes

Las imágenes son un gran mecanismo para dividir segmentos de texto y comunicarte con los motores de búsqueda.

Ayuda a los buscadores agregando atributos alt (“alt” es la abreviatura de “alternativo”) a todas tus imágenes. Estos metadatos contienen un segmento de texto breve que se muestra en el navegador como una opción alternativa, en caso de que el gráfico no se pueda cargar por problemas técnicos.

The image displays a grid of various marketing-related icons and a promotional banner. The banner on the left is teal and white, featuring the text "¡Ve a celebrar con tu familia!" and "HubSpot trabaja por ti" with a "Empieza ahora" button. The grid of icons includes: "Live Engagement", "Content Management", "Web Link", "Cloud Computing", "SEO Tools", "SEO Targeting", "SEO Reporting", "Under Construction", "Game Development", "Premium Service", "Monitoring", "SEO", and "Fully editable, simple, nice and clean flat icons ready for your web project".

6 Razones por las debes contratar un community manager en tu empresa

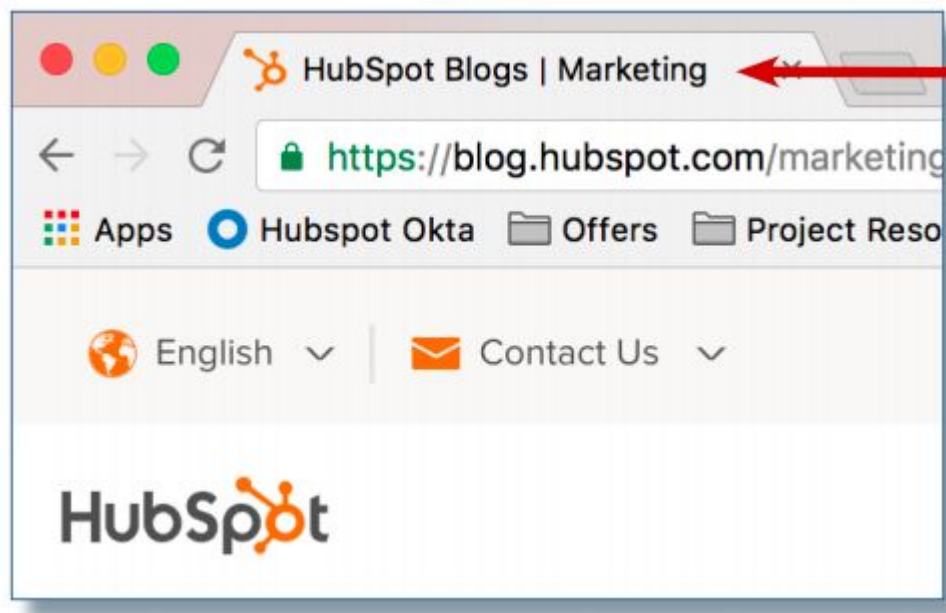
MARKETING | LECTURA DE 3 MIN.

ETIQUETAS DE TÍTULOS Y METAETIQUETAS

Todas las páginas web que creas tienen una “etiqueta de título”. Esta etiqueta es un fragmento de texto que aparece en la esquina superior izquierda o en la pestaña de tu navegador web.

Consejos para usar etiquetas de títulos:

- Utiliza la palabra clave principal del sitio web en la etiqueta de título.
- Asegúrate de no superar la longitud máxima de la etiqueta de título, porque, de lo contrario, el título aparecerá cortado en la SERP.
- Si es posible, usa el nombre de tu marca en la etiqueta de título, como, por ejemplo, la URL tu sitio web. • Usa una sola etiqueta de título para cada página web.



La metadescripción, por otro lado, es el texto que describe de qué trata una página específica. Las metadescripciones suelen aparecer como un fragmento de texto debajo del enlace azul en los resultados de los motores de búsqueda

Consejos para crear metadescripciones:

- Finaliza tu metadescripción con una llamada a la acción
- No superes la longitud máxima de 175 caracteres, ya que, de lo contrario, la descripción aparecerá cortada en las SERP
- Utiliza una descripción distinta para cada página web.

OnPage.org | Free Tools for smart webmasters

<https://en.onpage.org/free-tools/> ▼

You can use all of these innovative tools after joining OnPage.org FREE. ... You are not sure whether your website is suitable for the OnPage.org software?



Title



Description

Cuando los rastreadores de los motores de búsqueda analizan tu sitio web, buscan pistas sobre el contenido de tus páginas. Si utilizas distintas etiquetas de encabezado, estructuras el contenido de tu sitio web y haces que sea fácil de entender para los visitantes y los rastreadores.

Consejos para usar etiquetas de encabezado

- Utiliza solo una etiqueta H1 por cada página web
- Usa la palabra clave principal en la etiqueta H1
- Usa la palabra clave principal en la etiqueta H1
- Agrega otras etiquetas H en orden cronológico; es decir, H2, H3 y H4

```
<div id="tagline">  
  <h1>Inbound Marketing Blog</h1>  
  <h2>SEO, Blogging, Social Media, Landing Pages,  
</div>
```

In August 2011, we did a round-up of the [23 best inbound marketing blogs](#) on the internet. But that was soooo two years ago, and it's high time we gave that list a refresh, don't you think?

ENLACES INTERNOS

Los enlaces inbound son aquellos enlaces que dirigen a tu página desde otros sitios web. Si creas contenido en tu blog o páginas web específicas, también deberías hacer referencia a otras páginas dentro de tu sitio web. La forma de hacerlo es agregando un enlace de una página a otra y para eso te recomendamos usar texto de anclaje.

- **Te recomendamos utilizar siempre la misma palabra clave para enlazar a una página objetivo. Esto ayuda a los motores de búsqueda a reconocer que esta página de tu dominio debe ser extremadamente relevante respecto a un tema o una palabra clave específica.**



Los buscadores también evalúan detenidamente los aspectos técnicos de tu sitio web. Por ejemplo, la velocidad de carga del sitio es uno de los factores principales para determinar la clasificación de tu página web.

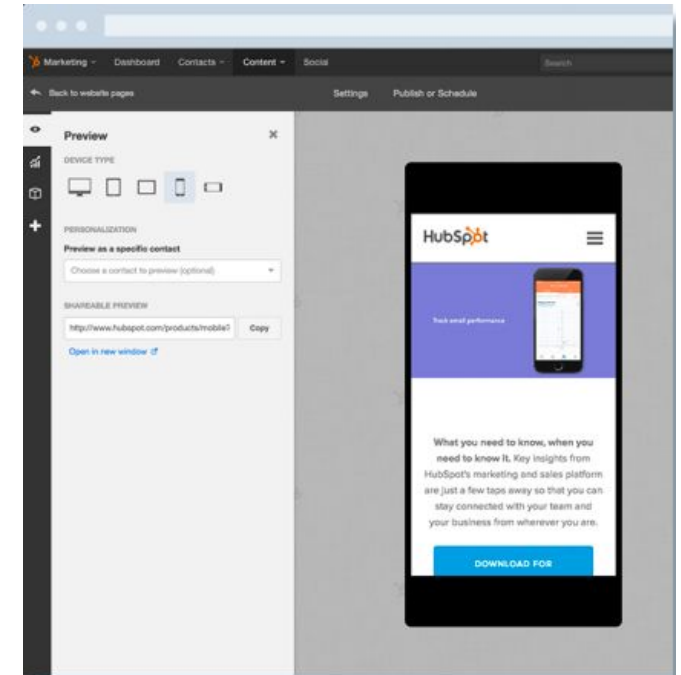
Consejos para lograr un mejor rendimiento:

- Evita archivos de imágenes pesados, ya que no permiten que tu sitio web se cargue rápidamente.
- Evalúa con cuidado el uso de elementos como Javascript y CSS, dado que dificultan la carga de los sitios.
- Evita los comentarios innecesarios en el código fuente.

Según las estadísticas, si tu sitio no está optimizado para dispositivos móviles, ofreces una mala experiencia del usuario al 50% de tus visitantes. Por este motivo, una buena optimización en la página a largo plazo siempre debe incluir la optimización de tu sitio web para dispositivos móviles.

Consejos para realizar la optimización móvil:

- Implementa un diseño web adaptable siempre que sea posible. Este diseño garantiza que tu sitio web se adapte a cualquier tamaño de pantalla.
- Asegúrate de que los archivos de imágenes y otros gráficos no sean tan grandes. Así, evitarás aumentar innecesariamente los tiempos de carga para los usuarios de dispositivos móviles.
- Ten en cuenta que estas personas usarán pantallas táctiles para navegar en tu sitio, así que intenta que los botones estén bien separados unos de otros.





SEO OFF-PAGE

El SEO *off-page* se refiere a los elementos que los rastreadores de los motores de búsqueda perciben del contenido y la estructura de tu sitio.



Actividades SEO *off-page*

- Utiliza los siguientes medios para distribuir tu contenido
 - ◆ Correo electrónico
 - ◆ Redes sociales
 - ◆ Artículos de Invitados
 - ◆ Desarrollar estrategia de link building.

Proximo Webinar: El Mundo del SEO II





Alguna Pergunta?



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot

¡Gracias!

