



# Bienvenidos a EN VIVO





¡EN VIVO #50!





**Melissa Hammond**

CSM LatAm | HubSpot



**José Luis Ortiz**

CSM LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

# Integración de Google Search Console con HubSpot



## AGENDA

1. Qué es Google Search Console
2. Cómo conectar Google Search Console a HubSpot
3. Cómo funciona la integración
4. Tips para aprovechar la integración
5. Q&A



## QUÉ APRENDERÁS HOY

1. Cómo usar la integración dentro de HubSpot
2. Cómo analizar las métricas arrojadas para optimizar tu estrategia de contenidos e impactar el SEO.



Ingresa tus preguntas  
en la herramienta de

**Q&A**

de Zoom.





#1

# Qué es Google Search Console





Herramienta gratuita para monitorear tu sitio web en base a varios parámetros de Google para optimizar tu presencia orgánica

Google Search Console = GSC

Si no tienes una cuenta de GSC



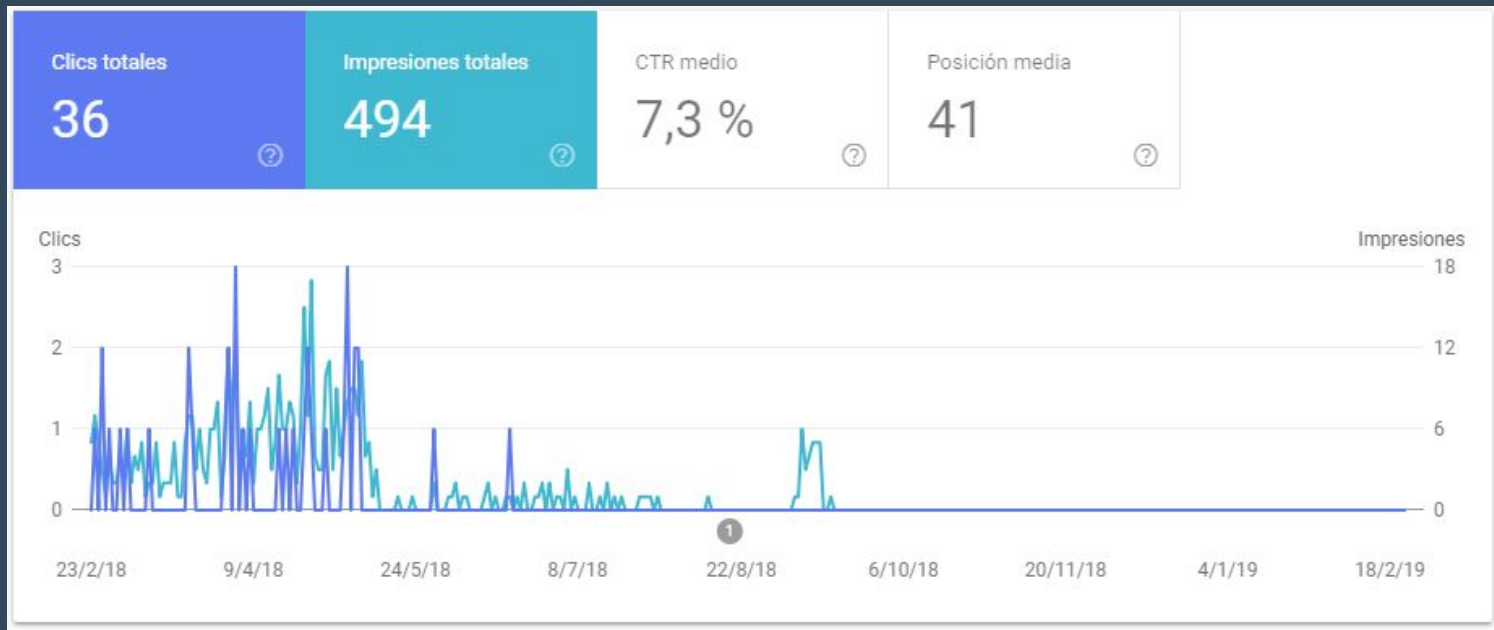
Crea una hoy mismo desde tu cuenta de Google de trabajo

# Principales usos de Google Search Console

1. Identificar páginas con mayor tráfico
2. Identificar las consultas con mayor tasa de clicks para tu sitio web
3. Identificar las consultas más comunes para tu sitio web
4. Identificar tu tasa de clicks promedio
5. Identificar y monitorear las impresiones de tus páginas web
6. Identificar y monitorear la posición promedio de tus páginas web
7. Monitorear cambios en ranking
8. Comparar tu desempeño entre países o tipos de dispositivo
9. Identificar el número de backlinks que tiene tu sitio web
10. Identificar las páginas con más backlinks



# Principales métricas en GSC





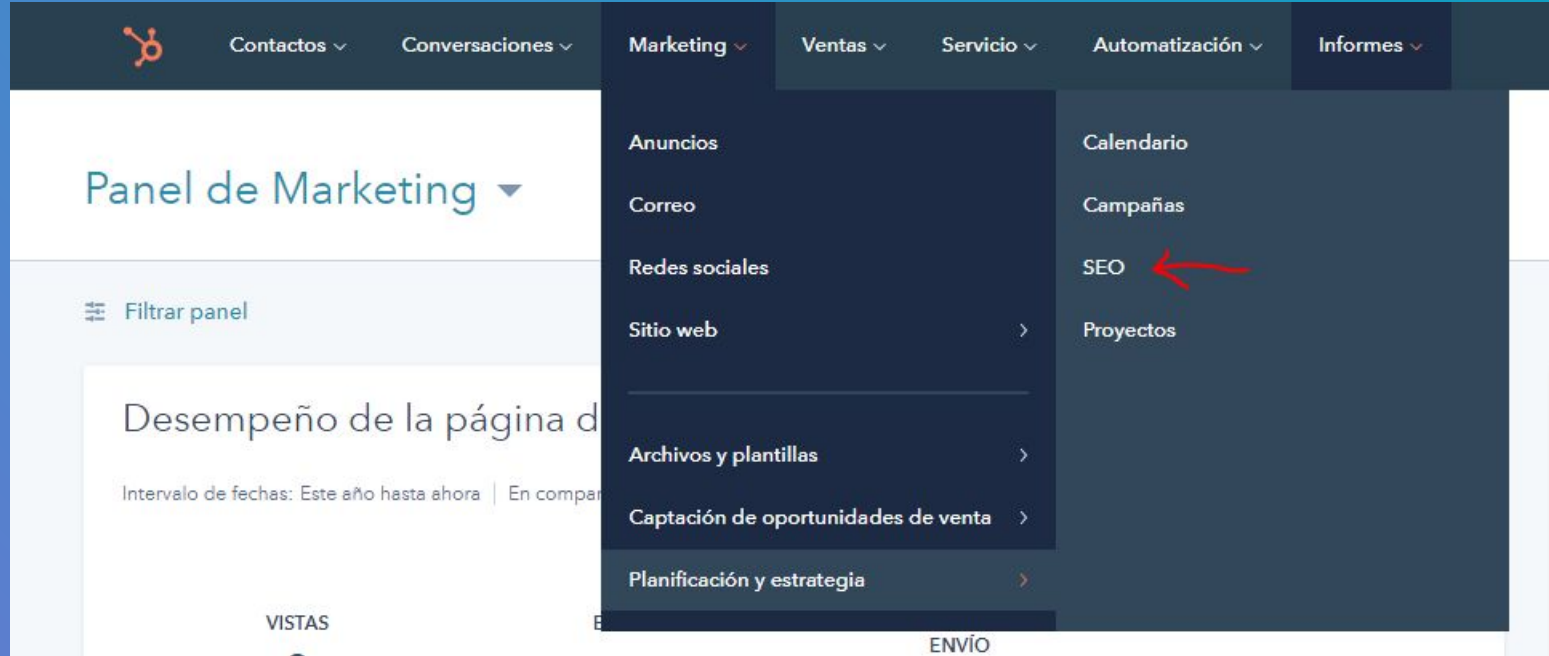


#2

# Cómo conectar Google Search Console a HubSpot



# Herramienta de SEO en Marketing Hub



The image shows a screenshot of the Marketing Hub interface. The top navigation bar includes the following items: **Contactos** (with a dropdown arrow), **Conversaciones** (with a dropdown arrow), **Marketing** (with a dropdown arrow), **Ventas** (with a dropdown arrow), **Servicio** (with a dropdown arrow), **Automatización** (with a dropdown arrow), and **Informes** (with a dropdown arrow). The **Marketing** dropdown menu is open, displaying a list of options: **Anuncios**, **Correo**, **Redes sociales**, **Sitio web** (with a right-pointing arrow), **Archivos y plantillas** (with a right-pointing arrow), **Captación de oportunidades de venta** (with a right-pointing arrow), and **Planificación y estrategia** (with a right-pointing arrow). To the right of this menu, a secondary dropdown menu is visible, containing **Calendario**, **Campañas**, **SEO** (highlighted with a red arrow pointing to it), and **Proyectos**. The main content area on the left shows the **Panel de Marketing** with a filter option and a section titled **Desempeño de la página d** (partially visible), including a date range selector for **Este año hasta ahora** and a comparison option **En compa** (partially visible). At the bottom of the interface, the words **VISTAS** and **ENVÍO** are visible.



# ¡Click en Instalar!

SEO

Agregar un tema



Integrar con Google Search Console. Usa datos reales de Google para informar tu SEO.


Instalar 



Intervalo de fechas: Últimos 3 meses ▾

Ver analíticas de temas  Cambiar columnas

TEMA ▾

SESIONES  

DURACIÓN  
PROMEDIO  
DE SESIÓN   


TASA DE  
REBOTES   


ENLACES  
INBOUND   






## Alternativa

Navegar a la página de Integraciones desde el menú de la esquina superior derecha y buscar "Google Search Console"



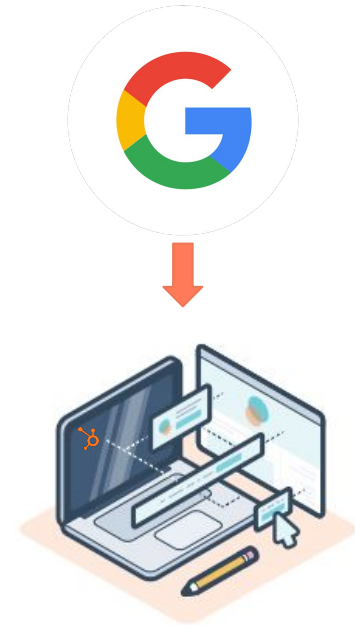


#3

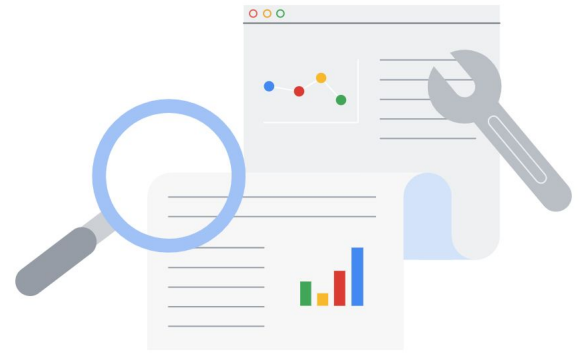
## Cómo funciona la integración



La integración de GSC de HubSpot **incorpora las métricas de Google** a tu herramienta de SEO y a la pestaña de optimización de las página y blog.



Estas métricas incluyen el número de impresiones, la posición y los clics que recibe tu sitio en una página de resultados del motor de búsqueda (SERP) para tus temas.





Estos datos ilustran el rendimiento de los temas en los resultados de búsqueda y los temas que generan mayor tráfico orgánico en tu sitio.

# Pasos Para Usar La Integración

1. Habilitar la integración de la consola de búsqueda de Google.
2. Verifica la propiedad de tu sitio.
3. Añade propiedades del sitio.
4. Ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en HubSpot.



# Pasos Para Usar La Integración

- 1.** Habilitar la integración de la consola de búsqueda de Google.
2. Verifica la propiedad de tu sitio.
3. Añade propiedades del sitio.
4. Ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en HubSpot.



# ¡Click en Instalar!

SEO

Agregar un tema



Integrar con Google Search Console. Usa datos reales de Google para informar tu SEO.


Instalar 



Intervalo de fechas: Últimos 3 meses ▾

Ver analíticas de temas  Cambiar columnas

TEMA ▾

SESIONES  

DURACIÓN  
PROMEDIO  
DE SESIÓN   


TASA DE  
REBOTES   


ENLACES  
INBOUND   

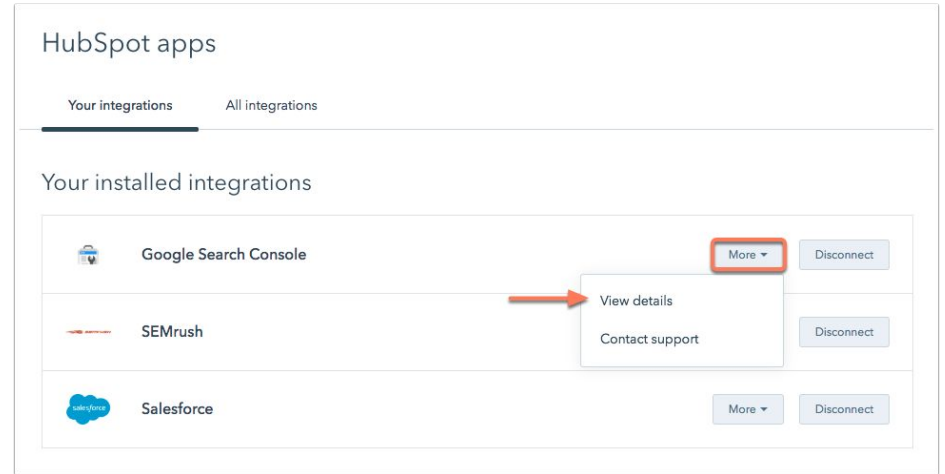





A screenshot of the 'Add Domain' interface in Google Search Console. At the top is a circular icon with a tree structure. Below it, the word 'Domain' is followed by a blue 'new' badge. A list of bullet points includes: 'All URLs across all subdomains (m., www. ...)', 'All URLs across https or http', and 'Requires DNS verification'. A text input field contains 'example.com' with a placeholder 'Enter domain or subdomain'. A 'CONTINUE' button is at the bottom.

Para ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en la herramienta SEO, debes **agregar el dominio usado en HubSpot** en la cuenta de la Consola de búsqueda de Google.

Si está haciendo referencia a un dominio en la herramienta de SEO que no se encuentra en tu cuenta de la Consola de búsqueda de Google, verás una alerta en el panel de SEO que la cuenta necesita estar conectada.



# Pasos Para Usar La Integración

1. Habilitar la integración de la consola de búsqueda de Google.
- 2. Verifica la propiedad de tu sitio.**
3. Añade propiedades del sitio.
4. Ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en HubSpot.



Si un miembro del equipo ya ha agregado el código de Google Analytics a HubSpot, tu sitio se verificará automáticamente después de habilitar la integración. Verás qué sitios están verificados en tus configuraciones de integración:

Connected Sites	
https://blog.██████████.com/	● Verified
https://www.██████████.com/	● Verified
http://██████████.com/	● Verified
https://hello.██████████.com/	● Verified
http://████████████████████.com/	→ ● Unverified

# Pasos Para Usar La Integración

1. Habilitar la integración de la consola de búsqueda de Google.
2. Verifica la propiedad de tu sitio.
- 3. Añade propiedades del sitio.**
4. Ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en HubSpot.



Una vez que hayas verificado tu sitio, puedes agregar propiedades de sitio web para todos los subdominios que estás siguiendo en SEO.

La Consola de búsqueda de Google requiere que agregues cada subdominio, por lo que deberá agregar `www.mydomain.com` por separado de `blog.mydomain.com` y `mydomain.com`.

<https://support.google.com/webmasters/answer/34592?hl=es>

## Añadir una propiedad de sitio web

A continuación, te explicamos cómo se añade una propiedad de sitio web a tu cuenta de Search Console, si bien antes tienes que [demostrar que eres el propietario del sitio web o de la sección correspondiente](#). Puedes crear una propiedad que incluya un dominio completo (`example.com`) o una propiedad que esté limitada únicamente a una parte concreta de tu sitio (`example.com/ropa/`)

### Tipos de propiedades de sitios web

Search Console admite los siguientes tipos de propiedades de sitios web:

	Propiedades de prefijo de URL	Propiedades de dominio
<b>Descripción</b>	Incluye solo las URL con el prefijo exacto especificado, incluido el protocolo ( <code>http/https</code> ). Si quieres que tu propiedad abarque más protocolos o subdominios ( <code>http/https/www./m., etc.</code> ), quizás te interese más añadir una propiedad de dominio.	Incluye todos los subdominios ( <code>m, www, etc.</code> ) y ambos protocolos ( <code>http</code> y <code>https</code> ).
<b>Verificación</b>	Muchos tipos	Verificación del registro de DNS únicamente
<b>URL coincidentes</b>	La propiedad <code>http://example.com/</code> se corresponde con: ✓ <code>http://example.com/vestidos/1234</code> ✗ <code>https://example.com/vestidos/1234</code> - <b>https no coincide</b> ✗ <code>http://www.example.com/vestidos/1234</code> - <b>www. no coincide</b>	La propiedad <code>example.com</code> se corresponde con: ✓ <code>http://example.com/vestidos/1234</code> ✓ <code>https://example.com/vestidos/1234</code> ✓ <code>http://www.example.com/vestidos/1234</code> ✓ <code>http://asistencia.m.example.com/vestidos/</code>

# Pasos Para Usar La Integración

1. Habilitar la integración de la consola de búsqueda de Google.
2. Verifica la propiedad de tu sitio.
3. Añade propiedades del sitio.
4. Ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en HubSpot.



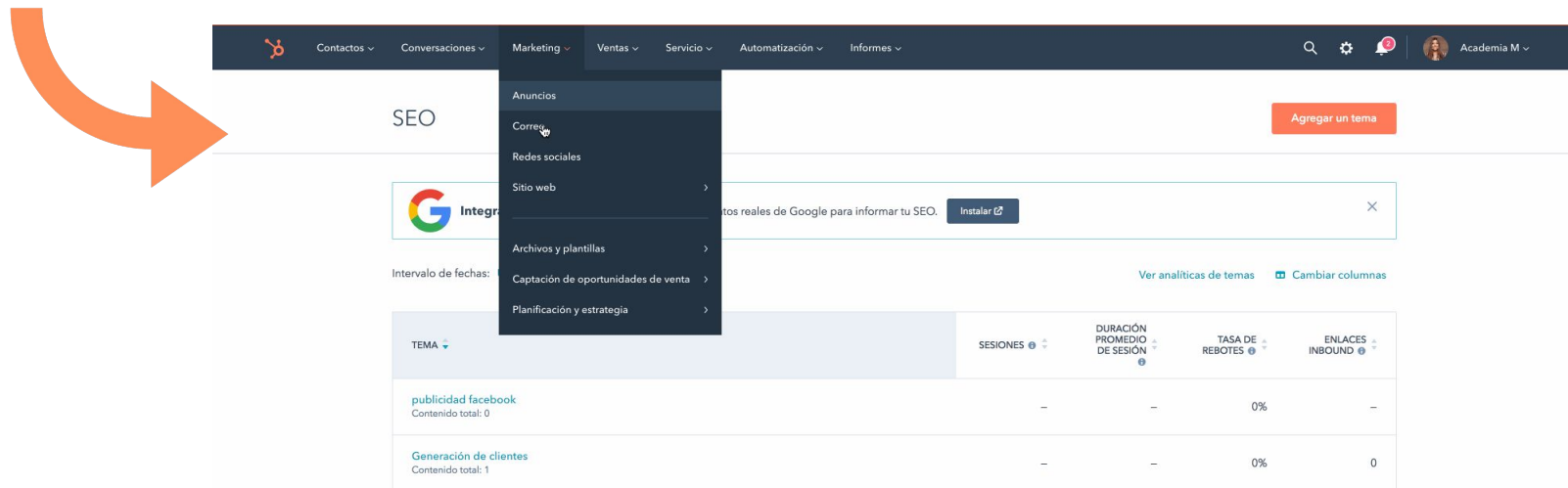
Para ver las métricas de la consola, agregar las columnas en la herramienta de SEO.



The screenshot shows a marketing dashboard with a dark navigation bar at the top containing menu items: Contactos, Conversaciones, Marketing, Ventas, Servicio, Automatización, and Informes. A dropdown menu is open under 'Marketing', listing: Anuncios, Calendario, Correo, Campañas, Redes sociales, SEO, Sitio web, Proyectos, Archivos y plantillas, Captación de oportunidades de venta, and Planificación y estrategia. The main content area is titled 'Panel de Marketing' and includes a 'Filtrar panel' button. The primary metric is 'Desempeño del marketing' showing 'SESIONES' at 69 with a 25.45% increase. A secondary metric shows 'CLIENTES' at 0. Below these are two placeholder cards for 'Desempeño de la página de destino' and 'Principales páginas de destino', both indicating 'No hay elementos que mostrar para este período.' The interface also features buttons for 'Crear panel', 'Exportar', 'Compartir', and 'Agregar Informe', along with a user profile 'Academia M' and an 'Ayuda' button.



Ya puedes ver las métricas de la Consola de búsqueda de Google en la herramienta de SEO y en la pestaña Optimización de tu página o en los detalles de la publicación del blog:



The screenshot shows a dashboard interface with a dark navigation bar at the top containing menu items: Contactos, Conversaciones, Marketing, Ventas, Servicio, Automatización, and Informes. A search icon, settings gear, notification bell, and user profile (Academia M) are on the right. The main content area is titled 'SEO' and features a 'Agregar un tema' button. A 'Google Integración' banner is present, along with an 'Intervalo de fechas' section. A 'Marketing' dropdown menu is open, listing options like Anuncios, Correos, Redes sociales, Sitio web, Archivos y plantillas, Captación de oportunidades de venta, and Planificación y estrategia. Below this is a table of metrics.

TEMA	SESIONES	DURACIÓN PROMEDIO DE SESIÓN	TASA DE REBOTES	ENLACES INBOUND
publicidad facebook Contenido total: 0	-	-	0%	-
Generación de clientes Contenido total: 1	-	-	0%	0



#4

Tips para aprovechar la integración para el SEO

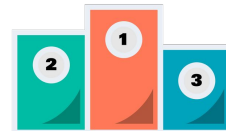




Primero repasemos cada métrica



# Posición Promedio



- Los resultados de búsqueda tienen un valor de posición numérico que describe su posición **en una página de resultados del motor de búsqueda de Google (SERP)**.
- Como regla general, la posición se cuenta en la página de resultados de búsqueda de arriba a abajo, luego de izquierda a derecha (según la dirección de su idioma).
- Este número te brinda una comprensión general de cómo se está desempeñando tu tema en los resultados de búsqueda.



# Impresiones totales

- Se contabiliza una impresión cada vez que aparece el enlace de tu contenido en los resultados de búsqueda de tu frase temática o palabra clave.



# Tasa de clics promedio

- Este número es el número promedio de veces que alguien hizo clic en tu contenido desde una página de resultados de búsqueda de Google. Si un contacto hace clic en el mismo enlace varias veces, solo se contará una vez.



# Top Search Queries o Consultas de búsqueda principales



- Estos son los términos de búsqueda que está devolviendo tu contenido en los resultados de búsqueda de Google.
- Puedes ver las principales consultas de búsqueda en el panel Optimización en la página o en el editor de publicaciones del blog, y en la sección de Subtemas de contenido del panel de detalles en la herramienta de SEO.





## Tips

1. Cubre todo un Tema Central con las sugerencias de consultas principales
2. Analiza el desempeño de tu contenido en en el motor de búsqueda de Google
3. Optimiza tu contenido basado en temas



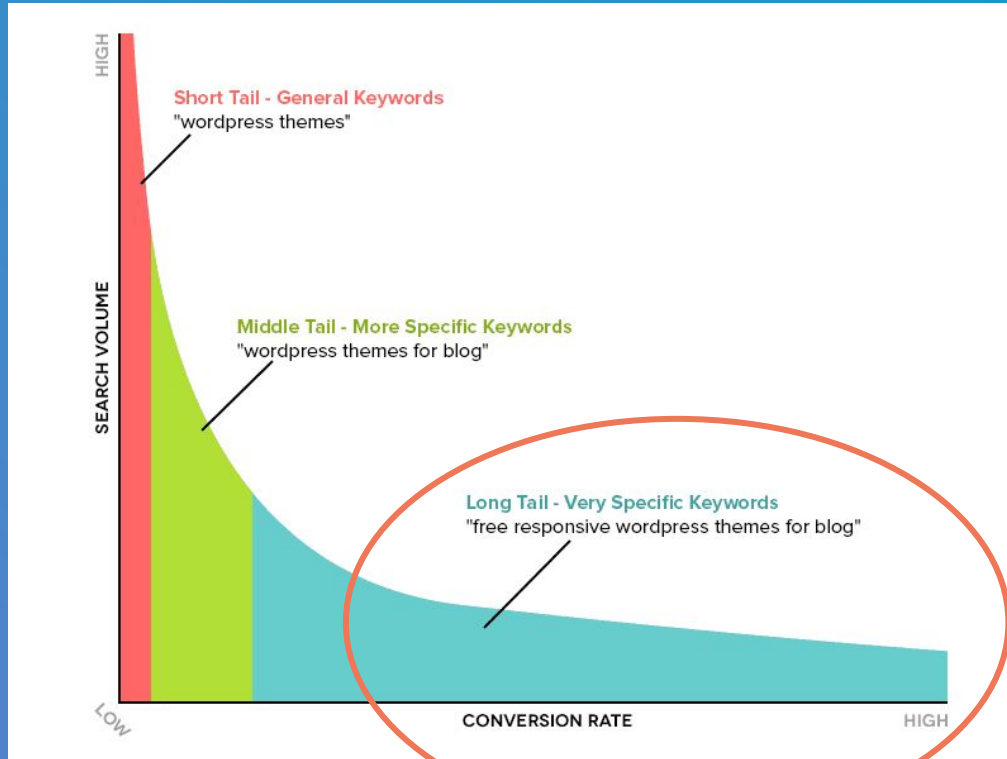




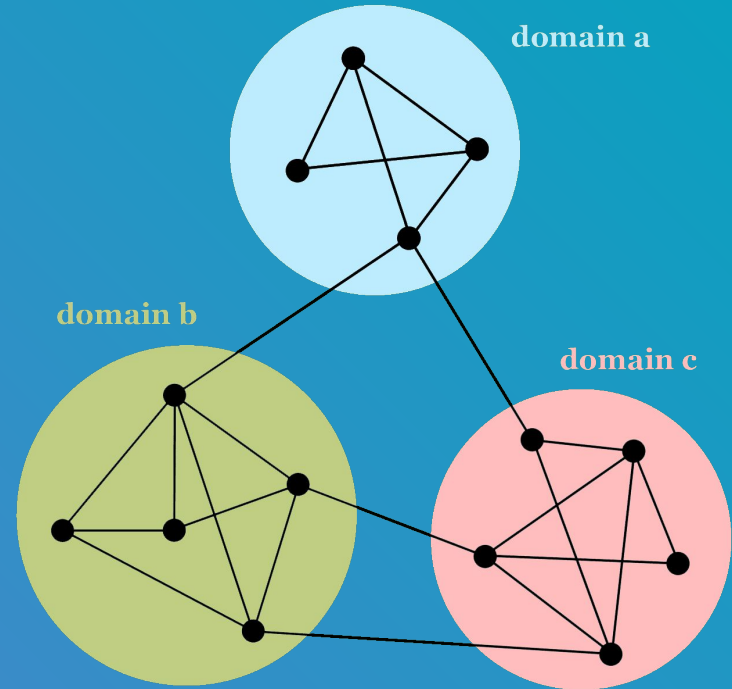
## Tips

1. Cubre todo un tema central con las sugerencias de consultas principales
2. Analiza el desempeño de tu contenido en el motor de búsqueda de Google
3. Optimiza tu contenido basado en temas



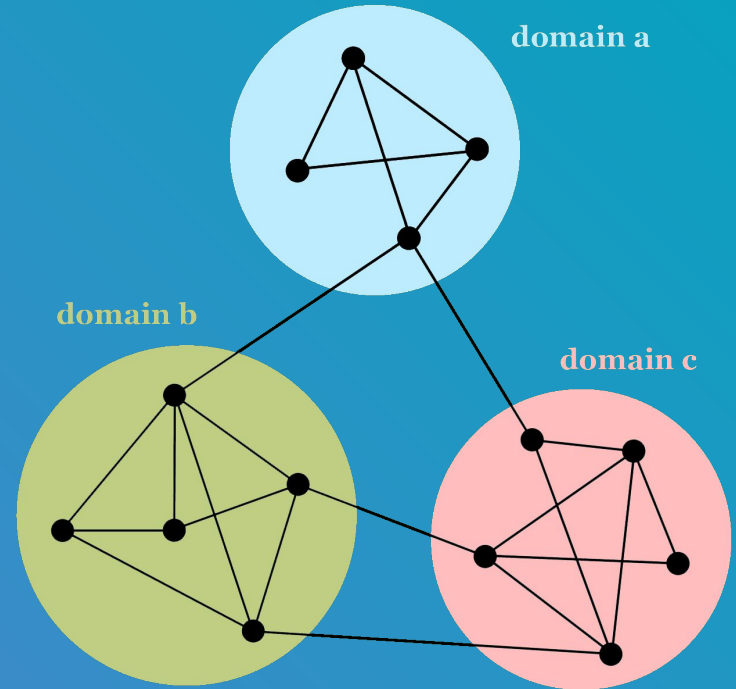


- Escribe artículos detallados en formato guías, junto con publicaciones de blog más precisas que respondan con exactitud a una pregunta específica.
- Varía el estilo de escritura y asegúrate de obtener enlaces desde sitios web autorizados sobre los mismos temas.
- Concentra tu energía en la validez y la calidad de la información que proporcionas en lugar de las variaciones de palabras clave que debes usar



Dentro de un tema, hay subtemas distintos que conforman ese contenido. Como dijo recientemente Nick Fox de Google:

"The Topic Layer se construye analizando todo el contenido que existe en la web para un tema determinado y desarrolla cientos y miles de subtemas".



# Cubre las sugerencias arrojadas en HubSpot

Pillar page ⓘ

[27 Companies With Really Catchy Slogans & Brand Taglines](#) ↗

● Published | Blog post | 🔗 Linked

---

Top search queries

- slogans
- tagline
- taglines
- company slogans
- famous slogans



## Tips

1. Cubre todo un tema central con las sugerencias de consultas principales
2. Analiza el desempeño de tu contenido en en el motor de búsqueda de Google
3. Optimiza tu contenido basado en temas



Las métricas pueden ayudarte a ver tempranamente cómo se está desempeñando el contenido:

- Las Impresiones Totales te dan una idea de si tu contenido se muestra en los resultados de búsqueda y si las personas lo están viendo antes de que llegue a la primera página de resultados.
- A partir de esto, puedes determinar si vale la pena invertir en enlaces internos adicionales y optimizar una página para obtener más tráfico, mayores tasas de clics y, en última instancia, más conversiones.



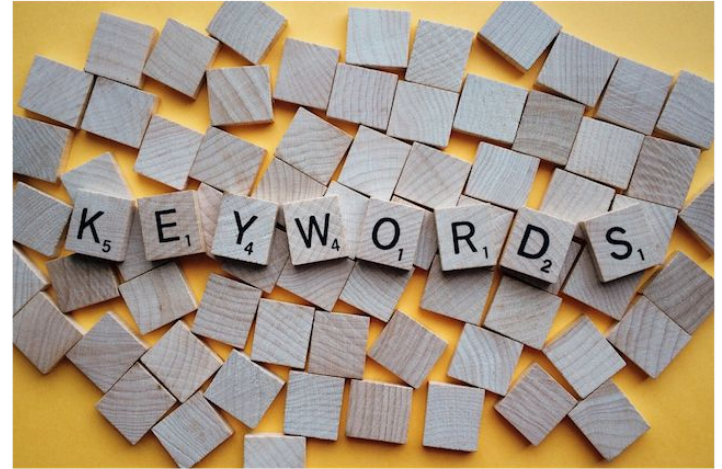
## Tips

1. Cubre todo un tema central con las sugerencias de consultas principales
2. Analiza el desempeño de tu contenido en en el motor de búsqueda de Google
3. Optimiza tu contenido basado en temas

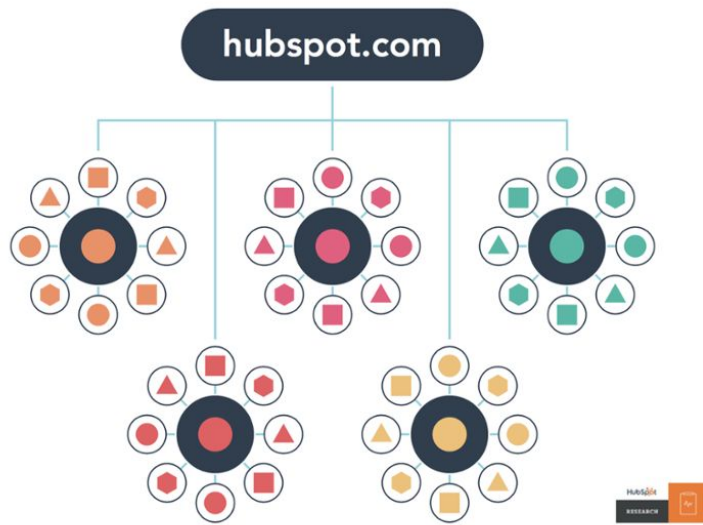




Una de las razones por las que la herramienta de palabras clave en HubSpot se removió en mayo fue porque se basaba en las palabras clave de concordancia exacta, vista obsoleta para la forma cómo funcionan los motores de búsqueda hoy en día.



Con la integración de la Consola de búsqueda de Google, los profesionales de marketing podrán ver palabras claves populares en **formato tema**.



Esto significa que puedes optimizar el contenido de la página y finalmente aparecer en la primera página de resultados de búsqueda ya que la métrica de Posición promedio de Google es una **aproximación casi real de tu posicionamiento**, la cual tiene en cuenta todos los resultados desde diferentes dispositivos, geografías e incluso búsquedas personalizadas.

Estos datos ahora son más relacionados a temas que a keywords y provienen **directamente de Google.**

Con estos datos puedes crear contenido que genere interés y sea encontrado en Google, además de medirlo y mejorarlo a lo largo del tiempo.



## Search Queries

On Page SEO

Inbound Links

CTAs

Internal Links

**Improve your page rankings even more.** Set up a topic-based SEO approach in the content strategy tool. [Go to content strategy](#) ✕

Date range: [All time](#) ▾

## Search Queries

SEARCH QUERY ▾	AVG. POSITION ⓘ ▾	CLICKS ⓘ ▾	IMPRESSIONS ⓘ ▾	CLICKTHROUGH RATE ⓘ ▾
<a href="#">get marketing leads</a>	16	5	19	0.26%
<a href="#">mofu inbound marketing strategies</a>	16	5	19	0.26%
<a href="#">common landing page mistakes</a>	16	5	19	0.26%
<a href="#">get more marketing leads</a>	16	5	19	0.26%

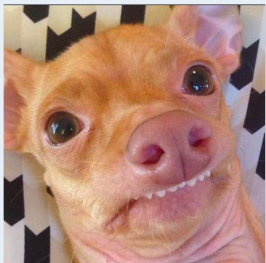


Más tips

Te recomendamos leer este artículo:

[23 Ways to Use Google Search Console to Grow Search Traffic](#)





## ¿Por qué la cantidad de clics, vistas o sesiones es diferente en la Consola de búsqueda de Google y en HubSpot?

- En HubSpot, probablemente estás filtrando tus propias direcciones IP para mostrar solo el tráfico externo a su sitio web. Esto significa que la cantidad de clics, visitas o sesiones excluirá tus interacciones con tu sitio.
- Las métricas en la Consola de búsqueda de Google excluirán cualquier tráfico que esté siendo filtrado.
- Google también filtra automáticamente basado en tu información y la de tu sitio web.





Recordatorio: EN VIVO en 2019  
es cada dos semanas.

Próximo webinar:  
Miércoles 13 de marzo 2019





The background is a solid gradient of orange and red. In the top-left corner, there is a large, semi-transparent light red circle containing a smaller, solid red circle. To its right, there are three concentric, semi-transparent light red circles. In the bottom-right corner, there is a large, semi-transparent light red arc. The text '¡Gracias!' is centered in a bold, white, sans-serif font.

**¡Gracias!**