

Seo o no Seo, esa es la cuestión

SEO significa Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube. La correcta aplicación del SEO puede causar incrementos expresivos en el tráfico y la visibilidad de las marcas en Internet.

Para qué sirve trabajar con parámetros SEO

- Estar en Internet no es suficiente para garantizar que tu sitio, e-commerce o blog logre un lugar en la primera página de Google: es necesario invertir en una estrategia específica para optimizar los resultados y asegurar que tu negocio alcance un buen posicionamiento web para las palabras clave más importantes de su segmento.
- Con el SEO u Optimización para Motores de Búsqueda — del inglés Search Engine Optimization— puedes hacer que tu sitio web aparezca en búsquedas relevantes, conectando tus contenidos con las personas que están buscando productos o servicios como el que ofreces.
- hacer SEO requiere de mucho estudio para entender terminologías, construir estrategias y aplicar prácticas que te lleven a la cima de las páginas de resultados de Google.

Ventajas de la implementación de una estrategia SEO

- Aumenta la visibilidad de la marca
- Atrae tráfico cualificado
- Genera oportunidades de publicidad o ventas
- Posiciona a una marca como autoridad en el mercado
- Educar al mercado
- Triunfar sobre la competencia
- Mejor rendimiento sobre la inversión

Cómo armar una buena estrategia SEO y conquistar la cima de Google

- Definir tus objetivos:

- a. Aumentar el tráfico orgánico
 - b. Generar más leads
 - c. Generar más ventas
 - d. Reducir el costo de adquirir clientes (CAC)
 - e. Educar al mercado
 - f. Aumentar la autoridad de la marca.
- Siempre debes **alinear estos objetivos de SEO con los objetivos macro de tu marca**. Si quieres aumentar el reconocimiento de tu marca, por ejemplo, el SEO puede ayudarte con eso poniendo el sitio web de tu compañía en las primeras posiciones de Google.
 - El primer paso es definir a quién quieres alcanzar con tus contenidos, es decir, delimitar quién sería tu cliente ideal. Para ello, el concepto de buyer persona te será de completa utilidad. En síntesis, una buyer persona es una representación semificticia de tu cliente ideal construida a partir de datos.

Herramientas de SEO iniciales y básicas

Google Analytics

- es una herramienta de análisis de datos ampliamente utilizada que ofrece una gran variedad de recursos para evaluar el rendimiento de las estrategias digitales. En SEO, puede ayudar de diferentes maneras:
- conocer mejor a tu audiencia para construir la buyer persona;
- identificar cuáles son las páginas más visitadas y con el mejor desempeño;
- monitorear la cantidad de tráfico orgánico;
- identificar los canales que generan más tráfico (email, social, orgánico, etc.);
- comprender la participación (tasa de rebote, páginas por visita, duración de la sesión);
- monitorear las conversiones generadas por la estrategia SEO.

Herramientas de SEO iniciales y básicas

Google Search Console

- Es una **herramienta que facilita la comunicación entre un sitio y Google** y ofrece informes valiosos para aplicar las técnicas de SEO. Estas son algunas de las características que ofrece:
- averigua si hay problemas con la indexación del sitio;
- te ayuda a saber si el sitio ha sido hackeado o penalizado por Google;
- monitorea la posición promedio de tus páginas en las SERPs;
- identifica el porcentaje de clics (CTR orgánico) de tus páginas en las SERPs;
- identifica qué palabras clave activaron tu sitio web en las SERPs;
- identifica qué sitios dirigen backlinks hacia los tuyos;
- le solicita a Google que reelabore los backlinks dudosos a tu sitio.

Que es el SEO on page

- El [SEO On Page](#) reúne todas las variables que puedes controlar directamente dentro de tu página web como:
- longitud del título,
- intención del usuario,
- tamaño del contenido,
- páginas de autor (E-A-T),
- cantidad de publicaciones,
- meta descripción,
- URL amigable y fácil de comprender,
- utilización de palabras clave,
- optimización de imágenes,
- velocidad de carga,
- formatación por subtítulos,
- enlaces internos entre las páginas,

Tamaño del contenido

- El tamaño del contenido generalmente tiene un impacto en el posicionamiento, aunque no es un factor directo en la clasificación del algoritmo.
- El contenido extenso tiende a ser más completo, detallado y profundo y, por lo tanto, puede responder mejor a las preguntas de los usuarios.
- Pero, por supuesto, no hay una regla: para cada tema y para cada persona, la extensión ideal puede variar. Aquí en Rock Content tenemos publicaciones súper completas, como por ejemplo esta sobre [publicidad](#).
- Es una palabra clave [head tail](#), con mucha competencia, volumen de búsqueda y que requiere un contenido extremadamente completo, por la amplitud del tema.
- Ya una publicación sobre [18 trucos de Instagram](#), por ejemplo, es mucho más específica, con menos búsquedas y competencia y, por lo tanto, puede ser más corta y más directa.
- En conclusión: **el mejor tamaño es el que mejor responde a la pregunta del usuario**. Para tener insights de qué tan largo tiene que ser tu post para llegar a la cima de Google, también puedes echarle un vistazo a los sitios web que ya están posicionando bien para cada palabra clave.

Volumen de publicaciones

- El volumen de publicaciones también suele favorecer el posicionamiento. Después de todo, mientras más contenido publicas, más posibilidades tendrás de posicionarte mejor.
- Sin embargo, no puedes pensar únicamente en la cantidad de publicaciones, ¿de acuerdo? Es necesario que combinemos calidad y frecuencia.
- No tiene sentido publicar cientos de contenidos que no son relevantes o que no responden a las preguntas de los usuarios. Eso sería un desperdicio de energía. Publicar mucho al comienzo de un blog y luego ir abandonando no sirve de nada.
- Es necesario mantener la frecuencia de las publicaciones para retener al público y mostrarle a Google que siempre tienes contenidos nuevos y actualizados.
- Sin embargo, no hay un volumen o frecuencia ideal de publicación. Debes identificar cuáles son las demandas de tu tema, su identidad y, además, evaluar la capacidad de [producción de contenidos](#) de tu negocio.
- ¡Recuerda que lo más importante es que la cantidad y la calidad trabajen juntas!

¿Qué son los backlinks de calidad?

- Un backlink de calidad es un enlace hacia tu dominio que recibes por méritos propios y demuestra que te relacionas con sitios y referencias confiables en tu mercado.
- Los backlinks de calidad, por lo tanto, son aquellos que:
- provienen de sitios con dominio y autoridad de página;
- vienen de sitios en los que Google confía;
- vienen de varios dominios diferentes;
- se integran naturalmente al contexto de la página;
- usa un texto de anclaje consistente;
- están en una posición privilegiada en la página (al principio del texto, por ejemplo);
- vienen de sitios relacionados con tu área de especialización.

UX (experiencia del usuario)

- La [experiencia del usuario](#) y el SEO son conceptos que deben ir juntos. Ya hemos dicho que la prioridad de los motores es ofrecer la mejor experiencia de búsqueda y navegación hasta que el usuario encuentre lo que está buscando.
- Y eso incluye su experiencia en tu sitio web.
- Pero, ¿qué significa UX, User Experience (en español experiencia de usuario)? Es un concepto utilizado en el desarrollo de sitios web que centraliza todas las medidas en las acciones y respuestas de los usuarios para satisfacer sus necesidades.
- Según Peter Morville, presidente de Semantic Studios, siete características son esenciales para que un sitio web tenga una buena experiencia de usuario. Necesita ser:
 - útil;
 - fácil de ser utilizado;
 - deseable;
 - localizable;
 - accesible;
 - valioso;
 - confiable.

Qué es el SEO en redes sociales

- Usar técnicas SEO en redes sociales puede aumentar la vida útil de tus contenidos y promover el alcance de muchas más personas.
- De este modo, fortaleces la reputación de tu marca en su segmento de actuación y aseguras una buena posición en el medio digital.
- A pesar de influir indirectamente en el posicionamiento en los principales motores de búsqueda, **por medio de buenas tácticas logras captar más leads y tener mejores resultados con tus estrategias de marketing.**
- Por ejemplo, con la combinación de SEO y redes sociales, motivas a que más usuarios compartan tus contenidos, logras potencializar el reconocimiento de la marca en su giro, amplias las oportunidades de poner en marcha acciones de link building, marcas presencia online, entre otros beneficios.

Cómo usar SEO en las redes sociales

- Las redes sociales y el SEO deben caminar de la mano para que tu blog obtenga los mejores resultados orgánicos en Google.
- Actualmente, las redes como Facebook, Instagram o LinkedIn son herramientas muy valiosas para implementar estrategias de [Marketing Digital](#).
- Por este motivo, vale la pena adoptar algunas ideas específicas para las redes sociales que pueden agregar valor a tu página y mejorar la clasificación de tu blog en los motores de búsqueda. A continuación, descubre cómo usar el SEO de manera correcta:

Publica contenidos de Calidad

- Producir contenido valioso es fundamental para cualquier estrategia de SEO, independientemente del canal a través del cual se distribuya.
- Ya sea en el sitio web, blog, medios pagados, blogs o redes sociales, **crear un buen material contribuye a atraer una audiencia calificada y aumentar tu autoridad en el tema.**
- De esta manera, la percepción de valor en las redes sociales también ayuda a recibir más visitas en el blog. Este trabajo en conjunto te permite mejorar el engagement en diversos medios digitales.