



Negocio Electrónico

Tema 3. Search Engine Optimization

Profesorado

Antonio Muñoz

amunoz@lcc.uma.es

- **3.1. Introducción al posicionamiento web**
- **3.2. Técnicas SEO**

- **Si no apareces en las primeras posiciones en los buscadores, no existes**
 - Relativamente...
- **¿Realmente quiero “existir”?**
 - NO!!! Lo que quieres es MAXIMIZAR la utilidad de tu sitio web:
 - *Forma de darse a conocer*
 - *Número de visitas*
 - *Negocio generado desde la web*
 - *Beneficios en cuanto a soporte a clientes y CRM*
- **¿Y si me encuentran los clientes potenciales?**
 - Hacer un buen sitio para humanos es la prioridad

- **Varían de un buscador a otro**
 - su tesoooooro!
 - Google rules!
 - En general coinciden muchos de ellos
- **Criterios genéricos**
 - Encontrar los términos buscados en el nombre del dominio.
 - La antigüedad del dominio
 - Número y la relevancia de los enlaces externos.
 - Descripción en los enlaces externos y su dispersión
- **Criterios Intra-Site**
 - información que se puede recolectar desde el propio sitio web
- **Criterios Extra-Site**
 - se calculan a partir de enlaces externos al propio sitio web

- **Criterios Intra-Site**

- Localidad de la búsqueda

- Antigüedad del dominio

- *Pretende luchar contra el spam*

- Las palabras clave del nombre del dominio

- *Esencial. Sigue siendo el elemento más importante*

- Palabras clave dentro de la URL

- *Doble efectividad: Buscador y usuario*

- Título (elemento TITLE)

- *Aparece como título del enlace en los resultados de las búsquedas*

- *Doble efectividad: Buscador y usuario*

- **Criterios Intra-Site**

- Titulos de sección (elementos H1, H2, etc.)
 - *Atención: se penaliza el mal uso (ej. más de un h1 por página).*
- La aparición de las palabras de la búsqueda en las URL de las páginas
- La frecuencia de aparición de las palabras de la búsqueda en las páginas
- Estructura de enlaces internos
 - *Las páginas de menor profundidad se consideran más relevantes*
 - *Usar estructuras “al ancho” (sin muchos niveles de profundidad)*
 - *No usar páginas con muchos enlaces (no más de 100 enlaces por página).*

- **Crterios Extra-Site**

- Número de enlaces externos

- *no todos los enlaces tienen el mismo peso – dependen del peso del sitio origen*

- Relevancia de las páginas desde las que se te enlaza.

- *No solamente su relevancia en términos absolutos*
- *también considerando la temática de cada sitio*

- Palabras que describen el enlace

- *Muy importantes*

- Diversidad y dispersión de las descripciones de los enlaces

- *Se usan para evitar fraudes*

- **Son una etiquetas que se escriben en la sección de cabecera (HEAD) de las páginas HTML**
 - no se muestran en el navegador
 - son para los buscadores
- **Principales meta tags:**
 - Keywords
 - Description
 - Robots
- **Usar con cuidado porque se considera una práctica abusiva**
 - Describir el contenido de forma concisa y precisa

- **Es un algoritmo de análisis de enlaces cuyo objeto es el cálculo de la importancia de una página en función del número de enlaces que contiene y recibe de otras fuentes.**
- **Fue desarrollado por Sergey Brin y Larry Page, fundadores de Google en el año 1995**
- **Durante varios años el posicionamiento en buscadores giraba alrededor del PR**
 - técnicas de spam de PR (granjas de enlaces, políticas de intercambio, etc) acabaron con su supremacía
 - hoy el posicionamiento se basa en algoritmos secretos
- **Google asocia un PR que oscila de 0 a 10 a todas las páginas que tiene indexadas**
 - No es una escala lineal

- 5.1. Introducción al posicionamiento web
- **5.2. Técnicas SEO**

- **Apuntarse al buscador**
 - <http://www.google.com/addurl/>
 - <http://www.bing.com/toolbox/submit-site-url>
 - <http://search.yahoo.com/info/submit.html>
- **Ayudar al buscador. Evitar:**
 - JavaScript
 - Flash
 - Applets Java
 - Contenido textual en imágenes
 - Formularios para navegación

- **Apuntarse a sitios de clasificación de contenidos**
 - Norton Safe Web
 - https://safeweb.norton.com/help/site_owners
 - McAfee SiteAdvisor
 - <https://user.siteadvisor.com/forums/websiteOwnerVerification.php>
 - <https://community.mcafee.com/docs/DOC-4932>

- **Usar Sitemap**

- en HTML y XML

- <http://www.xml-sitemaps.com/>

- <http://code.google.com/p/googlesitemapgenerator/>

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url> <loc>http://www.ejemplo.com/1</loc>
    <lastmod>2007-06-01</lastmod>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>0.9</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.ejemplo.com/2</loc>
    <lastmod>2007-01-01</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.7</priority>
  </url>
</urlset>
```

- **Usar Fichero robots.txt**
 - Fichero de texto en la carpeta raíz
 - El primer fichero que leen los buscadores (sus arañas o crawlers)
 - Puede usarse para:
 - *Evitar que cierta información sensible esté indexada en los buscadores.*
 - *Evitar que información poco útil se indexe y concentrar la actividad del buscador sobre las páginas más importantes*
 - *Especificar la ruta del sitemap XML*
 - <http://www.mcanerin.com/EN/search-engine/robots-txt.asp>

- **Usar URLs estables**
- **URLs con las palabras clave de la página**
- **URLs sin parámetros**
 - Máx. 2 o 3 parámetros
 - a ser posible estándar (page, lang, ...)
- **URLs con pocos niveles**
- **Usar palabras clave adecuadas**
 - Las mejores palabras clave no son palabras
 - Usar el buscador para elegir las

- **Mejora el contenido de tus páginas**
 - Hazlas interesantes
 - Hazlas dinámicas
 - Valida la corrección HTML
 - <http://validator.w3.org/>
- **Mide el tráfico que generas**
 - <http://www.google.com/analytics/>
- **Optimiza continuamente**
 - <https://www.google.com/Webmasters/tools/>

- **Consigue enlaces**
 - Dá de alta tu sitio en directorios
 - Intercambia enlaces
 - *Cuidado con los malos vecindarios*
 - Compra enlaces
 - Desarrolla Contenidos de Calidad
 - *Es la técnica más segura de conseguir enlaces*
 - *Es la que más afecta a los buscadores*

Lista de comprobación

- Comprueba que las **urls** de tus páginas son adecuadas
- Revisa cómo están escritos los **enlaces** en tus páginas
- Consigue **enlaces** relevantes que apunten a tu sitio
- Optimiza los **títulos**
- Optimiza la presentación del **contenido** de tus páginas
- Mejora y actualiza tus **contenidos**
- Valida la corrección **HTML**
- Mide tu **tráfico**
- Analiza la actividad de las **arañas** de los buscadores
- Mide tu **ranking** para tus principales **palabras clave**
- Mide el **número de páginas** que tienes indexadas
- Crea y optimiza un **Robots.txt** y un **sitemap**

- La mejor técnica SEO es ser interesante
- Las técnicas te ponen en los primeros puestos, pero eso es sólo el principio
- Muchas de las técnicas se relacionan con hacer un buen sitio web y hacerlo técnicamente correcto.
- Ahora toca ponerlo en práctica!