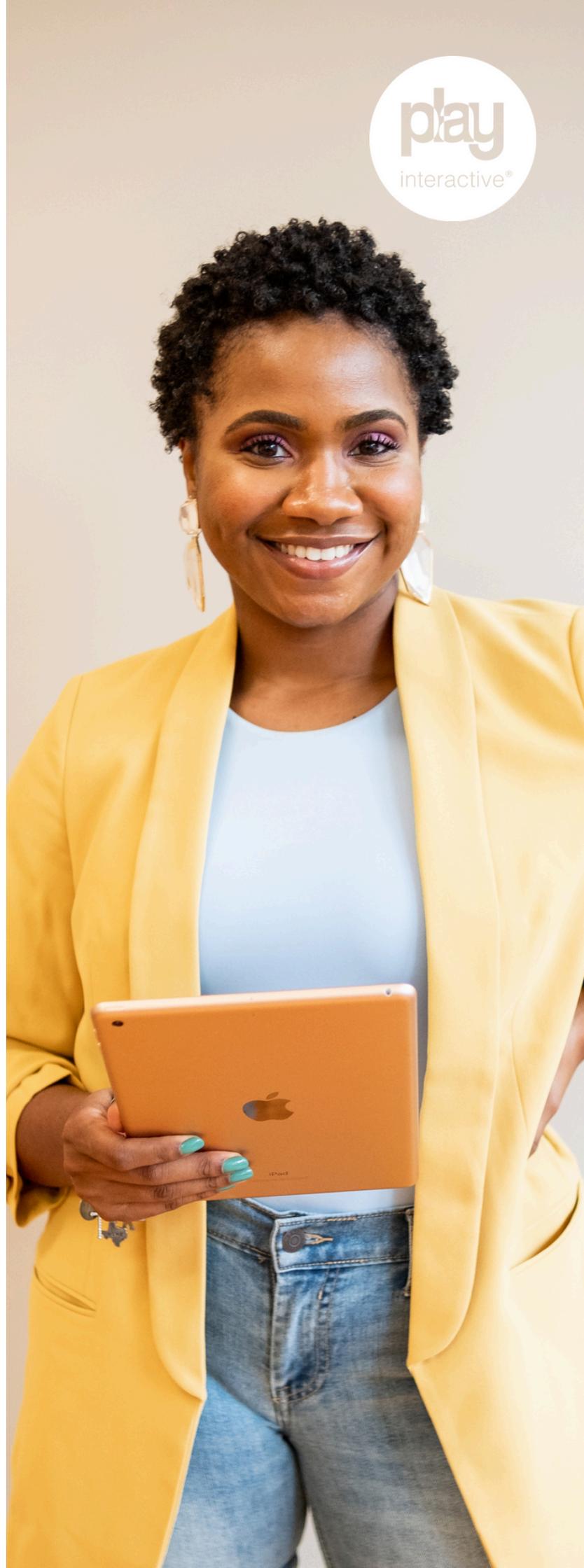




# Vuélvete experto de SEO

Ser experto en SEO implica ser experto en muchas otras cosas, necesitaremos tener una estrategia de contenido, imagen, enlace y operación.

**Ebook Gratis**



# Índice de contenidos

PARA EMPEZAR  
¿QUÉ ES SEO?

03

04

TÉRMINOS ESENCIALES  
DE SEO

TÉRMINOS ESENCIALES  
DE SEO  
Web crawling e indexación

05

06

SEO  
Factores para aumentar la  
Visibilidad

VISIBILIDAD  
Factores de Dominio  
Factores de Contenido  
Factores de Página

07

10

OPTIMINIZAR PÁGINA WEB  
SEO on Page  
SEO Off Page  
Imagebuilding y  
Optimización de imágenes

¿CÓMO ELEGIR UNA  
KEYWORD?

11

# Índice de contenidos

MÁS DE LOS BACKLINKS 12

---

15

SUGERENCIA FINAL

Fíjate en tu competencia

---

CONCLUSIONES 16

---

## PARA EMPEZAR ¿QUÉ ES SEO?

---

Comenzando con nuestro viaje hacia el experto(a) que queremos ser en el tema, iniciemos repasando el significado de SEO o por sus siglas en inglés Search Engine Optimization (Optimización de Motores de Búsqueda) el cual, de forma sencilla, puede ser definido como:



“El conjunto de técnicas que pretenden mejorar la visibilidad y el posicionamiento de los sitios web para ubicarlos en los primeros lugares de los buscadores”.

Es decir, los primeros resultados que te arrojará un buscador (ya sea Google, Yahoo, etc.) serán aquellos sitios web que mejores prácticas de SEO hayan tenido para llegar a los objetivos deseados por todas las marcas: responder acertadamente a la intención de búsqueda, cumplir con la expectativas de los usuarios y obtener los clicks y visitas orgánicas deseadas. Y, ¿Cómo lograr todo esto? Pues a través de ciertos elementos, términos y pasos que componen esta herramienta, mismos que veremos a continuación.



## TÉRMINOS ESENCIALES DE SEO

### El motor de búsqueda

---

Comencemos con los puntos a conocer, a partir del elemento que marcará toda la pauta: el motor de búsqueda o buscador, el cual es un mecanismo que:

- Recopila información disponible en los servidores web, distribuyéndola a los usuarios por medio del proceso de crawling.
- Usa las llamadas “arañas” que mapean los datos almacenados en la red, recurriendo a la identificación de la palabra clave (keyword) empleada por la persona que realiza la búsqueda.
- Esta búsqueda, a su vez, utiliza algoritmos que conectan la petición del usuario con la base de datos, en donde se indexan los contenidos.
- Obteniendo así, una lista de enlaces que direccionan a sitios web en los que se mencionan los temas relacionados.
- Habiendo, además, distintos tipos de motores de búsqueda, como se menciona en la siguiente tabla:

## TIPOS DE BUSCADORES

---

**01 Jerárquicos:** Los más usados, pues justamente, se tratan de interfaces de interrogación textual donde se revisan bases de datos a través de las arañas, recopilando la información sobre los contenidos compatibles con la búsqueda del usuario, clasificando los resultados por la relevancia de la búsqueda concreta y según el historial de navegación del usuario. ¿Un ejemplo? Google.

**02 Directorios:** Se trata de enlaces de páginas que se agrupan por categorías. Son muy sencillos, pero requieren de soporte humano continuo. Igualmente, no recorren los sitios ni almacenan los contenidos, pues solo agrupan enlaces por categorías y se organizan por fecha de publicación y no por relevancia o concordancia con el historial de usuario. ¿Un ejemplo? Open Directory Project, "Dmoz".



## TIPOS DE BUSCADORES

---

**03 Metabuscaadores:** Son interfaces que funcionan haciendo reenvíos de las búsquedas a varios buscadores al mismo tiempo, ampliando el margen de los resultados, presentando sus propias conclusiones y ordenando los enlaces de acuerdo con el orden definido por su propio sistema estructural. ¿Un ejemplo? Dogpile.

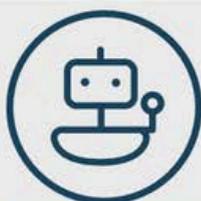
Así que, dependiendo del tipo de búsqueda, es que veremos también sus diferentes funcionamientos, tanto internos como externos.



# TÉRMINOS ESENCIALES DE SEO

## Web crawling e indexación

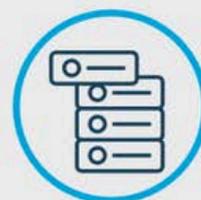
Ahora bien, ya que repasamos más sobre los motores de búsqueda, revisaremos dos elementos esenciales para comprender el funcionamiento del SEO:



### Web crawling:

- Como lo mencionamos, se trata de la forma en la que los motores encuentran información, usando un robot o web crawler que entra y recoge datos de los sitios web y sigue los enlaces como lo haría cualquier usuario.

Así, saltará de un link a otro y navegará mediante diversas páginas con las que recopila información y alimenta su base de datos.



### Indexación:

- Una vez que el web crawler encuentra la información, automáticamente genera un índice con los resultados más importantes.

Y, justamente en esta fase, es donde se deberá prestar mayor atención, pues si la intención es conocer y usar SEO, habrá que hacer lo posible para que el sitio web ocupe un puesto en dichos resultados.

Logrando lo que se le conoce como “posicionamiento orgánico”, término del cual aprenderemos a continuación.



## POSICIONAMIENTO ORGÁNICO

### Factores para aumentar la visibilidad

---

Y, ya que conocimos todo esto, es momento de profundizar aún más en nuestro match SEO y buscadores, principalmente a través de los factores que le pueden dar mayor visibilidad y posicionamiento a tu sitio web.

Así que, de acuerdo con la investigación de Brian Dean, uno de los expertos con mayor trayectoria en estas materias, conozcamos los factores de los 3 principales elementos y algunos de sus pormenores.

# VISIBILIDAD

## Factores de dominio

---

Considerando que el dominio es la dirección del sitio web, es necesario considerar al menos 3 claves para mejorarlo:



**Edad:** Se cree que entre más antiguo es el dominio, mejor será su relevancia. ¿La realidad? SEO será el factor clave, así como la calidad del contenido.

- **Historial:** Hay que asegurarnos de que el historial del dominio esté limpio, es decir, que no tenga penalizaciones.

- **Keyword principal al inicio del dominio:** Una ventaja considerable, por lo que debe hacerse si está dentro de las posibilidades.

Debiendo prestar atención a la autoridad de dominio que se alcance, es decir, su grado de popularidad, el cual puede medirse de forma fácil y rápida a través de la cantidad (y calidad) de enlaces que se dirigen hacia el sitio.

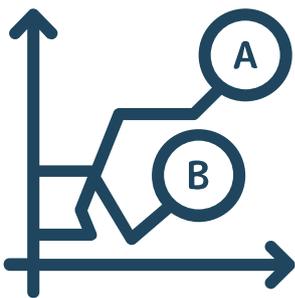
¿Algunas herramientas extras que también te pueden apoyar para comprobarlo? Citation Trust de Majestic SEO, Domain Authority de Moz y Domain Rating de Ahrefs.

# VISIBILIDAD

## Factores de contenido

---

Tal vez, los factores por excelencia del SEO, pues de ellos dependerán el poder sacarle el máximo provecho, ya que el posicionamiento orgánico dependerá directamente de ellos. Por lo tanto, habrá que ponerle especial atención a:



**Longitud:** Aunque la cantidad de palabras si se toma en cuenta (entre mayor, mejor), también habrá que garantizar su originalidad y calidad. Igualmente, no olvides dejar buenos espacios y evitar aglomeraciones de textos.

- **Keywords:** Será indispensable tener, al menos, una keyword principal (de la cual veremos más detalles adelante) y algunas palabras clave secundarias.

- **Buena ortografía y gramática:** Los errores, incluso en signos de puntuación, pueden ser determinantes para no lograr un buen posicionamiento.

### ¿Algunos tips extras?

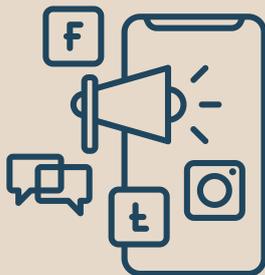
- Añadir bullets ¡Justo como estos!
- Usar imágenes de alta calidad y texto alternativo.
- Utilizar enlaces internos, pero sin exagerar.
- Actualizar publicaciones periódicamente.

# VISIBILIDAD

## Factores de la página

---

Ahora bien, en cuanto a los factores relacionados con el propio funcionamiento del sitio web, habrá que considerar los siguientes:



- **Velocidad:** El factor esencial, entre menor sea el tiempo de carga, mejor será la experiencia de navegación y, por lo tanto, el ranqueo.
- **Mobile-friendly o responsive:** Es decir, que el contenido sea adaptable a móviles, tablets, portátiles, etc.
- **Calidad de enlaces:** Habrá que cuidar siempre que no tengamos enlaces rotos o que no sirvan, pues puede dañar la reputación del sitio.

No olvides la seguridad, pues distintos estudios indican que al menos el 65% de los dominios situados en los primeros puestos con volúmenes altos de búsquedas cuentan con un protocolo HTTPS, es decir, son webs seguras.

# OPTIMIZAR LA PÁGINA WEB

## SEO on page

---

Y, bien, ahora que ya conocimos los factores principales, veamos cómo podemos optimizar, aún más, nuestra página web (y con ella el SEO), dividiendo las prácticas en 3 puntos esenciales.

Es decir, todo lo que tenga que venir en tu contenido de forma natural. ¿La gran clave de este primer apartado? Las keywords y el acomodo:

### **Keyword principal**

Debe de encontrarse en la URL, título, meta título, meta descripción, primer párrafo y en todo el contenido. Preferentemente de cola larga.

### **Meta título**

Sin superar los 60 caracteres, se pueden usar mayúsculas y emojis.

Espacios entre párrafos y utilización de imágenes.

### **Keywords secundarias:**

En títulos y subtítulos y en el cuerpo.

### **Meta descripción**

Sin sobrepasar los 150 caracteres.

# ¿CÓMO ELEGIR UNA KEYWORD?

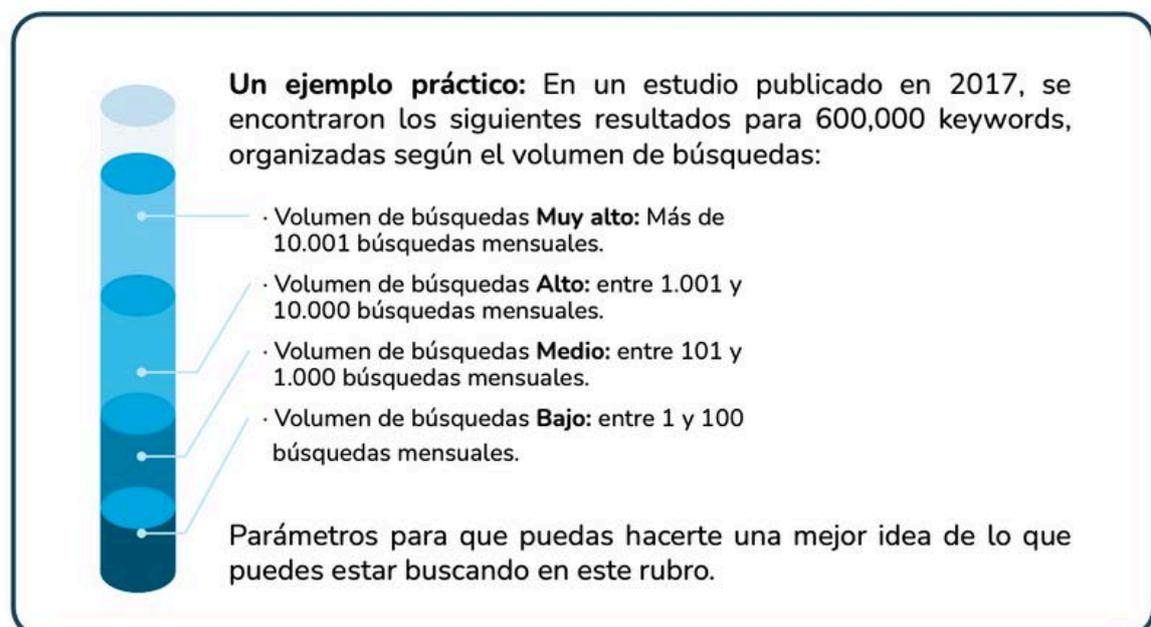
Y bien, si no estás familiarizado(a) con la construcción de keywords, toma en cuenta estas claves:

Puede haber claves genéricas (de 1 sola palabra – por ejemplo, autos) o semi genéricas (de 2, por ejemplo, autos convertibles), es importante tratar de definir una keyword de cola larga (long tail), la cual, usualmente, será una frase de más de 3 términos (por ejemplo, auto convertible en venta), pues expresan un conocimiento muy específico sobre la búsqueda.

¿Cómo determinarlas de mejor forma? Haciendo un keyword Research, en el cual podremos ver el volumen de búsqueda de cualquier término. ¿Dónde hacerlo?

Hay varias herramientas, incluyendo:

- Google Trends, Ahrefs, Keyword Surfer, Answer the Public, etc.



# OPTIMIZAR LA PÁGINA WEB

## SEO off page

Por otro lado, también habrá algunas estrategias fuera de la página web que nos ayudarán a mejorar el posicionamiento y visibilidad; las principales a continuación:

- Tener un blog con contenido periódico y de calidad, recordando que los usuarios actuales ya no sólo buscan un producto o marca, buscan un experto.
- **Tip:** Aquí también aplican las reglas de keywords y redacción.
- Usar Linkbuilding: Es decir, contar con links externos y conseguir que sitios de alta reputación enlacen tu contenido.
- Usar redes sociales para aumentar tráfico y dar difusión a contenidos.
- Tener backlinks (hipervínculos que redireccionan a otra página) de calidad, los cuales pueden ser conseguidos a través de Guest Posting (portales relacionados a tu contenido), diseño de infografías interactivas o creación de contenido para pertenecer a listas y rankings.



# OPTIMIZAR LA PÁGINA WEB

## SEO off page

---



Tip Extra: Usa algunas herramientas para hacer Linkbuilding. ¿Algunas de las mejores? Moz Link Explorer, SEMRush, Ahref, Majestic o Backlink Gap.

# MÁS DE LOS BACKLINKS

---

Antes de seguir avanzando, hablemos un poco más de los **Backlinks** y su importancia, considerando al menos 5 claves para su uso:

- Los más valiosos son los llamados Nofollow Backlinks, ya que son orgánicos, es decir, demuestran que no son comprados.
- Los Nofollow Backlinks, que se usan para que los motores ignoren un enlace particular deben ser usados cuando consideres que no se puede garantizar la calidad o precisión de esos sitios.
- Realiza comunicados de prensa.
- Enfócate en tratar de conseguir backlinks contextuales, es decir, aquellos que están rodeados del propio texto.
- Y, revisa si tienes backlinks desvinculados, a fin de que te contactes con el propietario del contenido para notificarle del enlace roto y así tratar de actualizar la publicación.



# OPTIMIZAR LA PÁGINA WEB | IMAGE BUILDING Y OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES

---

Finalmente, habrá que ponerles atención a las imágenes ¿Cómo? Pues a través de las prácticas de Imagebuilding (estrategias de Linkbuilding para lograr posicionamiento con imágenes) y optimización de las mismas, incluyendo:

Crear títulos claros, concisos y cortos para las imágenes con las palabras claves, siendo importante llenar el texto alternativo (Alt text) y la descripción de la imagen

Uso de distintos formatos, incluyendo: infografías, gráficos, fotos, mapas, logos, memes, gifs, etc.

Siempre usar formatos de alta calidad y resolución.

Tratar de mostrar contenido visual innovador e interesante, ¿El plus? Buscar un poco de diversión (si tu giro lo permite).



## SUGERENCIA FINAL: FÍJATE EN TU COMPETENCIA

---

Finalmente, en el camino para ser un experto en SEO, te recomendamos siempre estar al pendiente de tu competencia, pues habrá que tener una mejor oferta, así que puedes checar:

- Variedad de productos y servicios.
- Alcance demográfico.
- Presencia física y digital.
- Buyer persona.
- Posicionamiento actual.
- Precios, promociones y ofertas.

Y, claro su tipo de marketing y estrategia digital, parámetros de mejora que siempre elevarán el nivel.

# CONCLUSIONES

---

Como vimos, ser un experto en SEO implica ser un experto también en muchas otras cosas, pues para aumentar la visibilidad, tráfico, tiempo de permanencia y, claro, la tasa de conversión, requeriremos contar con una estrategia global que englobe subestrategias de contenido, imagen, linkeo y funcionamiento.

Así que, aunque esperamos que esta guía te ayude en tus propósitos, no olvides que si necesitas apoyo para lograrlo estamos para ayudarte.

¡Contáctanos!

[playinteractive.mx](http://playinteractive.mx)



# HABLEMOS

## Inicia tu Proyecto



### **Contacto**

[hola@playinteractive.mx](mailto:hola@playinteractive.mx)



### **Prueba tu sitio**

[web en segundos](#)



### **Conoce más sobre**

[Play.interactive](#)

