



Marketing digital

Tema 9
SEO

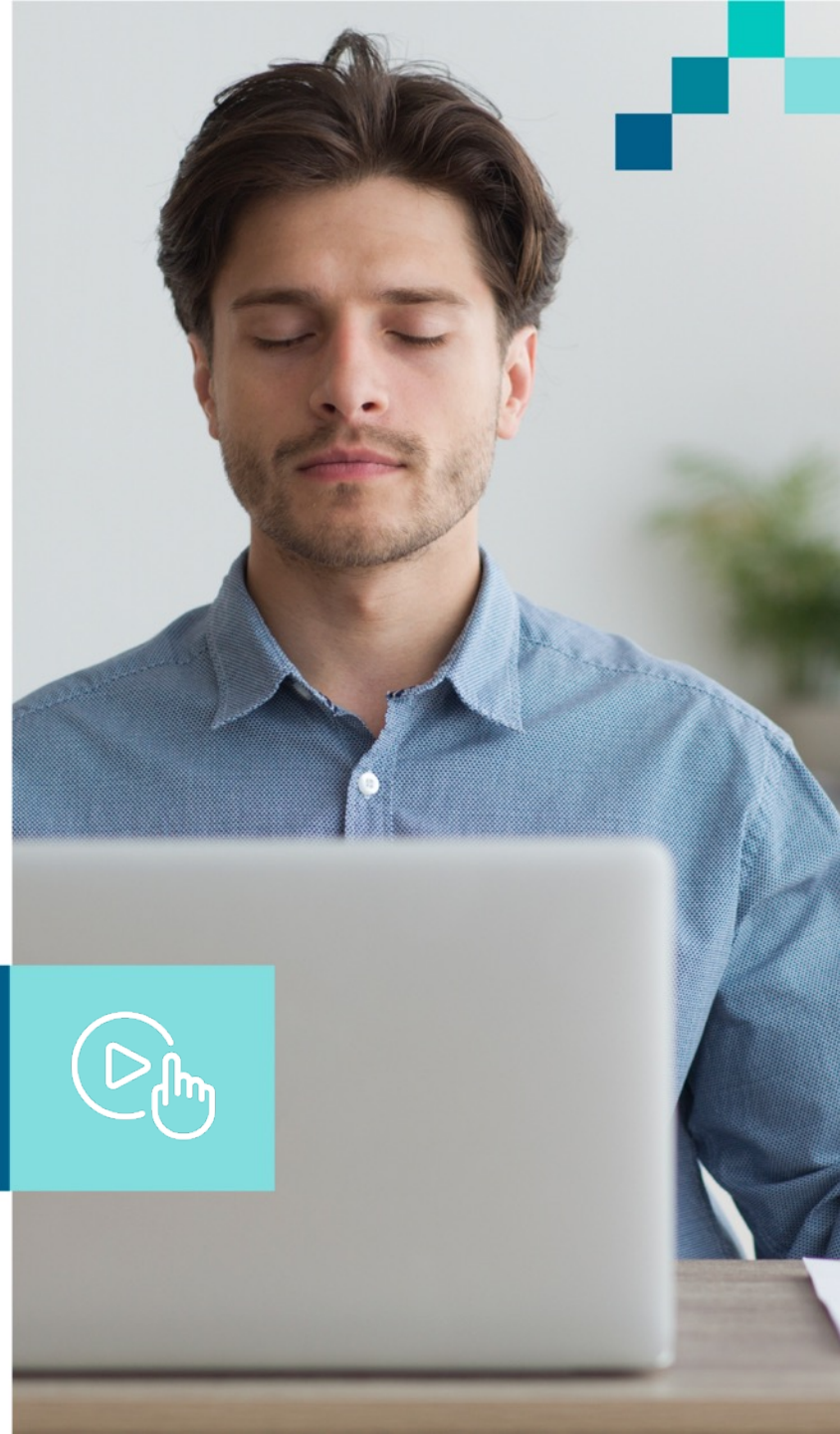
Módulo 1 / Semana 4

Bienestar - *mindfulness*

Atención plena

Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema.

<https://youtu.be/zmGogSbH5FQ>



Introducción

Optimización

La razón de ser de Google y de todos los motores de búsqueda, es indexar la información disponible en la Web para que los usuarios encuentren lo que necesitan rápidamente, a través de un criterio de búsqueda - palabras clave (HubSpot, 2019).

Una vez que el buscador te muestra los resultados, seguramente no pasas de la primera página, por esto es muy importante que nuestro sitio Web o cualquier propiedad digital que estemos utilizando en la estrategia digital, esté diseñada de manera óptima para que aparezca en los primeros resultados de la búsqueda del target. A esto le llamamos Optimización de Motores de Búsqueda o SEO (Search Engine Optimization).



Explicación

De acuerdo con HubSpot (2019), en general requerimos de **tres aspectos fundamentales** para el posicionamiento en la página de resultados (SERP – Search Engine Results Page):

1. **Mejorar el descubrimiento:** consiste en que los bots te encuentren a través del contenido del sitio Web.
2. **Relevancia:** una vez que el bot descubre tu contenido, analiza la relevancia de este para el usuario que busca información.
3. **Autoridad:** significa que sea creíble, esto se logra a través de links conectados, historia del sitio, reputación en la Web, entre otros factores.

Esto no nos cuesta dinero, solamente requerimos de un buen diseño y calidad en la información.

Explicación

Medición y estrategias

Google Analytics es una herramienta gratuita de análisis web de Google que permite a los propietarios de sitios web y aplicaciones móviles recopilar y analizar datos sobre el tráfico y el comportamiento de los usuarios en su sitio web o aplicación.





Explicación

Para medir el desempeño de una estrategia en Google Analytics, puedes seguir los siguientes pasos.

1. **Configura tus objetivos:** antes de comenzar a medir, es importante que establezcas los objetivos específicos que desees lograr con tu estrategia. Por ejemplo, si estás promocionando un producto, tu objetivo podría ser aumentar las ventas en un 20%.
2. **Configura Google Analytics:** asegúrate de que tu sitio web o aplicación esté configurado correctamente en Google Analytics. Esto incluye agregar el código de seguimiento a tu sitio web o aplicación y configurar los objetivos que desees medir.

Explicación

3. Realiza un seguimiento de las métricas

clave: utiliza las métricas de Google Analytics para medir el rendimiento de tu estrategia. Algunas métricas clave pueden incluir el número de visitantes, el tiempo de permanencia en el sitio web, la tasa de rebote, la tasa de conversión y los ingresos generados.

4. Analiza los informes:

Google Analytics te proporcionará informes detallados sobre el rendimiento de tu estrategia. Analiza estos informes para identificar áreas donde puedes mejorar y ajustar tu estrategia en consecuencia.

5. Realiza un seguimiento continuo:

es importante realizar un seguimiento continuo del rendimiento de tu estrategia. Utiliza los informes de Google Analytics para monitorear el rendimiento y hacer ajustes según sea necesario.



Explicación



Ventajas del SEO

- ★ **Aumento del tráfico orgánico:** el SEO ayuda a mejorar la posición de un sitio web en los resultados de búsqueda y, por lo tanto, aumenta el tráfico orgánico.
- ★ **Mejora de la visibilidad y la reputación en línea:** al aparecer en los primeros resultados de búsqueda, las empresas pueden mejorar su visibilidad y reputación en línea.
- ★ **Mayor retorno de inversión:** en comparación con otras formas de marketing, el SEO tiene un ROI (retorno de inversión) más alto, ya que los resultados son duraderos y no dependen de un presupuesto publicitario constante.
- ★ **Optimización de la experiencia del usuario:** el SEO también ayuda a optimizar la experiencia del usuario, mejorando la velocidad de carga del sitio web, la navegación y la estructura del contenido.

A black and white photograph showing two hands pulling a thick, twisted rope. The hands are positioned at the ends of the rope, with fingers wrapped around it. The rope is in the center, showing its texture and the way it's twisted. The background is a plain, light color.

Explicación

Desventajas del SEO



Resultados a largo plazo: los resultados del SEO pueden tardar en llegar, ya que dependen de varios factores como la calidad del contenido, la competencia y el algoritmo de búsqueda de Google.



Cambios constantes en el algoritmo de búsqueda: Google realiza cambios constantes en su algoritmo de búsqueda, lo que puede afectar la posición de un sitio web en los resultados de búsqueda.



Competencia: la competencia en el SEO puede ser muy alta, especialmente para las palabras clave más populares, lo que puede dificultar el posicionamiento de un sitio web.



Requiere un conocimiento técnico: el SEO puede requerir un conocimiento técnico para implementar correctamente las estrategias de optimización de motores de búsqueda, lo que puede ser un desafío para algunos propietarios de sitios web.

Ejercicio

Auditoría

Realiza una auditoría SEO de un sitio web existente. La auditoría debe incluir los siguientes elementos:

1. Análisis de palabras clave.
2. Análisis del contenido (relevante, útil y de alta calidad).
3. Análisis técnico (velocidad de carga, la estructura del sitio, el mapa del sitio y la indexación. Identifica cualquier problema técnico y propón una mejora).
4. Análisis de enlaces.
5. Análisis de competidores: investiga los sitios web de los competidores y compara su posicionamiento SEO con el del sitio web auditado. Identifica las áreas en las que el sitio web auditado puede mejorar para competir de manera más efectiva.



Al finalizar:
Redacta a modo de conclusión cuáles consideras que son los beneficios de un buen SEO.

Marketing digital

Tema 10
SEM

Módulo 1 / Semana 4



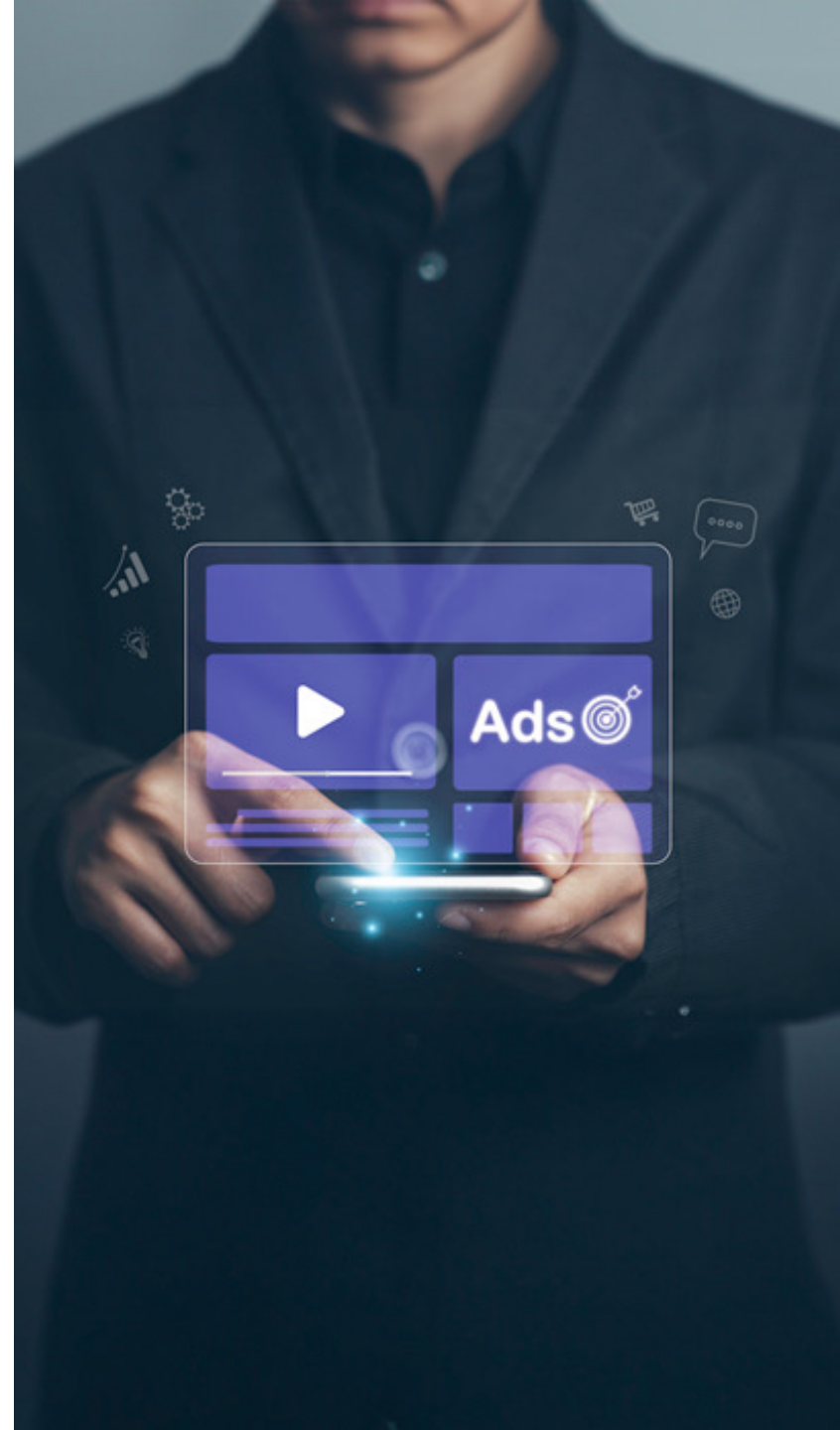
Introducción

Un pago efectivo

SEM es una estrategia de marketing que permite a la empresa publicar un anuncio en una página Web, para que al momento que el cliente busque un producto que ellos manejen pueda aparecer en una buena posición.

Con el motor de búsqueda SEM es posible aumentar el tráfico de la página Web, esto lleva por nombre tráfico pagado. El SEM está relacionado con el SEO, ya que es necesario para el óptimo funcionamiento de la página.

Es importante que la empresa se encuentre dada de alta en uno de los buscadores más utilizados en Internet: Google.



Explicación



El SEM combina la publicidad pagada y la optimización de motores de búsqueda para mejorar la visibilidad y el tráfico de un sitio web en los motores de búsqueda.

Explicación

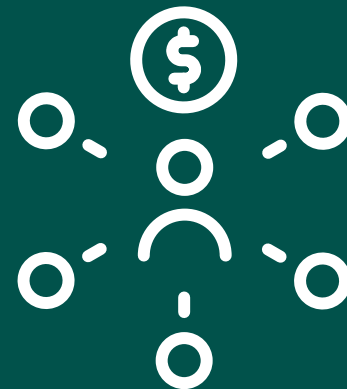
Ventajas

El SEM tiene varias ventajas que lo hacen una estrategia de marketing digital muy efectiva (Santos, 2023).

1. **Aumenta la visibilidad:** el SEM permite a los anunciantes aumentar la visibilidad de su sitio web en los resultados de búsqueda, lo que puede generar más tráfico y mejorar la conciencia de marca.

2. **Es altamente segmentado:** la publicidad en motores de búsqueda es altamente segmentada y los anunciantes pueden elegir el público al que desean dirigirse como la ubicación geográfica, la edad, el género y otros datos demográficos y psicográficos.

3. **Control del presupuesto:** los anunciantes pueden establecer un presupuesto diario para sus campañas de PPC y solo pagar por los clics reales en sus anuncios. Además, tienen el control de sus ofertas y pueden ajustarlas para maximizar el ROI.



Explicación

Ventajas

4. **Resultados rápidos:** la publicidad en motores de búsqueda ofrece resultados rápidos y los anunciantes pueden ver el impacto de sus campañas en tiempo real.

5. **Aumenta las conversiones:** puede mejorar las conversiones y ventas de un sitio web, ya que los usuarios que hacen clic en los anuncios son más propensos a realizar una acción en el sitio web.

6. **Mejora la medición y el análisis:** proporciona herramientas de seguimiento y análisis para medir el éxito de una campaña publicitaria y realizar ajustes para mejorar su eficacia.



Desventajas

Los resultados **dependen de la inversión**, si se destina poco presupuesto puede que no se vea un impacto importante. Sin embargo, si está bien realizado, tiene un alto retorno de inversión (ROI).

Ejercicio

Inspírate

Investiga el caso de éxito de una campaña publicitaria de Google Ads para una empresa o producto.

Identifica los siguientes elementos:

1. Objetivo de la campaña
2. Selección de palabras clave
3. Configuración de la campaña
4. Diseño de los anuncios
5. Presupuesto y oferta
6. Seguimiento y análisis.



Al finalizar:
Reflexiona sobre la importancia de una campaña de SEM.

Cierre

Momento adecuado

La publicidad en línea cuenta con la ventaja de darnos una gran cantidad de información de los usuarios que ven la publicidad, junto con sus características.

A final de cuentas, si lo que buscamos es que el usuario tome una acción con respecto a nuestra marca, es la opción ideal.

Estas formas de comunicar el mensaje de nuestra marca han permitido que se haga un uso más eficiente del presupuesto de mercadotecnia, además de estar presentes en el momento adecuado cuando un cliente requiere información de nuestro producto.



Referencias bibliográficas

- HubSpot. (2023). *The Ultimate Guide to SEO in 2023*. Recuperado de <https://blog.hubspot.com/marketing/seo>
- Santos, D. (2023). Qué es el SEM, para qué sirve y cómo funciona. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-sem>

