ESTRATEGIA SEO en GOOGLE

Guía de factores determinantes

1. DEFÍNETE

DESCUBRE QUIÉN ERES Y CUALES SON TUS OBJETIVOS

- IDENTIDAD Y VALORES REPRESENTATIVOS
- OBJETIVOS DE NEGOCIO
- PRODUCTOS O SERVICIOS

2. KEYWORD RESEARCH

ENCUENTRA LAS PALABRAS CLAVE

DEFINE LAS PERSONAS QUE TE BUSCAN

- FOCAL: Usuario PRINCIPAL de nuestro producto o servicio
- OCASIONAL: Usuario OCASIONAL de nuestro producto o servicio
- PROMOTOR: No es usuario pero le interesa nuestro modelo de negocio

HAZLES UNAS CUANTAS PREGUNTAS

- ¿CÓMO?
- ¿QUÉ PROBLEMA LES RESUELVES?
- ¿QUÉ PREGUNTAS HACEN SOBRE TUS PRODUCTOS O SERVICIOS?
- ¿CÓMO BUSCAN TUS SERVICIOS?
- ¿EN QUÉ CIRCUNSTANCIAS TE BUSCAN?
- ¿LUGAR?

ELIGE Y CLASIFICA TUS KEYWORDS

BASE | LONG TAIL 1 | LONG TAIL 2 | LONG TAIL 3

TRANSACCIONALES · INFORMATIVAS · NAVEGACIÓN/BRAND

ADWORDS KEYWORD PLANNER	GOOGLE TRENDS	WORDTRACKER
adwords.google.com/keywordplanner	google.com/trends/explore	www.wordtracker.com

3. CONTENT MARKETING

EL CONTENIDO ES EL REY

CREA CONTENIDO DE CALIDAD EN EL FORMATO ADECUADO A TU AUDIENCIA

TEXTOS · IMÁGENES · VÍDEO · AUDIO · PRESENTACIONES · INFOGRAFÍAS

ON-SITE: COLOCA CONTENIDO INTELIGENTEMENTE Y OPTIMIZA LA ESTRUCTURA

- SITEMAP
- ROBOTS.TXT
- CARGA DE PÁGINA
- <TITLE> — No más de 7 palabras, y menos de 65 caracteres incluyendo espacios. Un título por página.
- <H1 /H2 /H3>
- Description, META, Language
- ALT en imágenes
- % DENSIDAD — La densidad de palabras clave optima rondo el 6-5 %
- OPTIMIZADA PARA MÓVILES
- WWW CANONIZACIÓN URL Y DOMINIO
- SIN ENLACES ROTOS

OFF-SITE: COMPARTE TU CONTENIDO EN LOS CANALES ADECUADOS

LIKES · TWEETS · +1 · SHARE · COMMENTS · RATINGS · #TAGS

- ENGAGEMENT
- INBOUND NATURAL LINKS
- RELATIONSHIPS

LINKS DE CALIDAD

LINKS DE CALIDAD
PR equivalente o mejor
Contenido similar
Meta tags relacionadas
De diferentes fuentes
Diferentes páginas de destino
Diferentes textos de enlace

REL=DOFOLLOW
Indica a Google enlaces relevantes que debe seguir, cedon el PR, traspasándoles la importancia.

REL=NOFOLLOW
Indica a Google que el contenido al que apunta no es relevante y que no deben ser rastreados.

REVISA TUS LINKS
www.openstreetplorer.org
www.majestic.com
www.linkresearchtools.com

¿QUIÉN ME LINKA?
Alertas de Google
google.com/alerts

text

G+ AUTHORSHIP: CONTENIDO DE AUTOR ÚNICO, TANGIBLE Y RECONOCIBLE

REL="AUTHOR"
https://plus.google.com/authorship

Google

4. ANÁLISIS

MIDE, ANALIZA Y MEJORA LA EXPERIENCIA DE USUARIO

ESTUDIA EL COMPORTAMIENTO DENTRO Y FUERA DE TU SITIO WEB

- CLICKSTREAM — ESTUDIA COMO USAN TU SITIO WEB SIGUIENDO SUS CLICKS
- TEST — PON A PRUEBA LA EXPERIENCIA DE USUARIO MEDIENTE TESTS
- INSIGHTS
- COMPETENCIA — ESTUDIA QUE PASA EN LAS WEBS DE LA COMPETENCIA
- VOZ DE CLIENTE — CONSIGUE DATOS CUALITATIVOS PRECIUNTANDO A TUS USUARIOS

GOOGLE ANALYTICS	SIMPLY MEASURED	MOUSE FLOW	FACEBOOK INSIGHTS	YOUTUBE ANALYTICS
google.com/analytics	simplymeasured.com	mouseflow.com	facebook.com/insights	youtube.com/analytics

ESTRATEGIA SEO en GOOGLE
Guía de factores determinantes

FUENTES
www.google.com
www.redesymarketing.com
support.google.com/webmasters
www.webanalytics.es
www.hubspot.com

Versión 1.0, Abril 2014

El documento Estrategia SEO en GOOGLE. Guía de factores determinantes se encuentra bajo una licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial
SinObraDerivada
CC BY-NC-ND

FUELGRAFICS
Especialistas en diseño y estrategia online, SEO y SEM
BARCELONA
Sant Pere Más Alt 1, 2º 3ª 08003 Barcelona
T. + 34 933 28 30 56
AND
Antic Camí Rat 1 AD500 Andorra la Vella
T. + 376 866 513 F. + 376 864 001

www.fuelgrafics.com