CLASE 02

Optimización del sitio web para los motores de búsqueda

Profesora: Dee Dee de Kenessey

Certificación Inbound
Proporcionado por HubSpot Academy

1

¿QUE ES LA OPTIMIZACION EN LOS MOTORES DE BUSQUEDA?

¿QUE ES OPTIMIZACION EN LOS MOTORES DE BUSQUEDA (SEO)?

SEO es el proceso de mejora del sitio web para atraer a más visitantes desde los motores de búsqueda

Metodología Inbound

por HubSpot

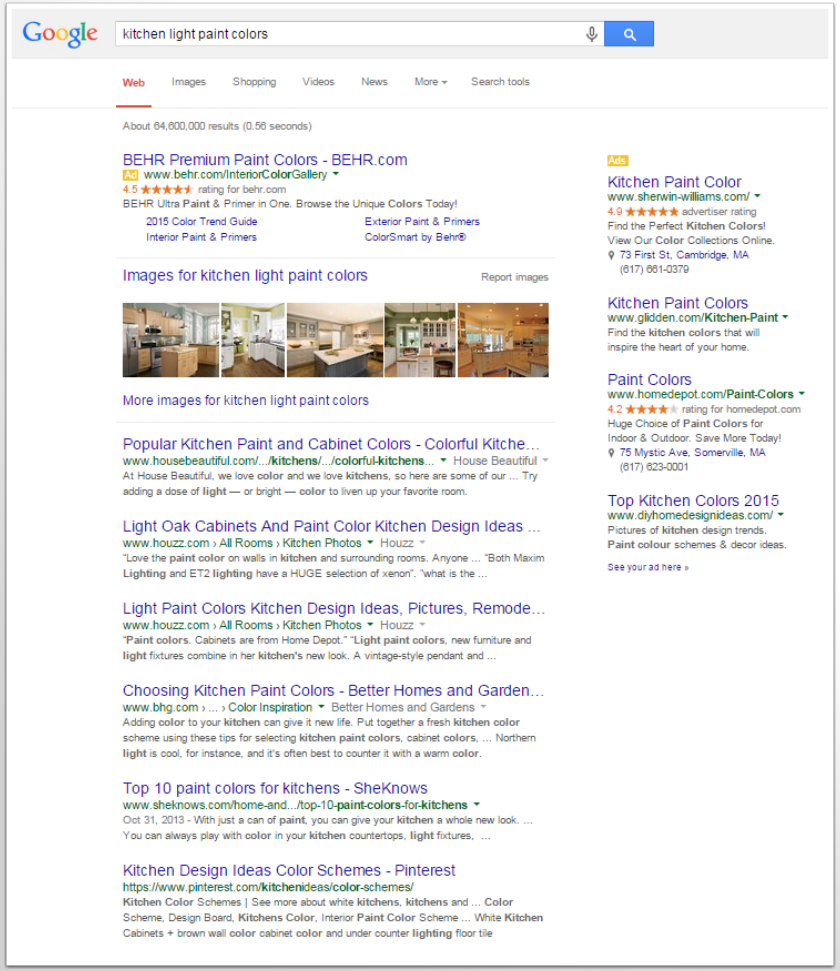
Metodología Inbound

por HubSpot

¿Cómo lo harías para encontrar la manera de instalar una clavija de 3 puntas?

Los motores de búsqueda necesitan encontrar las respuestas más relevantes, útiles y fiables

Ellos envían “arañas” para rastrear a través de la web en búsqueda del contenido



De estos datos, ellos crean una lista de resultados.

Los resultados se organizan según la popularidad y autoridad de los sitios web

TU OBJETIVO ES ESTAR EN EL TOP DE LOS RESULTADOS ORGANICOS.

2 ESTRATEGIAS DE SEO Y MEJORES PRACTICAS.

ESTRATEGIAS DE SEO

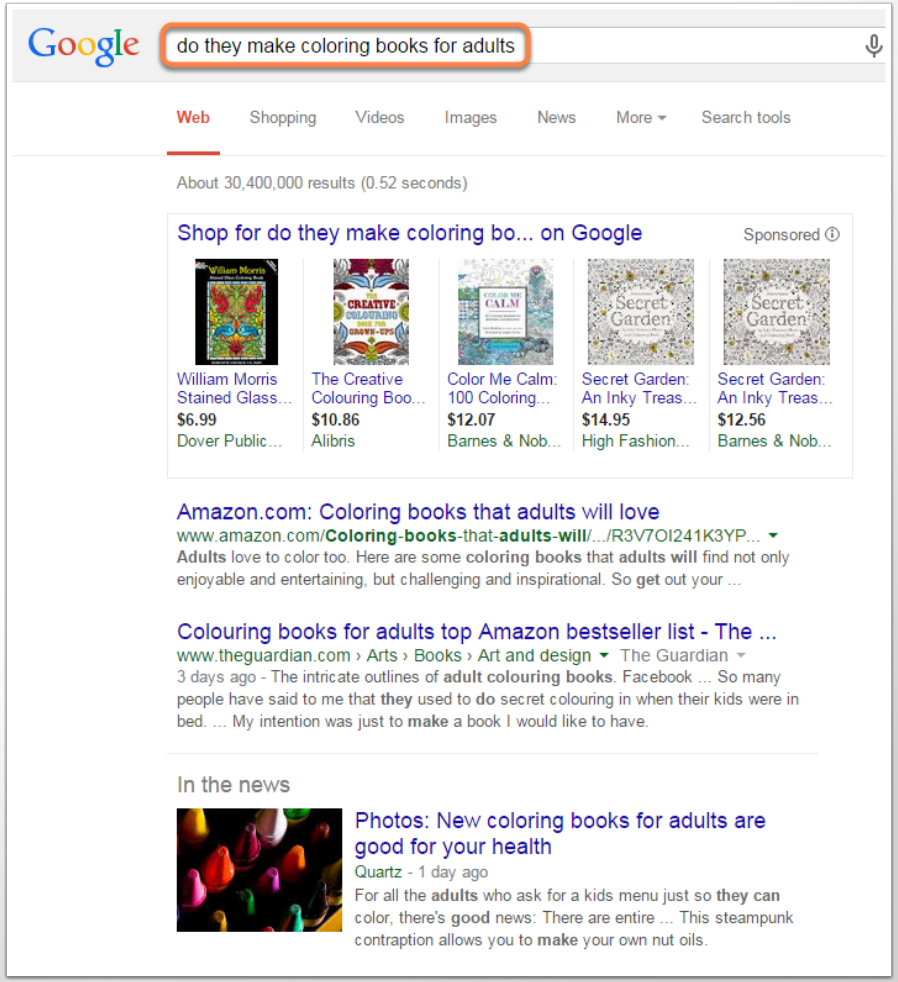
- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

ESTRATEGIAS DE SEO

- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

Los keywords son las palabras escritas en los motores de búsqueda.

Son los temas de los cuales los buscadores están tratando de aprender



COMO HACER INVESTIGACION DE KEYWORDS

1. 1. Haz una lista de keywords que tu buyer persona buscaría.

Digamos que tu negocio hace accesorios para teléfonos inteligentes.

Uno de sus buyer personas es un adolescente, Lanky Luke

¿Cuáles son las preguntas más comunes en esta industria que Luke tendría?

"Secar un Smart Phone"

¿Qué preguntas puede tener Luke de las que tu empresa ofrece soluciones?

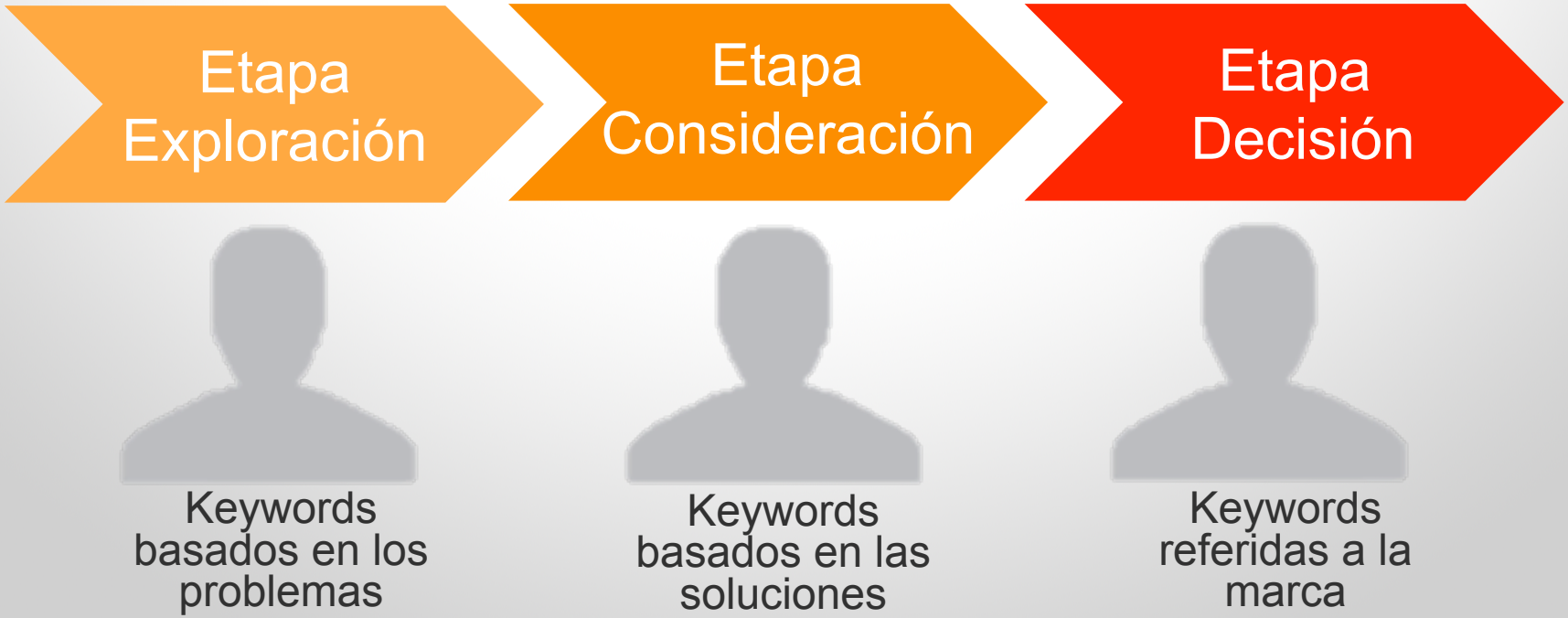
“Fundas para Smart Phones resistentes al agua”

¿Qué preguntas puede Lucas tener cuando decida comprar tus fundas resistentes al agua?

“Opiniones de fundas para Smart Phones resistentes al agua”

EL BUYER JOURNEY

Clasifica las keywords según la etapa del Buyer Journey



IMITA EL LENGUAJE QUE TU BUYER PERSONA UTILIZA.

¿QUE LENGUAJE USARIA LUKE EN ÉSTA BUSQUEDA?

A. “Dónde está el indicador de agua del iPhone”

B. “Hay algún indicador de daño por agua en el iPhone

C. “Cómo saber si el iPhone tiene daños por agua”

D. “Cómo detectar el daño por agua en el iPhone”

¿QUE LENGUAJE USARIA LUKE EN ESTA BUSQUEDA?

A. “Dónde está el indicador de agua del iPhone”

B. “Hay algún indicador de daño por agua en el iPhone

C. “Cómo saber si el iPhone tiene daños por agua”

D. “Cómo detectar el daño por agua en el iPhone”

¿QUE LENGUAJE USARIA LUKE EN ÉSTA BUSQUEDA?

A. “Dónde está el indicador de agua del iPhone”

B. “Hay algún indicador de daño por agua en el iPhone

C. “Cómo saber si el iPhone tiene daños por agua”

D. “Cómo detectar el daño por agua en el iPhone”

¿QUE LENGUAJE USARIA LUKE EN ÉSTA BUSQUEDA?

A. “Dónde está el indicador de agua del iPhone”

B. “Hay algún indicador de daño por agua en el iPhone

C. “Cómo saber si el iPhone tiene daños por agua”

D. “Cómo detectar el daño por agua en el iPhone”

COMO HACER INVESTIGACION DE KEYWORDS

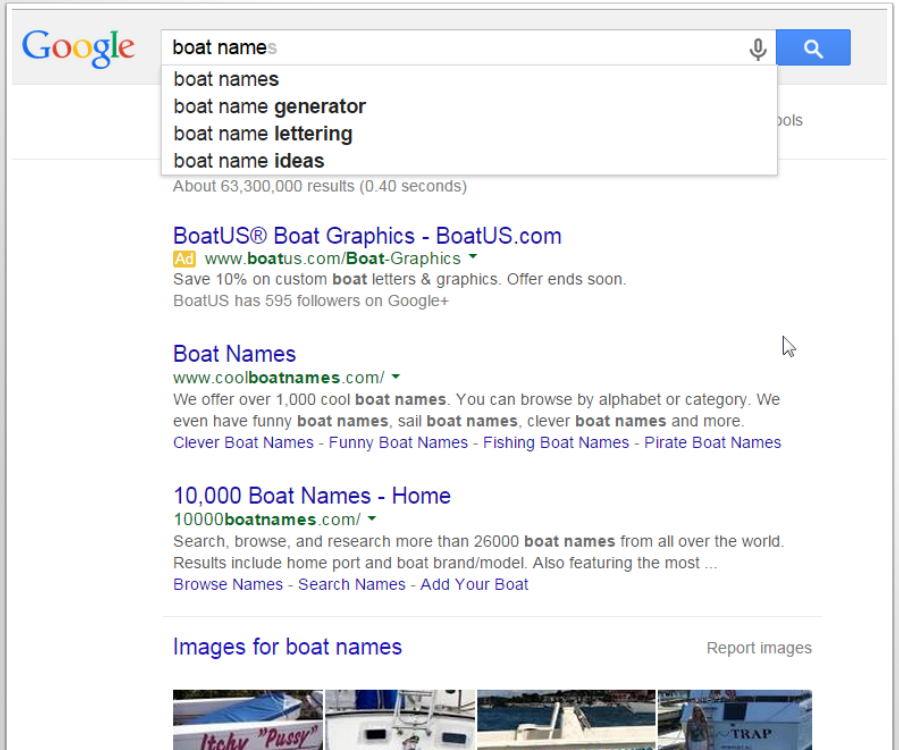
1. Haz una lista de keywords que tus buyer persona buscarían.

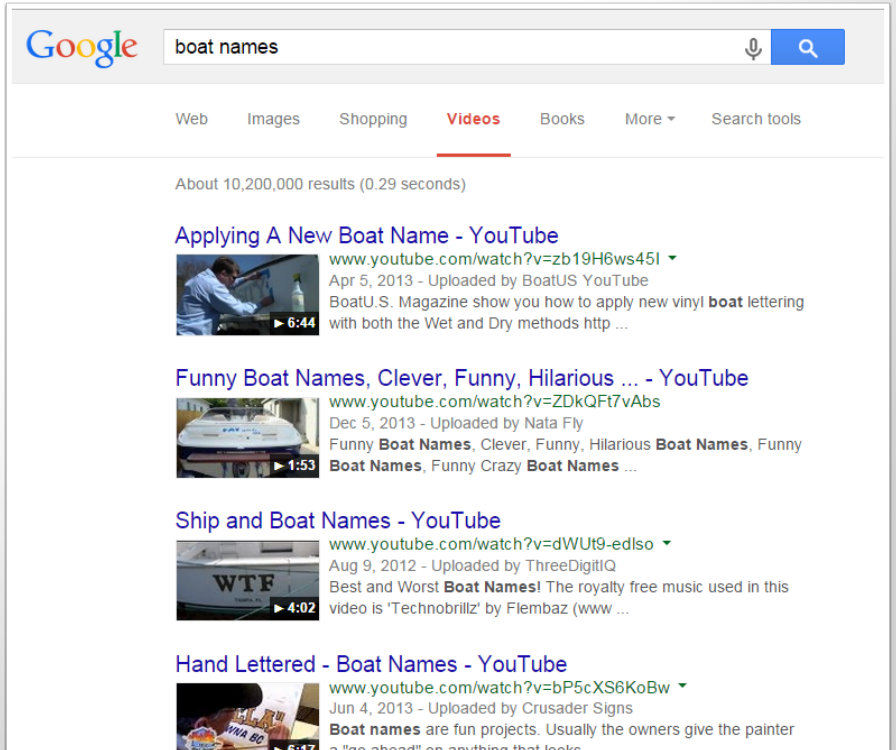
2. Expande la lista mediante la búsqueda de alternativas en la web.

Expande tu lista de keywords

buscando alternativas en la web

Escribe una de sus keywords en un motor de búsqueda y analiza los resultados





COMO HACER INVESTIGACION DE KEYWORDS

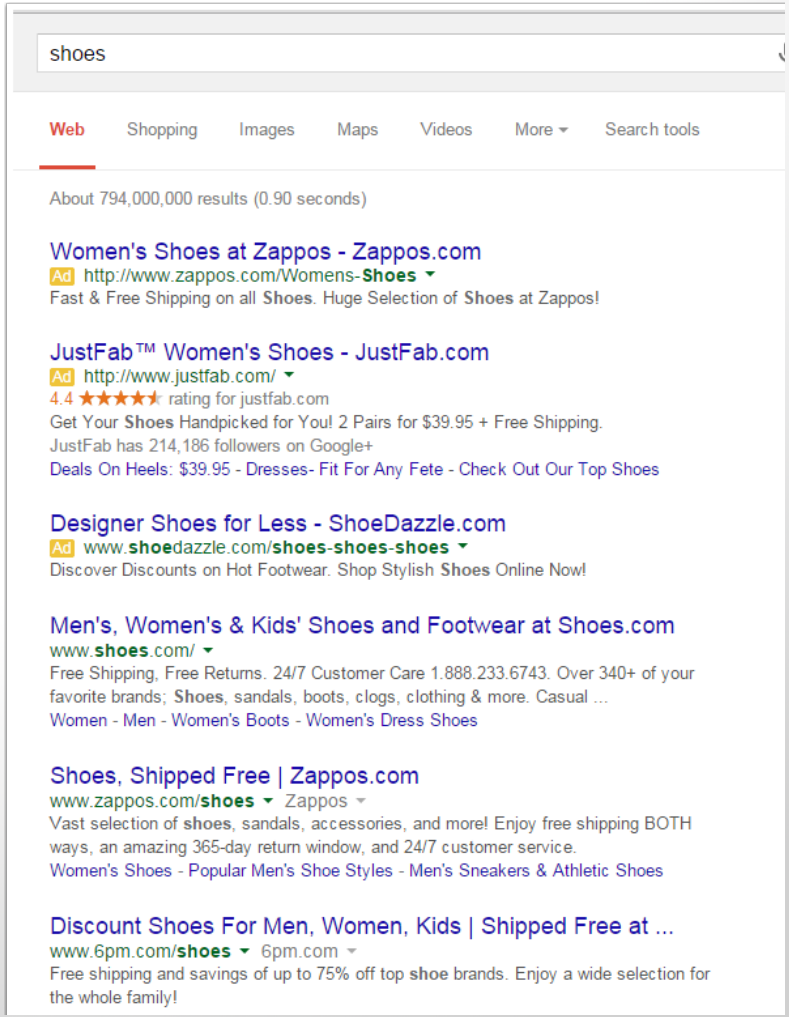
1. Haz una lista de keywords que tus buyer persona buscarían.
2. Expande la lista mediante la búsqueda de alternativas en la web.
3. Determina los keywords que la gente utiliza para encontrar tu página web.

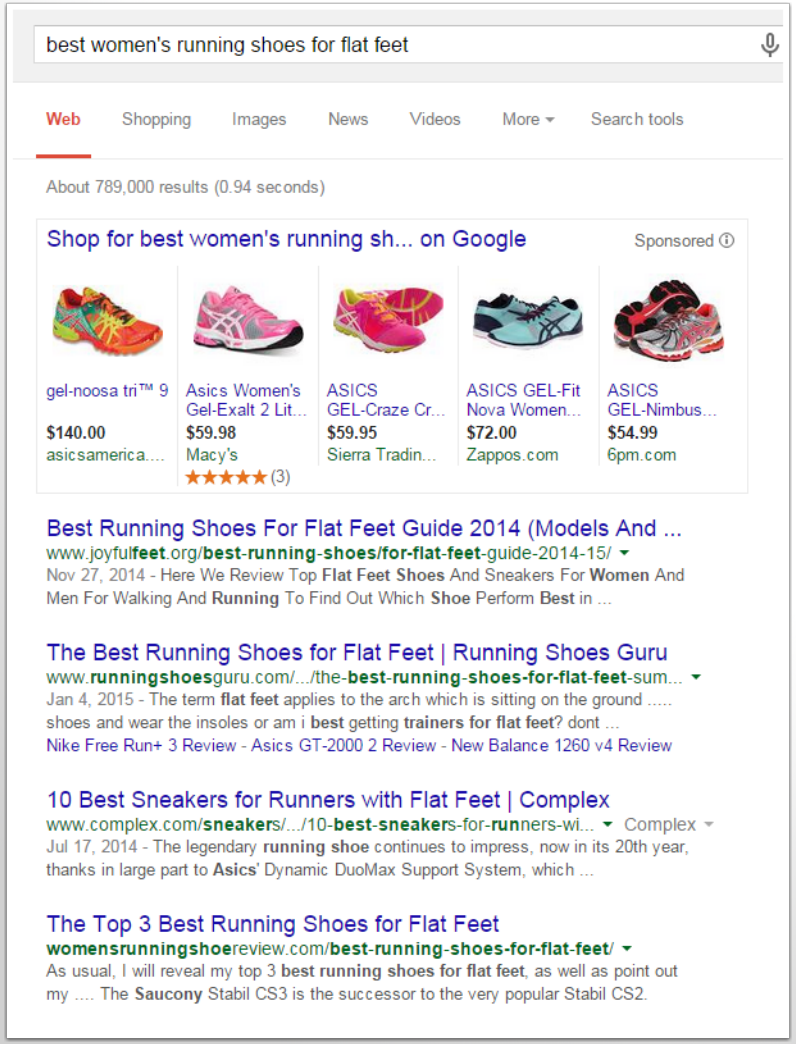
COMO HACER INVESTIGACION DE KEYWORDS

1. Haz una lista de keywords que tus buyer persona buscarían.
2. Expande la lista mediante la búsqueda de alternativas en la web.
3. Determina los keywords que la gente utiliza para encontrar tu página web.
4. Decide los keywords en los que tienes mayor oportunidad de tener un mejor ránking.

“Zapatos” es un keyword corto o ámplio.

Es más difícil para ranquear porque hay mucha competencia y es demasiado general



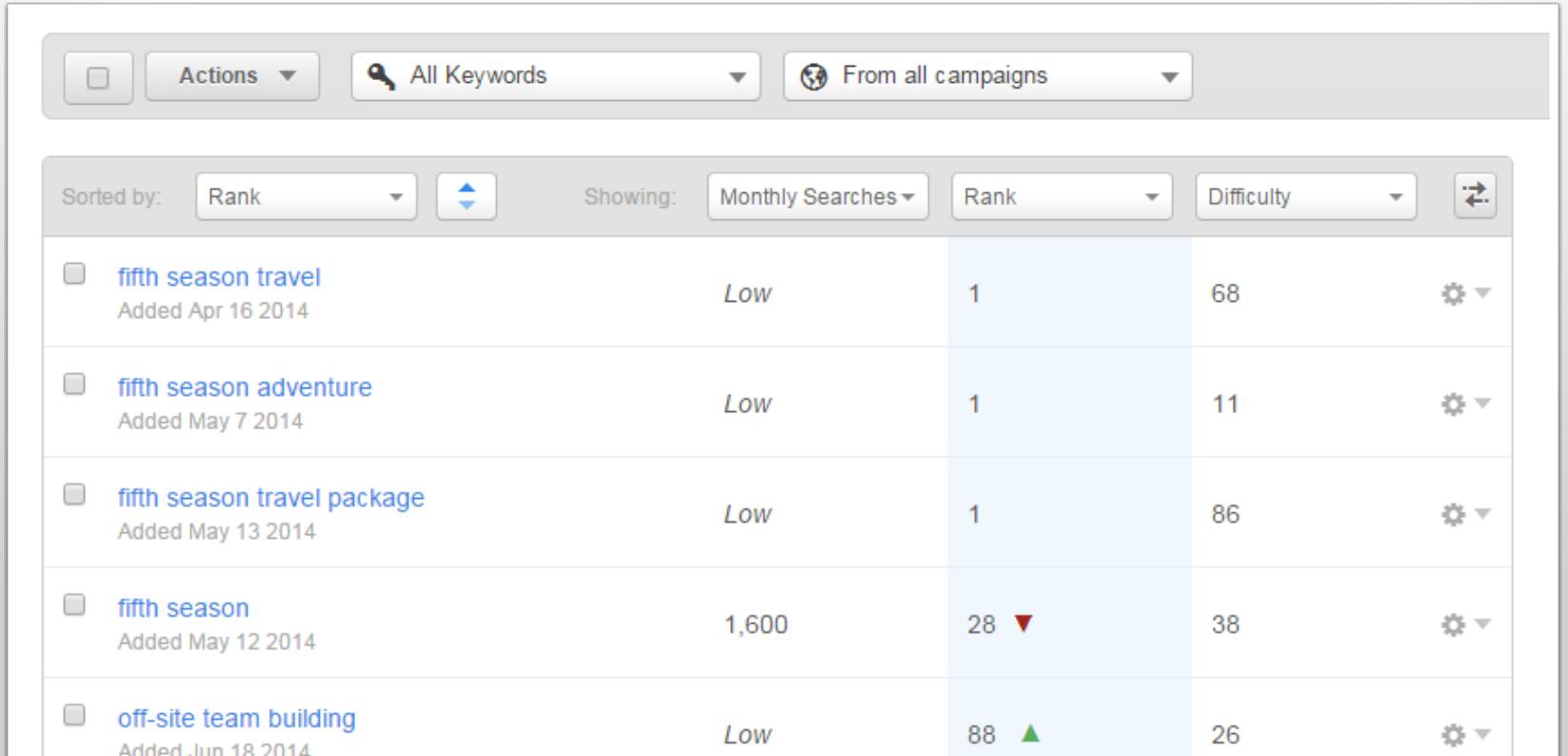


“Los mejores zapatos para correr de mujer con pie plano” es un long tail keyword.

Es más fácil para ranquear porque es más específico y selectivo

Profundiza en el análisis de tus keywords.

Mira el ránking actual para su keyword, cuántas búsquedas mensuales tiene y el grado de competitividad o nivel de dificultad.

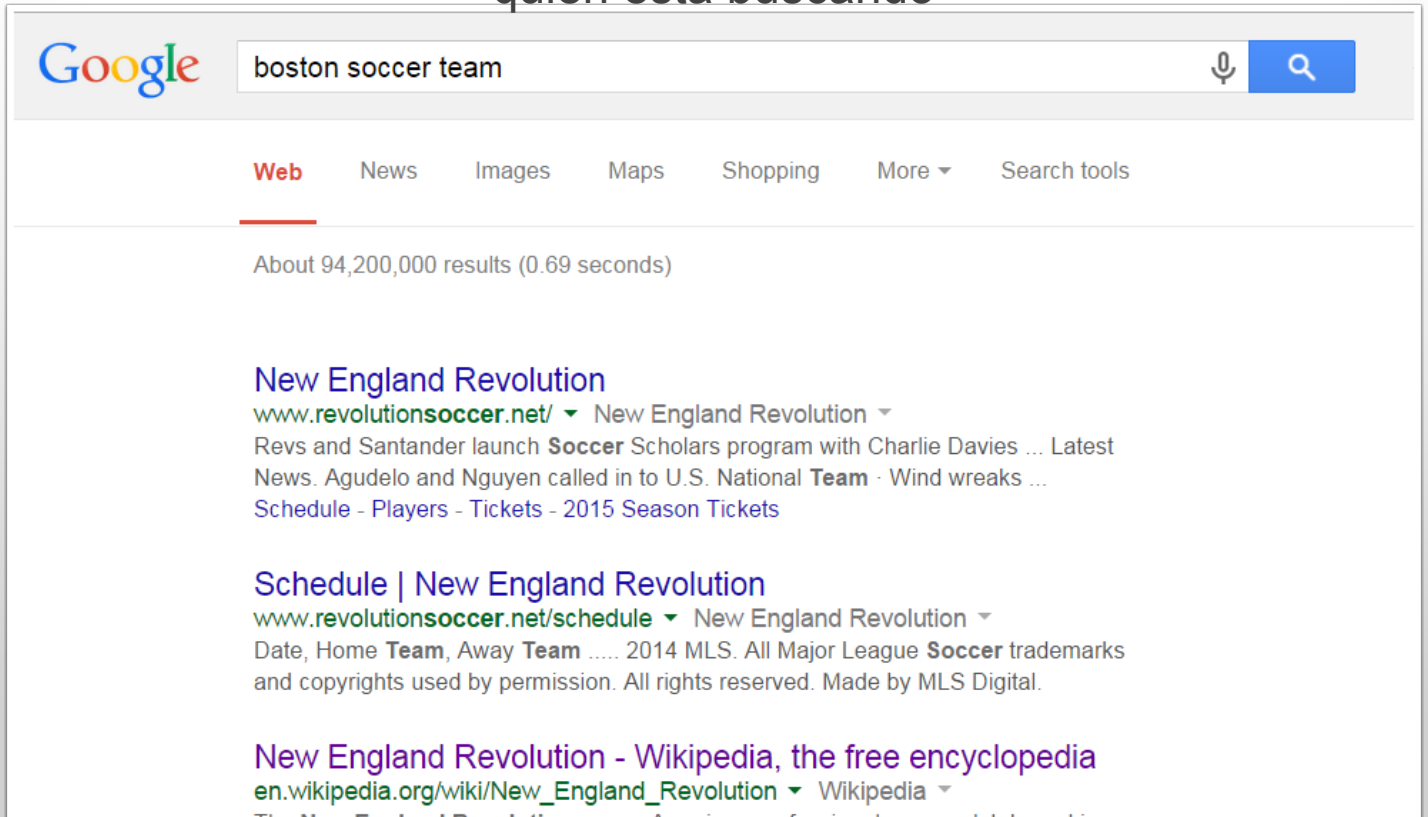


ESTRATEGIAS DE SEO

- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

Los motores de búsqueda son cada vez más y más inteligentes.

Ellos no solo entienden los keywords – también tratan de entender la intención de quien está buscando



ESTRATEGIAS DE SEO

- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

COMO OPTIMIZAR UNA PAGINA

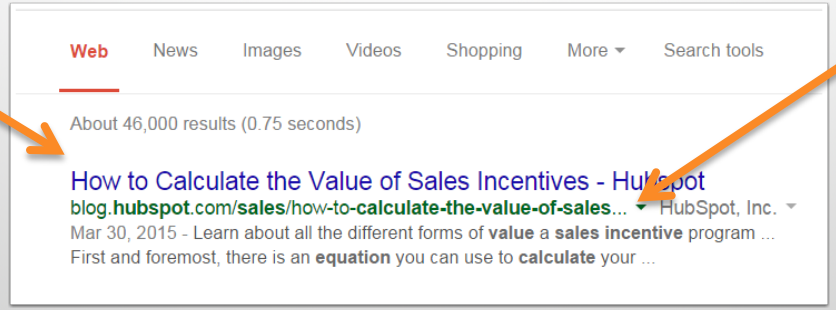
- [x] Optimizar la página en torno a un keyword primario
- [x] Incluir enlaces relevantes con el contenido
- [x] Promover una buena experiencia del usuario
- [x] Optimizar su sitio web para móviles

Añade la palabra clave al título de la página y a la URL.

Si estás editando una página que está en vivo, configura una redirección 301 que dirigirá del antiguo URL a la nueva, enviando sin problemas las personas a la página correcta

Está en el título de la página?

Si es una página web, utiliza un pipe: Keyword primaria / Nombre de la compañía

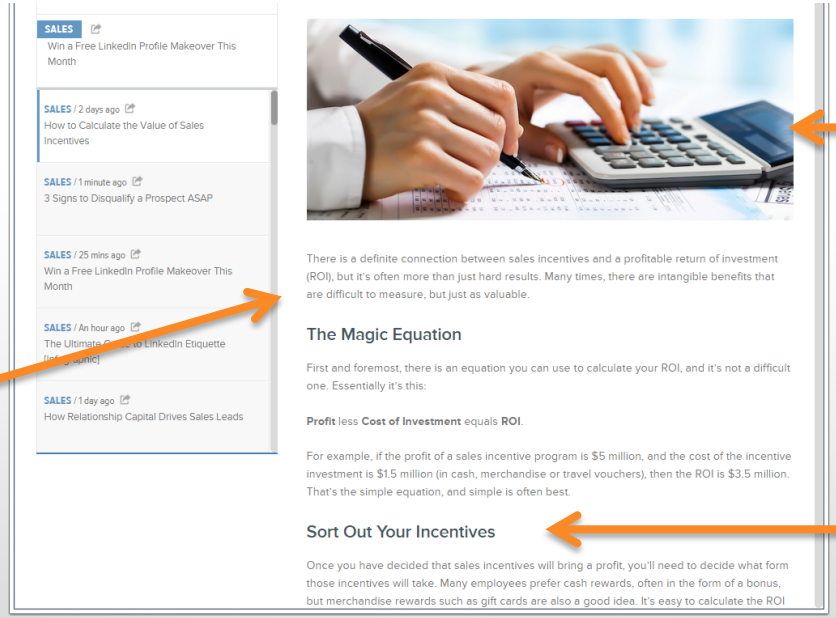


Está en la URL?

(mybusiness.com/long-tail-keyword)

Añade el keyword en el cuerpo, los encabezados y el alt-text de las imágenes.

Se utiliza de forma natural en el cuerpo?

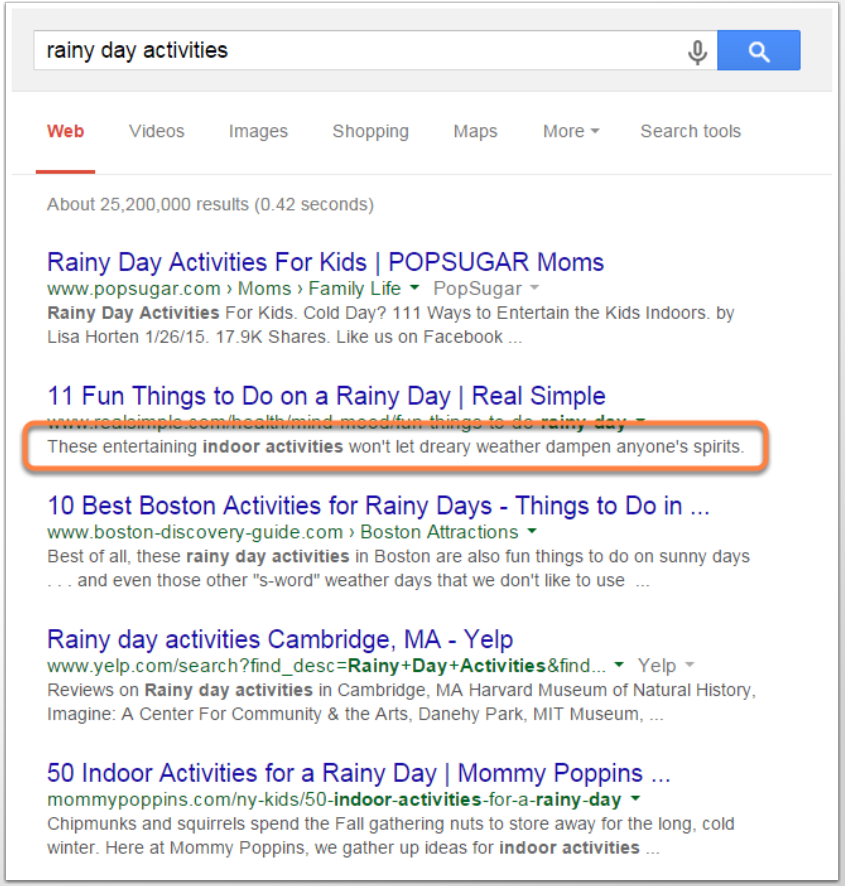


Está en el alt-text de las imágenes?

Está en los encabezados?

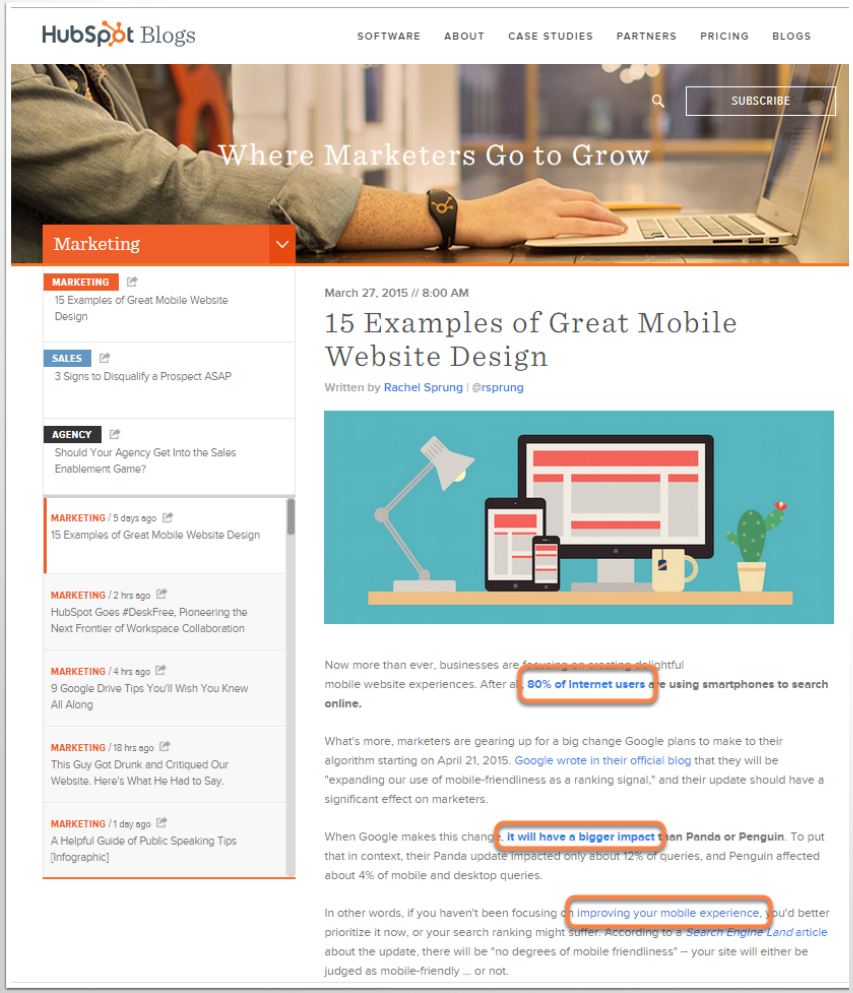
Utiliza el keyword primario en la metadescripción.

Cada página debe tener una metadescripción única, no más de 140 carácteres.



COMO OPTIMIZAR UNA PAGINA

- [x] Optimizar la página en torno a un keyword primario
- [x] Incluir enlaces relevantes con el contenido
- [x] Promover una buena experiencia del usuario
- [x] Optimizar su sitio web para móviles

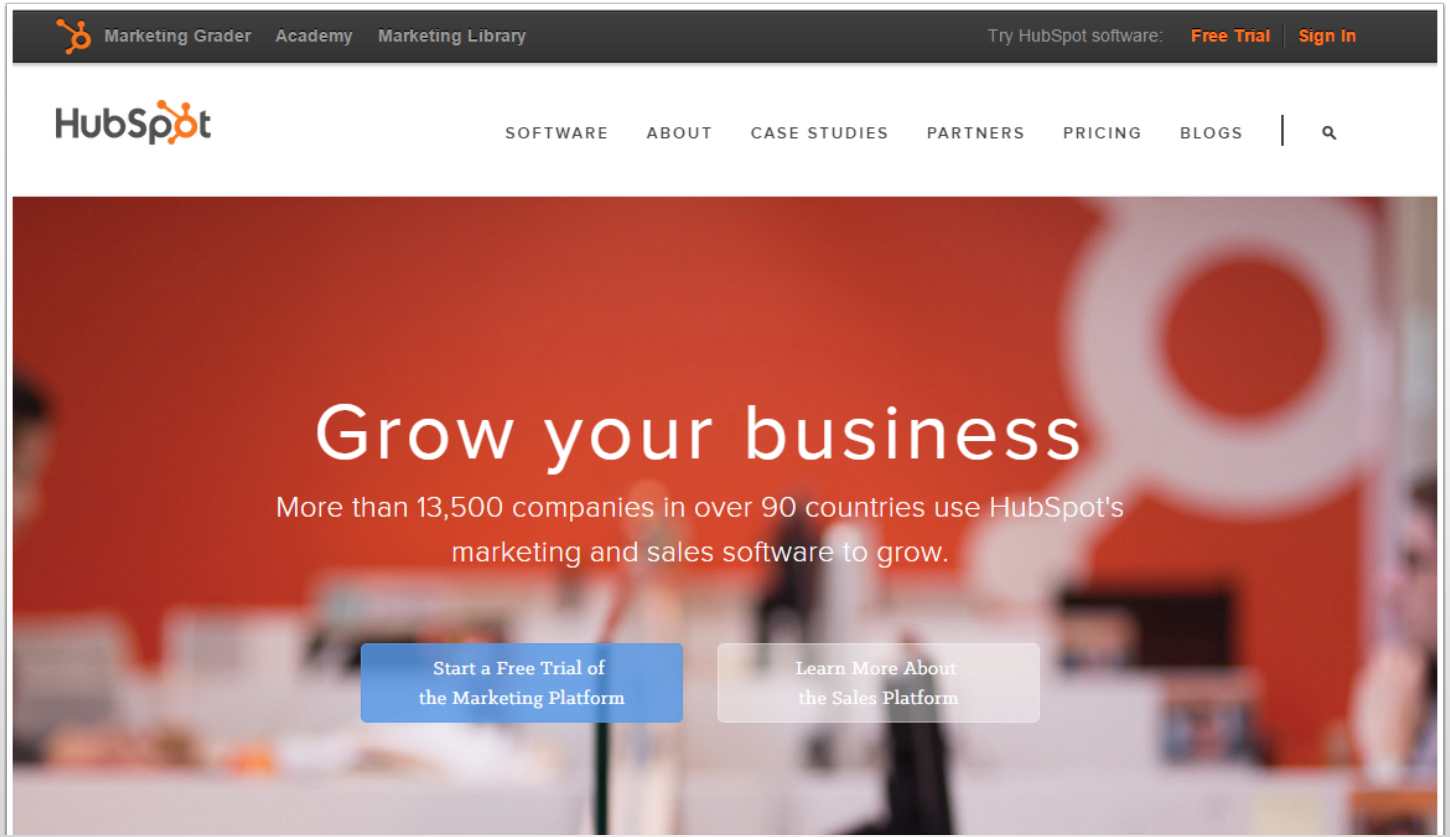


Incluye enlaces internos y externos relevantes en el contenido.

Hipervincula el texto con keywords en los que quieres un buen ránking

COMO OPTIMIZAR UNA PAGINA

- [x] Optimizar la página en torno a un keyword primario
- [x] Incluir enlaces relevantes con el contenido
- [x] Promover una buena experiencia del usuario
- [x] Optimizar su sitio web para móviles



Promueve una buena experiencia del usuario.

Asegúrate que tu sitio web es intuitivo y fácil de navegar

COMO OPTIMIZAR UNA PAGINA

- [x] Optimizar la página en torno a un keyword primario
- [x] Incluir enlaces relevantes con el contenido
- [x] Promover una buena experiencia del usuario
- [x] Optimizar su sitio web para móviles

80%

de los internautas tienen un smartphone.

SOURCE: GLOBALWEBINDEX, Q3 2014

Optimiza tu sitio web para móviles.

Asegúrate que tu página web puede ser fácilmente visitada en cualquier tamaño de pantalla

ESTRATEGIAS DE SEO

- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

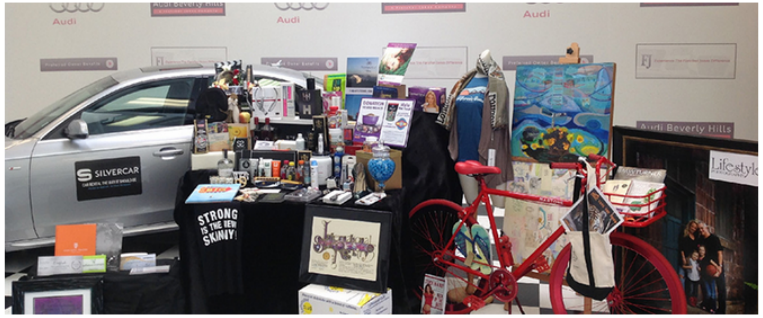
ESTRATEGIAS DE SEO

- [x] Investigar keywords.
- [x] Crear contenido en torno a los keywords.
- [x] Optimizar contenido en torno a un keyword primario.
- [x] Promocionar tu contenido.
- [x] Conseguir enlaces a tu contenido

April 1, 2015 // 9:00 AM

Sell Like a Celebrity: An Insider's Look at the Gifting Industry

Written by Jami Oetting | @jamioetting



There are two women who can cause websites to crash, phones to ring incessantly, and bidding wars to begin.

Kate Middleton and Michele Obama reign when it comes to driving fashion commerce. The Duchess's choice in apparel spurred one brand's reintroduction of an item long gone from the shelves. It's reported that her style choices have brought $1.5 billion into the British economy. J. Crew devised an entire strategy, including publishing custom web pages and investing in PPC ads, around the First Lady's appearance on the *Tonight Show*.

This type of spark is what many brands are looking for when they invest in celebrity marketing and product placement.

Paying for a celebrity endorsement is one route -- a path that could cost anywhere between

Los motores de búsqueda siguen los enlaces entre páginas para ver cómo están relacionados entre si.

Los enlaces que dirigen a tu sitio se llaman "inbound links". Ellos ayudan a los motores de búsqueda a analizar el nivel de autoridad de tu sitio web.

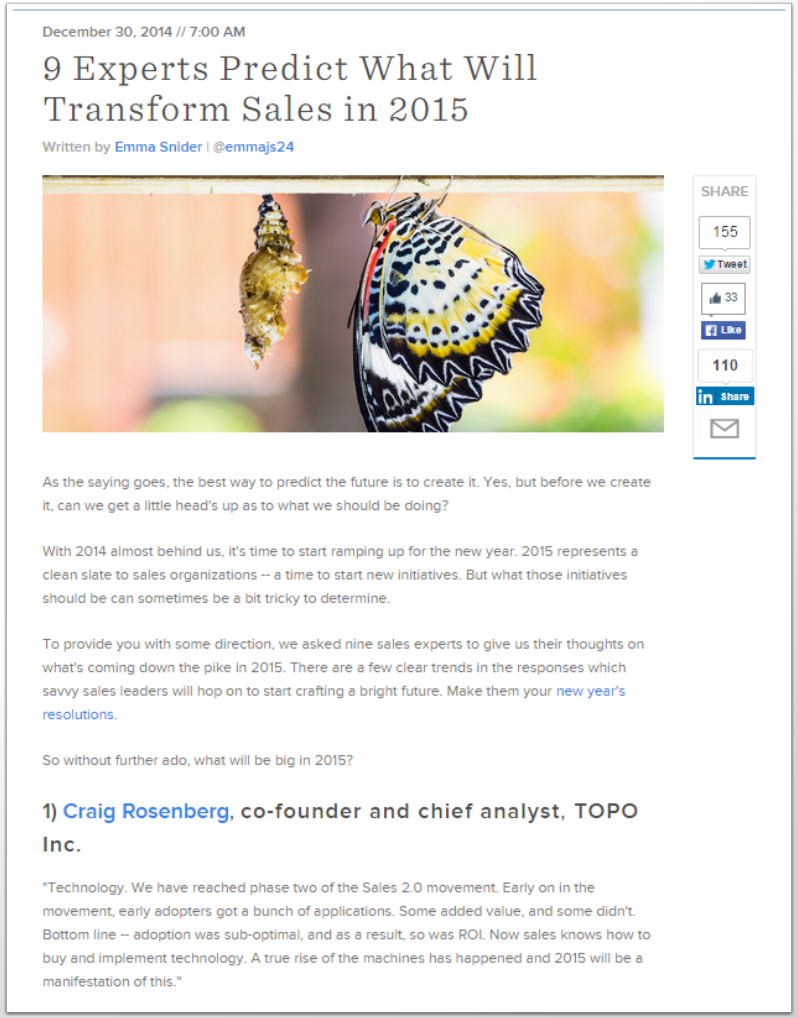
NO TODOS LOS LINKS ESTAN CREADOS DE LA MISMA MANERA.

Construye relaciones.

Haz conexiones con sitios web autorizados y líderes de la opinión de la industria.

Crea contenido con participaciones de líderes de opinión de la industria.

Ellos compartirán el contenido, brindándote con nuevas visitas y un nuevo enlace.



December 30, 2014 // 7:00 AM

9 Experts Predict What Will Transform Sales in 2015

Written by Emma Snider | @emmajs24

SHARE 155 Tweet 33 Like 110 Share

As the saying goes, the best way to predict the future is to create it. Yes, but before we create it, can we get a little head's up as to what we should be doing?

With 2014 almost behind us, it's time to start ramping up for the new year. 2015 represents a clean slate to sales organizations -- a time to start new initiatives. But what those initiatives should be can sometimes be a bit tricky to determine.

To provide you with some direction, we asked nine sales experts to give us their thoughts on what's coming down the pike in 2015. There are a few clear trends in the responses which savvy sales leaders will hop on to start crafting a bright future. Make them your new year's resolutions.

So without further ado, what will be big in 2015?

1) Craig Rosenberg, co-founder and chief analyst, TOPO Inc.

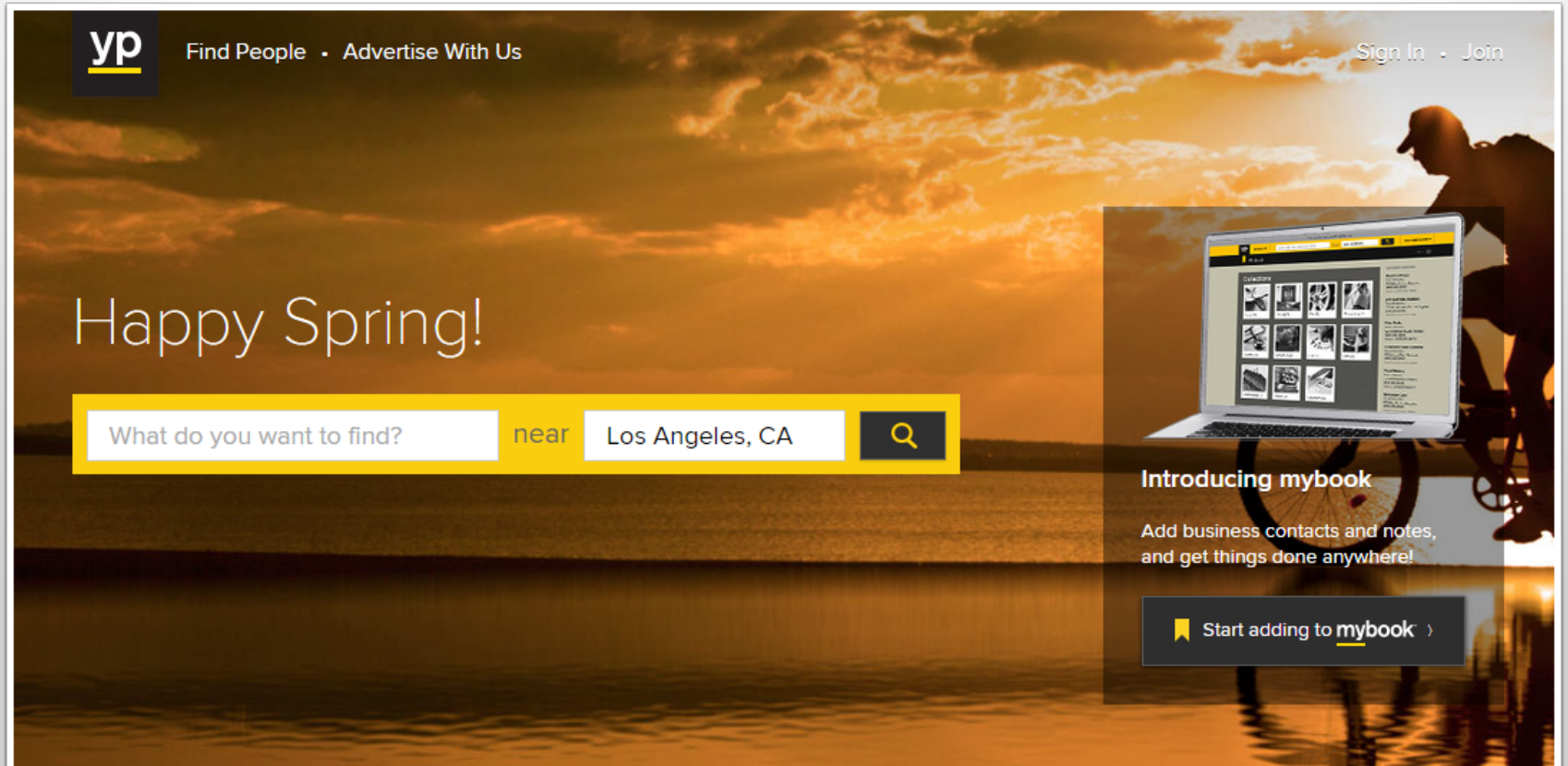
"Technology. We have reached phase two of the Sales 2.0 movement. Early on in the movement, early adopters got a bunch of applications. Some added value, and some didn't. Bottom line -- adoption was sub-optimal, and as a result, so was ROI. Now sales knows how to buy and implement technology. A true rise of the machines has happened and 2015 will be a manifestation of this."

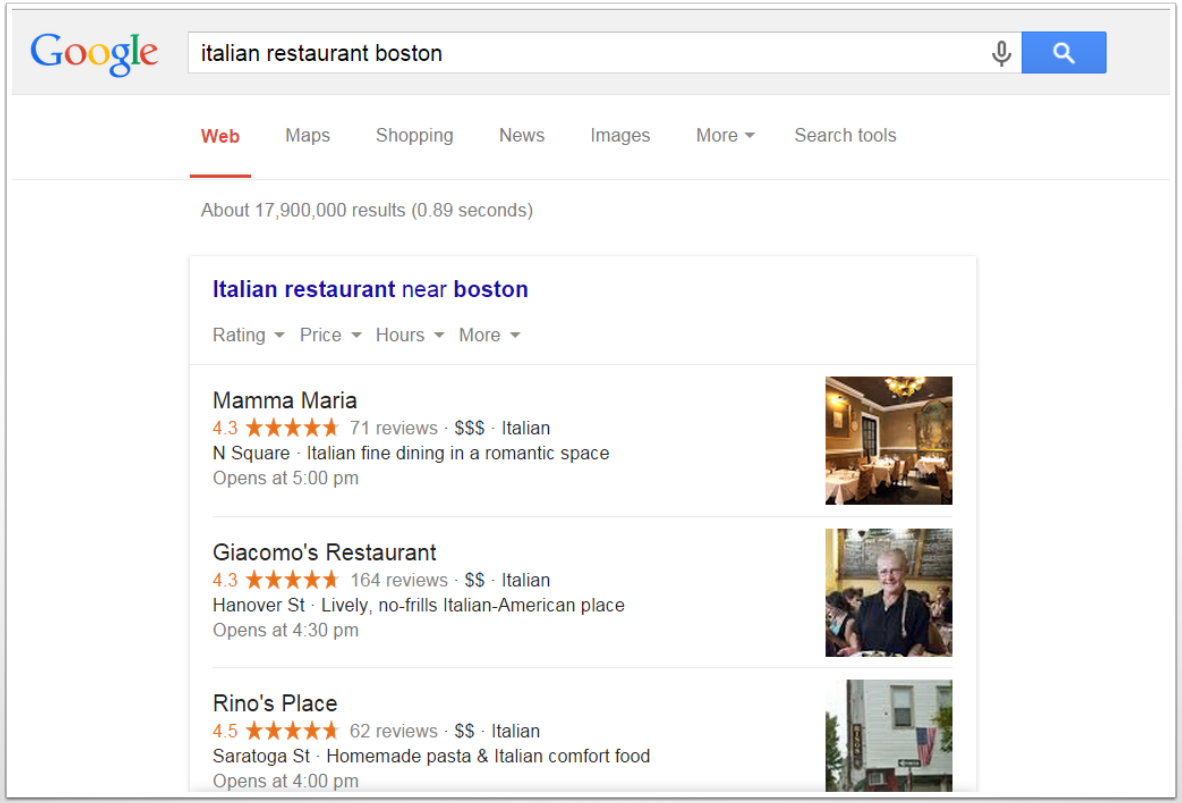
CREA CONTENIDO CON PARTICIPACION DE LIDERES DE OPINION DE LA INDUSTRIA

- Crear “lo mejor de” o una lista de recursos
- Entrevistar a un líder de opinión de la industria
- Crear contenido de múltiples fuentes
- Sugerir a un líder de opinión de la industria que escriba un artículo para ti o que de sus comentarios sobre un ebook

Configura la página en los mejores directorios en línea.

Los directorios son websites como Yelp, Páginas Amarillas y cámaras de comercio locales.





Si es específica de ubicación, crea Google + Local Listing Page.

Esto vinculará tu negocio a un lugar específico, que Google va a utilizar en sus resultados de búsqueda.

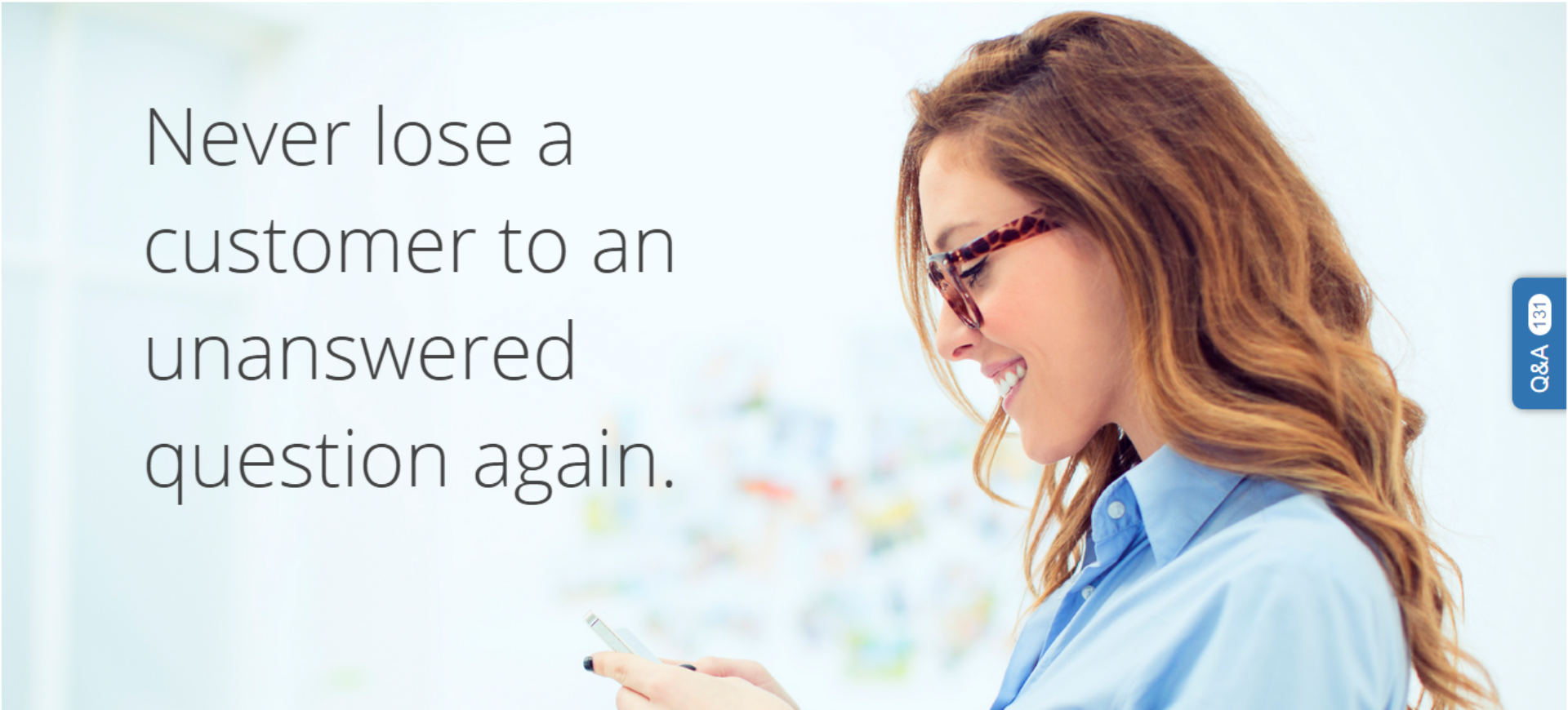
3 ¿COMO SE VE UNA PAGINA WEB OPTIMIZADA?

AnswerDash
Customer Engagement Platform

Create free account | Log in

PRICING | DEMOS | SUCCESS STORIES | INTEGRATIONS | ANALYTICS | BLOG

Never lose a customer to an unanswered question again.



Q&A 131

60%

de incremento en prospectos mensuales en los dos primeros meses.

SOURCE: HUBSPOT CASE STUDY

55%

de incremento en tráfico de redes sociales en los dos primeros meses.

SOURCE: HUBSPOT CASE STUDY

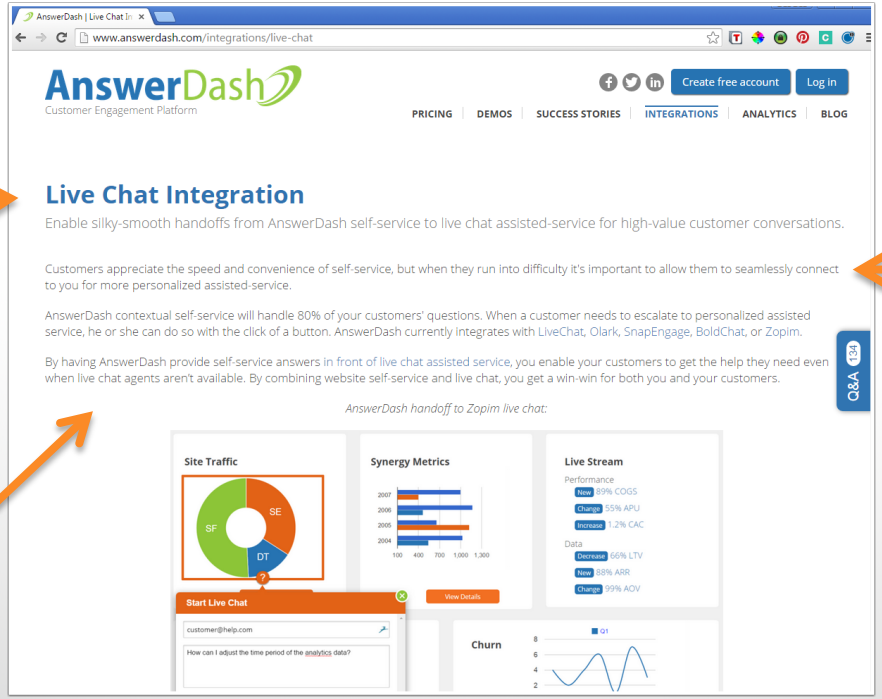
10%

de incremento en tráfico web
en los dos primeros meses.

SOURCE: HUBSPOT CASE STUDY

¿Has escogido el keyword correcto?

Direccionando a un tema que tus buyer personas quieren aprender



Usando lenguaje natural y variaciones del keyword

Imitando el lenguaje de tu buyer persona

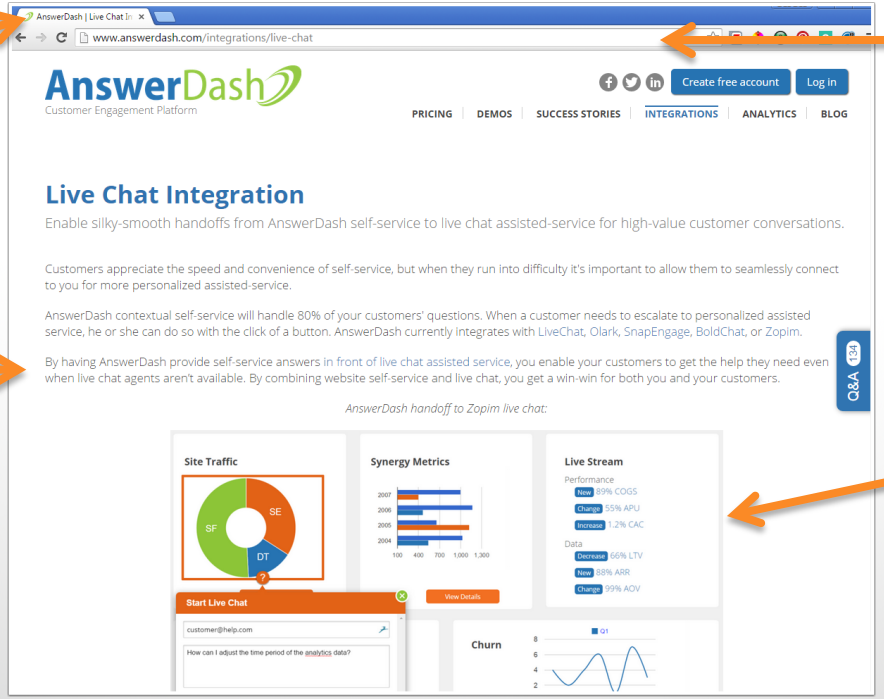
¿Has optimizado la página alrededor del keyword?

Título de la página

URL

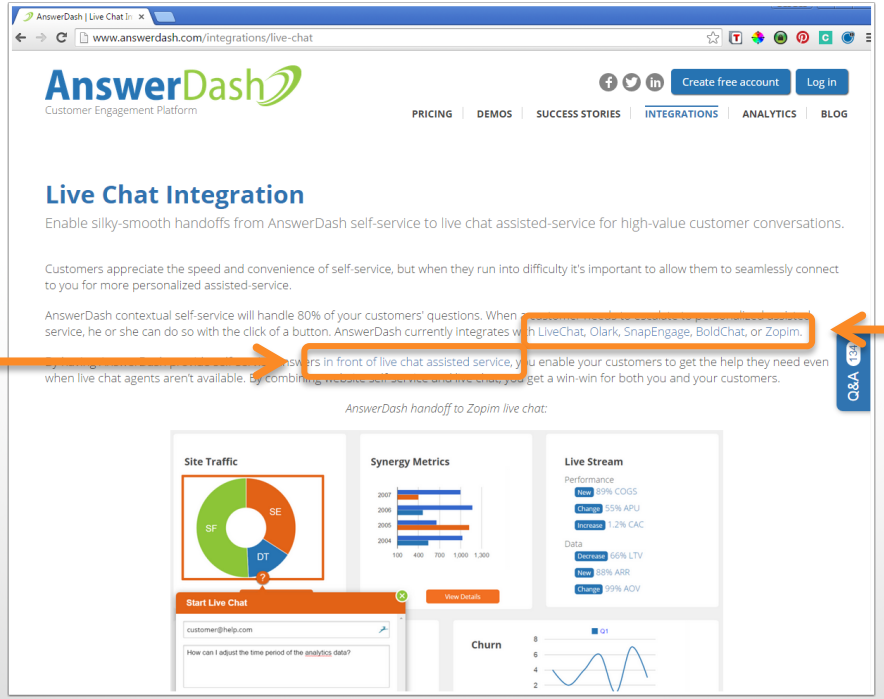
Cuerpo

Alt-text de las imágenes



¿Estás enlazando con otras fuentes?

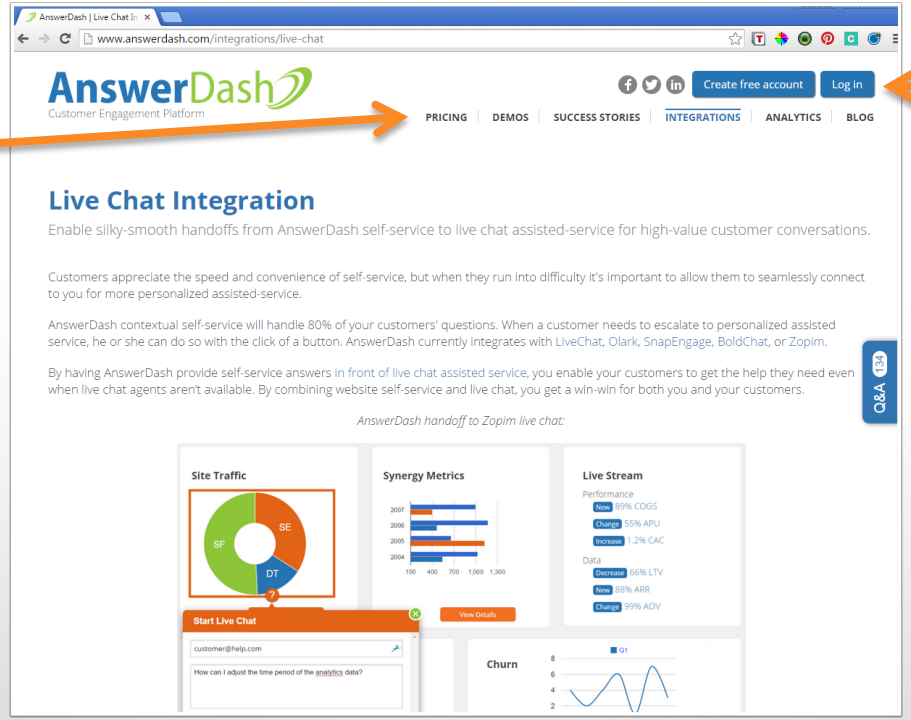
Enlace interno a otra página



Enlaces externos a fuentes externas

¿Estás ofreciendo una buena experiencia al usuario?

Navegación clara



Claridad en los siguientes pasos

¿Has escogido la palabra clave correcta?

Direccionando a un tema que tus buyer persona quieran aprender

Imitando el lenguaje del buyer persona

Centrado en una long tail keyword

Usando un lenguaje natural y variaciones de la keyword

4 things to figure out before hiring another customer support agent

By Liz York | March 19, 2015 6:30 AM

Tweet 24 Share 4 Like 1 g+1

Having an empty support inbox at the end of the day is a goal most customer support teams only dream about. When a business is first starting out, an empty inbox may be possible to maintain even with only one or two agents on the team. But as a business takes off, the number of customer support inquiries often grows exponentially and answering all the new questions promptly and accurately can be a struggle. From phone calls to social media, customers begin to vent their frustrations and inundate you with new questions, forcing you to allocate more resources to customer support than you ever imagined.

Is the only way to scale your customer support efforts adding more headcount to your team? Or is there something else you can do to help alleviate the real issue at hand?

Let's say, for example, you're a 10-person support team managing 600 support tickets every day. Your company is mentioned in a hot news article that causes a spike in your web traffic and interest in your product. In one week, you see a drastic jump to 900 support tickets. You'd be asking your team to support a 50% increase in support ticket volume in the same amount of time. Your team would have to work at a much faster rate or dedicate many more hours per week to get the job done. As a backlog of support tickets piles up, you're faced with more work than your team can keep up with and everyone is exhausted.

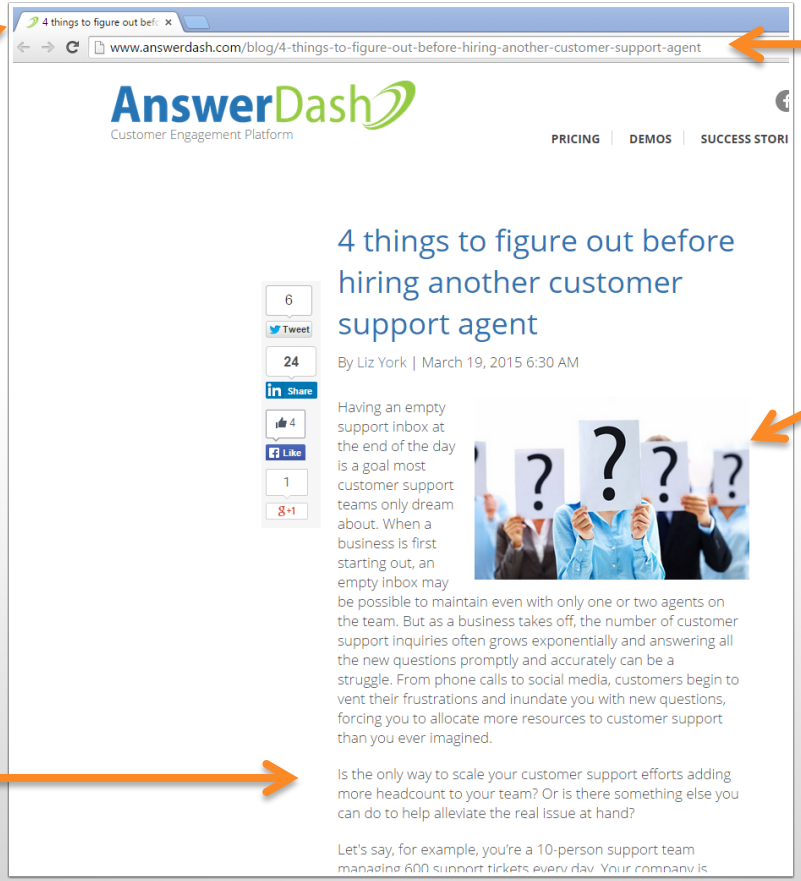
¿Has optimizado la página alrededor del keyword?

Título de la página

URL

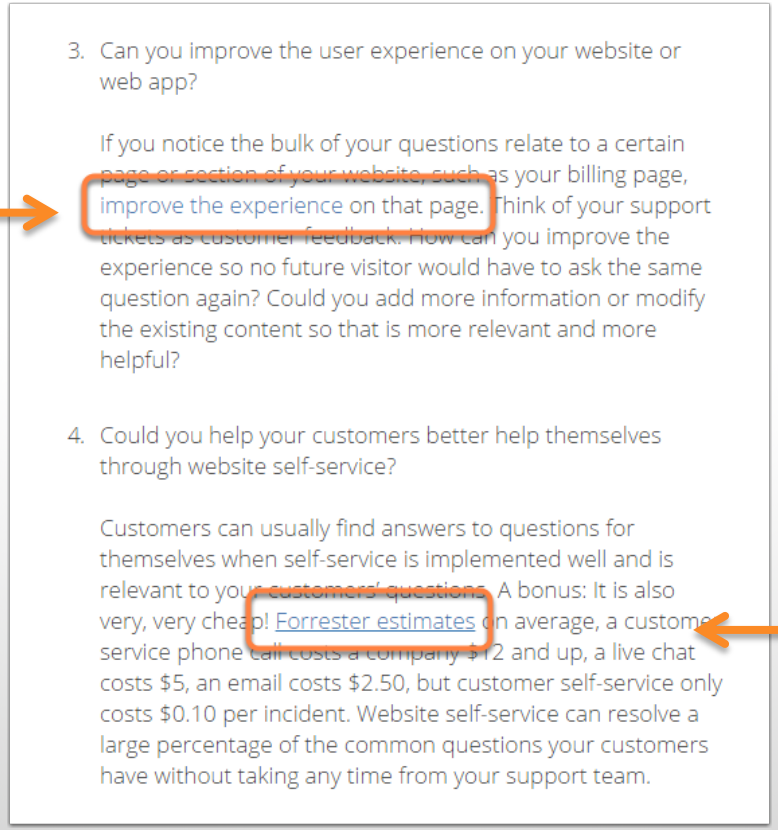
Alt-text de las imágenes

Cuerpo



¿Has enlazado a otras fuentes?

Enlace interno a otro blog



3. Can you improve the user experience on your website or web app?

   If you notice the bulk of your questions relate to a certain page or section of your website, such as your billing page, improve the experience on that page. Think of your support tickets as customer feedback. How can you improve the experience so no future visitor would have to ask the same question again? Could you add more information or modify the existing content so that is more relevant and more helpful?

4. Could you help your customers better help themselves through website self-service?

   Customers can usually find answers to questions for themselves when self-service is implemented well and is relevant to your customers' questions. A bonus: It is also very, very cheap! Forrester estimates on average, a customer service phone call costs a company $12 and up, a live chat costs $5, an email costs $2.50, but customer self-service only costs $0.10 per incident. Website self-service can resolve a large percentage of the common questions your customers have without taking any time from your support team.

Enlace externo a una fuente externa

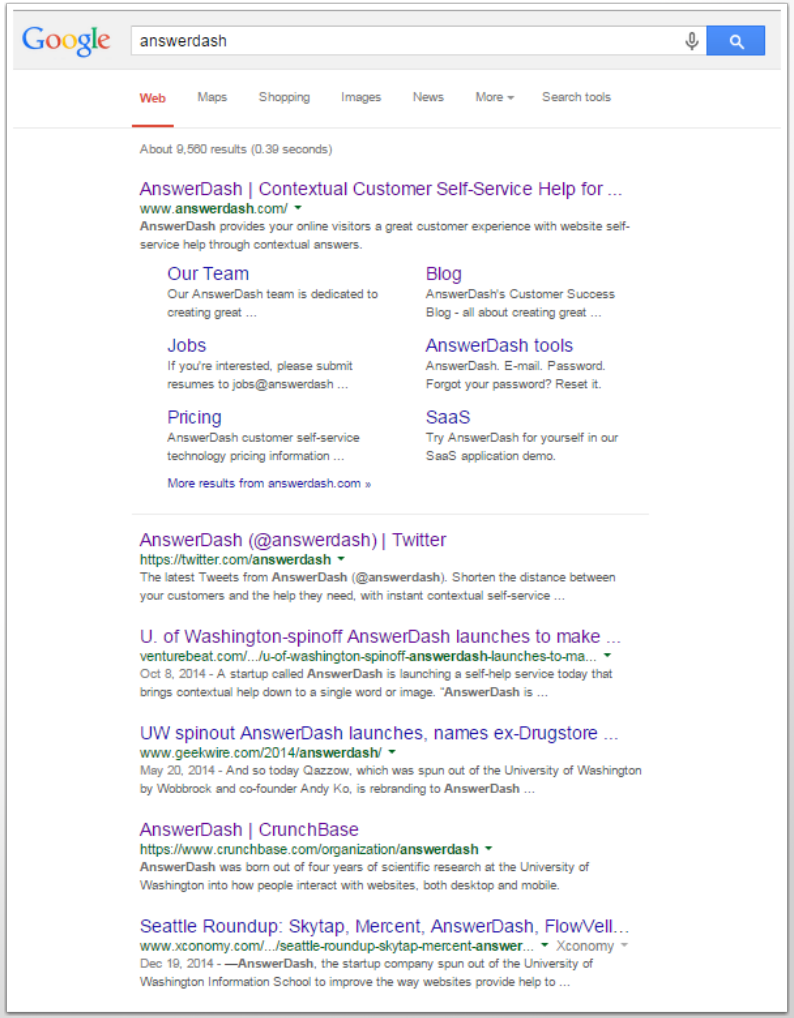
¿Estás promoviendo tu contenido?

Botones para seguir la página en las redes sociales

Botones para compartir en redes sociales

¿Estás generando enlaces entrantes?

Existen otras websites con enlances a la página web – parece que sí!



GRACIAS.

HubSpot Academy