



Posicionamiento orgánico en Buscadores – SEO



DÍA DE LA PERSONA
EMPREDEDORA

15

NOVIEMBRE

COMUNITAT
VALENCIANA

Usuario: -----

Apellidos, Nombre: -----

Emprenemjunts.



Test de “Posicionamiento orgánico en Buscadores – SEO”

El Test sobre posicionamiento Web (SEO), pretende mostrar a emprendedores la necesidad de una correcta optimización de sus dominios Web de tal forma que, sus productos y servicios, sean más visibles a través de Internet, llegando así, a su público objetivo.

Una mayor visibilidad del dominio, generalmente, es traducida en un incremento de las conversiones (ventas, solicitudes de información o presupuesto, etc.). Con este Test te ayudaremos a ver qué es necesario optimizar en tu dominio y cómo escalar posiciones por las frases más relevantes de tu negocio / actividad, observando el mercado por encima de tus competidores directos

1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.

1.1.1.

A la hora de diseñar y desarrollar tu página Web, el uso de las recomendaciones SEO es muy débil y requerirá de un análisis adecuado de frases clave y su posterior optimización

1.1.2

El dominio reúne buenas condiciones para estar orientado y ser amigable para los usuarios; sin embargo, aún puede orientarse más a los mismos facilitándoles el acceso y estructura de la información

1.1.3

Si a la hora de diseñar y desarrollar tu página Web, no pensaste en orientarla a la conversión (ventas, solicitudes de presupuesto, etc.) el dominio no reúne los requisitos mínimos para generar conversiones y requiere de un análisis en profundidad.

2. LAS FRASES CLAVE EN EL POSICIONAMIENTO

Se considera que no se han tenido en cuenta las frases clave más relevantes del negocio / actividad concreta a la hora de optimizar el dominio, por lo tanto, se requiere de un análisis en profundidad de cuáles serían estas frases y una posterior auditoría del dominio para introducirlas en las principales estructuras.

2.1

Tanto si el objetivo perseguido es lograr un aumento considerable de visitas o la de generar ventas a través de las frases clave seleccionadas, es necesario el monitoreo de los resultados a través de herramientas de analítica para comprobar si las frases seleccionadas son las correctas. Comprobar las frases clave que retornan visitas en el caso de que el objetivo sea un aumento de tráfico es relativamente sencillo, sin embargo, en el caso que hayas seleccionado determinadas frases clave para su posicionamiento y posterior crecimiento de las conversiones (ventas, solicitudes de presupuesto, etc.) requiere el análisis de las frases clave que te generan ventas

2.2

Monitoreas correctamente las frases clave que te están retornando ventas en la estrategia SEO

3. VALORES DE MARKETING Y USABILIDAD

El dominio cuenta es usable y navegable para los usuarios y contiene ciertos criterios de marketing que motiva a los usuarios a solicitar información, presupuestos, etc. en el volumen esperado, sin embargo, sería interesantes realizar un análisis que permita comprobar qué está hecho y qué se puede aún mejorar

3.1

Si únicamente se han realizado tareas de Link Building* se requiere un análisis para ver qué tipo de enlaces se han conseguido y con qué estrategia, pues una incorrecta realización de esta tarea es la principal causa de penalizaciones por parte de Google. Es más, si se ha comenzado la construcción de enlaces sin antes optimizar el dominio los resultados no serán los esperados.

4. SEO ON PAGE

El dominio no cuenta con una correcta optimización para que los motores de búsqueda puedan rastrear e indexar el dominio correctamente y devolverlo como resultado en una búsqueda por determinadas frases clave, Y es evidente que el dominio requiere de un análisis y su posterior implementación.

5. USABILIDAD Y NAVEGABILIDAD.

El dominio requiere de una optimización de determinadas estructuras para hacerlo más usable y navegable por parte de usuarios y buscadores.

5.1

El dominio no cuenta con una resolución adecuada (1024x768) para que la página Web se vea correctamente en todas las pantallas y sería el primer aspecto a tratar

6. REDES SOCIALES, BLOGS, LINK BUILDING

6.1

Que la empresa esté en redes sociales y éstas estén correctamente enlazadas en el dominio es la opción ideal y serán de gran ayuda para el posicionamiento en buscadores así como para la correcta comunicación con clientes actuales y futuros

6.2

Al igual que las redes sociales el uso del Blog es imprescindible para un correcto posicionamiento de frases clave Long Tail***, para mejorar el entrelazado interno y como medio de comunicación con clientes actuales y futuros.

6.3

No se ha trabajado el Link Building* y se hace necesaria la planificación de una estrategia de construcción de enlaces de calidad, una vez optimizado el dominio por las frases clave que se desean trabajar.

6.4

No tienes vinculados los códigos de Google Analytics y Googl Wemaster Tools en tu dominio, y se hace necesaria la generación de los códigos correspondientes y su inserción en el dominio para medir resultados.