



# MARKETING DIGITAL

- SEO EN LA ERA DE GOOGLE POST PENGUIN -

---



# Índice

## Parte 1

- ❖ Vídeo: Cómo funciona la Búsqueda
- ❖ La Evolución del SEO
- ❖ Vídeo: Factores de SEO Nuevos (Matt Cutts - director del Equipo de Spam de Google)
- ❖ Marketing ~~en red~~ Social (Relaciones Sociales, los Nuevos Enlaces Entrantes)
- ❖ Vídeo: Búsqueda Social en Acción

## Parte 2

- ❖ WSI – Estrategias para cumplir con Google Penguin
- ❖ Auditoría de Cumplimiento con Google
- ❖ Factores de Optimización de la Búsqueda On Page
- ❖ Factores de Optimización de la Búsqueda Off Page
- ❖ WSI – Estructura de Campañas de Marketing Digital



# Cómo funciona la Búsqueda

Matt Cutts: Director del Equipo de Spam de Google



Cómo  
funciona  
la  
Búsqueda



<http://www.youtube.com/watch?v=BNHR6IQJGZs>



# La Evolución del SEO



## La Evolución del SEO

### 2000 – 2005

- ❖ Meta Tags (etiquetas HTML)
- ❖ Doorway Pages (páginas hechas para buscadores)
- ❖ Keyword Stuffing (alta densidad de palabras clave)
- ❖ Inbound Links (enlaces entrantes)
- ❖ Granjas de Enlaces

### 2005 – 2010

- ❖ Enlaces (cantidad, NO calidad)
- ❖ Directorios de Enlaces
- ❖ Directorios de Artículos con Enlaces
- ❖ Intercambio de Enlaces
- ❖ Medición de Densidad de Palabras Clave (ratio de palabras clave en la página vs contenido de la página)
- ❖ Enlaces desde sitios de Page Rank alto



# La Evolución del SEO

## La Evolución del SEO

### 2011 – Feb, Abr, Sept, Google lanza Panda (Algoritmo)

- ❖ Google penaliza los rankings de Sitios Web por SEO de baja calidad
- ❖ Keyword Stuffing – (penalización del ranking)
- ❖ Contenido Duplicado – (penalización del ranking)
- ❖ Contenido Desactualizado – (penalización del ranking)
- ❖ Sin presencia o señales “Sociales” – (penalización del ranking)
- ❖ Enlaces entrantes de baja calidad – (penalización del ranking)
- ❖ Contenido Pobre – (penalización del ranking)



### Google lanza “Resultados de búsqueda Personalizados”

- ❖ Resultados de búsqueda diferentes para personas diferentes
- ❖ Basado en tus Redes Sociales
- ❖ Basado en tu Historia previa de búsqueda
- ❖ Basado en Páginas Web que hayas visitado



# La Evolución del SEO

## Abril 2012 – Modificación Google Penguin

- ❖ Google baja los rankings de página web globalmente
- ❖ Enlaces Malos – (penalización del ranking)
- ❖ Google envía notificaciones de Enlaces Malos (Webmaster Tools)
- ❖ Google introduce la Disavow Tool (solicitud para ignorar Enlaces)
- ❖ Calidad pobre o inexistencia de Señales Sociales – (penalización del ranking)



## May, Oct 2013 – Google Penguin 2.0

- ❖ Marketing de Redes Sociales es un Deber (las relaciones son el nuevo árbitro para los Enlaces)
- ❖ La búsqueda Personalizada se vuelve más fuerte
- ❖ Los factores de SEO On Page son más rigurosos
- ❖ Google "Authorship" (Etiquetas de contenido de Autores Individuales)
- ❖ Contenido de Calidad relevante - NO cantidad
- ❖ NO a los Esquemas agresivos de Link building (construcción de enlaces)



La  
Evolución  
del SEO



# La Evolución del SEO

Matt Cutts: Director del Equipo de Spam de Google

La  
Evolución  
del SEO



<http://www.youtube.com/watch?v=xQmQeKU25zg>



# La importancia del Marketing en red Social

## Marketing en red Social

- ❖ Las Redes Sociales constituyen la actividad nº 1 en la Web
- ❖ Es el Boca-a-Boca del Marketing
- ❖ Las personas confían en las personas, no en los Anuncios
- ❖ El Marketing Tradicional es una INTERRUPCIÓN, el Marketing Social es PARTICIPACIÓN
- ❖ Las Redes Sociales eres TÚ. Representa la Personalidad de las Empresas
- ❖ Las Redes Sociales son ahora una parte integral del SEO y de ser encontrado en Internet







# La importancia del Marketing en red Social

Marketing  
en red Social

MAGE FROM THE FILM MEGANE



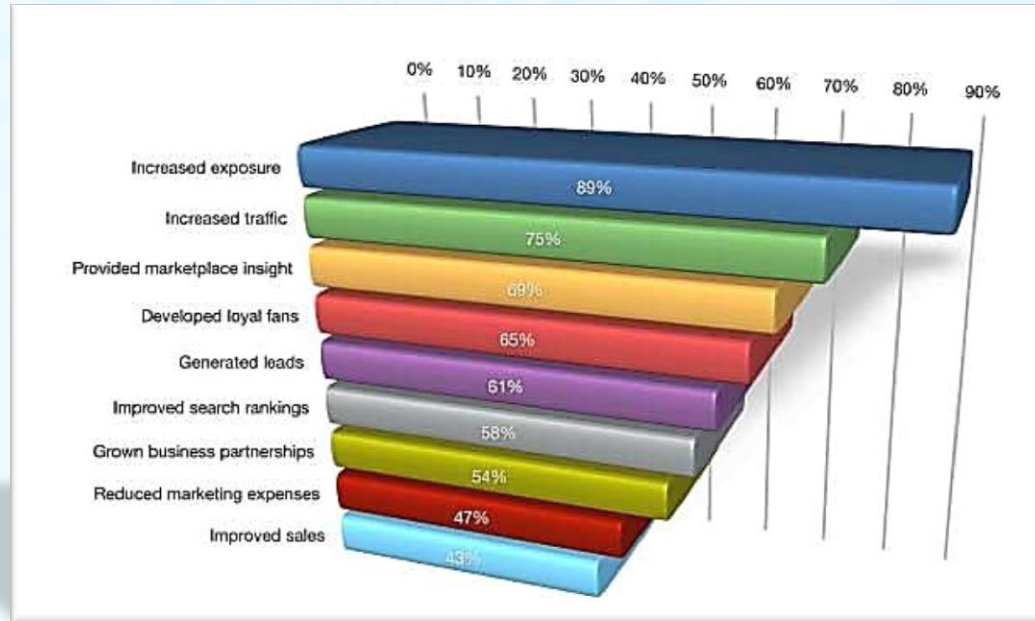
**Marketing used to follow simple rules, keeping us at a safe distance from our customers** and only communicating to them through one way glass and one way channels. But now, suddenly we need to start tearing down all the safety nets and expose our comfort zones.

**We need to get out of this protected marketing world, and back into the real world by building real relationships with our participants, not imaginary ones.**

This understandably terrifies some companies.

# Beneficios del Marketing Social

Marketing  
en red Social



# El Marketing Social No es nuevo

De hecho ha estado ahí miles de años

Marketing  
en red Social

Jesus had 12 followers....



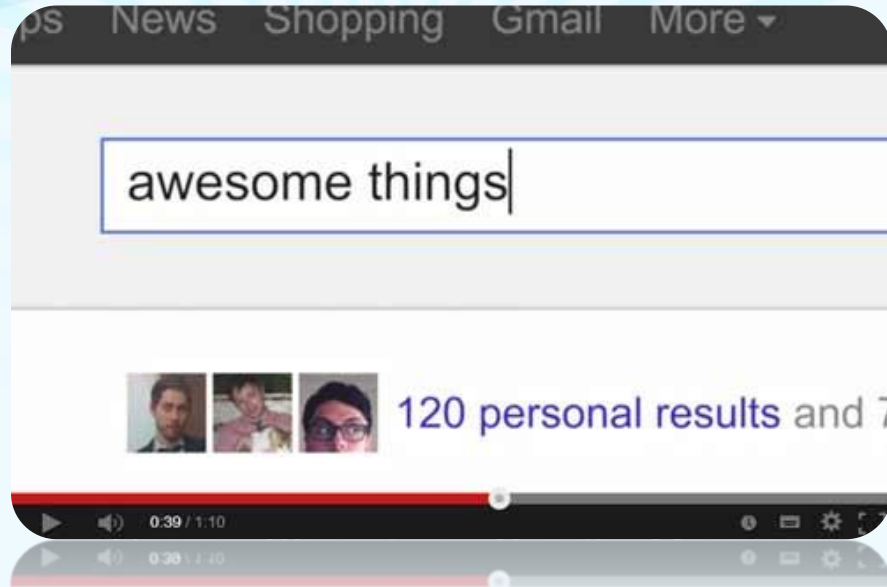
.....Then 1 "unfollowed" him



# Búsqueda Social en Acción



Marketing  
en red Social



<http://www.youtube.com/watch?v=8Z9TTBxarbs>





Parte 2  
WSI –  
Estrategias  
para Google

## Parte 2

# WSI – Cumplir con Google

## Estrategias



# WSI – Estrategias para Cumplir con Google

**WSI –  
Cumplir con  
Google**

- ❖ Analizamos continuamente y rigurosamente el cumplimiento con el SEO que marca Google (R&D of Google SEO compliance)
- ❖ Auditoría Google Web Master (análisis e informe sobre la salud de los Sitios Web)
- ❖ Investigación avanzadas de Palabras Claves Orientadas
- ❖ Optimización SEO On Page (siguiendo las directrices de Google)
- ❖ Factores de Optimización de SEO Off Page (siguiendo las directrices de Google)
- ❖ Auditoría de Enlaces Entrantes (siguiendo las directrices de Google)
- ❖ Borrar Enlaces No Naturales (siguiendo las directrices de Google)
  
- ❖ Campañas Avanzadas de promoción del posicionamiento orgánico (siguiendo las directrices de Google)



## Ejemplo de Estructura de Campaña (Fase 1)

### Fase 1 WSI – Setup de Campaña

- ❖ Auditoría Google Web Master (análisis e informe sobre la salud de los Sitios Web)
- ❖ Investigación de Palabras Clave (encontrar las mejores keywords basadas en patrones de búsqueda)
- ❖ Setup de Herramientas de Google, si no está hecho – Webmaster , Analytics
- ❖ Monitorización de Enlaces Entrantes (para evitar penalizaciones de los buscadores)
- ❖ Integración y envío del Sitemap
- ❖ Optimización del Dominio (Robots.txt, Redireccionamientos 404 & 301, Optimización Canónica)
- ❖ Optimización de la puntuación Google de la Velocidad de la Página
- ❖ Auditoría de Enlaces Entrantes (siguiendo las directrices de Google)



## Ejemplo de Estructura de Campaña (Fase 2)

### Fase 2 Factores On Page

- ❖ Estructura de Navegación y de URLs del Sitio Web (análisis y optimización)
- ❖ Mapeo de Keywords (Mapeo de páginas y de palabras clave específicas en las páginas)
- ❖ Optimización de Meta Tags
- ❖ Optimización de Multimedia y de Tags de Imágenes
- ❖ Borrado del Contenido Duplicado
- ❖ Optimización de la Densidad de Palabras Clave
- ❖ Implementar Datos Estructurados (Integrar contenidos de la página web con esquemas HTML para obtener rich snippets en los resultados de búsqueda)
- ❖ Auditoría de Anchor Text
- ❖ Informe de Enlaces de gran Alcance del Sitio Web (Análisis e informe sobre enlaces disponibles en Pie y Cabecera del Sitio)
- ❖ Informe de Enlaces Irrelevantes ( Identificación e informe)





# Ejemplo de Estructura de Campaña (Fase 3)

## Fase 3 Promociones a Desarrollar

### Mes 1

- ❖ Creación y Publicación de Contenido Único de Calidad (ej. casos de estudio, historias de éxito, blogs, noticias)
- ❖ Marketing de Vídeo Avanzado y Sindicación
- ❖ Creación de Perfil en Google Plus (o edición)
- ❖ Adaptación a la marca de la Imagen de Portada de Google Plus (o edición)
- ❖ Escribir y Publicar Actualizaciones en Google Plus
- ❖ Monitorización de Enlaces Entrantes (para evitar penalizaciones de Google)
- ❖ Informe de Google Analytics (análisis completo e informe del rendimiento de las páginas web)



# Ejemplo de Estructura de Campaña (Fase 3)

## Fase 3 Promociones a Desarrollar

### Mes 2

- ❖ Creación de Contenido Multimedia (Creación de contenidos de calidad)
- ❖ Marketing de Vídeo Avanzado y Sindicación
- ❖ Creación y Publicación de Contenido Único de Calidad (ej. casos de estudio, historias de éxito, blogs, noticias)
- ❖ Escribir y Publicar Actualizaciones en Google Plus
- ❖ Sello del Publicador / Autor (Markup – Creación de perfiles de autor y sello para mejorar visibilidad en resultados de búsqueda)
- ❖ Construir Autoridad (obtener Enlaces de Alta Calidad desde Directorios, Empresas, etc.)
- ❖ Optimización para nuevas actualizaciones de Google
- ❖ Monitorización de Enlaces Entrantes (para evitar penalizaciones de Google)
- ❖ Informe de Google Analytics (análisis completo e informe del rendimiento de las páginas web)



## Ejemplo de Estructura de Campaña (Fase 3)

### Fase 3 Promociones a Desarrollar

#### Mes 3 y posteriores

- ❖ Creación de Contenido de Calidad
- ❖ Publicación de Contenido
- ❖ Actualizaciones en Google+
- ❖ Construir Autoridad (construir enlaces entrantes de alta calidad)
- ❖ Optimización para nuevas actualizaciones de Google
- ❖ Monitorización de Enlaces Entrantes
- ❖ Informe de Google Analytics (análisis completo e informe del rendimiento de las páginas web)



## Campaña - Creación de Contenidos

### Campaña – Creación de Contenidos

- ❖ Las Campañas están estructuradas para minimizar los requisitos de tiempo y recursos del Cliente
- ❖ Podemos crear y publicar TODO el contenido
- ❖ Todo el contenido debe ser aprobado por el cliente antes de la publicación
- ❖ El cliente también puede entregar algún contenido si así lo prefiere





# Propuesta - Estrategia y Plan de Marketing

**WSI –  
Propuesta de  
Campaña**

- ❖ Propuesta Personalizada y Estrategia con desglose de precios
- ❖ Plan de la Campaña de Marketing y Calendario
- ❖ Informe mensual transparente de todas las tareas realizadas

## **Duración de la Campaña**

- ❖ Recomendamos Campañas de 6 ó 12 meses

## **Presupuesto de Campaña**

- ❖ Depende del Alcance. Recomendamos un presupuesto mensual a partir de 500 €, en cualquier caso consultar.

## **¿Por dónde Empezar?**

- ❖ Crearemos una Propuesta de Estrategia de Campaña y Plan de Marketing



## Sobre WSI

- ❖ Grupo de Marketing Digital más grande del mundo
- ❖ Cubriendo más de 1.500 mercados locales en todo el mundo
- ❖ Posicionada como el Negocio de Servicios de Internet nº 1 por la Revista Entrepreneur
- ❖ Enfoque principal siempre en producir resultados para nuestros clientes



Sobre WSI



# Nuestros Servicios



## Nuestros Servicios

- ❖ Desarrollo de Soluciones Online
- ❖ Diseño Web, Diseño Gráfico, Creación de Contenidos y Soluciones para Páginas Web
- ❖ Análisis de Competencia y Planes de Marketing por Internet
- ❖ Optimización del Posicionamiento en Buscadores - SEO
- ❖ Gestión de Publicidad de Búsqueda (PPC, Display – Google Adwords)
- ❖ Estrategia de Marketing de Contenidos
- ❖ Desarrollo de Estrategia en Redes Sociales
- ❖ Campañas de Marketing por Email
- ❖ Análítica Personalizada y Creación de Dashboard (panel de control)
- ❖ Gestión de Reputación On-Line
- ❖ E-commerce, Marketing para Tiendas Online
- ❖ Marketing por Vídeo, Video SEO, publicación y sindicación
- ❖ Soluciones de Marketing para dispositivos móviles: Diseño Responsive, Apps, Campañas de Publicidad, Códigos QR



**Contacto**

## Contáctenos

Juan Peralta  
Consultor de Marketing Digital

[juan.peralta@wsiexpertsites.es](mailto:juan.peralta@wsiexpertsites.es)

(+34) 633772845





Gracias

