Ecosistema Digital

Ecosistema Digital (sesiones)

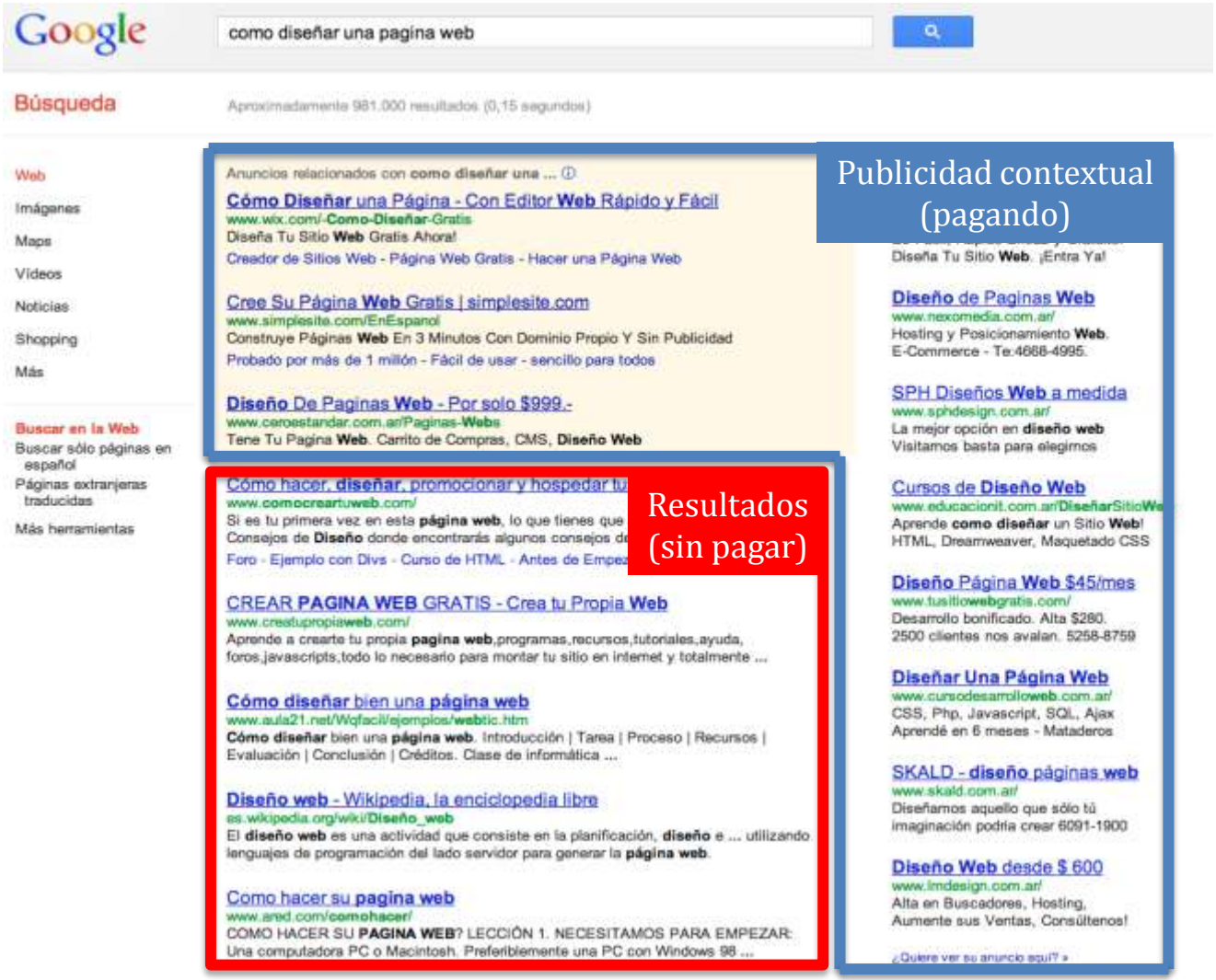
1. Página Web – Martes 2 de Abril
2. Contenido – Martes 9 de Abril
3. **Motores de búsqueda – Martes 16 de Abril**
4. Publicidad online – Martes 23 de Abril
5. Redes Sociales – Martes 7 de Mayo
6. Conversión – Martes 14 de Mayo
7. Email Marketing – Martes 21 de Mayo
8. Preguntas & Respuestas – Martes 28 de Mayo


2
Contenido
3
Motores de búsqueda
Mercado Objetivo
1
Página Web
Clientes
Conversión "Compra"
Prospectos
Publicidad online
Email Marketing
Compra Recompra
Redes Sociales

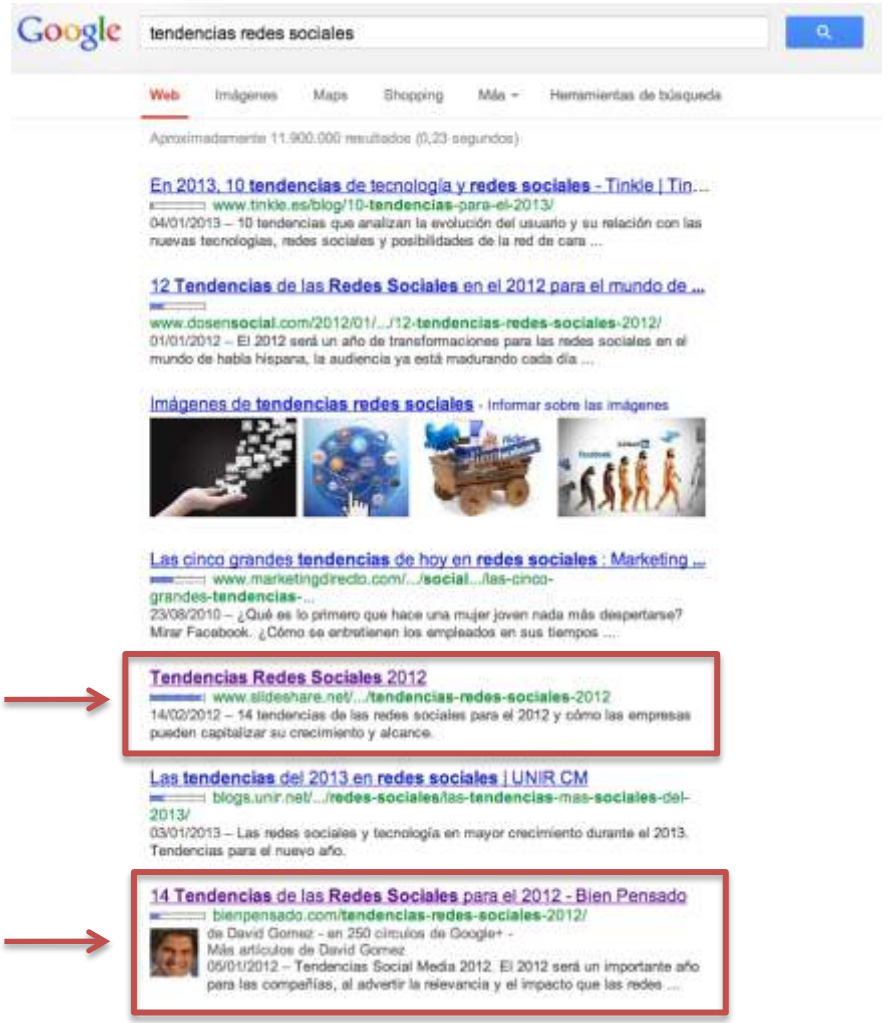
Motores de búsqueda (SEO)

Dos opciones de aparecer en la primera página de Google:

1. Pagando (publicidad)
2. Sin pagar (resultados)



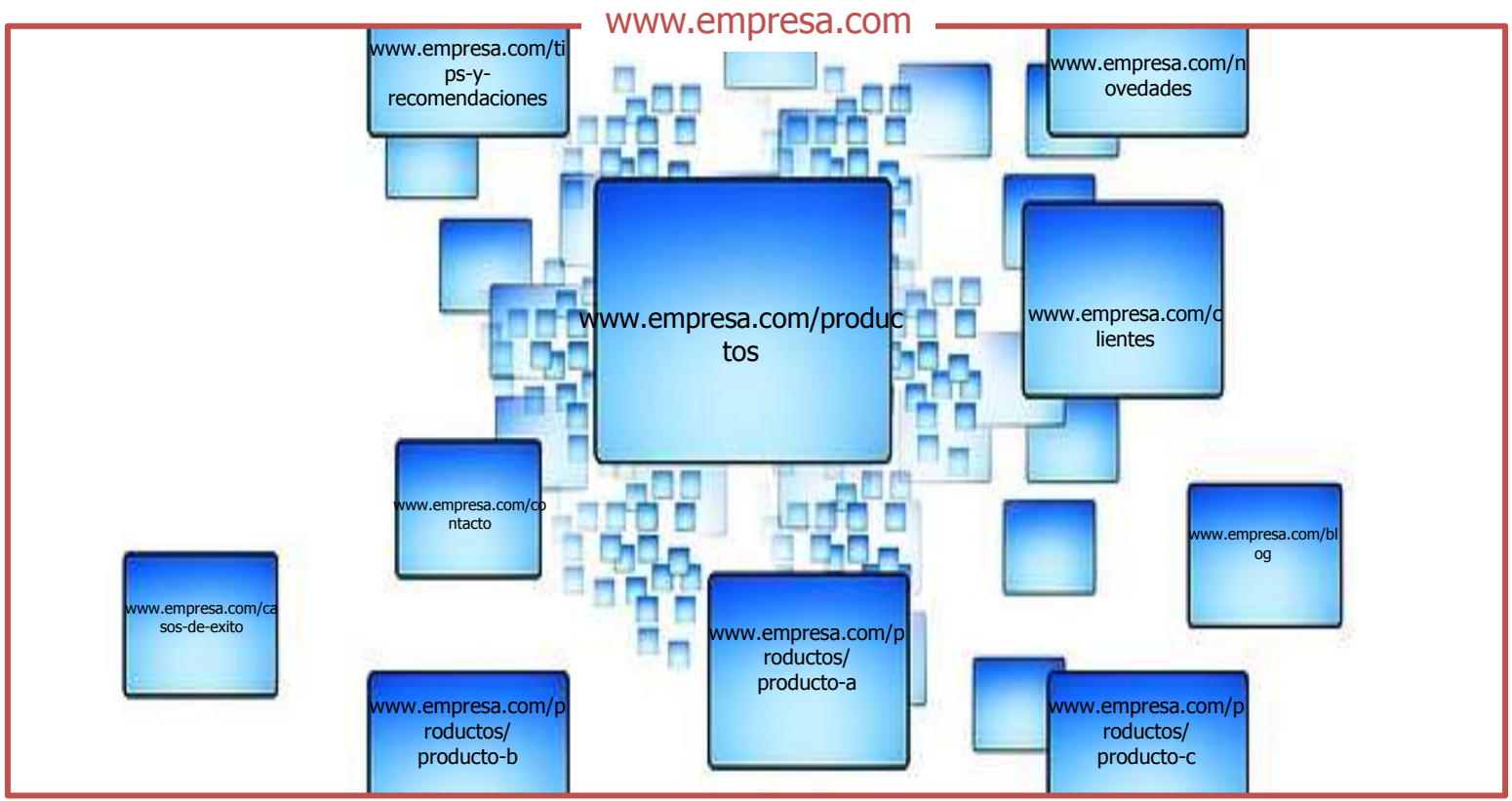
Objetivo:
Ser encontrado en los motores de búsqueda



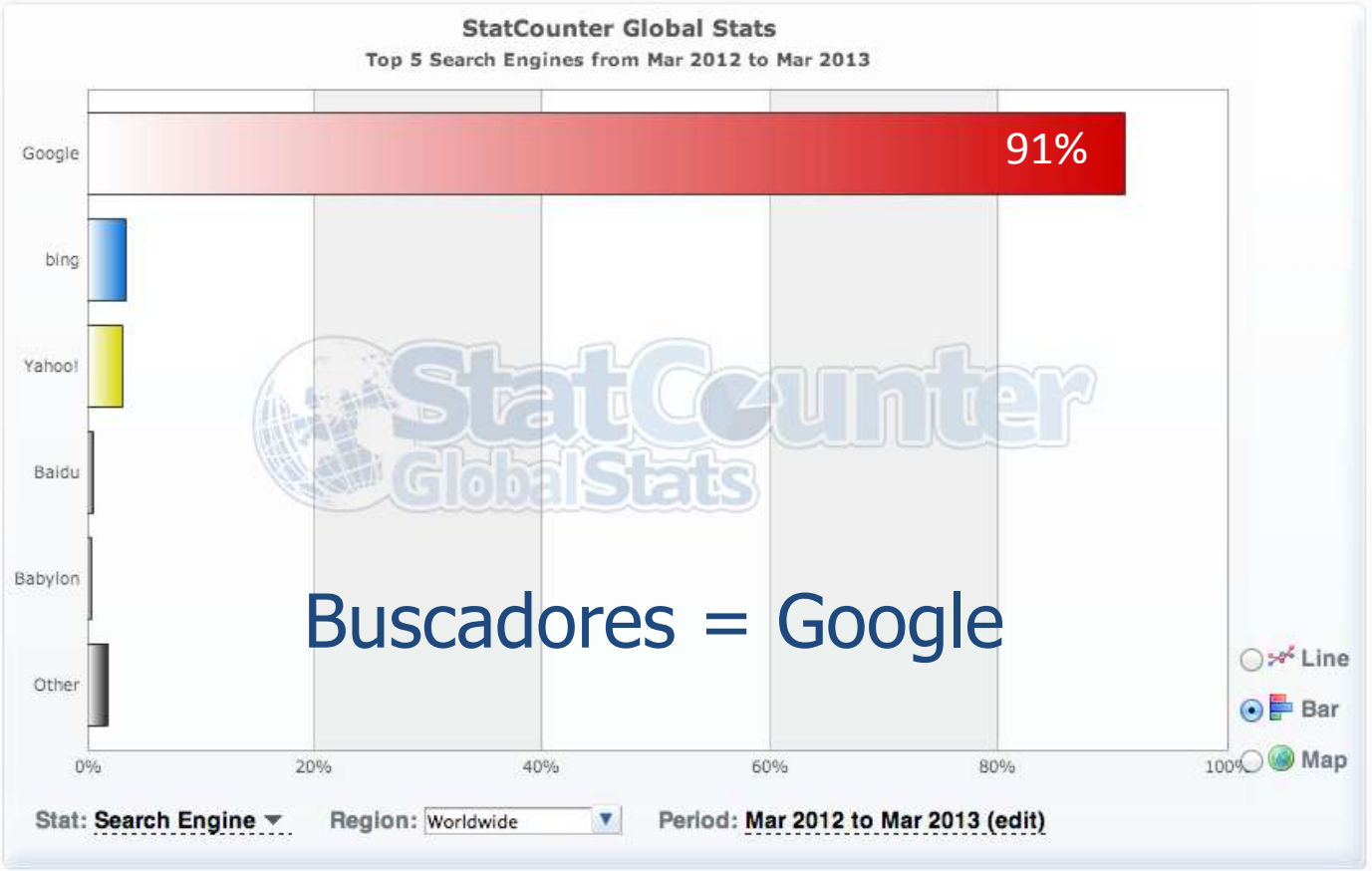
Presentación en Slideshare →

Artículo del blog →

Su sitio web es una colección de páginas



…cada página es "indexable" por los motores de búsqueda



Porcentaje de búsquedas a nivel mundial por buscador (Suramérica: Google 97%)
Fuente: http://gs.statcounter.com/#search_engine-ww-monthly-201203-201303-bar


Google es un algoritmo

¿Cómo funciona Google?

- Google guarda una copia de todas las páginas web
- Todos los días sus robots escanean y almacenan
- Cuando alguien ingresa una búsqueda, Google va y revisa en su bodega lo que más se ajuste
- Para definir lo que muestra y el orden en que lo muestra (ranking), utiliza una fórmula matemática (algoritmo)


Google lo escanea esté organizado o no

SEO = Search Engine Optimization
Optimización para motores de búsqueda

"Optimizar" es organizarle la información a Google para que la encuentre fácilmente cuando alguien se la pida.

Debe organizarle toda la información de su página:

- Páginas internas
- Artículos del blog
- Imágenes
- Documentos



Si tiene bien organizada la información (optimizada), Google la encontrará fácilmente y la archivará en su propia bodega con los rótulos correctos.



Una página le habla a dos audiencias: visitantes y Google

Así la ve un visitante…

bienpensado

INICIO ACERCA PRODUCTOS BOLETÍN BLOG CONTACTO ¿NUEVO AQUÍ?

SEO: Las tres cosas más importantes para Google

(EDITAR) POR: DAVID GOMEZ MARZO 21, 2013

Debe estar cansado de escuchar que necesita optimizar su página web para que aparezca en las búsquedas de Google, generar tráfico y atraer clientes.



© olly – Fotolia.com

De hecho todo este tema del SEO ha desarrollado una industria completa de científicos que buscan todos los días cómo descifrar el código de indexación de los motores de búsqueda, arrojando cientos de recomendaciones de lo que debería hacer.

En la teoría suena muy bien. Sin embargo en la práctica, para el empresario promedio que tiene que pensar en cien millones de cosas más, simplemente se vuelve un tema inoperante y difícil de aplicar.

Aunque hay una gran cantidad de variables en las que puede enfocarse para el tema del SEO, si empieza por estas tres y se enfoca en hacerlas bien, avanzará mucho más que si pretende resolver el largo listado de aspectos. (No todas las cosas que tiene en cuenta Google tienen la misma importancia o ponderación para el ranking).

Así la ve Google…

Esta es la versión en caché de http://bienpensado.com/seo-las-tres-cosas-mas-importantes-para-google/ de Google. Se trata de una captura de pantalla de la página tal como esta se mostraba el 31 Mar 2013 01:45:15 GMT. Es posible que la página haya sufrido modificaciones durante este tiempo. Más información
Sugerencia: para encontrar rápidamente tu término de búsqueda en esta página, pulsa **Ctrl+F** o **⌘-F** (Mac) y utiliza la barra de búsqueda.

Versión completa

Bien Pensado
- Inicio
- Acerca
- Productos
- Boletín
- Blog
- Contacto
- marzo 30, 2013

SEO: Las tres cosas más importantes para Google

Por: David Gomez marzo 21, 2013
Las cosas mas importantes para Google

© olly – Fotolia.com

Debe estar cansado de escuchar que necesita optimizar su página web para que aparezca en las búsquedas de Google, generar tráfico y atraer clientes.

De hecho todo este tema del SEO ha desarrollado una industria completa de científicos que buscan todos los días cómo descifrar el código de indexación de los motores de búsqueda, arrojando cientos de recomendaciones de lo que debería hacer.

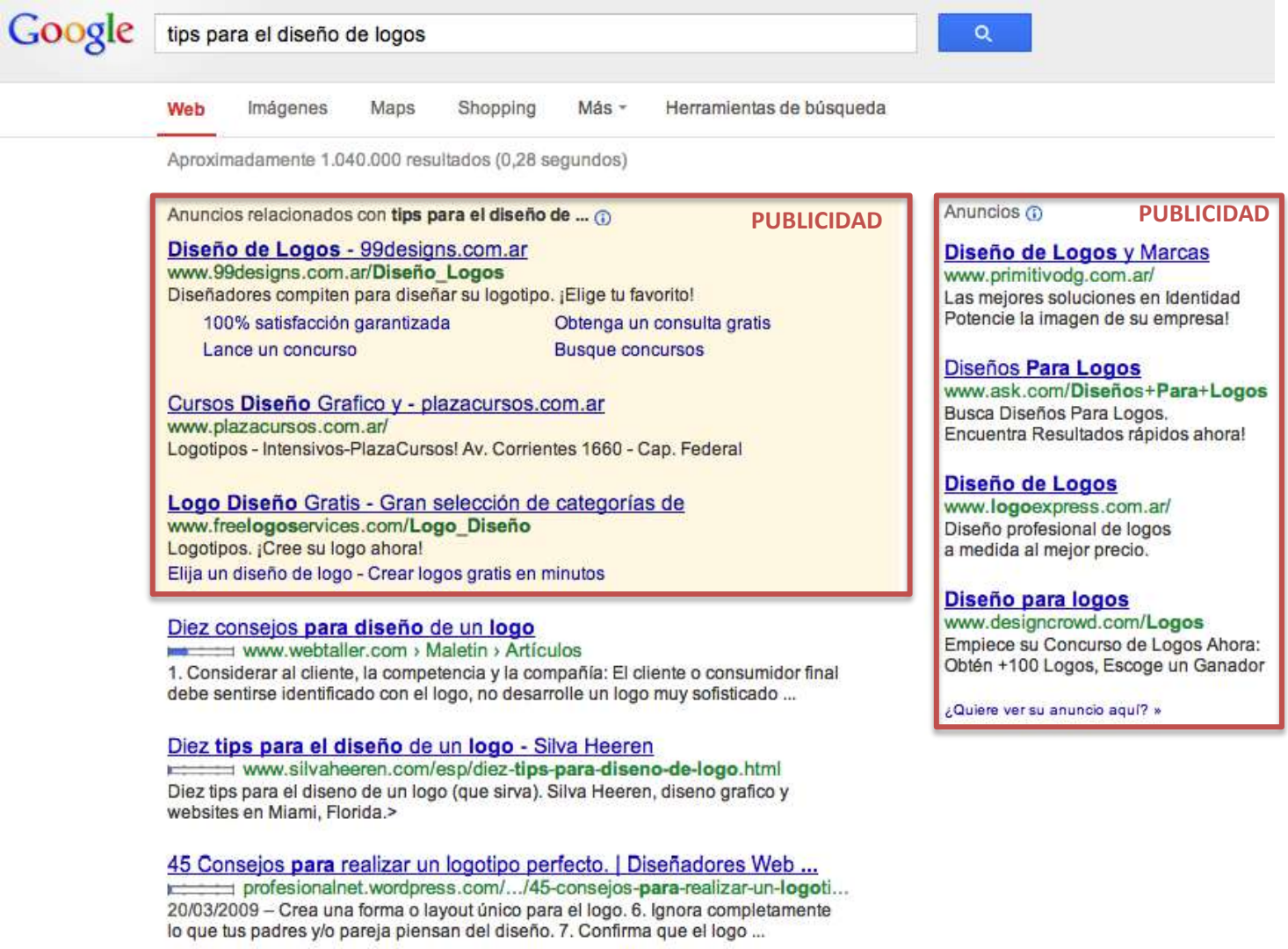
En la teoría suena muy bien. Sin embargo en la práctica, para el empresario promedio que tiene que pensar en cien millones de cosas más, simplemente se vuelve un tema inoperante y difícil de aplicar.

Aunque hay una gran cantidad de variables en las que puede enfocarse para el tema del SEO, si empieza por estas tres y se enfoca en hacerlas bien, avanzará mucho más que si pretende resolver el largo listado de aspectos. (No todas las cosas que tiene en cuenta Google tienen la misma importancia o ponderación para el ranking).

Google define el ranking con base en una sola palabra:

relevancia

¿Por qué la prioridad de Google es la relevancia?



Los ingresos de Google vienen de la publicidad

↓

Si la gente encuentra lo que busca = más tráfico = más prospectos

↓

Si los anuncios son relevantes (porque se relacionan con las palabras de búsqueda), mayor la probabilidad de que le den clic

↓

Cada vez que una persona da clic, Google gana dinero

¿Cómo sabe Google qué es relevante?

- **Palabras clave (keywords)**
  - Título
  - URL
  - Descripción
  - Encabezados
  - Imágenes
- **Enlaces entrantes**
- **Otros aspectos**
  - Tráfico (#visitas)
  - Mapa del sitio
  - Velocidad de carga
  - Social share

Palabras clave *(keywords)*

Cómo sabe Google qué es relevante

- Palabras clave (keywords)
  - Título
  - URL
  - Descripción
  - Encabezados
  - Imágenes
- Enlaces entrantes
- Otros aspectos
  - Tráfico (#visitas)
  - Mapa del sitio
  - Velocidad de carga
  - Social share

¿Qué son las palabras clave?

Son las palabras que digitan las personas
en la caja de búsqueda de Google



…que inmediatamente va y las busca en su bodega

Título



URL

Descripción

Lugares donde Google busca las palabras clave (dentro de su página)

bienpensado.com/por-que-las-llamadas-en-frio-no-funcionan-y-que-hacer-al-respecto/

URL
Unique Resource Locator

Por qué las llamadas en frío no funcionan (y qué hacer al respecto)

Título

POR: DAVID GOMEZ FEBRERO 28, 2013

Las llamadas en frío son contactos telefónicos que se hacen a una lista de "clientes potenciales" que se presume podrían estar interesados en un producto o servicio en particular, si sólo lo conocieran. Son la versión hablada de los emails masivos.



Imagen

Todos las hemos recibido, "Buenas tardes señor Gómez lo llamo del Banco Triple A, cómo se encuentra usted el día de hoy? Su nombre ha sido seleccionado para acceder al beneficio de compra de cartera a tasa preferencial...", o "Muy buenas tardes, me podría por favor comunicar con la persona encargada de publicidad? Lo llamamos de la Empresa de Comunicación para ofrecerles nuestros servicios de impresión, contamos con un amplio portafolio de..."

¿Por qué se hacen las llamadas en frío?

Encabezados

Identificar clientes potenciales y darse a conocer puede ser todo un desafío (especialmente cuando se está iniciando en un mercado).

Por eso en muchos casos la alternativa evidente es pagar por una base de datos, apuntar al mayor número posible de personas y esperar eventualmente que alguien acepte el ofrecimiento o al menos solicite más información.

Las llamadas en frío son la consecuencia de la presión por conseguir más clientes. Y aunque no es el tema de este artículo, le podría interesar ver algunas ideas para lograr las metas de ventas para las que no requiere usar las llamadas en frío.

Contenido

Así se ve por dentro (WordPress)...

Por qué las llamadas en frío no funcionan (y qué hacer al respecto)

Enlace permanente: http://bienpensado.com/por-que-las-ll...er-al-respecto/ Editar Ver entrada Obtener enlace corto

Añadir objeto

Visual Texto

Párrafo

Las llamadas en frío son contactos telefónicos que se hacen a una lista de "clientes potenciales" que se presume podrían estar interesados en un producto o servicio en particular, si sólo lo conocieran. Son la versión hablada de los emails masivos.

Todos las hemos recibido, "Buenas tardes señor Gómez lo llamo del Banco Triple A, cómo se encuentra usted el día de hoy? Su nombre ha sido seleccionado para acceder al beneficio de compra de cartera a tasa preferencial...", o "Muy buenas tardes, me podría por favor comunicar con la persona encargada de publicidad? Lo llamamos de la Empresa de Comunicación para ofrecerles nuestros servicios de impresión, contamos con un amplio portafolio de..."



¿Por qué se hacen las llamadas en frío?

Identificar clientes potenciales y darse a conocer puede ser todo un desafío (especialmente cuando se está iniciando en un mercado).

Por eso en muchos casos la alternativa evidente es pagar por una base de datos, apuntar al mayor número posible de personas y esperar eventualmente que alguien acepte el ofrecimiento o al menos solicite más información.

Las llamadas en frío son la consecuencia de la presión por conseguir más clientes. Y aunque no es el tema de este artículo, le podría interesar ver algunas ideas para lograr las metas de ventas para las que no requiere usar las llamadas en frío.

Ruta: p

Número de palabras: 855 Borrador guardado a las 9:15:36. Última edición por David Gomez el febrero 27, 2013 a las 11:55 am

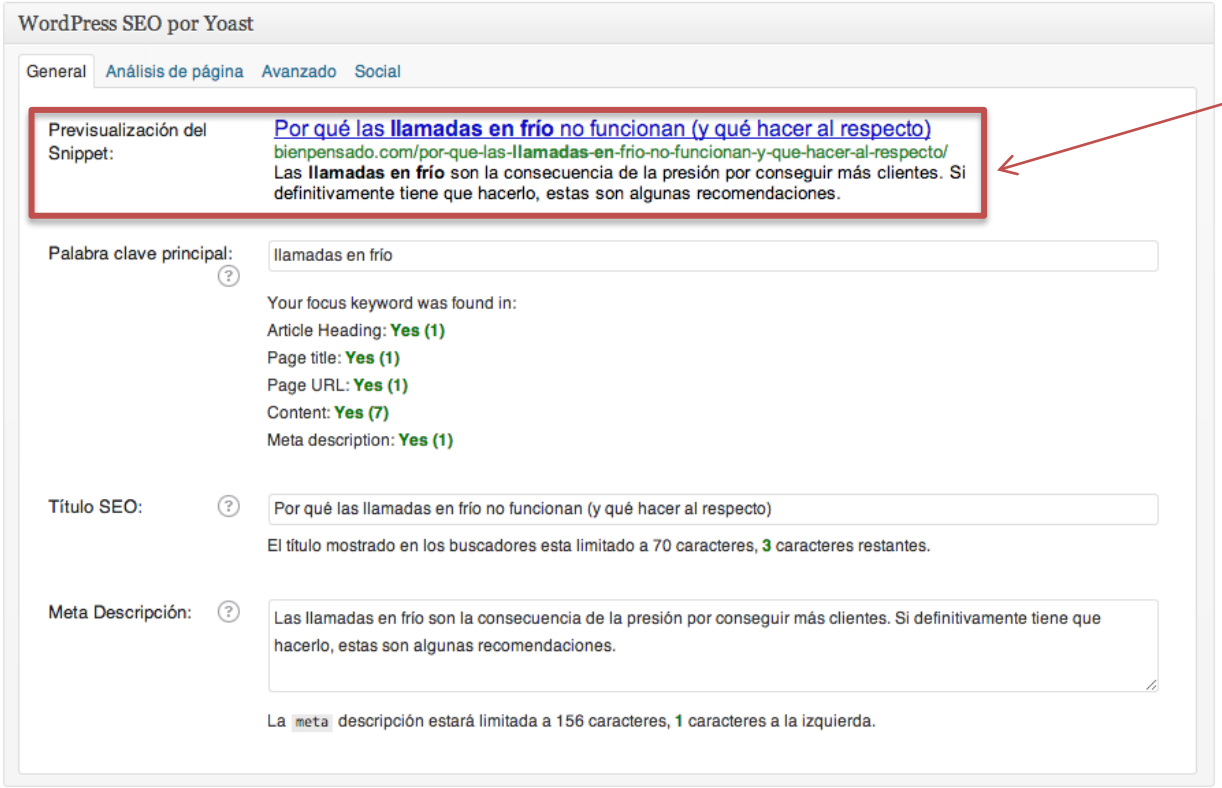
WordPress SEO por Yoast

General Análisis de página Avanzado Social

Previsualización del Snippet: Por qué las **llamadas en frío** no funcionan (y qué hacer al respecto)
bienpensado.com/por-que-las-**llamadas-en**-frio-no-funcionan-y-que-hacer-al-respecto/
Las **llamadas en frío** son la consecuencia de la presión por conseguir más clientes. Si definitivamente tiene que hacerlo, estas son algunas recomendaciones.

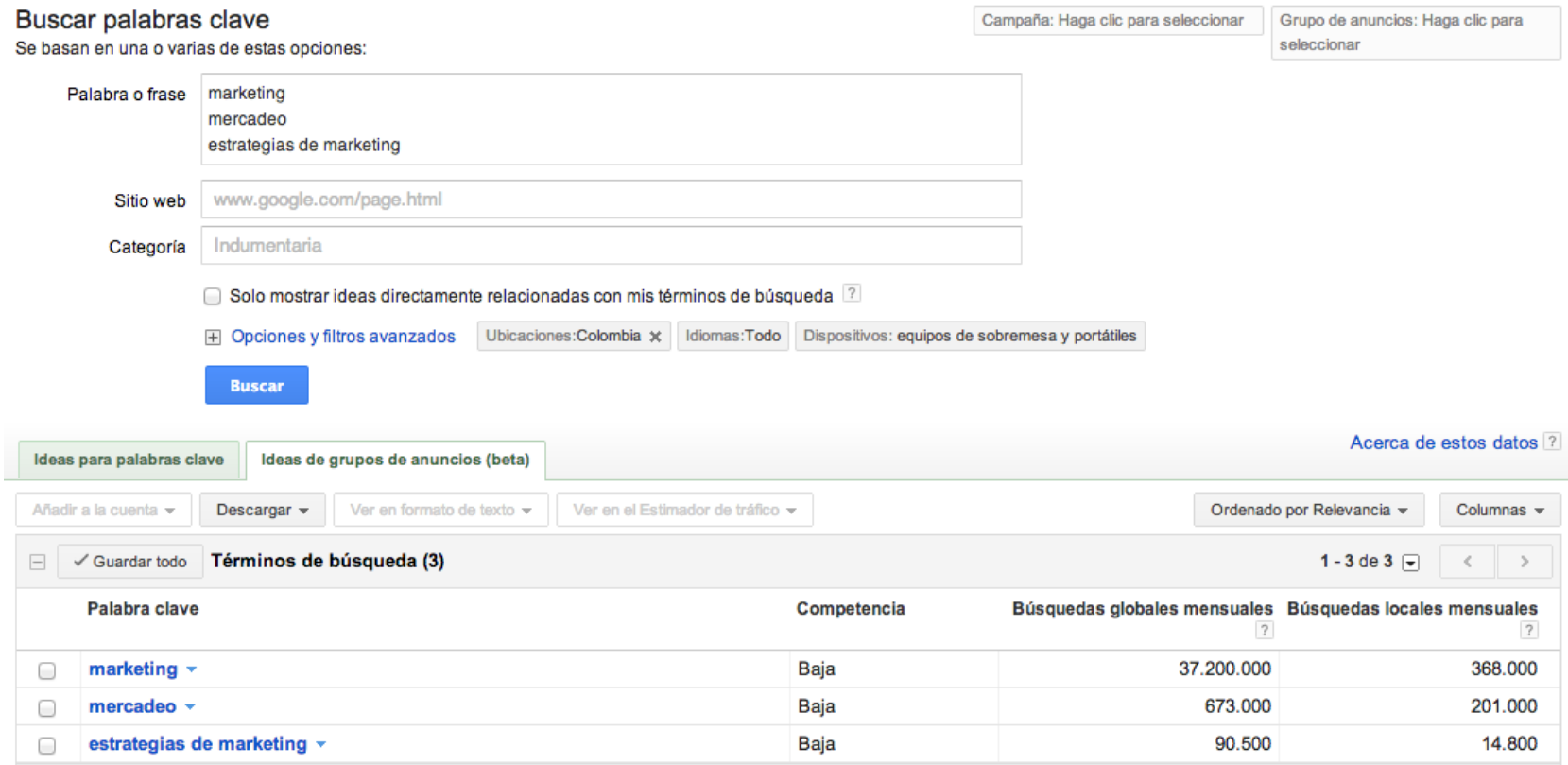
Palabra clave principal: llamadas en frío

Validación antes de publicar...



Plugin WordPress: http://yoast.com/wordpress/seo/

Google Adwords Keyword Tool



https://adwords.google.com/o/KeywordTool

Optimice las páginas de productos y servicios de la empresa

bienpensado

INICIO ACERCA PRODUCTOS BOLETÍN BLOG CONTACTO ¿NUEVO AQUÍ?

Estás aquí: Portada / Conferencias de Marketing

Conferencias de Marketing

David Gómez dicta conferencias de marketing para empresarios Pyme.

Audiencia donde tiene más resonancia

Las conferencias de marketing que presenta David tienen una gran resonancia especialmente en los micro, pequeños y medianos empresarios.

Son empresas usualmente familiares que enfrentan el desafío de diferenciarse de la competencia y conseguir más clientes. Aprecian la información útil y que puedan poner en práctica de inmediato. Empresarios emprendedores que aprecian las nuevas ideas y están dispuestos a ponerlas en práctica.



WordPress SEO por Yoast

General Análisis de página Avanzado Social

Previsualización del Snippet:

Conferencias de Marketing de David Gómez (Bien Pensado)
bienpensado.com/conferencias-de-marketing/
David Gómez dicta **conferencias de marketing** para Pymes: Cómo dejar de competir en precio o 10 formas de usar internet para promover un negocio, entre otras.

Palabra clave principal: conferencias de marketing

Your focus keyword was found in:
Article Heading: Yes (1)
Page title: Yes (1)
Page URL: Yes (1)
Content: Yes (3)
Meta description: Yes (1)

Título SEO: Conferencias de Marketing de David Gómez (Bien Pensado)

El título mostrado en los buscadores esta limitado a 70 caracteres, 15 caracteres restantes.

Meta Descripción: David Gómez dicta conferencias de marketing para Pymes: Cómo dejar de competir en precio o 10 formas de usar internet para promover un negocio, entre otras.

La meta descripción estará limitada a 156 caracteres, 0 caracteres a la izquierda.

Plan de acción Palabras Clave

- Póngale las palabras clave a cada página interna de su sitio web.
- Revise Google Adwords Keyword Tool para conocer tráfico estimado de cada palabra/frase.
- Incluya un plugin para validar palabras clave.

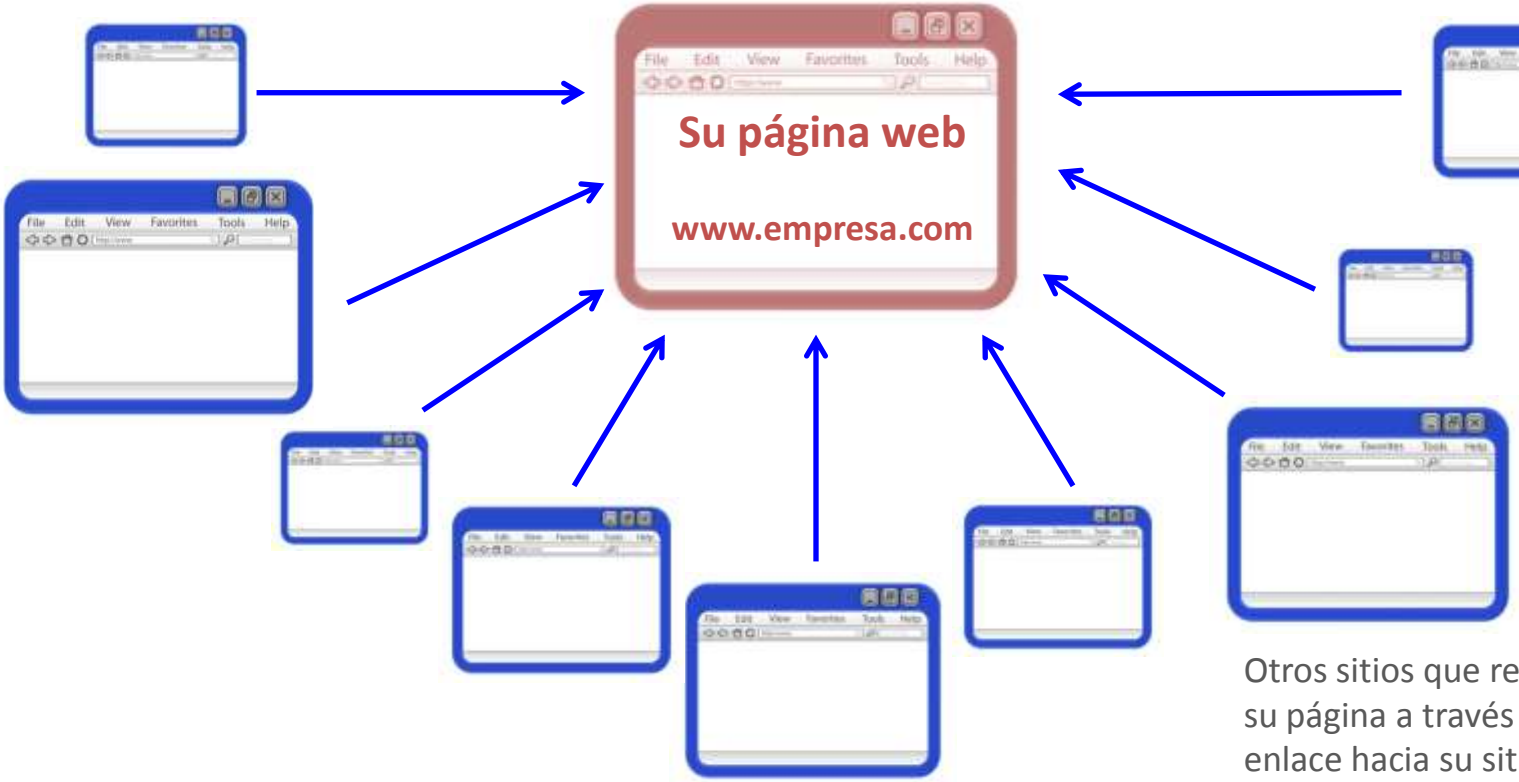
Enlaces entrantes *(backlinks)*

Cómo sabe Google qué es relevante

- Palabras clave (keywords)
  - Título
  - URL
  - Descripción
  - Encabezados
  - Imágenes
- Enlaces entrantes
- Otros aspectos
  - Tráfico (#visitas)
  - Mapa del sitio
  - Velocidad de carga
  - Social share

¿Qué son enlaces entrantes?

- Otras páginas web que envían visitantes a la suya.
- Son enlaces “clickeables” en páginas de terceros.
- Entre más enlaces de calidad tenga, mejor.
  - Cantidad: número de enlaces entrantes
  - Calidad: reputación de quien lo recomienda (.edu, sitios con alto tráfico y buena calificación)



Otros sitios que recomiendan su página a través de un enlace hacia su sitio web.







Ejemplo de dos enlaces entrantes hacia la página:

- *Duct Tape Marketing* hacia *Bien Pensado*
- *Todo Start Ups* hacia *Bien Pensado*

Alternativas para lograr enlaces entrantes

¿Cómo lograr enlaces entrantes?

Alternativas para que otras páginas lo recomienden

- Blog
- Reportes, guías y manuales
- Escribir contenido para terceros
- Herramientas o tests online
- Libros electrónicos
- Foros (link en el perfil)



Chiquilladas.net alegra sus momentos especiales



19 Ene 11

Check List para tu Boda

De 12 a 10 meses antes...

1. Tips para el matrimonio
Llevar anotaciones de los proveedores que se vayan visitando y sus cotizaciones.
Llevar un control de los pagos hechos.
Mantén comunicación abierta con tu prometido y los padres de ambos
Haz un álbum donde puedas ir pegando las tarjetas y los recortes de proveedores, para luego poderlo guardar de recuerdo.

"LISTA PARA EL MATRIMONIO"
1. Anunciar el compromiso
2. Realizar lista de invitados al matrimonio (aproximada)
3. Escoger fecha tentativa para el matrimonio religioso y civil
4. Buscar posibilidades de iglesias para realizar el matrimonio
5. Cotizar servicio de organización de eventos
6. Cotizar casa de eventos
7. Cotizar banquetearia

El Gran dia...

6. Tips para el matrimonio
Relax, mucho relax

» LISTA PARA EL MATRIMONIO «
1. Descansar la noche anterior lo suficiente.
2. El desayuno y el almuerzo deben ser energéticos, pero no pesados.
3. Es probable que te lleguen flores y regalos, pide que te anoten quiénes los envían para agradecerlos después.
4. Buscar el bouquet
5. Mandar al salón de la recepción, la maleta con las cosas personales
6. Ir al estilista y al maquillador.

Descargar Lista

Comentarios en el Blog, Reportajes y Prensa

Ahora puedes enviarnos tus comentarios de forma inmediata en nuestras secciones Blog, Prensa y Reportajes.

CATEGORIAS

» Relatos (4)
» Tematicas (100)
» Curiosidades (11)
» Exclusivas (8)
» Sinopsis (1)
» eReportaje (8)
» Editoriales (1)
» Tips (2)

Oferta Hipotecaria | Guía Hipotecaria | Resumen de prensa | Cód. Conducta Europeo | Novedades | Mapa

Simulador hipotecario: Para ayudarle a elegir su Préstamo

Este simulador le permite calcular las condiciones de su préstamo hipotecario, comparar varios productos de características similares o aproximadas, proyectar el comportamiento de su préstamo hipotecario en un escenario económico distinto al actual y estimar los límites probables de variación de las cuotas mensuales en función del comportamiento histórico de los índices de referencia.

> Ver instrucciones

> Ver tabla de cuotas

1ª Simulación	2ª Simulación	3ª Simulación
Importe a financiar:	Importe a financiar:	Importe a financiar:
Importe	Importe	Importe
Plazo de amortización: años	Plazo de amortización: años	Plazo de amortización: años
Plazo	Plazo	Plazo
Tipo de interés: variable	Tipo de interés: variable	Tipo de interés: variable
Tipo	Tipo	Tipo
Cuota mensual a pagar:	Cuota mensual a pagar:	Cuota mensual a pagar:
Cuota	Cuota	Cuota
BORRAR	BORRAR	BORRAR

Límites de variación de la cuota con los tipos máximo y mínimos desde la introducción del Euribor

(5,393%)	(5,393%)	(5,393%)
Cuota mensual con Tipo Mínimo:	Cuota mensual con Tipo Mínimo:	Cuota mensual con Tipo Mínimo:
(1,215%)	(1,215%)	(1,215%)

GUITARRAVIVA.COM

Nosotros | Canciones | Cursos | Comunidad | Af

Afinador

Aquí tienes el afinador, si no sabes usarlo puedes ver vídeo del curso básico, donde se enseña afinar pulsando aquí: Curso Básico – Clase 01b , Si tienes problemas con el funcionamiento debajo tienes las instrucciones detalladas.



PULSA AQUÍ PARA VER LAS INSTRUCCIONES DEL AFINADOR



http://www.proyectos.com.mx/Demos/benziger.html



http://marketing.grader.com/

Formas poco efectivas de construir enlaces

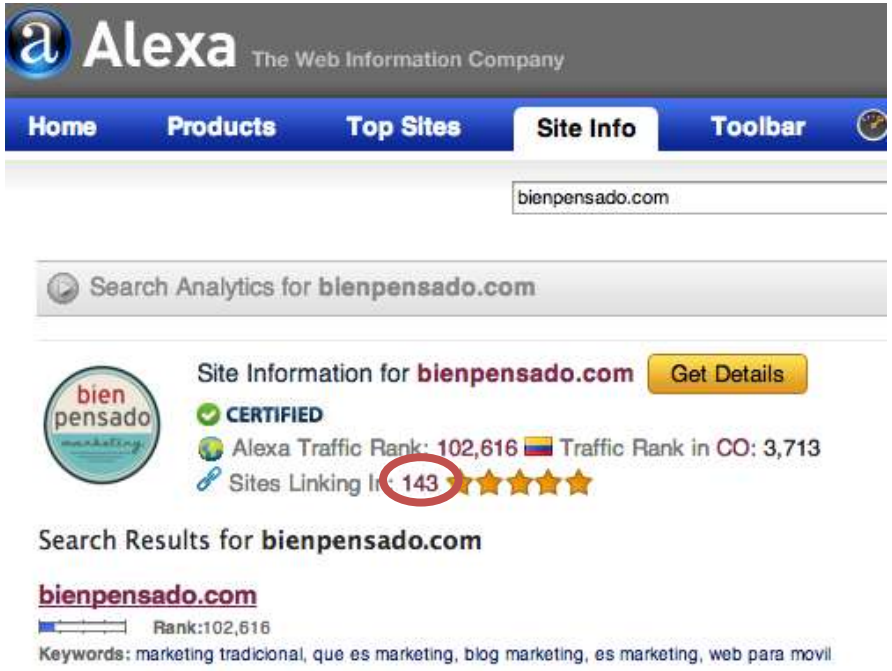
- Directorios construidos sólo para SEO
  - Google ha empezado a excluirlos de su indexación
- Intercambio de enlaces
  - Dudosa calidad de sitios de procedencia
  - Google detecta patrones de enlaces

Algoritmos adicionales de Google

Panda: Detecta sitios de baja calidad *(article marketing)*
Penguin: Detecta sitios optimizados en exceso (demasiadas palabras clave), especialmente en páginas de baja autoridad.

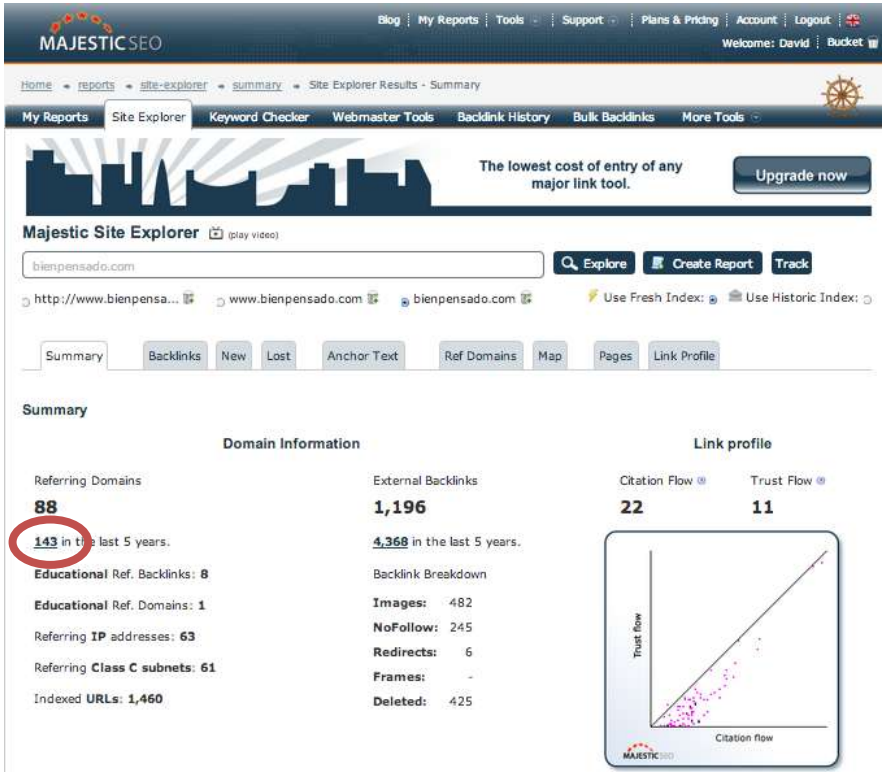
Para conocer sus enlaces entrantes

- Básico: Alexa



http://www.alexa.com/

- Avanzado: Majestic SEO



https://www.majesticseo.com/

Plan de acción para enlaces entrantes

- Genere una atractiva pieza de contenido y promuévala (eBook, herramienta, test, manual)
- Ofrezca escribir contenido para terceros de forma habitual
- Crear contenido habitualmente: la mejor forma de obtener enlaces entrantes en el largo plazo.

Otros aspectos

Cómo sabe Google qué es relevante

- Palabras clave (keywords)
  - Título
  - URL
  - Descripción
  - Encabezados
  - Imágenes
- Enlaces entrantes

- Otros aspectos
  - Tráfico (#visitas)
  - Mapa del sitio
  - Velocidad de carga
  - Social share

Tráfico (#visitas)



http://www.google.com/analytics/

Mapa del sitio

XML Sitemap

This is a XML Sitemap which is supposed to be processed by search engines like Google, MSN Search and YAHOO.

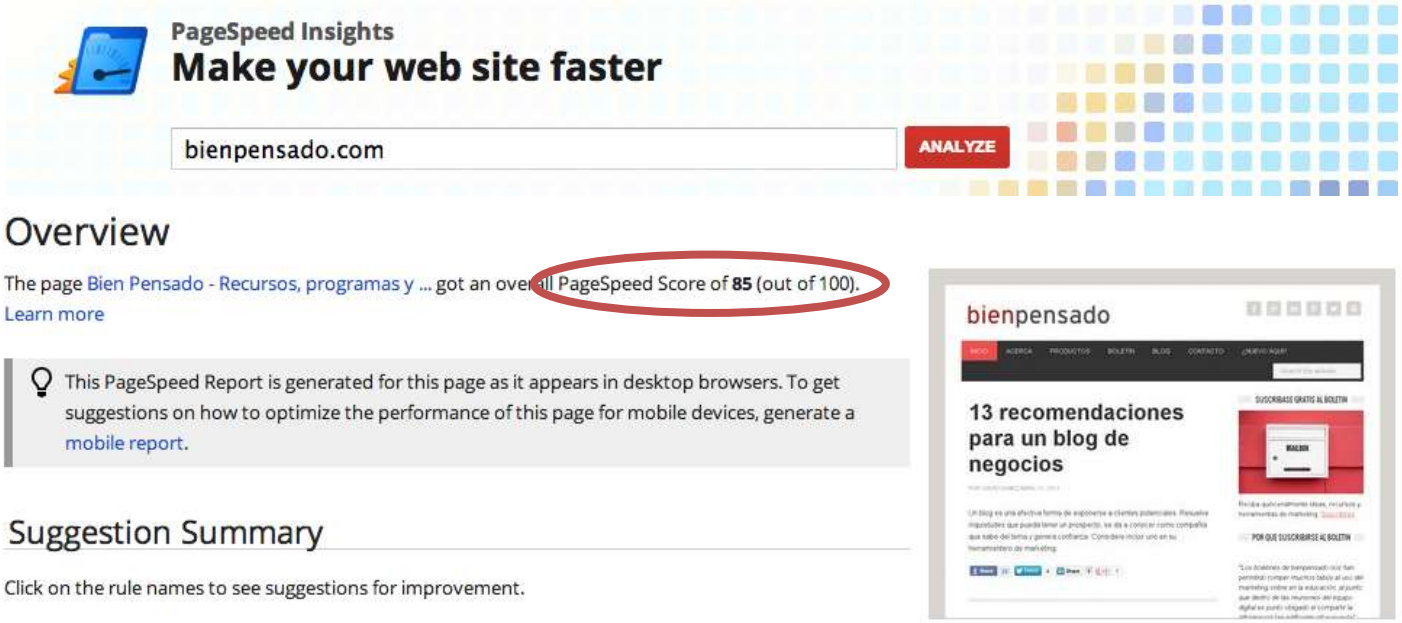
It was generated using the Blogging-Software WordPress and the Google Sitemap Generator Plugin by Arne Brachhold.

You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org and Google's list of sitemap programs.

URL	Priority	Change Frequency	LastChange (GMT)
http://bienpensado.com/	100%	Daily	2013-04-13 13:10
http://bienpensado.com/conferencias-de-marketing/	60%	Weekly	2013-04-13 13:10
http://bienpensado.com/blog/	60%	Weekly	2013-04-13 13:07
http://bienpensado.com/transaccion-en-proceso-de-validacion/	60%	Weekly	2013-04-12 13:51
http://bienpensado.com/transaccion-rechazada/	60%	Weekly	2013-04-12 13:51
http://bienpensado.com/como-crear-alianzas-efectivas/	20%	Monthly	2013-04-09 23:02
http://bienpensado.com/perfil-del-aliado-estrategico-ideal/	20%	Monthly	2013-04-09 22:14
http://bienpensado.com/proceso-no-tecnico-para-disenar-su-pagina-web/	20%	Monthly	2013-04-09 18:34
http://bienpensado.com/como-crear-contenido-irresistible-en-5-simples-pasos/	20%	Monthly	2013-04-08 14:26
http://bienpensado.com/la-sala-de-espera-es-parte-de-la-experiencia/	20%	Monthly	2013-04-07 23:15
http://bienpensado.com/25-ideas-para-sorprender-a-sus-clientes/	20%	Monthly	2013-04-07 23:13
http://bienpensado.com/que-es-y-que-no-es-marketing/	20%	Monthly	2013-04-07 15:07
http://bienpensado.com/13-recomendaciones-para-un-blog-de-negocios/	20%	Monthly	2013-04-05 23:27
http://bienpensado.com/5-estrategias-para-dejar-de-competir-en-precio/	20%	Monthly	2013-04-05 20:23
http://bienpensado.com/conviertase-en-el-wikipedia-de-su-industria/	20%	Monthly	2013-04-05 17:47
http://bienpensado.com/por-que-vale-la-pena-escribir-un-blog-de-negocios/	20%	Monthly	2013-04-05 11:25
http://bienpensado.com/productos/	60%	Weekly	2013-04-04 22:07
http://bienpensado.com/acerca/	60%	Weekly	2013-04-04 01:44
http://bienpensado.com/boletin/	60%	Weekly	2013-04-04 01:09
http://bienpensado.com/nuevo-aqui/	60%	Weekly	2013-04-04 00:46
http://bienpensado.com/boletin/archivos-historicos-boletin-electronico-de-bien-pensado-marketing-toolbox/	60%	Weekly	2013-03-31 11:21

http://wordpress.org/extend/plugins/google-sitemap-generator/

Velocidad de carga



https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights

Social share

55 ejemplos de diferenciación

POR: DAVID GOMEZ SEPTIEMBRE 13, 2012

Una selección de los mejores ejemplos de diferenciación del blog de Nuggets de Mercadeo. Ideas de empresas pequeñas y grandes, de servicios y de productos de diversas industrias.



Resumen:
Lo que cubrimos

Resumen: Lo que cubrimos

- Google se basa en relevancia
- Factores clave para Google
  - Palabras clave. En diferentes ubicaciones del sitio
  - Enlaces entrantes. Enlaces de calidad (reputación)
  - Otros aspectos (tráfico, mapa del sitio, velocidad de carga y social share)
- Contenido de calidad es el mejor aliciente para Google

Plan de acción:
Cosas puntuales para mejorar visibilidad en Google

Plan de acción

- Incluya palabras clave en cada una de las páginas de su sitio (apóyese en Google Adwords Keyword Tool)
- Genere contenido regularmente y compártalo
- Monitoree permanentemente el desempeño de todas las variables.

Sesión de Preguntas