

# Cómo crecer con un sitio web implementando SEO y Contenidos?

Aplicable a cualquier Sitio Web, Marca o Emprendimiento

Si tuvieramos que indicar cuál es la estrategia de crecimiento más desaprovechada hoy en día en Internet, sin dudas se trata de **SEO + CONTENIDOS**. Implica una inversión liviana en comparación a otras como por ejemplo publicidad en Google Ads o publicidad en redes como Facebook e Instagram.

La inversión mayor se dará en el **TIEMPO** dedicado en el día a día, una vez que se cuente con las herramientas adecuadas listas. Estas herramientas online estarán siempre enlazadas al sitio web, y las tareas suelen dividirse entre las de análisis y medición, y las de actualización de contenido sobre la página.

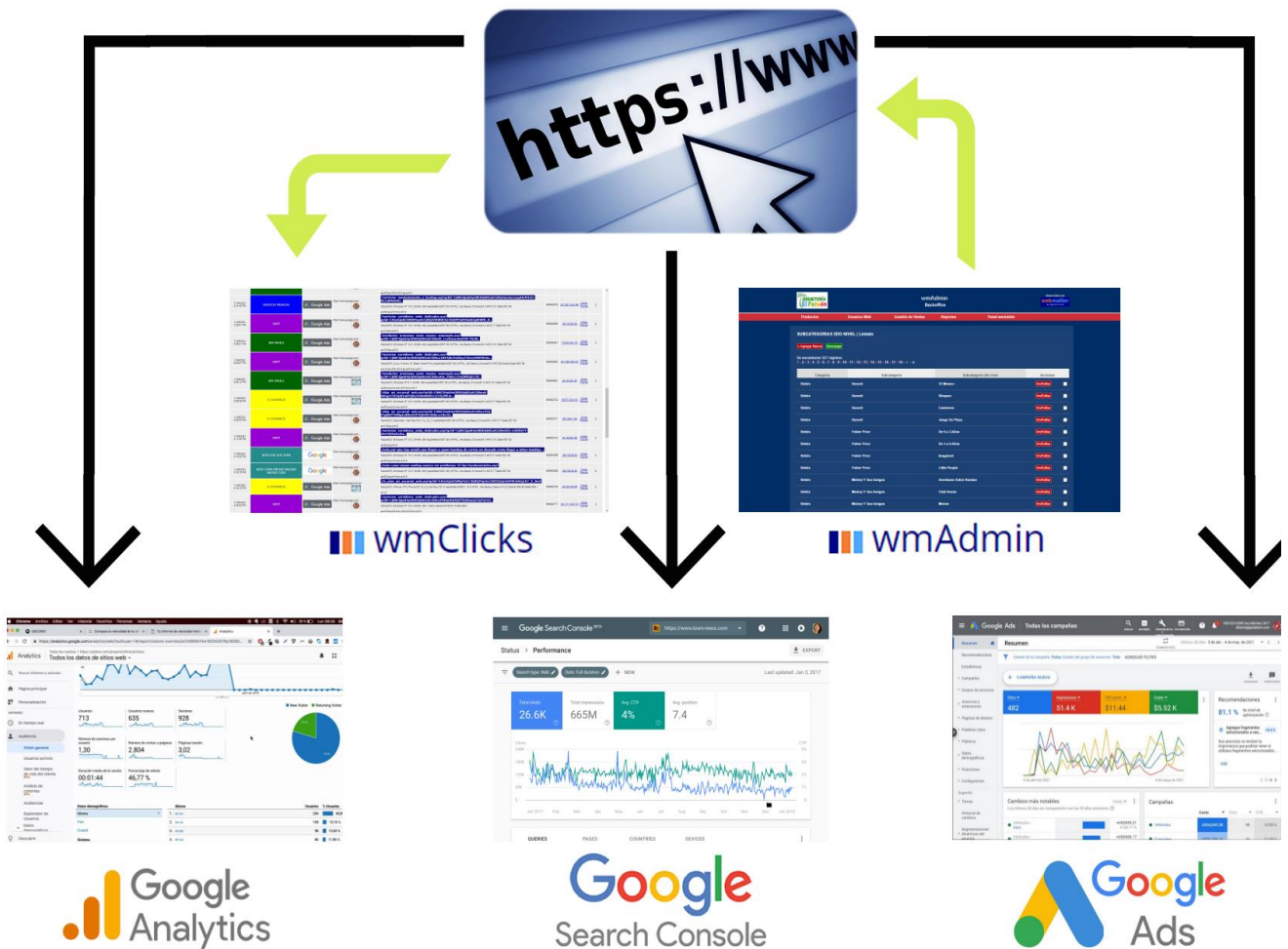
Para implementar todo lo detallado en esta nota, como punto de partida es suficiente contar con cualquier tipo de página web online, incluso una página institucional simple.

Eso sí, se deberá estar dispuesto a transitar un cambio de óptica: el sitio web ya no será un lugar de contenido institucional fijo, sino que se irá transformando en un espacio para información detallada, agrupada por temáticas o categorías, que irá contando cada vez con más secciones, subsecciones y páginas.

QUE INCLUYE NUESTRA PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR SEO Y CONTENIDOS?

A continuación el gráfico muestra cuáles son los componentes de nuestra propuesta integral de SEO + CONTENIDOS





Nuestra solución para crecer con SEO y CONTENIDOS se basa en: inicialmente, aplicar una serie de configuraciones fundamentales para posicionamiento natural, y dejar funcionando 2 herramientas de importancia junto al sitio: **wmAdmin** que permitirá autogestionar etiquetas como títulos y palabras clave entre otros datos, y luego **wmClicks** que permitirá seguir de cerca la evolución del SEO en todo el sitio web. Estas dos herramientas correrán a la par e interrelacionadas con 3 importantes de Google: Analytics, Search Console y Ads. También se podrá entrelazar con otros orígenes que lleven visitantes al sitio web como el caso de Facebook, Instagram, Youtube, etc. Lo importante de wmClicks es que corre del lado del sitio web, generando la mayor confianza posible al seguir los datos.

**A CONTINUACIÓN DESARROLLAMOS PASO POR PASO LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTA SOLUCIÓN SEO**

## **Paso 1. Se preparan las bases realizando las configuraciones SEO habituales y necesarias**

### **Qué se aplica en el trabajo SEO inicial?**

El primer paso será hacer "los deberes" aplicando todo lo que implica el SEO básico que necesita cualquier página web para ir mejorando siempre su posicionamiento en internet:

- Optimización de títulos de cada página individual del sitio
- Optimización de URL de cada página
- Optimización de DESCRIPCIÓN (DESCRIPTION) y PALABRAS CLAVE (KEYWORDS) de cada página
- Aplicación de etiquetas H1, H2, H3, H4, ALT, TITLE y otras
- Alta de perfil de propiedad de sitio web y configuración en GOOGLE SEARCH CONSOLE
- Construcción de GOOGLE SITEMAP (archivo "sitemap.xml")
- Configuración de archivo ROBOTS.TXT
- Armado de fragmentos de DATOS ESTRUCTURADOS

Para más info detallada sobre cada uno de estos items, [clickee aquí](#).

## **Paso 2. Junto al propietario del sitio web, se definen criterios para establecer categorías, secciones, areas temáticas, etc.**

El primer concepto de importancia que debería seguir quien quiera implementar esta solución siendo propietario, es que el sitio web pasará a ser un repositorio de información que crecerá en el tiempo con contenidos variados. Para eso, lo primero es aplicarle una estructura al contenido. A modo de ejemplo. los esquemas más comunes a seguir para generar estas áreas de información son:

- En sitios de e-commerce, productos y catálogo: RUBROS, CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS, PRODUCTO
- En sitios institucionales que empiecen a incluir artículos: SECCIONES, SUB-SECCIONES, TEMAS, SUB-TEMAS, ARTÍCULO

- En sitios en los cuales se ofrezcan servicios: AREA DE SERVICIO, SERVICIO, ITEMS SEGUN VARIANTES DENTRO DE CADA SERVICIO, SERVICIO
- En sitios tipo blogs, ayuda, foros o portales: AREA TEMÁTICAS, TEMAS, SUB-TEMAS, NOTA o ARTÍCULO
- En casos con estructura de libros o revistas: INDICE, SECCIONES, CAPÍTULOS
- Otros casos de repositorios de información abundante que pueden servir de ejemplo: Base de conocimiento, Mesa de Ayuda, FAQs (preguntas frecuentes), Proyectos, etc

Al configurar esta información en nuestra solución SEO, se asigna un **COLOR** a cada area o sub-area de información, de modo de luego identificar fácilmente la estructura con las visitas al sitio web, analizando el comportamiento que se da en cada una de ellas.

También en esta instancia se configuran los **ORIGENES** pre-identificables de los visitantes. Esto también facilitará la visualización de reportes de visitas y el conteo correspondiente a cada origen.

Los orígenes de visitantes más habituales son:

- Buscador Google, habiendo clickeado de forma natural
- Buscador Google, habiendo clickeado en un enlace de Anuncio de *Google Ads*
- Mailing de campañas y envíos propios, se da cuando clickean vínculos dentro de mensajes de mailing masivo
- Mailing de campañas externas, es cuando se gestiona por fuera del entorno de la página
- Otro tipo de mensajería como el caso de WhatsApp, SMS, Apps de celular
- Visitantes que llegan desde Página de Facebook
- Visitantes que llegan desde campañas de Anuncios de Facebook
- Visitantes que llegan desde Página de Instagram
- Visitantes que llegan desde campañas de Anuncios de Instagram
- Visitantes que llegan desde Canal de Youtube
- Visitantes que llegan desde campañas de Anuncios de Youtube (*Google Ads*)

Esta lista podría tener casos muy particulares y propios de cada sitio web o rubro. Por ejemplo, si es un sitio web de turismo, podría tener casos que llegan desde *booking.com*. Lo importante será tratar de pre-identificar la mayor cantidad de orígenes posibles, de modo de que las visitas de cada uno de ellos se puedan sumarizar y analizar, esta información será extremadamente útil para saber cómo ir manejándose en la optimización de resultados buscados.

### **Paso 3. Implementación de *wmAdmin* y *wmClicks***

Una vez que ya se han definido la estructura de contenido, colores y orígenes, se pasa a la implementación de nuestras dos herramientas:

- **wmAdmin**

Es el panel que permite autogestionar el contenido por parte de los integrantes y propietario del sitio web:

Aquí se considerará que cada detalle deberá contemplar aspectos SEO en la carga. Por ejemplo si se carga un producto, considerar que el título del mismo debería tener palabras que mejoren su aparición en buscadores (esto a veces obliga a replantear el NOMBRE del producto). También se debería ingresar la lista de frases y palabras clave que acompañen la página de ese ítem.

Otro aspecto importante será siempre identificar cada ítem que se cargue, con lo mencionado en el punto anterior, y asignarlo:

✓ A qué grupo y subgrupo pertenece el ítem ingresado?

✓ Su grupo y/o subgrupo ya existe en el sistema y tiene un color ya asignado?

✓ Asegurarse que la fecha de carga quede bien grabada en el sistema, ya que se usará por debajo, en los datos estructurados SEO de esa página.

- **wmClicks**

Es la principal herramienta de nuestra propuesta SEO, ya que es el tablero de control donde se visualizarán las visitas al sitio web, considerando todo lo mencionado hasta aquí.

A la vez es una poderosa herramienta anti-fraude, porque permitirá saber si por ejemplo un usuario malintencionado clickeó por demás un anuncio de campaña de Google Ads.

Como la mayoría de las herramientas estadísticas de páginas, wmClicks se ocupa de filtrar y no considerar las visitas técnicas que no ayuden al análisis de negocio, como el caso de robots automatizados de buscadores (bots) o el acceso de procesos rutinarios de sistemas.

Y sí se consideran las visitas de personas, en cada caso informando a qué página ingresó, de modo de saber también su grupo y color correspondiente, desde qué origen pre-identificado lo hizo, o en tal caso si es otro tipo de acceso, se agrupan bajo el rótulo "OTROS".

## **Paso 4. Integración con herramientas de Google**

Debido a la importancia de Google y la fuerte influencia en aspectos SEO, se asegurará que se conozcan al menos aspectos básicos de herramientas como **Google Search Console**, **Google Analytics**, **Google Ads** y **Google Mi Negocio**. Cuanto más se dominen estas herramientas, más se comprenderá lo que realmente sucede con el sitio web.

Con la misma cuenta google (email y clave) se podrá acceder a todas ellas.

Por nuestra parte, nos ocupamos de dejar bien configuradas las 4 herramientas, y damos una pequeña capacitación al cliente repasando lo principal de cada una de ellas.

Lo más relevante de cada una al estar integrada a esta solución:

- **Google Search Console**

Aquí se seguirá el día a día del posicionamiento natural, de modo de ir viendo las páginas que mejor ranking van teniendo.

Nos ha ocurrido que en muy pocos casos conocían el potencial y utilidad de estos reportes

Si una página es agregada al sitio, permitirá acelerar el hecho de ser considerada por Google

Mantener actualizado el Sitemap del sitio web

- **Google Analytics**

Aquí se contará con los reportes más sofisticados sobre las visitas al sitio, como el caso de tipo de usuario, país, región, lenguaje, frase o palabra de búsqueda si es que ingresó desde el buscador.

Correlación con Google Ads: La sección "Adquisición" de Google Analytics mostrará con mucho detalle los términos de búsqueda ingresados por cada persona que llegó desde Google Ads, lo cual es muy importante para la calidad de las palabras y frases elegidas en las campañas, de hecho como opción se muestran las campañas exactas agrupando esta información, pudiendo así saber como aplicar palabras clave negativas: ignorar términos que no aportan visitantes candidatos a transformarse en clientes.

- **Google Ads**

Cuando se comienza con cualquier sitio web, y todavía no se ha logrado un posicionamiento SEO interesante, el principal método para conseguir visitas desde Google son los anuncios que se crean en las campañas de Google Ads. También del mismo modo podría servir crear anuncios en redes sociales como Facebook e Instagram. Esto permite que desde los primeros días ya exista tráfico en el sitio.

Cuando se trabaja de modo ideal y prolijo, existe una correlación entre los nombres de campañas y grupos de anuncios de Google Ads, y lo medible del lado del sitio web con *wmClicks*. Si esto se considera desde los primeros días, se estará trabajando del mejor modo posible. Cuando los resultados de SEO empiezan a mejorar, se da que en algunos casos deja de tener sentido invertir en campañas de Ads, porque las visitas llegan de modo natural. Pero hoy esto es difícil con términos populares. Solo puede darse con términos específicos para los cuales no exista mucha competencia, ni muchos anuncios en línea (no olvidemos que los anuncios se muestran arriba de todo en los resultados). Como se mencionó al describir G.Analytics, existe una fuerte correspondencia entre Google Ads y Google Analytics, que hace las cosas más fáciles al momento de ver los reportes.

- **Google Mi Negocio**

Si se trata de un sitio web en el cual se tiene una dirección física como un negocio, local, domicilio, etc, se justifica configurar esta herramienta, la cual optimiza las búsquedas que se hacen en el area geográfica en que se encuentra, mostrando un resultado resaltado, con logo, fotos, dirección, teléfonos, horarios de atención y otra info.

## **Paso 5. Capacitación al cliente para la autogestión posterior en el día a día**

Una vez que aplicamos las instalaciones y configuraciones necesarias, pasamos a indicar a nuestro cliente las tareas y controles que se llevarán a cabo en el día a día, o en tal caso "semana a semana" para seguir con los procesos que empiecen a generar resultados positivos en SEO y generación de nuevos visitantes.

Algunas de estas tareas serán:

- ✓ Creación de nuevas secciones y sub-secciones de contenido
- ✓ Aplicación de criterios SEO al subir ese contenido con *wmAdmin* como el caso de títulos, palabras, etiquetas
- ✓ Análisis detallado de reportes de *wmClicks*: páginas y secciones mas visitadas, origen de visitas, etc
- ✓ Análisis detallado de reportes de *Google Search Console*: reporte de páginas y palabras más exitosas via SEO orgánico
- ✓ Análisis detallado de reportes de términos de búsqueda, frases y palabras en *Google Ads* y *Google Analytics*
- ✓ Reajuste de campañas segun términos de búsqueda que llevaron visitantes: detección de casos que no sirvan
- ✓ Análisis detallado de visitas fraudulentas en *wmClicks*: cada IP de fraude detectada, excluirla via *Google Ads*
- ✓ Análisis y actualización de publicaciones de *Google Mi Negocio*

## **Paso 6. Comienza el día a día de la autogestión y control propio de SEO y CONTENIDOS**

En esta instancia los propietarios del sitio web comienzan un proceso que si no se descuida, irá llevando a un constante crecimiento y optimización.

Nuestra propuesta incluye 30 días de soporte asistido sin cargo, luego no es necesario seguir con la contratación. Opcionalmente el cliente podrá solicitarnos un control y revisión, a modo de contratación aparte.

---

**Repasemos los 6 pasos:**

**Paso 1**

**Se preparan las bases realizando las configuraciones SEO habituales y necesarias**

**Paso 2**

**Junto al propietario del sitio web, se definen criterios para establecer categorías, secciones, áreas temáticas, etc.**

**Paso 3**

**Implementación de *wmAdmin* y *wmClicks***

**Paso 4**

**Integración con herramientas de Google:**

- ✓ *Analytics*
- ✓ *Ads*
- ✓ *Search Console*
- ✓ *Mi Negocio*

**Paso 5**

**Capacitación al cliente para la autogestión posterior en el día a día**

**Paso 6**



**Comienza el día a día de la autogestión y control propio de SEO y CONTENIDOS**

---

**Esperamos que esta nota te haya resultado útil!**  
**Para más información detallada, guardamos tu contacto.**

Si usted necesita tratar estos conceptos conversando ahora,  
consúltenos para así obtener información actualizada sobre nuestros planes:

**Chat**

Botón de CHAT ubicado  
abajo a la izquierda en  
<https://web-matter.com.ar>

**Teléfono**

**5411 47982212**  
(lun/vie 10/19 hs)

**WhatsApp**

**54911 54594979**  
(lun/vie 10/19 hs)