

Las estadísticas no admiten controversia alguna: **la mayoría de las páginas web deben la mayoría de su tráfico a los procedimientos de indexación de Google**, lo que otorga a este y su algoritmo una importancia estratégica en el posicionamiento de las webs. Tan grandiosa afirmación adquiere soporte con datos tales como:

- El 90 % de los usuarios buscan información a través de motores de búsqueda.
- El 84 % de quienes recurren a Google se limitan a considerar su primera parrilla de resultados.
- El 65 % de los internautas nunca han clicado en anuncios patrocinados de **Google Adwords**.

- **Filosofía de posicionamiento de Google**

Dos premisas generales sintetizan grosso modo la **filosofía de Google** en cuanto al posicionamiento web:

1. Prioriza sus herramientas sobre las ajenas, así como las grandes marcas sobre las más modestas.
2. Valora la relevancia de una web, es decir, si es considerada como referencia en su ámbito.

- **Algunos factores importantes para comenzar el posicionamiento en Google.**

1. **Keywords en el dominio:** los dominios con palabras clave exactas tienen un plus de vigor para posicionarse.
2. **Una keyword (palabra clave) como primer elemento del dominio:** tienen preferencia las páginas que comienzan con la keyword en el dominio que las que la incluyen a mitad o al final.
3. **Duración del registro del dominio:** Google aporta mayor relevancia a dominios registrados durante más de un año, en contraste con las páginas utilizadas para hacer spam.
4. **Extensión del dominio para el país:** si se desea posicionar un blog para España lo aconsejable es dominio “.es”, siendo “.com” el dominio universal.
5. **Keyword en etiqueta title, preferiblemente en su inicio:** es fundamental que una web esté titulada con la palabra clave principal para la que se pretende que sea encontrada, algo analizable mediante **Keyword Planner** de **Adwords**.
6. **Keyword utilizada más frecuentemente:** en la influencia de las palabras clave sobresale el número de veces que aparecen. No obstante, hay que alejarse del

riesgo de cometer keyword stuffing (abuso de utilización de una misma palabra clave).

7. **Longitud de los textos:** los contenidos de mayor extensión suelen ser considerados de mayor calidad, algo que repercute indirectamente en factores como las menciones en redes sociales.
8. **Fuerza del contenido semántico:** su valor estriba en la capacidad que otorga a Google para deducir el sentido de un post y sus keywords principales.
9. **Palabras clave contextuales y sinónimas en title y metadescripción:** ayudan a Google a captar la significación de una keyword y a interpretar los sinónimos.
10. **Velocidad de carga de la página:** el posicionamiento es inversamente proporcional al tiempo de carga. Más de tres segundos supone un gran lastre.
11. **Evitar contenido duplicado:** Google dispone de excelentes herramientas para webmasters con las que controlarlo.
12. **Optimización de imágenes, con alt y título:** especialmente importante en los primeros compases de un blog, cuando buena parte del tráfico recibido puede radicar en una determinada imagen.
13. **Actualizaciones de contenido:** es fundamental la constante creación de contenidos que se adapte a las nuevas tendencias, pues el volumen de texto actualizado en contenidos indexados repercute enormemente.
14. **Correcta gramática:** Google penaliza la mediocridad en este ámbito.
15. **Contenido sindicado:** mediante la utilización de **Google+**, con la que puede verificarse su autoría.
16. **Contenido complementario útil:** los llamados sliders son interpretados por Google como elementos enriquecedores.
17. **Contenido multimedia:** una forma de posicionar un contenido es adicionarle formatos de vídeo, especialmente de YouTube.
18. **Número de enlaces internos en una sola dirección:** conviene aglutinar muchos enlaces internos apuntando hacia un artículo en cuestión.
19. **Evitar exceso de enlaces de afiliados:** su excesiva presencia da una idea de que es una página cuyo único interés es su monetización.
20. **Keyword en Url:** es ideal la combinación de una keyword con el nombre de la marca.
21. **Urls encadenadas** indican de qué temática trata el site.
22. **Citar páginas de referencia:** es útil referenciar mediante enlaces salientes aquellas fuentes de autoridad relevantes para Google.
23. **Listas y galerías fotográficas** otorgan fuerte relevancia a un determinado contenido.

▪ **HERAMIENTAS DE GOOGLE QUE NOS AYUDAN EN EL POSICIONAMIENTO.**

Las herramientas de Google han sido consideradas las mejores para ayudar a posicionar tu página y tu producto; 3 de ellas son las más utilizadas. Aunque su manejo lleva un tiempo y podría ser una formación en sí misma; no nos

asustemos, se trata de conocerlas y empezar a saber cuáles son las cuestiones que debemos tener en cuenta para aprovechar bien nuestros recursos en red.

1. Google Trends

La principal función de esta herramienta es ayudarte a determinar qué “keyword” o palabra clave se encuentra recibiendo más tráfico para que la utilices en tu página web.

El estudio se realiza por un período de tiempo determinado y te brinda además, gráficas para ser aún más específico en el número de búsquedas según la zona geográfica.

A su vez, al permitirte comparar hasta 5 “keywords” al mismo tiempo, podrías saber cuáles son tendencia y/o las más buscadas dentro de un mismo sector.

2. Google Analytics

Como su nombre lo indica, esta herramienta gratuita realiza los análisis de tu web y te permite conocer todo lo que pasa en ella. Es como un vigilante las 24 horas del día.

Te permite conocer el número de visitas, la duración de las mismas; es decir cuánto tiempo pasa navegando en tu página web, si son usuarios fijos o es primera vez que te visitan, etc.

Lo más importante para sacarle todo el jugo a Google Analytics, es que aprendas a interpretar tus resultados. Debes darle un uso a los datos obtenidos. Es muy fácil de usar pero lleva tiempo analizar toda la información que te da ya que es muy completa.

Por ejemplo: al conocer que contenido ha recibido un mayor número de visitas, podrías considerar escribir acerca de tópicos relacionados.

También al saber cómo llegaron a tu página, podrás buscar la manera de seguir promocionándote por la misma vía y encontrar nuevas para conseguir más tráfico aún.

Básicamente te permite saber si tu estrategia de marketing digital está funcionando o no.

Si tu respuesta es no, te permitirá realizar las correcciones pertinentes para que alcances el éxito y saber qué errores cometiste para no hacerlo de nuevo.

3. Google Webmaster Tools o Search Console

Search Console (antes llamada *Google Webmaster Tools*) es la herramienta de control y análisis básica para empezar la estrategia **SEO** de tu sitio y comprobar que **está funcionando como debería**. Esta herramienta es un buen punto de partida si quieres preparar una página web y ver qué posicionamiento tiene. Algunos detalles como las palabras clave en buscadores, adaptabilidad en dispositivos o los enlaces internos. Por su condición de herramienta gratuita, **Google Webmaster Tools** es interesante para particulares y PYMES.

- Para ver cómo podemos sacar jugo a Google Search Console, os dejo un enlace con un tutorial con capturas de pantalla, para ver funciones y aprovechamiento de la información que nos da la herramienta.
- <https://josefacchin.com/google-webmaster-tools-herramientas-tutorial/>