

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias
Económico Administrativas**



- Área Académica: Área Académica de Administración.
- Tema: SEO
- Profesor(a): Angelica Castillo Rojo
- Periodo: Julio-Diciembre 2022



Tema: SEO

Resumen: Actualmente los mercados emergentes han provocado que las marcas, negocios o empresas emigren a mercados online que les permitan estar en el lugar donde se encuentran sus consumidores y clientes potenciales. La estrategia de SEO permite posicionar de manera orgánica a un sitio web para que esta sea más visible y tenga mayor autoridad en los buscadores web.

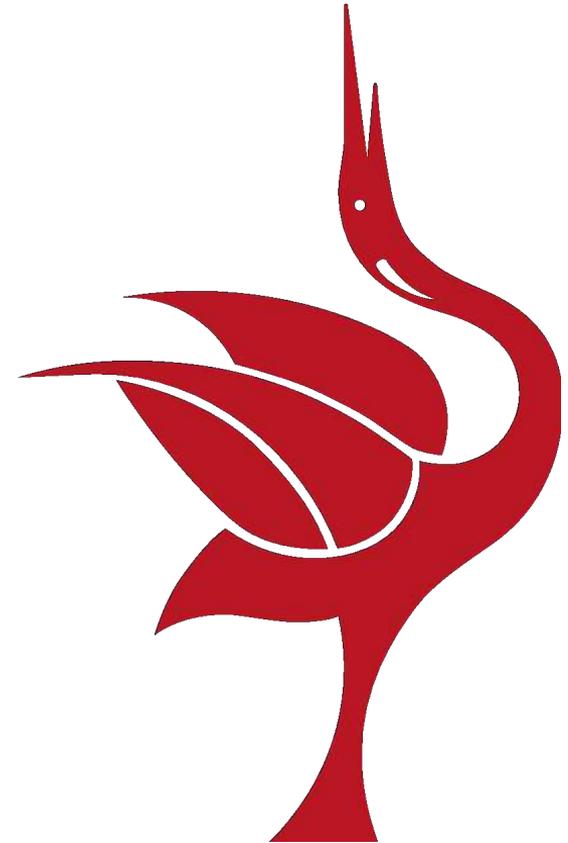
Palabras Clave: Posicionar, sitio web, buscadores.

Tema: Market Research

Abstract:

Currently emerging markets have caused brands, businesses or companies to migrate to online markets that allow them to be in the place where their consumers and potential customers are. The SEO strategy allows a website to be positioned organically so that it is more visible and has greater authority in web search engines.

Keywords: Position, website, search engines



Objetivo General

Operar el comercio electrónico implementando estrategias de mercadotecnia como: mercadotecnia directa, digital, de contenido, publicity, engagement, buzz marketing para establecerlas en el plan de mercadotecnia a una empresa mipyme.

Objetivos Específicos

- Conocer la estrategia de posicionamiento orgánico en buscadores para aumentar el tráfico de calidad al sitio web.
- Identificar las estrategias on y off site adecuadas para cada caso.

Introducción

El SEO ayuda a que un sitio web pueda ser más accesible para los usuarios desde los buscadores web. Cuanto más alto se clasifique naturalmente un sitio web en los resultados orgánicos de una búsqueda, mayor será la posibilidad de que ese sitio sea visitado por un usuario.

¿Qué es el SEO?



Fuente:

<https://www.creativestudioweb.es/wp-content/uploads/2018/03/que-es-el-seo-creative-studio-web.jpg>



Fuente: Elaboración propia 2022

Motores de Búsqueda

Sistemas informáticos que recopilan información de los sitios web analizando todos sus archivos almacenados en el internet por medio de **CRAWLERS**, con los que elaboran las páginas de resultados que ya conoces.



Fuente:

<https://www.cavsi.com/preguntasrespuestas/images/redes/motor-de-busqueda.jpg>



Definición de SEO

Llamado optimización orgánica o natural consiste en optimizar los sitios web para alcanzar altos posicionamientos en los motores de búsqueda para determinadas frases clave.

Fuente:

<https://www.itconsultors.com/images/blog/SEO-Ottawa.png>

Elementos del SEO

- **Popularidad de una web**
(Mientras + popular es una PW + valiosa la información que contiene)
- **Experiencia del usuario**
(Más veces compartida = más útil se considera)

Autoridad

- **Relación que tiene una página frente a una búsqueda**
(No solo en cuestión del número de veces que contiene el término sino también con los elementos que este relacionado)

Relevancia

Fuente: Elaboración propia 2022



Fuente:
https://www.espestudio.com/archivos/image/_noticias/originales/not-0000000091_que-es-el-seo-y-porque-mi-empresa-lo-necesita.jpg

Factores de SEO

On-Site

Se preocupa de la RELEVANCIA asegurándose que la web esté optimizada para que el motor de búsqueda lo identifique

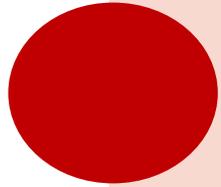
- Optimización de Keywords
- Tiempo de carga
- Experiencia de usuario
- Optimización de códigos
- Formato de URL´s

Off-Site

Se centra en factores externos a la página Web

- Número y calidad de enlaces
- Presencia en redes sociales
- Mención en medios locales
- Autoridad de la marca
- Rendimiento en los resultados de búsqueda
- CTR que se tenga
- Autoridad de la marca
- Rendimiento en los resultados de búsqueda
- CTR que se tenga

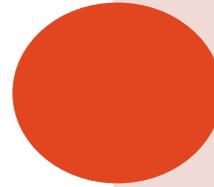
Clasificación del SEO



Black hat SEO

Mejorar el posicionamiento con prácticas poco éticas. Estrategia arriesgada con beneficios a corto plazo.

- Cloaking
- Spinning
- Spam
- Keyword stuffing



White hat SEO

- Acciones éticamente correctas.
- Estrategia basada en aportar valor a los usuarios.

Referencias Bibliográficas

- Rodriguez, I. (20220). Marketing Digital y Comercio Electrónico. Piramide.
- Contreras , A., García, I., Ronco, V., Rubio, Á., & Valdevira, O. (2018). Marketing Digital para dummies. Para Dummies.