

A close-up photograph of a human hand reaching out from the bottom left towards the center. The hand is in sharp focus, showing skin texture. Overlaid on the entire image is a network of thin white lines connecting various circular nodes. Some nodes are dark grey, while others are white, including one on the hand's index finger. The background is a soft gradient from light green at the bottom to light purple at the top.

Emprende con
arsys

El SEO y el SEM en tu *startup*

emprendeconarsys.blog



SEM & SEO

Introducción

¿Has creado una *startup* y te preocupa el posicionamiento de tu web? ¿Sabes para qué sirven el **SEO** y el **SEM**? Una web bien posicionada en buscadores como Google puede ser la clave para generar más clientes e ingresos en tu empresa.

Para que te puedas hacer una idea de la importancia del **SEO** en tu *startup*, puedes leer los siguientes datos:

- *La estrategia SEO es un 85% más propensa a impulsar tráfico hacia un sitio web que la publicidad PPC (pago por clic).*
- *Las tácticas de SEO más efectivas son: la creación de contenido relevante (57%) y la investigación de palabras clave (49%).*

Fuente: [Ticbeat – 13 estadísticas para ilustrar la relevancia del SEO en 2017](#)



Queremos que descubras todos los secretos relativos al posicionamiento de tu web y te beneficies de ellos:

- Qué es el posicionamiento de una web.
- Cómo se utilizan el **SEO** y el **SEM** en una *startup*.
- Qué es el marketing de contenidos y cómo diseñar una campaña.
- Qué herramientas puedes utilizar para el **SEO**.

La relación entre el marketing de contenidos, el SEO y el SEM

El marketing de contenidos puede ser una parte de tu estrategia global de **marketing online**. Se trata de una táctica que trata de atraer clientes hacia una marca utilizando contenidos de valor.

El **SEO** (*Search Engine Optimization* – optimización de los motores de búsqueda) es una técnica que ayuda a los motores de búsqueda de Internet (Google, por ejemplo) a encontrar y clasificar las páginas web en los resultados de búsqueda. El principal objetivo de esta técnica es mejorar el posicionamiento en esos resultados de búsqueda y, por lo tanto, que **tu web tenga más visibilidad y visitantes**.

En base a lo anterior, podemos deducir que la **relación entre el SEO y el marketing de contenidos** es la siguiente:

- Para lograr mejorar el posicionamiento de tu web es necesario crear contenidos interesantes y originales para tu audiencia, en los que se utilicen las **palabras clave o keywords** que quieres posicionar y que definen a tu negocio.
- Las palabras clave son importantes, pero no sirven de mucho por sí solas, sino que deben estar encuadradas de **forma natural** en los contenidos de tu web.
- Los contenidos de calidad en tu web harán que otros usuarios enlacen a ellos y los compartan.

Además, el marketing de contenidos va más allá, porque para difundir el contenido de calidad que hayas creado en tu web puedes y debes utilizar una herramienta esencial: **las redes sociales**.



Para completar todo lo anterior, hay otro concepto que no debes confundir con el **SEO** y es el **SEM**.

El **SEM** (*Search Engine Marketing*) **supone mejorar el posicionamiento de tu web a través de publicidad de pago**. Por ese motivo se habla de **posicionamiento orgánico** o natural cuando se habla de **SEO** y de **posicionamiento de pago** cuando se habla de **SEM**.

Si haces búsquedas en Google habrás visto que en los resultados de las búsquedas pueden aparecer al principio varias webs en las que junto al enlace pone la palabra “anuncio”. Esos anuncios son un ejemplo de **posicionamiento de pago**. Tu anuncio sale antes en los resultados de búsquedas porque estás pagando publicidad.

Cómo diseñar una estrategia de marketing de contenidos

Crear e implantar una estrategia de **marketing de contenidos** requiere planificación y tener tus objetivos muy claros. Los beneficios no son inmediatos, pero poco a poco irán llegando y los podrás medir.

Te proponemos los siguientes **pasos** para diseñar tu estrategia de marketing de contenidos:

¿Qué objetivo quieres lograr?

Para poder definirlo tendrás que analizar la situación actual de tu empresa y establecer qué quieres cambiar, qué meta desees alcanzar con el marketing de contenidos. ¿Quieres captar más clientes? ¿Quieres aumentar las ventas? ¿Quieres que tu empresa sea más visible?

Un aspecto importante: **tu objetivo debe ser específico y medible**. Es decir, si quieres aumentar las ventas tendrás que definir en qué porcentaje o importe, y en qué plazo.

Define a tu cliente ideal

¿Cómo es esa persona que podría estar interesada en comprar tus productos o servicios? ¿Qué le gusta? ¿En qué piensa? ¿Qué le preocupa? ¿Qué necesidades tiene? Es probable que tengas que crear varios perfiles, porque habrá grupos de personas diferentes que puedan estar interesadas en tu producto o servicio.

Busca las palabras clave que te definen

Para hacer bien la búsqueda plantéate una pregunta: ¿Cómo buscarías tú los productos o servicios que presta tu empresa en un buscador? Esa es la base. Para encontrar palabras clave puedes utilizar diversas herramientas como:

Keyword Planner Tool de Google

Keywordtool

Ubbersuggest

KW Finder

Elige el tipo de contenido que quieres compartir

Lo mejor es que entiendas el concepto de contenido en sentido amplio, no solo como posts o artículos. El contenido pueden ser: vídeos, infografías, ebooks y guías, entre otros.

Cómo vas a difundir el contenido

Tu contenido tendrá que tener varios canales de difusión para lograr que llegue al mayor número de usuarios posible. Podrás utilizar: las redes sociales (como Instagram, Facebook, Twitter o YouTube) o el correo electrónico a través de *newsletters* y campañas de **email marketing**.

Cada cuánto vas a publicar en tu blog o web

La constancia en las publicaciones es importante para crear una comunidad de seguidores. No sirve de mucho que publiques excelentes contenidos dos días a la semana durante un mes y después estés tres meses sin publicar. Elabora tu calendario de contenidos con las fechas y las horas a las que vas a publicar y esfuérzate en cumplirlo.

De qué forma vas a medir los resultados

Tu campaña está en marcha y quieres medir cómo está funcionando. Lo primero que tendrás que definir es: qué métricas vas a utilizar en función de los objetivos que te hayas marcado.

Algunas de las **métricas** más habituales en **marketing online** son las siguientes:

- Número de visitas que recibe tu blog o web.
- Usuarios conectados al mismo tiempo a tu blog o web durante un plazo.
- Personas que visitan tu web y se marchan sin realizar ninguna interacción.

En el caso de que hayas utilizado las redes sociales podrás medir aspectos como:

- Los “Me gusta” que han recibido tus publicaciones.
- El número de veces que se han compartido tus contenidos en redes sociales.
- Los nuevos seguidores que has captado durante un periodo de tiempo.

Las empresas que mejores resultados obtuvieron durante el 2016 gastaron el 42% de su presupuesto de comercialización en marketing de contenidos.

Fuente: [B2C Content Marketing 2016](#)

Complementa tu campaña de marketing de contenidos con una estrategia de SEM

Si tienes presupuesto para invertir en publicidad, puedes plantearte completar tu campaña de marketing de contenidos con una estrategia **SEM** con herramientas como la que te ofrece Arsys. Para optimizar los anuncios puedes tener en cuenta las siguientes claves:

- **Define tus palabras clave.** Puedes utilizar las herramientas detalladas en el apartado anterior.
- **Analiza quién es tu cliente ideal.** Este paso es igual que para el caso del **SEO**, por lo que tendrás que tener muy claro tu público objetivo.
- **Establece el destino geográfico y el idioma de tu campaña.**
- **Trabaja el texto del anuncio.** Utiliza las palabras clave que hayas elegido y haz un texto atractivo.
- **Establece el presupuesto para tu campaña.** ¿Cuánto te quieres gastar?
- **Mide los resultados.** Obtendrás resultados más rápido que con el **SEO** y los podrás medir para rectificar los anuncios y optimizarlos en función de los resultados.



Herramientas para mejorar el SEO

El **SEO** tiene sus trucos y aplicarlos a tu *startup* requiere un poco de esfuerzo y de atención.

En el **SEO** van a ser importantes varios aspectos de tu web, no solo los contenidos de publiques. Te proponemos varios trucos para mejorar el posicionamiento orgánico de tu web y diversas herramientas que puedes utilizar:

5 trucos para mejorar el SEO de tu web

- **Vigila la velocidad de carga de tu web**

En este sentido son importantes varios factores: las fotos, la plantilla de la web, los *plugins* y el *hosting* que utilices. **¿Qué haces cuando una página web tarda mucho en cargar?** Lo mismo que hará un usuario que visita tu página y ve que no carga en unos segundos: irse a la competencia. Google sostiene que el tiempo máximo de espera de los usuarios suele ser de unos 3 segundos.

- **Considera la importancia de la usabilidad**

Tu web debe ser sencilla de utilizar para cualquier usuario y la información importante se tendrá que encontrar fácilmente. Además, deberá ser posible ver tu web a través del móvil. Para poder tener clara la estructura es aconsejable que elabores un prototipo y lo pruebes.

El 72% de las empresas que usaron videos en su estrategia de contenidos aumentaron sus conversiones.

Fuente: [Video Marketing Statistics 2016](#)

- **Utiliza contenido actualizado y original**

No copies contenido porque Google te podría penalizar en cuanto al posicionamiento. Elabora contenido propio, del tipo que hayas decidido (vídeos, posts, infografías, fotos) y con valor para tu cliente ideal. Además, de cara al **SEO** es bueno que lo actualices, así que plantéate un calendario de publicaciones.

- **Utiliza las palabras clave**

Las palabras clave que hayas detectado que se identifican con tu negocio las tendrás que usar en la URL, el título de las páginas y los textos que redactes.

- **Consigue links hacia tu web**

Para lograrlo puedes hablar con empresas que realicen una actividad relacionada con la tuya y proponerles, por ejemplo, la redacción de un post para su blog con un link hacia tu web.

El 48% de los negocios asegura que el análisis adecuado de palabras clave y una densidad ideal de las mismas en el contenido, es su técnica de SEO más efectiva.

Fuente: [MarketingCharts](#)

Herramientas básicas para el SEO

Aunque existen muchas herramientas en el mercado que te pueden ayudar con el SEO de tu web, destacamos las siguientes:

- **Google Trends**

Es muy conocida y te permitirá hacer comparaciones entre varias palabras clave para conocer cuáles son las tendencias en la utilización y las modificaciones que se producen en esas tendencias.

Esta herramienta funciona en tiempo real en base a las búsquedas que se están realizando, por lo que los resultados cambian muy rápido.

- **WooRank**

Con esta herramienta podrás analizar tu web y realizar un informe sobre la misma. Además, te darán consejos para mejorar el **SEO**.

- **SemRush**

Se trata de una de las herramientas más utilizadas y potentes del mercado. Te ayudará a saber qué palabras claves de las que utilizas se están posicionando mejor. De esta forma, tendrás la posibilidad de mejorar tu estrategia.

Para completar lo anterior, en relación a la búsqueda de las palabras clave puedes utilizar las herramientas específicas que hemos detallado en el apartado **“Busca las palabras clave que te definen”**.

Conclusiones

El buen posicionamiento de la web de tu *startup* te va a permitir generar más visibilidad, más clientes y más ventas.

En el **posicionamiento SEO** no solo es importante el uso de las palabras clave que definan tu negocio, sino que van a influir aspectos como: la velocidad de la web, los *links* hacia tu web, la facilidad de uso o el contenido original y actualizado.

Para lograr tus objetivos tienes a tu disposición varias herramientas en el mercado que te permitirán conocer el estado de tu web, las tendencias en las búsquedas de palabras clave o las palabras clave que utiliza tu competencia.

Emprende con **arsys**

emprendeconarsys.blog



www.arsys.es



facebook.com/arsys.es



twitter.com/arsys



linkedin.com/company/arsys-internet

Contenidos avalados por

