

Campaña Promoción Web

Mejora en los puestos de búsqueda de la página web de cliente



El posicionamiento en buscadores es a la vez arte y técnica: construir u organizar páginas web de forma que aparezcan bien situadas en los buscadores. Cada buscador utiliza un algoritmo de indexación diferente que es permanentemente actualizado y mejorado. Estos algoritmos son considerados secretos industriales por las empresas que los crean. Esto hace que el posicionamiento en buscadores sea un auténtico ejercicio de ingeniería inversa.

Se ha de averiguar cosas como qué motores de búsqueda valoran meta tags, títulos, textos alternativos a las imágenes, popularidad de los enlaces, frecuencia de click-through, número de veces que las palabras clave aparecen en el texto, etc. Así sabremos realmente qué valora cada buscador y tendremos las herramientas necesarias para optimizar la programación y el diseño de una página de entrada o un sitio web completo para su indexación en buscadores.

El 50% del trabajo de posicionamiento se hace sobre el código de la página, preparándolo todo para que el motor de búsqueda nos destaque entre todas las páginas almacenadas en su base de datos. El otro 50% del trabajo es una cierta forma de "marketing de red" cuyo objetivo es que el robot nos visite con cierta frecuencia y reporte en la base de datos lo importante que es nuestra página para otras muchas (incluidas otras de nuestro sitio) que la enlazan. Una vez que un robot entra en una página se "lanza" sobre el código buscando identificar una serie de zonas: la cabecera, el cuerpo... y dentro de ellas las etiquetas clave.

Área de metainformación

Es la encuadrada dentro de las etiquetas <META>. Esta es una etiqueta genérica de información adicional. Su sintaxis es...

<META NAME="nombre del atributo" CONTENT="variables o directrices">

Los principales atributos de cara al robot son:

- **DESCRIPTION:** Es la descripción de lo contenido en el documento. En ella se ha de reflejar en pocas frases, la síntesis de todo el documento, toda la información.

- **KEYWORDS:** Son las palabras clave. Facilitan al buscador información del documento, indicándole las palabras más importantes por las que quiere ser encontrado en un buscador. `<META NAME="keywords" CONTENT="enfermería, enfermería, salud, enfermero, enfermera, guía, sanitario, sanitaria, ATS">`

La búsqueda de términos ideales para las etiquetas clave, de forma individualizada, de cada una de las páginas relevantes y su aplicación es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

La asociación en la base de datos del buscador

Los conceptos generalmente usados y contrastados en las regresiones a las que los expertos someten periódicamente los resultados de búsqueda más competidos son los de:

Frecuencia: Es el número de veces que el término de búsqueda aparece en el área.

Recuento: Cuenta el total de palabras en un área excluyendo las etiquetas html.

Peso: El peso es el porcentaje que el término de búsqueda representa sobre el total de palabras en la página o el área analizadas.

Relevancia: La relevancia mide la distancia entre el comienzo del área y el lugar donde aparece la palabra clave.

Análisis de la competencia

El "Page Rank" no es sino la medida de la popularidad de la página, Google utiliza en realidad el "Page Rank" como punto de partida que pondera con el grado de relación entre las páginas que apuntan y el término de búsqueda (calculado con el mismo algoritmo que aplica a nuestra página).

Los sitios importantes y de alta calidad reciben un PageRank más alto, que Google recuerda cada vez que realiza una búsqueda. Por supuesto, las páginas importantes no significan nada para usted si no coinciden con su búsqueda. Por eso, Google combina PageRank con sofisticadas técnicas de búsqueda de texto para encontrar páginas que sean importantes y a la vez relevantes para su consulta. Google va más allá de la cantidad de veces que un término aparece en una página y examina todos los aspectos del contenido de la página (y el contenido de las páginas vinculadas) para determinar si es una buena coincidencia para su consulta.



El registro en los buscadores

El alta en los buscadores debe hacerse de forma manual siempre. Los programas de registro automático en los buscadores son un fracaso ya que no se puede personalizar el alta para los principales buscadores o directorios. Además todas las altas se efectúan de la misma manera, con el mismo título, las mismas palabras claves, la misma descripción. El problema de poder personalizar es que hay buscadores o directorios que permiten 120 caracteres en la descripción, otros te permiten más otros te permiten menos. Puede ser que al hacer el alta automática nos

corte la descripción un buscador en una de las principales palabras claves, y también puede ocurrir que sea precavido y que limite la descripción general al menor valor de caracteres de uno de estos buscadores, con lo que se pierden unos caracteres en los otros y por tanto la posibilidad de poner en la descripción un par de palabras claves interesantes. Luego ese par de palabras son las que marcan la diferencia a la hora de posicionar.

La revisión, seguimiento y nueva inclusión en los buscadores más importantes de forma manual y personalizada es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

La fórmula básica es ir al registro gratuito dentro de las direcciones facilitadas. Las propias empresas donde nos vamos a registrar nos advierten del plazo de tiempo que suele transcurrir entre el registro y la aparición en sus directorios. En más de un caso también nos avisan de que no nos garantizan la entrada en sus directorios bajo la modalidad de registro gratuito o "free". De todas maneras nos registraremos en ellas.

Al cabo de un tiempo veremos aparecer primero y escalar puestos después nuestra web, así como descender puestos o desaparecer aquellas otras que con referencias a los términos de búsqueda de nuestra página estaban posicionadas en lo alto, y estas otras webs son las que ensombrecen nuestro caché ante clientes y visitantes.



Buscando vínculos a nuestra página para aumentar el "Rank" y escalar posiciones



Se deben buscar intercambios de vínculos o "links" con otras páginas para ir escalando posiciones en los buscadores. Lo más interesante se debe buscar entre las páginas del sector al que pertenece nuestra actividad.

También se puede utilizar los foros u otros espacios, donde además de encontrarnos con la posibilidad de dejar un mensaje subliminal podemos insertar un enlace a nuestra propia página web. Evidentemente estas webs donde vamos a dejar un "rastros" no deberán ser páginas cuyos contenidos que puedan ser ilegales u ofensivos.

Una forma de intercambio bastante reconocida y que puede ser muy útil es la creación dentro de nuestra web de una sección dedicada a "páginas amigas" en la que se puede incluir enlaces de utilidad.

El intercambio de links, la inclusión de nuevos vínculos en la web o el estudio de anuncio gratuitos en foros u otros espacios es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Popularidad en los buscadores

En definitiva, la mejor forma de conseguir popularidad es hacer una página web bien hecha, con información útil.

La popularidad se basa en los enlaces que otras páginas web tengan hacia nosotros, es decir, cuanta más gente enlace a nuestra página web más popular será el sitio. Hay que fijarse en la competencia, cuantas páginas les enlazan, de donde... Pero por supuesto se deben tener en cuenta aspectos como el diseño, los códigos internos, las aplicaciones y sobre todo el interés que se debe poner para que nuestra página no quede obsoleta realizando cuantos cambios y actualizaciones sean necesarios.

La propuesta de mejora de su espacio y el estudio de su competencia es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Programación y registro en servicios exclusivos para webmasters de Google de aplicación para su campaña.

Estadísticas Google Analytics

Google Analytics ofrece información de todo lo que se desea saber acerca de cómo le han encontrado sus visitantes y cómo interactúan con su sitio. Podrá centrar sus recursos de marketing en campañas e iniciativas que ofrezcan rendimiento de la inversión (ROI) y mejorar su sitio para convertir a más visitantes. Google Analytics está diseñado con el fin de disponer de funciones de nivel empresarial al alcance de cualquiera que desee mejorar su diseño de marketing y de sitios. Ofrece todas las funciones propias de un producto de análisis web de alto rendimiento.



Google Analytics es un sistema de control de estadísticas cerrado y accesible previa aprobación por parte de Google, permite obtener información muy detallada de las visitas que recibe la web: localidades, provincias y países entre otras cosas y además mejora el posicionamiento en Google.

Puesto que Google Analytics no analiza los logs de servidor sino que funciona a partir de un código que se incluye al final de cada página solo puede tener datos desde el día que el código se incluyó. En lugar de incluir toda la información disponible de una vez, GA se centra en solo lo que estima que más probablemente sea útil y relevante (fuentes del tráfico, contenidos más vistos, rutas de clicks, conversiones, etc.). Incluso tiene un resumen ejecutivo y el resto de información la segmenta según los objetivos (marketing, contenido, conversiones, etc.) y en diferentes niveles de detalle. La información se dosifica.

El registro en Google Analytics de la web, la adquisición del código UrchinScript y su inclusión en cada una de las páginas de relevancia es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Quienes por distintas razones hasta ahora han prestado poca atención a las estadísticas de su sitio web Google Analytics les da la oportunidad para sacarles jugo y utilizarlas como herramienta básica tanto en la toma de decisiones como en el día a día.

Google Local Business Center



Un espacio en donde cualquier negocio situado en España puede gestionar de forma personalizada la información que aparece en el servicio Google Local, que es un buscador de contenidos (sobre todo, negocios) cercanos al lugar donde se encuentra el usuario, o en la población que se indique.

Los responsables del negocio deben darse de alta, y al cabo de unas semanas recibirán una carta con un código PIN que les permitirá acceder a la herramienta, donde podrán editar de

manera gratuita los datos: teléfono, dirección, tipo de tarjetas que aceptan, enlaces a su página...

Google está apostando muy fuerte por las búsquedas locales, negocio que, según muchos analistas, tiene una fuerte expansión. Con este servicio las empresa que lo deseen pueden posicionar sus negocios sobre los mapas y cuando el usuario pinche sobre ellos podrá ver la información de servicios y contacto de la empresa.

El registro de la web en Google Local Business Center, la adquisición del código y su inclusión es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Google Map personalizado en la propia web

Haciendo uso de la propia tecnología API de Google Maps esta permite crear un mapa personalizado e interactivo para la página web.

Es un servidor de aplicaciones de mapas en Web que ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotos satélites del mundo entero y rutas entre diferentes ubicaciones. Permite, asimismo, la posibilidad de que cualquier propietario de una página Web integre muchas de sus características a su sitio Web. Nuestro sitio que no necesita pertenece a las empresas Google, sino que hace uso de la tecnología Google Maps para facilitar a cualquier usuario la creación de un mapa personal.



Ofrece la capacidad de hacer acercamientos o alejamientos para mostrar el mapa. El usuario puede controlar el mapa con el mouse o las teclas de dirección para moverse a la ubicación que se desee. Para permitir un movimiento más rápido, las teclas "+" y "-" pueden ser usadas para controlar el nivel de zoom.

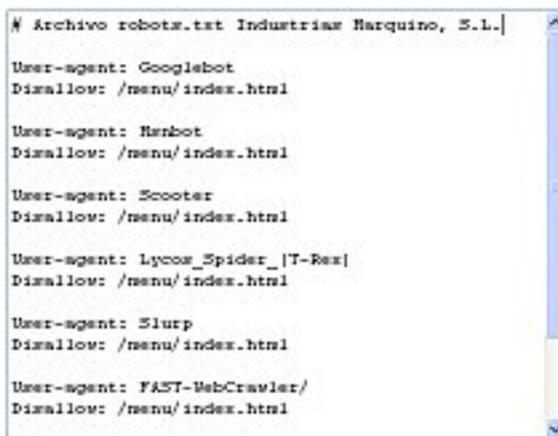
La inclusión de este Google Map personalizado incluye un trabajo de creación de códigos y modificación de diseños, junto con la adquisición de una llave personalizada APIKEY, que servirá para atraer más la atención de los visitantes a su web e incrementar el tráfico a la misma.

El diseño y la inserción en de la web del Google Map personalizado es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Archivo Robots TXT

Todos sabemos que la optimización de páginas web para buscadores es un difícil negocio, a veces posicionamos bien en un buscador para una frase clave en particular y asumimos que a todos los buscadores les gustará nuestra página y por lo tanto estaremos bien posicionados para esa frase clave en cierto número de motores de búsqueda. Desafortunadamente esto sería un caso muy raro. La mayoría de los grandes buscadores difieren en algo, así que lo que te hizo estar bien posicionado en un buscador puede hacerte descender en otro.

Qué podemos hacer para decirle a Google que deje de indexar ciertas páginas que están pensadas para Altavista, bien, la solución es hacer uso de un archivo robots.txt que resida en el directorio raíz de su espacio web. Un archivo robots.txt es una parte vital de la batalla de cualquier propietario de una página web contra ser baneado o penalizado por el buscador.



```
# Archivo robots.txt Industrias Marquino, S.L.
User-agent: Googlebot
Disallow: /menu/index.html

User-agent: Herbot
Disallow: /menu/index.html

User-agent: Scooter
Disallow: /menu/index.html

User-agent: Lycos_Spider_[T-Rex]
Disallow: /menu/index.html

User-agent: Slurp
Disallow: /menu/index.html

User-agent: FAST-WebCrawler/
Disallow: /menu/index.html
```

Los buscadores o crawlers que funcionan lanzando su robot a la caza de las páginas que irán recolectando para añadir a su base de datos, para su posterior inclusión e indexación, comprueban únicamente los contenidos del fichero robots.txt.

La creación del archivo robots.txt personalizado, su inclusión en el directorio raíz y su alta en la zona de herramientas de Google es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Sitemap xml para la web. Google SiteMaps, urllist Yahoo! y Live Search Webmaster Tools de MSN

Un requisito básico para que todo nuestro empeño rinda frutos es lograr que todas las páginas del sitio estén correctamente indexadas en los motores de búsqueda. Esto ocurrirá siempre y cuando los crawlers (arañas) de los buscadores importantes visiten e indexen esas páginas con la periodicidad adecuada y sin omitir ninguna. Una buena estrategia consiste en suministrar a los buscadores una "lista" de las páginas que nos interesa que se indexen, junto con alguna información adicional que haga la visita más eficaz. Concretamente, eso se logra mediante el uso de Sitemaps.

Un sitemap es un archivo XML que contiene una lista de las páginas del sitio junto con alguna información adicional, tal como con qué frecuencia la página cambia sus contenidos, cuándo fue su última actualización y qué tan importante es respecto al resto de las páginas del mismo sitio.

El archivo XML así construido se aloja en el servidor como un archivo más del sitio, con la salvedad de que puede tener las URL contenidas en el mismo directorio en que se encuentra o en otros contenidos en él.

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
xmlns:xi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
xmlns:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/09/sitemap.xsd">
- <url>
<loc>http://www.industriasmarquino.com/</loc>
<priority>0.5</priority>
<lastmod>2007-01-03T18:09:29+00:00</lastmod>
<changefreq>weekly</changefreq>
</url>
- <url>
<loc>http://www.industriasmarquino.com/productos.html</loc>
<priority>0.5</priority>
<lastmod>2007-01-03T18:09:29+00:00</lastmod>
<changefreq>weekly</changefreq>
</url>
- <url>
<loc>http://www.industriasmarquino.com/servicios.html</loc>
<priority>0.5</priority>
<lastmod>2007-01-03T18:09:29+00:00</lastmod>
<changefreq>weekly</changefreq>
</url>
- <url>
<loc>http://www.industriasmarquino.com/contactar.html</loc>

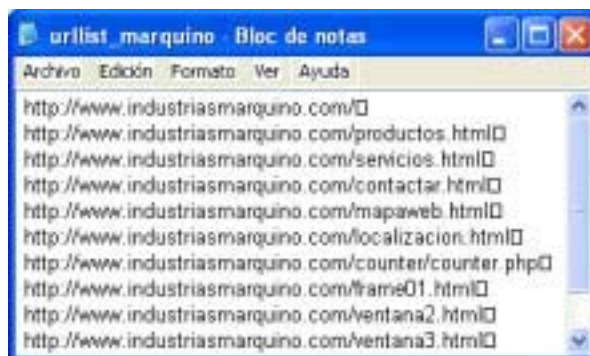
```

Google desea poder acceder a todo el contenido de las páginas web de la forma más fácil y eficiente. Tal como ahora está planteada la indexación de páginas, aun siendo mucho más eficiente que los índices humanos que teníamos antaño, lo que Google nos plantea es muchísimo mejor. Una vez tenemos el sitemap hecho según las especificaciones de Google, podemos darlo de alta en Google SiteMaps. Automáticamente y en menos de 4 horas, Google lo habrá indexado.

Los sitemap que ya están disponibles en la mayor parte de páginas web no son compatibles con el formato de Google. Google desea un documento en XML con unas especificaciones determinadas. Con este proyecto, Google busca sin duda, la forma de mejorar la indexación de las

páginas web y poder contar en sus índices con páginas que hasta ahora se perdían en un mar de enlaces dentro de nuestros sites.

Su objetivo es mejorar la calidad y velocidad del contenido indexado de nuestros sitios mediante un sitemap que le haga el trabajo más fácil. Google Sitemaps constituye un experimento en el rastreo web. Al utilizar Sitemaps para informar y dirigir a nuestros rastreadores, pretendemos ampliar nuestra cobertura de Internet y acelerar el proceso de detección y adición de páginas a nuestro índice. Al colocar un archivo con formato de Sitemap en nuestro servidor web, se habilita a sus rastreadores para que averigüen qué páginas están presentes y cuáles de ellas se han modificado recientemente, y para que rastreen su sitio correspondientemente.



Google no ha sido la única en inventarse un SiteMap, sino que Yahoo! también está en ello, aunque de una forma más simple. Para enviarle a Yahoo! su lista de enlaces se debe de ir a la página de alta de URL y enviar el archivo urllist.txt que se ha de generar previamente y subirlo al directorio principal. Actualmente Live Search de MSN también acepta SiteMap en XML.

Generar sitemaps y urllist para incluirlos en el directorio raíz y dar de alta respectivamente esos archivos en los buscadores Google, Yahoo! y MSN es parte de los servicios que ofrecemos dentro de esta campaña.

Observatorio de su campaña.

Vigilancia y seguimiento de resultados

Nuestra empresa, en caso de aceptación de las condiciones y previo pago de la misma, se compromete a realizar un seguimiento de resultados y confeccionar un reporte anual.

Condiciones de servicio

La experiencia del colectivo de webmasters que trabajan en promoción web demuestra que nuestra campaña es el camino más factible para la mejora de resultados en marketing y promoción de sus páginas webs. Cada robot de búsqueda funciona de manera independiente aunque sigue ciertos parámetros que nuestra campaña intenta asociar y seguir.

Dada esta independencia de los buscadores nuestra empresa no se responsabiliza de los resultados de la campaña ni garantiza puesto alguno en el ranking de los buscadores.

Tiempo estimado desde su puesta en marcha hasta su funcionamiento completo

Debido a que algunas claves, llaves y códigos los facilita Google con un retraso cercano a 15 días nuestra campaña dará comienzo desde el momento en que se abone el servicio y estará totalmente funcional a los 30 días +/- momento en el que se recibirá un informe de actuación. La renovación del servicio se contará desde el primer día. Unos 15 días antes se recibirá un reporte de resultados de campaña y un aviso de renovación.

Presupuesto y forma de pago

Coste del servicio:

1. Alta del servicio

Importe 30 €

2. Campaña de promoción web, informe y reporte

Importe 625 €

Importe total del servicio:

Subtotal..... 655 €

IVA 16%..... 104,80 €

TOTAL (Impuestos incluidos) 759,80 €

Forma de pago:

Un único pago anual renovable, a abonar por transferencia antes del comienzo de los trabajos a nuestra cuenta bancaria:

Globalandia Networks, S.L.

2100-4178-45-2200036221 (La Caixa)

Globalandia Networks, S.L. queda a su entera disposición para seguir facilitando cuantos servicios de contenido web, informes y consultas quieran contratar.

Atentamente,



www.globalandia.com
El lado humano de internet