

# DESCANTIA

---

Solucions web

## L'ELABORACIÓ DELS CONTINGUTS DE LA PÀGINA WEB

### La web, una eina de comunicació

És important recordar que una pàgina web és, essencialment, un instrument per a la comunicació amb els nostres clients, tant amb els existents com amb els potencials. És per això que hem de tenir ben present la importància dels continguts de la nostra pàgina, com ara textos, imatges, recursos multimèdia... Aquests han de ser de qualitat, adequats al nostre públic objectiu i en concordança amb el disseny de la pàgina. És per això que, *abans de passar a la fase de programació, és hora de pensar i treballar el que seran els continguts de la pàgina web*. D'aquesta manera, el disseny de les pàgines informatives s'adaptarà al contingut i no al revés. Encara que creguem saber quins continguts volem entrar, recomanem la lectura d'aquest document per entendre les particularitats dels textos per a web.

### Quina informació ha d'oferir la pàgina web

És important que, a primer cop d'ull, el visitant pugui *distingir sense dificultat quina categoria d'empresa som i quins serveis o productes oferim*. També hem d'explicar bé aquests serveis i productes, amb bons textos descriptius, destacant allò en què resultem més competitius. Així doncs, no es tracta de destacar característiques genèriques sinó saber a quin Target de clients ens dirigim i com podem cridar l'atenció: preu, personalització, servei exclusiu...

En el màrqueting del segle XXI, especialment en un entorn digital com el d'Internet, *el protagonista és el client, no l'empresa*. És per això que hem d'explicar no només el producte, sinó perquè al client li ha d'interessar aquell producte. No es tracta tant de qui som sinó de què podem oferir. Hem de tenir en ment no tant el preu d'aquell producte o servei, sinó quin cost té per al client obtenir aquell producte o servei (costos de desplaçament, enviament, impostos...).

Un text informatiu ha de procurar respondre les principals preguntes: QUÈ, QUI, QUAN, COM, ON, PERQUÈ. Evidentment, no tots els textos han de respondre totes aquestes preguntes, però ens hem d'assegurar que donem tota la informació necessària.

### Escriure uns textos comercialment atractius

Per explicar qui som i què fem, ens hem de conèixer a nosaltres mateixos. És per això que hem de saber respondre a la següent pregunta: perquè un client potencial ha de contractar a la nostra empresa enlloc de una empresa de la competència? Oferim preus competitius? Disposem de millors ubicacions? Oferim un servei integral? Generem menys impacte en el medi ambient? En resum, *hem de tenir molt clar quin és el nostre avantatge competitiu, i explicar-ho*. Us recomanem, per exemple, que destaqueu:

## 1- Quins **productes** o serveis oferiu

L'usuari ha de tenir clar quins productes o serveis oferiu, i en quines categories o opcions. Per exemple, si disposeu d'un ampli catàleg, si renoveu l'estoc de productes a cada temporada, quines marques oferiu (especialment si sou lloc oficial o teniu l'exclusiva d'algun producte), si és un producte artesà o fet a mà, si és un producte de proximitat o d'importació... Tingueu clar també quins productes o serveis us interessa més destacar: potser preferiu destacar el producte més venut, o el que té un major marge de benefici, o la nova línia de productes que volem potenciar...

## 2- Quina **disponibilitat** oferiu

Si esteu disponibles o disposeu d'un servei d'urgències 365 dies l'any, si us encarregueu vosaltres de fer l'entrega o recollida del producte, si oferiu aquell producte en diferents mides, si el client pot fer les seves comandes online... l'usuari ha d'estar convençut no només de la qualitat del producte sinó també de la conveniència del mateix. Expliqueu també a quina zona geogràfica presteu servei, quins són els vostres horaris d'atenció al públic...

## 3- **Com ajuden els vostres productes o serveis** als vostres clients o usuaris

Si vosaltres disposeu de maquinària i/o personal qualificat que costa de trobar al mercat, destaqueu-ho. Si podeu oferir bons preus gràcies a l'economia d'escala, expliqueu-ho. Procureu utilitzar un text i unes imatges que siguin comercialment atractives ("Dues ubicacions fantàstiques", "Una fragància que et transporta a un món de sensacions", "Solucions integrals que generen confiança en els clients més exigents"). En ocasions pot ser interessant explicar casos o testimonis de clients vostres, o mostrar quins són els vostres clients en cas que aquests siguin coneguts. Ser proveïdor de grans empreses o d'institucions públiques ofereix confiança en un usuari que no ens coneix i que acaba d'arribar a la nostra pàgina web.

## 4- Quina és vostra política a nivell de **responsabilitat social**

Els consumidors donen molta importància a quin és l'impacte d'una empresa en la societat. Si heu pres mesures per reduir l'impacte ecològic o si col·laboreu amb una ONG o una fundació d'inserció social, expliqueu-ho.

## 5- **Què voleu que facin** els clients

Penseu què voleu que faci l'usuari a la vostra web. El vostre objectiu és que l'usuari compri? Que us truqui? Que demani un pressupost? Que es registri? Que es descarregui un arxiu? Tingueu clar a partir d'aquí quin serà el vostre *Call To Action*: "Reserva una visita", "Demana una demostració del producte", "Registra't i aconsegueix una revisió gratuïta"....

## 6- Quins preus, **promocions o descomptes** teniu

La transparència és molt apreciada pels consumidors. Si l'ajudeu a obtenir el millor preu possible, millorareu la vostra taxa de conversió i la fidelitat del client i també us en veureu beneficiats. Informeu clarament dels preus, les tarifes de manteniment, les ofertes de cap de setmana, els programes de fidelització...

## La importància de la concreció

És molt important també que ho fem de la manera *més concreta possible*. *La concreció transmet credibilitat*. Compareu per exemple aquests 2 textos reals:

Text no concret: *"Estem compromesos amb la conservació i la preservació del medi ambient. Creiem que és un deure que tenim envers la societat en què vivim. És per això que treballem en la prevenció de la contaminació minimitzant l'impacte ambiental de la nostra activitat."*

Text concret: *"Per reduir la nostra petjada ecològica, hem implementat un sistema de reutilització d'aigües grises i d'aigua de pluja. Així mateix, en la fabricació dels nostres productes només utilitzem materials biodegradables, com ara tints naturals enlloc de sintètics. Treballem per seguir millorant per minimitzar l'impacte ambiental de la nostra activitat".*

Això és especialment rellevant a l'hora d'explicar els productes o serveis que oferim. Així mateix, cal recordar que hem de posar l'èmfasi en perquè al client li ha d'interessar aquell producte. No es tracta tant de qui som sinó de què podem oferir. Hem de tenir en ment no tant el preu d'aquell producte o servei, sinó quin cost té per al client obtenir aquell producte o servei (costos de desplaçament, enviament, impostos...).

## Com estructurar els textos

Abans de començar a redactar continguts és necessari definir l'estructura dels textos, que han de tenir un ordre lògic i coherent. És per això que us recomanem fer un esquema amb les idees principals i les secundàries i subratllar allò que no se'ns pot oblidar explicar.

Hem de procurar donar la informació més rellevant al primer paràgraf del text, juntament amb els títols i subtítols. És el que es coneix com seguir la piràmide de la informació: el més rellevant ha d'anar al principi.

Hi ha la convicció general que, en web, els usuaris tendeixen a no llegir textos gaire llargs. I és cert que la navegació per Internet és molt visual, així que hem de cuidar molt quines imatges i elements multimèdia volem introduir a la web. Però els textos resulten també molt importants per 2 motius: són imprescindibles per aconseguir un bon posicionament a Google i per tal que, un cop haguem captat l'atenció de l'usuari, aquest es converteixi en client.

Per captar l'atenció ràpidament i, al mateix temps, oferir la informació necessària, és vital que estructurarem correctament cada contingut de text, *destacant clarament els títols i subtítols* i distingint els diferents paràgrafs i llistats. Hem de tenir en compte, sobretot, que els títols de text són un factor molt important en matèria de posicionament, així que recomanem no posar un text genèric ("Els nostres serveis") sinó quelcom concret que la gent utilitzi per buscar quelcom que nosaltres oferim ("Els nostres serveis d'assessoria fiscal a Girona").

Per a destacar informació, a més dels títols i subtítols, es poden utilitzar negretes, cursives, requadres... No cal abusar-ne, doncs poden entorpir la lectura i rebaixar la qualitat del disseny, però utilitzades de forma moderada poden ser un recurs molt interessant. Us recomanem utilitzar negretes enlloc de cursives, doncs les negretes afecten positivament al posicionament web de les paraules remarcades.

També és important que les imatges de la vostra pàgina web siguin de qualitat i en alta resolució. Així mateix, les imatges han d'anar en consonància amb la gamma cromàtica del conjunt de la pàgina.

Els continguts s'introduiran a la pàgina web tal com siguin entregats pel propietari de la web, sense modificacions, correccions o addicions, excepte en cas d'indicació en aquest sentit pel client.

## La redacció dels continguts de text

Escriure continguts agradables a la lectura pot ser més difícil del que sembla per a persones que no hi estiguin acostumades. És per això que us donem *alguns consells ben senzills*:

- Utilitzeu frases curtes i comprensibles. Utilitzar moltes subordinades o molts adjectius és més literari però no gaire pràctic a Internet. Procureu evitar el llenguatge excessivament tècnic però sigueu precisos i concisos.
- *Assegureu-vos que no hi hagin faltes d'ortografia* o de concordança de temps, gènere i persona. Les faltes d'ortografia donen molt mala imatge al lector i perjudiquen al posicionament de la pàgina. La pràctica totalitat de programes d'ofimàtica (com el Microsoft Word) compten amb correctors de text.
- Eviteu utilitzar de forma reiterada les mateixes paraules.
- Sol ser útil demanar a algú que llegeixi el nostre text abans de donar-lo per bo. Ens assegurarem que no hi hagi problemes en la comprensió.

### IMPORTANT!

*El més difícil en matèria de continguts orientats al posicionament web és ser conscient **que treballem per a un doble objectiu**: oferir informació de qualitat a l'usuari i, al mateix temps, informació que sigui indexada i considerada rellevant per a Google i els altres cercadors.*

## En resum, no oblideu:

- 1- *Penseu què voleu comunicar* i expliqueu clarament què oferiu al client i per què us ha de seleccionar.
- 2- A ser possible, hem de contestar *QUÈ, QUI, COM, QUAN, ON i PER QUÈ*.
- 3- *Estructureu el text*. Distingiu entre títols, subtítols, paràgrafs, destacats...
- 4- Penseu en els *títols com a eines de posicionament* de la vostra pàgina.
- 5- Els textos *no han de tenir faltes d'ortografia*.
- 6- *Utilitzeu frases curtes i comprensibles*. El llenguatge ha de ser precís però tingueu present que el vostre target no té perquè ser especialista en la matèria.
- 7- *Que algú que no hagi escrit els textos els llegeixi* per assegurar-se que són clars i convincents.
- 8- Assegureu-vos que *les imatges que pengeu són de qualitat i en consonància amb el disseny*. El dissenyador us pot proposar imatges i recomanar-vos com han de ser.
- 9- *Expliqueu quins avantatges té treballar amb vosaltres*. Destaqueu els vostres avantatges competitiu de la manera més concreta possible.
- 10- Recordeu: a la vostra pàgina web, escriviu *tant per al vostre públic objectiu com per als cercadors*.

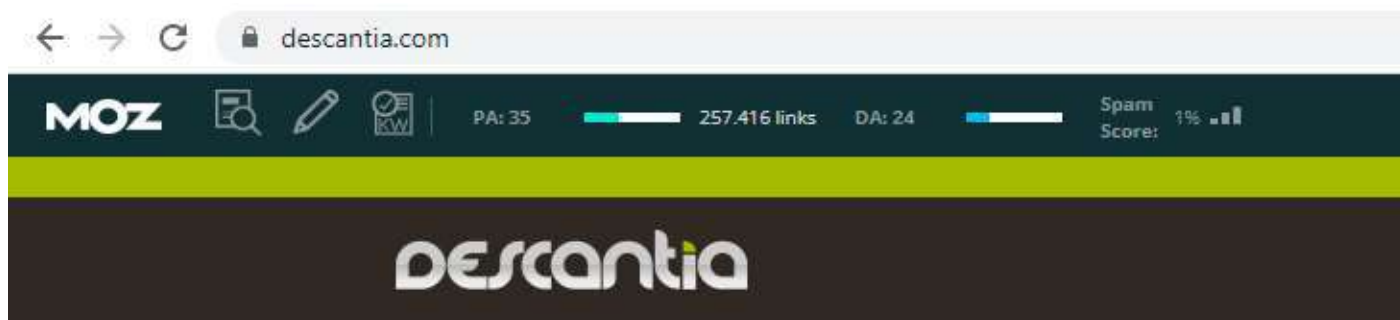
## COMPRENDRE EL POSICIONAMENT

Per posicionar bé una pàgina, s'ha de comprendre com funcionen els cercadors com Google. La seva intenció és ensenyar a l'usuari allò que creu que està cercant. És per això que prioritza les pàgines de major qualitat, amb millors referències i el contingut de la qual s'ajusta més a les paraules que l'usuari ha introduït en el cercador.

Per aquest motiu, podem resumir que, a grans trets, el posicionament depèn de quatre factors:

- La qualitat tècnica de la web:** si una pàgina conté errors tècnics, és molt lenta al carregar o conté masses fitxers Javascript, el posicionament se'n ressentirà. Es tracta d'un apartat de total responsabilitat i prioritat per Descantia.
- L'adaptació a tots els dispositius:** els cercadors es preocupen de que els usuaris gaudeixin de l'experiència en la navegació. Com que cada vegada hi ha més connexions des de dispositius com ara tablets i smartphones, les pàgines web que estiguin ben adaptades (per exemple amb un disseny responsive) es veuran més ben posicionades que les que no ho estiguin.
- La popularitat o reputació digital de la pàgina:** la opinió dels usuaris és de màxima importància per al posicionament. Una pàgina web molt popular a les xarxes socials o a la que apuntin molts enllaços sortirà millor posicionada.
- L'ús de paraules clau adequades (tags):** si a la nostra pàgina no apareix per enlloc la paraula "joguines", és difícil que apareixem als cercadors quan un client potencial busqui "botiga de juguines a Girona" en el Google. És per això que hem de pensar quines paraules utilitzarà un internauta per buscar el servei o producte que nosaltres oferim.

Hem de tenir en compte que una pàgina web està ben posicionada en relació a unes paraules clau. És per això que podem considerar que els factors corresponents a a), b) i c) actuen com a una **puntuació base** sobre la que després es posicionaran les **paraules clau** corresponents. Google no fa públic quina és aquesta "puntuació base" de cada web, però altres eines ens poden donar una dada aproximada. Entre les referències principals que ens donaran una puntuació de 0 a 100 trobem el Domain Authority de Moz, o el Ahrefs Domain Rank.



Indicador De Domain Authority de Moz per a la pàgina web de Descantia



Domain Rating (DR) for <https://www.descantia.com/> is:



## What does this mean?

Domain Rating (DR) is a measure of a website's authority based on its backlink profile. The scale runs from zero to a hundred. Generally speaking, the higher this number, the stronger and more authoritative the site is.

Indicador Ahrefs Domain Rank per a la pàgina web de Descantia

Com es pot veure, aquests indicadors ens donaran resultats diferents. Es tracta d'indicadors externs a Google, així que no els hi podem donar una validesa absoluta, però són útils per tenir una idea aproximada de la nostra puntuació base, comprovar la seva evolució i comparar-la amb la de les pàgines web de la nostra competència.

L'apartat tècnic i l'adaptació a tots els dispositius depenen totalment del webmaster, en aquest cas, Descantia. De la mateixa manera, No és aquest el cas en els apartats de reputació i paraules clau, que depenen bàsicament del treball dels propietaris de cada web. Donat que la popularitat o reputació digital és l'element principal a l'hora de millorar la nostra "puntuació base", val la pena aturar-nos un moment a entendre què és i com podem millorar-la.

## La reputació digital

La opinió dels usuaris és fonamental per a Google. Els cercadors intenten oferir a l'usuari allò que està buscant. Per aquest motiu, els cercadors interpreten que és més probable que un usuari estigui buscant una pàgina que ha estat ben valorada prèviament per la resta d'usuaris. Aquesta reputació digital es mesura principalment a través de 3 qüestions:

- a) La seva activitat en *xarxes socials*. Una pàgina web vinculada a xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, TikTok...) amb molta activitat, milers de seguidors i molta interacció sempre tindrà més bon posicionament que una pàgina que no tingui cap xarxa social vinculada.

*És per aquest motiu que Descantia recomana fer ús de les xarxes socials.* Evidentment, aquesta és una recomanació genèrica: cada empresa ha de valorar el seu potencial a les xarxes i si l'esforç pot compensar els resultats. Normalment, les xarxes són molt més útils i atractives per a empreses que es dirigeixen al ciutadà com a consumidor (Business to Consumer) que a les empreses que es dediquen a proveir de béns o serveis a altres empreses (Business to Business). Però sempre és important recordar l'efecte que tenen les xarxes sobre el posicionament. En cas de no saber quines xarxes són les més apropiades o com usar-les, sempre poden contactar amb Descantia per tal que els assessorem.

- b) Els *enllaços* que apunten cap a la pàgina web. El nombre de backlinks, o enllaços d'altres pàgines cap a la nostra, és molt important de cara a la valoració que els cercadors fan de la nostra web. Google considera que una pàgina web que enllaça a una altra web l'està recomanant, així que identifica aquesta segona com a una pàgina important, amb autoritat.

La qüestió dels enllaços és segurament la més complicada en matèria de posicionament. Per ajudar-vos, a Descantia hem escrit un *manual específic sobre link-building* i sobre com aconseguir enllaços. Entre altres, us recomanem és demanar a proveïdors o clients habituals que posin un link des de la seva pàgina cap a la vostra, habitualment a canvi d'un link vostre cap a ells. Si formem part d'alguna associació empresarial o directori, també podem demanar que posin un link cap a la nostra web.

- c) Les *valoracions* i opinions que els usuaris. Els consumidors ens hem acostumat a mirar les opinions d'altres usuaris abans de reservar en un hotel. És per això que Google valora que una empresa tingui moltes ressenyes, valoracions i opinions en els diferents directoris, com ara Google Maps o Trip Advisor.

Hem de ser proactius a l'hora d'aconseguir ressenyes. Per exemple, amb cartells demanant valoracions al nostre establiment, a ser possible amb un codi QR que enllaci a la fitxa on volem que ens deixin la valoració. Per ajudar-vos a aconseguir ressenyes i conèixer millor el grau de satisfacció dels vostres clients, a Descantia hem escrit un *manual específic sobre valoracions i enquestes online*.

# COMPARTEIX LA TEVA OPINIÓ AMB NOSALTRES

Si us plau, comparteix la teva opinió · Apreciem els teus comentaris!



www.descantia.com  
C/ Orient 40, 4<sup>o</sup> 2<sup>a</sup>  
17003 Girona



IG: @exemple  
TW: @exemple  
FB: /exemple

Exemple de cartell demanant valoracions a Google My Business.

## COM USAR LES PARAULES CLAU CORRECTAMENT A LA NOSTRA PÀGINA PRINCIPAL

### Escollir les paraules adequades

Primer de tot, hem de decidir quines paraules volem posicionar. És important posar-se en la pell del nostre públic potencial i pensar quines paraules farà servir per trobar els serveis o productes que oferim. A aquestes paraules (termes de cerca) les anomenem *paraules clau*.

A cada pàgina, producte, notícia... podem aprofitar per intentar posicionar unes paraules clau concretes. Recordem que es tracta no de paraules inconnexes ("joguines", "joguineria") sinó de sintagmes de paraules ("botiga de juguines a Girona", "joguineria a Girona"...). Abans de res, us recomanem que feu una bona llista de paraules clau que us puguin resultar interessants. Per exemple, en una agència immobiliària podem pensar en:

- Agència immobiliària a Girona
- Serveis immobiliaris a Girona
- Gestió immobiliària a Girona
- Pisos en venda a Girona

Cada un d'aquests sintagmes de paraules l'intentarem posicionar en un dels apartats de la nostra web: la pàgina principal, una pàgina de serveis, una notícia... És especialment important destacar quines són les paraules clau més importants, que treballarem en la nostra pàgina principal.

Per ampliar la llista, podem preguntar a amics i familiars com buscarien els nostres productes o serveis a Internet, i a partir d'aquí anar ampliant la llista. Moltes vegades, Google mateix ens proposa paraules similars a les que hem fet servir. Per exemple, si tenim una empresa de menjar a domicili, podem decidir que la nostra paraula clau principal és "menjar a domicili Girona". Si fem aquesta cerca al Google, ens sortiran cerques relacionades on veurem que una altra paraula clau interessant és "plats cuinats girona".

### Cerques relacionades

🔍 **Glovo** girona

🔍 **König** Girona

🔍 **Uber Eats** Girona

🔍 **Plats cuinats** girona

🔍 **Gran Muralla** Girona

## COM USAR LES PARAULES CLAU CORRECTAMENT A LA PÀGINA D'INICI

La pàgina d'Inici de la nostra web és la pàgina més important de totes i, en consonància, és on hem d'intentar posicionar les paraules clau més importants. Habitualment, intentarem destacar el nostre nom corporatiu (per als clients que ja ens coneixen i ens busquin directament), el servei / producte principal que oferim i una ubicació geogràfica (hem de recordar sempre què busquen els usuaris: no busquen "restaurant italià" a seques, sinó "restaurant italià a Granollers", per exemple).

És recomanable que aquest text aparegui en els textos de la pàgina web, com ara el títol i el text de la descripció de l'empresa. *És important que aquestes paraules apareguin escrites exactament igual, així com en el títol i la descripció de la pàgina*, els anomenats metatags, que us presentem a continuació:

- Títol de la pàgina: Es tracta d'un títol breu, de màxim 69 caràcters (8-9 paraules normalment), que inclourà les paraules clau escollides.
- Descripció de la pàgina: En aquest cas, disposem de més espai, un màxim de 158 caràcters (18-20 paraules normalment), que ha de ser una petita explicació sobre nosaltres. Com en els altres apartats, és positiu que la combinació de paraules clau aparegui una vegada.

Aquests últims apartats els podem modificar des de l'apartat "General part pública" de la pestanya "Gestió".

The screenshot shows the configuration interface for the website. The left sidebar contains the following menu items: Configuració, General part privada, General part pública (highlighted), Newsletter, Productes part privada, Productes part pública, Contacta part privada, Contacta part pública, Frases part pública, Edició de pàgines, Llistar pàgina, Banners, Nou banner, Llistar banners, Paperera, and Còpies de seguretat, Realitzar còpia. The main content area is divided into three sections, each with input fields for 'Català' and 'Espanol'. The 'Títol de la web:' section contains the text 'Disseny de pàgines web Girona, posicionament web... | DESCANTIA'. The 'Descripció de la web:' section contains the text 'A Descantia som especialistes en disseny web Girona, programació, desenvolupament i posicionament d'aplicacions i pàgines web.' The 'Paraules clau de la web:' section contains the text 'Disseny web girona, posicionament web, web girona, descantia, empresa disseny web girona, programadors web, disseny de pàgines web, disseny web, empresa disseny web, dissenyador web girona, figures, dot web empreses' for Catalan and 'Diseño web girona, posicionamiento web girona, web girona, empresa diseño web girona, programadores web, programación web, diseño web, páginas web banyoles, empresa diseño web, diseñador web girona' for Spanish.

A més de col·locar aquest sintagma en aquests apartats, és positiu que el col·loquem en el títol i el text que apareixen a la nostra pàgina principal, a ser possible en negreta.

Si hem introduït correctament tota la informació (títol, títol de la pàgina, descripció ...), aviat començarem a estar ben posicionats per a les paraules clau seleccionades.

Google empresa disseny de pàgines web girona

Web Imatges Maps Vídeos Més ▾ Eines de cerca

Aproximadament 91.600 resultats (0,44 segons)

**Diseño Web en Girona - sinermedia.com**  
Anuncie [www.sinermedia.com/diseño-web-girona/](http://www.sinermedia.com/diseño-web-girona/) ▾ 972 40 51 72  
Especialistas del diseño Web Girona Creamos la Web que Necesitas.  
📍 Plaça Marquès de Camps, 17, Girona

**Cap Empresa Sense Web - Encara no tens web?**  
Anuncie [www.capempresasenseweb.cat/](http://www.capempresasenseweb.cat/) ▾ 972 11 06 68  
La teva web per només 29€ al mes!  
La promoció - Dona't'hi d'alta - Preu - Preguntes freqüents

**Pàgines web a Figueres - danibertran.com**  
Anuncie [www.danibertran.com/](http://www.danibertran.com/) ▾  
Disseny de pàgines web i catàlegs a Figueres, Roses, Empuriabrava...

**DESCANTIA: Disseny de pàgines web Girona ...**  
[www.descantia.com/](http://www.descantia.com/) ▾  
A Descantia som especialistes en disseny web Girona, programació, ... Empresa disseny web a Girona, Programació pàgines web; Posicionament web a ...

**LaMantis: Inici | Disseny | pàgines web Girona**  
[www.mantis.cat/](http://www.mantis.cat/) ▾  
LaMantis és un Estudi de Disseny web i gràfic de Girona especialitzat en la creació de projectes web a mida per a empreses i institucions.

**Anuncie**  
**Disseny de pàgines web**  
[www.descantia.com/](http://www.descantia.com/) ▾  
972 40 27 56  
Solucions web innovació i qualitat.  
El seu projecte a internet.  
📍 Carrer Orient, 40, Girona

**Disseny disseny girona**  
[www.simetrica.info/](http://www.simetrica.info/) ▾  
Disseny original i creatiu  
Logos, catàlegs, packaging, flyers

**Empresa disseny web**  
[www.mejorconweb.com/](http://www.mejorconweb.com/) ▾  
934 64 34 80  
La imatge de la seva empresa val molt. Contacti amb professionals!

**Disseny Web a Mida**  
[www.webmastervic.net/](http://www.webmastervic.net/) ▾  
Creació de pàgines Web a Mida  
Publicitat a les Xarxes Socials.

## COM USAR LES PARAULES CLAU CORRECTAMENT A LA RESTA DE PÀGINES DE LA WEB

Aquest mateix procediment el podem usar amb cadascuna de les pàgines del nostre web, per exemple, a cada apartat de serveis. Per això és important que a cada pàgina pensem què voldrem posicionar amb anterioritat, per a que els títols i textos ja estiguin encarats al posicionament d'un determinat sintagma de paraules. El títol de la pàgina i la metadescripció les podem modificar en l'apartat "Llistar pàgines" dins de la pestanya "Gestió". Recordem que hem d'intentar que el títol i el text que hi hagi en aquella pàgina continguin les paraules que volem posicionar, si és possible, com és el cas en pàgines de serveis.

The screenshot shows the 'Llistar pàgina' interface. On the left, there is a sidebar with 'Edició de pàgines' and 'Llistar pàgina' highlighted. The main area shows a table of pages. The 'Gestió' tab is selected, and the 'Edició de pàgines' sub-tab is highlighted. The table has columns for 'Títol als cercadors', 'Nom arxiu en URL', and 'Estat'. The 'Editar pàgina' button for the 'contrebalem' page is highlighted.

Títol als cercadors	Nom arxiu en URL	Estat
Disseny web girona, programació web, posicionament web...	contrebalem	Públic
Empresa de disseny web a Girona. Innovació, futur i qualitat.	projectes-web	Públic
Disseny de pàgines web a Girona, solucions de qualitat. DESCANTIA	noticies-web	Públic
Immodescantia, una casa web per immobiliàries, programa gestió immobiliària, webs per immobiliàries	http://www.immodescantia.com	Públic
tiendadescantia		En preparació
Descantia: Pàgines web a Girona i Província.	contacte	Públic

## *Com introduir les notícies per millorar el posicionament de la seva pàgina web*

*NOTA: el mateix procediment es segueix en els productes i en els immobles dels programes Tiendadescantia i Immodescantia respectivament.*

### **Introducció**

La seva pàgina web incorpora un apartat de notícies especialment pensat per millorar el posicionament de la seva pàgina web i obtenir així un millor rendiment. Introduir notícies de forma periòdica (un mínim d'una cada 3 setmanes aproximadament) és molt positiu pels següents motius:

-Genera dinamisme a la pàgina: si una pàgina no es modifica durant mesos, Google pot interpretar que es tracta d'un lloc web abandonat i que ja no està en ús, de manera que aquesta pàgina estarà pitjor posicionada.

-Genera contingut de qualitat: la nostra pàgina web és la nostra finestra al món, pel que l'hem de cuidar i treballar acuradament. A més, les notícies són una bona oportunitat per ampliar la web i generar un contingut que sigui interessant per als nostres clients potencials. Per exemple, si el nostre negoci és un restaurant, podem posar una notícia amb una recepta d'un dels nostres plats, o si ens dediquem al sector turístic o immobiliari, explicar els atractius de la zona en què treballem.

-Posiciona nous termes de cerca (paraules clau): cada notícia ens pot servir per posicionar paraules noves en què aparèixer. El gestor de continguts Descantia està pensat per maximitzar l'ús a cada notícia, així que val la pena tenir clar com usar els camps.

Per a que el contingut sigui de qualitat, és important:

- Que el text no contingui faltes d'ortografia
- Que el text vagi acompanyat d'una imatge adequada
- Que sigui d'una durada correcta. No serveix de res entrar notícies amb una única línia de text: no cal introduir textos molt llargs, però com a mínim cada notícia hauria de constar d'un parell de paràgrafs

**ACLARIMENT:** En tot el manual, quan parlem de notícies, no ens referim a un tema "d'actualitat" sinó a un text que entrem nosaltres periòdicament, que pot ser d'actualitat o no. El funcionament resulta molt semblant al d'un bloc, en aquest sentit. I és molt important que l'enfoquem de cara al posicionament: que sapiguem quines paraules volem posicionar i com les podem encaixar, així podrem obtenir-ne un major retorn.

Quan entrem notícies, hem de comprendre que no només estem escrivint per als lectors potencials, sinó també per al cercador, i que l'objectiu és tant oferir bona informació com posicionar unes paraules determinades. A vegades la notícia que entrem no resulta especialment interessant per a un visitant de la web (com per exemple, quan aconseguim un nou client o contracte) però sí que ens ajuda a posicionar unes paraules clau concretes.



## Sobre què escriure?

A vegades resulta complicat pensar quines notícies podem introduir. En aquest sentit, és important estar al dia dels continguts de la nostra temàtica i quins són els “hot topics”, els temes sobre els que parla la gent interessada en el nostre àmbit. Resulta molt recomanable trobar *bones fonts de contingut*, pàgines o diaris digitals de la temàtica (hi ha publicacions informatives digitals de pràcticament qualsevol àrea professional) dels quals podem obtenir idees, usar en xarxes socials... Recordem però que plagiar és un delictes: podem usar les fonts directament en xarxes socials, comentar-les, donar la nostra perspectiva... però no copiar literalment el text. Si no teniu idees, a continuació us expliquem 6 tipus de posts molt fàcils i habituals per perdre-li la por a la pàgina en blanc.

### - *Capsules gratuïtes d'informació*

El contingut més recomanable per a un blog o xarxes és el que ofereix informació gratuïta a l'usuari: recomanacions, tutorials... Només cal recordar l'auge del concepte Do It Yourself, que podem aprofitar per lluir expertesa. Encara que moltes empreses són reticents a oferir consells gratuïts, és una manera excel·lent de donar-se a conèixer, de tenir clients fidelitzats, de millorar la imatge de la nostra marca... I de demostrar la nostra vàlua a potencials clients nous. Alguns exemples serien receptes de cuina si tenim un restaurant, servei de càtering o som un productor o distribuïdor agroalimentari, exercicis individuals si tenim una empresa de serveis a la persona, instruccions d'ús o muntatge...

### - *Informació sobre negocis i activitats complementaris*

Una empresa no és quelcom aïllat sinó que forma part d'un entorn econòmic i social del qual podem informar. L'exemple més evident és el d'informar de negocis i activitats complementaris en el territori on operem. És excel·lent per treballar aliances i partnerships amb altres empreses i, per exemple, millorar el posicionament amb link-building. Un allotjament turístic pot informar de restaurants de la zona, rutes senderistes, activitats esportives... I viceversa. Si tenim una empresa d'activitats lúdiques, podem recomanar allotjaments, museus de la zona... En un altre cas, podem explicar quines eines o matèries primeres utilitzem. Un restaurant pot explicar les diferències entre varietats de tomàquet de forma similar a com una empresa de maquinària pot explicar quins són els millors productes per a la higiene o manteniment d'una màquina.

### - *Beneficis del nostre producte/servei*

Allò que no es comunica no existeix. Això també implica que, si nosaltres no expliquem el nostre avantatge competitiu o els beneficis d'adquirir el nostre producte o servei, no tots els clients potencials els coneixeran. Hem de ser el més concrets possibles: hi ha una gran diferència entre afirmar que “els nostres preus són un 30% inferiors a la mitjana del sector” i afirmar que “tenim uns preus molt competitius”. Alguns exemples poden ser beneficis enfront una problemàtica concreta, beneficis indirectes per a l'usuari o la responsabilitat social corporativa de l'empresa.

## - *Actualitat del sector*

L'expertesa i el coneixement tenen un gran valor i ajuden a que els clients ens contractin. Demostrar aquest coneixement és oferir als clients potencials un incentiu per a que confiïn en nosaltres enlloc de fer-ho en la competència. Alguns exemples poden ser canvis en la normativa legal del sector, l'evolució del mercat o l'aparició de nous productes o tendències.

## - *Projectes realitzats*

En empreses B2B o concentrades en uns pocs projectes a l'any (com ara empreses de construcció o enginyeria) val la pena explicar cada un d'aquests projectes. Possiblement no es tracti de contingut que capti gaire interès per al públic general, però que sí que ens permet treballar molt fàcilment el posicionament web de la nostra pàgina. També es pot aplicar la mateixa lògica a la incorporació de productes destacats en el catàleg d'una botiga online.

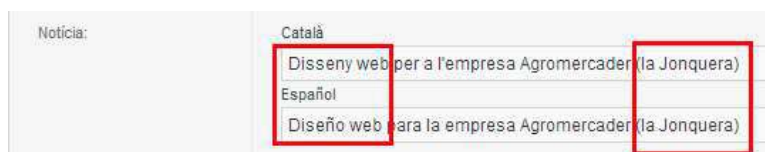
## - *Històries, recomanacions i trivïa*

Els ciutadans som curiosos i ens encanten les històries explicades amb gràcia, les anècdotes, curiositats... Cada sector i cada territori té infinitat de curiositats a explicar. I a Internet podem trobar moltíssima informació sobre Història, trivialitats, recomanacions de llibres o vídeos...

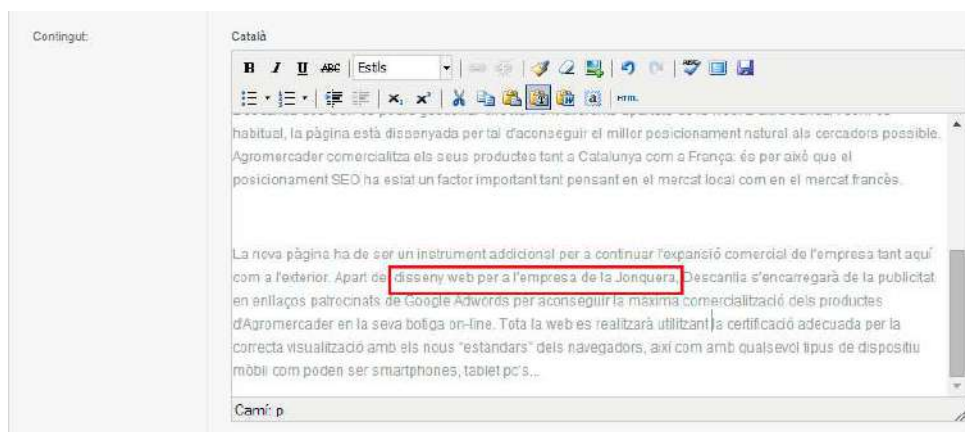
## Procediment per escriure una notícia pensant en posicionament

Seguim uns passos i us mostrarem una notícia que vam entrar a la nostra web i com en vam obtenir un retorn:

- 1) El més important és saber escollir quines paraules clau volem posicionar. Si és possible, que tingui relació amb el tema de la notícia, però moltes vegades no té res a veure: no passa res si ho treballem bé i dissimuladament. En l'exemple, aprofitem que programem un web d'una empresa amb seu a la Jonquera per posicionar els termes "disseny web la Jonquera" (CAT) i "diseño web la Jonquera" (ESP). Aquest és un exemple del que mencionàvem de notícia clarament enfocada a posicionament: el fet que una empresa de la Jonquera ens contractés no resulta de gaire interès per a un visitant de la pàgina, però ens ajuda al posicionament.
- 2) Introduïm el títol de la notícia. És important que el títol no sigui massa llarg (7-10 paraules aproximadament, poden ser més òbviament però sense excedir-nos) i en el qual constin les paraules que volem posicionar. Si el sintagma de paraules es pot posar junt ("disseny web la Jonquera"), doncs millor, però si les paraules que componen aquest sintagma s'han de posar separades ("Disseny web per a l'empresa de La Jonquera...") també serveix.



- 3) Introduïm el text de la notícia: un text de mida mitjana (un parell de paràgrafs serviran) en el qual, en algun lloc, constaran les paraules clau escollides. En cas que no tinguin molt a veure, segur que les podrem posar de forma discreta: per exemple, afegint una frase al final de tot de l'estil: "contacti amb X, l'empresa de referència en [paraules clau], per a més informació".



- 4) Introduïm el títol de la pàgina. Es tracta d'un títol breu, de màxim 69 caràcters (8-9 paraules normalment), que inclourà les paraules clau escollides. No l'hem de confondre amb el títol de la notícia, encara que poden ser idèntics. El títol de la pàgina és una peça d'informació que no resulta en principi visible a l'usuari sinó que és informació pel cercador. Si passem el cursor per sobre la pestanya de navegació, ens apareixerà aquest títol de la pàgina, que també apareix quan fem una cerca al Google.



- 5) El següent camp és la descripció de la pàgina, també coneguda com *metadescripció*. En aquest cas, disposem de més espai, un màxim de 158 caràcters (18-20 paraules normalment), que ha de ser un mini-resum de la notícia. Com en els altres apartats, és positiu que la combinació de paraules clau aparegui una vegada.

La metadescripció tampoc resulta, en principi, visible a l'usuari, sinó que és un text que apareix només quan fem una cerca: és un petit text en negreta, que apareix a sota la direcció (veure més avall). El que és més important, doncs, és que sigui un petit text atractiu que faci venir ganes a l'usuari de clicar en aquest enllaç i no en un altre dels que li apareixen en el resultat de Google.

The screenshot shows the 'Edit data' form for a news item in the Descantia admin interface. The form is divided into several sections:

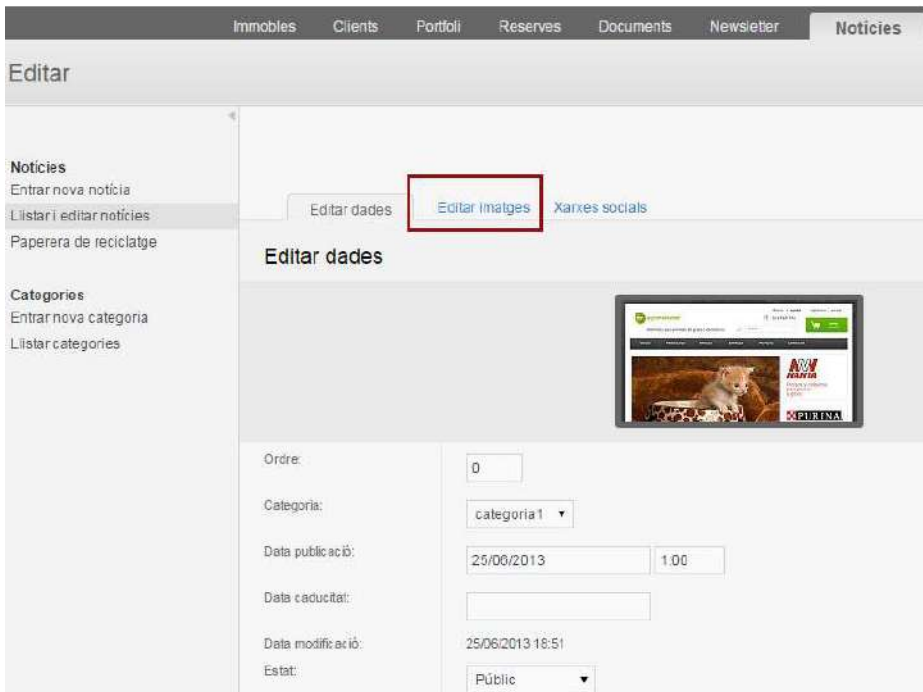
- URL (3):** A text input field.
- Video (youtube, metacafe...):** A large text area for video links.
- Adjunt:** A section for attachments with a 'Seleccionar archivo' button and a note 'Ningún archivo seleccionado (máxim 5 adjunts a l'hora)'.
- Títol de la pàgina, max: 60-60 caràcters, Gptm < 65 car:** A title field with two versions: Catalan ('Descantia realitza el nou disseny web per a Agromercader (la Jonquera)') and Spanish ('Descantia realiza el nuevo diseño web para Agromercader (la Jonquera)'). The terms 'disseny web' and 'la Jonquera' are highlighted with red boxes.
- Descripció de la pàgina, max: 158-158 caràcters:::** A description field with two versions: Catalan ('Descantia està finalitzant el disseny web de la botiga on-line de l'empresa de la Jonquera Agromercader, pertanyen') and Spanish ('Descantia está finalizando el diseño web de la tienda on-line de la empresa de la Jonquera Agromercader, pertene'). The terms 'disseny web' and 'la Jonquera' are highlighted with red boxes.
- Paraules clau:** A field for keywords with two versions: Catalan ('Descantia, clients, comerç electrònic, PayPal, pagaments, acords, disseny web la Jonquera, botigues on-line, veteri') and Spanish ('Descantia, clientes, comercio electrónico, PayPal, pagos, acuerdos, diseño web la Jonquera, tiendas on-line, veteri').
- Item de la pàgina en URL. Ex: www.lamejavcb.com/nom-de-la-pagina.htm max: 90 caràcters:** A field for the page item URL with two versions: Catalan ('disseny-web-la-jonquera') and Spanish ('diseño-web-la-jonquera').

- 6) Introduïrem la que volem que sigui l'URL de la pàgina de la notícia. Hem de tenir en compte que es tracta d'un apartat especial, en el qual *no pot haver signes de puntuació (inclosos accents, dièresi etc.) o grafies que no hi hagi als Estats Units (com la ñ en castellà o la l·l en català)*. Les paraules aniran separades per un guió. No cal que usem les paraules clau seleccionades si no pinten res a la notícia i les hem colat, però si podem, doncs millor.

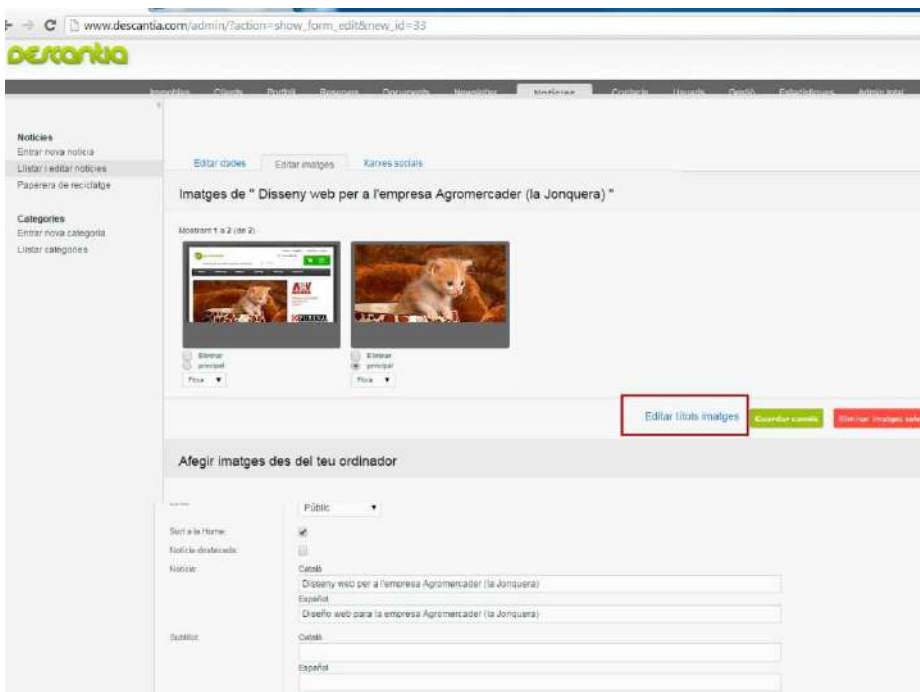


NOTA IMPORTANT: La URL és l'adreça de la pàgina. Per aquest motiu, no hem de repetir mai una URL. *En cas que repetim l'URL en 2 pàgines diferents, totes dues deixaran de funcionar!*

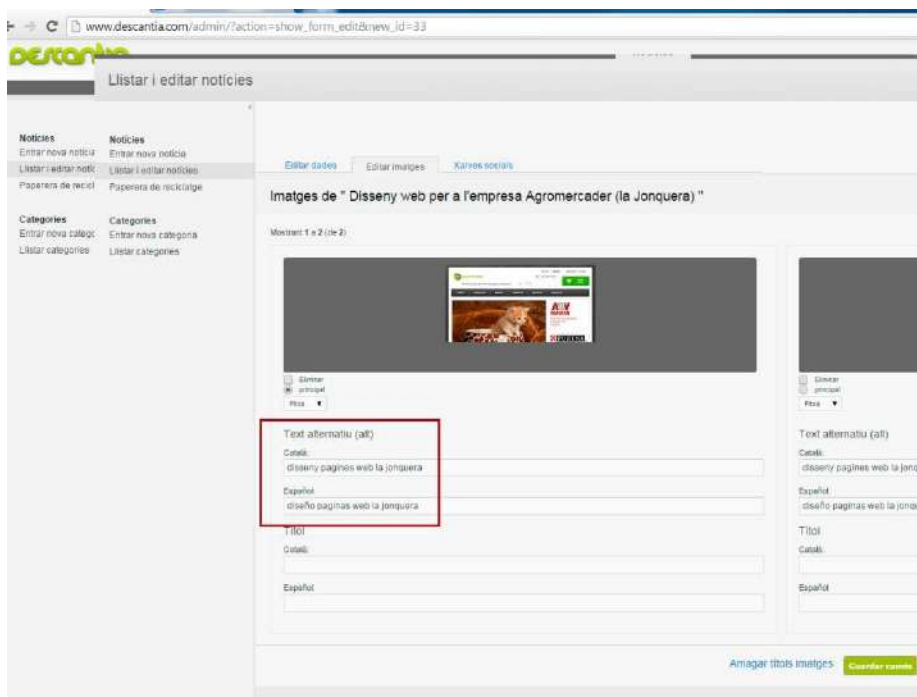
7) El següent (i últim) camp que hem d'emplenar no es troba en l'apartat de text de la notícia/producte/immoble, sinó en l'apartat d'imatges corresponent.



Aquí, podem editar el títol que tindran les imatges que adjuntem a la notícia.



En l'apartat "alt title" (títol alternatiu d'imatge), introduïrem les paraules clau que estiguem intentant posicionar.



Aquest títol indica a Google què és la imatge que acabem de penjar. D'aquesta forma, quan algú realitza una cerca a Google Images, li apareixerà aquesta imatge.



## Conclusió

Si hem fet bé la feina, probablement al cap d'uns dies apareixerem ben amunt en els cercadors per les paraules que hem escollit. El que apareixerà serà (per ordre) el títol de la pàgina, la URL introduïda i la descripció. En aquest cas, vam aconseguir la primera posició de posicionament natural. Molt bé!

The screenshot shows a Google search results page for the query "disseny web la jonquera". The search bar at the top contains the text "disseny web la jonquera". Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Maps", "Imatges", "Videós", "Més", and "Eines de cerca". The search results are displayed in a list format. The first result is "Diseño Web en Girona - sinermedia.com" with a yellow "Anunci" (Advertisement) label. The second result is "Web adaptada a mòbils - capempresasenseweb.cat" with a yellow "Anunci" label. The third result is "Disseny de pàgines web - descantia.com" with a yellow "Anunci" label. The fourth result is "Disseny web per a l'empresa Agromercader (la Jonquera)" with a yellow "Anunci" label and is highlighted with a red rectangular box. The fifth result is "Estudi de disseny - La Jonquera-disseny-web - disseny web" with a yellow "Anunci" label. On the right side of the page, there are several more search results, including "La web de la teva empresa", "Disseny Web a Mida", "Disseny pàgines Web", and "Disseny web Montaweb.com".

Aproximadament 380.000 resultats (0,49 segons)

**Diseño Web en Girona - sinermedia.com**  
Anunci [www.sinermedia.com/diseño-web-girona/](http://www.sinermedia.com/diseño-web-girona/)  
Especialistas del diseño Web Girona Creamos la Web que Necesitas.

**Web adaptada a mòbils - capempresasenseweb.cat**  
Anunci [www.capempresasenseweb.cat/](http://www.capempresasenseweb.cat/) 972 11 06 68  
Accessible de qualsevol dispositiu i integrada amb les xarxes socials.  
La promoció - Preguntes freqüents - Característiques - Preu

**Disseny de pàgines web - descantia.com**  
Anunci [www.descantia.com/](http://www.descantia.com/) 972 40 27 56  
Disseny de pàgines web a mida. Webs professionals al millor preu!

**Disseny web per a l'empresa Agromercader (la Jonquera)**  
[www.descantia.com/cat/p/news/new/...web/disseny-web-la-jonquera.htm](http://www.descantia.com/cat/p/news/new/...web/disseny-web-la-jonquera.htm)  
25/06/2013 - Descantia està finalitzant el **disseny web** de la botiga on-line de l'empresa de la Jonquera Agromercader, pertanyent al Grup Mercader.

**Estudi de disseny - La Jonquera-disseny-web - disseny web**  
[www.dissenybarcelona.es/disseny-La%20Jonquera-disseny-web.html](http://www.dissenybarcelona.es/disseny-La%20Jonquera-disseny-web.html)  
Estudi de disseny a La Jonquera-disseny-web des de fa més de 10 anys creant pàgines web a La Jonquera-disseny-web, logotips, catàlegs i imatge ...

**La web de la teva empresa**  
[www.elevenwebs.com/](http://www.elevenwebs.com/)  
Dissenyem, programem i maquetem webs per a PIMES. Consultans!

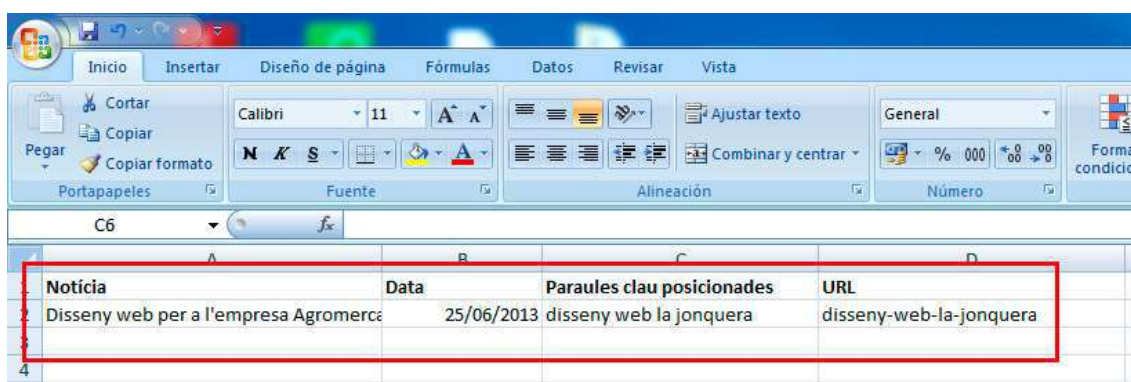
**Disseny Web a Mida**  
[www.webmasteric.net/](http://www.webmasteric.net/)  
Creació de pàgines Web a Mida  
Publicitat a les Xarxes Socials.

**Disseny pàgines Web**  
[www.webmasteric.com/](http://www.webmasteric.com/)  
Webmasteric.Disseny de pàgines web aplicacions web a mida i buscadors

**Disseny web Montaweb.com**  
[www.montaweb.com/](http://www.montaweb.com/)  
Webs creatives ràpides intuïtives  
Experts en posicionament web.

**Pàgines web a Figueres**

Cadascuna de les pàgines (pàgina principal, cada apartat de la web, cada notícia, cada producte, cada immoble) ens pot servir per posicionar una combinació de paraules. És per això que és important recordar quines paraules clau hem utilitzat i no repetir la URL. Ens podem ajudar d'un Excel o afegir la data al final. En el cas de productes o immobles de Tiendadescantia o Immodescantia, una bona solució també és afegir la referència al final de la URL: per exemple, "pis-en-venda-girona-521", o "disseny-web-la-jonquera-250613".



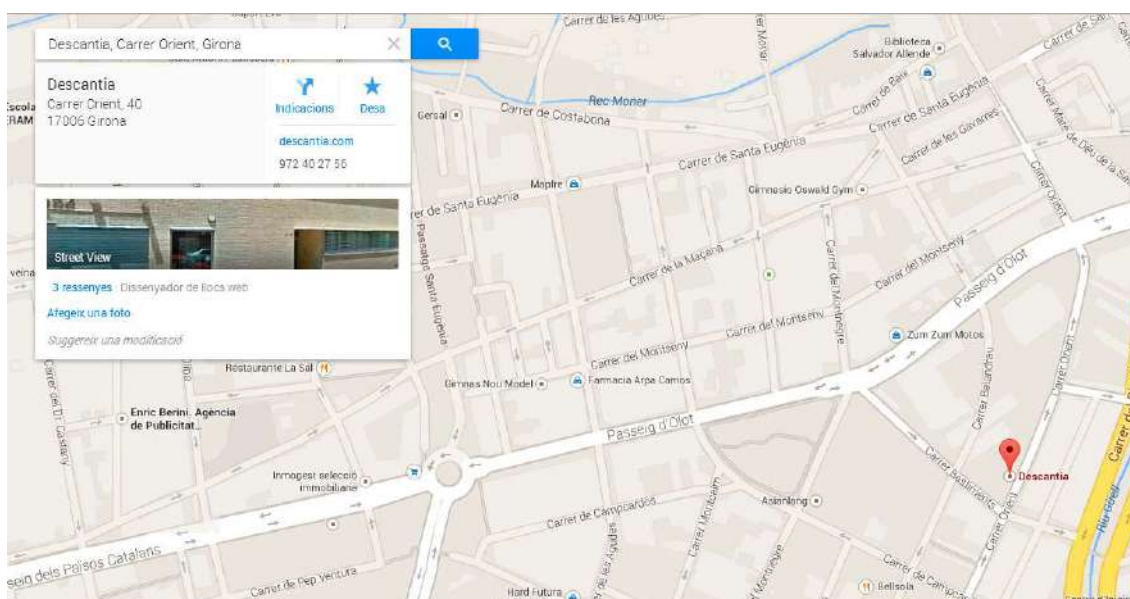
Noticia	Data	Paraules clau posicionades	URL
Disseny web per a l'empresa Agromerca	25/06/2013	disseny web la jonquera	disseny-web-la-jonquera

Per a qualsevol dubte relacionat amb el posicionament de les notícies, recordin que estem a la seva disposició.

## ALTRES FACTORS DE POSICIONAMENT: ELS DIRECTORIS LOCALS

### Què són els directoris d'Internet

A vegades trobar el negoci que busquem a la xarxa pot ser complicat. És per això que els tradicionals llistats de telèfons o negocis (Pàgines Grogues...) s'han reconvertit en la forma de directoris a la xarxa. Els directoris locals són pàgines en què apareixen els diferents tipus de negoci que hi ha en una ciutat. El més important és el *Google Places* ([www.google.es/business/placesforbusiness/](http://www.google.es/business/placesforbusiness/)), que funciona com un complement al popular Google Maps.



Altres directoris locals en què és recomanable donar-se d'alta són *Foursquare, Yelp, QDQ, Lanetro, Salir.com ...*

Aparèixer en aquests cercadors pot resultar molt útil: pot atraure nous clients al nostre negoci, facilitar la nostra ubicació, i contribuir a un millor posicionament general de la pàgina.

Per aparèixer en un directori local, cal donar-se d'alta. Es tracta d'un procediment totalment gratuït en la majoria de casos i relativament senzill.

En algunes ocasions, comprovarem que el nostre negoci ja apareix al directori. Això pot ser perquè algun client ens hagi donat d'alta o perquè el mateix directori ens ha inclòs, atès que intenten actualitzar de forma periòdica. Si aquest és el cas, hem de reclamar la propietat sobre aquesta empresa a través d'una comprovació telefònica bastant ràpida.

En cas de no aparèixer, haurem d'introduir una nova fitxa amb les nostres dades. El directori en qüestió enviarà una carta per correu postal ordinari (sol tardar unes 2 setmanes a arribar) amb un codi numèric que haurem d'introduir per demostrar que som els propietaris de l'empresa corresponent.

Sobretot és molt important que omplim tots els camps de la fitxa: nom, descripció, horari, imatges...

## ACTUALITZACIONS I MÉS INFORMACIÓ

Anteriorment hem explicat els principals factors que influeixen en el posicionament d'una pàgina i les eines que li proporciona el gestor de continguts Descantia. Però el posicionament va canviant de forma periòdica, ja que els principals cercadors (Google, Bing ...) es van actualitzant. Cap motiu d'alarma: aquests canvis en la manera d'entendre el posicionament es realitzen potser un cop a l'any o cada dos anys, i no modifiquen els principis centrals en què es basa el posicionament (qualitat tècnica, reputació digital, paraules que apareixen a la web).

Així mateix, Descantia realitza serveis addicionals de gestió de posicionament web i de Google Adwords en què pren el control directe per obtenir els millors resultats en la introducció de textos i continguts de la pàgina. Disposem de programes informàtics que ens permeten optimitzar al màxim cada pàgina i així maximitzar el rendiment econòmic de la seva web. El servei de posicionament també inclou assessorament en la gestió de xarxes socials. Per a més informació sobre els nostres serveis addicionals de posicionament, contacteu amb nosaltres o visiteu la nostra pàgina <http://www.descantia.com/cat/posicionament-web.html>.

Per a qualsevol dubte, contacteu amb nosaltres per telèfon en horari laboral als matins o per correu electrònic a [seo@descantia.com](mailto:seo@descantia.com)

## En resum, no oblideu:

- 1-*Utilitzeu les xarxes socials*. Sense presència a les xarxes, serà molt difícil millorar el vostre Page-Rank i sortir ben posicionats
- 2-*Intenteu aconseguir links cap a la vostra pàgina* web. Ho podeu demanar per exemple als vostres clients, proveïdors o associacions de les que formeu part.
- 3-*Feu-vos una llista de sintagmes de paraules* per a les quals vulgueu sortir ben posicionats. Poseu-vos a la pell dels vostres clients potencials.
- 4-A la vostra pàgina principal, posicioneu *el vostre nom, el tipus de negoci que sou i on us ubiqueu*.
- 5-Recordeu que a cada pàgina, notícia, producte... *podeu posicionar un sintagma de paraules diferent*.
- 6-Quan entreu una notícia, *tingueu ben clar quines paraules voleu posicionar*.
- 7-Els textos de les notícies *no han de tenir faltes d'ortografia i tenir un mínim de 2 paràgrafs*.
- 8-*Les URL* d'un producte o notícia *no es poden repetir MAI* ni contenir ortografies com accents, ñ...
- 9-Registrar-se als directoris locals com *Google Places* és senzill, gratuït i molt útil.
- 10-El posicionament és una lluita amb recompensa a llarg termini. *Paciència i constància!*

