

Como posicionar su página web Descantia en los buscadores

CÓMO FUNCIONA EL POSICIONAMIENTO

COMPRENDER EL POSICIONAMIENTO

Para posicionar bien una página, hay que comprender cómo funcionan los buscadores como Google o Bing. Su intención es siempre enseñar al internauta aquello que cree que está buscando. Es por eso que prioriza las páginas de mayor calidad, con mejores referencias y cuyo contenido se ajusta más a aquello que el internauta ha introducido en el buscador.

Por este motivo, podemos resumir que, a grandes trazos, el posicionamiento depende de tres factores:

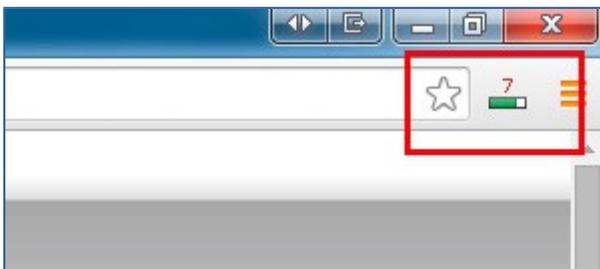
- A) **La calidad técnica de la web:** si una página contiene errores técnicos, es muy lenta al cargar o contiene demasiados ficheros Java script, el posicionamiento se resentirá. Se trata de un apartado de total responsabilidad y prioridad para Descantia.
- B) **La reputación digital de la página:** la opinión de los usuarios es de máxima importancia para el posicionamiento. Una página web muy popular en las redes sociales o a la que apunten muchos links verá incrementar su Page Rank y saldrá mejor posicionada.
- C) **El uso de palabras clave adecuadas (tags).** Si en nuestra página no aparece por ninguna parte la palabra “juguetes”, es difícil que aparezcamos por ninguna parte cuando un cliente potencial busque “juguetes en Girona” en el Google. Es por eso que debemos pensar qué palabras usará un internauta para buscar el servicio o producto que nosotros ofrecemos

El apartado técnico depende totalmente del web máster, en este caso, Descantia. No así los apartados de reputación y palabras clave, que dependerán sobretodo del trabajo del propietario de cada web.

Vale la pena detenernos un momento a entender qué es la reputación digital y cómo podemos mejorarla.

LA REPUTACIÓN DIGITAL

Los buscadores intentan ofrecer al usuario aquello que está buscando. Por este motivo, los buscadores interpretan que es más probable que un usuario esté buscando una página con miles de seguidores en Facebook o Twitter que no una página que no tenga presencia **en las redes sociales**. Del mismo modo, se valora que haya muchos links que se dirijan hacia una página web: implica que muchas páginas tienen a la página X como una referencia. Y no sólo la cantidad de links, sino la importancia de las páginas que apuntan hacia dicha página. Es lo que se conoce como **link-building**. Ambos conceptos (link-building y redes sociales) son los principales factores para recibir una puntuación llamada **Page-Rank**, que oscila entre el 0 y el 10. Sólo las grandes empresas y medios de comunicación tienen un Page-Rank de 5 o mayor: la inmensa mayoría de páginas web tienen un Page-Rank de 0 o de 1. Si se consigue un Page-Rank de 2 o 3, lo más probable es que ya se aparezca casi siempre en la primera página del buscador.



Es por este motivo que Descantia recomienda hacer uso de las redes sociales. Evidentemente, ésta es una recomendación genérica: cada empresa debe valorar su potencial en las redes y si el esfuerzo va a compensar los resultados. Normalmente, las redes resultan mucho más útiles y atractivas para empresas que se dirigen al ciudadano como consumidor que a las empresas que se dedican a proveer de bienes o servicios a otras empresas. Pero siempre es importante recordar el efecto que tienen las redes sobre el posicionamiento. En caso de no saber qué redes son las más apropiadas o cómo usarlas, siempre pueden contactar con Descantia para asesoramiento.

Asimismo, es importante recordar la cuestión de los enlaces. Se trata seguramente de la cuestión más complicada en materia de posicionamiento. Cada página diseñada por Descantia cuenta con un enlace desde nuestra propia página web para contribuir a su posicionamiento. Conseguir links resulta bastante complicado: una opción que os recomendamos es pedir a proveedores o clientes habituales un link desde su página hacia la vuestra, habitualmente a cambio de un link vuestro hacia ellos. De esta forma, ambas páginas se verán beneficiadas. Si formamos parte de alguna asociación empresarial o directorio, también podemos pedir un link hacia nuestra web.

Como usar las palabras clave correctamente en nuestra página principal

ELEGIR LAS PALABRAS ADECUADAS

Antes que nada, debemos decidir qué palabras queremos posicionar. Es importante ponerse en la piel de nuestro público potencial y pensar qué palabras usará para encontrar los servicios o productos que ofrecemos. A estas palabras (términos de búsqueda) las llamamos palabras clave.

En cada página, producto, noticia... podemos aprovechar para intentar posicionar unas palabras clave concretas. Recordemos que no se trata de palabras inconexas (“juguetes”, “juguetería”) si no de sintagmas de palabras (“tienda de juguetes en Girona”, “juguetería en Girona”...). Antes de nada, os recomendamos una buena lista de palabras clave que os puedan resultar interesantes. Por ejemplo, en una inmobiliaria, podríamos pensar en:

- Agencia inmobiliaria en Girona
- Servicios inmobiliarios en Girona
- Gestión inmobiliaria en Girona
- Pisos en venta en Girona
- Piso en venta en Girona
- ...

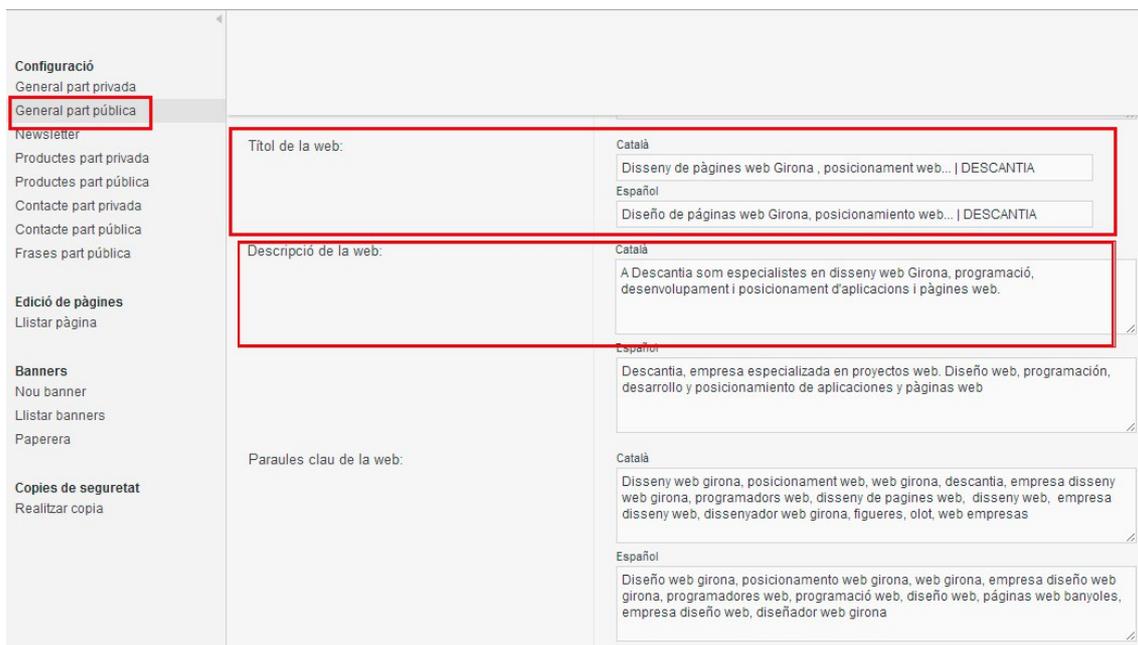
Intentaremos posicionar cada uno de estos sintagmas de palabras en uno de los apartados de nuestra web: la página principal, una página de servicios, una noticia... Es especialmente importante destacar cuáles son las palabras clave más importantes, que trabajaremos en nuestra página principal. Habitualmente, intentaremos destacar nuestro nombre corporativo (para los clientes que nos conozcan y nos busquen directamente), el servicio / producto principal que ofrecemos y una ubicación geográfica (debemos recordar siempre qué buscan los usuarios: no buscan “restaurante italiano” a secas sino “restaurante italiano en Granollers”, por ejemplo).

Siguiendo con el ejemplo anterior, asignaríamos a la portada el sintagma “Agencia inmobiliaria XXXXXX de Girona”.

Es importante que estas palabras aparezcan escritas exactamente igual en el título principal de la home (página principal), así como en el título y la descripción de la página.

- Títol de la pàgina: Se trata de un título breve, de máximo 69 caracteres (8-9 palabras normalmente), que incluirá las palabras clave escogidas.
- Descripción de la página: En este caso, disponemos de más espacio, un máximo de 158 caracteres (18-20 palabras habitualmente), que debe ser una pequeña explicación sobre nosotros. Como en los otros apartados, es positivo que la combinación de palabras clave aparezca una vez.

Estos últimos apartados los podemos modificar desde el apartado “General parte pública” de la pestaña “Gestión”.



Además de colocar este sintagma en estos apartados, es positivo que lo coloquemos en el título y el texto que aparecen en nuestra página principal, a ser posible en negrita.

Si hemos introducido correctamente toda la información (título, título de la página, descripción...), pronto empezaremos a estar bien posicionados para las palabras clave elegidas.

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
Anunci 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?
Anunci 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
Anunci www.danibertran.com/ ▾
Disseny de pàgines web i catàlegs a Figueres, Roses, Empuriabrava...

DESCANTIA: Disseny de pàgines web Girona ...
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 i pàgines web Girona
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.

Anuncis

Disseny de pàgines web
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/ ▾
Disseny original i creatius
Logos, catàlegs, packaging, flyers

Empresa disseny web
www.mejorconweb.com/ ▾
934 64 34 80
La imatge de la seva empresa val molt, Contacti amb professionals!

Disseny Web a Mida
www.webmasteric.net/ ▾
Creació de pàgines Web a Mida
Publicitat a les Xarxes Socials.

Este mismo procedimiento lo podemos usar con cada una de las páginas de nuestra web, por ejemplo, en cada apartado de servicios. El título de la página y la metadescripción de cada página los podremos modificar en el apartado “Listar páginas” dentro de la pestaña “Gestión”.

Nom menú o títol cos	Títol al cos
1 - Inici	Disseny web Girona, pàgines web i aplicacions a mida, posicionament web, botigues on-line ...
2 - Com treballem	
3 - Projectes	
4 - Notícies	

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

Como introducir las noticias para mejorar el posicionamiento de su página web

NOTA: el mismo procedimiento se sigue en los productos y en los inmuebles de los programas Tiendadescantia e Immodescantia respectivamente.

INTRODUCCIÓN

Su página web incorpora un apartado de noticias especialmente pensado para mejorar el posicionamiento de su página web y obtener así un mejor rendimiento. Introducir noticias de forma periódica (un mínimo de una cada 3 semanas aproximadamente) es muy positivo por los siguientes motivos:

-Genera dinamismo en la página: si una página no se modifica durante meses, Google puede interpretar que se trata de un sitio web abandonado y que ya no está en uso, por lo que dicha página estará muy mal posicionada.

-Genera contenido de calidad: nuestra página web es nuestra ventana al mundo, por lo que la debemos cuidar y trabajar atentamente. Además, las noticias son una buena oportunidad para ampliar la web y generar un contenido que sea interesante para nuestros clientes. Por ejemplo, si nuestro negocio es un restaurante podemos poner una noticia con la receta de uno de

nuestros platos, o si nos dedicamos al sector turístico o inmobiliario, explicar los atractivos de la zona en que trabajamos.

Para que el contenido sea de calidad, es importante:

- Que el texto no contenga faltas de ortografía
- Que el texto vaya acompañado de una imagen adecuada
- Que sea de una duración correcta. No sirve de nada entrar noticias con una única línea de texto: no hace falta introducir textos muy largos, pero como mínimo cada noticia debería constar de un par de párrafos

-Posiciona nuevos términos de búsqueda (palabras clave): cada noticia nos puede servir para posicionar palabras nuevas en las que aparecer. El gestor de contenidos Descantia está pensado para maximizar el uso a cada noticia, así que vale la pena tener claro cómo usar los campos.

ACLARACIÓN: En todo el manual, cuando hablamos de noticias, no nos referimos a un tema "de actualidad" sino a un texto que entramos nosotros periódicamente, que puede ser de actualidad o no. El funcionamiento resulta muy parecido al de un blog, en este sentido. Y es muy importante que el enfocamos de cara al posicionamiento: que sepamos qué palabras queremos posicionar y como las podemos encajar, así podremos obtener un mayor retorno.

Cuando entramos noticias, debemos comprender que no sólo estamos escribiendo para los lectores potenciales, sino también para el buscador, y que el objetivo es tanto ofrecer buena información como posicionar unas palabras determinadas. A veces la noticia de que entramos no resulta especialmente interesante para un visitante de la web (como por ejemplo, cuando conseguimos un nuevo cliente o contrato) pero sí nos ayuda a posicionar unas palabras clave concretas.

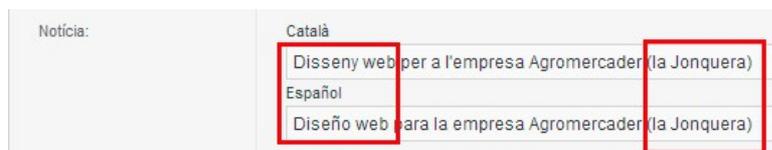
PROCEDIMIENTO

Seguiremos una serie de pasos y os mostraremos un ejemplo de una noticia que entramos en nuestra propia página web y como obtuvimos un retorno:

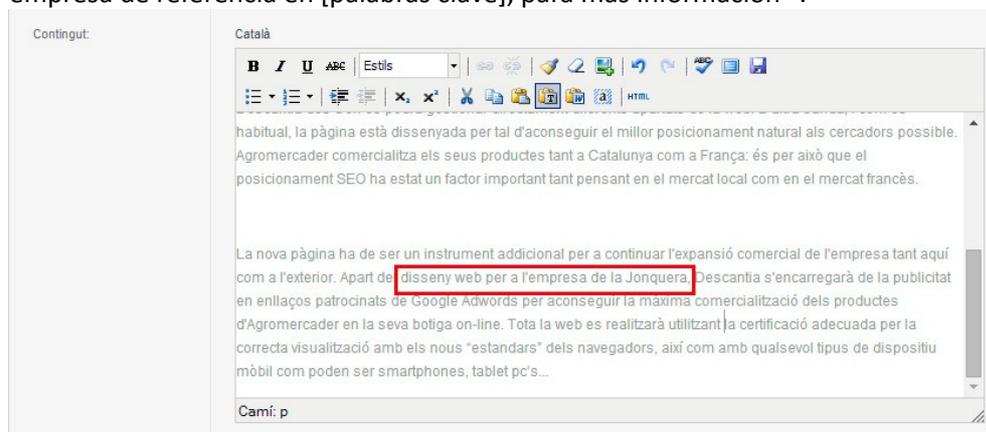
- 1) El Lo más importante es saber elegir qué palabras clave queremos posicionar. Si es posible, que tenga relación con el tema de la noticia, pero muchas veces no tiene nada que ver: no pasa nada si lo trabajamos bien y disimuladamente. En el

ejemplo, aprovechamos que programamos una web de una empresa con sede en La Jonquera para posicionar los términos "disseny web La Jonquera" (CAT) y "diseño web La Jonquera" (ESP). Este es un ejemplo de lo que mencionábamos de noticia claramente enfocada a posicionamiento: el hecho de que una empresa de La Jonquera nos contratara no resulta de mucho interés para un visitante de la página, pero nos ayuda al posicionamiento.

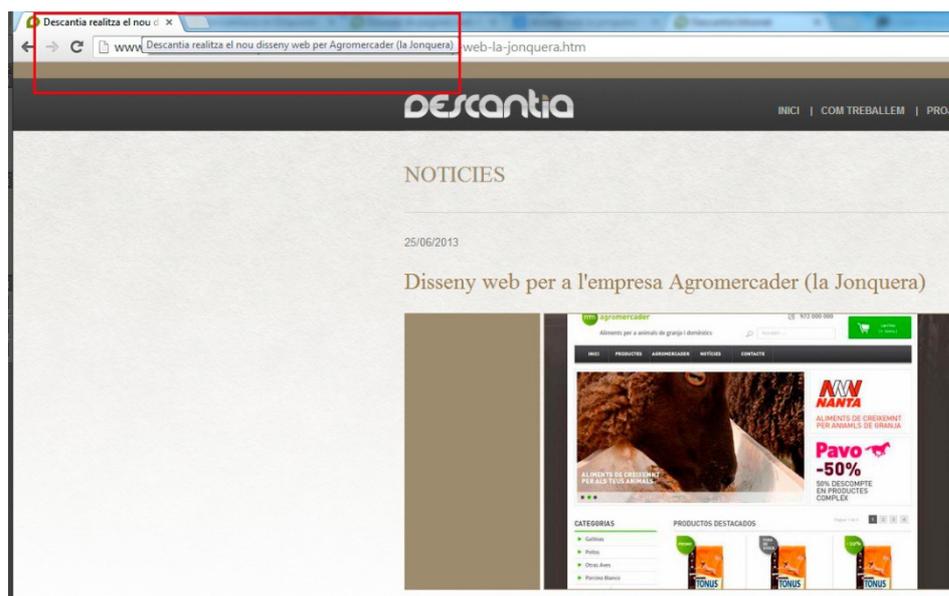
- 2) Introducimos el título de la noticia. Es importante que el título no sea demasiado largo (7-10 palabras aproximadamente, pueden ser más obviamente pero sin excedernos) y en el que consten las palabras que queremos posicionar. Si el sintagma de palabras se puede poner junto ("diseño web La Jonquera"), pues mejor, pero si las palabras que componen este sintagma se pondrán separadas ("Diseño web para la empresa de la Jonquera ") también sirve.



- 3) Introducimos el texto de la noticia: un texto de tamaño medio (un par de párrafos servirán) en el que, en algún lugar, constarán las palabras clave elegidas. En caso de que no tengan mucho que ver, seguro que las podremos poner de forma discreta: por ejemplo, añadiendo una frase al final de todo del estilo: "contacte con X, la empresa de referencia en [palabras clave], para más información".



- 4) Introducimos el título de la página. Se trata de un título breve, de máximo 69 caracteres (8-9 palabras normalmente), que incluirá las palabras clave escogidas. No debemos confundir con el título de la noticia, aunque si queremos pueden ser idénticos. El título de la página es una pieza de información que no resulta en principio visible al usuario sino que es información para el buscador. Si pasamos el cursor sobre la pestaña de navegación, nos aparecerá este título de la página, que también es la que aparece cuando hacemos una búsqueda en Google.



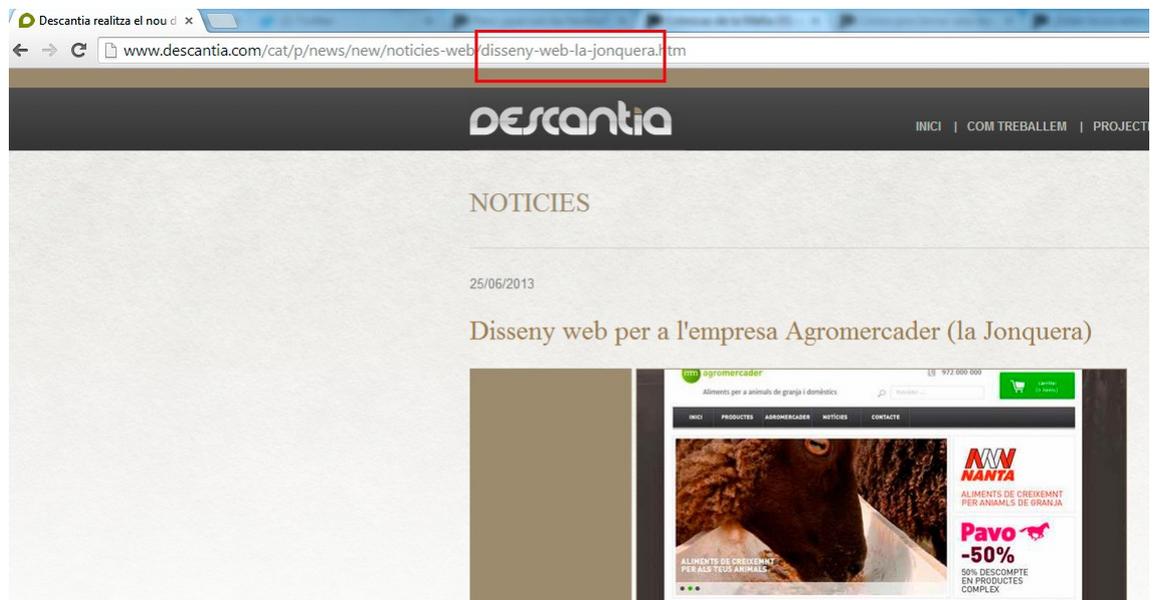
- 5) El siguiente campo es la descripción de la página, también conocida como *metadescripción*. En este caso, disponemos de más espacio, un máximo de 158 caracteres (18-20 palabras normalmente), que debe ser un mini-resumen de la noticia. Como en los otros apartados, es positivo que la combinación de palabras clave aparezca una vez.

La metadescripción tampoco resulta, en principio, visible al usuario, sino que es un texto que aparece sólo cuando hacemos una búsqueda: es un pequeño texto en negrita, que aparece bajo la dirección (ver más abajo). Lo que es más importante, pues, es que sea un pequeño texto atractivo que haga ganas al usuario hacer clic en este enlace y no en otro de los que le aparecen en el resultado de Google.

The screenshot shows the admin interface for editing a news item. The form includes the following fields:

- URL(3):** Input field for the URL.
- Video (youtube, metacafe...):** Input field for video URL.
- Arxius:** File upload section with a "Seleccionar archivo" button and a note "Ningún archivo seleccionado (máxim 5 arxius ahora)".
- Títol de la pàgina. max. 66-69 caràcters. Optim < 65 car.:** Title field with separate inputs for Catalan and Spanish. The Catalan text is "Descantia realitza el nou disseny web per Agromercader (la Jonquera)" and the Spanish text is "Descantia realiza el nuevo diseño web para Agromercader (la Jonquera)".
- Descripció de la pàgina. max. 156-158 caràcters.:** Description field with separate inputs for Catalan and Spanish. The Catalan text is "Descantia està finalitzant el disseny web de la botiga on-line de l'empresa de la Jonquera Agromercader, pertanyen" and the Spanish text is "Descantia está finalizando el diseño web de la tienda on-line de la empresa de la Jonquera Agromercader, pertene".
- Paràules clau:** Keyword field with separate inputs for Catalan and Spanish. The Catalan text is "Descantia, clients, comerç electrònic, PayPal, pagaments, acords, disseny web la Jonquera, botigues on-line, veteri" and the Spanish text is "Descantia, clientes, comercio electrónico, PayPal, pagos, acuerdos, diseño web la Jonquera, tiendas on-line, veteri".
- Nom de la pàgina en URL. Ex. www.lamevaweb.com/nom-de-la-pagina.htm max. 90 caràcters.:** URL slug field with separate inputs for Catalan and Spanish. The Catalan text is "disseny-web-la-jonquera" and the Spanish text is "diseno-web-la-jonquera".

- 6) Por último, introduciremos la que queremos que sea la URL de la página de la noticia. Debemos tener en cuenta que se trata de un apartado especial, en el que **no puede haber signos de puntuación (incluidos acentos, diéresis etc.) o grafías que no existan en Estados Unidos (como la ñ en castellano o la l·l en catalán)**. Las palabras irán separadas por un guión. No es necesario que usemos las palabras clave elegidas si no pintan nada en la noticia y las hemos colado, pero si podemos, pues mejor.



NOTA IMPORTANTE: La URL es la dirección de la página. Por este motivo, no debemos repetir nunca una URL, incluso en la misma noticia debe haber una URL distinta para cada idioma. **En caso que repitamos la URL en 2 páginas distintas, jambas dejarán de funcionar!**

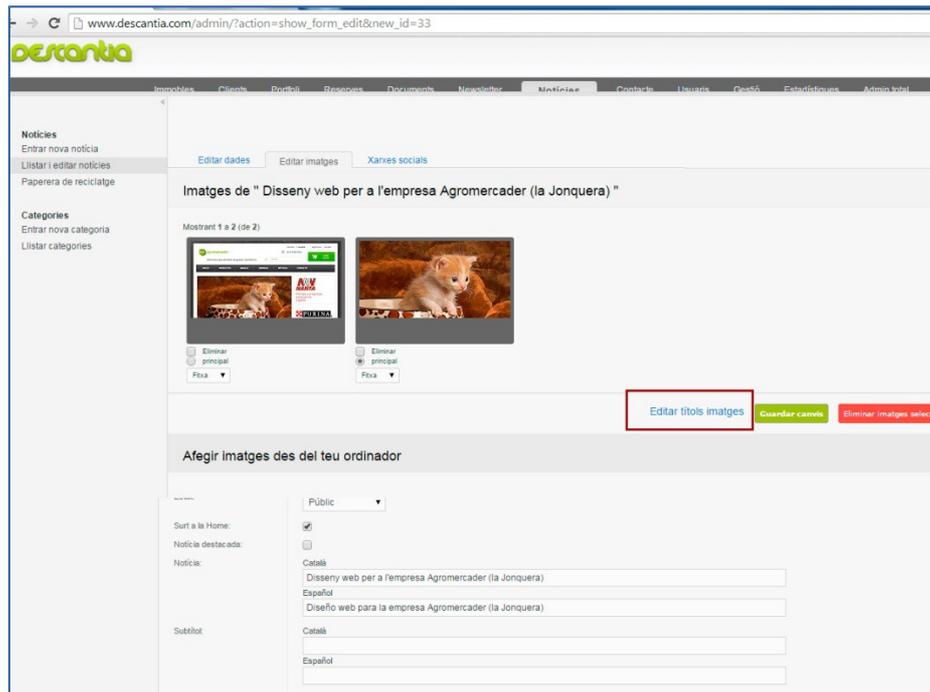
- 7) El siguiente (y último) campo que debemos rellenar no se encuentra en el apartado de texto de la noticia/producto/inmueble, sino en el apartado de imágenes correspondiente.

The screenshot shows the 'Editar' (Edit) interface for a news item. The top navigation bar includes 'Immobles', 'Clients', 'Portfoli', 'Reserves', 'Documents', 'Newsletter', and 'Notícies'. The left sidebar contains 'Notícies' (with sub-options: 'Entrar nova notícia', 'Llistar i editar notícies', 'Paperera de reciclatge') and 'Categories' (with sub-options: 'Entrar nova categoria', 'Llistar categories'). The main content area is titled 'Editar dades' and features a form with the following fields:

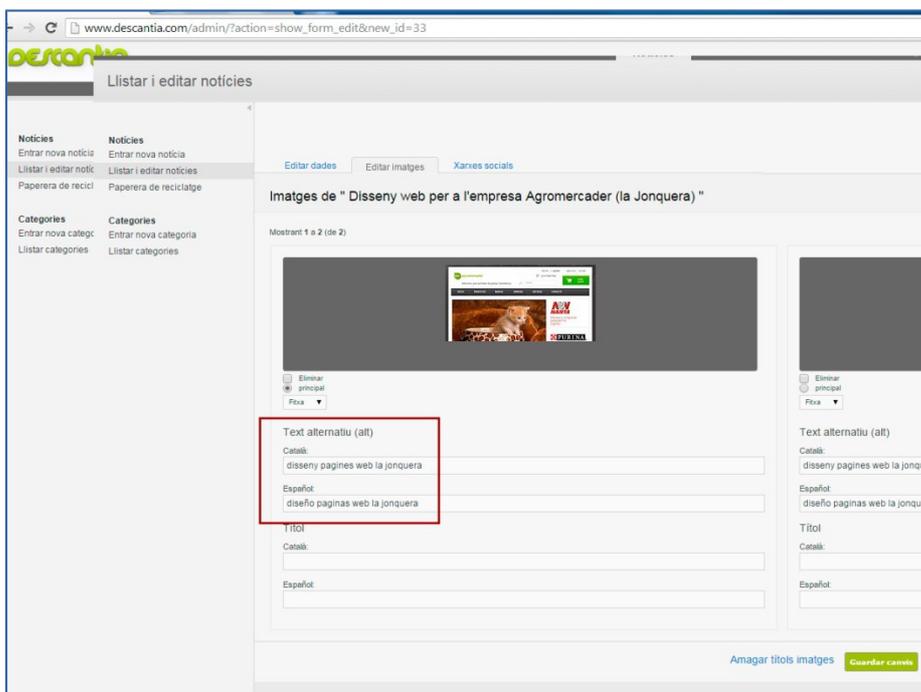
- Ordre:
- Categoria:
- Data publicació:
- Data caducitat:
- Data modificació: 25/06/2013 18:51
- Estat:

A red box highlights the 'Editar imatges' button, and a thumbnail image of a cat is visible in the top right of the form area.

Aquí, podemos editar el título que tendrán las imágenes que le adjuntamos a la noticia.



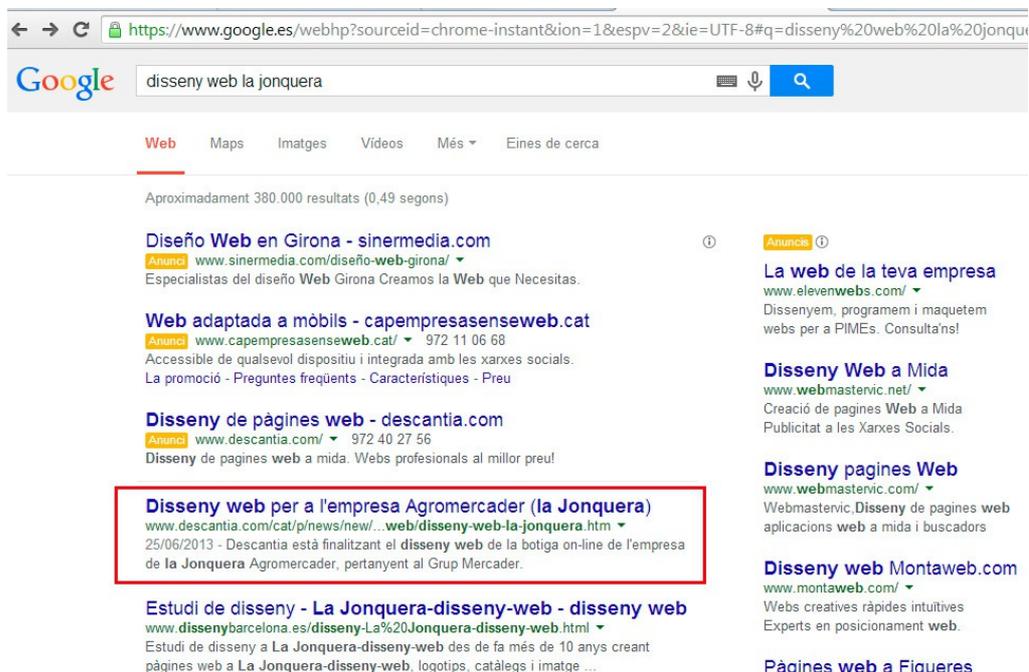
En el apartado "alt title" (título alternativo de imagen), introduciremos las palabras clave que estemos intentando posicionar.



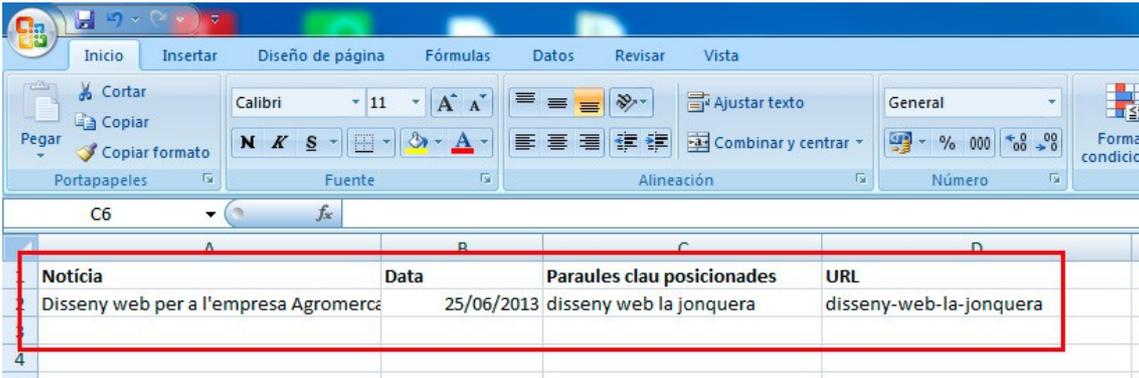
Este título indica a Google que es la imagen que acabamos de colgar. De esta forma, cuando alguien realiza una búsqueda en Google Images, le aparecerá esta imagen.

CONCLUSIÓN

Si hemos realizado bien el trabajo, al cabo de unos días apareceremos bien arriba en los buscadores para las palabras que hemos escogido. Lo que aparecerá será (por orden) el título de la página, la URL introducida y la descripción. En este caso, conseguimos la primera posición de posicionamiento natural. ¡Muy bien!



Cada una de nuestras páginas (la página principal, cada apartado de la web, cada noticia, cada producto, cada inmueble) nos puede servir para posicionar una combinación de palabras. Es por esto que es recomendable disponer de un documento Excel para así acordarnos de qué palabras hemos posicionado con cada noticia. De esta forma también nos acordaremos de las URL que ya hemos usado para no repetir. En el caso de productos o de inmuebles de los programas Tiendadescantia o Immodescantia, una buena solución también es la de añadir la referencia al final de la URL: por ejemplo, "piso-en-venta-girona-521".



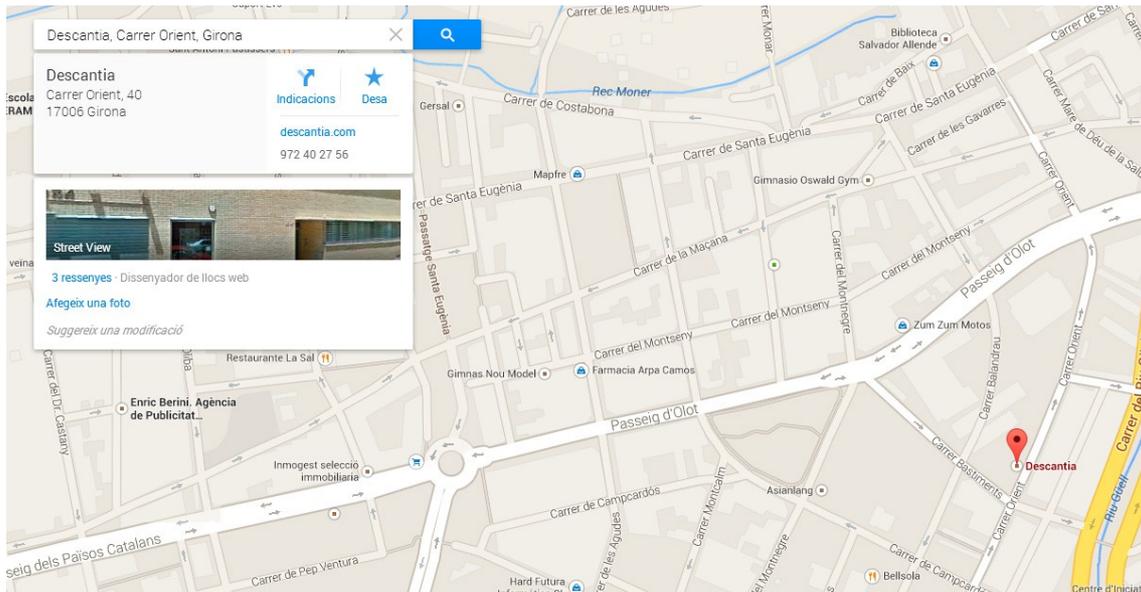
Noticia	Data	Paraules clau posicionades	URL
Disseny web per a l'empresa Agromerca	25/06/2013	disseny web la jonquera	disseny-web-la-jonquera

Para cualquier duda relacionada con el posicionamiento de las noticias, recuerde que estamos a su disposición.

Otros factores de posicionamiento: los directorios locales

QUÉ SON LOS DIRECTORIOS DE INTERNET:

A veces encontrar el negocio que buscamos en la red puede ser complicado. Es por eso que los tradicionales listados de teléfonos o negocios (Páginas Amarillas...) se han reconvertido en la forma de directorios en la red. Los directorios locales son páginas en las que aparecen los distintos tipos de negocio que existen en una ciudad. El más importante es el propio de Google, el **Google Places** (www.google.es/business/placesforbusiness/), que funciona como un complemento al popular Google Maps.



Otros directorios locales en los que es recomendable darse de alta son **Foursquare, Yelp, QDQ, Lanetro, Salir.com...**

DARSE DE ALTA

Aparecer en estos buscadores puede resultar muy útil: puede atraer nuevos clientes a nuestro negocio, facilitarles nuestra ubicación, y contribuir a un mejor posicionamiento general de la página.

Para aparecer en un directorio local, es necesario darse de alta. Se trata de un procedimiento totalmente gratuito en la mayoría de casos y relativamente sencillo, aunque a veces hay que dedicarle su tiempo.

En algunas ocasiones, comprobaremos que nuestro negocio ya aparece en el directorio. Esto puede ser porque algún cliente nos haya dado de alta o porque el propio directorio nos ha incluido, dado que intentan actualizar de forma periódica. Si éste es el caso, debemos reclamar la propiedad sobre dicha empresa a través de una comprobación telefónica bastante rápida.

En caso de no aparecer, deberemos introducir una nueva ficha con nuestros datos. El directorio en cuestión enviará una carta por correo postal ordinario (suele tardar unas 2 semanas en llegar) con un código numérico que deberemos introducir para demostrar que somos los propietarios de la empresa correspondiente.

Sobre todo, es muy importante que rellenemos todos los campos de la ficha: nombre, descripción, horario, imágenes...

Actualizaciones y más información

Arriba hemos explicado los principales factores que influyen en el posicionamiento de una página y las herramientas que le proporciona el gestor de contenidos Descantia. Pero el posicionamiento va cambiando de forma periódica, puesto que los principales buscadores (Google, Bing...) se van actualizando. Ningún motivo de alarma: estos cambios en la manera de entender el posicionamiento se realizan quizás una vez al año o cada dos años, y no modifican los principios centrales en que se basa el posicionamiento (calidad técnica, reputación digital, palabras que aparecen en la web).

En nuestra página de Facebook (<https://www.facebook.com/descantia>) y en nuestro Twitter (<https://twitter.com/Descantia>) recibirán más información y consejos sobre posicionamiento, redes sociales, marketing digital... En cualquier caso, recuerden contactar con nosotros para cualquier información adicional que requieran.

Asimismo, Descantia realiza servicios de gestión de posicionamiento web y de Google Adwords en que toma el control directo para obtener los mejores resultados en la introducción de textos y contenidos de la página. Disponemos de programas informáticos que nos permiten optimizar al máximo cada página y así maximizar el rendimiento económico de su web. El servicio de posicionamiento también incluye asesoramiento en la gestión de redes sociales. Para más información sobre nuestros servicios de posicionamiento, contacte con nosotros o visite nuestro sitio <http://www.descantia.com/spa/posicionamiento-web.html> .

Para cualquier duda, contacten con nosotros por teléfono en horario matutino o por correo electrónico a seo@descantia.com

EN RESUMEN, NO OLVIDE:

1-Utilice las redes sociales. Sin presencia en las redes, será muy difícil mejorar su Page-Rank y salir bien posicionados

2-Intente conseguir links hacia su página web. Se puede pedir por ejemplo a sus clientes, proveedores o asociaciones de las que forma parte.

3-Hágase una lista de sintagmas de palabras para las que desea salir bien posicionados. Póngase en la piel de sus clientes potenciales.

4-En su página principal, posicione el nombre de su empresa, el tipo de negocio que es y dónde se ubica.

5-Recuerde que en cada página, noticia, producto... **puede posicionar un sintagma de palabras diferente.**

6-Al entrar una noticia, **tenga bien claro qué palabras quiere posicionar.**

7-Los textos de las noticias **no deben tener faltas de ortografía y tener un mínimo de 2 párrafos.**

8-Las **URL** de un producto o noticia **no se pueden repetir NUNCA** ni contener ortografías como acentos, ñ...

9-Registrarse en los directorios locales **como Google Places** es sencillo, gratuito y muy útil.

10-El posicionamiento es una lucha a largo plazo. **¡Paciencia y constancia!**