

A. Introducción

Un sitio web o un blog no existirá para los internautas si éstos no pueden acceder a él. Es lógico, ¿cómo podríamos acceder a una página si no sabemos que existe?

La eficacia de los motores de búsqueda ha acelerado en gran medida el uso de Internet. Si no, ¿cómo podríamos encontrar un sitio o una página web específica, entre la multitud de páginas en línea, si no contásemos con la ayuda de las herramientas de búsqueda?

Esto justifica ampliamente el interés que suscita la indexación (presencia) y el posicionamiento (posición) de los sitios web en las herramientas de búsqueda.

Pero, antes de continuar, definamos los términos clave del posicionamiento en Internet.

B. Algunas definiciones previas

1. Los conceptos básicos

Comencemos por el principio, por las nociones de base.

- **SEO** (*Search Engine Optimization*) o **posicionamiento natural**: el posicionamiento natural –o el SEO, si prefiere el término inglés– en su sentido más amplio, consiste en crear y luego gestionar la relación que existe entre sus páginas web y los motores de búsqueda: el posicionamiento de su sitio web requerirá, por lo tanto, que optimice sus páginas, que indexe su sitio web, que trabaje para mejorar su popularidad, que realice un seguimiento, etc.
- **Ranking** de sus páginas en las páginas de resultados: posición en la cual aparecen sus páginas web en las páginas de resultados naturales de las herramientas de búsqueda (frente al posicionamiento de pago).
- Estrategia de **posicionamiento de pago**: consiste en insertar anuncios (o vínculos patrocinados) en los resultados –no naturales– de los motores de búsqueda, mediante un sistema de subastas de palabras o expresiones clave. Esos vínculos patrocinados se encuentran en la parte derecha o superior de las páginas de resultados, sobre un fondo de color (más o menos llamativo), que permite diferenciarlos de los resultados naturales.
- **SMO** (*Social Media Optimization*) u Optimización en las redes sociales: consiste en optimizar la presencia de su sitio web en las redes sociales. La actividad SMO es complementaria de la actividad SEO y permite que sus páginas sean más visibles en Internet, mediante su presencia y su participación en las redes sociales más utilizadas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo...
- **SEM** (*Search Engine Marketing*): marketing especializado en las herramientas de búsqueda, cuyo objetivo es optimizar la visibilidad de un sitio web en los buscadores mediante un conjunto de técnicas de marketing específicas.

- **SERP** (*Search Engine Results Pages*): se trata de las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Así, en una página de resultados, encontramos tanto **vínculos orgánicos** procedentes del **posicionamiento natural**, como **vínculos comerciales** o **vínculos patrocinados** fruto de una campaña de posicionamiento publicitario o **posicionamiento de pago**.
- Un **backlink** es un vínculo que apunta hacia sus páginas, ya sea a partir de otra página de su propio sitio web, ya sea a partir de un sitio web externo y, en ese segundo caso, aumenta potencialmente la popularidad de sus páginas web.
- **Netlinking**: consiste en poner en marcha una estrategia de intercambio de vínculos, de modo que sea posible aumentar la visibilidad de sus páginas web, así como su presencia en Internet, es decir, aumentar su popularidad. Este criterio de popularidad forma parte del algoritmo de pertinencia de Google (y de los demás buscadores).



En la siguiente página encontrará un diccionario en línea con los términos más utilizados en SEO: <http://www.optimizaclick.com/glosario-terminos-seo>




[Blog](#)
[Contacto](#)
[Soy cliente](#)

[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Agencia](#)
[Casos de éxito](#)
[Contacto](#)
[Servicios para Agencias](#)

Agencia de Marketing online

[Inicio](#) » [Glosario de términos SEO](#)

Glosario de términos SEO, SEM y Marketing online.

En esta sección os mostramos algunos de los términos empleados en las campañas de posicionamiento SEM en Internet.

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z

A

AdSense: sistema de publicidad por texto de Google, que te permitirá generar ingresos por cada click que un usuario haga en los anuncios desde tu web.

AdWords: sistema de publicidad de Google. Son anuncios patrocinados, en los que se paga solo cuando un usuario hace click en tu anuncio (coste por click - CPC). Este tipo de campañas también se pueden realizar en modalidad de coste por mil impresiones (CPM) o coste por adquisición (CPA).

B

Backlink: son los enlaces de otros sitios web que apuntan a las páginas de tu web. Si escribes en Google [link:www.tudominio.com](http://www.tudominio.com) te listará todos los resultados.

Blog: un blog, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término blog proviene de las palabras web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet en línea.

Te Ayudamos

Persona de contacto

Teléfono

Email*

Web*

Comentarios*

Resultado de $17 + 4 =$

Enviar

2. El proceso

Para que su sitio web o su blog esté bien posicionado, es decir, para que tenga un buen ranking en las páginas de resultados de los buscadores (SERP), deberá seguir los siguientes pasos:

- Optimizar el contenido de sus páginas web trabajando en las palabras clave, en su ubicación y en su formato: SEO.
- Optimizar la notoriedad y la popularidad de sus páginas mediante una estrategia de vínculos eficaces: Netlinking.
- Optimizar su presencia en las principales redes sociales para aumentar su presencia y su notoriedad: SMO.

Prat, M.(2013). *SEO Posicionamiento de su sitio web: en Google y otros buscadores*. 3ª Edición. Barcelona: ENI Ediciones