

# 01. Documentación

## ARTÍCULOS

### Hágalo usted mismo: mejore el posicionamiento de su web en buscadores

#### Ocho pasos para mejorar la indexabilidad de su web.

Human Level Communications 24/05/2004

El marketing de buscadores es una estrategia compleja que exige un conocimiento profundo y permanentemente actualizado de la evolución de los buscadores, de la popularidad de distintos conceptos de búsqueda y un estudio de los conceptos de búsqueda que más tráfico efectivo pueden aportar a una web. No obstante, hay algunas cosas que podemos hacer para mejorar la indexabilidad de nuestra web sin necesidad de tener conocimientos especializados o de programación. Sólo es necesario que aplique el conocimiento que tiene de su mercado y una pizca de sentido común.

#### 1. Lista de conceptos clave

¿Qué términos cree usted que podrían introducir en un buscador sus clientes potenciales? Huya de los términos técnicos, o del argot que se pueda emplear en su sector, si dirige su negocio al cliente final. Tenga en cuenta que no se trata de conseguir tráfico sólo para obtener más hits en sus estadísticas de tráfico. Lo que usted persigue es aumentar sus ventas, mejorar su servicio, aumentar la notoriedad de su empresa. Concéntrese, pues, en los términos de búsqueda que estén directamente relacionados con su actividad. No olvide que la mayor parte de las búsquedas en la Red se realizan con frases de dos, tres o más palabras. Si se dirige a un mercado localizado geográficamente, forme algunas combinaciones en donde aparezca su ciudad, comarca, región o país. Una lista de 10 ó 15 conceptos de búsqueda para empezar será suficiente. Ordénelos de más a menos importantes, según su propio criterio. Ejemplo: "Calzado español", "zapatos españoles", "Fabricantes españoles de calzado", "zapatos artesanales en España", "zapatos de moda de mujer"... Atención: si su marca no es conocida, no la incluya dentro de los conceptos clave más importantes, ya que existen pocas posibilidades de que alguien la introduzca como búsqueda. Por el contrario, si es una marca asentada que inicia ahora su presencia en la web, hará bien en ponerla en los primeros puestos.

#### 2. Lista de buscadores

En segundo lugar, haga una lista de los buscadores en donde debería aparecer su empresa. Incluya los tres buscadores más importantes para empezar -Google, Yahoo y MSN Search- y añada algún otro que esté relacionado con su sector, o bien que sea importante dentro del mercado al que se dirige (por ejemplo, Terra en el mundo hispanohablante).

#### 3. Buscar los conceptos en los buscadores

A continuación, compruebe que los términos de búsqueda que ha elegido son los adecuados. Realice una búsqueda de cada uno de los conceptos que componen la lista del punto 1 en los buscadores más importantes de la lista del punto 2. Compruebe los resultados que aparecen en los primeros lugares. ¿Aparecen en ellos empresas relacionadas con la suya, algún competidor quizá? Si es así, ¡bingo!. Visite algunas de las páginas que ocupan los primeros lugares y busque dónde aparece el concepto de búsqueda que introdujo en el buscador. ¿Aparece en el título de la página? (El título de la página es el texto que situado en la barra superior de la ventana del navegador, justo al lado del icono del mismo). ¿Quizá aparece en los primeros párrafos, en algún título o sección...? Tome nota. Le será útil para hacer luego algo parecido en su propia página.

#### 4. Redacte los títulos de cada página de su web

En este punto, ya debería estar seguro de cuáles son las expresiones de búsqueda adecuadas para encontrar su web. Elija ahora el primer concepto clave de su lista y redacte con él un título para su página home, es decir, la página que se muestra por defecto cuando alguien visita su dominio. El título debe tener entre 6 y diez palabras y debe resumir el contenido de la página a la vez que transmitir una proposición atractiva de venta. Considere

ahora las primeras páginas de cada sección (por ejemplo, catálogo de productos, servicio postventa, atención al cliente, información de la empresa...). Reparta el resto de conceptos clave entre estas páginas redactando títulos en donde se combinen estos conceptos clave restantes con el contenido de las mismas. Respete la longitud máxima de unas diez palabras. Al redactar los títulos, hágalo de forma que el concepto clave esté situado más bien hacia el principio de la frase. Pista fundamental: cada página de su web debería tener un título único, distinto del de las demás. En todos ellos debería aparecer al menos uno de los conceptos clave de búsqueda de su lista (más algunos sinónimos. Por ejemplo, si la suya es una web sobre zapatos, incluya títulos donde aparezca también términos genéricos sinónimos como "calzado", así como términos más específicos: "botas", "calzado deportivo", "sandalias"...). Un título podría ser: "Zapatos, botas y calzado de artesanía fabricados en España". Por cierto, si al navegar por su web observa que el único texto que aparece en la barra superior de la ventana del navegador es el nombre de su empresa, malo. Quien le busca por su nombre ya le conoce y muy probablemente sabe también el nombre de su dominio.

## **5. Redacte la descripción de cada página de su web**

La descripción de una página web no es una relación de lo que aparece en ella, sino dos o tres frases concisas que resumen el contenido de la página. Esta descripción no es visible más que en el código HTML de la página, pero muchos buscadores le conceden gran importancia a la hora de clasificar las páginas en sus resultados. Puede pensar en la descripción como en una ampliación del título en donde puede combinar más conceptos clave secundarios (ámbito geográfico, sinónimos del producto o servicio) junto con el principal para esa página, que igualmente debería estar situado hacia el principio de la descripción. Siguiendo con los zapatos, una descripción adecuada podría ser: "Fabricantes de zapatos, botas, sandalias y todo tipo de calzado de moda en España. Exportación de calzado, fabricación artesanal. Venta de zapatos en Alemania, España, Dinamarca y Suecia". Al igual que antes con el título, cada página de su web debería tener una descripción distinta en donde se combinen los conceptos más importantes de búsqueda, relacionados con el contenido de la página. La descripción se inserta al comienzo del código de la página. Puede comprobar si sus páginas tienen o no descripción mientras las ve en un navegador. Vaya al menú "Ver" y seleccione "Código fuente". Se abrirá una nueva ventana en donde podrá consultar el código de la página que ve en el navegador. Aunque no sepa programar, no se asuste. Verá que justo entre las primeras líneas del código puede localizar una que comienza por: Si no la encuentra, es posible que la página carezca de descripción. En cualquier caso, haga que el responsable de su web sitúe cada una de las descripciones que usted ha redactado en la página correspondiente de su web.

## **6. Redacte keywords**

Aunque hace unos años tenían más influencia en el posicionamiento de una página, sigue siendo interesante incluir keywords. Igual que la descripción, los puede ver en las primeras líneas del código de la página, si localiza una línea que empieza así:

## **8. Envíe sus páginas a los buscadores**

Cuando haya hecho todo esto, es hora de pedir a los buscadores que visiten de nuevo su web y, si todo va bien, esta vez clasificarán su página mucho más alto en los conceptos de búsqueda que usted seleccionó. Visite la web de los buscadores que seleccionó en el punto 2 y localice la opción de "Añadir URL" o "Sugerir un nuevo sitio". Siga las instrucciones del buscador y espere entre 4 y 6 semanas (a veces incluso más) para comprobar los resultados.

## **Conclusión**

Aunque hay estrategias mucho más refinadas para alcanzar los primeros puestos en los buscadores (también mucho más laboriosas), los pasos definidos aquí lograrán que su web esté en condiciones mucho mejores de ser correctamente indexada por los buscadores. Lógicamente, hay empresas que dedican gran cantidad de recursos para lograr los primeros puestos en los resultados pero, en cualquier caso, comprobará que resulta fácil alcanzar una mejora sustancial siguiendo estos sencillos consejos y que esta mejora rápidamente se traducirá en un aumento del tráfico y más y mejores resultados.

¿Un último consejo para seguir arriba o subir incluso más? Si algo les gusta a los buscadores es el contenido fresco: renueve con frecuencia el contenido de sus páginas, añada nuevas páginas y respete siempre el criterio de que cada página defienda un único concepto clave (en su título, su descripción, sus keywords y su contenido). ¡Buena suerte!