

SEO PARA PRINCIPIANTES



www.andalucialab.org

¿Qué es Andalucía Lab?



www.andalucialab.org

Bloque de Contenidos

- Concepto SEO
- Cómo funcionan los buscadores
- Ventajas del SEO en nuestra estrategia
- Estudio de palabras Clave
- Optimización on page
 - Estructura del sitio web
 - Contenidos
- Redacción SEO – Equilibrio Usuario/Buscador
- ¿Son importantes las Redes Sociales?
- Importancia de la Analítica en nuestra estrategia

¿Qué es el SEO?



- <http://www.youtube.com/watch?v=0vRaauoQ3LI>

Algunas conclusiones...

- La página más visitada del mundo es un buscador
- Más del 41% de las visitas de una página provienen de un buscador
- Los resultados orgánicos son vistos por el 100% de los usuarios y las campañas de pago sólo por un 54%
- Más del 70% de usuarios hace click en los primeros 5 resultados
- 3 de cada 10 usuarios hacen click en resultados de pago, mientras que 7 de cada diez lo hace en el resultados orgánicos

¿Qué es el SEO?



El SEO son un conjunto de técnicas que preparan nuestra web, para hacerla más comprensible y relevante en los buscadores

¿Qué es SEO?

- Objetivo: Lograr que una página aparezca en los primeros resultados de búsqueda

Es de vital importancia aparecer en los primeros resultados para dar a conocer nuestro negocio



¿Qué es el SEO?

- El SEO = posicionamiento natural u orgánico
- El SEO no es publicidad pagada
- EL SEO es una estrategia a largo plazo

¿Para qué nos sirve?

- Para darnos a conocer
- Para captar clientes
- Para ser relevantes
- Para ampliar nuestro radio de acción

SEO – Posicionamiento natural

+You Search Images Videos Maps News Shopping Gmail More -

Google

Search About 6,750,000 results (0.27 seconds)

Everything

Images

Maps

Videos

News

Shopping

More

Any time

Past hour

Past 24 hours

Past week

Past month

Past year

Custom range...

All results

Sites with images

Related searches

More search tools

Ads - Why these ads?

Televisores Sony LCD | sony.com.ar
www.sony.com.ar
Ingresa y conoce los televisores LCD BRAVIA de Sony. Descubre los beneficios de la tecnología de pantalla de cristal líquido de Sony.

Precios de TVs de LCD | Falabella.com.ar
www.falabella.com.ar/LCD
Comprá tu TV LCD en Falabella.com Llamá al 0810-555-6684 y Comprá!
TV LCD Hasta 32 Pulgadas - TV LCD Más de 32 Pulgadas - Accesorios para LCD

Pantalla de cristal líquido - Wikipedia, la enciclopedia libre
es.wikipedia.org/wiki/Pantalla_de_cristal_líquido - Translate this page
En dispositivos de color de alta resolución como los modernos monitores LCD y televisores utilizan una estructura de matriz activa. Una matriz de thin-film ...

Televisores de LCD | Compara precios para Televisor LCD - Kelkoo
www.kelkoo.es - Electrónica - TV & Home Cinema - Translate this page
Necesitas comprar un Televisor LCD? Compara los precios y características técnicas de los Televisores LCD. Incluye colaboraciones de fabricantes, ofertas, y, ...
Televisores LCD en Falabella.com

Shopping results for televisores LCD

				
Samsung - LN32D403 - 32" Class	Samsung - LN40D630 - 40" LCD TV	VIZIO Theater 3D - E3D420VX - 42" LCD TV	LG - 42LK450 - 42" LCD TV - 1080p (FullHD)	Sony Internet TV - NSX-40GT1 - 40"
★★★★★ 72	★★★★★ 88	★★★★★ 88	★★★★★ 46	★★★★★ 135
\$309	\$640	\$580	\$444	\$500

Ads - Why these ads?

televisores l c d
www.mercadolibre.com.ar
Aprovecha precios y cuotas!

televisores LCD
www.kdc.com.cn
Shop Lcd Tv directly from China. Meet your needs, Wholesale price!

Comprar Hp
www.hp.com/Argentina-TiendaOnline
Comprá tu Notebook HP hoy en Nuestro HP Online Store.

Sprayette
www.sprayette.com
Todos los productos de la TV A un Clic de distancia, Ingresa Ya!

televisores LCD
www.cx2computacion.com/Monitores
Gran variedad de Marcas y Modelos Envios a Todo el País. Aquí!

See your ad here >

Resultados "pago", Adwords

Resultados orgánicos

www.andalucialab.org

#prelabtalleres

Diferencia entre SEO y SEM

- SEO= La forma natural por la que un sitio web aparece en un buscador. Consiste en mejorar nuestro sitio web (títulos, descripciones, URLs, contenidos, enlaces entrantes)
- SEM= Es publicidad pagada. Se obtienen mejores lugares en los resultados de búsqueda a través de enlaces patrocinados. Campañas de anuncios en los buscadores.

Diferencia SEO - SEM

Google

Búsqueda Aproximadamente 526.000 resultados (0,25 segundos)

Todo

Imágenes

Maps

Vídeos

Noticias

Shopping

Más

Alicante

Cambiar ubicación

La Web

Páginas en español

Páginas de España

Páginas extranjeras

Traducidas

Más herramientas

Anuncios relacionados con **asesores fiscales** ... [¿Quieres ver su anuncio?](#)

Asesoría Fiscal - Te Garantizamos el mejor precio
www.clubdelasesor.com/
 ¡No lo dudes más!
 Servicio para Autónomos - Servicio para Pymes - Si eres Asesor Pulsa Aquí

Para Asesores Fiscales | asesorlex.com
www.asesorlex.com/
 Respuesta a sus dudas tributarias, formación/información a coste cero

Legálitas Abogados - 250 abogados, las 24h | legalitas.com
www.legalitas.com/abogados
 Un asesor para cada consulta. 902.530.197

ADADE ASESORES FISCALES Profesionales - AUDITORIA Labora...
www.adade.es/
 Organización de asesoramiento empresarial especializada en todos los ámbitos de la empresa.

ASOCIACION PROFESIONAL ASESORES FISCALES DE LA ...
www.apafcv.es/
 Miembro fundador de la federación española de asociaciones profesionales de técnicos tributarios y **asesores fiscales**.

Asociación Profesional Asesores Fiscales Profesionales
www.slideshare.net/apafcv
 View all of Asociación Profesional Asesores Fiscales Profesionales Presentations on SlideShare

Seguro de Responsabilidad Civil Profesional para Asesores Fiscales
www.economistas.org/index.php/.../seguro-src-asesores-fiscales.html
 Seguro de Responsabilidad Civil Profesional para Asesores Fiscales. PostDataTelcon 03.01.12 | PDF | Imprimir | E-mail. Consejo General de Economistas ...

Programa Ejecutivo de Asesores Fiscales | Instituto de Estudios ...
iec.institutocajasol.es/web/.../programa-ejecutivo-de-asesores-fiscales/
 El Programa Ejecutivo de Asesores Fiscales ofrece a los profesionales del asesoramiento la posibilidad de reciclarse y actualizar sus conocimientos, ya que ...

INICIO -ASOCIACIÓN DE ASESORES FISCALES DE CANARIAS-
www.asesoresfiscalesdecanarias.com/
 Las Obligaciones de Colaboración de los Profesionales en Materia de Prevención ...
 Como presidente de la Asociación de Asesores Fiscales de Canarias y, ...

Anuncios - ¿Por qué estos anuncios?

Asesores Fiscales
www.serviciocomprensarialocontacto.clara.es/
 Declaración De IRPF, Iva E Intrastat. Más Servicios Online!

Dudalia Empresas
www.dudalia.es/
 A lo mejor no somos lo más baratos, pero somos los más profesionales.

Asesoría Integral Online
www.asesoronline.com/
 Autónomos 29 €/mes Pymes 82€/mes Declaración Renta Online 29 €

Asesoría Financiera
www.antonioaguado.com/
 Mejoramos su situación financiera.

Asesores Laborales
www.rigestionline.com/oferta_laboral
 Asesoría Laboral Online. Rápida y fácil. Grupo BBVA.

Asesoweb Profesional
www.asesoweb.com/
 De Asesor a Asesor. Una Aplicación para cada necesidad.

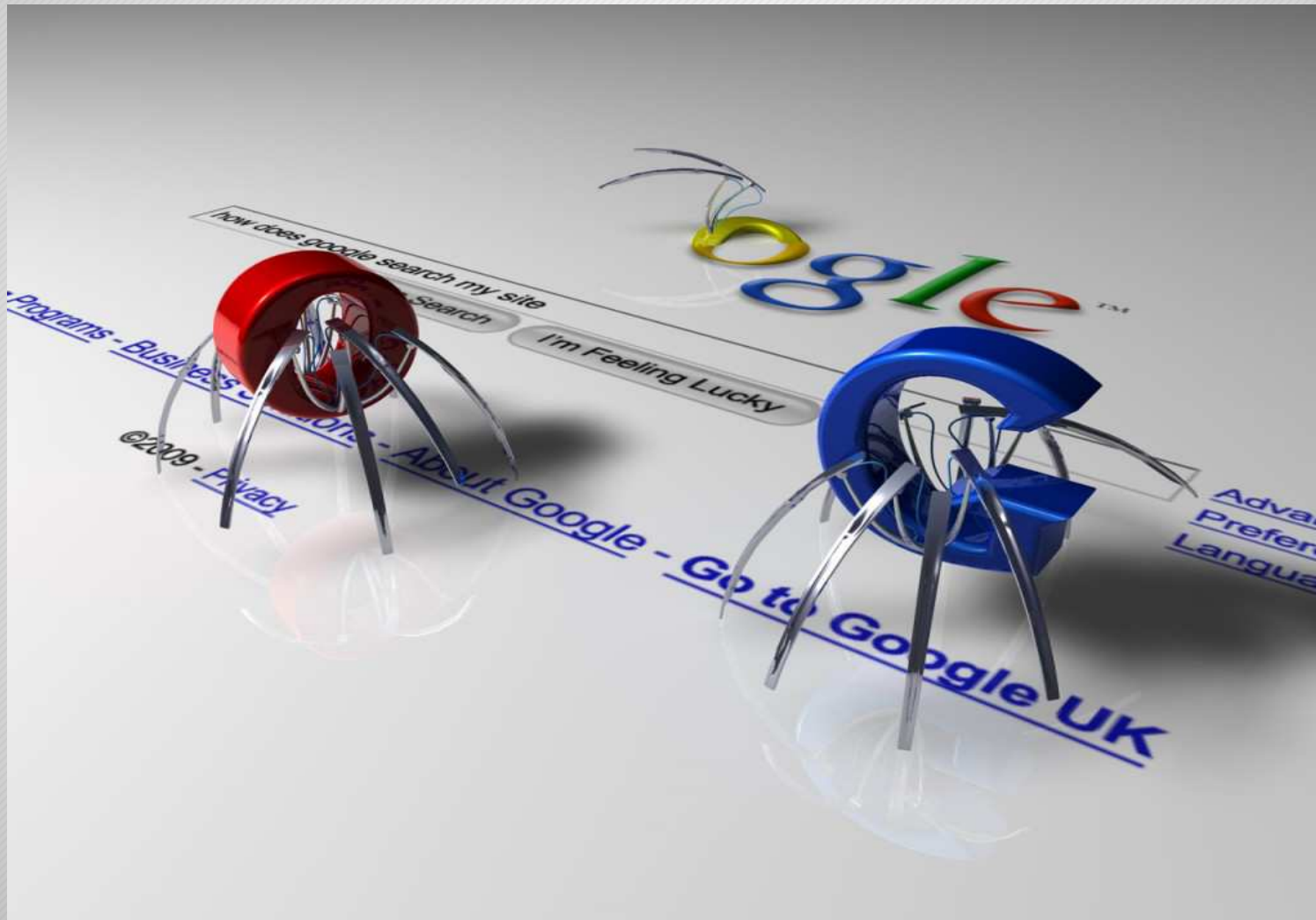
Azoguez & Madley
www.azoguezymadley.com/
 Abogados Laboralistas.Madrid Asesoría Fiscal, Laboral y Contable

Asesoría Online
www.asesonk.com/
 Autónomos 29,95€/mes, empresas 89,95€/mes. ¡Ahorra dinero ya!

[¿Quieres ver su anuncio aquí? »](#)

www.andalucialab.org #prelabtalleres

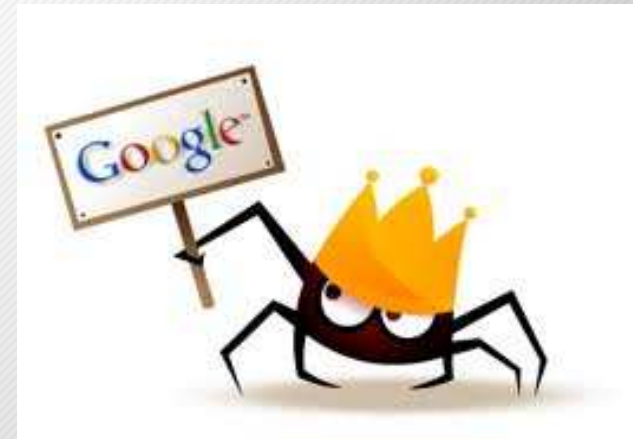
Cómo funcionan los buscadores



Cómo funcionan los buscadores

- La araña de los buscadores se encarga de hacer una ficha bibliográfica de nuestras páginas
- Rastrean, leen, ordenan e indexan nuestro contenido (archivos, imágenes, vídeos, audios)

**Indexar quiere decir simplemente
clasificar**

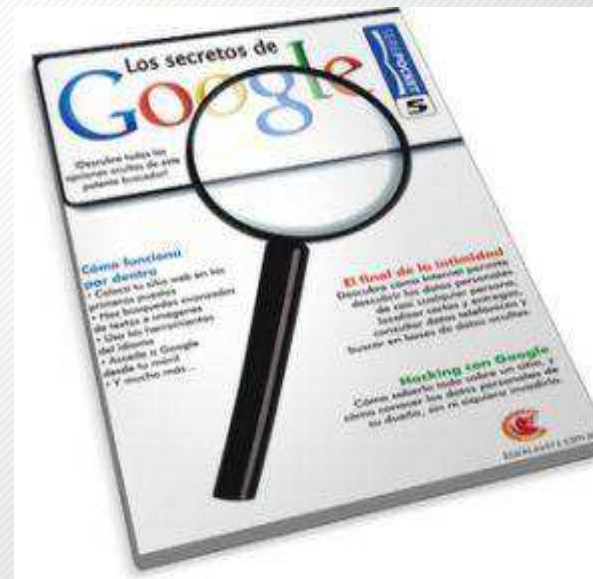


Cómo funcionan los buscadores

- Los buscadores recorren internet para buscar contenidos (archivos, vídeos, imágenes).

Los clasifican en base:

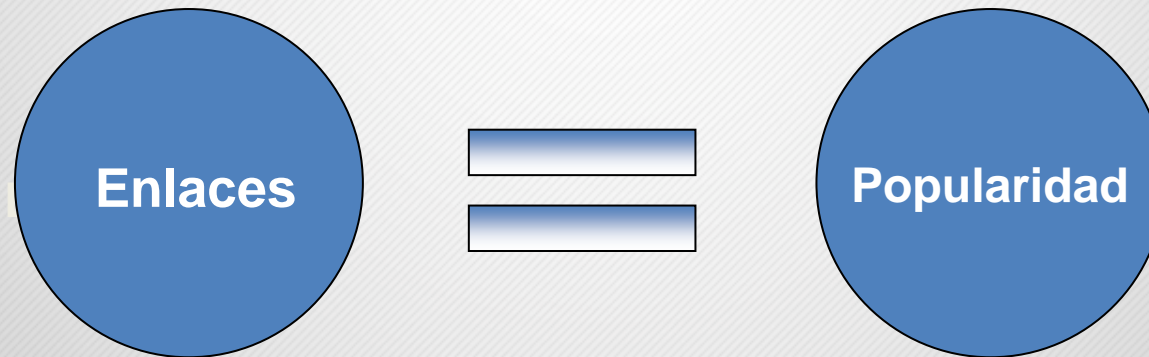
- Popularidad
- Importancia
- Relevancia



Cómo funcionan los buscadores

La popularidad no viene dada por la cantidad de visitas sino por la cantidad de enlaces externos

La popularidad no se logra con mucho tráfico

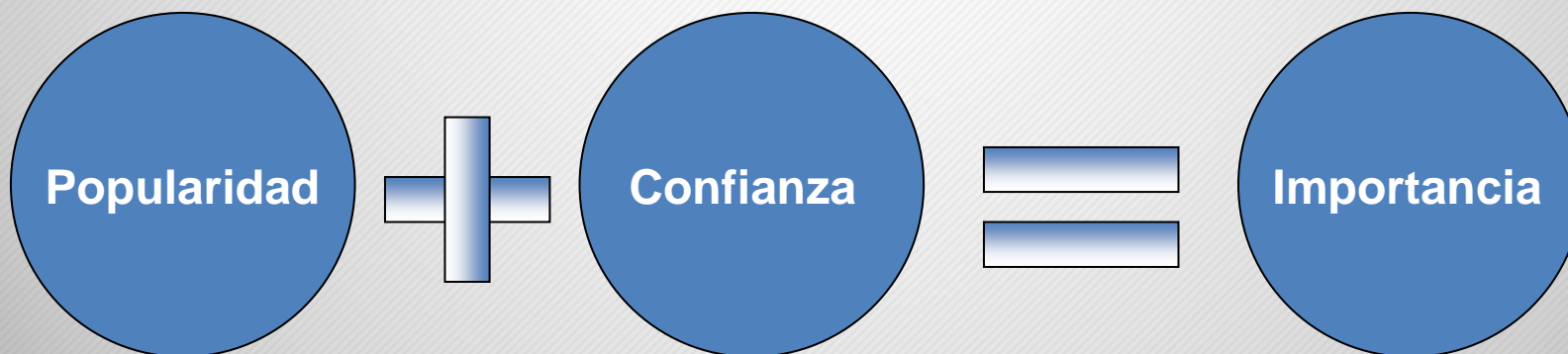


Cómo funcionan los buscadores

Importancia = Popularidad + Confianza

Confianza, aspectos como...

- Carga rápida de la web
- Antigüedad del dominio
- Compatible con los navegadores más importantes



Cómo funcionan los buscadores

Relevancia = Importancia + Contenido

Contenido

- Contenido relacionado con las palabras buscadas
- Contenido propio y original



Ventajas del SEO en nuestra estrategia

- Oportunidad de negocio
- El SEO aumenta la posibilidad de ser visibles
- Resultado cuantificables
- Independencia
- Fiabilidad del usuario (no es publicidad de pago)
- Rentabilidad

Estudio de Palabras Clave

El estudio de mercado online es imprescindible

Nos sirve para ver
el potencial y la demanda
de nuestra palabras clave



Estudio de Palabras Clave

Definición de nuestra actividad o negocio

- ¿A qué nos dedicamos?
- ¿Cual es nuestra actividad comercial?
- ¿Que productos o servicios ofrecemos?
- ¿Palabras usadas para referirse a nuestro sector?

Se trata de detectar el conjunto de palabras clave que interesan a nuestro público objetivo

The screenshot shows the Google AdWords dashboard. At the top, there are navigation tabs: 'Página principal', 'Campañas', 'Oportunidades', 'Herramientas y análisis', 'Facturación', and 'Mi cuenta'. The 'Herramientas y análisis' tab is active, and its dropdown menu is open, listing several tools. The 'Planificador de la Red de Display' option is circled in red. On the left side, there is a 'Le damos la bienvenida a AdWords' section with a 'Cree su primera campaña' button and a 4-step introduction. On the right, there is a 'Más información' section with 'Preguntas habituales' and 'Más recursos'.

Google AdWords

Página principal | Campañas | Oportunidades | **Herramientas y análisis** | Facturación | Mi cuenta

Le damos la bienvenida a AdWords

[Cree su primera campaña](#)

Introducción

1. Elija el presupuesto.
2. Cree sus anuncios.
3. Seleccione palabras clave que muestren sus anuncios a clientes potenciales.
4. Introduzca sus datos de facturación.

Herramientas y análisis

- Historial de cambios
- Conversiones
- Google Analytics
- Google Merchant Center
- Planificador de palabras clave
- Planificador de la Red de Display**
- Diagnóstico y vista previa de anuncios

Más información

Preguntas habituales

- ¿Dónde se muestra...
- ¿Cuánto cuesta A...
- ¿Cómo se define t...
- ¿Cómo se elige un...
- ¿Cómo se selecci...
- ¿Cómo se escribe...

Buscar en el Centro

Más recursos

- Para obtener asistenci...
- ¿Quiere conocer todos...
- ¿Le gustaría encontrar...

Para anunciantes experimentados

Seleccione una de las siguientes opciones y comience a utilizar toda la gama de funciones de AdWords

- Comenzar a crear campañas avanzadas

¿Desea recibir ayuda ad...

- Recibir sugerencias de publicidad
- Recibir boletines de nuevos productos de

Necesitamos crearnos una cuenta para utilizar la herramienta

Planificador de palabras clave

Planificador de palabras clave

Planifique su próxima campaña de la red de búsqueda

¿Qué desea hacer?

▼ **Buscar ideas para palabras clave o grupos de anuncios**

Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

Por ejemplo, flores o coches de segunda mano

Su página de destino

www.example.com/page

Categoría del producto

Introduzca o seleccione una categoría de producto.

Segmentación ?

España

español

Google

Palabras clave negativas

Personalizar la búsqueda ?

Filtros de palabras clave

Promedio de búsquedas mensuales ≥ 0

Avg. CPC $\geq 0,00$ €

Porcentaje de impr. del anuncio $\geq 0\%$

Introducimos nuestras palabras clave para que la herramienta nos sugiera ideas

Segmentar por idiomas y países

Planificador de palabras clave

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave		Descargar	Añadir las todas (610)	
Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	CPC medio	Porcentaje de impresiones del anuncio		
cofrentes turismo activo	140	Baja	0,28 €	0%	»	
multiaventura	1.900	Alta	0,58 €	0%	»	
turismo rural	9.900	Alta	0,17 €	0%	»	
turismo activo cuenca	30	Baja	0,33 €	0%	»	
deportes de aventura	1.000	Alta	0,77 €	0%	»	
hoteles rurales	4.400	Alta	0,27 €	0%	»	
empresas de turismo activo	70	Media	0,39 €	0%	»	

Descargar nuestro listado de palabras clave

	A	B	C	D	E	F	G
1	Ad group	Keyword	Currency	Avg. monthly	Competition	Avg CPC	Impr. share
2	Seed Keyword	turismo activo	EUR	880	0,43	0,81	0
3	Keyword Idea	turismo activo asturias	EUR	110	0,68	0,59	0
4	Keyword Idea	turismo activo andalucia	EUR	90	0,38	0,4	0
5	Keyword Idea	turismo activo galicia	EUR	90	0,41	0,75	0
6	Keyword Idea	cofrentes turismo activo	EUR	140	0,27	0,29	0
7	Keyword Idea	multiaventura	EUR	1900	0,72	0,58	0
8	Keyword Idea	turismo rural	EUR	9900	0,96	0,17	0
9	Keyword Idea	turismo activo cuenca	EUR	30	0,32	0,33	0
10	Keyword Idea	deportes de aventura	EUR	1000	0,7	0,78	0
11	Keyword Idea	empresas de turismo activo	EUR	70	0,58	0,4	0
12	Keyword Idea	deportes de riesgo	EUR	1600	0,34	0,49	0
13	Keyword Idea	turismo activo en asturias	EUR	40	0,86	0,49	0
14	Keyword Idea	turismo activo españa	EUR	30	0,3	0,44	0
15	Keyword Idea	senderismo	EUR	6600	0,38	0,31	0
16	Keyword Idea	puenting	EUR	3600	0,39	0,82	0
17	Keyword Idea	multiaventura madrid	EUR	1000	0,9	0,69	0
18	Keyword Idea	turismo activo cadiz	EUR	30	0,13	0,39	0
19	Keyword Idea	barcelona turismo	EUR	4400	0,76	0,38	0
20	Keyword Idea	turismo activo cantabria	EUR	90	0,37	0,52	0
21	Keyword Idea	turismo aventura	EUR	210	0,88	0,66	0
22	Keyword Idea	turismo activo madrid	EUR	40	0,56	0,45	0
23	Keyword Idea	trekking y aventura	EUR	1000	0,53	0,69	0
24	Keyword Idea	viajes	EUR	60500	1	0,39	0
25	Keyword Idea	turismo activo definicion	EUR	20	0,07	0	0
26	Keyword Idea	actividades de aventura	EUR	170	0,87	0,69	0
27	Keyword Idea	deportes aventura	EUR	210	0,72	0,61	0
28	Keyword Idea	viajes alternativos	EUR	590	0,97	0,59	0
29	Keyword Idea	senderismo madrid	EUR	2400	0,56	0,29	0
30	Keyword Idea	excursiones	EUR	2400	0,5	0,3	0
31	Keyword Idea	turismo activo sevilla	EUR	20	0,31	1,43	0
32	Keyword Idea	turismo madrid	EUR	5400	0,24	1,65	0
33	Keyword Idea	empresas turismo activo	EUR	40	0,41	0,36	0
34	Keyword Idea	turismo activo granada	EUR	40	0,35	0,4	0
35	Keyword Idea	ecoturismo	EUR	1300	0,18	1,07	0
36	Keyword Idea	turismo activo alicante	EUR	20	0,28	0,43	0

Planificador de palabras clave A tener en cuenta....

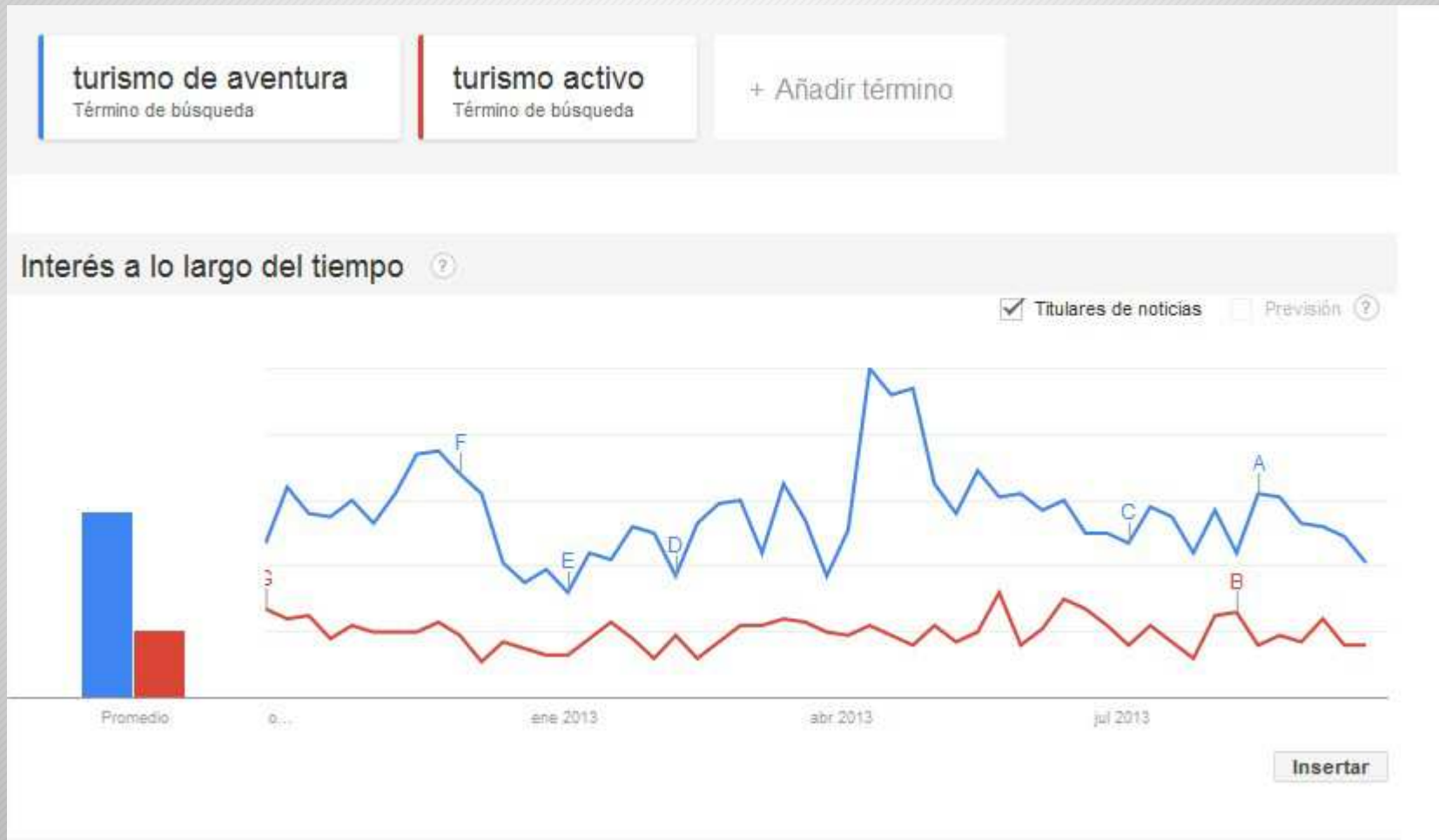
- Si las palabras claves responden a mi negocio / a mis productos
- Que tengan un volumen considerable de búsquedas mensuales
- Que la tendencia en el tiempo sea en alza
- Buscar un nicho con cierto volumen de búsquedas con menor competencia posible
- Posicionar dos o tres palabras clave por página

Google Trends

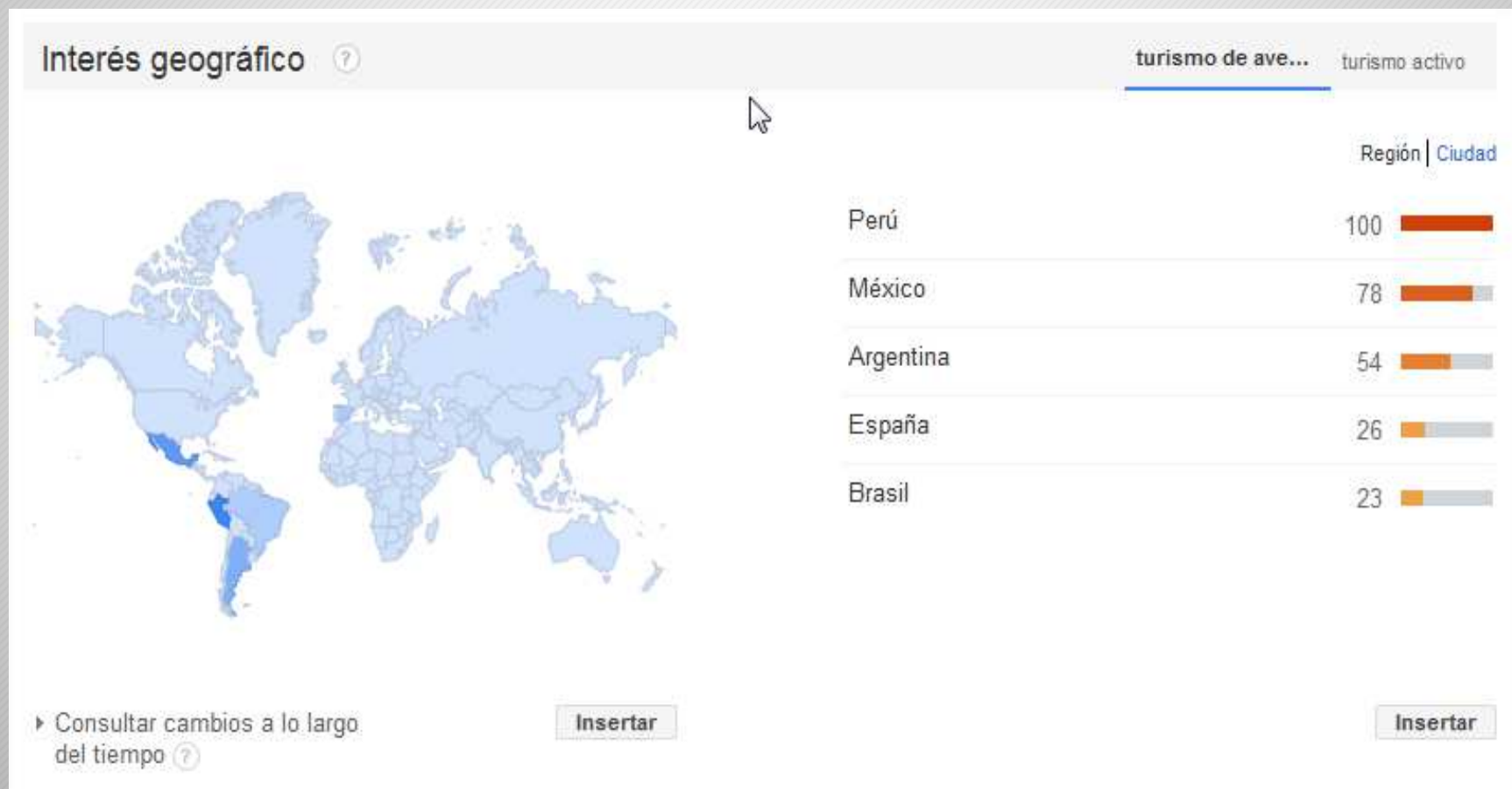
- Es una herramienta eficaz para saber palabras claves que la gente está buscando actualmente o las estadísticas de esa palabra clave en años anteriores
- Podemos saber la tendencia que ha tenido una palabra clave a lo largo del tiempo y su interés geográfico
- Permite comparar varias palabras
- Búsqueda de palabras relacionadas y en aumento



Google Trends



Google Trends



Google Trends

Búsquedas relacionadas ?

turismo de ave... turismo activo

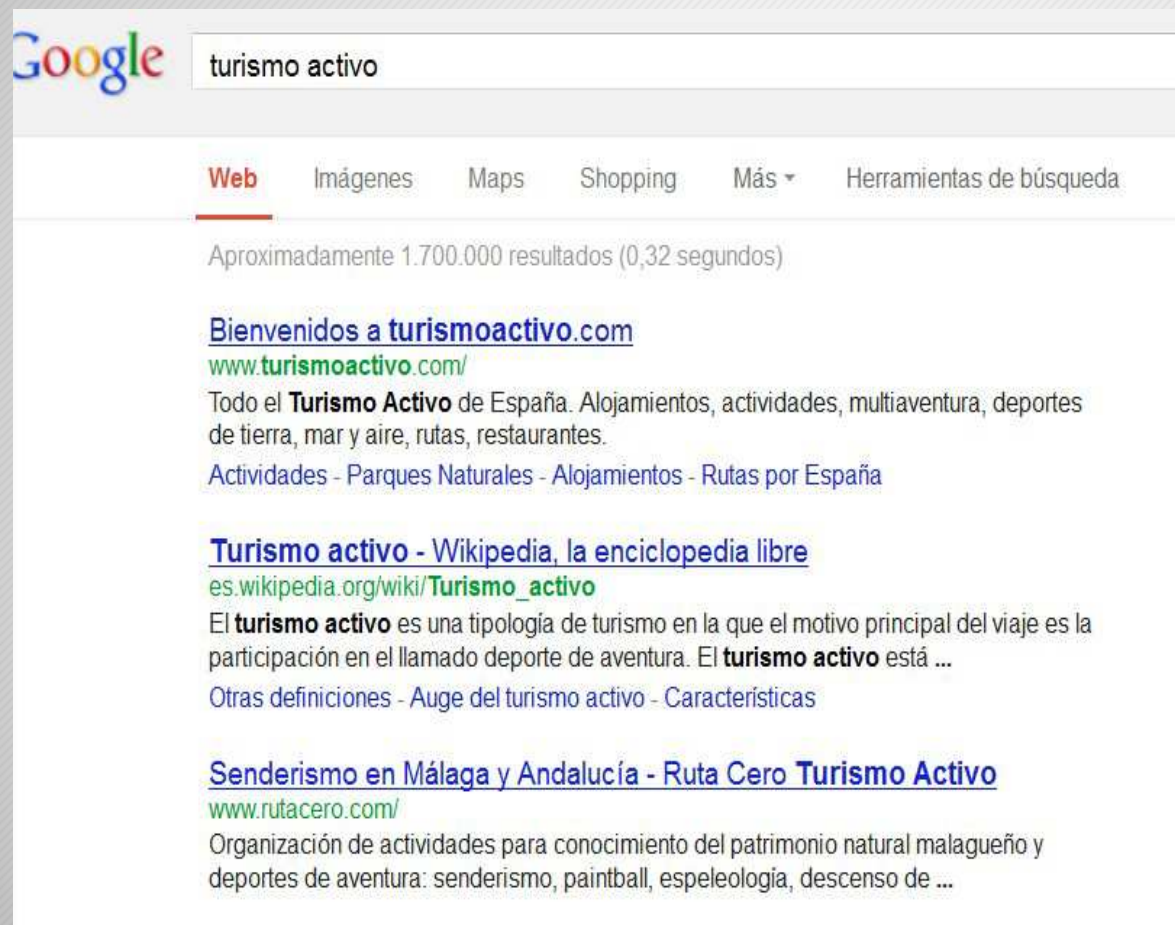
Principales

ecoturismo	100	
turismo cultural	55	
que es turismo	55	
turismo rural	50	
turismo de playa	45	

En aumento

turismo cultural	+80%
turismo de playa	+80%

Medir nuestra competencia



Google

Web Imágenes Maps Shopping Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 1.700.000 resultados (0,32 segundos)

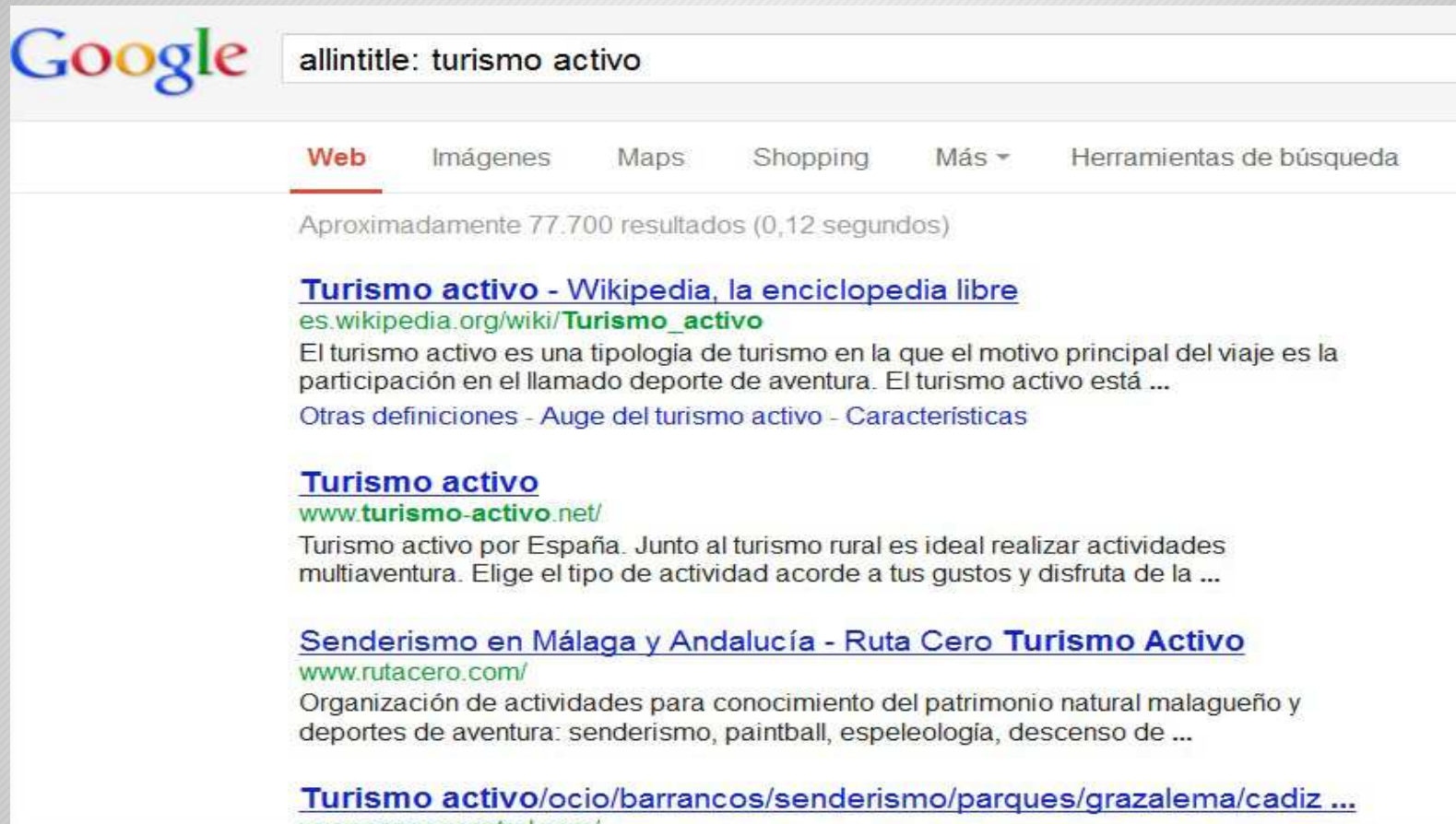
[Bienvenidos a turismoactivo.com](http://www.turismoactivo.com/)
www.turismoactivo.com/
Todo el **Turismo Activo** de España. Alojamientos, actividades, multiaventura, deportes de tierra, mar y aire, rutas, restaurantes.
[Actividades](#) - [Parques Naturales](#) - [Alojamientos](#) - [Rutas por España](#)

[Turismo activo - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_activo)
es.wikipedia.org/wiki/Turismo_activo
El **turismo activo** es una tipología de turismo en la que el motivo principal del viaje es la participación en el llamado deporte de aventura. El **turismo activo** está ...
[Otras definiciones](#) - [Auge del turismo activo](#) - [Características](#)

[Senderismo en Málaga y Andalucía - Ruta Cero Turismo Activo](http://www.rutacero.com/)
www.rutacero.com/
Organización de actividades para conocimiento del patrimonio natural malagueño y deportes de aventura: senderismo, paintball, espeleología, descenso de ...

Al introducir nuestra palabra clave en el buscador, nos muestra el total de páginas que tratan de dicho término

Medir nuestra competencia



Google

allintitle: turismo activo

Web Imágenes Maps Shopping Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 77.700 resultados (0,12 segundos)

Turismo activo - Wikipedia, la enciclopedia libre
es.wikipedia.org/wiki/Turismo_activo
El turismo activo es una tipología de turismo en la que el motivo principal del viaje es la participación en el llamado deporte de aventura. El turismo activo está ...
Otras definiciones - Auge del turismo activo - Características

Turismo activo
www.turismo-activo.net/
Turismo activo por España. Junto al turismo rural es ideal realizar actividades multiaventura. Elige el tipo de actividad acorde a tus gustos y disfruta de la ...

Senderismo en Málaga y Andalucía - Ruta Cero Turismo Activo
www.rutacero.com/
Organización de actividades para conocimiento del patrimonio natural malagueño y deportes de aventura: senderismo, paintball, espeleología, descenso de ...

Turismo activo/ocio/barrancos/senderismo/parques/grazalema/cadiz ...
www.pangeo-central.com/

El título es lo primero que mira Google a la hora de catalogarnos. Podemos averiguar el volumen de páginas que llevan la palabra clave en el título de la página

Factores importantes en la elección de nuestras palabras clave

- **Nuestro negocio** ¿Qué vendemos? ¿Qué ofrecemos?
- **Nuestra diferencia** Buscar nichos de mercado
- **El cliente** ¿Cómo me buscaría?



Optimización onpage

En la optimización de la página web, nos referimos tanto a la estructura del sitio web como a los contenidos de la misma



Optimización on page

¿Dónde colocar nuestras palabras clave?

- Título de la página
- Descripción de la página
- En la Url de la página



Optimización onpage

Título de la página

The screenshot shows a search result for 'Innovación en Turismo | Andalucía Lab'. The title is 'Innovación en Turismo | Andalucía Lab' and the URL is 'www.andalucialab.org/'. The description is 'Centro de Innovación Turística de Andalucía. Innovación en Turismo. Apoyo al emprendedor turístico: Ecommerce, Accesibilidad en turismo, Reputación Online, ...'. The address is 'Ctra Nacional 340, Km 189,6 29604 Marbella, Málaga' and the phone number is '951 70 46 30'. Annotations with arrows point to the title, URL, and description.

www.andalucialab.org/

Centro de Innovación Turística de **Andalucía**. Innovación en Turismo. Apoyo al emprendedor turístico: Ecommerce, Accesibilidad en turismo, Reputación Online, ...
Página de Google+ - Escribir una opinión

Ctra Nacional 340, Km 189,6 29604 Marbella, Málaga
951 70 46 30

Url de la página

Descripción de la página

Optimización onpage



Título de la página

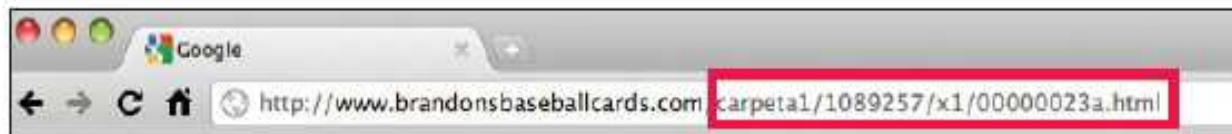
Descripción

TÍTULO Y DESCRIPCIÓN, ALGUNOS CONSEJOS...

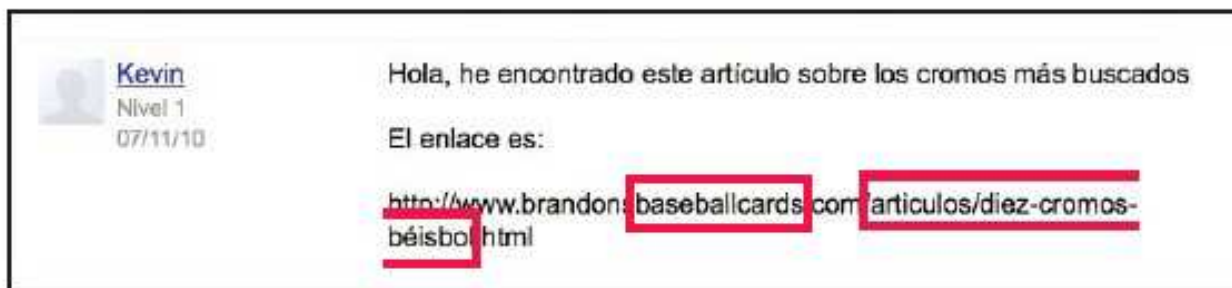
- Único para cada página
- Las palabras claves son más eficaces cuando están incluidas en la página principal
- El título es el lugar más importante, es bueno emplear al menos 2 ó 3 palabras clave
- Es recomendable que los títulos no sean muy largos y no repetir las palabras clave
- Descripción. Debe contener algunas palabras, que no sea más largo de 250 caracteres, y no repetirlas. El contenido de la descripción debe motivar al usuario al click.
- Título y descripción, coherente con el contenido de la página
- En la URL, no es determinante pero ayuda si introducimos palabras clave

Estructura del sitio web

- Utilizar URL sencillas



(1) Una URL que apunta a una página de nuestro sitio con la que nuestros usuarios podrían tener dificultades.



(2) Las palabras resaltadas podrían informar al usuario o al motor de búsqueda sobre la página incluso antes de hacer clic en el enlace.

Estructura del sitio web

URLs sencillas

Evita...

- URLs largas con parámetros y números de identificación
- Nombres genéricos como “pagina1.html”
- Excederse en palabras clave

Estructura del sitio web

Facilita la navegación

Crear un site map para usuarios



Enlaces de navegación web

Soluciones Ecommerce

Gestión Online Canales para Hoteleros
Gestión de Reputación Online
Guías para Móviles

Recursos Formativos

Analítica web
Claves proyecto online
Generación de contenidos
Redes sociales
Reputación de marca
Seguridad informática en la nube

Publicaciones

Guías
Newsletters
Blog Andalucía Lab, Innovación en Turismo
Catálogo de Aplicaciones de Software Libre

Emprendedores

Codigos QR
Realidad virtual en la formación
Comparador tarifas hoteles

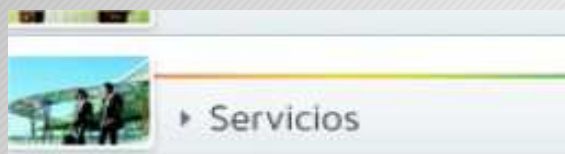
Demostraciones Tecnológicas

Nuevas Tecnologías aplicadas a un Destino Turístico
Proyecto CONTUR
Participa en las Demostraciones Tecnológicas de Andalucía Lab



© 2012 - Todos los derechos reservados
Centro de Innovación Turística de Andalucía
Ctra Nacional 340, Km 189,6 Marbella, 29604 - Málaga.
Tel: (+34) 951 70 46 30 Fax: (+34) 951 248 906
desarrollo web: SI2 | Aviso Legal





Mapa web

Áreas

Turismo *[Plegar]*

[Planificación turística](#)

[Registro de Turismo de Andalucía](#)

[Declaraciones de Interés Turístico](#)

[Calidad turística](#) *[Plegar]*

Calidad: certificados y distinciones

II Plan de Calidad Turística

Establecimientos y espacios certificados

Calidad: consultoría y asistencia técnica

[Innovación: Andalucía Lab](#)

[Formación turística](#)

[Patrocinios](#)

Comercio *[Plegar]*

[Comercio interior](#) *[Plegar]*

Normativa

Grandes Superficies Minoristas

Horarios comerciales

Planes

RCACA

Consejo Andaluz de Comercio

Estadísticas sobre comercio *[Plegar]*

Optimización on page – Contenido web

Crear contenido útil e interesante es el factor más importante

- Contenidos de fácil lectura
- Centrarse en el tema
- Contenido único y original
- Contenido para los usuarios, no para los motores búsqueda
- Mejora del texto ancla
- Optimizar las imágenes



Optimización on page – Contenido web

- Optimiza los texto ancla

¿Te dan ganas de coger la mochila e irte de viaje? A mí, sí. A Perú, por ejemplo o a cualquier rinconcito de [Andalucía](#).

Y si quieres profundizar más, apúntate al Prelab taller [Publicidad Turística: Cómo crear anuncios](#)

[Innovación en turismo](#) significa sumar y diferenciarse. ¿[Te unes?](#)



Registro de usuarios

[Más entradas](#)

Optimización on page – Contenido web

Optimizar las imágenes

- Utilizar palabras clave cuando guardemos la imagen en nuestro ordenador
- Etiqueta 'Título' o Alt de la imagen: Texto que aparece cuando pasamos el cursor por encima de la imagen
- Tener en cuenta el peso de la imagen

Optimizar las imágenes

Cuando cualquiera de nosotros, a través del navegador de internet, tecleamos nuestro nombre de usuario y contraseña en Gmail, no sólo estamos posibilitando leer y enviar nuestro correo electrónico, sino que estamos accediendo a todo un ecosistema, o como prefieren denominarlo ahora, **servicios en la nube** o [cloud computing](#).



Imagen: Wikimedia Commons y elaboración propia AndalucíaLab.

Optimización onpage - Linkbuilding

Conseguir que nuestra web esté presente en otras webs

Tener en cuenta:

- **Relevancia**
- **Fiabilidad del sitio**
- **Relevancia del dominio**
- **Temática**



Redacción SEO – Equilibrio usuario/buscador

Contenido interesante para nuestros usuarios y lograr un buen posicionamiento

- **Títulos y subtítulos atractivos**
- **Palabras clave**
- **Optimizar el material adicional, imágenes, vídeos**
- **Resaltar las palabras clave y contenido importante**
- **Contenido propio y original**
- **Incorporar enlaces internos / externos**



Redacción SEO – Equilibrio usuario/buscador

La accesibilidad también se come

Título atractivo para el usuario



0



Tweet

18



Me gusta

43



Compartir

En la gastronomía también hay barreras, más cuando el propio afectado no controla el proceso de elaboración, y una vacaciones idílicas pueden convertirse en una auténtica pesadilla. Hablamos de la **alimentación** en personas con **necesidades específicas**: diabéticos, intolerantes a la lactosa, celíacos, alérgicos al marisco y a un sinfín de alimentos más. Porque es una realidad que afecta a muchas personas y por tanto, a muchos **potenciales turistas**.

Pensando en todos

Palabras clave

La experiencia del visitante depende de los **múltiples eslabones** que conforman la misma, entre ellos, la **accesibilidad**. Cuando hablamos de **accesibilidad en turismo** no hacemos referencia únicamente a salvar las barreras arquitectónicas del entorno, sino a ofrecer un servicio global de **calidad y participativo**, que encuadre aspectos como el alojamiento, oferta complementaria y por supuesto, gastronomía. Porque así es como ve el turista su viaje y así es como lo transmitirá a los demás: *el hotel tenía unas vistas preciosas, la cama era comodísima, en el desayuno pude comer croissants porque tenían para celíacos...*

Enlaces internos

Y como no hay mejor forma de explicar algo que con un ejemplo, ofrecimos a los profesionales del sector y demás participantes de **el Foro de Accesibilidad y Turismo**, celebrado en nuestras instalaciones del **Centro de Innovación turística Andalucía Lab**, un desayuno accesible que fue muy celebrado por todos

Redacción SEO – Equilibrio usuario/buscador



SEO y Redes Sociales



SEO y Redes Sociales

Las redes sociales influyen en el posicionamiento, aunque éste es indirecto

Tener en cuenta:

- Los enlaces que redirigen a nuestra página
- Viralidad de los mensajes vía “retweets”, “me gusta” o “+1”

Crear contenido de valor es la mejor estrategia

SEO y Redes Sociales

 **Innovación y Turismo** @andalucialab 11 feb

¿Sabes todo lo que puede hacer una sonrisa en tu negocio? Uno de los mejores aliados en la calidad de nuestro servicio bit.ly/cpbal

Reducir ← Responder 🗑 Eliminar ★ Favorito ⋮ Más

9 RETWEETS **1** FAVORITE



14:08 - 11 feb 2013 - Detalles

 **Javier Pérez Caro** @JavierPerezCaro 15 feb

La #accesibilidad, el quinto tenedor de tu #establecimiento - andalucialab.org/blog/la-accesi... vía @andalucialab

Reducir ← Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más

15:06 - 15 feb 2013 - Detalles

SEO y Redes Sociales



The screenshot shows a navigation bar with links: Soluciones Ecommerce, Demos Tecnológicas, Eventos Formativos, and Biblioteca Recursos. Below it is a breadcrumb trail: Andalucía Lab // Blog Andalucía Lab, Innovación en Turismo / El coste de la tecnología turística. The main heading is "El coste de la tecnología turística". A row of social sharing buttons is circled in black and labeled "Botonera social" with an arrow. The buttons are: Google+ (2), Tweet (2), Me gusta (4), and Compartir. Below the buttons is a "Suscríbete a la News" button. The main text of the post discusses investing in technology and its benefits.

El coste de la tecnología turística

Suscríbete a la News

Invertir en tecnologías es una realidad inminente y necesaria. Esto nos ayuda a reducir los niveles de gasto y a ser sostenibles en un entorno cada vez más competitivo; un entorno a la vez complicado por los cambios en el panorama comercial y las dificultades derivadas de la situación económica actual.

La Historia de un Tweet de esta edición nos ha llevado a reflexionar sobre los **ecosistemas tecnológicos** de las empresas y cómo éstos ayudan en la gestión de los negocios, la relaciones con los clientes y hasta la comunicación con nuestros empleados.

Os recomendamos la lectura de este post y el estudio de una reveladora infografía sobre **el coste de la tecnología turística**.

Google Plus

¿Por qué hay que estar en Google Plus?

- Google plus no es sólo una red social, sino una plataforma clave para el posicionamiento
- La principal ventaja es que sus contenidos son indexables por el motor de búsquedas
- Estrategia de social media integrada: Google plus y todos sus productos: google maps, google docs
- Nos ayuda a generar y desarrollar nuestra marca



Google Plus

Para empezar tenemos que tener una cuenta de gmail

Página para empresas <https://plus.google.com/pages/create>

- Seleccionar una categoría. Ejemplo Negocio Local
- Añadir nuestro datos: nombre de la empresa, Url de la empresa, categoría
- Personalizar nuestro perfil público



Google Plus Local

teatro cervantes malaga

lola.damianov@andalab.org 0 + Compartir

Web Imágenes Maps Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 220.000 resultados (0,22 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.

Aceptar Más información


Teatro Cervantes de Málaga
www.teatrocervantes.com/
 Teatro Cervantes Málaga - Música, teatro, danza, lírica, Orquesta Filarmónica de Málaga.
 Valoración: 25 / 30 · 31 opiniones de Google · [Escribir una opinión](#)

Calle Ramos Marín, 0 29012 Málaga
 952 22 41 09

Todos los espectáculos ... Todos los espectáculos / Programación MARIDOS Y ...	Música MÚSICA, Temporada 2012-13: LAS CANCIONES DE ...
Información general - Málaga ... twitter facebook. Teatro Cervantes de Málaga ... VIENTOS DE ...	Información Teatro Cervantes: El Teatro Cervantes se distingue por la ...
Teatro Asociación de Amigos del Teatro Cervantes. Colaboradores en la ...	Lírica LÍRICA, 24 Temporada Lírica [2012-13]: AINHOA ARTETA ...

Más resultados de teatrocervantes.com »

[Teatro Cervantes \(Málaga\) - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
[es.wikipedia.org/wiki/Teatro_Cervantes_\(Málaga\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro_Cervantes_(Málaga))
 El Teatro Cervantes de la ciudad española de Málaga es el más antiguo espacio



Teatro Cervantes

Cómo llegar Escribir una opinión

Dirección: Calle Ramos Marín, 0, 29012 Málaga
 Teléfono: 952 22 41 09
 Parada: Álamos

Opiniones

PUNTAUACIÓN GENERAL 25 31 opiniones de Google

Cómo mejorar nuestro ranking social

- Ofrece contenido de actualidad
- Publicar en nuestras redes con frecuencia
- Conoce a tu audiencia y ofrece contenido de su interés
- También incorpora:
 - Vídeos
 - Imágenes
 - Contenidos de otros blogs



Importancia de la Analítica

- La analítica es un pilar más en nuestra estrategia
- Si no medimos nuestra web no podemos mejorarla
- Conocemos cómo se comportan nuestros usuarios



Importancia de la Analítica

La analítica nos permite conocer el comportamiento de los usuarios en nuestra página

¿Qué páginas son las preferidas para los usuarios?

¿Cuánto tiempo se quedan en nuestra web?

¿Cuántos usuarios son fieles?



Importancia de la Analítica

Tan importante es lograr conseguir tráfico como su comportamiento

La analítica nos permite...

Qué términos buscan los usuarios

Qué secciones visitan más

En qué páginas abandonan



**¡Gracias a todos por vuestra
participación!**