

PRESUPUESTOREF.: PG-POS4
ACTUALIZADO: 28/09/10**1 ¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO DE UN SITIO WEB?**

Como usted sabe, mientras más arriba aparezca su sitio web en la lista de resultados de Google, más posibilidades tenemos de recibir visitas. Los servicios que permiten mejorar su posición en esos resultados generalmente se denominan "**posicionamiento**".

Antes de nada, debemos aclarar que ningún servicio de posicionamiento supera a una **buena estrategia de contenidos**. Crear y actualizar contenidos supone una enorme inversión de tiempo, pero a cambio es una estrategia gratuita frente a los elevados costes de una campaña de posicionamiento a largo plazo. Además, unos contenidos relevantes no sólo atraen visitas, sino

que además las retienen. Un blog corporativo con información del sector, vídeos de sus productos o de interés para su mercado, un foro público de soporte o debate, una sección de noticias bien actualizada, un archivo de documentos PDF con información de interés para sus clientes... Ofrezca contenidos relevantes y obtendrá visitas relevantes. No obstante, si no le es posible ofrecer más y mejores contenidos en su web, por favor considere nuestros servicios para mejorar su posicionamiento.

Google es el buscador utilizado por la mayor parte de sus clientes (90-95% de los internautas españoles), y por tanto es el principal objetivo de nuestros servicios de posicionamiento. Este buscador ordena sus resultados por **relevancia**. Nadie, salvo Google, conoce con exactitud la "fórmula" que considera una web relevante o no. Sin embargo, se conocen algunos factores importantes que influyen. Por ejemplo: la claridad de los contenidos y la sencillez de su estructura, el número de enlaces que recibe la página desde otras páginas externas, la relevancia de la competencia, o la frecuencia de actualización. Al ser una fórmula desconocida que puntúa una página según los contenidos de otras similares, **ninguna empresa puede certificarle una posición determinada para su sitio web** (la primera, entre las tres primeras, etc.), especialmente en sectores muy saturados como el turístico o el inmobiliario. Es más: las técnicas agresivas de posicionamiento suelen violar las normas técnicas de Google, y pueden suponer su expulsión del buscador.

Una vez aclarados los conceptos básicos, le presentamos a continuación nuestra **gama de servicios de posicionamiento**.

2 SERVICIOS DE POSICIONAMIENTO

2.1 Posicionamiento básico

Gratis con su nueva web

Ofrecemos este servicio de forma gratuita a todos los clientes que lo soliciten y que hayan desarrollado su sitio web con Impacta desde junio de 2008. Si su sitio web es más antiguo, o bien no ha sido desarrollado por Impacta, podemos estudiar la posibilidad de implementarlo, aunque probablemente ya cumpla al menos las especificaciones más importantes. Este servicio se resume en empleo de técnicas básicas que facilitan a Google encontrar información relevante en su web.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL SERVICIO

- Solicitud de alta inicial en Google
- Separación de diseño y contenido, de forma que el primero no obstaculice la lectura del segundo por parte de Google.
- Menú de navegación "spider-friendly", o en su defecto creación de mapa web en HTML puro y/o creación de un archivo sitemap.xml para envío a Google Sitemaps.
- Creación de palabras clave y descripciones apropiadas (etiquetas META)
- En lo posible, los diferentes niveles de contenido se formatearán jerárquicamente (etiquetas "heading") y se estructurarán anteponiendo la información más relevante y novedosa.
- En lo posible, las direcciones de los archivos serán descriptivas del contenido (por ejemplo: gran_canaria en vez de gc).

2.2 Asesoría inicial e informe de posicionamiento

350 - 550 €

Si ya cuenta con una web (quizá desarrollada por otra empresa) y tiene dudas sobre su rendimiento en buscadores, le interesará contratar este servicio. Se trata de un análisis profundo de la situación de su web respecto a su competencia, resultando en un documento con consejos para mejorar la situación. Si es necesaria una intervención técnica para **optimizar** el código de su web, será presupuestada aparte. En determinados casos, será más recomendable dejar su web corporativa tal y como está, y diseñar una **web de posicionamiento** paralela a la anterior (más información abajo).

2.3 Curso de posicionamiento

150 - 650 €

Si su web es mantenida por su propio personal, y su negocio depende en gran medida del posicionamiento de su web, este servicio puede ser de su interés. Consiste en una o varias sesiones formativas en nuestras oficinas, a cargo de un experto en posicionamiento, en las que su personal recibirá personalmente directivas para mejorar el rendimiento de su web en buscadores. Dicho curso se adaptará exactamente a sus necesidades, y se presupuestará según los objetivos que usted marque y el número de trabajadores inscritos.

Uno de los principales factores del posicionamiento es el número de enlaces que recibe de otras páginas, especialmente desde aquellas en su mismo sector. No es muy importante si dichos enlaces provienen de un blog personal, o de una multinacional: cada enlace cuenta como una recomendación, y ayuda a mejorar su posición en las listas de resultados. No obstante, aquellos enlaces desde contenidos web relevantes tienen un valor mayor.

Por todo ello, tras lanzar su web es importante desarrollar cierta labor de **relaciones públicas**, contactando por e-mail con otros editores y ofreciendo intercambiar enlaces para mutuo beneficio. Básicamente, el proceso de intercambio de enlaces consiste en dos fases:

1. Primero, es necesario detectar qué competidores le superan en posicionamiento, y estudiar dónde aparecen referenciados (guías y directorios profesionales, anillos de enlaces, menciones en foros, etc.). Asimismo, es necesario identificar páginas interesantes de su sector potencialmente beneficiosas para nosotros.
2. Posteriormente es necesario dirigirse a cada uno de los editores de esas páginas, presentando nuestra web favorablemente. Se debe sugerir que un enlace a nuestra página sería de interés para los lectores de su sitio, y ofrecer un intercambio como cortesía. Es necesario realizar un seguimiento individualizado de cada editor.

Si su sitio web o su negocio son realmente innovadores, es posible enfocar el lanzamiento de su sitio web como una noticia en sí mismo. En tal caso, es positivo redactar la petición como una nota de prensa para ser enviada a medios locales de comunicación y sitios web especializados, destacando un enlace a nuestra página para obtener más información.

Si su personal no dispone del tiempo o los conocimientos necesarios para esta labor, Impacta puede ayudarle por un precio fijo, que se abonaría al principio de la campaña. Pero, como toda labor de relaciones públicas, no se puede esperar un resultado concreto en un plazo determinado: el intercambio de enlaces puede resultar muy exitoso, o no cubrir nuestras expectativas. No hay forma de saberlo a priori, y es necesario algo de paciencia.

Por último, obviamente es necesario un espacio en su web en el que físicamente colgar los enlaces. Si su web carece de una página con espacio para enlaces, será necesario presupuestarlo aparte a un precio razonable, bien en forma de directorio de enlaces o, aún mejor, en formato de noticias o artículos de recomendación.

2.5 Web de posicionamiento

Desarrollo: **450 €**

Alojamiento y mantenimiento de contenidos: **250 €/mes**

Google puntúa muy positivamente las webs **extremadamente** sencillas, compuestas sobre todo por textos abundantes, densos, con algunas imágenes y poco más. Por eso, los blogs y artículos enciclopédicos suelen copar las primeras posiciones de búsquedas específicas. Sin embargo, ese requisito de sencillez colisiona con las webs corporativas actuales, que son cada vez más sofisticadas: contenidos gestionables y dinámicos, reservas online, información personalizada, integración con redes sociales, reducción del texto y aumento de las imágenes, animaciones, visitas virtuales... Paradójicamente, esas prestaciones son necesarias desde el punto de vista del marketing, pero pueden ser perjudiciales para captar nuevos clientes vía posicionamiento... ¿Cómo se combinan? En ocasiones, la única solución es contar con **dos webs paralelas**: una (la "web de posicionamiento") para captar clientes potenciales en buscadores, y otra (su web corporativa actual) para convertirlos en clientes reales y fidelizarlos.

Una web de posicionamiento recibe también el nombre de “**cebo**”, pues su uso principal es atraer posiciones en los buscadores, más que presentar nuestra oferta con criterios publicitarios. Cada detalle de la web, empezando por la forma de redactar los textos, está pensado para incrementar nuestra notoriedad ante los sistemas automáticos de Google. A diferencia de los cebos de primera generación (que fueron penalizados y excluidos de los buscadores en 2009 debido a una estrategia demasiado obvia), nuestros cebos de segunda generación son sitios web plenamente funcionales y aptos para visitantes humanos: sus clientes. En cualquier caso, la web de posicionamiento siempre se presenta como un servicio **adicional** de la empresa a sus clientes, pero nunca se publicita directamente.

Normalmente le surgirán las siguientes dudas:

- **¿Cómo se justifica ante los internautas la existencia de dos webs?** Este servicio adicional puede presentarse de varias formas, y se estudia en cada caso concreto. Dos ejemplos habituales son un “blog del director con noticias del sector” o una “versión accesible para discapacitados” de la web corporativa. Esta última opción tiene la ventaja adicional de abrirnos a ese mercado emergente.
- **¿Cómo se transfieren clientes de la web de posicionamiento a la web corporativa?** Es obligatorio que los visitantes puedan obtener información básica y comunicarse con el establecimiento sin salir de la web de posicionamiento. Es decir: el cebo debe ser una web completa que tenga sentido en sí misma. Sin embargo, se invita a los visitantes (con cierta discreción) a visitar la web corporativa para obtener información más detallada y consultar la disponibilidad de habitaciones en tiempo real.
- **¿No supone un gran gasto crear y mantener dos webs?** Sí y no. La creación de la web de posicionamiento es relativamente rápida y económica, gracias a nuestro software “**Proyecta SEO**”. Se trata de una tecnología exclusiva de Impacta, resultante de nuestra actividad de I+D en accesibilidad y posicionamiento. Sin embargo, el mantenimiento posterior sí es costoso: no olvidemos que una web de posicionamiento debe ser actualizada si es posible **cada semana** con nuevos contenidos, que además deben ser **redactados por un especialista** y, opcionalmente, **traducidos por un profesional**.
- **¿Los resultados de una web de posicionamiento están garantizados?** No, al igual que cualquier otra acción de marketing. Además, se trata de una inversión a medio plazo que requiere meses de trabajo constante. Sin embargo, si compara el precio de un informe y una web de posicionamiento mantenida durante seis meses, con el coste de una campaña de publicidad tradicional de la misma duración, observará que se trata de una acción muchísimo más rentable y fácil de controlar.

2.6 Campaña Google Adwords (6 meses)

400 € (alta) + 180 €/mes

Los servicios de posicionamiento intentan mejorar su presencia en los resultados normales de las búsquedas, también llamados “resultados naturales”. Pero habrá observado que Google destaca determinados enlaces en la parte superior de la pantalla, bien al principio de la lista, o bien a la derecha. Son los llamados “**enlaces patrocinados**”, y suponen **la única forma de asegurarse al 100% que su negocio será visible en Google** tras teclear determinadas palabras-clave, y con **resultados inmediatos y medibles**. Es decir, hablamos de una campaña de publicidad online (denominada “**Adwords**”) cuyo desembolso es

bastante razonable: a diferencia de la publicidad tradicional, no pagará por impresiones, sino por “clics” (visitas reales a su sitio web). Es decir, la inversión mensual se destina íntegramente a generar nuevos clientes.

Una vez contratada dicha campaña, Impacta realizaría todos los preparativos necesarios, crearía los anuncios, realizaría un seguimiento y entregaría un informe estadístico al final para comprobar su eficacia. La tarificación de Google Adwords es tremendamente complicada (depende del número de idiomas, de la competencia que tenga el anuncio en cada momento, etc.). Por ello, Impacta la ha simplificado de la siguiente forma: un precio de alta y una mensualidad variable, que puede alterarse mes a mes en función de los resultados anteriores.

- **Alta (400 €).** Incluye el asesoramiento previo, la preparación de la campaña hasta en 5 países y 3 idiomas (traducción aparte), así como la creación de los anuncios específicos para cada segmento del público, su optimización a lo largo de seis meses y la entrega de los informes estadísticos necesarios.
- **Mensualidad (desde 180 €/mes).** Como explicamos antes, esta cantidad se invierte íntegramente en nuevos “clics”, y por tanto en nuevas visitas. Mientras mayor sea esta mensualidad, normalmente mayor será el número de visitas generadas, hasta llegar a un punto de saturación a partir del cual no compense invertir más. Por ello, la cantidad propuesta de 180 € es sólo una recomendación inicial; Impacta le asesorará sobre la cantidad óptima mes a mes, en función de la competencia en su sector y las estadísticas previas de la campaña. En cualquier caso, el cliente siempre tendrá la última palabra respecto a esta partida. Las cantidades mensuales serán domiciliadas los días 1 de cada mes. La campaña puede cancelarse en cualquier momento, lo que supondrá no abonar más mensualidades a partir del mes siguiente.

3 | **SERVICIOS COMPLEMENTARIOS: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN (ORM)**

Además del posicionamiento y la publicidad en buscadores, Internet ofrece también nuevas oportunidades de promoción en las llamadas “redes sociales” (web 2.0). Impacta ofrece un servicio de **relaciones públicas electrónicas** que le ayudará a sacar partido de la reputación de su establecimiento en Internet, o incluso mejorarla si es necesario. Si no tiene tiempo para aprovechar el potencial de Facebook, TripAdvisor y otras redes, Impacta puede monitorizar y responder por usted a las recomendaciones y quejas de sus clientes. Por favor, visite la siguiente dirección para más información, de especial interés si su empresa pertenece al sector turístico: www.impacta.eu/orm