

SEO&SEM

Centro ADM | 2017

ADM

Yo

mty•basic avanzado•lcc•html•flash•argentina•actionscript•autodidacta•wordpress•adwords

ADM

Uds

¿qué hacen? • ¿por qué este curso? • ¿profesional o personal? • ¿objetivos?

Sesión 1

Cual es la meta de SEO (Search Engine Optimization) y del SEM (Search Engine Marketing)

Análisis de los Proyectos de los Alumnos en aspecto NECESIDAD, ALCANCE y ESTRATEGIA

La NECESIDAD significa verificar si el SEM es la herramienta correcta para aumentar las ventas y conseguir nuevos clientes

El ALCANCE significa compilar el conocimiento sobre las posibilidades de la empresa o de la asociación en aspecto financiero, personal e infraestructura física

La ESTRATEGIA es el desarrollo de las herramientas y metas del SEM (Search Engine Marketing) ajustado a la NECESIDAD y al ALCANCE de la empresa o de la asociación.

Se requiere una Implementación de un PENSAMIENTO de negocio sobre inversión y ganancia como base de los decisiones sobre el SEM (Search Engine Marketing)

¿qué quiero lograr?

¿dónde estoy?

¿cómo voy a llegar?

The logo consists of the letters 'ADM' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black square.

SEO

A grosso modo

ADM

ON PAGE / OFF PAGE

on page

claridad en uso de keywords

urls amigables

uso de etiquetas / meta etiquetas / html /
<alt> para imágenes / <title>

robots.txt & sitemap

links internos

código

velocidad

compatibilidad con móviles

analytics

propiedades google (webmaster
tools, maps, my business,
pagespeed)

otras propiedades digitales
(micrositios, networks)

link building

trends

señales sociales

The logo for ADM, consisting of the letters 'ADM' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black square.

buenas & malas prácticas

investigar el mercado / la competencia / búsquedas relacionadas

keywords demasiado genéricas

keyword stuffing

usar keyword tool

link farms

usar trends

spam posting

checklist de *on-page optimization*

google bombs

enfocarse en “la cola larga”

contenido útil / de calidad

Mitos & realidades

- No es rápido
- No hay una fórmula, sí hay una disciplina
- Depende de cada palabra, objetivo, competencia, ubicación
- Cambia todo el tiempo
- Hay charlatenería y confusión
- Page Rank - Autoridad - Relevancia
- Buenas & malas prácticas
- No es fácil (no es barato)





