

# MÁSTER SEO

## BIGSEO

**MasterSEO**  
by BIGSEO

# MASTER de SEO

# Campus Flexible

 0%	Máster SEO 4 de 923 lecciones terminadas
<input type="text"/> Busca una lección o etiqueta	
 Módulo	Buzón de entrega de Tareas 0 / 1
 Módulo	Bienvenida 2 / 5
 Módulo	Profesorado 0 / 25
 Adrià Soriano	
 Aida García	
 Antoine Eripret	
 Carles Duarte	
 Carlos Ortega	

Anterior  Buzón de entrega

Siguiente  Bienvenida del Director de BIGSEO Academy

  Marcar como concluida

¡Evalúa esta clase!

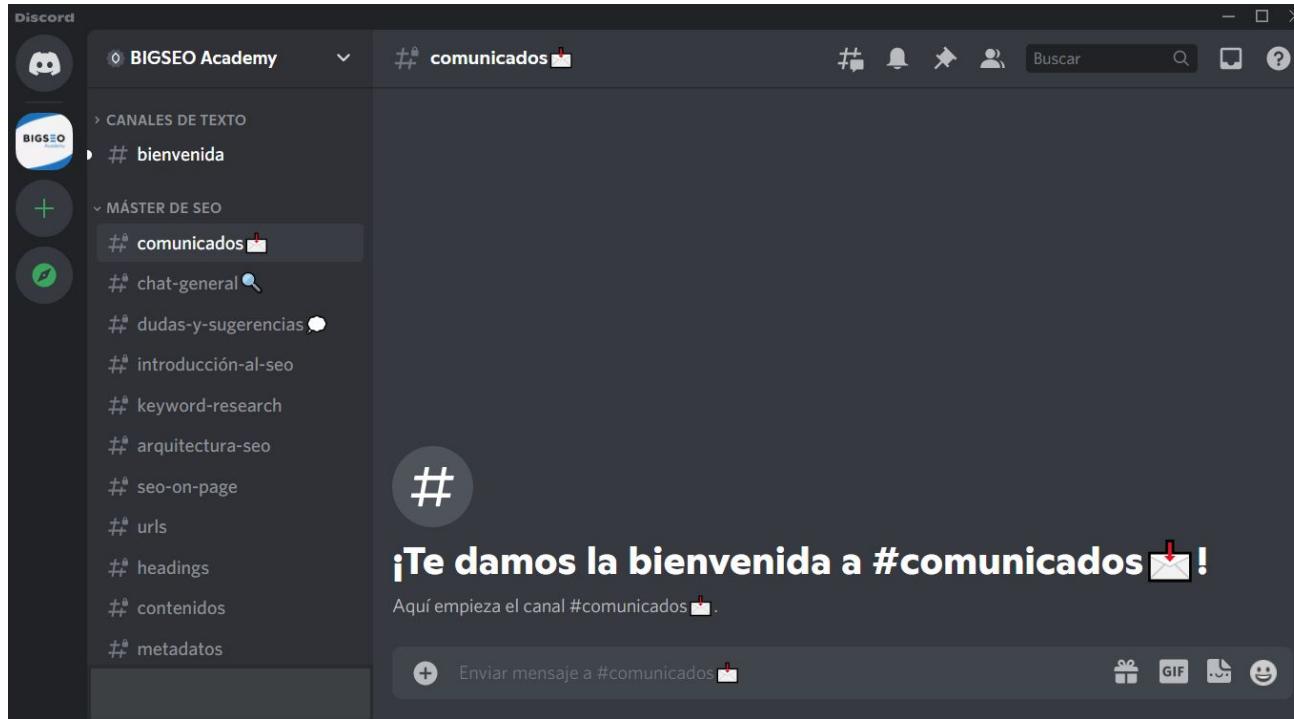
☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Introducción a la Formación

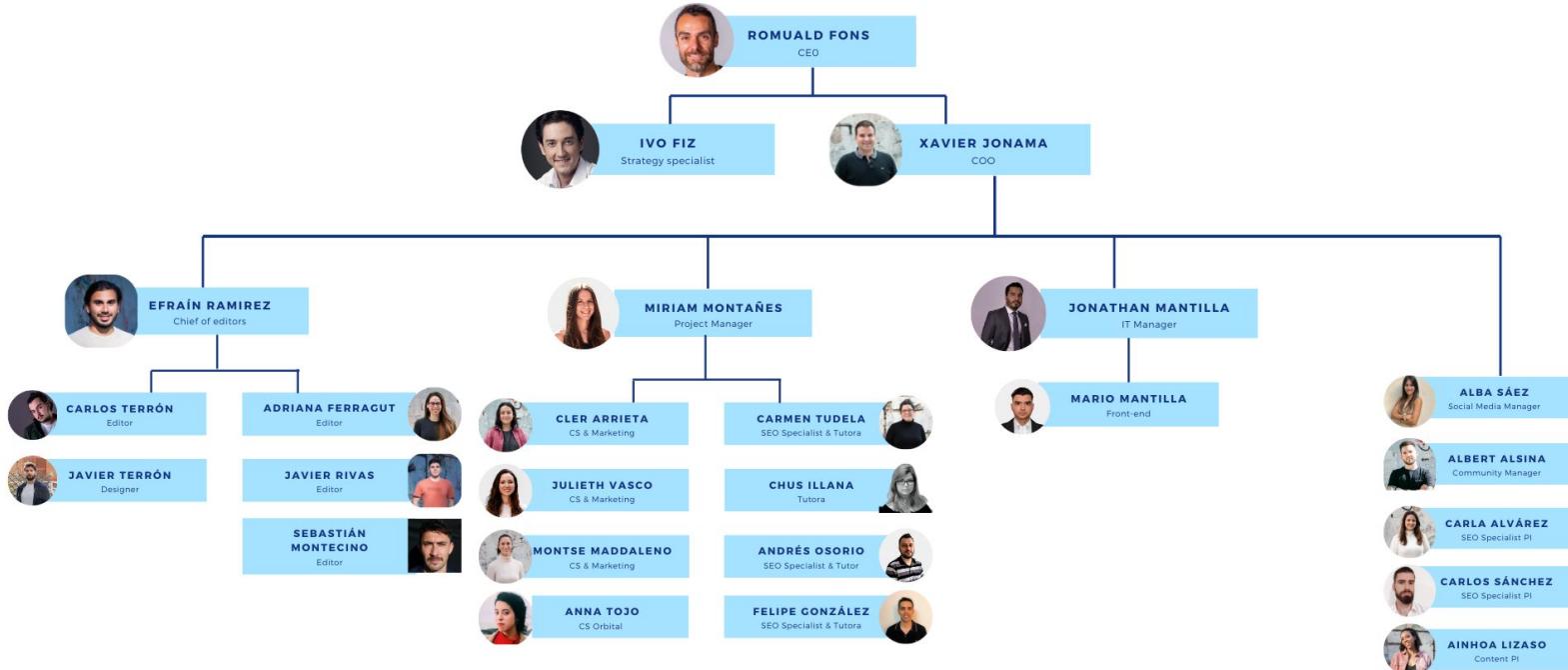
Romuald Fons te da la bienvenida a nuestro Máster en SEO Profesional y te hace un pequeño recorrido por los aspectos más importantes que debes tener

Etiquetas

# Comunidad: Discord BIGSEO Academy



# **EQUIPO BIGSEO Academy**





## **Xavier Jonama**

Director de BIGSEO Academy



## **Carlos Sánchez**

SEO Manager y Tutor del  
Máster de SEO



## **Cler Arrieta**

Customer Service del Máster  
de SEO



## **Javier Martínez**

SEO Manager y Key Account  
Manager en BIGSEO Agency

# INTRODUCCIÓN AL SEO

## POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

# INTRODUCCIÓN AL SEO

## ÍNDICE

Buscadores

SEO

Google

¿Cómo navega el usuario?

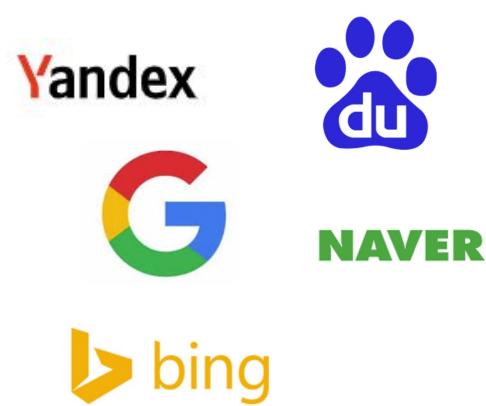
# BUSCADORES

# ¿Qué son los buscadores y cuál es su funcionalidad?

Los buscadores web o motores de búsqueda son sistemas informáticos que recopilan información.

Google es el más popular en gran parte del mundo, pero existen muchos otros como: Bing, Yandex, Naver o Baidú

Estos tienen una funcionalidad principal, **resolver las búsquedas** de los usuarios, es decir, contestar las dudas en el **menor tiempo posible** y que el resultado que aparezca en **primera posición** satisfaga esta necesidad que ha llevado al usuario a utilizar el buscador.



# Buscadores

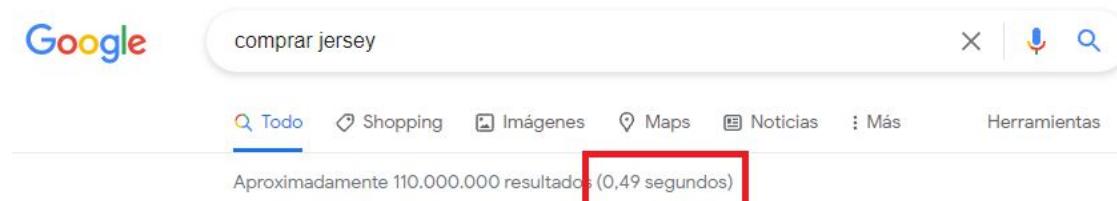
La meta de todos los buscadores es:

**“Dar el mejor resultado en el menor tiempo posible”**

# Menor tiempo posible

Todos los buscadores buscan ser el más utilizado y aunque actualmente sea Google, no siempre ha sido así y puede dejar de suceder, por eso su continua actualización y optimización.

Google muestra el tiempo que tarda en dar respuesta a una búsqueda y cada día optimiza más su página de resultados para ser más rápido y así seguir dominando el mercado

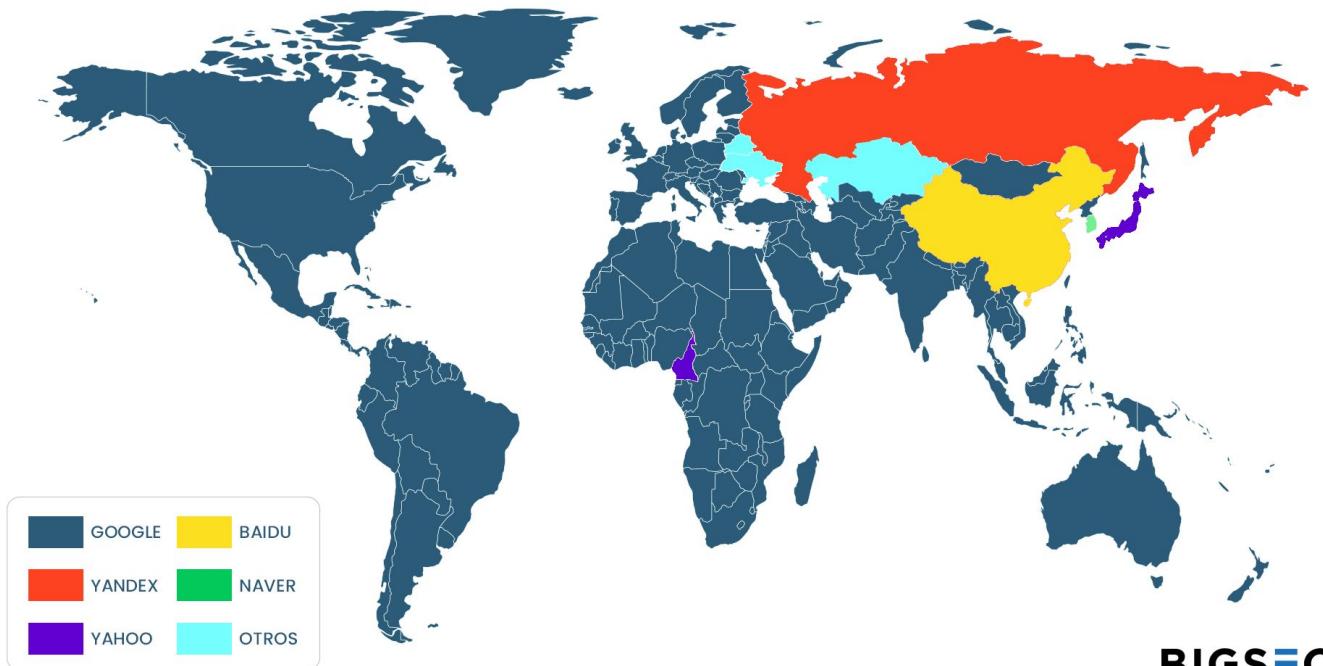


## Resultados

La fuente de ingresos de Google es la publicidad, pero resolver las dudas de los usuarios es lo que hace que google funcione y es lo que nos hace entender, por qué es importante el SEO y por qué existe.

Los resultados de pago siempre van a estar, ya son el modelo de negocio de Google, pero son los resultados SEO los que hacen que Google es y siga siendo el buscador más usado. Por lo tanto, **Google depende del SEO para su modelo de negocio.**

## Los buscadores más utilizados



Ranking de buscadores web 2020			
Buscadores web	Móvil	Tablets	Ordenadores
Google	69,24%	94,46%	87,92%
Bing	13,62%	0,58%	2,76%
Baidu	12,72%	3,14%	3,65%
Yahoo!	2,23%	3,44%	3,26%
Yandex	1,12%	0,55%	0,95%
DuckDuckGo	0,40%	0,20%	0,96%
Otros	0,67	0,24%	0,5%

# SEO

# SEO

SEO o Search Engine Optimization, se compone de las **acciones o conjunto de técnicas que se emplean para posicionar mejor un resultado** en cualquier buscador.

Sirve para optimizar tus resultados para las diferentes búsquedas que te interesen, y que tu público objetivo pueda encontrarte con facilidad.

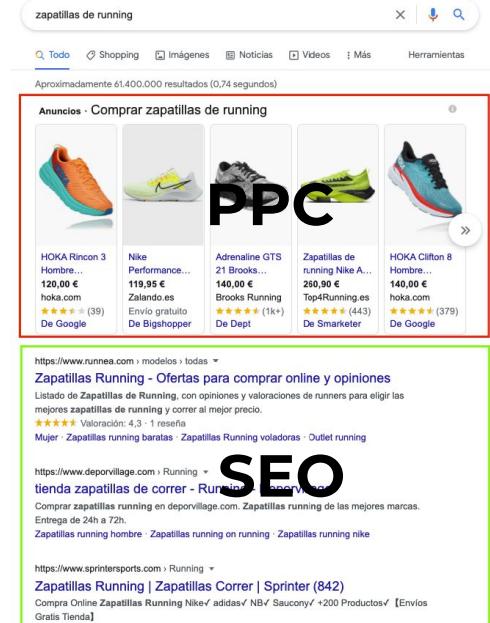
Dentro del SEO diferenciamos dos ámbitos:

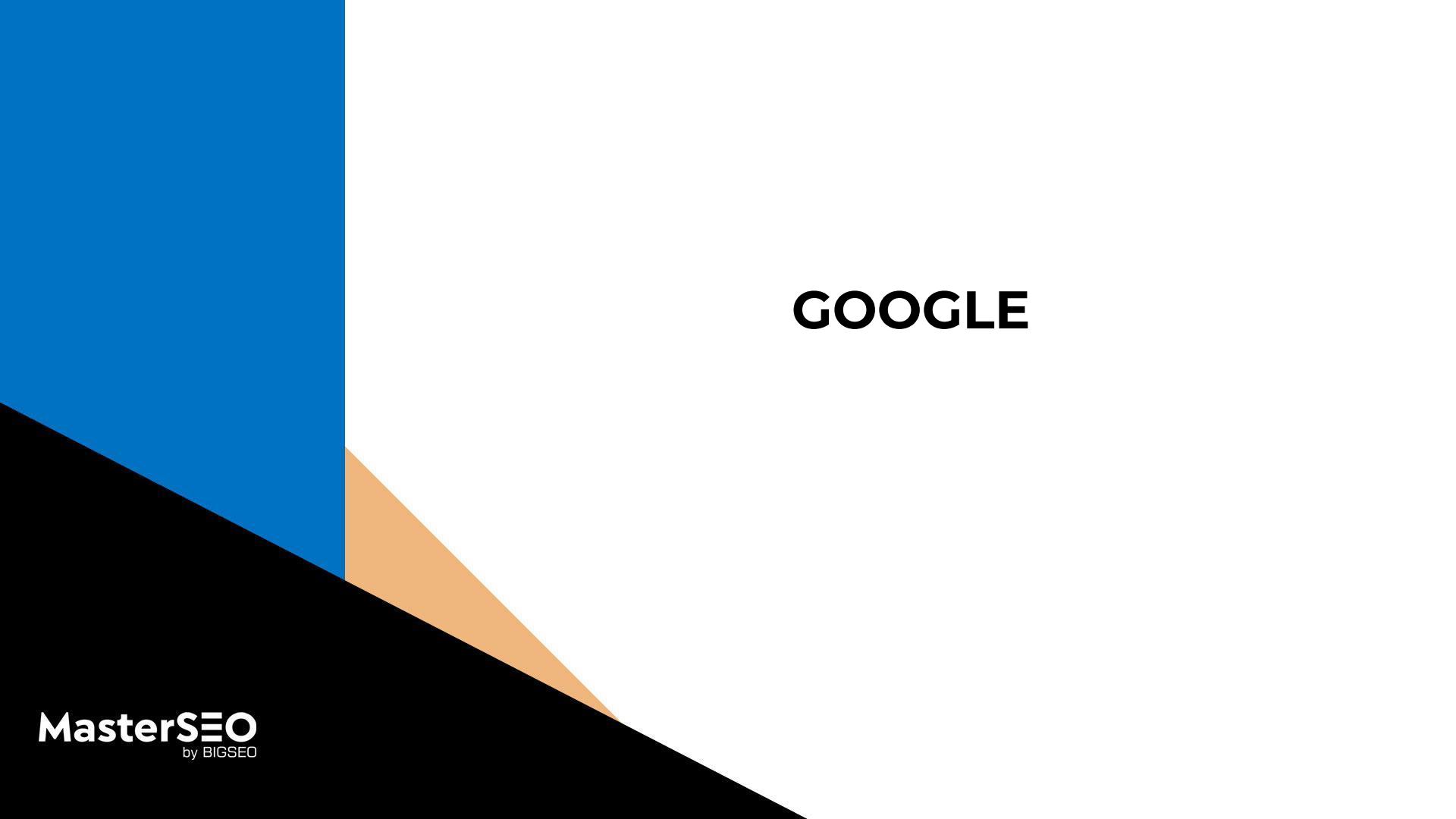
- On Page: son todos aquellos valores que dependen de factores internos de la web
- Off Page: los valores relacionados con factores externos a la web

**Y todos los verás y aprenderás en el Master**

# SEO vs PPC (Pay Per Click o Pago Por Click)

- El SEO, como hemos mencionado antes, es el conjunto de acciones para mejorar el posicionamiento orgánico en los buscadores. Es decir el posicionamiento natural y gratuito, para que los buscadores muestren tus resultados entre los primeros. Esto no tiene un coste por click. Es un proceso que requiere tiempo pero que a la larga resulta más rentable.
- En PPC el tráfico no es gratis, como su nombre indica hay que pagar un coste por click. PPC es un modelo de publicidad mediante el cual podemos mostrar nuestros resultados de manera promocionada, es decir como anuncios. Por ejemplo, a través de Google Ads, Big Ads, Facebook Ads, etc. Es un tráfico más inmediato pero de mayor coste.
- Tanto SEO como PPC o pago por click, son parte de Search Engine Marketing (SEM)





GOOGLE

## Por qué Google

Los SEOs hablamos la mayor parte del tiempo de Google porque es el líder de mercado y el que lleva la vanguardia de los cambios en los algoritmos.

Además, los países de habla hispana es dónde tiene mayor cuota de mercado.

Precisamente por ser el líder, los otros buscadores le imitar, con lo cual, optimizando para Google lo estaremos haciendo también para Bing y Yandex.



## ¿Cómo funciona Google?

Cómo funciona la Búsqueda de Google, según Google

- Organizamos el contenido de la Web
- Resultados de búsqueda al instante
- Mostramos los resultados de forma útil
- Solo vendemos anuncios, no resultados de búsqueda
- Mejoramos continuamente tu experiencia

## ¿Cómo funciona Google?

A pesar de que Google, tiene diferentes tipos de páginas de resultados, imágenes, libros, bases de datos, etc, hablaremos de los resultados de páginas web.

Para este tipo de resultado, Google utiliza 3 pasos hasta mostrarla entre sus resultados:

1. Rastreo
2. Indexación
3. Aparición en la Búsqueda (y posicionamiento)

# Rastreo

## Rastreo

Para dar a conocer tu web, debes “presentarla” al buscador. Esto puedes hacerlo, bien a través del propio enlace o a través del sitemap, para que Google lo rastree.

Una vez Google tiene la URL de esta página pasa a rastrearla, es decir, a revisarla tanto a nivel de contenidos como a nivel estructural y de diseño. Si nuestra web está bien optimizada a todos los niveles, facilitaremos que Google la entienda y comience a mostrarla a los usuarios interesados en nuestro contenido.

## Rastreo

Se denomina rastreo al proceso mediante el cual, el robot de Google, llamado Google Bot, visita nuevas páginas para añadirlas al índice de Google.

Este robot, también conocido como araña o bots, es el encargado de obtener toda la información de la web para poder etiquetarla y clasificarla.

Este rastreo lo realiza mediante:

- Los enlaces que hay en las webs, tanto internos como externos.
- Los sitemaps subidos a Google Search Console
- Los servidores

## Rastreo

Al rastrear la página, Google la renderiza con una versión actualizada de Chrome y ejecutan las secuencias de comandos que encuentren en ella.

Estos rastreos se hacen con 2 tipos de bots:

- Bots para dispositivos Móviles
- Bots para dispositivos de Escritorio

Simulando un usuario con diferentes dispositivos. No obstante, el rastreo de Escritorio está a punto de desaparecer, ya que la mayoría de búsquedas se hace por dispositivos móviles.

## **Rastreo**

Google, a no ser que se le indique lo contrario, rastrea todas las URLs, pero es posible bloquear páginas para que no se rastreen con archivos robots.txt.

Este bloqueo, no impide que se indexen esas páginas, por lo que se pueden indexar sin analizar su contenido.

Lo que Google no puede hacer, es acceder a URLs con acceso privado o que necesite autorización.

# **Indexación**

## Indexación

Una vez Google conoce nuestra página, pasa a analizar el contenido, lo cataloga, interpreta y se almacena toda esta información.

Se denomina indexación al momento en el que el robot de Google procesa las páginas rastreadas. En este proceso toma la información del contenido, las etiquetas y los atributos.

En este proceso de indexación, junto al de rastreo, también se detectan los contenidos duplicados o canónicos, haciendo que estos se rastreen con menos frecuencia que el resto de URLs.

# **Aparición en la búsqueda**

# Aparición en la búsqueda

Si un usuario hace una búsqueda, Google intenta **dar respuesta a esta consulta de la manera más rápida y completa**.

Pero Google va más allá y en los resultados tiene en cuenta factores como:

Contenido de mayor calidad

Idioma

Ubicación

Dispositivo utilizado

Historial de navegación

Con lo cual, a día de hoy los resultados son prácticamente personalizados

## **Orden de los resultados**

Como hemos dicho, Google intenta dar la mejor respuesta posible a la búsqueda de un usuario.

Para determinar el orden de los resultados, Google tiene en cuenta multitud de factores de posicionamiento que están en continua actualización.

**¡Y que aprenderás en este Máster!**

# **Actualizaciones algoritmo**

# Actualizaciones del algoritmo



**¿Por qué Google está en continua actualización?**

## **Modelo de negocio de Google**

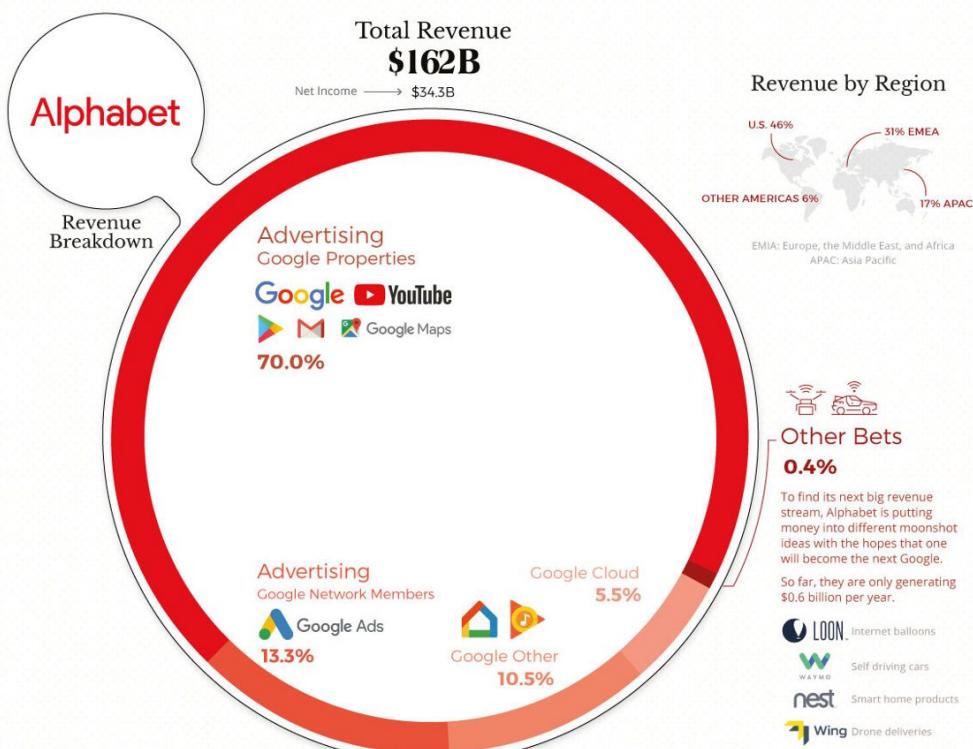
Google está en continua actualización para seguir siendo el buscador más usado. Si la calidad de los resultados baja, los usuarios se irán a otro buscador y Google dejará de ser el más usado.

Ser el buscador más popular implica que sus anuncios también son los que reciben más clics, por lo tanto, el que más ingresa por publicidad.

**Además, cuando Google actualiza su algoritmo, las empresas que pierden visibilidad porque no se adaptan o porque son penalizadas, tienen que recurrir a los anuncios para tenerla.**

**Por lo tanto, es un WIN WIN para Google.**

# Principales fuentes de ingresos de Google 2020



## Other Bets

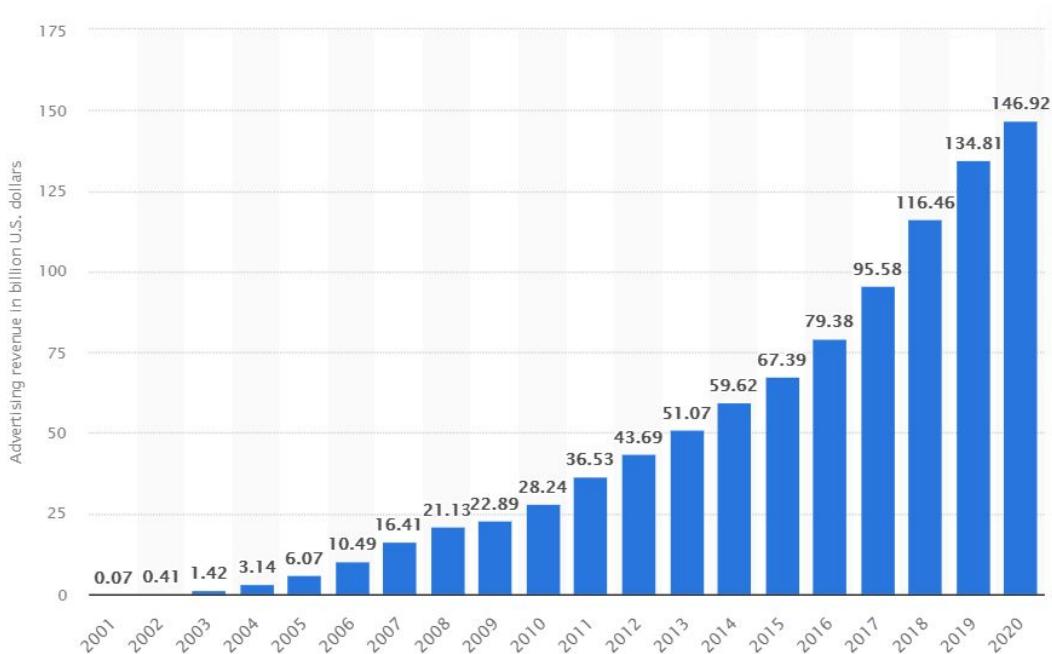
0.4%

To find its next big revenue stream, Alphabet is putting money into different moonshot ideas with the hopes that one will become the next Google.

So far, they are only generating \$0.6 billion per year.

- LOON Internet balloons
- WAYMO Self driving cars
- nest Smart home products
- Wing Drone deliveries

# Ingresos por publicidad

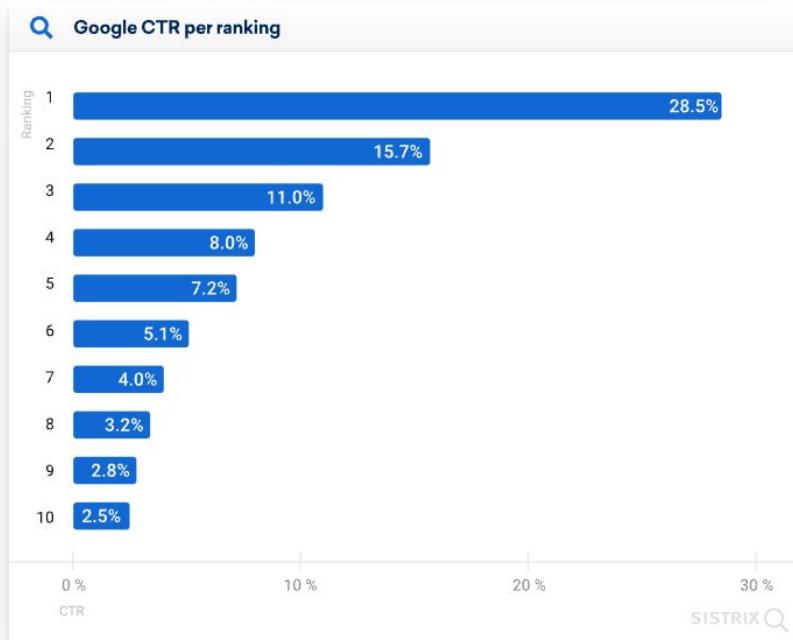


\*Advertising revenue of Google from 2001 to 2020(in billion U.S. dollars) [Gráfico].

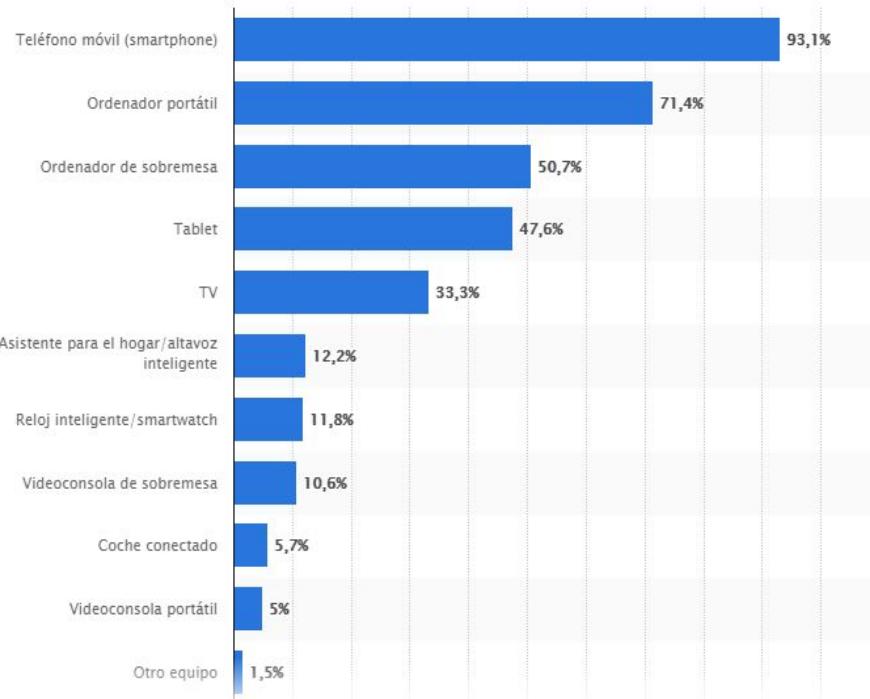
<https://www.statista.com/statistics/266249/advertising-revenue-of-google/>

# ¿CÓMO NAVEGA EL USUARIO?

# ¿Cómo busca el usuario?



Por estadística, los resultados que más usuarios recibe son los 3 primeros (top 3)



## Dispositivos más utilizados

- Tal y como se aprecia en las estadísticas, la mayoría de usuarios prefieren utilizar sus teléfonos inteligentes u ordenadores portátiles para consumir información o navegar.
- Le sigue el ordenador de sobremesa, que sigue siendo muy habitual en las oficinas y hogares.
- Y aparecen nuevos dispositivo como los altavoces inteligentes.

**¡MUCHAS GRACIAS!**