



## SEO. POSICIONAMIENTO WEB ORGÁNICO

DURACIÓN: 35 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

### OBJETIVOS

- Identificar y evaluar adecuadamente los aspectos técnicos de un sitio web para mejorar su rendimiento y, por extensión, su posicionamiento orgánico.
- Analizar los problemas técnicos detectados para proponer y recomendar soluciones al equipo técnico responsable.
- Estudiar y conocer la intención de búsqueda de los usuarios para identificar y asociar las cadenas de texto más utilizados cuando realizan una búsqueda.
- Evaluar la viabilidad e impacto de las posibles combinaciones de palabras clave de búsqueda para elegir aquellas que presenten mayores oportunidades de negocio.
- Identificar la competencia directa y analizar sus estrategias de palabras clave de búsqueda para detectar nichos o sectores en los que se pueda obtener ventaja competitiva.
- Jerarquizar las páginas de un sitio web bajo una arquitectura web óptima para optimizar el flujo de autoridad a través de los enlaces internos.
- Maquetar y estructurar el contenido, textual y gráfico, de las páginas web para optimizar cada página según los resultados del análisis de palabras clave.
- Etiquetar el contenido de las páginas web con marcado estructurado de datos (Schema) para resaltar los enlaces en los resultados de búsqueda.
- Discernir la importancia de los conceptos relacionados con la autoridad de los dominios web para conocer y evaluar su impacto en el posicionamiento orgánico del sitio web.
- Desarrollar una estrategia de Link Building para aportar más autoridad, valor y tráfico de calidad al sitio web.
- Analizar los sitios web de la competencia directa y evaluar sus estructuras de enlaces externos.

### PROGRAMA CONTENIDOS

## **1. ASPECTOS TÉCNICOS**

- 1.1. Herramientas de análisis de rendimiento.
- 1.2. Evaluación de los informes de rendimiento.
- 1.3. Ficheros de Configuración del Servidor Web.

## **2. PROBLEMAS TÉCNICOS**

- 2.1. Tipos de incidencias técnicas.
- 2.2. Resolución de incidencias técnicas.

## **3. BUYER PERSONA Y ANALÍTICA**

- 3.1. Perfil de "buyer persona" (cliente potencial).
- 3.2. Search Console y Google Analytics.

## **4. PALABRAS CLAVE**

- 4.1. Herramientas de análisis de palabras clave.
- 4.2. Análisis del tráfico potencial de una palabra clave (tópico).
- 4.3. Tipología de palabras clave.

## **5. ANÁLISIS COMPETENCIA**

- 5.1. Herramientas de análisis de palabras clave de la competencia.
- 5.2. Análisis de las palabras clave de la competencia.

## **6. ARQUITECTURA WEB**

6.1. Arquitectura web y enlazado interno.

## **7. METADATOS Y ETIQUETAS HTML**

7.1. Meta etiquetas HTML.

7.1.1 Etiqueta ?title?.

7.1.2 Etiqueta ?description?.

7.1.3 Etiqueta ?robots?.

7.1.4 Etiqueta ?canonical?.

7.2. Etiquetas HTML y palabras clave semánticas.

7.2.1 Etiqueta de encabezado.

7.2.2 Atributos Alt (imágenes).

7.2.3 Etiquetas de formato de texto.

7.3. Auditoría SEO de un sitio web.

## **8. SCHEMA**

8.1. Fragmentos enriquecidos en los SERP's.

8.2. Marcado Estructurado de Datos con Schema.

## **9. AUTORIDAD DE DOMINIO Y ENLACES**

9.1. Autoridad de dominio y enlaces.

## **10. ESTRATEGIA DE LINK BUILDING**

### 10.1. Tipos de enlaces externos.

10.1.1 ¿Qué es el Link Juice de un enlace?

10.1.2 ¿En qué consiste el Link Juice SEO?

10.1.3 Errores comunes al analizar el Link Juice SEO de una página web.

10.1.4 ¿Cómo distinguir un enlace entrante bueno de uno malo?

10.1.5 Calidad de los enlaces entrantes.

### 10.2. Tipología de textos ancla y transmisión de Link Juice.

10.2.1 Evaluación y penalización de los enlaces entrantes.

10.2.2 ¿Por qué nos interesan los enlaces entrantes que ha rastreado Google?

### 10.3. Difusión y promoción de contenidos.

10.3.1 Crear perfiles en las RRSS apropiadas y mantenerlas activas.

10.3.2 Difundir nuestros contenidos por las RRSS

## **11. ANÁLISIS DE ENLACES EXTERNOS DE LA COMPETENCIA**

### 11.1. Análisis de enlaces entrantes de la competencia.

### 11.2. Estrategias de Link Building

## **12. NAVEGABILIDAD DE UN SITIO WEB**

12.1. Navegabilidad de un sitio web.

## **13. MONITORIZACIÓN**

13.1. Mapas de Calor.

13.1.1 ¿Cómo generar un mapa de calor?

13.1.2 Tipos de mapas de calor.

13.1.3 Cómo interpretar un mapa de calor.

13.1.4 Optimización de la portada y Landing Pages.

13.2. Tests A/B.

13.2.1. Cómo ejecutar un test A/B.