

GESTIÓN EMPRESARIAL

Duración: 35 horas

Metodología: Online

Financiación: Bonificable

SEO. POSICIONAMIENTO WEB ORGÁNICO

Descripción

Curso orientado al análisis, optimización y mejora de la visibilidad de un sitio web en internet, a través de los motores de búsqueda mediante técnicas SEO. A lo largo de la formación se abordarán los aspectos técnicos que influyen en el rendimiento y la indexación de un sitio web, así como la detección y resolución de incidencias. Se trabajará en profundidad el uso de palabras clave, el estudio de la competencia, la arquitectura web, la optimización de metadatos y etiquetas HTML, así como el uso de datos estructurados con Schema. El curso incluye el análisis de la autoridad de dominio, estrategias de link building, monitorización mediante mapas de calor y tests A/B, proporcionando una metodología práctica para desarrollar estrategias SEO eficaces y sostenibles.

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

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?

Programa

- 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.