GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cómo potenciar una empresa en internet

Actualidad Empresarial | 24/01/2023 | 00:00

Crear una página web es relativamente sencillo. El auténtico reto es conseguir una audiencia suficiente para que el proyecto sea rentable. Para ello es preciso aplicar un conjunto de técnicas, conocidas como SEO, que potencian la visibilidad y resultados de una marca en los buscadores de internet.

El enorme alcance que tiene hoy día internet provoca también un alto grado de competitividad. Las empresas deben intentar obtener las primeras posiciones en los buscadores, garantizando así el tráfico de potenciales clientes al blog o tienda web. Para ello es preciso conocer a fondo los criterios de los buscadores de internet para seleccionar las páginas que muestran en las primeras 10 posiciones, las únicas que realmente tienen interés para un negocio.

Herramientas de SEO

Que una empresa tenga una página web no significa que esté en internet, al igual que el hecho de abrir una tienda física no la introduce al mercado. Es importante dedicar recursos al diseño y disposición de la tienda física o de la web. Pero si nadie llega a ella, los esfuerzos por generar impacto visual se volverán inútiles. Abrir un pequeño comercio en un callejón sin salida, supondrá mayor dificultad en su visibilidad. Por ello, siempre se realiza una búsqueda optimizada de las localizaciones con mayor tránsito de personas para abrir un comercio.

Lo mismo sucede al crear una página web. Sin optimización en los motores de búsqueda, existirá esa página, pero nadie la verá cuando navegue por internet. Se debe mejorar la posición de la web en los resultados orgánicos de los buscadores, mejorando para ello diversos aspectos.

Técnicos

Incluye cuestiones tales como la velocidad de la página, facilidad de uso o la adaptación a cualquier dispositivo (móvil/tablet).

Contenido

La posición de una página web está cada día más relacionada con la calidad del contenido, la organización del mismo y la adaptación a las búsquedas de los usuarios.

Enlazado interno

Los enlaces entre páginas de una web facilitan la navegación del usuario y aumentan la interacción. Es, por tanto, un factor clave para mejorar la respuesta del usuario y la calificación de la web.

Enlaces externos

La autoridad y relevancia de una web es uno de los factores más importantes para la clasificación SEO. El número de enlaces desde otras páginas o redes sociales mejoran el prestigio digital del proyecto y son un factor determinante en la posición final en los resultados de los buscadores.

SEO on page

El SEO on page agrupa las técnicas que se deben aplicar en la página para que los buscadores la puntúen con una mejor valoración. Ello no da la seguridad de aparecer en las primeras posiciones, pero es una condición necesaria para ello.

Estudio de palabras clave

Para que un usuario encuentre interesante la web, debe resolver las consultas del mismo. De este modo, al hacer una pregunta en un buscador, se evaluarán las webs que tienen una mayor relevancia y autoridad sobre cada tema. Por ello se debe efectuar un estudio de palabras clave, que permita adaptar el contenido a las búsquedas de los usuarios.

Enlazado interno de la web

Los usuarios no buscan directamente las páginas de suscripción o de compra de una web. Las páginas que responden directamente a las consultas de los usuarios son las que realmente obtendrán tráfico, ya que son relevantes para la audiencia. A las empresas, en cambio, les interesa que los usuarios lleguen a sus páginas de negocio. Los enlaces internos de la web cumplen la función de guiar al usuario a estas páginas. También permiten una mayor facilidad de navegación, información relacionada y aumento en consecuencia de la interacción del usuario.

Contenido de calidad y relevante

Este criterio es cada día más importante, y se mide con base en la reacción del usuario (tiempo de permanencia en la web, interacción con la misma o páginas visitadas). El estudio previo de palabras claves aportará los criterios para crear el contenido más demandado y presentarlo de la

forma más atractiva (vídeos, infografías, tablas, etc.).

Encabezados de página

La página web tiene que tener una estructura jerarquizada con base en los títulos, mejorando así la comprensión de los usuarios y la clasificación de los buscadores. Se debe poner un encabezado principal (H1), que contenga diversos encabezados de rango inferior (H2 o H3).

Uso de meta-etiquetas

Son etiquetas invisibles para el usuario, que son de gran utilidad para los navegadores por la información que aportan sobre la web: Meta título y Meta descripción.

SEO off page

El SEO off page reúne todas las acciones realizadas fuera de la página web que cooperan a obtener una mejor valoración por parte de los navegadores.

Directorios de empresas especializados o sectoriales

Concentran en un mismo sitio la oferta de negocios disponibles segmentados por sectores. Es un índice para el usuario en el que encontrar las diferentes empresas sobre el producto o servicio buscado. Mejora en gran medida la imagen de marca y aumenta su visibilidad.

Foros temáticos relacionados

Para el usuario, son una gran fuente de información y, además, tienen un alto nivel de interacción. Por esa razón, que la empresa interactúe y añada enlaces de calidad, repercutirá en gran medida en el aumento del tráfico web.

Envío de notas de prensa a otros medios y blogs sectoriales

Esta estrategia es básica para generar enlaces de calidad hacia la web.

Técnicas de blog de invitado

Consiste en publicar contenido como autor invitado en blogs relevantes. Mejora el

posicionamiento web y la visibilidad.

Los buscadores son capaces de detectar hoy día el contenido semántico de cada página, y medir con precisión la respuesta del usuario y, por tanto, la calidad y grado de relevancia para cada búsqueda. Asimismo, los enlaces y referencias de otros medios completan el perfil de autoridad de cada web. El éxito de un proyecto web es siempre el resultado de mejorar todos estos aspectos.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/195312-como-potenciar-una-empresa-en-internet.htm