

Las 4 reglas del posicionamiento

escrito por Andy Garcia | 06/04/2013



«El posicionamiento SEO se basa en técnicas de ingeniería inversa para influir los resultados de los buscadores en beneficio propio», esto se puede conseguir de 2 formas...

1. Consiguiendo que tu web sea más relevante que el resto.
2. Haciendo que tu web parezca más relevante que el resto.

Normalmente se usan técnicas SEO para atacar ambos frentes, ser y parecer, *«no es suficiente con ser la mujer del Cesar sino que además hay que parecerlo»*, si te centras sólo en

parecer, tu posicionamiento será efímero debido a los cambios constantes en los algoritmos de Google.

El SEO se basa en el sentido común y la mayoría de las reglas SEO son obvias, lo malo es que para seguir las reglas del juego SEO hay que trabajar duro, la magia no vale.

Hay más de 200 factores documentados que afectan al posicionamiento, he resumido casi todos los factores del SEO en 4 grandes grupos.

Las 4 reglas del juego SEO:

El posicionamiento SEO se logra haciendo, más y mejor que tu competencia, estas 4 cosas:

1. contenidos,
2. estructura,
3. links,
4. reacciones sociales.

Los contenidos y la estructura de tu web ocurren mayormente dentro de tu dominio (factores on-page o SEO propiamente dicho):

- Los contenidos deberían ser inéditos y publicados periódicamente.
- Los contenidos deberían estar optimizados al medio donde se publican.
- Cuando publiques algo el factor on-page más importante es el título, que conviene elegir cuidadosamente.

Los links y reacciones sociales ocurren mayormente fuera de tu dominio (factores off-page o posicionamiento propiamente dicho):

- Los links pueden ser nofollow o dofollow.

- Cuando consigas un link de texto, los factores off-page más importantes son el anchor, el atributo 'title', la cantidad de links en la misma página, la posición de otros links y el texto cercano.
- Para los links gráficos en lugar del anchor hay que prestar atención al nombre del archivo de imagen y texto alternativo o atributo alt.

Los links y reacciones sociales pueden ser conseguidos mediante 2 estrategias distintas:

1. Link building (pidiéndolos o pagando por ellos).
2. Link baiting (conquistando a tus "prescriptores").

Como regla general SEO, los contenidos se crean on-page y se difunden off-page, siguiendo una filosofía dominio-céntrica.

Para terminar no nos olvidemos que uno de los grandes valores de las redes sociales radica en la escucha activa de la comunidad, para analizar el feedback y fomentar que los potenciales prescriptores hablen de tu marca y/o publiquen enlaces a tus contenidos, consiguiendo así los preciados links y reacciones sociales que viralizan tu posicionamiento.