



# SEO. Posicionamiento Web Orgánico

**Sku:** PH11B03C01

**Horas:** 35

## OBJETIVOS

1. Conocer, utilizar e interpretar los informes de rendimiento de diversas las herramientas de análisis de rendimiento.
2. Priorizar la resolución de los problemas detectados y evaluar la viabilidad de su resolución.
3. Revisar y analizar los ficheros de configuración del servidor web.
4. Categorizar las incidencias técnicas en función de los perfiles técnicos implicados en la construcción de un sitio web.
5. Elaborar una propuesta con las posibles soluciones, si las hubiera, para resolver las incidencias.
6. Conocer el "buyer persona" o público objetivo al que va dirigido el sitio web, sus productos, servicios o contenidos.
7. Analizar y evaluar el comportamiento de búsqueda actual del tráfico orgánico al sitio web.
8. Encontrar las posibles combinaciones y variaciones de palabras clave.
9. Determinar el alcance y éxito al seleccionar y utilizar una determinada palabra clave y sus variaciones.
10. Valorar la viabilidad y capacidad de conversión de los diferentes tipos de palabras clave.
11. Identificar los competidores reales del sitio web y determinar sus palabras clave más productivas.
12. Definir la mejor estrategia para desbancar la competencia en aquellas palabras clave con mayores posibilidades de éxito.
13. Organizar y enlazar internamente las páginas de un sitio para enfatizar las páginas más relevantes y aprovechar el flujo de autoridad a través de los enlaces.
14. Configurar los metadatos principales de cada página web conforme al análisis de palabras clave.
15. Distribuir las palabras clave, sinónimos y variaciones a través de elementos HTML destacados de la página web.
16. Conocer e identificar los fragmentos enriquecidos que pueden aparecer en los resultados de búsqueda.
17. Implementar los metadatos relevantes de los contenidos de una página web con Schema.

18. Aprender y evaluar los factores de posicionamiento externos y transmisión de autoridad.
19. Conocer y determinar el valor de los distintos tipos de enlaces según su procedencia.
20. Estructurar y analizar la proporción y relevancia de los textos ancla y contexto en el origen de los enlaces externos.
21. Definir y desarrollar acciones de difusión, promoción, compartición y colaboración para aumentar los enlaces entrantes (Link Baiting).
22. Buscar oportunidades de promoción de autoridad a partir de los enlaces entrantes de la competencia. Desarrollar acciones que contrarresten y superen la red de enlaces de la competencia.
23. Identificar y diferenciar los elementos que favorecen la experiencia de usuario dentro de un sitio web.
24. Analizar el comportamiento de los usuarios mientras navegan por una página web.

## CONTENIDOS

### **Unidad 1. Aspectos técnicos.**

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

### **Unidad 2. Problemas técnicos.**

- Tipos de incidencias técnicas.
- Resolución de incidencias técnicas.

### **Unidad 3. Buyer persona y analítica.**

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

### **Unidad 4. Palabras clave.**

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

### **Unidad 5. Análisis competencia.**

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

### **Unidad 6. Arquitectura Web.**

- Arquitectura web y enlazado interno.

### **Unidad 7. Metadatos y etiquetas HTML.**

- Meta etiquetas HTML.

- Etiqueta “title”.
- Etiqueta “description”.
- Etiqueta “robots”.
- Etiqueta “canonical”.
- Etiquetas HTML y palabras clave semánticas.
  - Etiqueta de encabezado.
  - Atributos Alt (imágenes).
  - Etiquetas de formato de texto.
- Auditoría SEO de un sitio web.

## **Unidad 8. Schema.**

- Fragmentos enriquecidos en los SERP's.
- Marcado Estructurado de Datos con Schema.

## **Unidad 9. Autoridad de dominio y enlaces.**

- Autoridad de dominio y enlaces.

## **Unidad 10. Estrategia de Link Building.**

- Tipos de enlaces externos.
  - ¿Qué es el Link Juice de un enlace?
  - ¿En qué consiste el Link Juice SEO?
  - Errores comunes al analizar el Link Juice SEO de una página web.
  - ¿Cómo distinguir un enlace entrante bueno de uno malo?
  - Calidad de los enlaces entrantes.
- Tipología de textos ancla y transmisión de Link Juice.
  - Evaluación y penalización de los enlaces entrantes.
  - ¿Por qué nos interesan los enlaces entrantes que ha rastreado Google?
- Difusión y promoción de contenidos.
  - Crear perfiles en las RRSS apropiadas y mantenerlas activas.
  - Difundir nuestros contenidos por las RRSS

## **Unidad 11. Análisis de Enlaces Externos de la Competencia.**

- Análisis de enlaces entrantes de la competencia.
- Estrategias de Link Building

## **Unidad 12. Navegabilidad de un sitio web.**

- Navegabilidad de un sitio web.

## **Unidad 13. Monitorización.**

- Mapas de Calor.
  - ¿Cómo generar un mapa de calor?
  - Tipos de mapas de calor.
  - Cómo interpretar un mapa de calor.

- Optimización de la portada y Landing Pages.
- Tests A/B.
  - Cómo ejecutar un test A/B.