

Novedades Marketing Digital

Octubre 2017

Por Marilyn Geraghty

TÉCNICAS DE SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION -

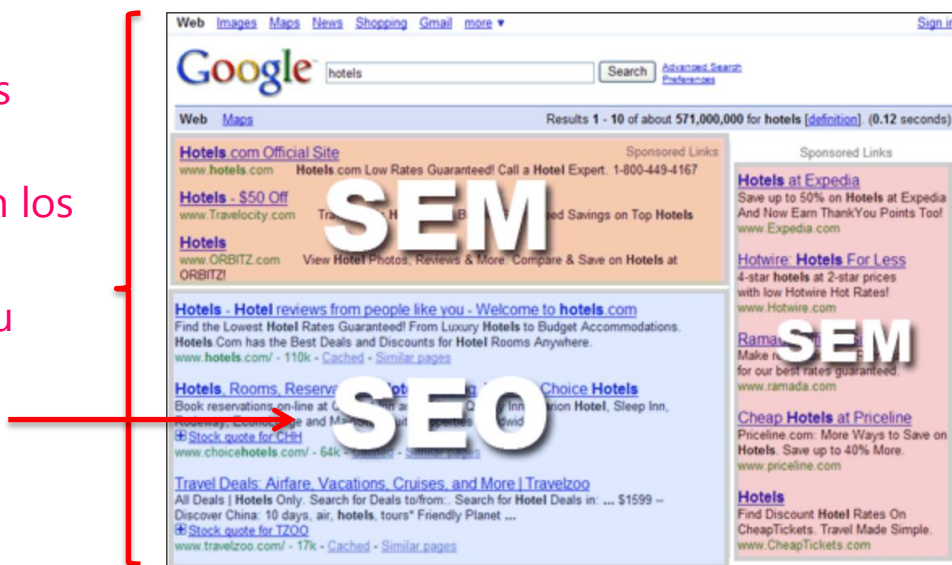


Implementar las técnicas de posicionamiento en Buscadores es importante ya que:

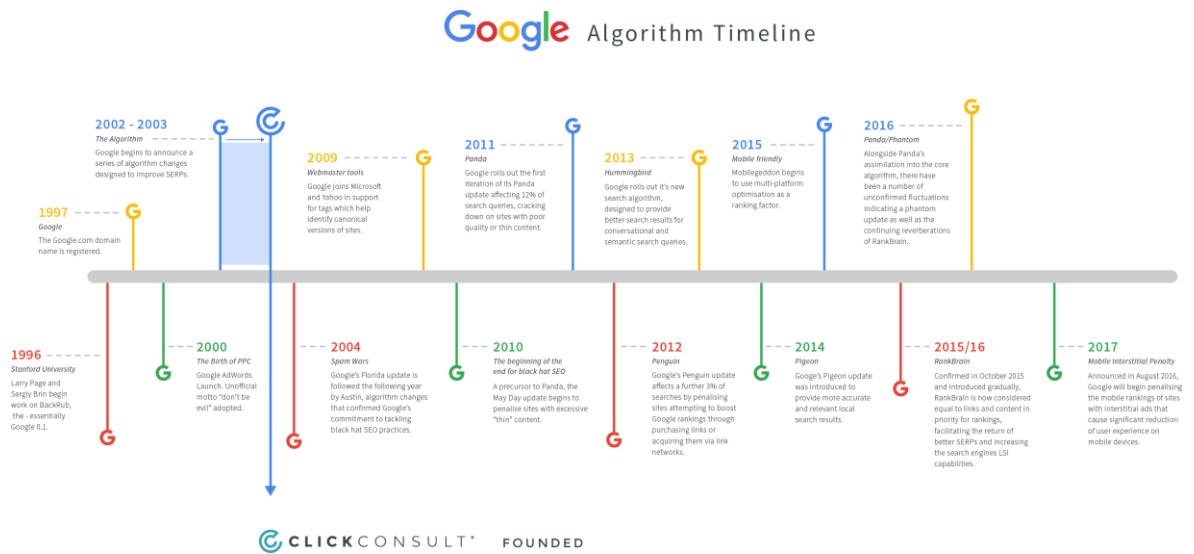
- 85% de todas las compras relacionadas con viajes comienzan en Internet.
- La web es el primer lugar donde los viajeros de negocios como quienes viajan por placer buscan información.
- 90% de los viajeros realizan sus búsquedas a través de Google, ya sea en sitios relacionados con viajes o agencias de viajes online (OTAs).
- Cada vez más viajeros prefieren realizar sus investigaciones en los motores de búsqueda como Google o Bing antes que hacerlo en sitios webs o apps (aplicaciones).

Más del **75% de todos los clicks** se realizan en los **enlaces orgánicos** (SEO) en lugar de enlaces pagos (SEM).

75% de los clics se realizan en los resultados naturales u orgánicos



- Google actualiza su algoritmo entre 500 a 600 veces al año.
- Los motores de búsqueda consideran cada vez más relevante el contenido que hay en cada página web.
- Es importante que el contenido que publicamos en nuestras redes sociales sea compartido, para que tenga un impacto positivo en el posicionamiento de nuestra página web.



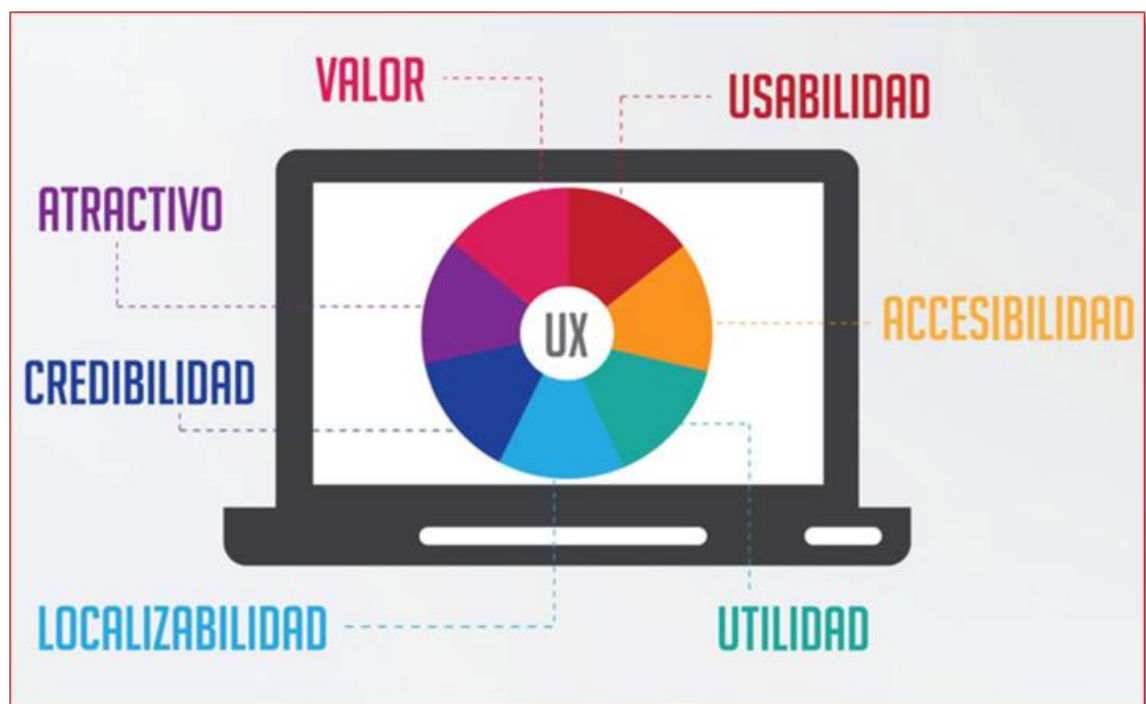
El Posicionamiento Web (SEO) es la puerta de entrada para que nuestros potenciales huéspedes nos encuentren en los motores de búsqueda, pero una vez que el usuario llega a nuestra web; el Hotel es responsable de lo que sucede con ese visitante, para ello nuestra web debe tener contenido único, diferente, atractivo y efectivo para conservar al huésped y lograr que éste haga una reserva.

Los prefieren los sitios webs que cuentan con 3 características fundamentales:

- **Accesibilidad:** se refiere a la facilidad con la cual un buscador puede encontrar e identificar nuestro sitio web, y así incluirlo en los resultados de búsqueda.
- **Relevancia:** es importante que nuestra web contenga las palabras claves que usa nuestro potencial huésped, tanto en el contenido de la web como en el código de la página. Debemos cuidar nuestro texto y pensar como nos buscan nuestros clientes.
- **Buena Experiencia del usuario:** para que aquella persona se quede en nuestra web, debemos trabajar un conjunto de factores y elementos para facilitar la interacción del usuario con nuestra web. El diseño es importante

pero también lo es la velocidad de carga, la accesibilidad a través de dispositivos móviles, encontrar la información que estaban buscando y no menos importante, debemos tener en cuenta otros aspectos relacionados con las emociones, los sentimientos, debemos transmitir confianza en la marca y en el producto.

Cabe aclarar que **lo que empieza online no necesariamente termina online;** es decir nos pueden encontrar en Internet y contactarnos telefónicamente o ir a una agencia de viajes online (OTA). Si la experiencia del usuario en nuestra web no es buena o si no ofrecemos la información que la persona estaba buscando estamos obligando a nuestros potenciales clientes a realizar la reserva en otros canales online o en otro establecimiento.



El Posicionamiento web se compone de 3 técnicas, todas importantes y todas confluyen a mejorar nuestra posición en los buscadores como Google.

Las 3 técnicas son:

- **SEO On Page:** que se refiere a todo lo que nosotros podemos hacer nosotros para mejorar el posicionamiento de nuestra página web y salir en la primera página de resultados de Google de forma natural u orgánica, es decir sin pagar por ello. ¿Cómo lo hacemos? A Través de las famosas meta-etiquetas: title, metadescripción, utilizando palabras claves en el URL (localizador uniforme de recursos) www.nombredelhotel.com/ofertas-hotel, y en las imágenes, entre otros factores.

ON-PAGE SEO

Optimisation of Website:

- Title tag
- Meta Tags
- Meta descriptions
- Meta Keywords

Website content:

- Keywords in text
- Keywords in H1, H2, H3 tags
- Hyperlinks
- Image descriptions, image title tags, image alt text

Other:

- Search Engine Friendly URL
- Bread Crumbs
- Internal links
- Outbound links
- Sitemap
- W3 Code validation

- **SEO Off Page:** son los factores externos, aquellos que no pertenecen a nuestra página web pero que nos ayudan a posicionarnos. Este tipo de SEO se relaciona con los enlaces entrantes, es decir, aquellas páginas web que nos mencionan (link building), los comentarios en las redes sociales (no sólo en nuestras cuentas oficiales), blogs, etc. La clave de esta técnica es que los links o las webs que nos mencionan sean relevantes, importantes, de buena calidad, ya que sino obtendremos el efecto inverso.

OFF-PAGE SEO

Links to your website:

- From Social Media
- From other Websites
- Business directory websites such as Yellow Pages, Brabys, Cylex, Google+ Business Page, etc.

Google+ Business Page:

Product & Service REVIEWS:

- Google Reviews
- Reviews from other sites such as Trip Advisor, LinkedIn, Facebook, Google+ Business Page, etc.

Social Media:

- Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, Google+, YouTube, Vine, etc.

Submission of website to Google, Bing, Yahoo, etc.

- **Inbound Marketing** o marketing de contenido: es la difusión de **contenidos de calidad** a través de canales no intrusivos, como por ejemplo las redes sociales. El objetivo es lograr que el potencial cliente se interese en nuestro producto o servicio y se contacte con nosotros ya sea de forma online u offline.



Recuerden que pueden solicitar a la AHT las auditorías webs o de Redes Sociales para conocer y actualizar el estado de las mismas.