

SOLUCIONES

Posicionamiento en buscadores



ADGD211PO



Administración y
gestión



50 horas de
formación

editorial **cep**



**SOLUCIONES
TEST**

Soluciones Tema 1

Introducción

1. b) Es la página de resultados de un buscador
2. a) Que aparecen como resultado de búsqueda sin pagar
3. c) El SEO se integra en la estrategia de marketing online
4. c) Técnicas de optimización para posicionarse de manera orgánica en buscadores
5. b) Una ubicación en la Web, con mayúsculas
6. a) En incluir la página web en el índice del buscador o motor de búsqueda
7. d) Fórmulas para clasificar los resultados de búsqueda
8. b) Una fórmula para calcular la autoridad de una web respecto al resto
9. a) En la relación de la web a valorar con una web de referencia o web semilla
10. d) A medio-largo plazo

Soluciones Tema 2

Factores on-site

1. d) Las respuestas a) y b) son correctas
2. c) Los *backlinks* o enlaces entrantes
3. d) El contenido que se muestra de cada web en el resultado de búsqueda con imágenes, valoraciones o eventos
4. a) "Alt text"
5. d) La transferencia de relevancia de una página a otra con la que está enlazada
6. c) El texto visible de un enlace
7. a) Una práctica de Black Hat SEO
8. b) No, porque se considera *spam*
9. b) Adaptado a quien lo va a leer, el visitante
10. b) Nunca, es un trabajo constante

Soluciones Tema 3

Factores off-site

1. d) El SEO off-site es opcional, el SEO on-page es prioritario
2. b) Un enlace entrante desde una web externa
3. c) Técnicas para conseguir enlaces entrantes
4. a) Cuando un visitante web realiza la acción objetivo de cada página
5. b) Es una mala práctica porque consiste en comprar enlaces en vez de ganarlos
6. c) Por un descenso súbito del tráfico web
7. d) Conseguir enlaces de calidad
8. c) Google publica solo las fórmulas de los algoritmos cuando hay un cambio relevante
9. b) No se puede conocer porque no es un índice público
10. b) Abrir perfiles en todas las redes sociales posibles

Soluciones Tema 4

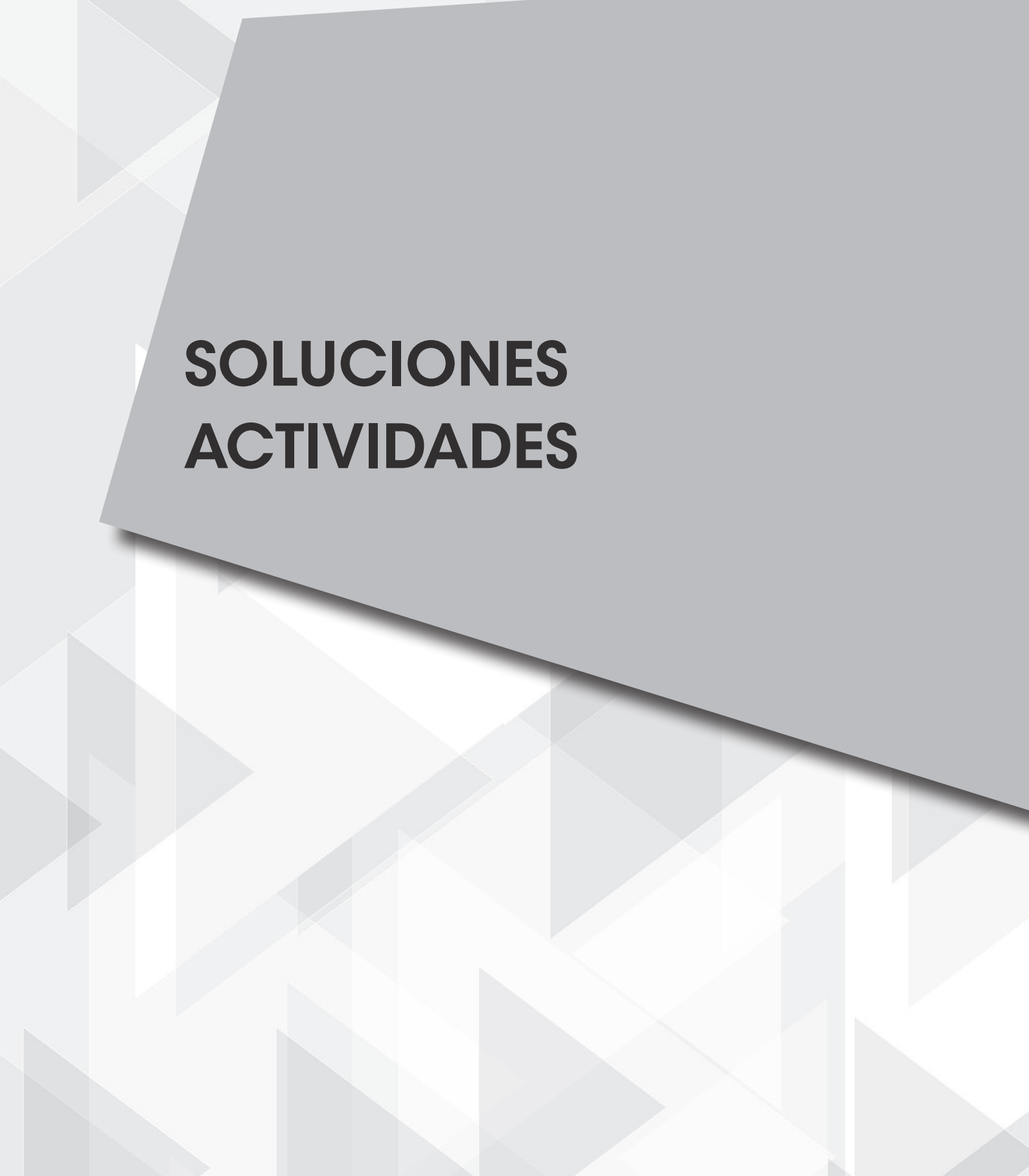
Objetivos

1. d) Las respuestas a) y b) son correctas
2. a) Aumentar las visitas a la web desde la página de resultados en el buscador
3. b) Los objetivos de la empresa
4. b) Las palabras clave se eligen dependiendo de cada objetivo SEO
5. a) Aumentar el número de clics en el enlace que aparece en los resultados de búsqueda
6. a) El porcentaje de clics que recibe una web en la página de resultados
7. d) Los objetivos SEO son diversos, dependiendo de los objetivos de marketing
8. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
9. d) Es más difícil engañar al buscador
10. d) El contenido

Soluciones Tema 5

Estrategia y metodología. Conclusiones y seguimiento

1. a) El conjunto de directrices a seguir para alcanzar objetivos
2. d) El contexto de búsqueda
3. b) Ofrecer ideas sobre palabras clave comparando las utilizadas por otras webs y por los usuarios
4. d) Para conocer su estrategia y mejorarla de cara a ser la preferencia del usuario en los resultados de búsqueda
5. a) Ofreciendo como respuesta una propuesta de contenido original y distinto
6. d) Las respuestas a) y b) son correctas
7. a) Porque el perfil del usuario influye en elementos como las palabras clave
8. b) Depende de las necesidades del negocio y, sobre todo, del usuario. No siempre es necesaria
9. a) Organizar por niveles de prioridad los contenidos
10. d) En la estrategia de marketing



**SOLUCIONES
ACTIVIDADES**

Soluciones Tema 1

Introducción

1.

1.1

- a) Porque tiene herramientas de analítica web
- b) Porque es el buscador con mayor volumen de búsquedas
- d) Porque ofrece una amplia variedad de servicios que repercuten en el modo en que se muestran las web en su buscador

1.2

- b) Tener cuenta de Google
- d) Instalar un código de verificación en la web a monitorizar

1.3

- a) Tiene instrucciones de no hacerlo con la etiqueta “noindex”
- b) Detecta *spam*
- c) Enlaces rotos hacia esa página

2.

SEO	Optimización en buscadores
SEM	Marketing en buscadores
SEA	Anuncios en buscadores
PPC	Pago por clic

3.

URL	https://www.ejemplo.es
Nombre del dominio	ejemplo.es
Extensión de dominio	.es
Protocolo	https

Soluciones Tema 2

Factores on-site

1.

On-page	Contenido de la página web "Servicios" o "Quiénes somos"
	Etiquetas
Off-page	<i>Backlinks</i> o enlaces entrantes
	Difusión de contenidos en redes sociales

2.

2.1

- a) Redireccionar una página hacia otra de contenido totalmente distinto
- c) Redireccionar desde una página relevante a otra para que esta gane relevancia y cuyo contenido no es el que busca el usuario

2.2

- a) *Keyword stuffing*
- b) *Cloaking*
- c) Redireccionamiento fraudulento

3.

Contenido principal	"Quiénes somos"
Contenido suplementario	"Artículos relacionados"
Contenido publicitario	"Anuncio de Google"

4.

HTTPS	Protocolo de seguridad
URL	Dirección de las páginas web
<i>Linkbuilding</i>	Estructura interna de enlaces en el sitio
Etiquetas	Etiquetas de HTML en diversas ubicaciones

Soluciones Tema 3

Factores off-site

1.

1.1

- a) Datos de comportamiento del usuario en la web
- c) Datos de la procedencia del tráfico web

1.2

- a) *Guest blogging*
- b) Crear contenidos de calidad
- c) Incentivar a los seguidores para que compartan los contenidos

1.3

- a) Utilizar como texto ancla el propio nombre del negocio o empresa
- b) Tener *power pages* o páginas con contenido de mayor atractivo para el usuario

2.

Visitantes únicos	Número de dispositivos que han visitado una web
Tasa de salida	Porcentaje de visitantes que abandonan el sitio web en una página concreta
Tasa de rebote	Porcentaje de usuarios que abandonan la web sin haber realizado ninguna acción
Visitas	Número de entradas en la web

3.

Relaciona cada concepto con su ejecución:

Black Hat SEO	<i>Backlinks</i> desde sitios de mala reputación
White Hat SEO	<i>Guest blogging</i> o participación en blogs de terceros
Grey Hat SEO	Copiar contenidos de éxito de otros

Soluciones Tema 4

Objetivos

1.

1.1

- a) Visibilidad web en los motores de búsqueda
- b) Optimización de la *landing page*
- d) Optimización CTR

1.2

- b) Los objetivos deben ser medibles y específicos
- c) Es preciso complementar el SEO con otras formas de marketing
- d) Se consiguen a medio-largo plazo

1.3

- a) Conocer los objetivos de marketing
- b) Información sobre posicionamiento propio
- c) Conocer el perfil de público al que se dirige la web
- d) Conocer el posicionamiento de la competencia

1.4

- b) La búsqueda por voz
- c) El acceso desde el móvil
- d) El *knowledge graph*

2.

Objetivos de marketing	Crear una imagen de marca para público joven
Objetivos en redes sociales	Generar <i>engagement</i> en los seguidores
Objetivos SEO	Mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda por la palabra clave del negocio
Objetivos Social Media Optimization	Llevar tráfico a la web desde medios sociales

Soluciones Tema 5

Estrategia y metodología. Conclusiones y seguimiento

1.

1.1

- a) Aparecer en el buscador bien posicionado
- c) Mantener al visitante el mayor tiempo posible dentro de la web
- d) Convencer en la descripción de la web en Google

1.2

- a) Redireccionamiento no deseado
- b) Redireccionamiento a versión móvil
- d) Enlaces rotos

1.3

- a) Selección de palabras clave
- b) Incluir descripción con su etiqueta a las imágenes en la web
- c) Chequear velocidad de carga
- d) Chequear que los enlaces internos funcionan

2.

Objetivo SEO	Aumentar la tasa de clic
Estrategia	Destacar en buscadores como marca de lujo
Optimización on-page	Cambio en las palabras clave en descripción web
Optimización off-page	<i>Linkbuilding</i> , conseguir <i>backlinks</i>

3.

Datos psicodemográficos	Estilo de vida
Datos de comportamiento web	Motivaciones por las que entra en la web
Comportamiento online	Usuario de redes sociales