

SEO. Posicionamiento Web Orgánico

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 35 H

OBJETIVOS

- Identificar y evaluar adecuadamente los aspectos técnicos de un sitio web para mejorar su rendimiento y, por extensión, su posicionamiento orgánico.
- Analizar los problemas técnicos detectados para proponer y recomendar soluciones al equipo técnico responsable.
- Estudiar y conocer la intención de búsqueda de los usuarios para identificar y asociar las cadenas de texto más utilizados cuando realizan una búsqueda.
- Evaluar la viabilidad e impacto de las posibles combinaciones de palabras clave de búsqueda para elegir aquellas que presenten mayores oportunidades de negocio.
- Identificar la competencia directa y analizar sus estrategias de palabras clave de búsqueda para detectar nichos o sectores en los que se pueda obtener ventaja competitiva.
- Jerarquizar las páginas de un sitio web bajo una arquitectura web óptima para optimizar el flujo de autoridad a través de los enlaces internos.
- Maquetar y estructurar el contenido, textual y gráfico, de las páginas web para optimizar cada página según los resultados del análisis de palabras clave.
- Etiquetar el contenido de las páginas web con marcado estructurado de datos (Schema) para resaltar los enlaces en los resultados de búsqueda.
- Discernir la importancia de los conceptos relacionados con la autoridad de los dominios web para conocer y evaluar su impacto en el posicionamiento orgánico del sitio web.
- Desarrollar una estrategia de Link Building para aportar más autoridad, valor y tráfico de calidad al sitio web.
- Analizar los sitios web de la competencia directa y evaluar sus estructuras de enlaces externos entrantes para diseñar una estrategia de enlaces externos de mayor calidad.
- Conocer los factores que pueden afectar la navegabilidad de un sitio web para mejorar la experiencia de usuario y su nivel de satisfacción.

- Monitorizar y valorar el grado de aceptación de los usuarios a los elementos de la página web para identificar cómo mejorar la interacción de los mismos.

CONTENIDOS

UD1. Aspectos técnicos.

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

UD2. Problemas técnicos.

- 2.1. Tipos de incidencias técnicas.
- 2.2. Resolución de incidencias técnicas.

UD3. Buyer persona y analítica.

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

UD4. Palabras clave.

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

UD5. Análisis competencia.

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

UD6. Arquitectura Web.

- 6.1. Arquitectura web y enlazado interno.

UD7. Metadatos y etiquetas HTML.

- 7.1. Meta etiquetas HTML.
 - 7.1.1. Etiqueta "title".
 - 7.1.2. Etiqueta "description".
 - 7.1.3. Etiqueta "robots".
 - 7.1.4. Etiqueta "canonical".
- 7.2. Etiquetas HTML y palabras clave semánticas.
 - 7.2.1. Etiqueta de encabezado.
 - 7.2.2. Atributos Alt (imágenes).
 - 7.2.3. Etiquetas de formato de texto.
- 7.3. Auditoría SEO de un sitio web.

UD8. Schema.

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

UD9. Autoridad de dominio y enlaces.

- 9.1. Autoridad de dominio y enlaces.

UD10. Estrategia de Link Building.

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

UD11. Análisis de Enlaces Externos de la Competencia.

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

UD12. Navegabilidad de un sitio web.

- 12.1. Navegabilidad de un sitio web.

UD13. Monitorización.

- 13.1. Mapas de Calor.
 - 13.1.1. ¿Cómo generar un mapa de calor?
 - 13.1.2. Tipos de mapas de calor.
 - 13.1.3. Cómo interpretar un mapa de calor.
 - 13.1.4. Optimización de la portada y Landing Pages.
- 13.2. Tests A/B.
 - 13.2.1. Cómo ejecutar un test A/B.