

Mitos y realidades de SEO, SEM y Web Analytics

@icemd



SEO

- Consigue el **mayor número** de enlaces posibles independientemente de dónde vengan.
- Todos los enlaces **valen lo mismo**.
- **Content is the King**.
- Una migración **no tiene por qué afectar** el tráfico orgánico.

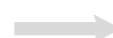


- **Busca calidad**. Consigue enlaces relevantes de muchos dominios, de tu temática y de diferentes ips.
- Los enlaces .org, .edu y .gov **gustan mucho** a los buscadores.
- Una falta o exceso de optimización **afecta negativamente** el posicionamiento orgánico.
- Incluso cuando las URLs no cambien, **el contenido que se estará mostrando será nuevo**.



SEM

- Con el tráfico SEO de buscadores **me basta y me sobra**.
- El **comprar tráfico** a través de SEM mejora el SEO.
- **Pagar más** garantiza una mejor posición media.



- **Opta por Campañas PPC**. Las actualizaciones de Google complican el posicionamiento orgánico.
- **Comprar tráfico** a través de Adwords puede repercutir indirectamente en el tráfico orgánico.
- El **contenido original**, la navegación y la publicidad relevante pueden mejorar tu posición.



WEB ANALYTICS

- **La herramienta** es lo más importante.
- Analizar la web **no es prioritario**.
- Google Analytics **sirve para todas las empresas**.



- Hay que **tener especialistas** que sepan usar la herramienta y tengan visión de negocio.
- Es imprescindible para el negocio. Cultura data-driven para **tomar decisiones en función de los datos**.
- En su versión gratuita tiene **muchas limitaciones**.