

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



TÍTULO:

ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL: NUILA GARCÍA

PRESENTADO POR:

CARLOS ALFREDO NUILA GARCÍA

CARNÉ

(NG13005)

**INFORME FINAL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES
Y REDES SOCIALES PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN
PERIODISMO**

DOCENTE ASESOR

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,
EL SALVADOR, CENTROAMERICA, OCTUBRE DE 2021

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERECTOR ACADÉMICO

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

FISCAL GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUEMBERTO PEÑA LARÍN

**AUTORIDADES ACADÉMICAS DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

DECANO

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICEDECANA

LICENCIADA SANDRA LORENA BENAVIDES DE
SERRANO

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DE DEPARTAMENTO

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

**COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE
GRADO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE ASESOR

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

ÍNDICE

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	8
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA	9
OBJETIVOS DE LA MARCA	11
DAFO- FODA	12
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	13
BUYER PERSONA	14
CANALES DIGITALES.....	18
LÍNEAS DE CONTENIDO	19
LOGÍSTICA Y TRABAJO MENSUAL.....	20
KPI'S Y KEYWORDS.....	21
CALENDARIZACIÓN	22
PIEZAS GRÁFICAS	27
BIBLIOGRAFÍA	32

RESUMEN

El documento plantea una guía teórico-práctica sobre cómo realizar la planificación de una estrategia digital para una marca personal. Aquel a quien interese esta temática encontrará aquí el desarrollo paso a paso desde el análisis de la marca hasta la creación y calendarización del contenido a publicar en las redes sociales de una marca. Asimismo, en estas páginas se aclaran aspectos importantes como: la definición y creación del buyer persona, el cual es importante para saber a quién se dirigen todos los mensajes creados a partir de la marca; la planificación de contenido digital y cómo medir su rendimiento a través del establecimiento de KPIs.

Palabras Clave: SEO; posicionamiento web; marketing digital; estrategia digital; SEO on page; SEO off page.

INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene el producto final de los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización en Medios Digitales y Redes Sociales impartido por el Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador (UES). Mismos que fueron aplicados para la conceptualización y realización de una estrategia digital aplicable en redes sociales para la marca personas: Nuila García.

En estas páginas se sustenta la metodología a seguir para la formulación de una estrategia digital para una marca personal. Entiéndase como marca personal la forma en que un profesional es percibido por las personas gracias al conjunto de conocimientos y habilidades que este posee.

Por otra parte, resulta apropiado conocer la forma en que esa marca personal puede ser potenciada a través de las redes sociales con un objetivo en mente, el cual puede ser: la captación de clientes, creación de una comunidad o posicionamiento de marca.

Sumado a lo anterior, es acá donde toma relevancia el marketing digital el cual se utilizará para potenciar la imagen de la marca a través de las diferentes plataformas digitales.

En el caso concreto de la marca persona Nuila García se optó por formular una estrategia de redes sociales orientada a Instagram. Esta no fue una decisión fortuita, se eligió esta plataforma por los niveles de alcance que representa y por la cantidad de potenciales clientes presentes en la plataforma.

Nuila García es una marca personal que ofrece servicios profesionales de SEO, es decir optimización de sitios y contenido web para su posicionamiento en buscadores y creación de páginas web.

A través de la estrategia contenida en este documento, se plantea que Nuila García logre conseguir clientes, posicionarse como un SEO profesional y crear una comunidad que respalde sus conocimientos.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Nuila García es una marca personal originada de los apellidos de Carlos Nuila, él es un periodista con experiencia en la redacción de contenidos y que desde 2018 ha incursionado en el campo del posicionamiento web, mejor conocido en el mundo del marketing digital como SEO.

Entiéndase SEO como el conjunto de estrategias orientadas a que una página web posicione en los primeros lugares de los motores de búsqueda (Google, Bing, Yahoo) con el objetivo de obtener más visitas.

El especialista en SEO, Saúl Román, define este concepto como “el proceso de mejorar su sitio web para que aparezca más alto en los resultados de los motores de búsqueda”¹.

En la actualidad Nuila García no posee redes sociales dedicadas a su área profesional. Tampoco tiene página web y carece de una estrategia de contenido que le permita atraer potenciales clientes.

El principal problema que se ha detectado es que, si bien existe el conocimiento y habilidades, las mismas se están desaprovechando, puesto que Nuila García no lo comunica por ningún canal digital pese a ofrecer un tipo de servicio destinado al mundo online.

El primer paso a ejecutar son las acciones de comunicación en redes sociales, Nuila García debe comunicar sus conocimientos para informar a la gente que es lo que sabe hacer y cómo puede ayudar a sus potenciales clientes a solucionar sus problemas, entre ellos: la ausencia de una página web y poca visibilidad de una marca en la red.

¹ Seo, E. R. S.-. (2022, 17 junio). ¿Qué es SEO? Para qué Sirve, Como Funciona y Significado del SEO. Agencia SEO Perú. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://saulromanjimenez.com/que-es-seo/>

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

Nuila García es la marca personal de Carlos Nuila, periodista que durante los últimos años ha estudiado y puesto en práctica las técnicas del posicionamiento web SEO. Considera que puede sacar algún provecho de estos conocimientos, ayudar a otros a obtener clientes y lograr visibilidad a través de los motores de búsqueda.

Nuila García actualmente ofrece 4 servicios profesionales:

Creación de páginas web con Wordpress

Este servicio incluye:

- Compra de dominio web y contratación de hosting,
- Instalación de Wordpress en el servidor
- Configuración de la plantilla
- Instalación del certificado SSL
- indexación en Google Search Console y Google Analytics.

Optimización de páginas web

Este servicio está orientado a quienes ya tienen una página web pero carga lento y no aparece en los resultados de Google, incluye:

- Auditoría del sitio web
- Optimización de imágenes
- Corrección de URLs
- Mejora de la velocidad de carga
- Enlazado interno
- Análisis de palabras clave

Redacción de artículos SEO

Servicio orientado a personas que tengan un blog o sitio web con pocas visitas y quieran aumentar el número de visitas a la web, incluye:

- Búsqueda de palabras clave
- Redacción de 8 artículos de 500 palabras.

Diseño e implementación de estrategia SEO

Este servicio Incluye:

- Creación del sitio web
- Búsqueda de palabras clave
- Plan de contenidos para 3 meses
- Redacción de 12 artículos (1 x semana)
- Indexación en Google Search Console y Google Analytics.
- Optimización completa de sitio web

OBJETIVOS DE LA MARCA

Generales

- Posicionar a Nuila García como un referente del posicionamiento web (SEO) en el lapso de un año.
- Crear una comunidad digital de mínimo 5,000 seguidores en Instagram durante un año.

Específicos

- Conseguir una base de clientes que permitan generar \$500 dólares mensuales tras un año de estrategia digital.
- Lograr una adquisición de, por lo menos, 100 seguidores mensuales durante un lapso de 12 meses.
- Motivar a 5 personas para que contraten, al menos, un servicio ofrecido por Nuila García durante los primeros 6 meses de estrategia digital.
- Acumular 10, 000 interacciones durante los primeros 3 meses de implementación de la Estrategia digital.

DAFO- FODA

Debilidades	Amenazas
<p>Nuila García posee redes sociales, pero no están enfocadas a ofrecer servicios.</p> <p>Ya existe contenido de valor respecto al tema del SEO en la web.</p> <p>Nuila García no posee el equipo necesario para la realización de contenido de video (video tutoriales)</p>	<p>Las redes sociales de Nuila García poseen poca frecuencia de publicación.</p> <p>Existen otros profesionales del sector, con una marca ya establecida que ya han generado contenido respecto a la temática del SEO.</p> <p>Nuila García se muestra en desventaja respecto al video marketing implementado por otros profesionales SEO.</p>
Fortalezas	Oportunidades
<p>El SEO en El Salvador es poco competido.</p> <p>Nuila García posee 4 años de experiencia como SEO junior y ha aplicado esos conocimientos en varios proyectos personales.</p> <p>Nuila García posee una redacción SEO aceptable, incluso ya ha posicionado varios términos de búsqueda en Google.</p>	<p>Hay un pequeño nicho al cual abordar con contenido SEO específicamente en El Salvador.</p> <p>Nuila García puede aprovechar el marketing de contenidos para crear piezas de comunicación que informen y enseñen a las personas a crear un página web y a posicionarla en Google.</p> <p>Nuila García posee una gran habilidad para la redacción, puede enseñar a las personas a redactar para posicionar en Google.</p>

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El sector del posicionamiento web o SEO es poco competitivo a nivel centroamericano, en cuanto a prestación de servicios, si bien hay profesionales que se dedican a crear webs y a posicionarlas, estos no venden sus servicios, sino que usan sus conocimientos de SEO para generar ingresos con sus webs.

Por lo que en El Salvador es terreno aún fértil, aunque a nivel latinoamericano el panorama cambia, siendo algunos de los principales competidores directos de Nuila García los siguientes:

Amalia Miralles

El contenido de Amalia se centra en el contenido de valor y esporádicamente rompe esa tendencia con algo un poco más jovial. Muestra de ello es un reel que lleva por título “Nunca digas nunca” donde hace un baile en un reel. Suele publicar de forma constante pero sin llegar a publicar todos los días.

Apuesta por los reel y los carruseles de imágenes. La mayor parte de su actividad se da en Instagram.

Fran de Vicente

Fran de Vicente es un especialista SEO fundador de la Agencia tu posicionamiento web, todos sus post van en la línea del contenido de valor, apuesta por los videos de IGTV. Pubblica con una periodicidad casi religiosa de 3 veces por semana.

Isma Haro

Isma Haro es un ingeniero en sistemas que se especializa en el posicionamiento web, publica contenido de valor a través de Instagram con cierta periodicidad, pese a tener otras redes da importancia a su cuenta de Instagram , las demás no las actualiza seguido. La mayor cantidad de interacciones las genera con videos de IGTV y suele utilizar copys provocativos en el contenido de su feed.

BUYER PERSONA

La buyer Persona entiéndase como el perfil del cliente ideal para los servicios que la marca ofrece. En este caso, puede entenderse como aquellas personas que pueden estar interesadas en contratar los servicios de Nuila García.

Para una mayor aproximación al concepto, el director de marketing de la agencia española InboundCycle, Oriol Bel, define al buyer persona como:

“Una representación semificticia del cliente ideal de un negocio. Se define usando datos sociodemográficos concretos e información sobre aspectos como su conducta online, personal, profesional y de la relación con la empresa que ofrece este producto o servicio” (Bel, 2015)².

La importancia de identificar al buyer persona o lo que en el marketing tradicional alguna vez se llamó “Cliente ideal” es importante de cara a las estrategias a implementar para llegar hasta él y convencerle de contratar el servicio.

El buyer persona tiene varias aplicaciones, entre ellas, sus características, intereses y hábitos de consumo suelen ser de ayuda a la hora de segmentar en las diferentes plataformas de publicidad digital para que un mensaje concreto llegue a un público específico.

Para el caso de Nuila García se procedió a la realización de 3 diferentes buyer persona: En primer lugar se pensó en un perfil de una persona interesada en aprender sobre SEO y posicionamiento web (imagen 1), en segundo lugar se planteó un perfil de una profesional que necesita ayuda con la construcción de una página web (imagen 2) y en tercer lugar se definió el perfil de una emprendedora que necesita ayuda con su presencia en la red (imagen 3).

² Bel, O. (2015). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>

Imagen 1



Margarita
García

Margarita es una joven interesada en temas de marketing digital, se topó con el término de SEO en internet, comenzó a buscar información y esta sedienta de aprender más al respecto por lo que ha comenzado a seguir a profesionales del sector, se ha dado cuenta que existe bastante información en habla hispana pero no hay de su país.

Intereses
Marketing digital
Cursos online
Tutoriales

Objetivos
Aprender sobre Marketing digital
Desarrollar habilidades con las cuales generar ingresos.

Retos
Posee poco presupuesto

Pasatiempos
Dedica al menos 1 hora a día a Instagram.
Mira video tutoriales

Imagen 2



Nancy Portillo

Nancy es una psicóloga de 45 años de edad y desea crear una página web desde el cual los pacientes puedan agendar una cita o pedir información desde un formulario de contacto. Por lo que necesita de un profesional para ello.

Temores

Perder clientes por no estar en internet
Verse poco profesional por que su clinica no tiene pagina web.

Objetivos

Conseguir más clientes a través de internet.
Posicionar su marca en internet.

Intereses

Formas de atraer nuevos clientes.
Literatura.
Blogs.

Retos

Adaptarse a la era digital.
Encontrar a un profesional que la ayude a un precio módico.

Imagen 3



Silvia es una emprendedora con un negocio de catering, posee una pequeña cartera de clientes pero quiere expandirse, asimismo, le gusta compartir sus recetas en redes, sin embargo, se es tímida ante las cámaras por lo que prefiere escribir. Necesita de un profesional que le ayude a crear una página web para su negocio.

Intereses

Blogs de cocina
Tutoriales de cocina
Libros de cocina
Emprendimiento

Retos

Crear su propio blog de cocina
Conseguir más clientes

Objetivos

Dar un toque de profesionalismo a su emprendimiento con una página web.

Enseñar a los apasionados por la cocina sus recetas.

CANALES DIGITALES



Instagram

Para la implementación de la estrategia digital que busca posicionar a Nuila García como un referente del sector SEO en El Salvador se ha elegido la plataforma de Instagram.

Sofía Genanian, de la agencia InboundCycle, menciona que “uno de los aspectos positivos de Instagram es que permite que las marcas definan su identidad y refuercen sus valores corporativos”³.

La elección de esta plataforma no ha sido al azar, se concluyó que la misma ofrece las herramientas necesarias para llegar al público objetivo de la marca, además que existen formatos de publicaciones que favorecen el descubrimiento de Nuila García a través del alcance orgánico que proveen los reels de Instagram.

Además, mediante publicaciones de carrusel pueden compartirse contenido de valor y utilidad para los usuarios de esta red social.

Asimismo, se eligió Instagram por la interacción que ofrece entre la marca y su audiencia, también por la facilidades que ofrece para conformar una comunidad medianamente rápido, misma que servirá como prueba social y respaldará el conocimiento de Nuila García.

Por otra parte, Instagram también ofrece la posibilidad de hacer SEO dentro de su plataforma mediante los hashtag por lo que se pueden aprovechar las técnicas de optimización de contenidos para motores de búsqueda dentro de Instagram para favorecer el descubrimiento de la Nuila García en esta red social.

³ Genanian, S. (2022). 21 Ventajas de usar Instagram para tu empresa - InboundCycle. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online>

LÍNEAS DE CONTENIDO

Branding

Este pilar de contenido está enfocado en dar a conocer la marca y posicionarla, para ello se utilizarán las siguientes líneas de contenido:

- Se debe recurrir al Storytelling.
- Deben mostrarse los servicios y su implementación, centrar la atención en los beneficios.
- Realizar post de un día común en el trabajo y mostrar la metodología de trabajo.

Contenido de Valor

Este pilar de contenido está enfocado en la premisa de "Hazlo tu mismo", el eje central es enseñar técnicas de SEO para que aquellos que lo deseen lo implementen en sus proyectos o negocios.

- Tips de SEO
- implementación de estrategias SEO.
- Mostrar y enseñar a usar herramientas SEO.

Ventas

Este pilar de contenido es el de menor proporción pero el que debe generar ingresos.

- Promociones
- Obtención de Leads
- Paquetes de Servicios

LOGÍSTICA Y TRABAJO MENSUAL

Estrategia	Descripción	Implementación
Marketing de Contenidos	Con esta estrategia se busca posicionar a Nuila García como un referente del sector SEO.	Producir tutoriales en formato reel o IGTV. Hacer carruseles mostrando herramientas SEO.
Interacción	Esto está pensado para lograr comentarios e interacciones en las Instagram Storys con el fin de obtener feedback de la audiencia.	Crear post que contengan un call to action que motive comentar. Utilizar encuestas y preguntas en las Instagram Storys.
SEO	Se utilizará el SEO para dos cosas para lograr el posicionamiento de la marca y para dar fe y testimonio del dominio del SEO.	Se deben crear una web o blog para explicar las estrategias y demostrar su efectividad, bastará con una entrada semanal.

KPI'S Y KEYWORDS

KPI	Cómo se medirá
Contrataciones de servicios	Se evaluará la venta de, por lo menos, dos paquetes de servicios de forma mensual.
Seguidores mensuales	Con el objetivo de conformar una comunidad digital, se pretende obtener por lo menos un promedio de 25 seguidores mensuales.
Interacciones mensuales	Para evaluar si el contenido difundido en las redes de la marca empatiza con el público objetivo pretenden evaluar 100 interacciones mensuales.
Comentarios Mensuales	Con el propósito de generar fidelización y credibilidad se pretende la generación de al menos 20 comentarios mensuales en las redes de la marca.

Keywords

- Especialista SEO
- SEO en El Salvador
- SEO salvadoreño
- SEO en Centroamérica
- SEO off page
- SEO on page

CALENDARIZACIÓN

Calendario de Contenidos para Nuila García Especialista SEO				
Periodo comprendido del 1 al 15 de octubre de 2021				
Fecha de publicación	Horario	Pilar de contenido	Post	Copy
01/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	001	Descubre qué hace un especialista SEO y cómo Puede ayudarte en tu estrategia de marketing digital. #mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo
02/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de interacción	002	Conquistar a tu crush tal vez nunca lo hagas, pero puedo hablarle bien a Google de tu sitio web. ¡Quién sabe! a lo mejor se llevan bien. ¿Qué dices? ¿lo intentamos? Comenta un 🐦 para saber que te interesa o al menos te reíste con esto. #mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo
03/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	003	Pon en práctica estos 5 tips de SEO y te aseguro que tu web comenzará a posicionar en Google. #mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo
04/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	004	Estas herramientas harán tu análisis de palabras clave más fácil. ¿Sabes que es lo mejor? ¡SON GRATIS! #mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo
05/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de interacción	005	

				<p>Aunque esto parezca broma es real, posicionas en Google o no existes.</p> <p>Tal vez tienes una página web o un blog pero no recibe más visitas que las de tus amigos. Para que más personas lleguen a tu web tienes que posicionar en Google y eso se hace con SEO.</p> <p>Deja un 😊 en los comentarios si quieres que te enseñe como posicionar en Google.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
06/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	006	<p>Te comparto a mis 3 grandes referentes en el sector del SEO. He aprendido mucho del número 3.</p> <p>¿Ya los conocías?</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
07/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	007	<p>No es necesario que te gastes una gran suma de dinero para aprender SEO. Con estos cursos GRATUITOS tendrás más que suficiente para comenzar en el mundo del posicionamiento web.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>

08/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de interacción	008	<p>Si tu página no aparece en la primera página de Google, dala por muerta. Tener una web que no genere visitas es igual a habitar con un cadáver.</p> <p>Por suerte, aquí estoy yo para darle RCP a tu página o blog y reanimarla antes de que sea tarde.</p> <p>Deja en los comentarios un  y sabré que quieres reanimar esa web.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
09/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	009	<p>A ver, a ver... deja de creer que solo existe WordPress para crear páginas web. Hay varias alternativas que se acoplan a diferentes tipos de proyecto</p> <p>Conoce esas otras plataformas en este carrete. Deja tu like y comenta si conoces otra.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
10/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	010	<p>Conocer los tipos de palabras clave es fundamental para una estrategia SEO. Ya que nos ayudará a identificar las famosas "palabras clave de oportunidad", las cuales son indispensables para generar tráfico a nuestras webs.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>

11/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de interacción	011	<p>A veces resulta difícil que un cliente entienda que el SEO es una estrategia a largo plazo, posicionar una página en los primeros lugares de Google suele tardar unos 3 meses.</p> <p>Muchas veces los clientes quieren ver resultados inmediatos. Acá es donde tenemos que practicar la tolerancia y explicarle como es que funciona el SEO.</p> <p>Deja una 🗑 por todos esos clientes complicados.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
12/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	012	<p>Ahora te muestro estas sencillas pero poderosas técnicas para generar más visitas a tu página web y adquirir potenciales clientes.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
13/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de valor	013	<p>¿Cómo elijo el dominio perfecto para mi web? Acá desmiento y confirmo algunos de los aspectos a tener en cuenta a la hora de comprar un dominio web.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
14/ octubre/ 2021	9:00 am	Contenido de interacción	014	<p>Esta frase escrita por un usuario de Twitter, resume la naturaleza del SEO. Llegar a</p>

				<p>la primer posición de Google puede tardar, pero con la aplicación de diferentes factores SEO vamos a llegar a esa anhelad posición tarde o temprano.</p> <p>Deja en los comentarios cuanto tiempo te ha tardado en posicionar una página en Google.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>
15/ octubre/ 2021	9:00 am		015	<p>Deja de utilizar temas saturados y con efectos que ralentizan tu web. Eso solo hará que Google no te posicione por una carga lenta de la web.</p> <p>Acá te muestro 3 temas preferidos por todos los SEO para crear páginas con WordPress.</p> <p>#mktdigital #seo #consultorseo #marketing #especialistaseo</p>

PIEZAS GRÁFICAS

Post 001



Un **especialista SEO** es la persona encargada de la optimización de sitios web. Sus **funciones principales** son:

- Generar visitas al sitio web.
- Verificar que se cumplan con los parámetros de posicionamiento para motores de búsqueda.
- Crear la estrategia de contenidos SEO.

¿Por qué es importante un especialista SEO?

- Ayudan a obtener **más clientes** potenciales de **forma gratuita**.
- Hacen que las personas encuentren **tu marca en Google** o en cualquier otro buscador.
- Logran que los **visitantes** se sientan **cómodos en tu sitio web**.

*No olvides dejar tu like

Post 002



Post 003



Usa URL amigables

- ✓ <https://especialistaseo.net/blog/tips-seo>
- ✗ <https://especialistaseo.net/p-jdnkjnd4/ajndjknfhsbyuw164465>

comprime las imágenes que subes a tu web



Utiliza la amplitud semántica en tus keywords.

- ✓ `<h1> Automóviles baratos en San Salvador </h1>`
`<p>Ponemos a tu alcance autos a precios módicos y con facilidades de pago. Aprovecha la oportunidad de obtener un carro barato sin complicaciones</p>`
- ✗ `<h1> Automóviles baratos en San Salvador </h1>`
`<p>Ponemos a tu alcance automóviles baratos en San Salvador con facilidades de pago. Aprovecha la oportunidad de obtener uno de nuestros automóviles baratos en San Salvador sin complicaciones</p>`

Utiliza AMP en tu web

AMP son siglas de **Accelerated Mobile Pages***. Esta tecnología permite una carga más rápida de la web en smartphones y reduce el consumo de datos móviles.



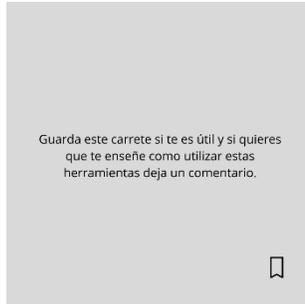
*Google toma en cuenta esto como un factor de posicionamiento.

Creación de contenido original

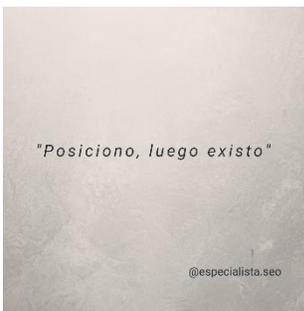
No está demás mencionar que Google puede penalizarte y no mostrar tu contenido si detecta que es plagado, por lo tanto, siempre realiza una búsqueda de palabras clave y redacta tu propio contenido.



Post 004



Post 005



Post 006



Post 007



SEO y Monetización Web
Impartido por Big SEO Academy

BIGSEO

Curso Online Gratuito
SEO y Monetización Web

- ✓ Recíbelo con una profesión digital de alta demanda.
- ✓ Aprende a tu ritmo desde donde tú quieras.
- ✓ Consíguelo certificado profesional.

[¡Darme Acceso](#)

Curso de SEO
Impartido por Edutin Academy

Tu curso gratis para el empleo



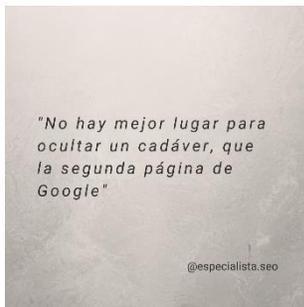
[¡Darme Acceso](#)

5.0/5 2.000+ 2.000+ 100%

Curso de SEO GRATIS
Impartido por David Cuesta
Esta alojado en YouTube



Post 008



Post 009



Drupal es un sistema de gestión de contenido para usuarios con conocimientos técnicos avanzados de HTML y PHP. No es tan intuitivo como WordPress pero ofrece grandes posibilidades.



Es común ver tiendas online creados con WordPress y Woocommerce. Sin embargo, existe una alternativa a esa dupla y es PrestaShop, un CMS exclusivo para ecommerce, es gratis y de código abierto.

010



Palabras Clave Genéricas

Son aquellas con un gran volumen de búsquedas en Google y que las personas usan para encontrar información general sobre un tema.

Ejemplos

- Sartenes 🔍
- aseguradoras 🔍
- recetas de cocina 🔍

Palabras Clave Semigenéricas

Son aquellas palabras que la gente utiliza en Google para buscar información un poco más concreta sobre un tema.

Ejemplos

- sartenes de teflón baratas 🔍
- lista de aseguradoras 🔍
- recetas de cocina salvadoreña 🔍

Post 011



Post 012



Crema una Newsletter

Crema un formulario específico en tu web para que los visitantes se suscriban a tus newsletter, una vez tengas su correo electrónico puedes informales cuando has subido nuevo contenido a tu web.

Publica tus artículos en repositorios de noticias

Comparte tus artículos destacados en repositorios de noticias o foros con una temática similar a tu web. No publiques cualquier cosa, trata de aportar valor con los enlaces que compartes.

Usa las Redes Sociales

Aprovecha las redes sociales para crear una comunidad digital con la cual puedas compartir los artículos de tu web. También, puedes aprovechar los grupos de Facebook para compartir tus enlaces, otro aliado puede ser Pinterest.

Post 013



Algunos creen que la elección de un buen dominio puede ayudarles a posicionarse mejor en Google. Se piensa erróneamente que un **.com** posiciona mejor que un **.mx**, sin embargo, la verdad es que eso no influye mucho, preeeeero....

Lo que sí es verdad es que los dominios geolocalizados sí pueden ayudarte cuando haces SEO Local.

Otra costumbre suele ser elegir una palabra clave como dominio, por ejemplo: **recetasdecomidamexicana.com** y aunque puede ayudar un poco para crear un web nicho, la verdad es que si el contenido que se comparte en esa web es mediocre, no va a posicionarse nunca.

Post 014



Post 015



Generate Press

Generate Press es uno de los temas preferidos por los SEO ya que permite crear páginas web que carguen rápido.



Astra

Astra es un tema que permite crear webs de todo tipo: negocios, blogs y portafolios. Los SEO lo prefieren porque carga rápido y brinda una buena experiencia de usuario.



BIBLIOGRAFÍA

- Bel, O. (2015, octubre 15). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>
- Cardona, L., & Cyberclick. (s/f). SEO: qué es y guía de posicionamiento en buscadores (2022). Cyberclick.es. Recuperado el 18 de junio de 2022, de <https://www.cyberclick.es/que-es/seo>
- Castro, R. M. (2020). ¿Qué es el SEO Off Page? — Guía completa. Semrush Blog; Semrush. <https://es.semrush.com/blog/guia-seo-off-page>
- Domingo, I. (2021). SEO on Page: ¿Qué es? - InboundCycle. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-seo-on-page>
- Fuente, O. (2022). Marketing Digital: Qué es y sus ventajas. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- García, M. (2019). ¿Qué es y cómo crear tu propia Marca Personal? Guía paso a paso para llegar al éxito. El Blog de José Facchin; José Facchin. <https://josefacchin.com/crear-marca-personal/>
- Genanian, S. (2022). 21 Ventajas de usar Instagram para tu empresa - InboundCycle. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online>
- MarketiNet. (s/f). Estrategias de SEO On Page para posicionarte en los buscadores. Marketinet.com. Recuperado el 18 de junio de 2022, de <https://www.marketinet.com/agencia-seo/estrategias-seo-on-page>
- Morel Rosa . (2018). Neurocopywriting, La ciencia detrás de los textos persuasivos . España : publicación independiente.
- Sordo, A. I. (2021). Guía completa para crear una estrategia de marketing digital efectiva. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>