

Cuál es la mejor inversión digital para las pymes españolas: SEO vs SEM

A la hora de invertir en Marketing Digital, las empresas se encuentran con dudas a la hora de destinar presupuesto y contratar servicios de SEO y de SEM. Sedigital presenta sus servicios de SEO y SEM

Resulta evidente el crecimiento exponencial de la inversión en Marketing Digital de las Pymes en España. Tanto las pequeñas como las medianas empresas dedican gran parte de sus esfuerzos de marketing en desarrollar los canales digitales y utilizar las distintas plataformas que lo conforman como un canal prioritario para la comercialización de sus productos y/o servicios.

Surgen interrogantes como: ¿Están utilizando los canales adecuados para la promoción de su actividad comercial? ¿Es preferible invertir en ocupar una posición privilegiada en los buscadores para potenciar el tráfico llamado ‘natural’ u ‘orgánico’; o es necesario apostar por campañas PPC, pagando una cantidad por tráfico?

Sedigital, expertos en Marketing Digital, SEO y SEM, asegura que no existe una respuesta única que satisfaga a todas las áreas de actividad, ya que cada sector tiene sus propios comportamientos de mercado y debemos encontrar los canales más efectivos para cada caso. De cualquier modo, cabe resaltar que el SEO y el SEM son 100% compatibles y complementarios, y, en la mayoría de los casos, la mejor estrategia de marketing pasa por balancear adecuadamente la inversión en cada plataforma.

En definitiva, lo que desean las empresas es desarrollar su negocio, es decir, incrementar su ventas y para lograr este objetivo, lo primero que deberá hacer es conseguir una óptima visibilidad en el mercado.

Sedigital presenta sus servicios de Posicionamiento Web – SEO, destacando que para abordar un Proyecto SEO correctamente, es necesario trabajar tanto la gestión de los contenidos como todos los aspectos puramente técnicos de la web (Velocidad de Carga, Metaetiquetas, Indexación, Mercado Semántico, etc.) y, por supuesto, desarrollar de manera equilibrada y transversal una estructura de backlinks con el fin de mejorar la reputación online y aumentar el ranking de cara a los buscadores más populares. Esta no es una tarea sencilla, por lo que es recomendable la contratación de una empresa especializada como Sedigital.

Al respecto del SEO o la optimización en los motores de búsqueda, los resultados tardan en llegar, pero una vez se ocupen las primeras posiciones, el tráfico empieza a crecer de manera significativa sin tener que pasar por caja por cada contacto. Únicamente se requiere seguir trabajando para mantenerse y mejorar, si cabe, el posicionamiento para seguir disfrutando de esas posiciones de privilegio.

En cuanto al SEM, ¿Cuándo abordar una campaña de SEM? y ¿Cuáles son las plataformas más eficaces?. Sedigital recomienda diferenciar las posibles alternativas por la manera de comportarse de cada una de ellas:

Reactivas: Ante una necesidad puntual de un usuario (cliente potencial) esta publicidad se presenta como la mejor alternativa para satisfacer sus expectativas cuando este mismo usuario realiza una consulta en cualquiera de los buscadores y se activan sus sistemas publicitarios (Google Adwords, Bing Ads, etc.)

Proactivas: El usuario (cliente potencial) no demanda nada específico, pero forma parte del target objetivo siendo bombardeado con una publicidad selectiva de productos y/o servicios que le puedan interesar. Esa ‘llamada de atención’ despierta en muchas ocasiones el interés del usuario y accede al portal del cliente en busca de información, ofertas, promociones, etc. Entre estas plataformas cabe destacar Facebook, Youtube e Instagram como las más demandadas actualmente.

¿Cuál es la mejor opción para las empresas?

Si una empresa decide invertir en una estrategia de Marketing Digital Global, el SEO es una opción irrenunciable, que permitirá a cualquier Pyme tener una visibilidad duradera en los términos de búsqueda seleccionados, sin tener que afrontar costes adicionales para conseguir un aumento del tráfico y que multiplicará su notoriedad y prestigio en su mercado.

Para ahondar aún más en este argumento, el ROI (Retorno de la Inversión) es mucho más sencillo de alcanzar y multiplicar, siempre pensando en el medio-largo plazo.

De manera puntual (en función de la estacionalidad, lanzamiento de un producto/servicio o promoción específica o bien como refuerzo al tráfico natural) puede resultar muy provechoso apostar por cualquiera de las plataformas anteriormente enunciadas SEM, seleccionando la más adecuada para su área de actividad o bien diversificando su inversión.

Estas Campañas de Pago pueden suponer costes muy significativos, por lo que es recomendable dejarse asesorar por una Agencia de Marketing Online para desarrollar, monitorizar y optimizar las campañas publicitarias a implementar.

Si el presupuesto a invertir es muy limitado y solo nos permite apostar por SEO o SEM, Sedigital aconseja que se opte decididamente por un proyecto SEO bien trabajado que les permita mejorar de forma sostenida y estable su visibilidad.

Más información en: <https://www.sedigital.es>

Datos de contacto:

Sedigital
91 014 64 57

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>