

Transformar digitalmente una empresa con estos servicios de marketing digital

Independientemente del tipo de negocio que se abra, todos tienen en común que, para poder triunfar, una de las claves del éxito se basa en tener visibilidad. Nada más que se vea cualquier tienda del barrio como trabaja el escaparate o su propaganda. A la hora de abrir un negocio en internet, la necesidad de visibilidad es la misma, sin embargo y como es obvio, cambian las reglas del juego

Para este tipo de negocios se utilizan toda clase de herramientas que el marketing digital pone a disposición, como el posicionamiento SEO y SEM que se va a ver en detalle a continuación.

El Posicionamiento SEO

El posicionamiento SEO es la relevancia que tendrá a la hora de que busque un usuario por internet. Esto quiere decir, cuando un usuario se encuentra buscando algo que tenga relación con el negocio en un buscador, si tendrá un buen posicionamiento SEO la página saldrá en los primeros resultados de la búsqueda de este. Por el contrario, si tiene un mal posicionamiento en Google, se aparecerá como los últimos resultados.

Esto es especialmente importante, ya que estadísticamente está demostrado que las páginas que aparecen en la primera página del buscador, más aun, si son estas los primeros enlaces mostrados, tienen un mayor índice de visitas. Precisamente por esto, mejorar el posicionamiento en buscadores se podrá permitir llegar a una mayor cantidad de público y, por lo tanto, ser visibles para una mayor cantidad de clientes potenciales.

GLC posicionamiento son expertos a la hora de trabajar este posicionamiento SEO. Realmente, mejorar el posicionamiento no se encuentra al alcance de cualquiera y por eso lo mejor es desentenderse de esta tarea y contratar a un consultor SEO par que mejore el posicionamiento web. Esto es debido a que, a la hora de mejorar el posicionamiento, entran en juego una gran cantidad de factores, desde las palabras clave que utiliza la página, su descripción, la velocidad a la que carga la misma, etc. en definitiva, muchos aspectos que se tendrán que cuidar, muchos aspectos que se tienen que manejar para saber trabajar con Google y que reconozca a la página como una de las primeras en la lista de resultados.

En definitiva, lo que se busca a través de esta mejora de posicionamiento SEO es que, si se tiene un negocio de zapatillas, cuando un usuario busque en Google, “comprar zapatillas baratas” o “mejores zapatillas para comprar” o cualquier otra búsqueda que pudiera estar relacionada con el negocio, Google entienda que el negocio puede ser relevante para la búsqueda y por lo tanto arrojar la tienda como resultado en los primeros enlaces de búsqueda. Una vez que el cliente llegue a la página ya serán otros factores los que influyan en su decisión de compra, pero mientras tanto, la responsabilidad de que llegue a buen puerto y, por lo tanto, se pueda conocer, es responsabilidad de un buen posicionamiento SEO. Para conocer el estado del posicionamiento SEO siempre se podrá llevar a cabo una auditoria SEO en donde un especialista SEO le diga como se puede mejorar.

Posicionamiento SEM

El posicionamiento SEM es otra de las herramientas del marketing digital que se debe de trabajar en el negocio. Al igual que los resultados que se puede obtener en esta consultoría SEO para mejorar la relevancia en internet, un buen posicionamiento SEM también ayudará a mejorar esta relevancia.

Mientras que el posicionamiento SEO era una serie de medidas que se puede tomar para que Google fuera más amable con la web a la hora de mostrar sus resultados de búsqueda, el posicionamiento SEM es una forma más directa de lograrlo, a base de pagar por publicitarnos.

A través del posicionamiento SEM se está desarrollando una estrategia en donde, a través de unas keywords determinadas, apareceremos en los primeros resultados de búsqueda si se paga por ello. Esto es mucho más sencillo que el SEO, pero evidentemente, además de requerir de un estudio, cuesta dinero. Por poner un ejemplo y siguiendo con el negocio anterior de zapatillas, se podría elegir como palabra clave "zapatillas" para que cuando cualquier persona que lleve a cabo una búsqueda relacionada con las zapatillas pueda ver el enlace. Este enlace se verá independientemente que la persona esté buscando zapatillas para comprar, para informarse o por cualquier otro motivo.

En este caso, solo se tendrá que pagar cuando la persona en cuestión haga clic en el enlace que se está pagando, ya que evidentemente de esta forma, se entenderá que el enlace ha dado sus frutos al generar la visita y, por lo tanto, se pagará por ello. A día de hoy, Google es probablemente el rey de la publicidad y precisamente por ello, la mayor parte de las herramientas de SEM más importantes giran en tono a Google Ads. Gracias a Google Ads se podrá segmentar mucho más a quien quiera llegar con el negocio, de manera que la persona que haga clic en el enlace, sea una persona más predispuesta a comprar. Por ejemplo, si la target de mercado es una mujer, debido a que se está vendiendo un perfume para mujer, interesará que a los usuarios que se les muestre este enlace sean mujeres u hombres que hayan llevado a cabo con anterioridad una compra de este estilo o tengan cookies guardadas en su ordenador sobre estos perfumes.

La principal ventaja que se obtiene del SEM es que el incremento del tráfico es prácticamente inmediato y bastará con haber comprado las keywords deseadas para empezar a aparecer en las primeras páginas de búsqueda y que el tráfico empiece a fluir.

¿SEO o SEM?

Para finalizar, tratar de responder a una pregunta que suele ser habitual entre muchos empresarios, si potenciar el SEO o el SEM. La respuesta es simple, hay que trabajar los dos. En primer lugar, es recomendable practicar una auditoría SEO y SEM que se permita conocer el estado del negocio y a partir de los resultados que de este consultor SEO freelance, elegir la estrategia a adoptar.

No se debe olvidar que se tratan de términos completamente incluyentes y que para nada son incompatibles. De hecho, a partir del buen uso de los dos, será de la única manera que se puede mejorar el posicionamiento en internet y empezar a ser competitivos contra las grandes empresas del sector.

Datos de contacto:

Gema Lázaro

Asesoría fiscal en Madrid

626285684

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>