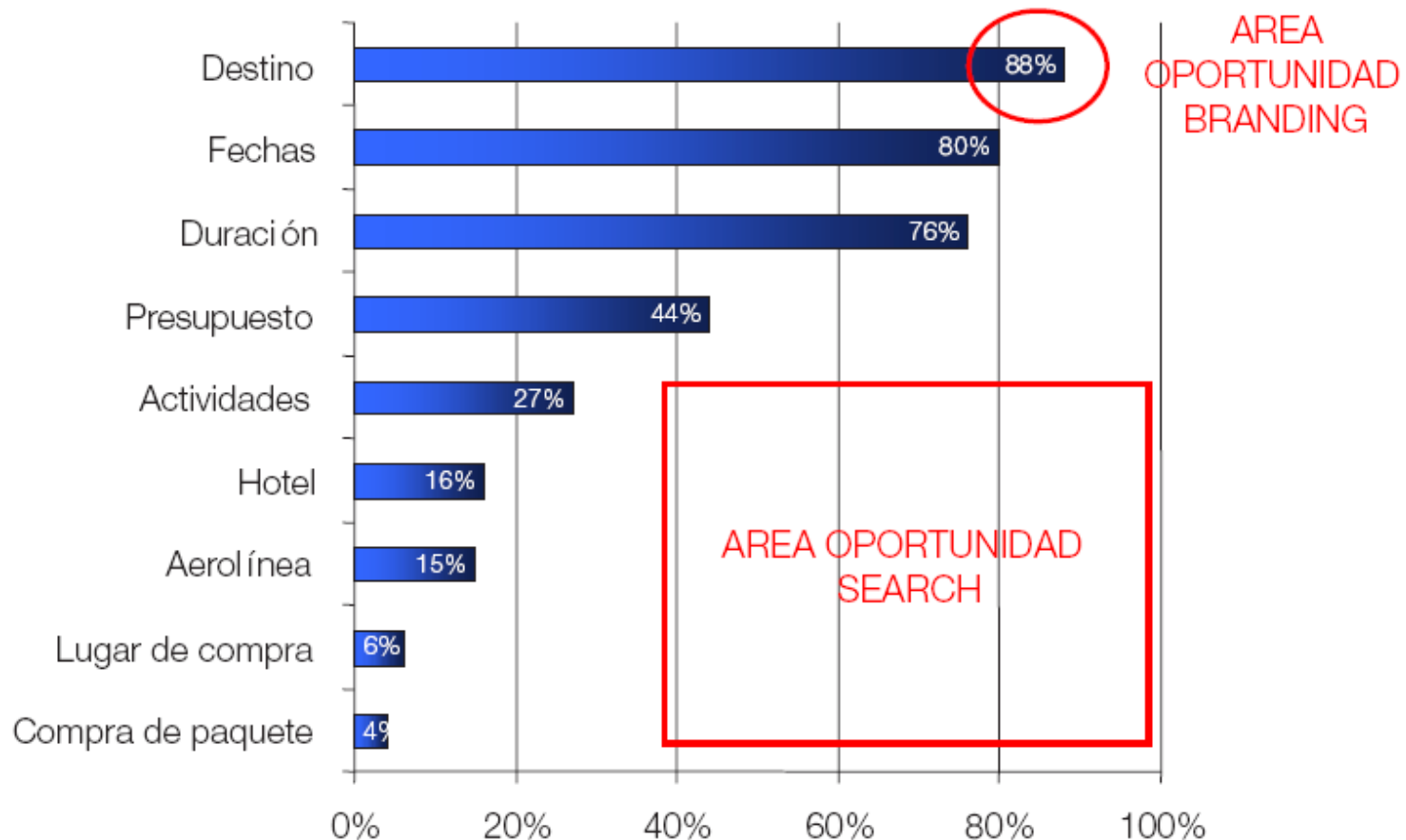


Promoción de los dominios

¿Qué saben los viajeros antes de buscar online?



SEARCH TÁCTICO... PERO ES IMPORTANTE EL BRANDING??? AUDIENCIA

Campaña de promoción

- Dar a conocer el sitio WEB con medios convencionales
 - En todas las acciones de promoción off-line debe estar presente la url o dominio para redireccionar visitas
 - Incluir la dirección de tu web en todo la papelería de tu empresa.
 - Envío de notas de prensa en general o publicaciones especializadas
 - Realización de una lista de correos para el envío de boletines informativos
 - La firma en el envío del e-mail con URL

Características de los "robots de búsqueda"

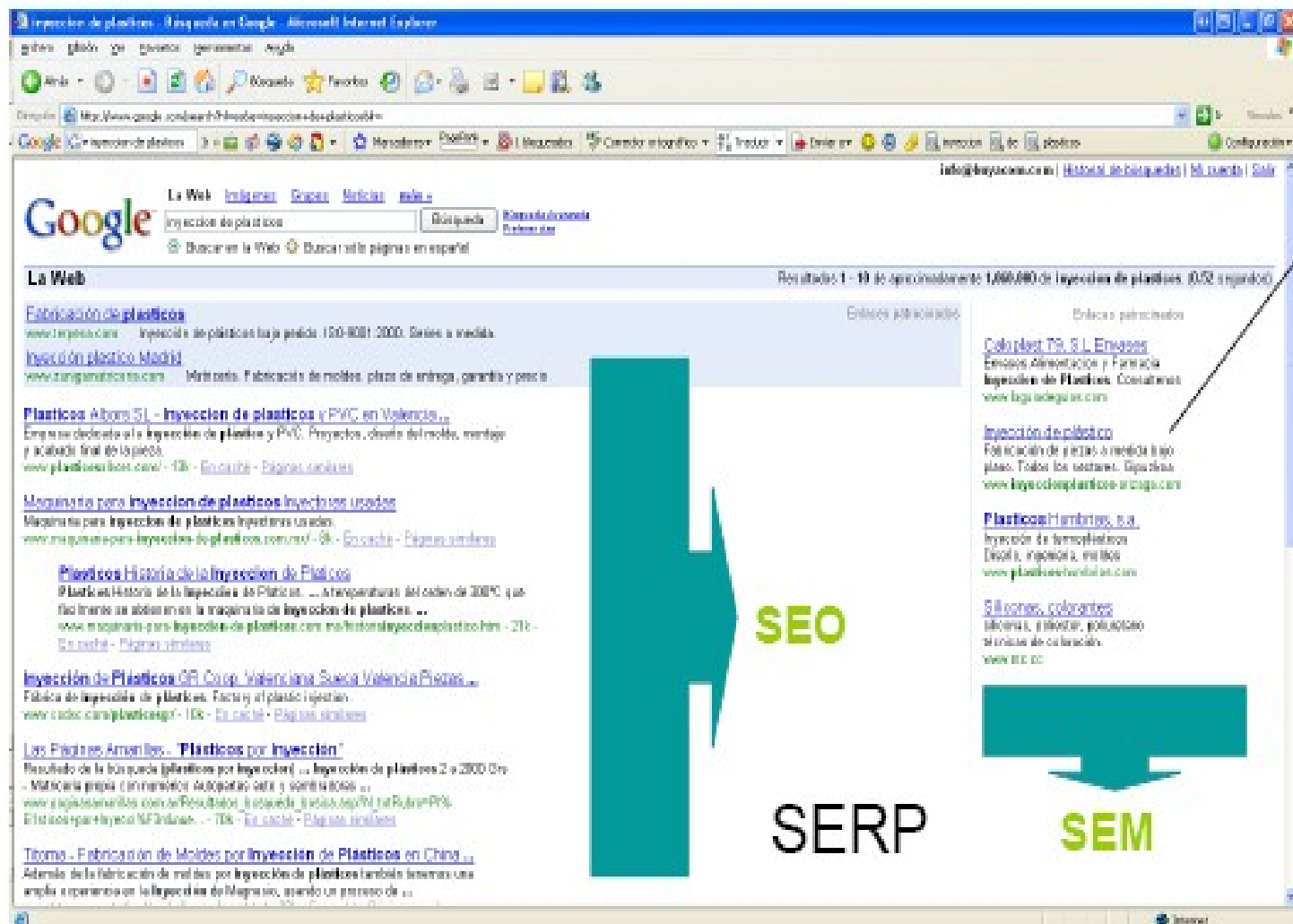
- Máquinas para recorrer e indexar automáticamente páginas a lo largo de la Red.
- La presentación de resultados por parte de este tipo de buscadores está basado en la aplicación de algoritmos internos de medición de relevancia de las páginas
- Filtrado y análisis automático en un intento de eliminar aquellas cuyo objetivo sea la "manipulación" de los resultados del buscador
- Spider importantes:
 - Overture-Yahoo!, Google (googlebot), MSN Search (MSNBot) y Ask Jeeves (teoma)
 - A9 de Amazon.

"Tipología de buscadores: robots y directorios"

- Características básicas de un directorio.
 - Los directorios utilizan personas, editores, para el análisis y selección de páginas que pasarán a formar parte de dicho directorio
 - Sistema de clasificación de websites en categorías
 - Tiempos de espera elevados para conseguir incluir nuestra página en este tipo de recursos.
 - Slurp o Yahoo!Slurp (robot)
 - La tecnología de Overture son Yahoo! Search, Altavista, Alltheweb

Google: fases de búsqueda:

- Calcula cuántos de los documentos de su base de datos cumplen con los criterios de búsqueda concreta
- Calcula los factores que miden la mayor o menor relevancia de los documentos
- Calcula los factores de popularidad (PageRank) para esos resultados, que acaba de determinar el orden en que devolverá los resultados



Resultados buscadores

- Al conjunto de resultados que obtenemos cuando buscamos algo en los buscadores se les denomina SERPS (“Search Engines Results Positions”- Página de Resultados del Buscador).
 - Las “SERPs”, además de los resultados, incluyen publicidad con enlaces patrocinados (de pago), al estilo de AdWords de Google.
- El posicionamiento es el lugar (posición) que salimos en esos resultados.

Posicionamiento

- Cuando hablamos sobre posicionamiento y sobre marketing en buscadores, tenemos que plantearnos dos caminos:
 - SEO (“Search Engine Optimization”). Posicionamiento natural en buscadores. “enlaces orgánicos” o naturales, .
 - SEM (“Search Engine Marketing”). Gestión de enlaces patrocinados en portales y buscadores.
 - SEM es la gestión de campañas de publicidad en buscadores mediante el sistema de “pago por clic”, en las principales redes publicitarias (Google Adwords, Yahoo Search Marketing, etc.).
 - SMO (“Social Media Optimization” - Optimización en Medios Sociales o Posicionamiento en Medios Sociales).

Posicionamiento buscadores (SEO)

The image shows a Google search results page for the query "pisos en Tenerife". The search bar at the top shows the query and the "Buscar" button. Below the search bar, the results are displayed. The first result is "Busca tu casa en Tenerife" from live.com/Tenerife. The second result is "Pisos En Tenerife" from www.habitatimmobiliaria.com. The third result is "Pisos en tenerife" from www.fotocasa.es/tenerife. The fourth result is "Pisos en Sta. Cruz de Tenerife | Globaliza.com", which is highlighted with a red box. This result includes a description of the portal and a link to the website. The fifth result is "pisos en Santa Cruz de Tenerife - yaencontre.com", which also includes a description and a link. The sixth result is "pisos santa cruz de tenerife. inmobiliarias santa cruz de tenerife ...", which includes a description and a link. The seventh result is "Pisos en Santa Cruz de Tenerife - EXPOCASA.COM", which includes a description and a link. The eighth result is "... Anuncios Alquiler Pisos Tenerife Habitacion Venta Tenerife ...", which includes a description and a link. The ninth result is "Inmobiliarias Tenerife - Alquiler y Venta de Pisos, Casas y ...", which includes a description and a link. The tenth result is "venta de casas y pisos Tenerife | Gran Canaria | Loquo ...", which includes a description and a link. The search results are displayed in a list format with blue links and green text for descriptions and additional links.

Google

pisos en Tenerife

Buscar

la Web

Resultados 1 - 10 de aproximadamente 289.000 de pisos en Tenerife (0,19 segundos)

Busca tu casa en Tenerife
live.com/Tenerife - Vivienda nueva en Tenerife Miles de anuncios con fotos.

Pisos En Tenerife
www.habitatimmobiliaria.com - Elige tu casa. Decides el descuento sobre su precio. Nos adaptamos a ti

Pisos en tenerife
www.fotocasa.es/tenerife - Toda las fotos y la información de casas de obra nueva en Tenerife.

Pisos en Sta. Cruz de Tenerife | Globaliza.com
Globaliza.com, portal inmobiliario con venta **pisos en Tenerife**. Gran variedad de venta **pisos en Tenerife**
www.globaliza.com/pisos-en-tenerife.jsp - 36k - En caché - Páginas similares

pisos en Santa Cruz de Tenerife - yaencontre.com
Encontrar **pisos** en Santa Cruz de Tenerife nunca fue tan fácil. Toda la oferta de **pisos** en Santa Cruz de Tenerife. Miles de ofertas actualizadas a diario ...
www.yaencontre.com/vivienda/results.php?pisos-compra-santa_cruz_de_tenerife_ESP - 96k - En caché - Páginas similares

pisos santa cruz de tenerife. inmobiliarias santa cruz de tenerife ...
anuncios de viviendas en venta en santa cruz de tenerife. anuncios de viviendas entre particulares, casas, **pisos**.
www.idealista.com/pagina/municipios?zona-sta-cruz-de-tenerife-pisos-y-casas=V.V.38-XXX-XX-XXX-XX-XXX - 23k - En caché - Páginas similares

Pisos en Santa Cruz de Tenerife - EXPOCASA.COM
Pisos en Santa Cruz de Tenerife. Anuncios de particulares y profesionales de casas, apartamentos, chalets y **pisos** de segunda mano en Santa Cruz de Tenerife.
www.expcasa.com/pisos/en/Santa-Cruz-de-Tenerife.html - 26k - En caché - Páginas similares

... Anuncios Alquiler Pisos Tenerife Habitacion Venta Tenerife ...
Anuncios Alquiler **Pisos Tenerife** Habitacion Venta **Tenerife** Compra Segunda mano Servicios **Tenerife** España.
espana.cityty.com/anuncios_tenerife.html - 72k - En caché - Páginas similares

Inmobiliarias Tenerife - Alquiler y Venta de Pisos, Casas y ...
Inmobiliarias **Tenerife** Inmoten.com | Alquiler y Venta de **Pisos**, Casas, Apartamentos, Locales y Terrenos en Santa Cruz de **Tenerife** (Canarias).
www.inmoten.com/ - 16k - En caché - Páginas similares

venta de casas y pisos Tenerife | Gran Canaria | Loquo ...
226.000 € - PISO CENTRO SAN JOSE 2 HABITACIONES SIN GARAJE (SANTA CRUZ DE TENERIFE) 4 foto « agencia. PISO CENTRICO. SALON COMEDOR MUY LUMINOSO, ...

Obra Nueva en Tenerife
Pisos y apartamentos de obra nueva con fotos y planos en **Tenerife**
www.alicur.com

Viviendas en Canarias
Desde 117.000 € en **Tenerife** junto al Teide y proximo a las playas
www.urbahispania.com

Pisos en Tenerife
Aqui fotografías e información. No esperes más y visítanos.
www.tucasa.com/Piso/Tenerife

Alquiler Pisos
Amplia oferta de **pisos** de alquiler. Para todos los bolsillos.
www.portae.com

Pisos en tenerife
Compra, vende o alquila tu casa. Anuncios gratis entre particulares.
idealista.com/Tenerife

Inmobiliaria Tenerife
Promotions Centre, S.L.U. Ofertas en Todo **Tenerife**
www.laguadeguia.es/inmobiliarias

Alquila Pisos en Tenerife
Publica tu anuncio gratis en Loquo Inmobiliarias y particulares
tenerife.loquo.com

¿Buscas piso?
Mira nuestras promociones. Vídeos, visitas virtuales, planos.
Fibex.com

Más enlaces patrocinados »

Google

YAHOO!
ESPAÑA

msn

Resultados Orgánicos

Posicionamiento en buscadores

- El posicionamiento en buscadores es el arte y la ciencia de aumentar la visibilidad de un website en los principales buscadores para una serie de palabras clave
- Servicios SEO
 - El posicionamiento en buscadores,
 - Casi el 78% abandonan la búsqueda si no encuentran la respuesta adecuada entre las tres primeras páginas

Acciones

- Estudio de palabras clave (“Keyword marketing”):
 - Tenemos que encontrar qué "palabras clave" son las que nos identifican, o que consideramos clave para nuestra actividad, y que los internautas utilizan cuando buscan información en Internet sobre nuestros productos o servicios.
 - Análisis de competidores:
 - Realizar un completo examen comparativo de nuestra situación y la de nuestros competidores en la red.
 - Optimización del sitio WEB:
 - La revisión de nuestra página WEB desde la perspectiva del posicionamiento en buscadores.
 - Inserción de las palabras claves en nuestras páginas
 - Alta en buscadores y directorios.
 - Selección de buscadores en los que darse de altas
 - ¡ Y Darse de alta!
-

Factores fundamentales para Medir la relevancia de tus palabras claves

■ LOCALIZACION -

- indica lo cerca que está una palabra clave del principio del área analizada en la página

■ DENSIDAD

- indica la cantidad de veces que aparece una palabra específica o frase corta en la página en relación con el resto de palabras del texto.

■ FRECUENCIA

- es el número de veces que la palabra o frase clave se repite en un área de texto determinada.

■ PROXIMIDAD

- Algunos buscadores como google también tienen en cuenta la cercanía entre las palabras clave.

¿En qué consiste el estudio y análisis de palabras clave?

- Qué palabras o terminología utiliza nuestros potenciales clientes (nuestro mercado), para encontrar información sobre los productos y servicios que ofrecemos
 - Establecer un listado de palabras clave objetivo es el primer paso dentro del proceso de posicionamiento en buscadores
 - Consejos
 - Las combinaciones singular/plural, variaciones de una palabra clave e incluso palabras con errores tipográficos
 - Palabras que discriminen
-

Variables de palabras claves

- Las variables se dividen en:
 - connotaciones, localizaciones, construcciones y de idioma.
- Ejemplo:
 - Si nuestro negocio es de distribución de orquídeas en la ciudad de Barcelona, las variables serían las siguientes:
 - Palabra clave: Orquídeas.
 - Variable de connotación: Orquídeas salvajes, orquídeas de interior u orquídeas de la Polinesia.
 - Variables de localización: Orquídeas en Barcelona, orquídeas en España.
 - Variables de construcción: Distribución de orquídeas, vivero de orquídeas.
 - Variable de idioma: Wild Orchids.

- Herramientas de palabras clave
 - Wordtracker (Pago)
 - <http://www.wordtracker.com/>
 - Palabras claves
 - <http://www.keywordworkshop.com/>
 - <http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion/>
 - <http://www.zippy.co.uk/>
 - Keyword discovery
 - <http://www.keyworddiscovery.com/search.html>
-

Palabras claves Google

- Google
 - <https://adwords.google.es/select/TrafficEstimatorSandbox>
 - <http://www.google.com/sktool/#>
 - <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
 - Gogle suggest
 - <http://www.google.com/webhp?complete=1&hl=en>
 - Zeitgeist de Google
 - <http://www.google.com/press/zeitgeist.html>
 - Google dance
 - <http://google.dirson.com/dancem.php>
-

■ Overture

- Esta herramienta gratuita nos proporciona la cantidad de búsquedas de una frase en todos los portales afiliados a Overture durante el mes anterior
- <http://inventory.es.overture.com/d/searchinventory/suggest>

■ Miva

- <https://account.es.miva.com/advertiser/Account/Pop>

- <http://www.marketleap.com/publinkpop/>
- <http://tools.seobook.com/>
- <http://tools.seobook.com/general/spider-test/>
- [http://](http://www.seotoolkit.co.uk/search_engine_position_)
www.seotoolkit.co.uk/search_engine_position_
- <http://www.statcounter.com/>
- <http://google.dirson.com/dancem.php>
- ~~<http://www.goodkeywords.com/products/gkw/>~~

Google trends

- <http://www.google.es/trends>
- Google Trends es una herramienta de Google Labs que muestra los términos de búsqueda más populares del pasado reciente.
- Puede servir de herramienta, para medir la estacionalidad de las búsquedas. Por ejemplo: 'vuelos mallorca'.
- También se pueden hacer comparaciones de términos, introduciendo palabras separadas por comas



¿En qué consiste el Análisis de Competidores?

- El estudio de competidores pretende un completo examen de la posición absoluta sus competidores en la red en términos de visibilidad en buscadores y para todas sus palabras clave objetivo
- Para ello se analizan los siguientes aspectos:
 - Nivel de visibilidad:
 - Posiciones obtenidas para las palabras clave genéricas de mercado en el principal buscador (Google).
 - La valoración de las posiciones obtenidas con respecto a la importancia de la palabra clave posicionada nos proporcionará el denominado Ratio de Visibilidad.
 - Parámetros críticos:
 - Popularidad:
 - La popularidad de un website se define como el volumen de páginas web externas que enlazan a dicho website.
 - Cuantos más enlaces tenga un website mayor será su popularidad. (link)
 - Saturación:
 - Se define como el número de páginas indexadas de un website concreto por un buscador.
 - Cuanto mayor sea la saturación de un website, mayor será la visibilidad del mismo en buscadores.

Ejemplo palabras a buscar en google

- Hoteles, hoteles Málaga, ofertas hoteles, hotel Málaga, reserva hotel, alojamiento Málaga, oferta fin de semana, ofertas fin de semana, oferta hotel, oferta hotel Málaga, oferta hotel playa, reservar hoteles, hoteles europa, reserva hoteles, oferta hoteles
- Anotar en que posición en cada búsqueda aparece nuestro negocio y los competidores

¿En qué consiste la optimización de una página web?

- Mejora de la estructura de navegación, diseño, tecnologías empleadas y contenidos
 - Accesibilidad Web según normativa WAI
 - <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/Accesibilidad>
 - Compatibilidad con navegadores (IE, Mozilla, Opera...)
 - Reducción de los tiempos de descarga de las páginas Web
 - Adaptación de páginas Web a dispositivos móviles
 - Enlaces rotos
 - Composición de tablas
 - Hojas de Estilo
 - Semántica
- Estudia la velocidad de un sitio web
 - <http://www.alertsite.com/tools.shtml>

Optimización de una página web

- Optimización en buscadores:
 - Una correcta definición de palabras clave y su concordancia con lo que aparece en el website, los contenidos, y cómo dichos contenidos están estructurados, organizados y diseñados técnicamente
 - Si su website no está construido y preparado para que los buscadores puedan recorrerlo fácilmente e incluirlo en sus bases de datos, fracasará en sus intentos de obtener visibilidad en los mismos y optimización en su ranking.
 - Se recomiendan las modificaciones y adaptaciones oportunas según las exigencias de los algoritmos de indexación de los distintos buscadores, con el objetivo de obtener y mantener las mejores posiciones.
-

Ejemplo Anexos: Datos por empresa

Logotipo

http://www.?????????.???

Ratio de
disposición

65,0%

Ratio de
compatibilidad

90,0%

Ratio
visibilidad

35,2%

Disposición del website

Etiqueta Title	✓
Etiqueta palabras clave	✓
Etiqueta Descripción	✓
Importancia texto	X
Etiquetas Alt Imágenes	✓
Enlaces de texto	✓
Presencia de palabras clave	✓
Etiqueta Robots	X
Personalización de etiquetas	✓
Desarrollo Flash	X
Title corporativo	✓

Compatibilidad

Diseño "marcos"	X
Contenidos dinámicos	X
Tecnología de desarrollo	HTM
Redirección	X
Google PR	7
Links Externos	MEDIO
Páginas indexadas	ALTO

Visibilidad por buscador

Yahoo.es	8,24%
Terra.es	3,53%
Altavista.es	6,40%
Ya.com	0,67%
Lycos.es	1,78%
Eresmas.com	0,79%
Google.com	9,74%
MSN.es	2,43%
Ozu.es	0,44%
Hispanavista.es	0,44%

✓ Sí existe
X No existe

ILUSTRATIVO

Si no queremos que nos

indexen

- Utiliza marcos ("frames")
- Usa exclusivamente Flash
- Contenidos dinámicos
- Empleo erróneo de "robots.txt" y/o Etiqueta "No-Index"
 - un fichero en la raíz de su website denominado "robots.txt" con el contenido
 - User-agent: * disallow /
 - etiqueta "Meta" del tipo:
 - `<meta name="ROBOTS" content="NOINDEX, NOFOLLOW">`
 - <http://www.robotstxt.org/>
- Títulos y descripciones idénticas para todas las páginas
- Javascript
- Applets de Java
- Páginas sin texto "visible"
- Palabras claves y enlaces "invisibles"
- Granjas de enlaces

Etiquetas Meta

- Se incorporan dentro de la cabecera de las páginas
 - proporcionan información resumida de las mismas.
- Objetivos
 - facilitar a los buscadores su trabajo de recorrido e indexación de páginas
- Tres son las etiquetas "Meta" más importantes desde el punto de vista del posicionamiento en buscadores:
 - etiqueta "title",
 - etiqueta "Meta Description" y
 - etiqueta "Meta Keywords"
 - Etiqueta "Alt"
- Se pueden usar Generadores automáticos de metatags (se pueden buscar en google)

- Es mostrada por el navegador en la parte superior
- Será obligatorio, para obtener buenas posiciones en buscadores, que sus palabras clave figuren en esta etiqueta
- El formato de esta etiqueta es el siguiente:
 - `<title>Su título aquí</title>`
- Lo más recomendable es desarrollar estas etiquetas personalizadas para cada una de las páginas del website, describiendo en 5-7 palabras su contenido incluyendo en dicha descripción palabras y términos relacionados con la página concreta. (no nombre de la compañía)

- Deberá recoger una breve descripción del contenido de la página web utilizando en todo momento palabras y términos relacionados con los contenidos de dicha página
 - El formato de esta etiqueta es el siguiente:
 - ❑ `<meta name="description" content="su descripción aquí" />`
 - ❑ Menos de 250 palabras
-

Etiqueta "Meta keywords"

- Su importancia ha descendido
- El formato de esta etiqueta es el siguiente:
 - ❑ `<meta name="keywords" content="palabra clave 1, palabra clave 2,...,palabra clave n" />`
- Deberán diseñarse etiquetas personalizadas para cada una de las páginas de nuestro website.
- No incluir más de 10-12 palabras clave
- **Etiqueta ALT:**
 - ❑ La etiqueta ALT está presente dentro de las etiquetas de imágenes, de la forma:
 - ❑ ``

- La utilización de palabras clave en un enlace
 - El enlace “Turismo aventura en jerez” es mucho más eficaz que el empleo de la dirección "http://www.viajesplin.com", ya que no incluye ni una sola palabra clave.
 - Ofrece más información a los usuarios sobre el destino del enlace
 - y puede ser leído por los navegadores diseñados para personas invidentes
-

Analizadores de densidad de palabras claves

- Densidad de palabras
 - Número de veces que aparece nuestra palabra clave en el texto de nuestra página
 - Entre un 3 % y un 8 %
- Herramientas
 - <http://www.keyworddensity.com/>
 - <http://www.ranks.nl/tools/spider.html>
 - <http://tools.seobook.com/> Muchas herramientas (*****)

¿En qué consiste el proceso de alta en buscadores?

- Identificación de buscadores y directorios y envío de una página web a los mismos para su evaluación e incorporación a la base de datos de dichos recursos
 - El proceso de dar de alta en buscadores debería ser lento y **manual**, seleccionando con cuidado qué buscadores y directorios son adecuados y asegurando de una inclusión correcta con la descripción adecuada.
 - Evitar las ofertas de altas en miles de buscadores en un solo “clic”. Solo generará “spam”
- Sólo cuando su página se encuentre correctamente indexada, nuestro público objetivo podrá encontrarla mediante la búsqueda en directorios y buscadores.

Google

- Dar de alta en google
 - <http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>
- Herramientas para webmasters de google
 - <https://www.google.com/support/webmasters/?hl=es>
 - [https://
www.google.com/webmasters/tools/docs/es/about.htm](https://www.google.com/webmasters/tools/docs/es/about.htm)
 - <https://www.google.com/accounts/ServiceLoginAuth>
(entrar con login de google)
- Google SiteMap
 - Google ofrece la posibilidad de incorporar un mapa de navegación de su website en formato XML mejorando la indexación de muchos sitios web

Más altas

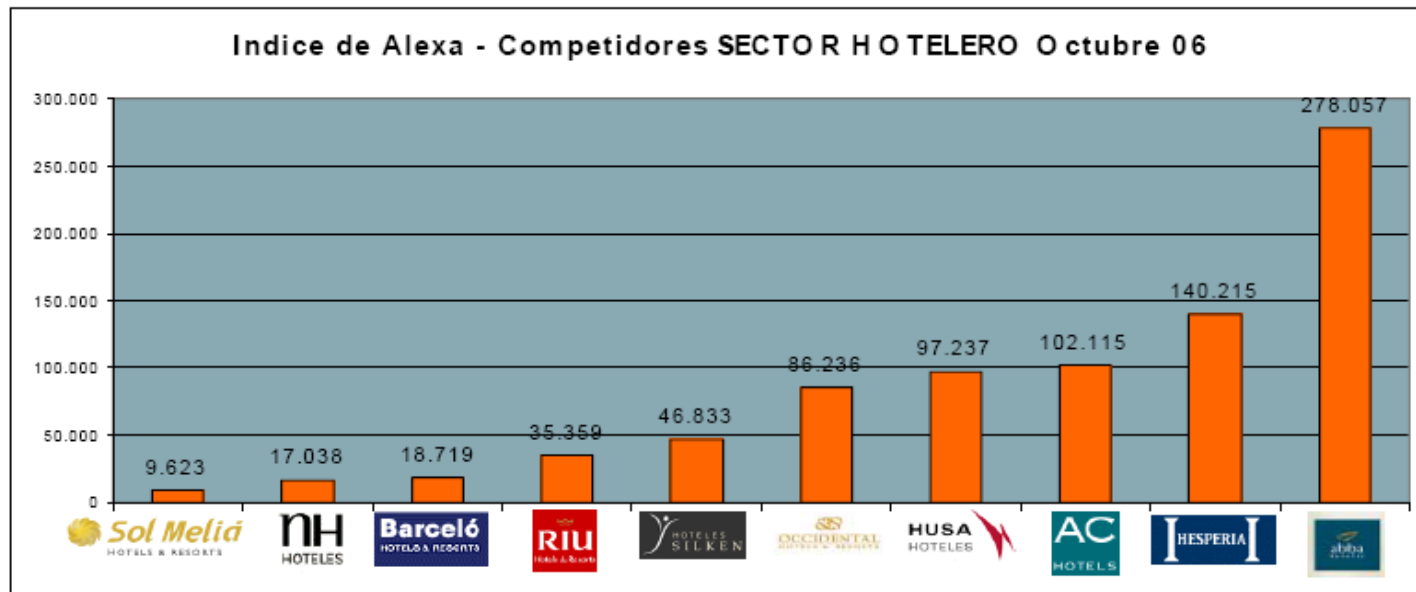
- ¿Cómo puedo saber si una página está dada de alta en Google?
 - Para saber si tu página web ha sido dada de alta en Google, realiza la siguiente búsqueda:
 - `site:www.direccion-web.com`
 - Alta en MSN
 - <http://search.msn.com/docs/submit.aspx>
 - Sitio con direcciones de directorios para darse de alta
 - <http://www.seoconsultants.com/directories/>
-

Dar alta en directorios

- 1) Seleccionar la categoría del directorio adecuada para nuestra página web
 - 2) Redactar la descripción aproximadamente de 25 palabras
 - 3) Darse de alta en directorios
-

Ejemplo

- A partir de los datos anteriores se construye la matriz de fortaleza y visibilidad de cada empresa en buscadores con el fin de descubrir aquellas mejor posicionadas y los motivos de dicho posicionamiento.
- los usuarios esperan encontrar en los primeros resultados del buscador a las empresas líderes del producto o servicio que buscan



Marketing en buscadores y directorios

Enlaces patrocinados en buscadores y comparadores de precios



Directorios locales



Directorios sectoriales



Yahoo

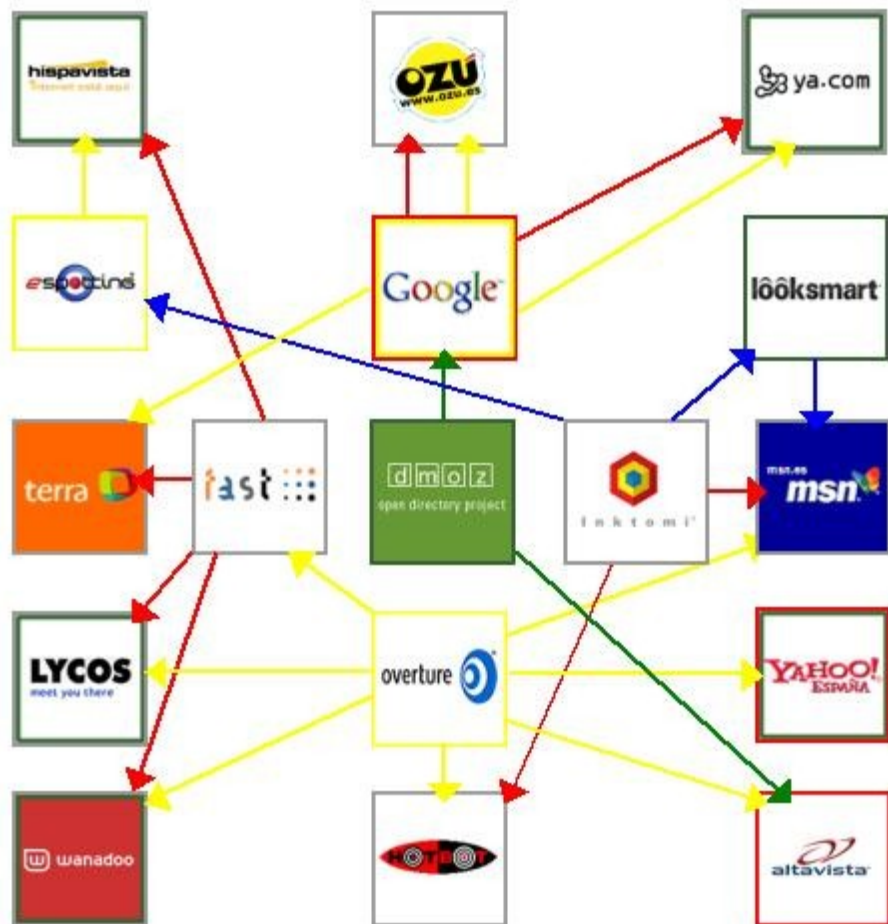
- Sumisión gratuita
- Sumisión de pago
 - 299 dólares año
 - garantizan que tu Web será revisada en por un editor en 7 días
 - no te garantizan su inclusión
- Enlaces Yahoo
 - <http://es.docs.yahoo.com/info/sugerir.html>
 - https://login.yahoo.com/config/login_verify2?.src=siteex&.intl=us&.done=http%3A%2F%2Fsiteexplorer.search.yahoo.com%2F

Directorio DMOZ

- Es de vital importancia escoger la categoría que mejor se adecua a tu pagina
 - Una buena descripción que contenga tus palabras clave
 - Directorio DMOZ
 - <http://dmoz.org/World/Espa%C3%B1ol/add.html>
 - <http://dmoz.org/add.html>
-

Altas directorios

- TOP de directorios (mira si tu URL está indexada)
 - Directorios superiores del Web - clasificados por ILQ (calidad de entrada del acoplamiento)
 - <http://www.seocompany.ca/directory/top-web-direc>



- Resultados primarios
- Resultados secundarios
- Resultados de directorio
- Resultados de pago

Como se relacionan los buscadores

Enlaces de alta a buscadores españoles

- Google España
 - Yahoo España
 - MSN España
 - Hispavista
 - Amfibi
 - Mirago España
 - Biwe
-

Marketing en buscadores (SEM)

Search Engine Marketing, SEM

- Como acciones de SEM podemos incluir además de las campañas de enlaces patrocinados de pago por clic, la publicidad contextual en sitios WEB.
 - SEM, se puede resumir en pagar por aparecer. Pagamos publicidad, conseguimos tráfico y mejoramos nuestro posicionamiento.
- Las acciones a realizar son:
 - Enlaces patrocinados.
 - Campaña de popularidad:
 - Incremento del volumen de páginas WEB externas que enlazan a nuestro sitio WEB.
 - Campañas de SMO (“Social Media Optimization”).
 - Informes de resultados:
 - Conocer en cada momento la marcha de nuestra compañía de posicionamiento.

Enlaces patrocinados en buscadores

Principal | Hotmail | Spaces | OneCare Opciones | Iniciar sesión

Live Search 🔍

Resultados de Web

1-10 de 2.880.000 · [Avanzada](#)
Consulta también: [Imágenes](#), [Noticias](#), [Más](#) ▼

[hotel tenerife](#) - es.solmelia.com
Hotel en Tenerife con vistas al mar. Garantía mejor precio online.

[Alojamiento en Tenerife](#) - desde 22€ - www.hotelopia.es
Hoteles en Tenerife a bajos precios.

[60 Hoteles en la Isla de Tenerife](#) - Booking.com/la-isla-de-tenerife
Hoteles con ofertas especiales. Sin comisiones por reserva.

Resultados de Web

Oferta [hoteles Tenerife](#)
Hoteles en oferta en Tenerife.
Tasas y desayuno incl. Reserva ya.
[www.eBookers.es/hoteles](#)

[Precios especiales en hoteles en Puerto de la Cruz](#)
¿buscas alojamiento para tu viaje?
Encuéntralo en eDreams.
[www.edreams.es](#)

[Hoteles en Tenerife, 30% descuento](#)
Reserva el Verano, niños gratis. 287
Hoteles con ofertas especiales.
[www.logitravel.com](#)

[Reserva tu Hoteles en Tenerife con MundiEspana.com](#)
La mayor selección de Hoteles en Tenerife al mejor Precio.
[www.mundiespana.com](#)

[hoteles en tenerife en Descubre tu mundo](#)
Viajar nunca fue tan fácil. Descúbrelo en Descubretumundo.com.
[www.descubretumundo.com](#)

[Ver aquí tu mensaje...](#)

Hoteles en Tenerife

Hoteles en Tenerife ESPAÑA - Bienvenido a Hotelopia: Un portal internacional de reservas de hotel que ofrece servicio de alojamiento en todo el mundo.
[hoteles.hotelopia.es/espana/tenerife](#) · [Página guardada en caché](#)

[Hoteles en Tenerife - Tu Hotel en Tenerife - HOTELIUS.COM](#)
Tenerife HOTELES: HOTELES baratos en Tenerife (TENERIFE) hasta un 25% más barato! HOTELIUS. Buenos Hoteles en Tenerife. ... para un fin de semana en Tenerife, una escapada, un ...
[tenerife.hoteles.hotelius.com](#) · [Página guardada en caché](#)

[Tenerife](#)
TENERIFE Hoteles en Tenerife, apartamentos en tenerife, Hoteles baratos en tenerife, los mejores precios en hoteles en tenerife, Hoteles de Lujo Tenerife, Apartments in Tenerife ...
[www.tenerife.net](#) · [Página guardada en caché](#)

[HOTELES en TENERIFE - Hoteles - TENERIFE- MUCHOVIAJE](#)
HOTELES en TENERIFE - Los precios más baratos de Hoteles en TENERIFE: fotos del hotel y habitaciones, completa información, mapas para llegar al hotel. Precios del hoteles en ...
[hoteles.muchoviaje.com/hoteles/hoteles_en_TENERIFE/TENERIFE/ES_HOESTCI_3_4_5.html](#)
· [Página guardada en caché](#)

Sitios patrocinados



Enlaces Patrocinados

Posicionamiento: acciones (II)

- Firmar en los libros de visitas
- Buscar enlaces de otros sitios
- Compartir tus contenidos con otros sitios.
- Incluir MAPA del sitio
- Creación de concursos o patrocinios para provocar las visitas para participar
- Analizar los hábitos de los visitantes, y empezar de nuevo
- <http://www.enriquedans.com/2007/03/ac-hotels-%25>

Marketing en buscadores y directorios

Enlaces patrocinados en buscadores y comparadores de precios



Directorios locales



Directorios sectoriales

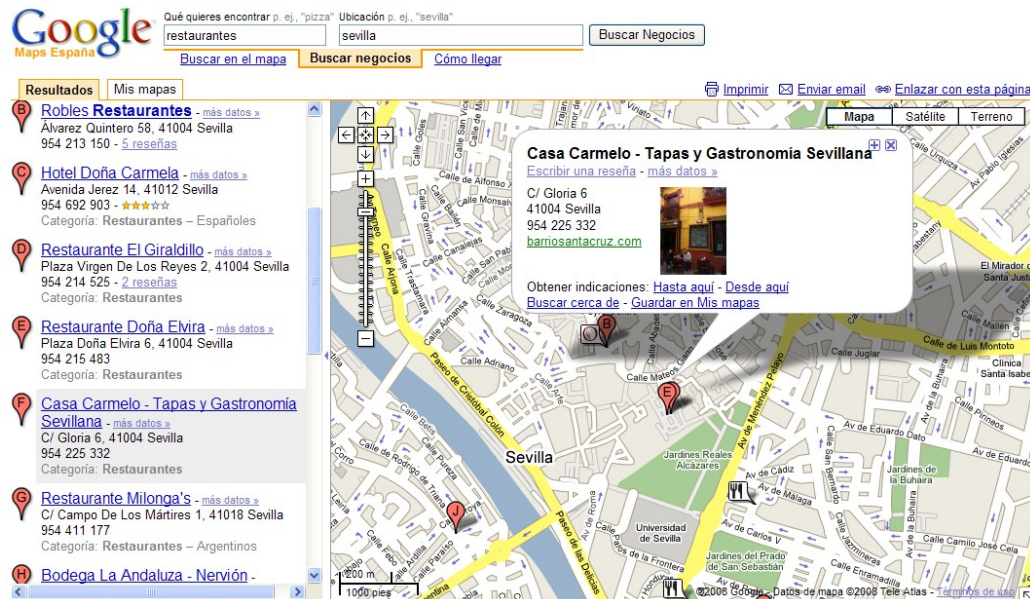


Enlaces patrocinados en

buscadores

- Solo se paga por cada visita recibida: desde 0,01 €/visita y en función de la competencia.
- Resultados inmediatos: en menos de 2 días la campaña está en marcha y se reciben visitas.
- Planificación y Vigilancia:
- Es necesario trabajar las palabras clave compradas, los anuncios dinámicos y el coste por click.
- Puntos clave: presupuesto máximo diario, cpc medio, publicidad contextual, horarios

Directorios locales



- Fuente de información para servicios locales: las guías locales en Internet.
- Posibilidad de contratar posiciones destacadas en los resultados de búsqueda
- Búsqueda local a través de mapas
- Ayuda a mejorar nuestro posicionamiento orgánico en buscadores: enlaces.

Directorios sectoriales

The screenshot shows the homepage of infohostal.com. The header includes the logo, the slogan "¡Viajar es fácil!", a language selector (español / Change language), and a "Hotelero" button. A green navigation bar contains links for Alojamientos, Ofertas, Autobuses, Vuelos, Coches de alquiler, Identificate, ¿Nuevo usuario?, and Ayuda.

Alojamientos >

Destino o establecimiento:

Fecha de llegada: **N° noches:**

☒ Albergues ☒ Hostales
☒ Apartamentos ☒ Hoteles

Buscar

BOLETÍN DE OFERTAS
Déjanos tu email y te enviaremos nuestras mejores ofertas:
Email:

Destinos más populares

Destino	Ver todos
Barcelona BCN Hostal Central desde 20€ Pensión Iniesta desde 39€ Hostal Lazza desde 45€	
Madrid Hostal Patria desde 33€ Pensión Bueno desde 33€ Hostal Welcome desde 33€	
Santa Cruz de Tenerife Hotel Horizonte desde 45€ Hotel Pelinor desde 56€ Hotel Contemporáneo desde 75€	
Lisboa Residencial Sul Down Town desde 30€ Residencial Castromira desde 33€ Pensão Royal desde 35€	

Málaga
desde 36€

Sevilla
desde 22€

1. Guías de Servicios especializadas por sector
2. Posibilidad de contratar posiciones publicitarias
3. Ayuda a mejorar nuestro posicionamiento orgánico en buscadores.

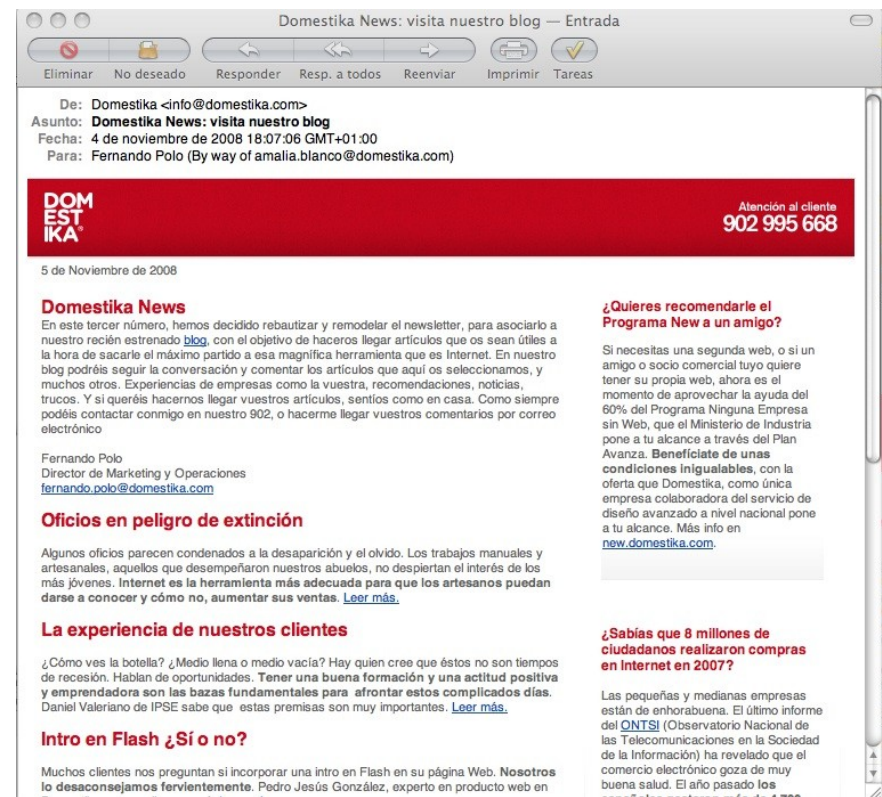
Contratación de publicidad en Internet

- Las Redes de afiliación:
 - Las “Redes de Afiliados” son plataformas “on-line” donde se ponen en contacto anunciantes que quieren publicitar su marca, productos y servicios, con páginas WEB que quieren incluir publicidad en su sitio WEB y así obtener ingresos.
 - Ejemplos son Zanox (www.zanox.com/es) y Netfilia (www.netfilia.com).
- Los servicios publicitarios de Google son:
 - Google Adwords, contratamos campañas de publicidad en los distintos servicios de Google (adwords.google.com/select/Login),
 - Google Content Network conjunto de sitios que permiten publicar anuncios de Google,
 - Google Adsense, cobramos por la publicidad que incluimos en nuestros sitios (www.google.com/adsense/login/es), y
 - Doubleclick, adquirida por Google (www.doubleclick.com).
- Las propuestas de publicidad de otros proveedores son:
 - Microsoft Adcenter (adcenter.microsoft.com/Default.aspx),
 - Yahoo Search Marketing (searchmarketing.yahoo.com/es_ES), y
 - MIVA (www.miva.com/es).

Email marketing

Email Marketing

- El mayor presupuesto en marketing online después del SEM
 - Fidelización de clientes
0. Acceso a nuevos mercados



¿Más?

- Publicidad mediante banners y coste por impresión (CPM)
- Banners y microsites y coste por adquisición (CPA)
- Marketing 2.0: blogs, redes sociales, ...

<http://blog.domestika.com>



DOMESTIKA

INICIO NOSOTROS DISEÑO WEB MARKETING ONLINE VIDEO CLIENTES CONTACTO BLOG

« Domestika.org en la Conferencia Rails 2008 Diez verdades sobre el marketing en buscadores (I) »

Una web corporativa, ¿nace o se hace?

Publicado 18 Noviembre, 2008 Diseño web , Internet y empresa , Posicionamiento web , Publicidad online , Página web corporativa

Tags: Diseño web, página web, publicidad en buscadores, sem, seo, sitio web, web, web corporativa

Fernando Polo
Director de Marketing, Domestika

Hoy por hoy, Internet es el canal de comunicación por excelencia para una parte muy importante de la población (22 millones de internautas en España, según Red.es). Un 73% de esos usuarios, acuden a los diferentes servicios de búsqueda y a los directorios online, para encontrar información de forma sencilla, sobre productos y servicios, igual que antes se usaban las páginas amarillas. Tener una página web hoy es una forma útil de dar a conocer nuestro negocio, que junto con las diferentes formas de publicidad online, amplifican nuestra comunicación y convierten a la Red en un buen canal de ventas para nuestra empresa, sea ésta grande o pequeña.

La carta de presentación de todas las empresas que están en Internet es, sin duda, su página web. Una correcta estructura, un diseño funcional y atractivo y unas mínimas acciones de difusión son requisitos indispensables para encaminar nuestra estrategia de negocio en Internet hacia el éxito.

Algunos factores de éxito, a la hora de crear nuestra página web

1.- **Préstale la importancia que merece**, (no la abandones, ella no lo haría)
Uno de los principales motivos del fracaso de las páginas web desarrolladas por y para la pequeña y mediana empresa, es que no se les presta la atención debida. Seamos francos, muchos empresarios en España desconocen el mundo de Internet y les produce inseguridad y cierta frustración. Y quizá tienen una página web sólo porque la competencia la tiene, y no porque estén convencidos de su utilidad.
Internet es el recurso de comunicación y marketing más efectivo en términos de coste y resultado, y por ello, requiere que invirtamos el esfuerzo necesario. *Una web es como un empleado más*, al que tenemos que dedicar atención y cariño, y que tiene que entregarnos a cambio resultados.

2.- **Emplea por el principio: ¿cuál es el objetivo de tu página?**
Antes de comenzar a diseñar o rediseñar una página web, debemos fijar con precisión el objetivo de la misma. No es lo mismo una web para reforzar la imagen corporativa que será más informativa, que una que busca vender

buscar Ir a

Suscríbete a nuestro RSS

RSS del blog

Entradas recientes

La gente prefiere a Paris Hilton

[Da a conocer tu web, sin que te cueste un duro](#)

Canal de Comunicación: De la conversión a la fidelización

Un pronóstico diferente para el 2009

La pequeña empresa no compra publicidad en buscadores para promocionar su web

Posts Más Vistos

Una web corporativa, ¿nace o se hace?

Domestika estuvo en EBE08

La gente prefiere a Paris Hilton

Eligiendo nuestro dominio (y II)

Intro en Flash: sí o no

Claves de la promoción online

La página de inicio de tu web: tu mayor escaparate

Da a conocer tu web, sin que te cueste un duro

Tecnogatos: al rico granizado

Un pronóstico diferente para el 2009

Comentarios recientes

Domestika en La gente prefiere a Paris Hilton

Algunos ejemplos

Vendiendo más, cuando es necesario

Situación Inicial

Tienda de disfraces física de Valladolid, publica su página web en Enero de 2008.

Se le ofrecieron los bonos de Google y Yahoo! y nos solicitó ayuda para realizar la campaña en buscadores (selección de palabras, anuncios, horarios, CPC medio)



El resultado

Haciendo uso de los 100€ en buscadores consiguió generar 47 ventas de disfraces en las semanas previas al Carnaval de 2008.

En Halloween ha invertido 125 euros, y le han reportado 3 ventas diarias durante 3 semanas (venta media 30 euros).

Internet cambia el modelo de negocio



Situación Inicial

Vendía envases de vidrio a Mayoristas y su inversión en publicidad se reducía a apariciones en ferias del sector.

Tras probar con los bonos de Google y Yahoo!

Se ha lanzado la venta minorista debido a la cantidad de llamadas que le llegaban de gente que lo había visto en Internet.

Quiere abrirse al mercado portugués lanzando una campana en buscadores en sapo.pt, el portal líder en el país vecino.

Posicionamiento en internet

■ Empresas

- <http://www.seolucion.com/>
- <http://www.adesis.com/>

■ Palabras claves

- <http://www.hurra.com/es/soluciones/sem/>

■ Datos de accesos

- <http://www.webstats4u.com/>

■ Federacion internacional

- <http://www.ifabc.org/index.asp>

■ Información sobre google

- <http://google.dirson.com/>
- <http://google.dirson.com/posicionamiento.net/>

Enlaces

- Curso posicionamiento

- <http://www.1-en-buscadores.com/guia-posicionami>
 - <http://www.guiabuscadore.com/posicionamiento/>

- Posicionamiento

- <http://www.webposition.com/>
 - <http://www.xeoweb.com/foro/>
 - <http://www.forobuscadores.com/foros/>
 - <http://www.infospider.com/>
-

Enlaces

- Buscador europeo
 - <http://www.exalead.es/search>
 - Marcador social
 - www.furl.net
 - Lista de buscadores españoles
 - <http://www.1-en-buscadores.com/buscadores-1.html>
 - Curso de usabilidad
 - <http://www.desarrolloweb.com/manuales/5/>
 - <http://www.useit.com/>
-

Más enlaces

- Simulador de spider

- <http://www.webconfs.com/>

- Recursos

- <http://www.localizarte.com/recursos.html>

- <http://www.nosolousabilidad.com/>

- <http://directorio.forobuscadores.com/>

- Marketing one-to-one

- http://www.bassatogilvy.es/one/index_01_present.