



ON OFF LINE
comunicación & publicidad

AGENCIA DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

03 - Analítica Web-SEO

www.onofflinecomunicacion.com – info@onofflinecomunicacion.com



629 18 14 78

ANALÍTICA WEB - SEO

¿Por qué no tiene mi página web un buen posicionamiento en buscadores?
¿**Qué factores está penalizando Google?** ¿Y cómo puedo mejorarlos?
¿Cuántas visitas tengo diariamente? ¿De dónde provienen?

En On Off Line Comunicación no nos dejamos llevar por la intuición. **Medimos y analizamos todos los parámetros para tomar las mejores decisiones.**



Realizar un completo análisis SEO de un sitio web es complejo, requiere tiempo y conocimientos específicos y abarca múltiples aspectos tanto on-page (internos del sitio web) como off-page (externos a la página). **No existe una fórmula mágica** para mejorar el posicionamiento en buscadores (el santo grial de toda web), ni tampoco una herramienta que solucione automáticamente los puntos débiles.

La optimización SEO no se consigue a golpe de clic, sin más. Pero sí existen algunas herramientas que permite realizar un diagnóstico rápido de la web e **identificar algunos puntos básicos** con los que empezar a trabajar.



ANALÍTICA WEB - SEO

¿Qué es analítica y métrica? Es el análisis de los datos que reporta tu web. Número de visitas, desde donde, cuándo, perfil de cliente, interés, página de entrada a la web, página de salida de la web y por qué.

¿Cómo lo hacemos? Analizamos el tráfico de tu web y proponemos medidas concretas para potenciar las páginas que tienen **mejores conversiones**. Personalizamos tus perfiles de **Google Analytics**, creamos filtros, objetivos y funciones avanzadas a la carta.

¿Porqué contratarlo? Realizamos **informes exhaustivos** de los indicadores más relevantes para obtener las mejores respuestas de tus usuarios. Te ayudará a mejorar tus resultados.



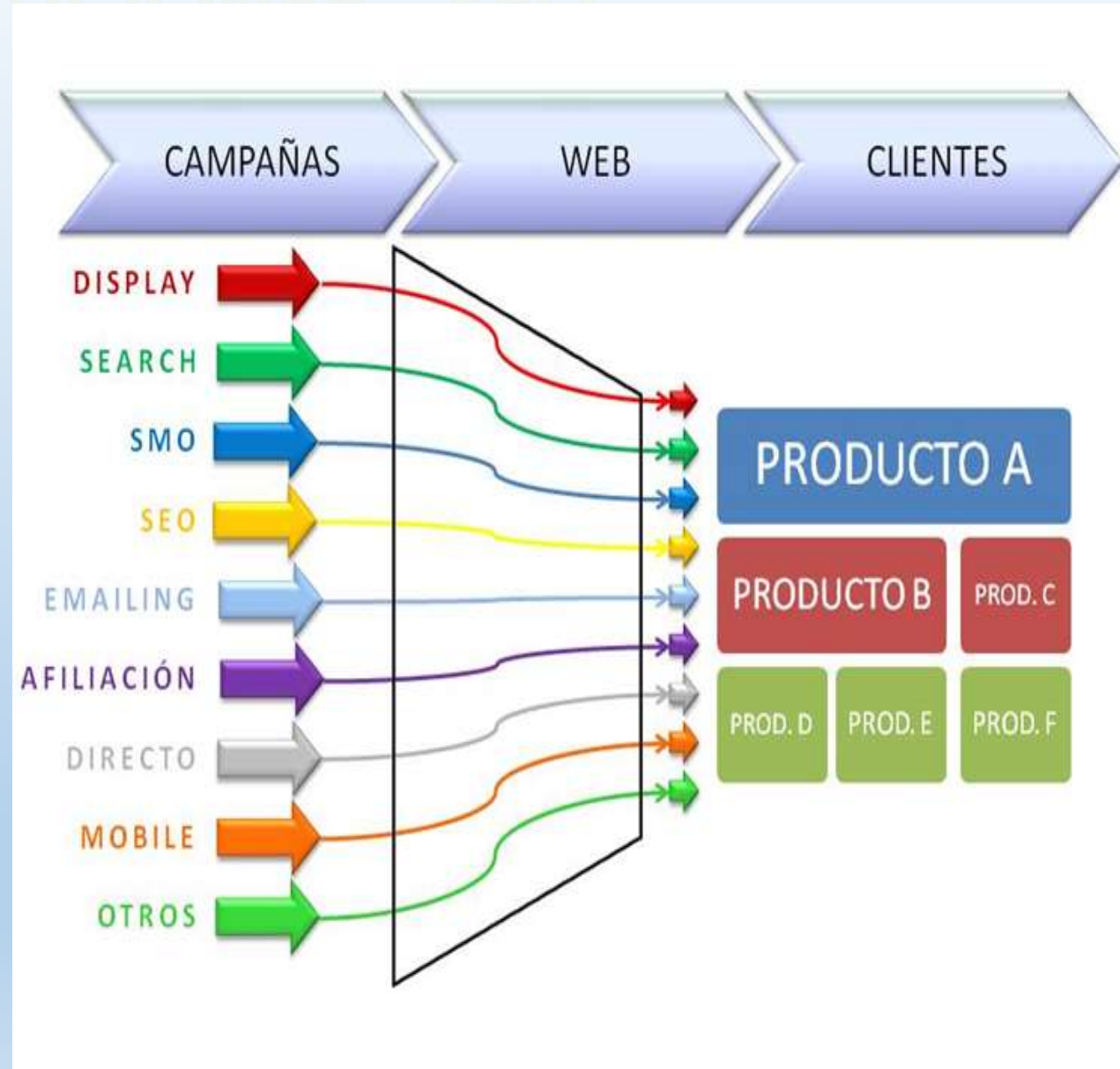
ANALÍTICA WEB - SEO

La importancia de la Home Page

Las entradas y salidas esporádicas de usuarios a una web se llaman en Internet **Tasa de Rebote**.

La tasa de rebote es medible en internet y permiten detectar que modificaciones tenemos que realizar en las acciones de marketing que tenemos definidas.

Una **Tasa de Rebote** elevada implica que nuestra estrategia no funciona.



ANALÍTICA WEB - SEO

Una **arquitectura web**, **semántica web**, **copywriting**, **usabilidad** y **diseño web** adecuados, permitirá obtener mayores ratios de conversión.

Lo que debemos de evitar es generar rechazo o provocar una tasa de rebote alta, o que se vayan en busca de otras webs más atractivas o adaptadas a sus necesidades.

Para ello, hay que analizar los resultados que se van obteniendo. NO podemos hacer una web y esperar a ver si tenemos suerte. Debemos de conocer la mentalidad de los usuarios y la forma de uso de internet. Crear webs e indexarlas en los buscadores de forma que un usuario encuentre lo que está buscando.

No nos podemos permitir el lujo de que un usuario visite nuestra web, que al fin y al cabo es lo que pretendemos, y que se convierta en un usuario “frustrado”, que no le guste lo que ve, y que no vuelva a entrar.

Es necesario dirigir las visitas a la parte de la **web** sobre lo que buscan (**Landing Pages** o **Páginas de Destino**). Para ello cada **sección web** debe de estar **bien optimizada** acorde a un único objetivo. Cuando un cliente busca algún producto, nuestra web le dirigirá ahí, donde encuentren el producto que están buscando y no a un sin fin de pasos innecesarios.

Como conclusión, la **Analítica Web** es necesaria para el posicionamiento natural como para la contratación de enlaces patrocinados si queremos conseguir mejorar nuestra web, los títulos de los resultados, la efectividad de los anuncios en las campañas SEM, los datos de conversión, el volumen de visitas y tiempos de estancia en la web.



ANALÍTICA WEB - SEO

10 Indicadores Clave (KPI) para analizar el rendimiento de su sitio web

1. Vistas/visitas. Uno de los indicadores más simples para medir el rendimiento y la calidad de nuestro contenido es analizar la cantidad de vistas que recibimos.

2. Comments / Feedback. Los comentarios de nuestros seguidores son un indicador del éxito de respuesta que genera nuestro contenido. Ofrecen una perspectiva de lo que más interesa entre tus seguidores y cuáles son las inquietudes que tienen.

3. Clicks / Downloads. Si tu empresa produce o crea material de descarga (Ej.: catálogos virtuales..), necesitaras rastrear los clicks y las descargas que se realicen en tu pagina.

Es fácil insertar una codificación para el rastreo de clicks, tanto en los enlaces de libros digitales como Libros Blancos que publiques.

4. Tiempo de las visitas. La cantidad de tiempo que un usuario invierte visitando tu contenido, representa un claro indicador de su calidad.

5. Suscripciones / registro. Las suscripciones a nuestra página (Newsletters, RSS etc..) son un indicador claro del interés que despierta nuestra compañía. Indica que los usuarios consideran que el contenido presentado es valioso hasta el punto que desean recibirlo regularmente.

RECUERDA

Antes de seleccionar una métrica de medición concreta, debes establecer cuál es el objetivo que deseas alcanzar para cada uno de los contenidos.



ANALÍTICA WEB - SEO

10 Indicadores Clave (KPI) para analizar el rendimiento de su sitio web

6. Shares. Si el contenido que ofreces genera un impacto potente entre los miembros de tu comunidad, conseguirás que los individuos lo compartan con sus colegas, equipos y redes (efecto viral).

7. Inbound / Outbound Links (recomendaciones). Los enlaces entrantes son un indicador directo de que las personas leen y analizan tu contenido y además lo publican en sus propios medios.

8. Visitas únicas y visitas totales. Analizar las visitas únicas y las visitas totales (varias visitas de un mismo usuario) a tu web, blog, grupo de Facebook, etc.

9. Claridad en su mensaje. Si el contenido de tus mensajes aporta utilidad, la gente hablará de ellos con claridad y consistencia. Para rastrear estos comentarios, necesitas prestar atención a lo que dicen los usuarios sobre tu marca en Internet. Esta es más una métrica cualitativa que debe seguirse de forma periódica.

10. Conversiones. Las conversiones, constituyen una métrica de venta muy potente, también muestran la efectividad de las acciones de comunicación.





ESTRATEGIA
+
INNOVACIÓN



COMUNICACIÓN
+
CREATIVIDAD



[Contacta con nosotros](#) y te realizamos un informe gratuito de tu sitio Web

Miramos hacia el futuro desde el presente. Avanzamos de manera ordenada, paso a paso, con las ideas claras, y **un equipo humano con las herramientas precisas.**

www.onofflinecomunicacion.com – info@onofflinecomunicacion.com

 629 18 14 78