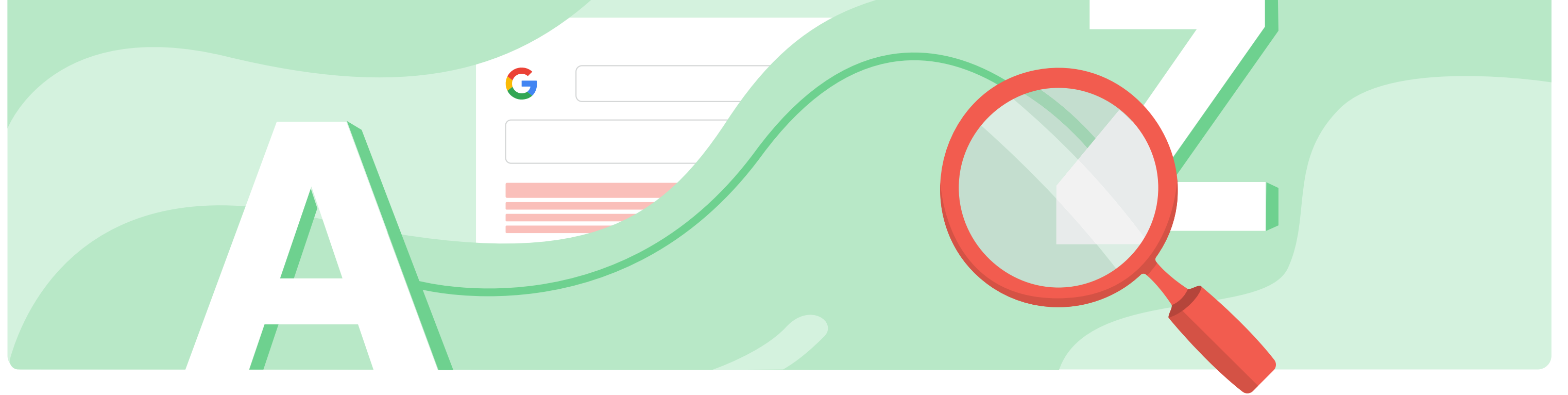




Glosario SEO

2020



A

Adblock	Answer the public
Algoritmo	Arquitectura de la información
AMP	Auditoría SEO
Análisis de palabras clave	Autoridad de dominio

**B
C
D
E**

Backlink	CTR
Category page	Data estructurada
Click	Empaque del sitio

**G
H**

Google Ads Display	Google My Business
Google Adwords Search	Google Search Console
Google Analytics	Google Trends
Google Keyword Planner	H1

**I
K**

Impresiones	Intención de usuario
Inbound Marketing	Keyword research
Indexación	Keyword

**L
M
N
O
P**

Landing page	Navegación
Link	Outbound Marketing
Mantenimiento SEO	Página web
Meta descripción	

**Q
R
S**

Query	SEO
Rastreo del sitio	SEO On Page
Redirección	Sitio web

**T
U
V
Y**

Title tag	URL
Tráfico de búsqueda	Visitas
Ubersuggest	Yoast SEO

A

AdBlock

Aplicación para bloquear anuncios publicitarios en Internet.

Algoritmo

Fórmula que utiliza el buscador para determinar qué posición debe ocupar cada sitio web en la página de resultados (de Google).

AMP

Accelerated Mobile Pages es una tecnología web de código abierto creada y mantenida principalmente por Google. Se trata de un conjunto de herramientas enfocadas en la creación de páginas web optimizadas para cargar rápidamente en dispositivos móviles.

Análisis de palabras clave

Estudio que se realiza para conocer los términos más buscados en un determinado mercado o industria.

El resultado de esta investigación permite reestructurar el contenido de un sitio web para que sea más visible en Google.

Answer the Public

Es una herramienta que nos permite tener insights de nuestra audiencia objetivo instantáneamente.

La idea es conocer qué están preguntando/buscando las personas acerca de un tema de manera rápida y creíble. Esto nos permite

generar ideas de contenidos que en verdad resuelven los problemas que tienen los usuarios en este momento.

Arquitectura de la información

Hace referencia a la forma en la que está organizado un sitio web: ¿Qué contiene su menú principal? ¿Cuáles son sus páginas principales? ¿Cómo está desplegado el contenido?

Auditoría (Análisis) SEO

Evaluación que se realiza para determinar el estatus actual de un sitio web (cuánto tráfico recibe, qué tan rápido carga, cuántas páginas tiene, cuáles son sus secciones con mejor rendimiento) y para conocer cómo se encuentra ese portal en relación con su competencia y las referencias de la industria.

Autoridad de dominio

Es la reputación con la que cuenta tu sitio web en Internet. Esta variable va del 1 (mínimo) al 100 (máximo).

B

Backlink

Es lo que se quiere conseguir en toda estrategia de link building. Consiste en todo aquel enlace que va desde un sitio web cualquiera en Internet hacia tu contenido. También se les llama inbound links.

C

Category page

Es una sección de un sitio web que contiene toda la información sobre un tema, producto o servicio en particular.

Click

Es la acción que toma un usuario para ingresar a una página web. Es decir, es el pinchazo que lleva a las personas desde los resultados de Google a un sitio web determinado.

CTR

Es el porcentaje de clicks que recibes con respecto a la cantidad de veces que una de tus páginas es vista entre los resultados de Google.

En castellano, el CTR es el número con el que se mide si al tráfico de tus páginas le va bien o no.

D

Data estructurada

Información adicional que se le facilita al buscador (Google) para que entienda mejor nuestro contenido.

E

Empaque del sitio

Son los títulos, encabezados y meta descripciones con los que cuenta tu portal.

G

Google Ads Display

Modalidad de publicidad que se implementa para que promociones tu marca en los sitios web que desees a través de banners.

Google Ads Search

Modalidad de publicidad que se utiliza para aparecer en la página de resultados de Google, conocida como SERP (Search Engine Ranking Page).

Google Analytics

Herramienta para medir el rendimiento de un sitio web.

No solo contempla tu desempeño orgánico en los buscadores, sino que toma en cuenta a aquellas personas que han accedido a tu portal a través de un link en una red social o de forma directa (ingresando tu URL en su explorador).

Google My Business

Producto que ofrece a las empresas crear un perfil con imágenes, ubicación, horario, e información de contacto. Tras una consulta en Google, las empresas registradas acá aparecen en un recuadro resaltado en la SERP. Ayuda a generar confianza en los usuarios y consumidores.

Google Search Console

Google Search Console es un pequeño espacio de la sala de máquinas del buscador. Aquí puedes ver el desempeño de tu sitio web.

Esta herramienta es fundamental para medir los esfuerzos SEO porque te permite estudiar cómo la gente te está consiguiendo en Google.

Google Keyword Planner

Herramienta que ofrece el buscador para hacer un *análisis de palabras clave*.

Google Trends

Página en la que puedes comparar dos o más palabras clave para evaluar sus comportamientos en Google a través del tiempo.

H

H1

Es el título interno que tiene cada página de un sitio web. Es decir, es el primer texto que debería leerse una vez las personas han ingresado a ese lugar.

I

Impresiones

Número de veces que ven alguna página de tu sitio web en la página de resultados de Google.

Cada vez que alguien realiza una consulta y tu resultado le aparece en la pantalla, ganas una impresión.

Puede sumarse porque estás de primero en Google para esa búsqueda, o porque el usuario revisó hasta la página de resultados donde te encuentras (sea esta la segunda, la tercera, o la enésima).

Inbound Marketing

También conocida como marketing de atracción, esta corriente de mercadeo se trata de ganar la atención del usuario en vez de comprarla.

No interrumpes al ser humano, sino que lo atraes (con contenido de valor).

Indexación

Consiste en el proceso que utilizan los motores de búsqueda para archivar un contenido en su base de datos.

Aunque un contenido esté subido en tu sitio web y sea visible para usuarios que naveguen ahí, no aparecerá entre los resultados de Google si no está indexado.

Intención del usuario

Hace referencia al deseo que quiere satisfacer una persona cuando hace una búsqueda en Google: ¿qué quiere encontrar? ¿Qué busca resolver?

K

Keyword research

Ver *Análisis de palabras clave*.

Keyword

Palabra o frase con la que tu audiencia está buscando lo que tú ofreces. Es todo aquel término que sea relevante para posicionar a tu empresa en Google.

L

Landing page

Es una página de destino. Es la puerta por la que los usuarios entran a tu sitio web y es, al mismo tiempo, un espacio al que puedes dirigir a tu audiencia para cerrar una venta luego de trabajar en una campaña.

Link

Es un enlace. Un texto que, al darle click, te lleva a otro lugar de tu página, de tu sitio o de Internet.

Que otro portal tenga un enlace hacia tu web es una de las mejores formas de aumentar tu *autoridad de dominio*.

M

Mantenimiento SEO

En esencia, es monitorear y supervisar cómo van los esfuerzos realizados en una campaña de posicionamiento web.

Meta descripción o meta tag

Es la descripción que tienen tus páginas en los resultados de Google.

Aparece debajo del texto azul que, al clickear, lleva a los usuarios a un sitio web.

No es un factor de ranqueo para Google, pero ayuda a las personas a comprender qué información tendrán una vez dentro del resultado.

N

Navegación

Hace referencia a la forma en la que un usuario puede moverse por un sitio web para aterrizar en las páginas que desee.

O

Outbound Marketing

También conocido como marketing de interrupción, esta rama del mercadeo se basa en mensajes que interrumpen lo que está haciendo el usuario en su rutina diaria.

Es publicidad pura y dura.

En pocas palabras, el outbound es ese tipo de marketing que se le atraviesa al ser humano durante su día a día.

P

Página web

Es cada una de las URL que conforman un dominio. Por ejemplo, dentro de Pencil Speech, cada algunas de las páginas son: Inicio, Nosotros, Servicio, Precio, Glosario.

No confundir con sitio web.

Q

Query

Consulta que se hace en Google.

R

Rastreo del sitio

Procedimiento que se realiza para determinar cuántas páginas posee un sitio web y cuánto de ese contenido está indexado en Google.

Redirección

Es el mecanismo mediante el cual un enlace A (caduco) dirige a un enlace B (actual).

S

SEO

Las siglas SEO hacen referencia a Search Engine Optimization, que en español se traduce como optimización para motores de búsqueda.

También conocido como posicionamiento en buscadores, el SEO consiste en crear contenido y mejorar tu sitio web para que sea lo más atractivo posible tanto para Google, como para tu audiencia.

El objetivo es aparecer de primero en la página de resultados cuando algún consumidor esté buscando algo relacionado con lo que tú vendes.

SEO On Page

Consiste en optimizar tu web para que sea más fácil y amigable de leer, tanto para los buscadores, como para los usuarios de Internet.

Con pequeñas modificaciones en la estructura de tu sitio, mejorarás tus posiciones en la página de resultados de Google y atraerás hasta diez veces más tráfico.

Sitio web

Es el conjunto de páginas (URLs) que conforma un dominio.

No confundir con página web.

T

Title tag

Es el título que tienen las diferentes secciones de tu sitio web en la página de resultados de Google.

Tráfico de búsqueda

Sección de toda auditoría SEO que determina desde provienen tus usuarios y qué páginas están obteniendo el mayor número de visitas.

U

Ubersuggest

Aplicación gratuita para hacer un análisis de palabras clave y estudiar otros aspectos de SEO.

URL

Es la dirección con la que los usuarios acceden a una página web.

V

Visitas

Es la cantidad de usuarios que ingresan a una página o sitio web en un período determinado.

Ver también: [Click](#).

Y

Yoast SEO

Uno de los mejores plugins para verificar que tus title tags, meta tags y H1s están siendo utilizados de forma correcta y efectiva.

Academia Pencil 

Aprender es sencillo

Más recursos en

academia.pencilspeech.com/recursos/

Artículo original

pencilspeech.com/contenido-seo-perfecto/