

Siguiente charla

# El SEO 2019 ¿Qué funcionaba antes y qué funciona ahora?

Google cada vez tiene más información y analiza más factores, y en diversa medida, para enviar tráfico a las webs. En esta charla te explicamos cómo enfocar tu SEO en 2019 para que no te quedes atrás.



## Empiezo a las 12:30

**Kico.es**  
Marketing Digital

Siguiente charla

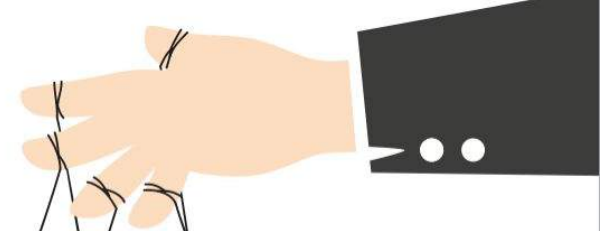
# El SEO 2019 ¿Qué funcionaba antes y qué funciona ahora?

Google cada vez tiene más información y analiza más factores, y en diversa medida, para enviar tráfico a las webs. En esta charla te explicamos cómo enfocar tu SEO en 2019 para que no te quedes atrás.



**Kico.es**  
Marketing Digital

4:53



**Miguel Pascual**

**Web Puppeteer**

**miguel@interdigital.es**

**@kicoes**

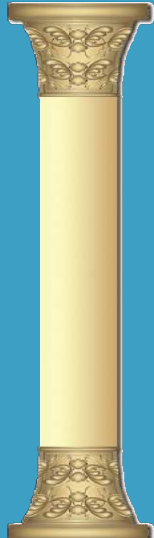


**INTERDIGITAL.es**

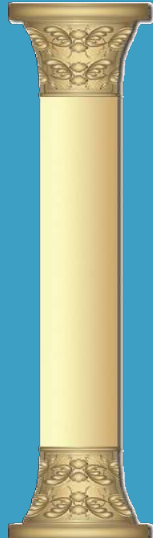
Diseño Web & Marketing Online

# Los pilares del SEO

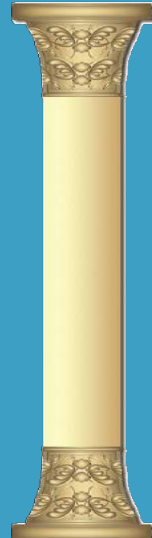
Arquitectura  
Estructura



Contenidos



Popularidad



# Arquitectura Estructura

Google tiene que poder ver y  
recorrer la web completa  
y fácilmente

- Crawling
- Indexing
- Metas WPO
- Mobile



# Contenidos

Los contenidos son para tu usuario pero  
incluyendo señales  
para Google

- Que enamoren
- Fáciles de entender
- Que provoquen acciones



# Popularidad

Si no puedes ser viral, al menos  
que hablen de tu producto  
o servicio en:

- otras webs
- en redes sociales
- en la televisión
- en la comida familiar



OK y para 2019 ¿qué más?

Arquitectura  
Estructura

Contenidos


Popularidad





# mobile

## Audiencia → Dispositivos móviles → Visión general

| Categoría de dispositivo <sup>?</sup> | Adquisición   |  |  | Comportamiento  |   |  | Conversiones <span>Objetivo 1: La Comp</span>   |  |
|---------------------------------------|---|--|--|---|---|--|---|--|
|                                       | Usuarios <sup>?</sup>   | Usuarios nuevos <sup>?</sup>  | Sesiones <sup>?</sup>  | Porcentaje de rebote <sup>?</sup>  | Páginas/sesión <sup>?</sup>  | Duración media de la sesión <sup>?</sup>  | La Campaña (Tasa de conversión del objetivo 1) <sup>?</sup>  | La Campaña (Consecuciones del objetivo 1) <sup>?</sup>  |
|                                       | 823.884<br><small>% del total:<br/>100,00 % (823.884)</small>   | 812.865<br><small>% del total:<br/>100,12 % (811.920)</small>  | 1.035.943<br><small>% del total:<br/>100,00 %<br/>(1.035.943)</small>                                    | 86,18 %<br><small>Media de la<br/>vista: 86,18 %<br/>(0,00 %)</small>   | 1,27<br><small>Media de la vista:<br/>1,27 (0,00 %)</small>   | 00:01:15<br><small>Media de la<br/>vista: 00:01:15<br/>(0,00 %)</small>  | <0,01 %<br><small>Media de la<br/>vista: &lt;0,01 %<br/>(0,00 %)</small>  | 77<br><small>% del total:<br/>100,00 % (77)</small>  |
| mobile                                | 437.636 (52,69 %)   | 428.948 (52,77 %)  | 561.568 (54,21 %)  | 86,57 %   | 1,23  | 00:01:10   | <0,01 %   | 27 (35,06 %)   |
| desktop                               | 365.054 (43,95 %)   | 356.739 (43,89 %)  | 435.273 (42,02 %)  | 56,12 %   | 1,91  | 00:01:49   | 0,01 %  | 44 (57,14 %)   |
| tablet                                | 27.928 (3,36 %)   | 27.178 (3,34 %)  | 39.102 (3,77 %)  | 61,35 %   | 1,47  | 00:01:45   | 0,02 %  | 6 (7,79 %)   |



# Búsqueda de imágenes



Disfraz de Cleopatra para ...  
casadeldisfraz.com



Disfraces baratos para Carn...  
megumifiestas.com



Disfraces baratos para Carnaval 2018 - Meg...  
megumifiestas.com



Comprar Disfraz Online de...  
casadeldisfraz.com



Disfraces - MATY  
maty.es



Tienda de disfraces para carnaval, halloween y ...  
lamagiadeldisfraz.es



Carnavallandia: disfraces en Zaragoza  
carnavallandia.com



DISFRAZ MAMA NOEL INF ...  
fiesta-carnaval.com



Disfraz de Enfermera Adult...  
casadeldisfraz.com



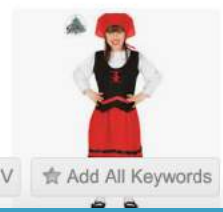
Disfraces para Carnaval 201...  
birlibirloque.es



Comprar disfraz infantil...  
tienda-friki.com



Disfraces baratos para Carnaval 2018 - M...  
megumifiestas.com



# Posicionamiento de vídeos – Youtube

En mercados muy competidos para diferenciar tu producto.  
Necesitas mostrar la parte emocional y el vídeo  
es la mejor forma de llegar a algunas audiencias

Youtube

Títulos y descripciones orientadas

Thumbnail

Visualizaciones

Vídeos cortos

Evergreen



# Ecommerce → Amazon y otros marketplaces

17:30 - Buenas y malas estrategias para vender en Marketplace. Os explico mi experiencia, viendo qué me ha funcionado y qué no, al montar las estrategias y acciones de marketing y publicidad en los Marketplace actuales.

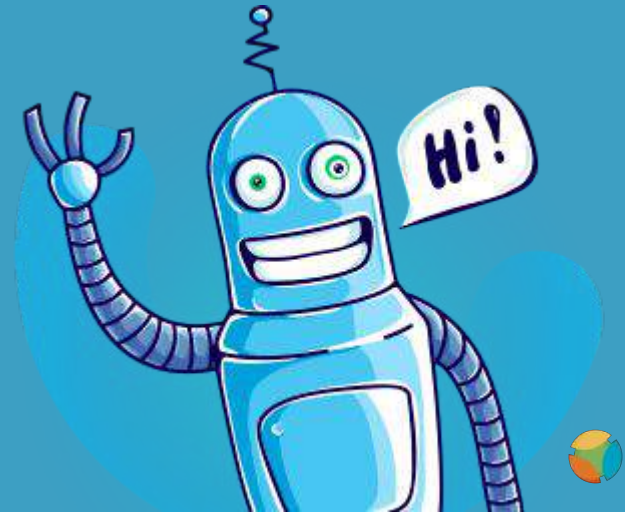
Y si no puedes estar déjanos tus datos y te mandaremos los vídeos de las charlas



# Chat Bots

**Fideliza tus clientes y  
convierte visitas en leads**

- **Fácil para FAQ's**
- **Respuesta las 24hs**
- **Ofrece una mejor experiencia**
- **Multicanal y Multi-idioma**
- **Diálogo Natural**



# Estudia qué hacen tus usuarios en tu web Analítica Web

**Cuantitativa**

**Cualitativa**

**Identificada**

**Descubre:**

→ **Intención de búsqueda**

→ **User Experience**



# Búsquedas por voz

Asistentes virtuales (Siri, Alexa, Google, Cortana...)

Hummingbird – Natural Language Processing

Un solo resultado

App's de integración



# Trabajar la marca cada día es más importante





# ¡gracias ;)

¿Quieres las presentaciones  
y los vídeos de las charlas?

STAND 61 de [INTERDIGITAL.es](http://INTERDIGITAL.es)



**INTERDIGITAL.es**

Diseño Web & Marketing Digital

**INSPIRA.es**

CONSULTORÍA WEB

Siguiente charla

# Oportunidades de la Publicidad Online

Encuentra a tu target y qué estrategia publicitaria es la mejor con Publicidad en Buscadores, Redes Sociales, Influencers, medios,... ¿cuándo es mejor escoger una u otra?  
¿cómo sé si funcionan?



## Empiezo a las 13:30

**Jorge Pascual**  
Publicidad Online

