**CASOS DE ALGUNA MALA PRÁCTICA DE SEO PARA MOSTRAR Y GRAFICAR?!. OBSERVAR** EL EJEMPLO QUE ME ENVIÓ MAURO Y PREGUNTARLE SI QUIERE HABLAR SOBRE CASOS DE **SEO EXTERNOS** O SI ME QUIERE **BRINDAR INFORMACIÓN** DE LOS SUYOS PARA GENERAR CONTENIDO Y EXPLICAR **QUÉ HERRAMIENTAS USAMOS** PARA LEVANTAR EL SITIO, así recalcamos la importancia de google y de paso comentar **que no hay que hacer SEO si no lo sabés ya que tu página puede no llegar a aparecer nunca más en los buscadores de google.**

**“SEO, SEM, PPC, son sólo estrategias donde una genera resultados”.**

**EL TEMA DE ACTUALIZAR POST, ver si alguno debe ser actualizado**: <http://www.consultor-seo.es/seo/4-razones-para-actualizar-los-post-antiguos-de-tu-blog/>

**Hoy quiero hablar de “La reputación de una marca/empresa no sólo recae en buenas práticas ambientales”,** como anteriormente hemos publicado la diferencia entre el White Hat y el Black Hat hicimos mención sobre la reputación de la marca y que para mantenerla no deben realizarse técnicas o prácticas Black Hat porque esto provocaría una incongruencia con el lector sobre lo que es la empresa y lo que hace. Dicho esto, quiero mostrar un ejemplo donde podremos observar con claridad lo que pasa / Dicho esto, quiero presentar los principales puntos que la empresa debe tener en cuenta para que la congruencia entre marca y acción también llegue a la red.

**Especialidades**

SEO, Usabilidad, Posicionamiento web, Social Media, Posicionamiento en buscadores, search engine optimization explicar por qué todo esto es bueno y cómo lo implementamos nosotros.

**Sector:** Internet

Malas prácticas?.

Posibles clientes:

<http://www.sothebysrealtyargentina.com/>

<http://vfound.com.ar/clientes/>

**CERIFICADOS SLL**

Eventos:

<http://www.luismaram.com/conferencias-de-marketing/>

Interés: <http://www.prnoticias.com/index.php/internet-y-redes-sociales/553/20139335>

Cómo crear contenido: <http://blog.analiticamente.es/crea-contenido-mejor-que-tu-competencia/#sthash.k6v1ARr4.XycbqkKT.dpbs>

Relacionamiento: <http://www.seoposicionamiento.com.ar/> (posee libros para leer y aprender más sobre lo que es SEO, intentar sacarle partido a estos).

Competencia: <http://www.abigdoor.com/2010/05/08/wordcamp-argentina-2010-un-exito/>

SACAR IDEAS DE ACÁ CON RESPECTO A GENERAR CONTENIDO EN BLOG: <http://www.abigdoor.com/blog/>

<http://www.abigdoor.com/2011/12/29/2011-y-lo-que-viene/>

<http://www.omlatam.com/seo-optimizacion-en-buscadores-2/>

<http://www.abcomweb.com/seo/diccionario-seo.php>

<http://www.abcomweb.com/seo/que-significa-seo.php>

Extra: <http://www.omlatam.com/seo-optimizacion-en-buscadores-2/>

<http://www.ra-marketing.com/relaciones-publicas-en-internet.aspx>

<http://www.cace.org.ar/comunicados/9839/>

PARA EL BLOG: <http://www.smedia.com/blogs-comerciales.php>

<http://norfipc.com/internet/principales-blogs-internet-sobre-tecnologia-redes-sociales.php>

<http://dksignmt.com/2014/12/26/errores-que-cometimos-en-el-blog-durante-el-2014/>

<http://www.mediabucket.com.ar/blog/como-optimizar-tu-blog-para-seo/>

BLOGS A CONTACTAR: <http://dksignmt.com/>

<http://norfipc.com/internet/principales-blogs-internet-sobre-tecnologia-redes-sociales.php>

Arreglarlo pero sacar ideas con respecto a este fragmento que he escrito, se podría implementar esto con cada cliente que hemos trabajo o aportado algún granito a su desarrollo para “humanizarnos” y de paso que nuestra cara se vaya haciendo más conocido, yo creo que ellos lo publicarán tanto en sus redes como nosotros en la nuestra y va a ser un ida y vuelta de posicionamiento. Podemos buscar la manera de que repercuta emocionalmente en nuestro cliente para ver si alguno se le pianta un lagrimón y lo comparta. CONSTRATAR LOS VALORES TANTO DE HERTZ COMO DE PUNTO ROJO EN EL FRAGMENTO A ESCRIBIR!.

Comentar nuestro trabajo con Hertz explicando que gracias a nosotros les hicimos conocer un mundo digital totalmente nuevo, en donde les surgió la curiosidad y necesidad de crear un departamento propio de SEO o posicionamiento web ya que se sintieron obligados a entender el mundo de la tecnología. Hoy día seguimos aportando, ayudando y capacitando a sus nuevos colaboradores a adentrarse en el universo 2.0 donde cada uno aprende del otro independientemente de su trabajo, es decir, al haber tantas visiones perspectivas, sueños e ideas sirven como influenciadores del trabajo de uno. Al que realmente le apasiona entenderá de lo que escribo, que con tanto orgullo me atrevo a decir: gracias Hertz!.

Preguntar si quieren dejar el blog como está o si se le puede agregar más apartados, así no se encuentra toda la información junta.

PPC – SEO- SEM – ADWORDS- SMO, cómo trabajan, diferencias de cada uno, en qué nos diferencian, por qué deben contratar SEO y no otro servicio. Por qué nos deben elegir y qué atributos y/o aptitudes tenemos. Diferentes perspectivas sobre el SEO, deberé buscar libros, ¿recomendarlos?.

Transmitir por los medios todos los casos de éxitos que hemos generado partiendo de que el SEO es el nuevo mercado que atrae clientes y que genera rédito en una campaña de largo plazo, especificando resultados (RESULTADOS ES LO MÁS IMPORTANTE), gráficos y cuán estuvo agradecido el cliente gracias a nuestro trabajo. CIO – CMO – IDC – relación entre SEO, marketing de contenidos y las redes sociales. Preguntar qué es lo que más les ayudó a la hora de actuar a cada integrante del equipo y en qué vieron más repercusiones según su herramienta o palabra clave a utilizar. “Por qué la inteligencia del buscador importa, por qué es importante tener una buena redacción” Título sacado de una nota original pero darle forma y convertirlo en artículo. Todo con lo que respecta el ROI y su contraparte ( si es que tiene ).

<http://www.apertura.com/target/Que-es-y-como-utilizar-el-marketing-de-contenidos-20150108-0005.html>

**Reglas y penalizaciones de google, como también las herramientas que nos brinda.**

Realizar un **comunicado de prensa** para los distintos medios digitales como gráficos con respecto a la charla en webiner y haciendo una breve presentación de nuestro blog, página, servicio y lo que es Punto Rojo Marketing a nivel internacional como nacional.

Verificar qué días se consumen más los informes con respecto a información de MKT y tecnología. Tema de conversión, usabilidad. Análisis y revisión de Keywords, Google Analytics, blackhat, whitehack, linkbuilding. SMO. COMUNICAR semanalmente los A APresultados que obtenemos de cada cliente con respecto a nuestro accionar y si realizamos alguna maniobra diferente, en cada POST específicar qué herramientas usamos y cómo las cambiamos de manera general, para luego poner un “apartadito” poniendo “para más información sobre el uso de la herramiento asistir a la charla del…”, hacer también un comunicado y un post sobre la charla y si ya pasó la charla, promocionar las clases privadas para empresas o particulares sobre el buen manejo de cada herramiento que va a generar el resultado que nosotros logramos.

Tener en cuenta que nosotros queremos que nos contraten empresas de un “alto” nivel adquisitivo o de reconocimiento y por eso debemos mostrar RESULTADOS en cada post realizado.

¿Ver cómo trabaja un SEO?.

IDEA PRIMORDIAL O PREMISA PARA LA REALIZACIÓN DE UN ARTÍCULOOOO: Diversifica tus fuentes de tráfico: Tal vez hoy Google te ofrece el 70% de tu tráfico, pero **¿qué pasa si la próxima actualización de su algoritmo cambia? ¿Y si tu visibilidad en Google se acaba?** Los boletines de noticias y otros contenidos basados en la suscripción a tu sitio, pueden ayudarte a mantener el tráfico, sin importar lo que hagan los motores de búsqueda. - See more at: <http://impactaredessociales.com/21-consejos-tecnicas-esenciales-para-seo/#sthash.yDYz6a18.dpuf> (Utilizar este título como base de un artículo, cambiarlo un poco para que no sea plagio).

Lo que tiene que ver con **Responsive Design:** <http://dksignmt.com/2013/09/10/como-funciona-responsive-design-web/>

COPIAR ESTO EN UNA HOJA PARA TENER EN CUENTA: <http://dksignmt.com/2014/10/18/herramientas-para-administrar-tus-redes-sociales-infografia/>

BUSCAR INFORMES, ESTADÍSTICAS y a raíz de eso buscar cómo insertar el tema del SEO en un artículo. Utilizar unos puntos que hay en su blog para explicar el por qué de la importancia del SEO, eso va a lograr un incremento de valor del.. ¿blog?.

Vos qué querés, un blog para crear comunidad o un blog para el cliente, es decir un BLOGREPORTE de tus resultados y movimientos?. Dicho esto, se podría ir agregando miniintroducciones sobre los temas que vamos a debatir nosotros en la charla y cómo ayudan estos al trabajo del SEO día a día indicando al final de la nota que si quieren ampliar la información, asistir o mismo consumirlo pueden contactarnos o ver / asistir la charla en.. Mismo también, si no saben obtener buen uso de la herramienta comentar que nosotros sí y que nos contraten, que vean que funcionamos. **Podemos introducir en el blog la charla que realizamos en el 2014 en el 14° workshop internacional para profesionales de internet 2014 en la usina del arte, la boca, buenos aires. Transcribirla, link:** [**https://www.youtube.com/watch?v=xI-JYarMRB0**](https://www.youtube.com/watch?v=xI-JYarMRB0)

Una buena estrategia de SEO ayuda a crear contenidos de valor....

**TREMENDO: si** tu empresa está orientada al servicio, utilice **Quora o Yahoo Answers** (También google helps) para posicionarte como un experto en tu industria y usa Facebook, Twitter y YouTube. <http://impactaredessociales.com/21-consejos-tecnicas-esenciales-para-seo/#sthash.yDYz6a18.dpuf> (Blog hermoso a seguir).

**MARKETING VISUAL :** [**http://www.mdmarketingdigital.com/blog/social-media-marketing-la-importancia-del-contenido-visual-en-las-plataformas-social-media/**](http://www.mdmarketingdigital.com/blog/social-media-marketing-la-importancia-del-contenido-visual-en-las-plataformas-social-media/) **(sacar ideas).**

**AGREGAR “TESTIMONIOS” al blog!!!.**

Buen dato de blog: <http://impactaredessociales.com/> <http://impactaredessociales.com/nuestros-servicios/sem/>

“No hay mejor manera de explicar el fruto de nuestro trabajo y la eficiencia de cada uno de nuestros integrantes que a través de los clientes, por eso, ahora, queremos comentarles el caso de…..” (Tomi).

**“SEO ¿Sabías que los motores de búsqueda utilizan programas automatizados para recoger información de las páginas?”**

Preguntar què acciones quiere comunicar en los medios y què en el blog.

Hacerle entender que todos los artìculos del blog no van a poder repercutirse en todos los medios gràficos ni digitales màs que en los nuestros.

Comunicar el evento que se va a realizar pero antes tener algunos artìculos que contribuyan ( y que ya estèn publicados) con respecto a la temàtica de la charla.

Tutoriales con videos y explicacioness (depaso aprenderlos).

VER SI PODEMOS METERLO EN LAS CHARLAS TED.

<https://showitnow.wordpress.com/2015/02/20/seo/> (Blog, chusmear, lindo).

Googlebot y Analytics.

Buscar entrevistas para Mauro Quietop.

Consejos y tácticas para realizar una campaña SEO: <http://impactaredessociales.com/21-consejos-tecnicas-esenciales-para-seo/> (importante: punto 16 y 17, 18 ver qué carajo es el PHP.

Nuestro servicio de posicionamiento en buscadores (SEO), está diseñado para ofrecerte los mejores resultados en el menor tiempo posible. El método que utilizamos es “100% seguro” (White Hat SEO), garantizándote no ser penalizado\* por Google, ya que es un proceso que requiere la dedicación de personal especializado, además de un monitoreo constante, para que un sitio web no abandone las “primeras posiciones” y esté siempre por encima de la competencia. <http://impactaredessociales.com/nuestros-servicios/seo/>

TOS (Terms of Service)

Fuentes de estadísticas:

-COMPETE (Kantar Media Company)

-North American Tevnographics

-Custora

Aloha don! Acá van los temas como los pautamos con la gente de **DonWeb** para las 2 charlas:

Parte 1:

Principales factores SEO para posicionarte en Google. Cuales son y como llevarlos a cabo

- Factores onsite

- Factores offsite

- Factores sociales

- Herramientas

Parte 2:

SEO avanzado. Pasos de una estrategia SEO avanzada.

- Research

- Optimizaciones onsite

- Estrategias de linkbait. Ejemplos

- Análisis de métricas y casos en particular

INTENTAR QUE LLEGUE A LOS MEDIOS GRÁFICOS Y DIGITALES.

<http://marketingaholic.com/la-relacion-entre-seo-y-sem/1810/>

<http://marketingaholic.com/marketing/community-management/>

SERPS, CMS, magneto, prestashop (Bootstrap es mejor que estas dos), Certificado SSL.

EMD (Exact Match Domain o dominio de palabra clave exacta)

Ejemplo exacto de cómo trabaja un SEO con sus clientes y los resultados que brinda: <http://studiowebargentina.com/experimento-seo-posicionando-una-keyword-en-primera-pagina/>

* [Pablo](http://studiowebargentina.com/experimento-seo-posicionando-una-keyword-en-primera-pagina/) en Hola ! me parece super interesante el artículo, pero me gustaría comentarte que al reves, creo que es mejor comenzar con una campaña SEM ya que el cliente necesita clientes ahora ! el proceso SEO aunque al largo plazo es mucho más rentable, es a la vez muchisimo más lento, por eso comenzar con adwords por ejemplo es una buena acción desde el principio saludos desde Chile

<http://studiowebargentina.com/errores-comunes-en-tu-estrategia-seo/>

Ver qué es el KPI .

CTR, CPC y CPM

Google vs Bing.

Google shoping – google merchant.

Táctica SEO en para wordpreess (más adelante): <http://luismvillanueva.com/seo/wordpress-seo.html>

#### —Dicen de ti que no dejas a nadie indiferente en tus conferencias. ¿Con qué conmueves a las audiencias? ¿Qué es lo más importante que tienes para decir?

**Lo más importante es exponer casos reales, con sus números, sus estadísticas y sus analíticas. Propongo unas técnicas a seguir y cuando acabo de explicar esas técnicas, finalizo con ejemplos que he realizado de éxito siguiendo estas técnicas. Esto hace que el oyente se dé cuenta que se puede. (IMPORTANTE PARA MAURO, REALIZAR ARTÍCULOS DE EST A ÍNDOLE).** [**http://www.genwords.com/blog/entrevista-luis-m-villanueva/**](http://www.genwords.com/blog/entrevista-luis-m-villanueva/)

<http://comunicacionesdemarketing.com/seo-checklist-101/>

LINEAMIENTOS DE CALIDAD DE GOOGLE: <http://www.allytech.com/blog/seo-entendiendo-google-penguin/>

La pantalla blanca de Google fue un faro mientras búscabamos a tientas información en Internet. Pero hoy hemos puesto nuestra confianza también en otros lugares. En nuestros amigos que están en Facebook, en los líderes de opinión que seguimos en Twitter, en el blog, revista o medio digital que busca, organiza y edita la información que nos interesa o en los foros de expertos donde una buena respuesta vale por mil búsquedas.

**Titulares:**

El SEO comienza a tomar AUGE en argentina. ¿Por qué el SEO es más perdurable?.

El SEO y sus dádivas**. La reputación no sólo recae en buenas prácticas ambientales** (como anhelando que también hay que hacer buenas prácticas en la red o google ya que si no tu posicionamiento va a caer). La imagen en la empresa tanto en redes como acciones. El SEO humaniza a la empresa?. Lo que logra el SEO. **Gracias al posicionamiento orgánico las empresas pueden entender a sus clientes.** Los conflictos de no realizar un buen Search Engine Optimization. Casos de campañas de SEO con una de Adwords o PPC. Casos de éxito. **Es gracioso ver como una página que supuestamente realiza posicionamiento orgánico deba pagar para aparecer en las listas de google, esto.. ¿te brinda credibilidad?**

El SEO, además de éxito, logra empatía con sus clientes, las adwords sólo el éxito a corto plazo.

Extra extra: <http://www.mdmarketingdigital.com/blog/5-pasos-universales-para-una-estrategia-en-seo/>

<http://www.mdmarketingdigital.com/blog/category/prensa/>

<http://comunicacionesdemarketing.com/seo-checklist-101/>

<http://www.ciudadano2cero.com/elegir-tema-wordpress-perfecto/>

<http://eco-nomicas.com.ar/7564-las-paginas-no-adaptadas-para-moviles-perderan-posicionamiento-en-google>

CONCEPTOS DEL SEO: Conceptos como la Usabilidad, seguridad, velocidad de carga o la monitorizacion de redes sociales.

Ventajas entre SEO y Adwords: <http://www.seonet.com.ar/>

DEBATES EN GRUPOS DE LINKEDIN:

[https://www.linkedin.com/groupRegistration?gid=1169097&csrfToken=ajax%3A2858686131106905591&trk=groups\_about-h-join&goback=%2Enppvan\_carlosmaiz%2Eanb\_1169097\_\*2\_\*1\_\*1\_\*1\_\*1\_\*1](https://www.linkedin.com/groupRegistration?gid=1169097&csrfToken=ajax%3A2858686131106905591&trk=groups_about-h-join&goback=%2Enppvan_carlosmaiz%2Eanb_1169097_*2_*1_*1_*1_*1_*1) (Estrategias de Marketing Online).

<https://www.linkedin.com/groups/Online-Marketing-Latam-119163?gid=119163&csrfToken=ajax%3A2858686131106905591&trk=groups_most_popular-h-join&goback=%2Egmp_119163&report%2Esuccess=UzTb6xTwfC62ecMMZuP5e6M1ELEdebBGkQAbUl6LM86ItqgrcmA_a4p9Enj1Hng5dSFCR4GQzojlxq57Im2yYft8tWXYtXAomm8EaGzsCSs1Hng5dSI7Y4pQxPEYaPJ8VKzGCzJ5lm3IRK4wPLE7Ypzoan3dx12o3kHMUG4oCKk0JWGbIL4KaFFo0vO1Cqp8lPHQY4zflnGU0qJfIv5pYdgORPO0to28m-4DUdApcn3qRWyuFmy3Uc3OJKE0RmGclq8oadHQEQVdEmoDkW5GCzGX0b3lJ12T4ZzMUGpkRq8zCAa68DmT> (Online Marketing Latam).

<https://www.linkedin.com/groups/SEOcretos-secretos-SEO-Social-Media-3537114?gid=3537114&csrfToken=ajax%3A2858686131106905591&trk=groups_most_popular-h-join&goback=%2Egmp_3537114&report%2Esuccess=6SoziG0JJa2DUmYyenuP7oK-EehdUxFBi55AsWqgNmG4hz-LARplCbSjde2Aezmn4Afzp0Fufgd5cFFW3FOl5uVt0UH5UPmS2AKl8_Vt0qCVmhdQg-pPpr4TGRCVrIFZdq5lzfVt62hO1Fqq8mOztQ1FxuROq4qPE4Llfs10getpeVqq0-Xfjy46400ONFP5CmbXAhVuAVadrk1vXS3Vls-gVZ0OL2zvXs3IGsSjzhR4-4JLCNOl2nVB9ea3Y2-mOf3VCEEwgea3hI1Kd25Ijf40A02GqxJoCEX9zbVj2E-1hb1vOq5A5OzuGN23YIdWXS5XALSTEeJOMVqmOeOl6QVwcSZbzS>

 (SEOcretos. Los secretos del SEO, Social Media, Marketing Online,..)

<https://www.linkedin.com/groups/Expertos-Social-Media-3732802?trk=groups_item_detail-h-dsc&goback=%2Egmp_3732802%2Egde_3732802_member_5970864513124167681> (expertos en social media).

 <https://aprendiendomk.wordpress.com/2015/01/03/la-importancia-de-participar-en-grupos-en-linkedin/>

<https://www.facebook.com/santidorego>

<https://www.facebook.com/wiemeyer>

<https://www.facebook.com/tntecno>

<https://twitter.com/InfoMarketingW>