

Capítulo 5

Gestionar conjuntamente el SEO y el SEM



Contenido

1. Introducción
2. Definir el producto
3. Generar una campaña creativa
4. Darle ruido
5. Resumen

1. Introducción

El SEM proporciona un continuo movimiento de actividad hacia una página web.

El siguiente punto a tener en cuenta es como se puede usar toda esa energía para generar una campaña que multiplique las opciones de ser los primeros en el listado de resultados de los buscadores.

Como se sabe, el tener una gran cantidad de enlaces directos desde otras webs ofrece un *PageRank* mayor. Sin embargo, no por tener gran cantidad de visitas se mejorará la posición. Es por ello que se deberá de generar otro tipo de movimiento para dicho cometido.

2. Definir el producto

Lo primero que se debe hacer es estimar realmente el uso que tiene el producto, el público objetivo, o qué tipo de servicios se ofrece.

Se debe tener en cuenta qué tipo de webs se van a atacar y cuáles van a ser interesantes para generar un conjunto de *backlinks* importantes para el *PageRank*.

Se debe entender que un producto cualquiera no va a permitir destacar en los enlaces exteriores. Hay que ofrecer algo distinto, creativo, o que la marca sea conocida por alguna razón.

Básicamente se tiene que despertar el interés en aquellos *blogs* que están alrededor. Intentar que quieran enlazar con la página.

Generar noticias creativas es lo más importante en la publicidad del producto. Hay que comprender que otros *blogs* no van a querer hacer publicidad sin que ellos consigan algo a cambio. Lo que más va a interesarles es tener a sus lectores entretenidos. De esta forma se puede ver cómo en los *blogs* hablan de los entresijos de las empresas, nuevos productos interesantes o campañas creativas de publicidad.

Una estrategia comercial sería el crear un producto secundario, algo que realmente despierte el interés del futuro cliente, aunque finalmente lo que se desee vender sea el producto primario.



Aplicación práctica

Hay que ofrecer servicios de restaurante, pero no se sabe cómo crear un anuncio atractivo. ¿Qué se debería escribir?

SOLUCIÓN

Hay que tener en cuenta la competencia. Está claro que un anuncio neutro como “Ven a comer al restaurante Pietro” no va a definir absolutamente nada para que el cliente se decante por dicho restaurante. Sin embargo, se puede ir un paso más allá y ofrecer uno de los platos, por ejemplo, “¿Deseas probar la mejor pasta al estilo italiano? Ven con tu pareja y disfrútalo”. Por otra parte es muchísimo mejor si se hace una oferta como “Ven en pareja al restaurante Pietro y seréis invitados a los postres”.

3. Generar una campaña creativa

Para poder conseguir que los diferentes *blogs*, webs de noticias y portales quieran poner un enlace en la página hay de crear algo interesante para ellos.

Generalmente ofrecen contenidos diferentes, de calidad, que sus visitantes desean ver.

Por ejemplo, si el producto fuera un móvil interesaría hacer que se destacara sobre los demás móviles alguna característica creativa interesante, por ejemplo, una cámara con mayor cantidad de *megapíxeles* o una opción totalmente novedosa.

Sin embargo, hay veces que el producto se basa en la calidad. Se ofrece un servicio mejor que el de cualquier otra empresa. Por ejemplo si una empresa

se dedica al servicio de catering, a lo mejor ofrece los mismos platos que los demás comercios, pero destacándolos.

En este punto es cuando se debe diseñar una campaña creativa. Crear una acción que motive una noticia que les interese al resto de webs.

En este caso se podría intentar accionar el lado humano de las cosas, pues a la gente le gusta mucho compartir todo tipo de actos sociales, y lanzar una nota de prensa donde se hable de que se ha ofrecido un catering de calidad a un conjunto de refugiados de un derrumbe como un acto de caridad y apoyo a las familias. Esto haría que los diferentes medios quieran promover la actividad.

Por otra parte es importante que el dominio sea sencillo y fácil de recordar para que los visitantes no se olviden y puedan *postearlo* en sus redes o *blogs*. Esta es una característica básica que hay que tener en cuenta.



Actividades

1. Generar una campaña creativa convirtiendo en noticia sus propios servicios y ofreciendo algo que no tenga la competencia.
-

4. Darle ruido

Por último se debe generar ruido. Da igual lo increíble que sea la campaña, que si no tiene éxito, no sirve como noticia.

Una de las cualidades del SEM es que permite forzar que una campaña tenga éxito entre el público, dado que se compra su visionado.

Por ejemplo, se podría crear un anuncio que apunte a un video donde se pueda comprobar la noticia, cómo se ha actuado, dispuesto el servicio, o cómo funciona el producto.

Al realizar esta campaña de SEM sobre el propio vídeo, en *Youtube* por ejemplo, lo que se consigue es una gran cantidad de personas visionándolo y compartiéndolo.

Aquí es interesante conectar lo máximo posible la web al video para que cuando los *blogs* descubran la noticia, y vean la gran cantidad de gente que se hace eco, quieran enlazar el vídeo pero también la página web.

Básicamente lo que se va a intentar mostrar a los blogs es que la noticia tiene interés, aunque el interés se haya provocado de forma forzada. Es importante mostrar cifras o números que permitan a estos *bloggers* pensar que van a ampliar audiencia usando dicha noticia.

Se debe tener en cuenta que el máximo logro en Internet se basa en captar puntos de atención donde todos los usuarios se dirijan.



Actividades

2. Comprobar cómo los bloggers reaccionan ante una noticia. Enviar a varios la campaña creada anteriormente y tantear cuantos enlazan.
-

5. Resumen

No se puede ampliar el *PageRank* haciendo uso del SEM directamente, lo que interesa es que se produzcan interacciones entre las webs y al mismo tiempo los visitantes hagan boca a boca de los servicios que se ofertan.

Se puede usar el SEM indirectamente para potenciar una noticia que permita recibir *backlinks* de otros *sites*, pero para ello es importante dejar clara la dirección web para que enlacen correctamente.

Se debe generar una noticia lo suficientemente social o creativa como para que las webs enlacen, dado que les interesará como atracción para sus propios visitantes.

No olvidar nunca poner la web en todos lados para que hagan el correcto enlace externo, se debe tener un dominio sencillo y que no ocasione problemas a la hora de enlazar.

