



# SEO: el gran olvidado

por Pablo Melchor, director general de Nurun

Tenemos premios a la eficacia. Se habla continuamente de la medición y del ROI. Y, sin embargo, una técnica que ha demostrado ser una de las más efectivas para conseguir resultados con un coste comparativamente bajo es, al mismo tiempo, uno de los grandes olvidados para la mayoría de los grandes anunciantes españoles: la optimización para buscadores (conocida como SEO, Search Engine Optimization) brilla por su ausencia.

De acuerdo con un estudio de inZearch de marzo de 2007, más de la mitad de los sitios web de los grandes anunciantes españoles suspenden en cuanto a su optimización para buscadores. En otras palabras: no están obteniendo las visitas de aquellos consumidores que precisamente están más interesados en sus productos y servicios.

A día de hoy crear una web sin cuidar el SEO es como lanzar un periódico sin ser capaz de distribuirlo: ¿de qué sirve invertir un dinero en creatividad, diseño y tecnología si nadie va a

encontrar esa estupenda y vistosa nueva web? Lo curioso es que, acostumbrados a la publicidad tradicional, los anunciantes invierten gustosos en publicidad online para llevar tráfico a una web que podría estar obteniendo esas visitas de forma natural si se hubiera construido adecuadamente desde el principio.

Una vez más encontramos un ejemplo de cómo enfrentarse a los medios digitales con la mentalidad de la publicidad tradicional nos lleva a desperdiciar grandes oportunidades.

## Errores más frecuentes

Si nos fijamos en los pocos grandes anunciantes que sí comprenden la importancia del SEO, el error más frecuente es pensar que se trata de una etapa posterior a la creación de la web: de nuevo, se parte de la idea de que la promoción comienza cuando tenemos ya listo el producto. La consecuencia de posponer la optimización es que se acaba teniendo que rehacer

muchísimo trabajo, puesto que el SEO afecta profundamente a la estructura y contenido de la web: debemos involucrar al especialista en optimización desde el primer momento.

Otro error frecuente es la obsesión por la posición ocupada para determinadas palabras clave (keywords) en Google: posicionar correctamente todo el contenido de la web, aunque no sea en los primeros resultados, puede generar mejor y más tráfico que obtener las primeras posiciones para unos pocos términos.

Por último, debemos comprender que cada entrada que consigamos en Google es un pequeño anuncio de nuestra marca o nuestro producto: la labor de copy es esencial para que esos enlaces sean "clicados".

Si esquivamos estas trampas, es fácil comprobar que el SEO es un componente esencial de cualquier estrategia online orientada hacia la efectividad y su ROI a medio plazo lo convierte en una de las técnicas más rentables: ¡no lo olvidemos!



Control del medio



## Todos los anuncios a tu alcance

Ponemos a tu disposición la primera y mayor Base de Datos digitalizada de publicidad en España. Sistema Mosaico Premium te permite acceder a la información de InfoAdex de nuevas creatividades y poder así analizar las campañas en cualquier medio, de forma, sencilla, interactiva, actual, completa, adecuada, adaptable y flexible. Sólo necesitas conexión a internet para ver los anuncios, descargarlos o imprimirlos.

- Control de todos los medios: TV, Radio, Internet, Diarios, Revistas, Dominicales, Exterior, Cine.
- Actualización diaria.
- 5 años de información en línea.
- Más de 400.000 anuncios digitalizados.

**Hacemos la información más activa.**

Paseo de la Castellana, 91 Planta 12. 28046 Madrid - Spain Tel.: 91 556 66 99 Fax: 91 555 44 08  
e-mail: iad@infoadex.es <http://www.infoadex.es>