

## **El podcast de “PrestAyuda vende más y más rápido” con Gert Mellak.**

### **Sesión #023**

#### **Transcripción:**

Bienvenido al Podcast de **PrestAyuda.com**, donde te ayudamos con tu tienda de Prestashop y te enseñamos como vender más y más rápido.

Bienvenidos a todos, hoy me alegro mucho, porque empezaremos la primera serie de podcasts para entrar de manera profunda a una temática muy importante:

### **El posicionamiento SEO.**

Esta serie consistirá en cuatro episodios, en cada episodio trataremos una parte de la optimización **SEO para una tienda online**.

Hoy, en el primer episodio de la serie, me gustaría empezar aclarando el contexto del posicionamiento SEO - explicar lo que es y por qué se hace, y luego ya entraremos en la optimización práctica de **una tienda de Prestashop**.

En Internet, tus clientes potenciales deben encontrar tu tienda cuando quieren comprar tus productos. Si busco una zapatilla rosa de Adidas en Google y no me sale tu tienda online de zapatos deportivos como uno de los primeros resultados, pocas zapatillas de Adidas vas a vender, al menos a través del canal orgánico de Google, donde no nos toca pagar por cada click que haga un usuario.

#### **¿Cómo podemos conseguir que nos encuentren entonces?**

Mediante el posicionamiento **SEO**. SEO significa Search Engine Optimization o

optimización de motores de búsqueda, y comprende una serie de métodos con los que intentamos conseguir salir arriba en Google.

Lo hacemos, ayudándole a Google a comprender los contenidos de la página, y dándole visibilidad en ciertos contextos a diferentes partes de la página.

### **¿Cómo decide Google qué página tiene que ir encima de otra?**

Según Google hay 200 factores que influyen en el posicionamiento de una web y, como habrás oído, hay cambios grandes y pequeños del algoritmo todo el tiempo.

En SEO intentamos averiguar aquellos de los 200 factores que más peso llevan a la hora de valorar una página y definir su posicionamiento.

**Optimizando** estos factores lo que conseguimos, casi siempre, es convencer al motor de búsqueda más conocido del mundo, de la alta relevancia e importancia de nuestra web, con la consecuente subida en los rankings de la tienda online que estamos optimizando.

Para optimizar bien una web en SEO, es importante entender a Google.

### **¿Qué es lo que más le gusta a Google?**

Lo que más le gusta a Google es: ***Ser utilizado***.

Si ahora estabas esperando respuestas como “ganar dinero”, “espiar a la gente” o algo así, espérate un momento que luego hablamos de ello.

**Google quiere que utilicemos sus herramientas.**

### **¿Por qué?**

*Porque cada vez que las utilizamos, Google aprende algo. Aprende algo sobre*

nosotros, sobre la herramienta la que estamos utilizando, sobre otras webs. Y toda esta información está a su disposición para su procesamiento, con el fin de ganar dinero con ello en algún momento.

En Google, y estoy convencido de ello, han visto muy pronto el valor de tener herramientas de alta calidad, y la información que puedes conseguir con ellas.

Si para Google la información equivale a dinero, lo que tiene que intentar es que utilicemos sus herramientas lo máximo posible y, sobre todo, **su buscador**.

Por lo tanto, pon en la calidad de la experiencia de los usuarios por encima de prácticamente todo. Lo repito: **“Google pone la calidad de la experiencia de los usuarios al utilizar su motor de búsqueda por encima de todo”**.

Esto tiene que influir directamente en cómo hacemos SEO y cómo vemos las posibilidades en el posicionamiento natural.

No se trata de añadir alguna palabra en el texto de un producto. Se trata de que, cuando alguien busca ese producto, mi ficha de producto en mi tienda online sea la mejor, la más original, la más informativa, la mejor elaborada. Vamos, la que más les va a gustar a los usuarios de Internet que se interesen por ese producto.

Muchas veces, por lo tanto, la optimización seo de una web tiene sus raíces en lo que en Alemán llamamos **“Hausverstand” - el sentido común**.

Imaginemos una búsqueda: Un usuario es aficionado a la escalada, por ejemplo, y busca mosquetones. Por lo tanto, pone “comprar mosquetones” en Google.

Ahora imagina lo siguiente: Internet sólo contiene para nuestro ejemplo dos webs, que por casualidad son tiendas de **PrestaShop**. Y en estas dos webs hay mosquetones. Estas dos tiendas se encuentran, físicamente, cerca de

nuestro usuario aficionado a la escalada, y por lo tanto para Google son igual de relevantes para él.

Aún simplificando tantísimo, Google tiene ahora dos problemas:

**Problema N° 1:** En cada web no sólo hay una sola URL sobre mosquetones sino probablemente 50 o 100 páginas sobre este tema. Piensa en las categorías, subcategorías y las fichas de producto. Cada página podría ser, técnicamente, el primer resultado en Google. ¿Cómo puede saber **Google** cuál de todas estas páginas, de cada una de las dos tiendas de este ejemplo, tiene que ser la más relevante para mostrarla en la búsqueda como resultado?

**Problema N°2:** Hay dos webs sobre mosquetones, ¿cómo puede saber **Google** cuál es mejor para el usuario? Las dos se encuentran cerca del usuario y tienen mosquetones. Aún así Google intentará darle el mejor resultado al usuario final debido a una serie de factores.

En el siguiente episodio hablamos sobre el primero de ellos.

Soy Gert Mellak, gracias por escuchar.