

Estrategia conforme a los motores de búsqueda

1. El problema

Existe un cantidad inmensa de información en los motores de búsqueda. Un motor típico puede tener entorno a 3000 millones de paginas en su índice. El encontrar fuera de esa cantidad de paginas la información que el usuario quiere, es una tarea harto complicada.

Existen diferentes estrategias o algoritmos para presentar un resultado de búsqueda, de lo que se cree que el usuario necesita. Cada motor de búsqueda utiliza uno, pero de forma general se utiliza las palabras clave introducidas y se puntúan las paginas conforme a esas palabras clave; las paginas con mas puntuación se presentan en los primeros puestos.

El tipo de algoritmos son propios de cada motor. Algunos utilizan las etiquetas en el código de la pagina para una ordenación mas correcta, otros tienen en cuenta la popularidad, bien a partir de enlaces o a partir de la inclusión de directorios.

2. ¿Como conseguir estar entre los primeros?

Existe toda una industria en la promoción de sitios. Principalmente ofrecen dos tipos, un programa de publicidad con alguno de los motores de búsqueda y la optimización de tus propias páginas.

El programa de publicidad es dependiente de el propio motor de búsqueda. Consiste en contratar por un periodo de tiempo, y en base a unas palabras clave. Tu anuncio solo aparecería si se realiza una búsqueda con la palabra/s contratada.

Optimización de tus páginas. Es una tarea mas compleja, consiste en la modificación del contenido acorde con las palabras clave en las que se desea aparecer, se suele realizar un seguimiento de los resultados que varían de uno a seis meses.

Ninguna empresa de esta categoría te puede prometer una efectividad del 100%, debido a que no poseen control sobre el algoritmo de selección, y que éste es variable y adaptable según la política del motor de búsqueda en cuestión.

La comercialización por encima de todo. El problema de esta industria, que pretende que los sitios comerciales estén por delante de cualquier otro sitio, produce resultados no deseados.

La búsqueda de una ilustre figura de la literatura puede quedar en unos puestos mas abajo que una página especializada en artículos de segunda mano.

3. Calidad como mejor estrategia.

Debido a variabilidad en el algoritmo de selección, una estrategia que ahora funciona puede no funcionar en el futuro. Incluso una estrategia que puede funcionar con un buscador puntúa negativamente en otro.

Concordancia en los objetivos con los buscadores. Lo que es común en todos los buscadores y en los directorios es el echo que buscan contenidos de calidad. Existen ciertos aspectos que influyen en ella.

Los estándares se aseguran la visibilidad. La calidad del código es importante, valida tu pagina como código. Las páginas que siguen estándares internacionales reconocidos, se aseguran que son visibles por un grupo mas grande de usuarios. Por ello tienen mas puntuación en el índice del buscador.

El nombre de el dominio es clave también. La elección del nombre influye también en la búsqueda, un nombre que coincide con una palabra clave puntúa alto en la búsqueda. Las direcciones de un dominio a tu proveedor de Internet no son aconsejables. La dirección física es donde finalmente la página se guarda en el índice. Si la dirección física incluye el nombre de tu proveedor, le das puntuación a tu proveedor más que a ti mismo. ¡No dejes que tu proveedor se promocione a tu costa!

Planifica tu estructura. Planifica pensando en el contenido de tu sitio y nómbralo con palabras que describan el contenido en él; "servicio/mantenimiento.html" dá una idea mas clara que "ser_mante.html". El conseguir una estructura invariable a lo largo del tiempo produce también menos errores de ficheros no encontrados.

Planifica para quien va. El definir el público para quien va dirigido permite adaptar el contenido para ellos. Si el contenido va dirigido a un determinado grupo social, o zona regional, asegúrate de hacerlo ver en tu contenido. Piensa en lo que pondrías si deseas buscarlo y asegúrate que esas palabras se describen en tu contenido.

¿Es esto único? ¿Que es lo que ofreces que no ofrezca alguna de las 3000 millones de paginas en el índice? Si lo que ofreces es único entonces asegúrate de describirlo explícitamente eso asegura que las personas que estén interesadas lo encuentren fácilmente.