

# ¿Què és el SEO?



OLEOSHOP

# Què és el SEO i per què el necessites

**Detecta i controla els paràmetres de SEO més importants**

El SEO no és una cosa reservada només als experts. Tu també pots entendre'l, saber quins són els seus aspectes principals i tenir aquests paràmetres sota control en el teu dia a dia. Tant si tens una botiga online com un blog, conèixer els aspectes bàsics del SEO et resultarà súper útil.

## **Amb aquest eBook aprendràs:**

- Què és el SEO
- Què és el SEO On Page
- Quins són els aspectes bàsics del SEO On Page
- Què és el SEO Off Page
- Quins són els aspectes bàsics del SEO Off Page

Segur que has sentit a parlar mil vegades del SEO. I segur que saps que és important per a la teva botiga online o blog. Però potser no tens molt clar per què. Potser et resulti difícil definir exactament **què és el SEO**, i més difícil encara definir **els seus aspectes bàsics**.

Amb aquest eBook veuràs que el SEO és un concepte **a l'abast de qualsevol**, no una cosa reservada a quatre gurus i experts. També veuràs que els seus aspectes clau no són tants ni tan difícils d'entendre.

T'explicarem **en què consisteix el SEO i quins són els seus principals paràmetres**. L'objectiu és proporcionar-te eines perquè tu sol puguis detectar i controlar la majoria d'aquests paràmetres en el teu dia a dia.

Veuràs que és molt més fàcil del que sembla!

## Què és el SEO?

El SEO és un conjunt de tècniques que, aplicades tant dins com fora d'una pàgina web, poden ajudar-nos a **tenir més visibilitat en els cercadors**.

"Més visibilitat" vol dir **aparèixer primer** (top 10, top 5, top 3 de resultats) en cercadors, i especialment a Google, quan un usuari realitza una cerca que té a veure amb el nostre negoci.

La importància "d'aparèixer primer" és que hi ha una **correlació directa entre visibilitat i conversions o vendes**

Com més amunt en el cercador ens vegin els usuaris, més fàcil és que **facin clic a la nostra web o botiga online**, accedeixin a la nostra oferta i ens comprin a nosaltres en comptes d'a un competidor, sempre que els termes de cerca que facin servir siguin rellevants per al nostre negoci i encarats a conversió.

## Keywords y topics

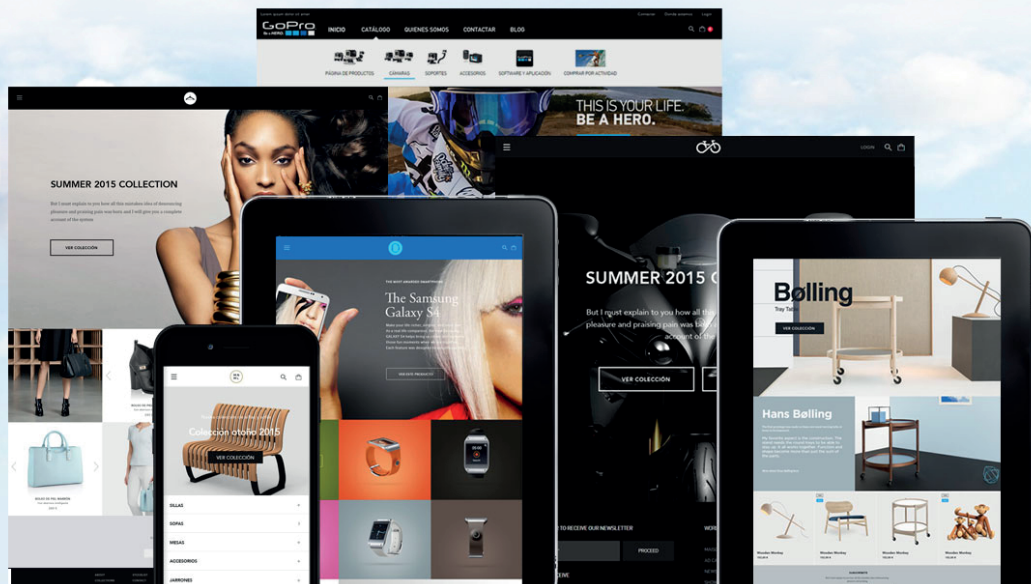
Fa un temps, el SEO estava centrat en **posicionar keywords o paraules clau**.

Es tractava de que, quan un usuari introduís un terme concret en els paràmetres de cerca, el nostre negoci **tingués "capitalitzat" aquest terme** perquè Google mostrés primer la nostra botiga online en els resultats.

# Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



“La plataforma és molt fàcil de fer servir,  
fins i tot per a algú que no domini  
el tema”

Belén de [www.aixo.es](http://www.aixo.es)

“Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad  
y la facilidad de gestión y el resultado ha  
sido superior a las expectativas”

Toni Aragón de [www.aragaza.com](http://www.aragaza.com)



la teva plataforma ecommerce





Però ha plogut molt des de llavors i Google ha dut a terme diverses modificacions del seu algoritme. Avui dia, no n'hi ha prou amb posicionar paraules clau. També cal **posicionar topics o temes amb valor semàntic** i fer-ho per als diferents, dispositius –mòbil, tablet, sobretaula– i zones geogràfiques.

## SEO On i Off Page

El SEO és una moneda que té 2 cares:

- El SEO on page
- El SEO off page

El **SEO On Page** inclou totes aquelles tècniques de SEO que **s'apliquen dins** d'una pàgina web, botiga online o blog. Tenen a veure amb millores i optimitzacions d'aspectes interns de la pàgina. El paràmetre de SEO On Page més important és la producció constant de **contingut rellevant, original i de qualitat**.

El **SEO Off Page**, per la seva banda, inclou totes aquelles tècniques de SEO que **s'apliquen fora** d'una pàgina web, botiga online o blog. Tenen a veure amb la millora d'**aspectes externs** a la pàgina. L'aspecte de SEO Off Page que més s'ha de cuidar és **el linkbuilding**, també conegut com a estratègia d'enllaços entrants o backlinks.

## ¿En què consisteix el SEO On Page?

El SEO On Page té lloc dins de la pàgina i consisteix en l'**optimització de paràmetres interns**. Aquests paràmetres SEO es poden resumir en 5 aspectes clau.



### #1 – Millorar la velocitat de càrrega de la pàgina

Si la teva pàgina web triga a carregar-se, tens un problema. Quan això passa, l'usuari marxa sense navegar pel site. Si l'usuari marxa sense navegar més enllà de la pàgina inicial, tindràs una **taxa de rebot alta**, cosa que inevitablement **afectarà la visibilitat** que t'atorguin Google i la resta de cercadors.

Com saber **si la teva pàgina és lenta** carregant-se?

El **Time to First Byte (TTFB)** és un paràmetre que mesura el temps que qualsevol web triga a oferir a l'usuari el **primer byte d'informació**. Pots saber quant triga la teva web en oferir aquest primer byte entrant la teva URL en llocs com **Byte Check**.

Fer-ho t'ajudarà a tenir una idea de si el teu site càrrega ràpid o no. La velocitat de pàgina ideal és **la que més s'aproximi a 0 segons**.

Què pots fer per **millorar la velocitat de pàgina**? D'entrada, això:

- Optimitzar la mida i el pes de **totes les imatges**. [Aquí t'expliquem per què has optimitzar les teves fotos i aquí et mostrem com pots fer-ho](#).
- **Comprimir** els **CSS i JS**.
- Plantejar-te si el tamany de la teva botiga demanda un servidor dedicat en comptes d'un compartit.

## #2 – Publicar continguts originals, de qualitat i rellevants amb freqüència

Qualsevol contingut que estigui al teu site **suma punts per SEO**. Tant se val si aquest contingut està al teu domini principal en forma de catàleg, o bé en un subdirectori (per exemple, en [www.tudominio.com/blog](#)). En tots dos casos, el contingut és bo pel teu SEO.

Així que assegura't que tots els teus continguts:

- Estan ben escrits
- Són originals (no copiats d'altres webs)
- Són rellevants per al teu públic (no parlis d'endolls si vens taronges)
- Es publiquen nous continguts amb certa freqüència (cada 2-4 dies).

## #3 – Tenir una bona arquitectura de navegació

Si vols que el teu SEO On Page millori, posa atenció a **com presentes els continguts** a l'usuari. Fes-te les següents preguntes:

- L'estructura de **categories i subcategories** de la botiga és clara?
- Li permet a l'usuari **trobar fàcilment** el que busca?
- L'usuari pot arribar a la fitxa de producte en un **màxim de 3 clics**?
- Hi ha **recursos gràfics** que li permetin saber d'un cop d'ull a quina ruta, subdirectori o categoria es troba?

## #4 – Tenir cura del catàleg per evitar errors 404

Si s'acaba la temporada i canvien els dissenys de la botiga, ni se't passi pel cap desactivar els productes antics sense més! Si ho fas, donaràs lloc als temuts errors 404, que a Google no li agraden gens (i a l'usuari encara menys).

Pren-te la molèstia d'oferir a l'usuari (i a Google) un producte nou a canvi de l'antic que has eliminat. Per fer-ho, redirecciona la URL del producte desactivat a la URL d'un producte semblant que si estigui actiu.

# Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: [www.oleoshop.com](http://www.oleoshop.com)



OLEOSHOP  
RADIO



*la teva plataforma ecommerce*

D'aquesta manera, en comptes de rebutjar a l'usuari amb un "ja no tinc aquest producte, ho sento", **li ofereixes una alternativa:** "Ja no tinc aquest producte, però tinc aquest altre que és molt semblant o compleix la mateixa funció."

Si no saps com fer-ho, és el moment de **posar-te en mans d'un professional del SEO** que t'ajudi. És important pel SEO gestionar bé aquest tipus d'errors.

## #5 – Tractar la versió mobile de la botiga online com una web independent

Les vendes directes i indirectes a través de dispositius mòbils –telèfons i tablets– **creixen exponencialment any rere any**, i Google ho sap. Malgrat això, encara són moltes les botigues online i webs que ofereixen la mateixa versió del site en ordinadors, mòbils i tablets, la qual cosa és **un error a nivell de SEO On Page**.

Assegura't que la teva botiga online o web ofereix a l'usuari **una experiència des de dispositius mòbils totalment adaptada al mitjà**, amb tipografies d'una mida llegible en pantalla de mòbil, sense recursos de roll-over i amb categories desplegable en llista.



### En què consisteix el SEO Off Page?

Al SEO Off Page s'hi engloben totes aquelles tècniques de SEO que es duen a terme **fora de la botiga online o web**. En general, aquestes tècniques tenen a veure amb **impulsar la quantitat i qualitat dels enllaços externs** que apunten a la nostra pàgina.

L'objectiu del SEO Off Page és transmetre als cercadors que tenim autoritat. És a dir, que el nostre contingut i la nostra oferta **són rellevants** per als usuaris que busquen el nostre producte amb la intenció de comprar-lo.

Les **5 claus fonamentals del SEO Off Page** són les següents:

## #1 – Construir backlinks de forma constant en el temps

No està malament comprar enllaços externs. De fet, **és possible fer linkbuilding de manera legítima i efectiva**. Però a ulls de Google i d'altres cercadors és molt sospitosos que de la nit al dia passis de 0 a 10.000 enllaços apuntenant a la teva pàgina.

Generalment, això passa quan els enllaços es compren "a pes" i són de baixa qualitat, amb la qual cosa pots estar-te **guanyant una penalització** molt gran.

L'ideal és que hi hagi enllaços externs que, si pot ser, provinquin de **webs amb autoritat** per si mateixes i amb un contingut **relacionat amb el que vens**. Però l'ideal també és que aquests enllaços **es generin de manera gradual** en el temps, sense pressa però sense pausa.

**Amb naturalitat**, diguem-ne.

## #2 – Aconseguir enllaços d'autoritat

Tan bo és tenir **molts enllaços externs** apuntant a la teva pàgina com tenir pocs –o molts si pots!– enllaços externs **des de llocs de molta autoritat** apuntant a la teva pàgina.

Si webs, blogs o mitjans generalistes súper respectats, coneguts per publicar només contingut d'interès, no cobrar per posar enllaços i tenir un tràfic que tira d'esquenes, publiquen un enllaç apuntant a la teva pàgina, **Google i els altres cercadors et tindran respecte**.

I això es tradueix en una **millora de la teva visibilitat** en els resultats de cerca.

## #3 – Aconseguir que el teu contingut es difongui en xarxes socials

L'ideal no és només que difonguis el contingut de la teva botiga online o web compartint-lo a xarxes socials –que també. L'ideal és que **els mateixos usuaris contribueixin a difondre'l** compartint-lo amb la seva xarxa d'amics.

D'un temps ençà, les actualitzacions d'estatus a xarxes socials **s'indexen** en cercadors. Així que com més viral es faci el teu contingut i **quantos més senyals** socials tingui, millor et posicionaran els cercadors en els seus resultats.

## #4 – Variar los textos de ancla

Per "text d'àncora" o anchor text s'entén el text des del qual s'enllaça a la nostra botiga online o web. Per no resultar una pràctica sospitosa, el mateix text d'àncora **no s'ha de repetir més d'un 5%** del total d'enllaços externs generats

**EXEMPLE:** La nostra botiga es diu Divina Comèdia i ven vestuari teatral. És fàcil que els textos d'àncora més utilitzats siguin "Divina Comèdia" i "vestuari teatral". Però hem de procurar que només el 5% dels enllaços provinquin de cadascun d'aquests termes.

## #5 – Evitar enllaços tòxics

De vegades ens posem en mans de professionals que ens prometen moltes coses i és difícil distingir si estan generant enllaços externs de qualitat o no.

El primer indicador que alguna cosa falla és la quantitat d'enllaços generats de la nit al dia: si són molts, ens han de saltar totes les alarmes.

Altres signes de sospita:

- Enllaços comprats a **link farms** o **granges d'enllaços** en quantitats industrials i amb **poca varietat** de textos d'àncora
- Enllaços externs des de llocs amb **continguts no afins** al que venem
- Enllaços externs **generats automàticament** per robots en comentaris de blogs
- Enllaços **comprats a blogs** amb contingut molt pobre, contingut que de manera molt evident ha estat creat a propòsit per tal de publicar l'enllaç, o contingut desactualitzat.

Tot això és tan tòxic que és gairebé radiactiu, i **pot implicar una penalització** molt important.

I fins aquí els **aspectes bàsics del SEO**. Oi que no són tan difícils? Tingues aquest eBook sempre a mà per a consulta i podràs mantenir-los sota control en el teu dia a dia.