



CÓMO NUESTRA EMPRESA
AUMENTÓ **+10X** SU TRÁFICO
EN 1 AÑO CON SEO

DIAGNÓSTICO Y PASOS QUE SE SIGUIERON

POR GERARDO SÁNCHEZ,
JEFE SEO DE MHA

WWW.MHACONSULTING.MX



CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	03
2. PRIMEROS PASOS	04
2.1 Situación inicial de la web MHA	
2.2 Estructura inicial de la web MHA	
3. IMPLEMENTACIÓN SEO A MHA	07
3.1 Keyword Research	
3.2 Home y Metadatos	
3.3 El caso del Blog	
3.4 Linkbuilding	
4. RESULTADOS DESPUÉS DE 1 AÑO DE SEO	13
5. CONCLUSIÓN	16

INTRODUCCIÓN

“EL SEO ES EL ARTE DE HACER QUE TU SITIO WEB SEA VISIBLE, RELEVANTE Y ATRACTIVO PARA LOS BUSCADORES Y LOS USUARIOS.”

MHA es una empresa de consultoría de marketing digital con más de 5 años en el mercado. Ha ayudado a crecer en sus ventas a diversas empresas de ecommerce y servicios: venta de cunas, servicios legales, renta de aviación privada, venta de impresoras de etiquetas, etcétera. Ya saben cómo es esto de una consultoría.

Sin embargo, después de crear nuestra página web al inicio, irónicamente, nunca le dimos el impulso por medio de los canales en los que somos expertos: SEM y SEO.

Por esta razón y ya con algo más de visión y amor propio (podría decirse), decidimos en 2022, iniciar con una estrategia SEO con el objetivo de crecer a la par de nuestros competidores que sí estaban atendiendo sus webs.

Pero antes, ¿cómo conseguimos clientes si nuestra página estaba casi en el olvido? Aquí podemos decir con orgullo que lo hacíamos de 2 formas:

1. Con la recomendación de nuestro trabajo. Cuando un cliente veía nuestros resultados, se animaba a comentarlo con otros emprendedores, y así, llegábamos a ellos.
2. Por medio de la figura de nuestro CEO, Moisés, Hamui Abad, el cual, ha sido un entusiasta, desde hace muchos años, de la creación de negocios, impartición de talleres, aparición en entrevistas, etcétera. Por lo cual, la gente lo descubría y buscaba sus servicios.

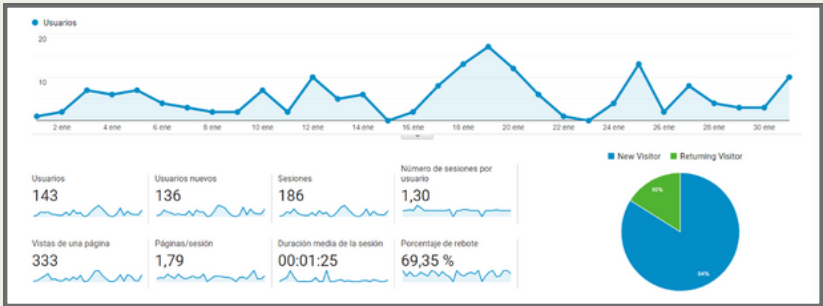
No obstante, vamos a ver que con la implementación de acciones SEO, nuestra página ha podido dar mucho más. Vamos a ello.



PRIMEROS PASOS

SITUACIÓN INICIAL DE LA WEB MHA

Aquí mostramos cómo estaba la situación de usuarios en el periodo de enero de 2022. **Estos no pasaban los 150 al mes.** Para complementar esto, es bueno recordar algunos de los conceptos básicos.



Usuarios

Son las personas que visitan tu sitio web o app al menos una vez en un periodo determinado. Se identifican por una cookie única que se asigna a su navegador.



Usuarios nuevos

Son los usuarios que visitan tu sitio web o app por primera vez en el periodo seleccionado. Se distinguen de los usuarios recurrentes, que son los que ya han visitado tu sitio web o app antes.



Duración media de la sesión

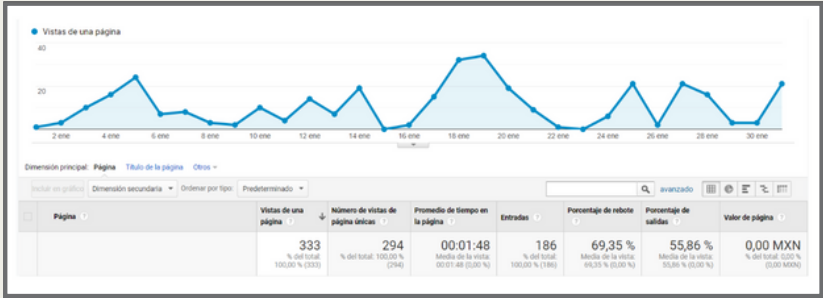
Es el tiempo promedio que los usuarios pasan en tu sitio web o app durante una sesión. Se calcula dividiendo el tiempo total de todas las sesiones entre el número de sesiones.



Porcentaje de rebote

Es el porcentaje de sesiones en las que el usuario solo visita una página o solo realiza un evento y luego abandona el sitio web o app. Indica el nivel de interés o satisfacción de los usuarios con tu contenido.

Del mismo modo, la gráfica de vistas nos muestra 333 para este mes de enero, una cifra que queríamos mejorar, sí o sí.



Para esto, podemos reflexionar que los usuarios que llegaban eran de calidad, sin embargo, cabe aclarar que muchos de ellos llegaban directamente buscando MHA la consultoría o, por semejanzas del keyword, llegaban buscando el sitio de My Hero Academy, con las cuales nuestra consultoría comparte las siglas.

Durante los meses posteriores, Febrero, Marzo, Abril, Mayo y Junio, el máximo de usuarios que tuvo MHA fue de 197, lo cual, nos daba ánimos y nos decía que Google tenía intenciones de posicionarnos, pero nos pedía que nos esforzáramos y eso hicimos.

Ahora hablemos de nuestra página, ¿cómo estaba en ese momento?

ESTRUCTURA INICIAL DE LA PÁGINA MHA

La página de MHA captaba casi la totalidad de sus clics por medio de su Home, cosa natural, ya que hemos comentado que la búsqueda era casi 100% de brand.

La página tenía un Home centrado en comentar nuestros logros y cómo podíamos ayudar a nuestros clientes. Tenía secciones de Servicios y un Blog.



Aquí centrémonos en el Blog. Para finales de junio de 2022, el blog contaba con unas 20 entradas, de las cuales, sólo teníamos (consideramos) una palabra clave que estaba en competencia fuerte en la SERP de Google **“anuncio carrusel facebook”** que aparecía en lugar 5, según estimaciones de Ahrefs.

Palabra clave	SF	Volumen	KD	CPC	Trafico	Pagada	Posición	URL	Actualizadas
+ mha	4	1.7K	15	1.00	14	0	7	https://www.mhaconsulting.mx/	18 jun. 2022
+ carrusel en facebook	8	60	6	69.47	3	0	7	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/anuncios-carrusel-de-facebook-que-es-y-como-funciona	8 jun. 2022
+ como segmentar en facebook	6	300	3	0.20	2	0	15	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/tipos-de-segmentacion-en-facebook-ads	2 jun. 2022
+ anuncio carrusel facebook	5	30	6	69.47	2	0	5	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/anuncios-carrusel-de-facebook-que-es-y-como-funciona	18 jun. 2022
+ anuncios carrusel facebook	5	30	6	69.47	2	0	5	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/anuncios-carrusel-de-facebook-que-es-y-como-funciona	17 may. 2022
+ como hacer un carrusel en facebook	6	40	6	1.73	2	0	8	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/anuncios-carrusel-de-facebook-que-es-y-como-funciona	4 jun. 2022
+ segmail rastreo	3	80	6	N/A	2	0	11	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/logistica-en-e-commerce-lo-que-debes-saber	28 may. 2022
+ segmentar en facebook	5	150	3	0.22	1	0	15	https://www.mhaconsulting.mx/blogs/blog-mha/tipos-de-segmentacion-en-facebook-ads	24 may. 2022

Pero sólo eso, a veces teníamos algunos clics, pero nada significativo. Veamos pues, qué hicimos al respecto.



IMPLEMENTACIÓN SEO A MHA

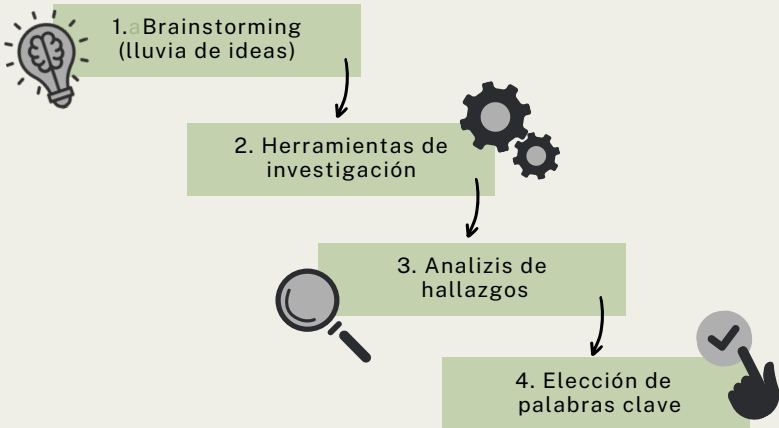
KEYWORD RESEARCH

Aquí mostramos cómo estaba la situación de usuarios en el periodo de enero de 2022. **Estos no pasaban los 150 al mes.** Para complementar esto, es bueno recordar algunos de los conceptos básicos.

El paso de la investigación de palabras clave, considero, es el núcleo de toda estrategia SEO. Para llevarla a cabo, el encargado del posicionamiento puede utilizar diversas herramientas gratuitas o de pago para hacerlo. Para el caso de MHA, se utilizó Ahrefs.

Recordemos que una investigación de palabras clave es el proceso de descubrir qué palabras y frases usan nuestros clientes potenciales para buscar productos, servicios o información relacionados con nuestro negocio en los motores de búsqueda, es decir, Google.

Para hacerlo correctamente se pueden seguir los siguientes pasos:



Para hacerlo correctamente se pueden seguir los siguientes pasos:

1. **Haz un brainstorming (lluvia de ideas)** de palabras clave semilla que describan tu negocio o tu nicho. Estas son las palabras clave más generales y amplias que se te ocurran.
2. Usa una de las **herramientas de investigación de palabras clave** que existen en el mercado como el Keywords Explorer de Ahrefs o el Planificador de Palabras Clave de Google para encontrar ideas de palabras clave relacionadas con tus palabras clave semilla. Pon especial atención a las keywords más específicas o también llamadas de cola larga o long tail.
3. **Analiza las palabras clave** que has encontrado según su volumen de búsqueda (cuántas veces se buscan al mes), su dificultad (cuán competitivas son) y su intención (qué tipo de contenido esperan los usuarios encontrar).
4. Y, por último, **elige las palabras clave que mejor se adapten a tu público objetivo, tu audiencia y tu capacidad.** Al inicio, usa una estrategia de uso de palabras generales combinadas con longtail, para así ir abarcando lo que más se busca y lo que menos se busca.



Ya identificadas, las usamos en nuestro contenido, de forma natural y estratégica.

Recuerda que se deben incluir en el meta título, la meta descripción, el encabezado H1 y varias veces en el texto; a la vez, usa palabras clave secundarias, sinónimos y variaciones para enriquecer tu contenido y evitar la sobreoptimización.

Todo esto lo aplicamos en lo que vamos a explicar a continuación.

HOME Y METADATOS

Primero que nada, tuvimos que revisar la Home del sitio, si bien era útil para mostrarle al usuario los servicios, también teníamos que **hacer algo respecto a la información que queríamos que tomara en cuenta Google**, por lo cual agregamos más texto incluyendo las palabras clave que nos interesaban.

* **Palabras clave:** Agencia de Consultoría y Marketing Digital, consultora y agencia de negocios digitales, Google Ads, Facebook Ads, email marketing, SEO.



¿Qué hacemos?

Como consultora en negocios digitales, tenemos la pasión y el objetivo de guiarte para que puedas diseñar, estructurar y poner a trabajar tus campañas en marketing digital. En cuanto entras bajo nuestra consultoría, revisaremos a fondo los 6 puntos siguientes:

- Análisis de negocio.
- Definición de presupuesto.
- Definición de canales y campañas.
- Adquisición de usuarios.
- Optimización.
- KPI's

¿QUÉ PASOS SIGUE UNA CONSULTORÍA DIGITAL?



Estatus

Conocemos en dónde te encuentras parado. ¿Qué vendes?, ¿cómo lo vendes?, ¿cuánto vendes? ¿por qué lo haces así?



Costos

Aquí encontramos siglas como ROI y CLV. ¿Eres rentable? Analizamos cuánto te cuestan tus clientes.



Presupuesto

Te ayudamos a definir cuánto gastar en publicidad con respecto a tus objetivos. Aquí, definimos los canales que más te convienen según los análisis previos.



Proyección

Se prospectan los gastos de recursos en un periodo mínimo de 2 meses, para enfocar desde un inicio la realidad de las campañas y su impacto económico para la empresa.



Estrategia

Ya establecimos bases históricas del negocio y presupuestales, ahora toca crear una estrategia de marketing que se adapte a alcanzar los objetivos.



Medición

Se definen los KPI's para un seguimiento semanal de resultados y con ellos establecer accionables de optimización.

Esto nos ayudaba a explicar mejor nuestro proceso de trabajo a los potenciales clientes y a la vez a tener más presencia como consultoría de marketing digital en Google. Que para esto, podemos señalar que cuando se buscaba dicha palabra clave en el motor de búsqueda “consultoría de marketing digital” no aparecía MHA ni de chiste.

Para solucionar eso, también corregimos los meta títulos y las meta descripciones de las secciones de la web, quedando algo así en este momento.



Como se puede apreciar, metimos todas las keywords que nos interesan para nuestro negocio y respetando las sugerencias técnicas de longitud.

Recordemos los conceptos de meta títulos y meta descripciones en SEO:

***Metatítulo:** Es el texto que indica de qué trata tu página y se muestra en los resultados del motor de búsqueda. En el código fuente de tu sitio web se verá así: `<title>Este es el metatítulo de la página</title>`. El metatítulo tiene un impacto directo en el posicionamiento SEO, por lo que es importante incluir la palabra clave principal

***Metadescripción:** Es el texto descriptivo que aparece debajo del metatítulo y pretende ser un adelanto de lo que el usuario encontrará dentro de la página. En el código fuente de tu sitio web se verá así: `<meta name="description" content="Esta es la metadescripción de la página">`. La metadescripción no tiene un impacto directo en el posicionamiento SEO, pero sí afecta al CTR, la tasa de clics sobre tu enlace.

EL CASO DEL BLOG

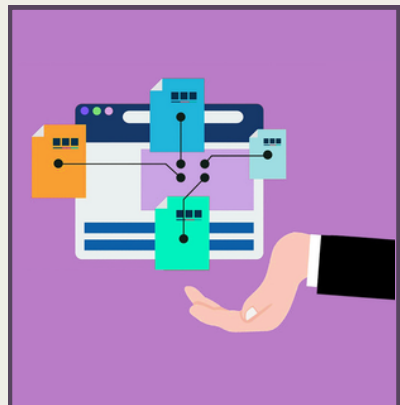
Como ya lo hemos comentado, el blog existente en ese momento contaba con algunas entradas, pero al revisarlas a fondo, se encontró que estaban mal optimizadas, La forma de generación de contenido se hizo por medio de temas de interés para el equipo, pero no con base en una investigación dura de lo que le interesaba al usuario.



Por lo cual, decidimos, dejar los contenidos ya existentes y darles una optimización, a la vez que creábamos una estrategia de contenidos nuevos con base a nuestra keyword research.

Así pues, mejoramos la estructura, colocamos H1, H2, H3, etcétera; empezamos a colocar enlaces internos a otras entradas y secciones de la página y creábamos meta descripciones únicas para cada uno de los textos.

Aquí quiero detenerme un poco en la parte del **enlazado interno o interlinking**, ya que a lo largo de mi experiencia como SEO, **he podido constatar su enorme importancia en el rastreo de nuestras páginas y en la indexación de palabras clave**. Cuando tenemos un proyecto que ya tiene contenido, es sumamente probable que con una estrategia de optimización de jerarquía, intención de búsqueda y enlazado interno, el tráfico pueda subir hasta un 20%.



Pero volviendo a nuestro tema, se empezaron a crear contenidos como:

- Consultoría en Marketing Digital: Qué es y su importancia para tu empresa
- ¿Qué es una campaña publicitaria?
- ¿Qué es un estudio de mercado? Ventajas, tipos y consejos

Con los cuales empezamos a tener una presencia clara dentro del tema de marketing digital.

LINKBUILDING

Los enlaces importan, es una realidad que se impone. Si bien podemos ver en Twitter, LinkedIn u otras redes sociales a personas que presumen obtener un buen número de visitas al mes sin una estrategia de linkbuilding, en la mayoría de proyectos y segmentos de mayor competencia, se necesitan los backlinks.

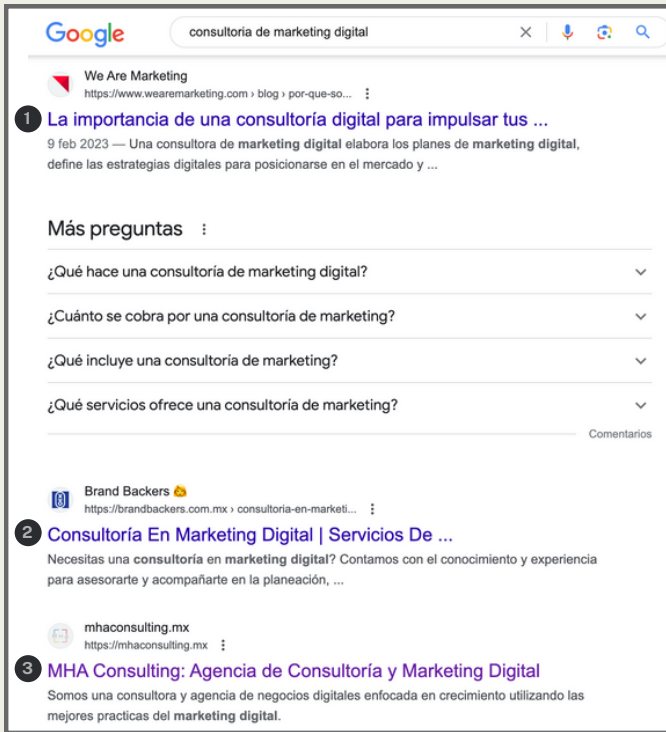
Para MHA nos ocupamos de este tema y empezamos a conseguir enlaces de sitios de marketing en México y España. Uno al mes, ya que consideremos que poco a poco es la forma más natural.

Asimismo, empezamos a contactar a medios de comunicación (prensa) y pudimos colocar nuestra marca en notas de revistas y periódicos importantes del país.



1. RESULTADOS DESPUÉS DE 1 AÑO DE SEO

Primero que nada, hablemos de nuestra presencia como Consultoría de Marketing Digital. Al día de hoy, junio de 2023, podemos ver que al ocupar esta palabra clave “consultoria de marketing digital” estamos en los 3 primeros lugares de Google.

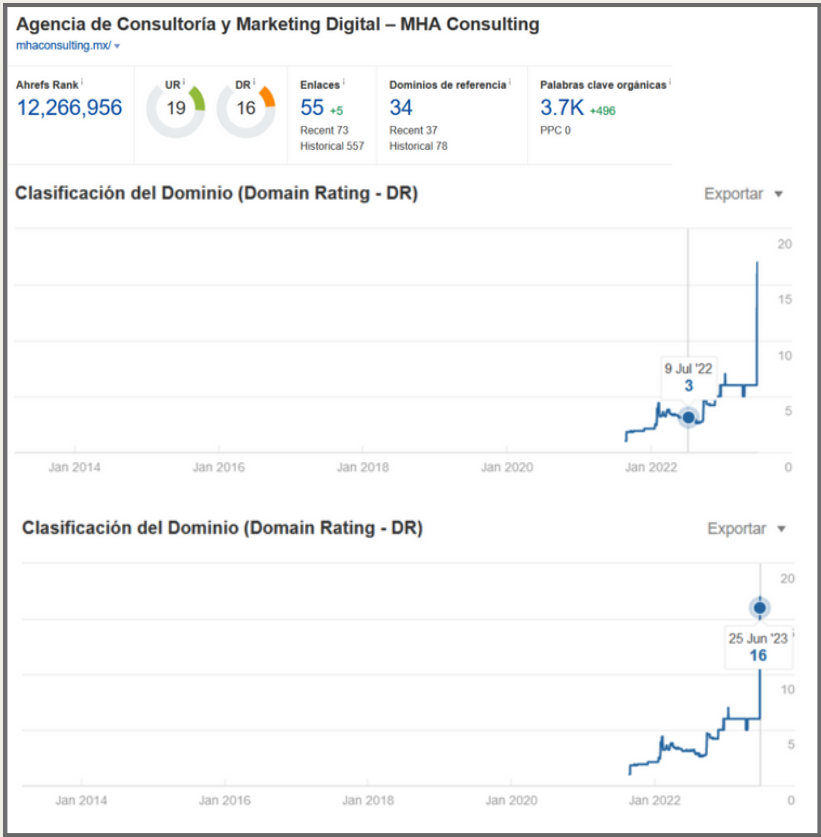


Con esto, nuestra tasa de clics ha aumentado y tenemos presencia ante los usuarios que estén buscando un servicio de consultoría para sus campañas de pago o para su posicionamiento web.

Y hablando de clics, mostremos nuestro estado actual de usuarios y vistas. Tomando de periodo los últimos 30 días (24 mayo al 24 junio).

Podemos añadir que a nuestros contenidos de blog, se le agregaron CTA y un calendario de agenda de una llamada, por lo cual, la tasa de conversión ha subido significativamente.

Por último, en lo que refiere al linkbuilding, al inicio de esta estrategia SEO, MHA contaba con una calificación de 3 en DR de Ahrefs. **Al día de hoy tenemos un 16.**



CONCLUSIONES

EL SEO ES UNA PARTE FUNDAMENTALMENTE NECESARIA PARA TODA EMPRESA Y SI SE COMBINA CON UNA ESTRATEGIA DE CAMPAÑAS DE PAGO, UN SITIO PUEDE DISPARAR SU TRÁFICO Y SUS VENTAS.

La filosofía en MHA es vender mejor para vender más y esto se logra con la implementación de todo lo señalado en este estudio de caso.

El SEO debe verse como una técnica holística que requiere que aprendamos algo que nos ayudará en todas las áreas de nuestra vida: **constancia y paciencia**. Los resultados vistos en estos 365 días nos han servido para alcanzar a nuevos usuarios y algunos de ellos ya son nuestros clientes.





Pero ¿cómo seguir? Con la llegada de la Inteligencia Artificial, es sumamente importante que las consultoras y agencias de marketing digital replanteen sus esfuerzos de creatividad y análisis a la vez que dejan el trabajo pesado a los algoritmos.

SEO On Page y Off Page es lo que explotamos con nuestro sitio web para poder alcanzar dichas cifras, en algunos otros casos hemos sido necesario el SEO Técnico, del cual podremos hablar en otro descargable.



No dudes en contactar a MHA si deseas resultados mejores a los nuestros, ya que nuestro equipo está especializado en campañas de Google y Facebook, email marketing, y por supuesto, SEO.

DATOS DE CONTACTO:

-  MHA Consulting
-  mhaconsulting_
-  www.mhaconsulting.mx
-  contacto@mhaconsulting.mx

Créditos de imágenes:

1. Freepik
2. Image by our team on Freepik
3. Freepik
4. Freepik
5. Freepik