

# GUÍA DE SEO

MEJORA LA VISIBILIDAD DE TU TIENDA ONLINE EN BUSCADORES  
CON EL MÓDULO SEO DE LOGICOMMERCE

V.2.1.

seo



## EMPEZAMOS

La nueva versión del módulo SEO le permitirá personalizar aún más las configuraciones que participan directa e indirectamente en la correcta indexación en los principales buscadores. Se pueden personalizar particularmente todos los elementos de la tienda, o configurar de manera general para que el sistema genere automáticamente las palabras clave y descripciones.

### SUMARIO

#### 1 DEFINICIONES

>> Pág. 3 a 4

SEO - Optimización para el posicionamiento orgánico  
 Keywords - Conceptos que definen los productos  
 Posicionamiento de productos

#### 2 HERRAMIENTAS SEO

>> Pág. 5 a 7

Acceso al módulo  
 Edición SEO  
 Mapa del sitio  
 Robots  
 Títulos y metadatos

#### 3 OPTIMIZACIÓN GENERAL DE TU ECOMMERCE

>> Pág. 8 a 10

Títulos y metadatos:  
 - Home  
 - Categoría  
 - Producto

#### 4 OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE PRODUCTOS

>> Pág. 11 a 12

Palabras clave principal  
 (Core Keyword)

#### 5 OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE CATEGORÍAS

>> Pág. 13

#### 6 OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE NOTICIAS

>> Pág. 14

#### 7 OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DEL BLOG

>> Pág. 15

#### 8 ESTRATÉGIAS DE LINKBUILDING

>> Pág. 16

#### 9 RESUMEN Y DETALLES FINALES

>> Pág. 17

# DEFINICIONES



## SEO (Search Engine Optimization) Optimización para el posicionamiento orgánico

El SEO son las diversas acciones que se realizan para que las páginas web consigan mejores posiciones en los diferentes buscadores.

El objetivo del Módulo SEO es ubicar su tienda virtual en las primeras posiciones naturales de los buscadores. El correcto uso de esta herramienta permite posicionar todos los productos de la tienda online, por lo que le recomendamos que usted siga las instrucciones de este manual y dedique buena parte de su tiempo a optimizar su tienda utilizando las funciones del **Módulo SEO**.

Según las pruebas que hemos realizado a tiendas en funcionamiento, el resultado es óptimo y le permite tener una importante ventaja competitiva respecto a otras tiendas, además de un ahorro muy importante en publicidad a medio plazo.

## Keywords (Palabras clave) Conceptos que definen los productos

Para obtener un buen rendimiento es muy importante saber qué búsquedas realizan en Internet sus potenciales compradores y para ello debe investigar sobre los términos más comunes que se utilizan para definir sus productos.

**Google** dispone de una aplicación (Google Keyword Planner) que nos permite saber cuáles son las palabras que pueden utilizar sus potenciales clientes. Para poder acceder a ella, se debe abrir una cuenta en Google Adwords. Además de esta herramienta, existen otras que son de pago para poder llevar a cabo una de las tareas más importantes del SEO.

Es muy difícil, para una tienda online nueva, intentar posicionar con una sola palabra o con criterios de búsqueda con mucha competencia. Es mejor que busque cadenas de 2, 3 o 4 palabras especializándose en un concepto.

*Por ejemplo, para una página de venta de productos gourmet es difícil aparecer rápidamente con la búsqueda "productos gourmet" pero podemos buscar cadenas como "tienda online de productos gourmet".*

Se busca menos veces pero tenemos más posibilidades de obtener más visitas. Con el paso del tiempo y con la tienda bien posicionada, ya lucharemos por palabras menos acotadas. Es importante tener en cuenta que la mayoría de los usuarios realiza las búsquedas en plural.

# 1

## POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS

Está comprobado que las posibilidades de venta aumentan cuando el cliente accede directamente a la ficha de producto desde un resultado de búsqueda. Pero para que nuestros productos aparezcan dentro de esos resultados de búsqueda, deberemos trabajar seis elementos básicos: URL, Keywords, Título, Texto de imágenes, Metadescripción y Texto alternativo de las imágenes adicionales. Debemos encontrar una keyword o serie de keywords que nos defina nuestro producto y colocarlo en varios de los elementos SEO de manera coherente.

### URL SEO

>>

Podemos personalizar la URL desde el producto que tengamos en el Logicommerce para crear una URL amigable. Para los buscadores debemos poner todas las letras en minúsculas y con un guión donde debería haber un espacio. Suponiendo que tuviésemos un producto llamado “espaguetis italianos” y que estuviesen en la categoría “pasta-italiana”, la URL quedaría construida de la siguiente manera :

**Por ejemplo:** [ww.tiendaejemplo.com/pasta-italiana/espaguetis-italianos](http://ww.tiendaejemplo.com/pasta-italiana/espaguetis-italianos).

### Keywords

>>

Las palabras que definiremos en el campo Keywords no serán visibles en la página web, pero sí para los principales buscadores. Nos permitirán poner énfasis en las palabras importantes y usar palabras complementarias relacionadas con el producto.

Aquí debemos colocar las keywords del producto, pero también añadir variaciones de las keywords y conceptos más generales. Muchos usuarios hacen faltas ortográficas en sus búsquedas, con lo que podemos agregarlas en este campo.

**Por ejemplo:** [Espaguetis](#), [pasta italiana](#), [pasta fresca](#), [comida italiana](#)

### Título

>>

Es el título que le damos al producto y que únicamente se muestra al realizar una búsqueda en los buscadores. Es importante que el título del producto tenga la misma palabra clave de la URL SEO.

**Por ejemplo:** [Espaguetis Italianos | Tienda Ejemplo](#)

### Texto alternativo de imágenes (ALT)

>>

Los exploradores Web muestran un texto alternativo cuando no hay imágenes. Google no es capaz de ver el contenido de una imagen, pero sí de indexar el texto contenido. Aquí recomendamos repetir el criterio principal, en este caso “espaguetis italianos” **ALT : [Espaguetis Italianos](#)**

### Metadescripción

>>

Es la descripción que los buscadores muestran al realizar una búsqueda. Está limitada a un número de caracteres. Puede describir el producto utilizando la keyword que defina su producto, creando frases con sentido.

**Por ejemplo:** [“Espaguetis italianos frescos y listos para cocinarse al dente. Elaborados de manera artesanal como en la verdadera cocina italiana”](#).

### Texto alternativo de las imágenes adicionales

>>

LogiCommerce 8.5 permite nombrar el contenido ALT de todas las imágenes de un producto. Si sólo se tiene una imagen, este campo no estará disponible. Desde aquí se pueden crear textos alternativos de la imagen.

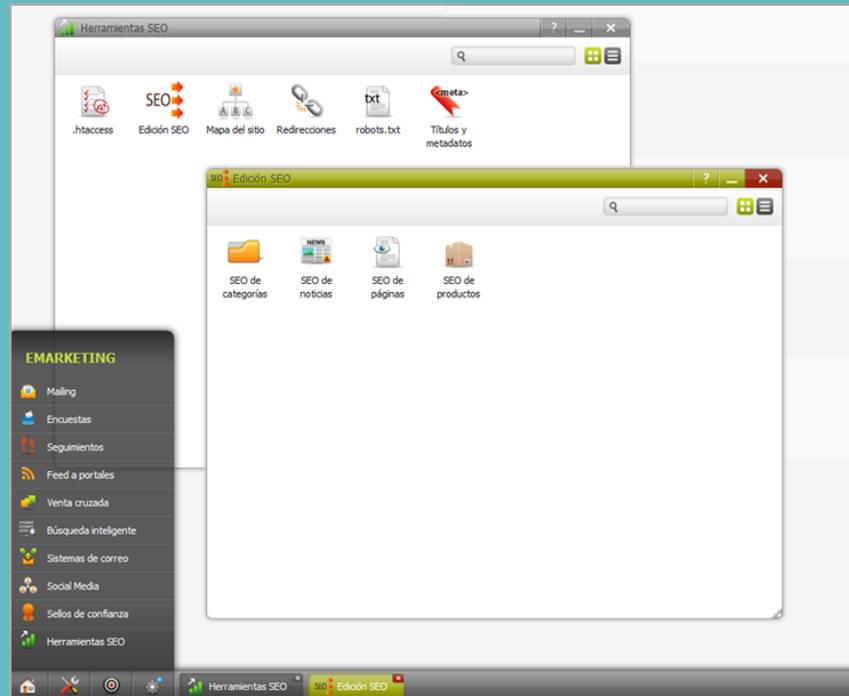
# HERRAMIENTAS SEO

# 2



En el menú de **eMarketing** de Logicommerce 8.5{e}, encontramos la sección de **Herramientas SEO**. En ella, disponemos de varios apartados que nos permitirán mejorar el posicionamiento de nuestro ecommerce, y que iremos desglosando a lo largo de este documento.

Cada una de las herramientas que le ofrecemos en Logicommerce están pensadas para que de una manera sencilla pueda trabajar en lo que más convenga a su negocio. A continuación le detallaremos las opciones que le ofrece el Módulo SEO para que pueda aplicar los conceptos que anteriormente hemos descrito y mejorar el posicionamiento de su ecommerce.

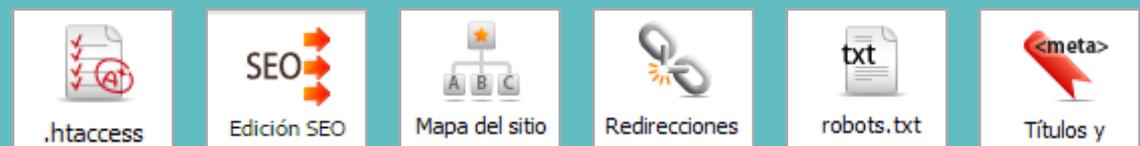


## ACCESO AL MÓDULO SEO

Como las acciones de SEO son parte de las estrategias de eMarketing, podrá encontrar el acceso a las herramientas SEO accediendo a través del icono:



Dentro de **Herramientas SEO** se encuentran las siguientes opciones:

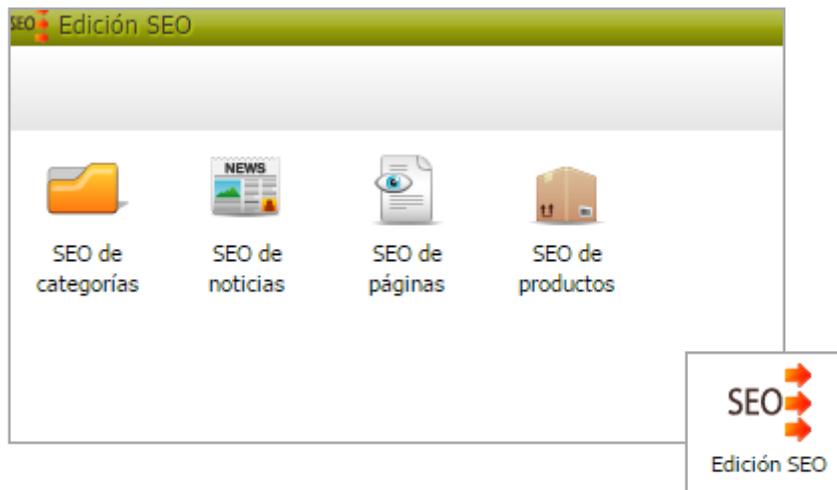


## HERRAMIENTAS SEO

En los primeros elementos en los cuales tenemos que centrarnos para mejorar el posicionamiento de un ecommerce, son los relacionados con la información que estamos enviando a los diferentes buscadores.

## EDICIÓN SEO

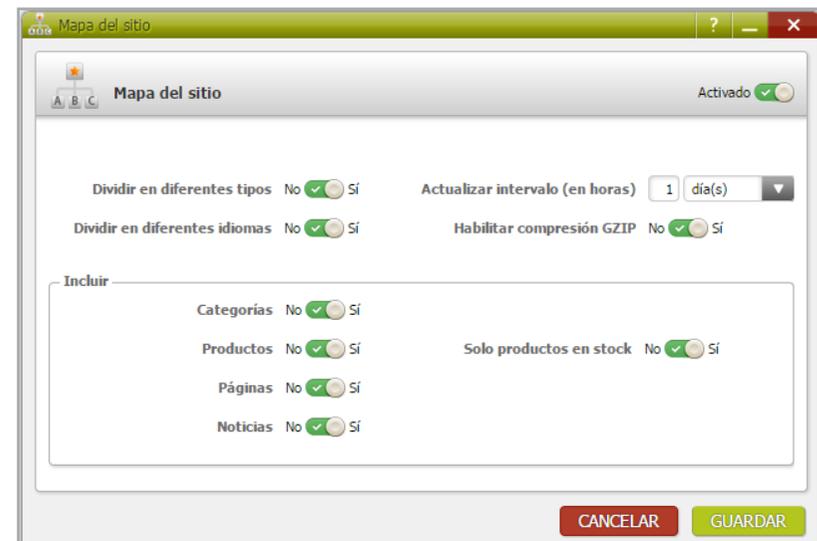
Permite asignar de forma masiva, algunos parámetros como URL, Título, Metadescripción y Keywords dentro de varias secciones de la tienda como son las categorías, productos, páginas o noticias.



## MAPA DEL SITIO

Es una lista de páginas de su ecommerce que facilita el rastreo y la indexación en buscadores como Google, Yahoo y Bing entre otros.

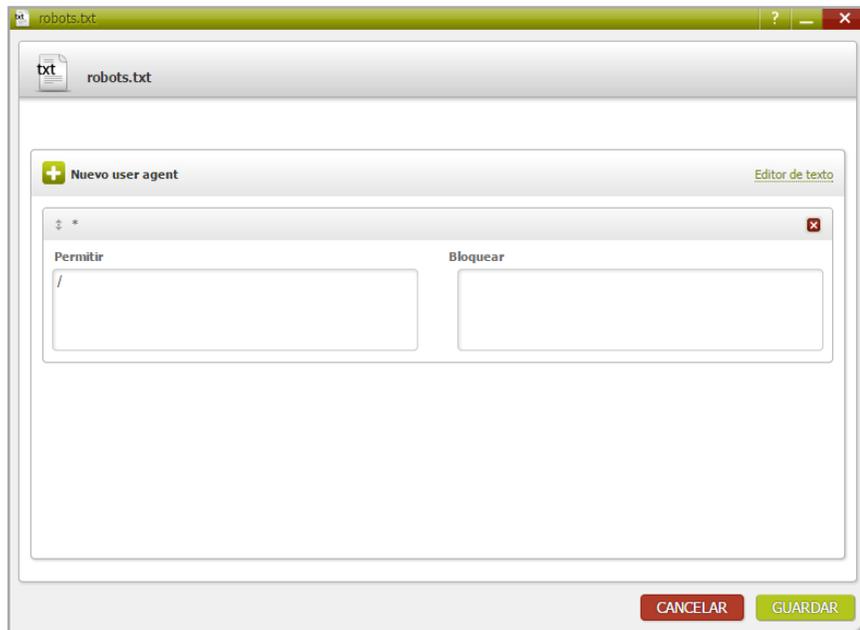
Se recomienda dejar tal y como se configure inicialmente la tienda ya que cualquier modificación en este, le puede dejar sin visibilidad ante los buscadores.



## HERRAMIENTAS SEO

### ROBOTS

Este archivo permite editar los accesos y permisos a los robots de los diferentes buscadores. Se recomienda dejar la configuración inicial de la tienda si no se tienen conocimientos avanzados a nivel SEO. Podría eliminarse el acceso a los robots de los buscadores si no se configura correctamente.



### TÍTULOS Y METADATOS

Esta ventana permite definir los campos SEO (Título, Descripción y Keywords) de la página de inicio y también permite configurar de manera masiva los campos SEO de las categorías, productos, páginas y noticias. Para que el texto sea acorde a cada categoría o producto, se utilizan comodines que se convertirán en unos determinados valores, que detallaremos más adelante.



# OPTIMIZACIÓN GENERAL DE TU ECOMMERCE

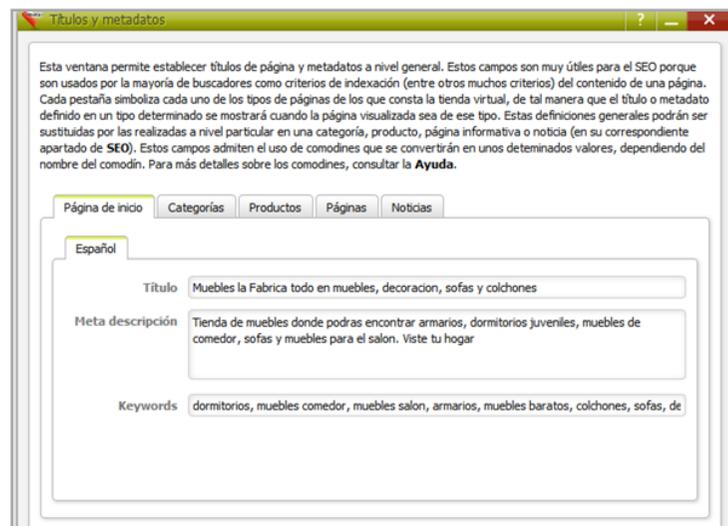


## TÍTULOS Y METADATOS DEL ECOMMERCE: HOME

### Página de inicio

>>

En este apartado se define el título genérico que se muestra en la portada. Este texto es de gran importancia, ya que es la presentación de su ecommerce hacia los buscadores.



Una de las herramientas que será de gran importancia para posicionar su ecommerce, será la ventana de Títulos y Metadatos. Desde esta sección podremos trabajar la Página de Inicio, categorías, productos, páginas y noticias.

# 3

### Título Home

>>

Dentro de los términos SEO es denominado como **Title**. Este es el sitio para poner las mejores palabras claves de su página pero colocando una frase. Al final debe de poner el nombre de su tienda.

**Por ejemplo:** *"Tienda Gourmet de Pasta Italiana | Tienda Online Ejemplo"*

### Metadescripción

>>

Es un texto que no se muestra en la web pero es necesario para la Indexación en Google. En algunos casos Google la escoge para mostrarla en los resultados de búsqueda si considera que el contenido de la página no es lo suficientemente explicativo.

**Por ejemplo:** *"Tienda online gourmet especializada en Pasta Italiana. Pasta artesanal, creada con ingredientes mediterraneos. Espaguetis, Lasagna, Tortellinis y mas pasta rellena como la verdadera cocina italiana"*

### Palabras clave

>>

Aquí introducimos las palabras clave que colocará en los metatags de la portada y en las demás secciones si no tienen definidas las palabras clave particulares.

**Por ejemplo:** *"Pasta fresca, pasta italiana, raviolis frescos, cocina mediterránea, pasta gourmet, pasta rellena, pasta artesanal, tienda gourmet."*

# TÍTULOS Y METADATOS DEL ECOMMERCE: CATEGORÍA

## Páginas de categoría

>>

En este apartado se define el texto genérico que saldrá en todas las categorías que tenga en su ecommerce.

## Título

>>

Este campo afectará el Title de todas sus páginas de categoría, con lo que deberá utilizar los códigos comodín para crear frases con sentido y que puedan relacionarse con el nombre de cada una de sus categorías.

## Metadescripción

>>

Es un texto que no se muestra en la web pero es necesario para la Indexación en Google. Ya que debe de ser un texto explicativo, pero que debe de concordar con cada una de las categorías, se debe de usar el código comodín **%category%** para que salga el nombre de la categoría en la metadescripción.

## Palabras clave

>>

Aquí introducimos las palabras clave que colocará en los metatags de todas la categorías. Es preferible usar keywords que puedan englobar de manera general el contenido del ecommerce.

*Por ejemplo, supongamos una tienda que se llama tiendaOnline, con una serie de categorías donde queremos poner un texto genérico. Se puede crear una frase como esta:*

**- Venta de %category% y otros productos a los mejores precios en TiendaOnline.com**

*Usando los códigos comodín , el sistema nos genera automáticamente un título como el siguiente:*

**- Venta de suplementos naturales y otros productos a los mejores precios en TiendaOnline.com**

# TÍTULOS Y METADATOS DEL ECOMMERCE: PRODUCTO

## Páginas de producto

>>

En este apartado se define el texto genérico que saldrá en todos los productos que tenga en el ecommerce. Al igual que en la categoría, se debe de crear un texto que pueda ser coherente para todos los productos. Para ello se pueden utilizar los códigos comodín para que cada uno quede personalizado.

## Código comodín

>>

Aquí podemos usar las siguientes variables para que automáticamente aparezcan en el título de los productos. Los correspondientes valores son:

**%product%** para referirse al nombre del producto.

**%category%** para referirse al nombre de la categoría.

**%ecommerce%** para referirse al nombre del comercio.

*Por ejemplo, supongamos una tienda que se llama tiendaOnline, con una serie de productos donde queremos poner un texto genérico. Se puede crear una frase como esta:*

**- Venta de %product% y más %category% a los mejores precios en %ecommerce%**

*Y el sistema nos genera automáticamente para el producto un título como el siguiente:*

**- Venta de multivitamínico y más suplementos naturales a los mejores precios en TiendaOnline.com**

# OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE PRODUCTOS

# 4

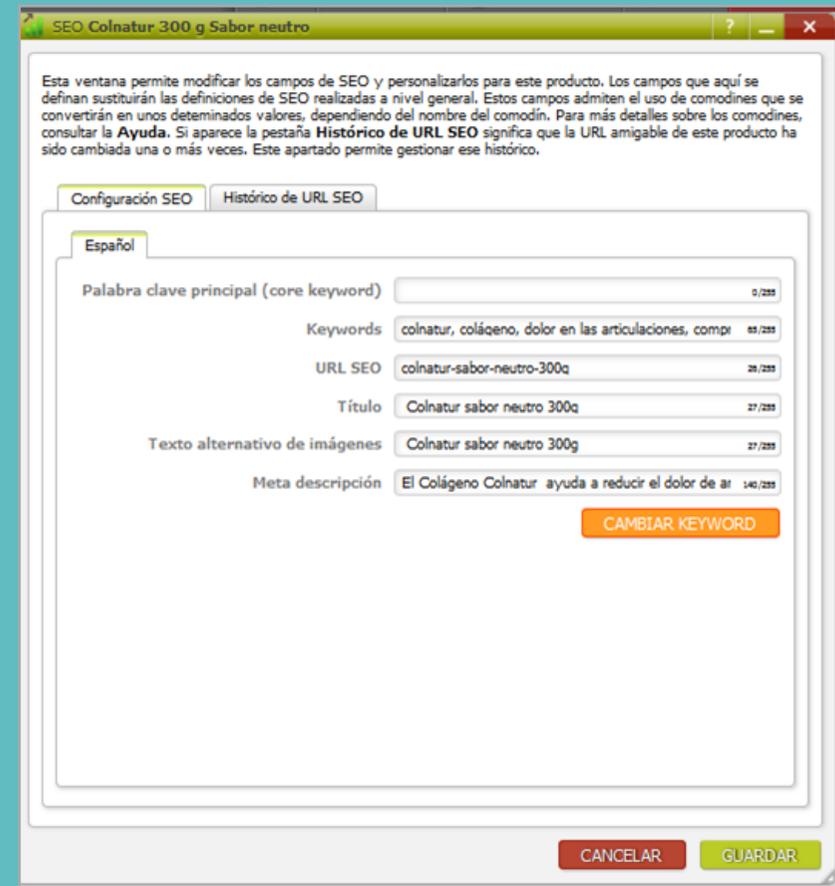
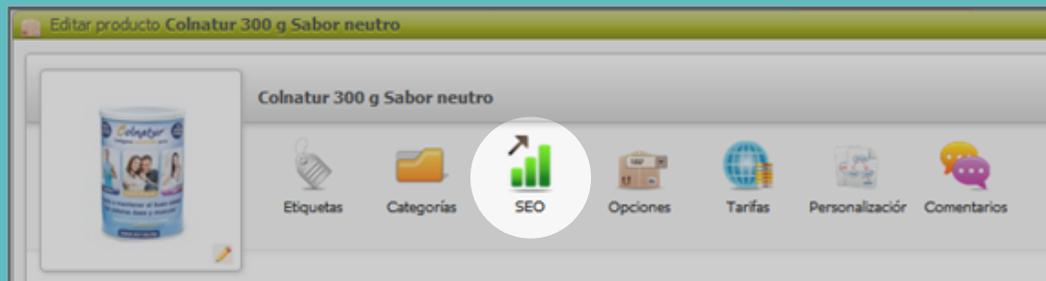


Aun teniendo una optimización general de los diferentes elementos de su ecommerce, siempre es importante mejorar la información que tiene cada uno de ellos de manera individual. Para poder modificar la información SEO de cada producto, tiene una ventana dentro de cada uno para cada ficha de producto.

En esta ventana podrá personalizar los campos de SEO. En este apartado de configuración SEO se pueden configurar los siguientes campos:

- **Palabra clave principal (core keyword)**
- **Keywords**
- **URL SEO**
- **Título**
- **Texto alternativo de imágenes**
- **Meta descripción**

Hay que tener en cuenta que los campos que aquí se definan sustituirán las definiciones de SEO realizadas a nivel general.



## PALABRAS CLAVE PRINCIPAL (CORE KEYWORD)

Configuración SEO

Español

Palabra clave principal (core keyword) contorno ojos gel 16/255

Keywords 0/255

URL SEO contorno-ojos-qel 41/255

Título contorno ojos gel 0/255

Texto alternativo de imágenes contorno ojos gel 0/255

---

SEO Colnatur 300 g Sabor neutro

Esta ventana permite modificar los campos de SEO y personalizarlos para este producto. Los campos que aquí se definan sustituirán las definiciones de SEO realizadas a nivel general. Estos campos admiten el uso de comodines que se convertirán en unos determinados valores, dependiendo del nombre del comodín. Para más detalles sobre los comodines, consultar la **Ayuda**. Si aparece la pestaña **Histórico de URL SEO** significa que la URL amigable de este producto ha sido cambiada una o más veces. Este apartado permite gestionar ese histórico.

Configuración SEO Histórico de URL SEO

Español

Palabra clave principal (core keyword) 0/255

Keywords colnatur, colágeno, dolor en las articulaciones, compr 65/255

URL SEO colnatur-sabor-neutro-300g 28/255

Título Colnatur sabor neutro 300g 27/255

Texto alternativo de imágenes Colnatur sabor neutro 300g 27/255

Meta descripción El Colágeno Colnatur ayuda a reducir el dolor de ar 140/255

CAMBIAR KEYWORD

La **palabra clave principal** sirve para automatizar el proceso de SEO en el producto. Si introducimos un valor (una palabra o varias) y pulsamos en el botón “Cambiar keyword” añadirá solamente el contenido de este campo a la URL SEO, al título y al texto alternativo. Pero como lo mejor que podemos hacer para posicionar nuestros productos es la personalización de la información, recomendamos que se rellene cada campo de la configuración SEO.

### URL

>>

Palabras clave o frase descriptiva del producto que servirá como URL “amigable” para una mejor indexación en buscadores así como para facilitar la navegación a los usuarios. Se debe escribir siempre en minúsculas y substituyendo los espacios en blanco por un guión (-).

### Texto alternativo de imágenes

>>

Desde aquí podemos personalizar con palabras clave el texto alternativo de la imagen principal y las adicionales en caso de no configurarlo particularmente. Este texto es el que se muestra en caso de no poder acceder a la imagen y es el que “leen” los robots de los buscadores para interpretar sobre qué hace referencia dicha imagen.  
**Por ejemplo:** “*Raviolis frescos | Tienda Ejemplo*”, “*Pasta fresca | Tienda Ejemplo*”.

### Descripción metatags

>>

Descripción particular del producto que se coloca en las metatags de la página. Este texto substituye al generado automáticamente desde la configuración general en caso de ser rellenado.

### Texto alternativo de imágenes adicionales

>>

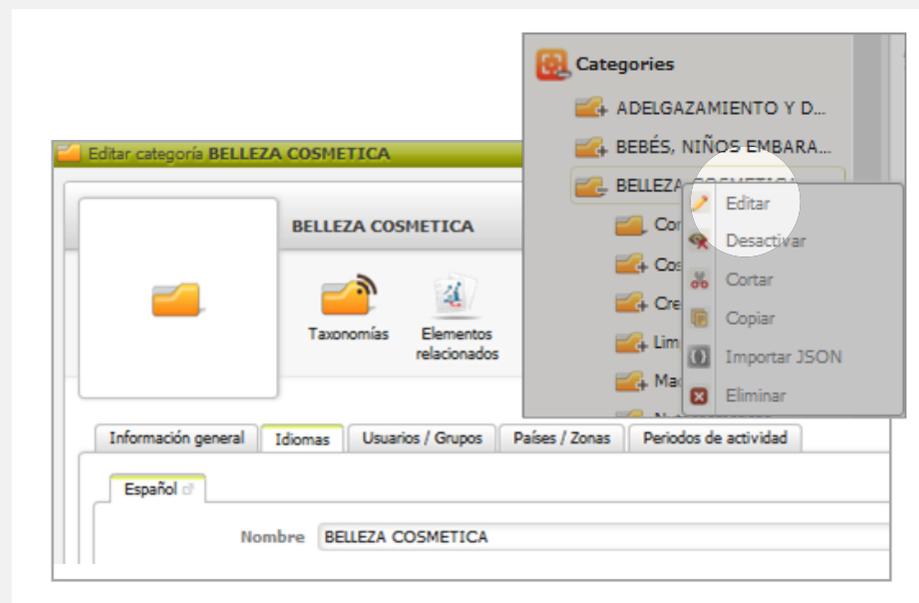
Para cada una de las imágenes adicionales se puede generar un texto alternativo particular en vez de usar el genérico que hemos definido anteriormente. Es recomendable que los textos alternativos para cada imagen sean diferentes.

# OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE CATEGORÍAS



Aun teniendo una optimización general de los diferentes elementos de su ecommerce, siempre es importante mejorar la información que tiene cada uno de ellos de manera individual. Para poder modificar la información SEO de cada producto, hay una ventana para cada uno dentro de cada ficha.

Para editar los campos SEO de una categoría, debemos acceder a ella a través de la ruta **Catálogo >>** botón derecho encima **Categoría >> Editar**.



## URL SEO

>>

Al igual que en el producto, podemos generar una URL "amigable" que redirija a una categoría en especial. Se debe escribir substituyendo los espacios por guiones (-) y preferentemente en minúsculas.

**Por ejemplo:** [www.tiendaejemplo.com/pasta-fresca](http://www.tiendaejemplo.com/pasta-fresca)

## Título de categoría

>>

Título particular para la categoría.

**Por ejemplo:** *Pasta fresca | Tienda Online Ejemplo*

## Metadescripción

>>

Descripción particular de la categoría que se coloca en las metatags de la página.

**Por ejemplo:** *Tienda online gourmet especializada en pasta fresca. Pasta artesanal creada con ingredientes 100% frescos. Comida Gourmet italiana lista para preparar en casa.*

## Palabras clave

>>

Palabras clave particulares para cada categoría que se introducirán en las keywords metatags.

**Por ejemplo:** *"Pasta fresca, pasta italiana, cocina mediterránea, pasta gourmet, pasta artesanal, tienda gourmet."*

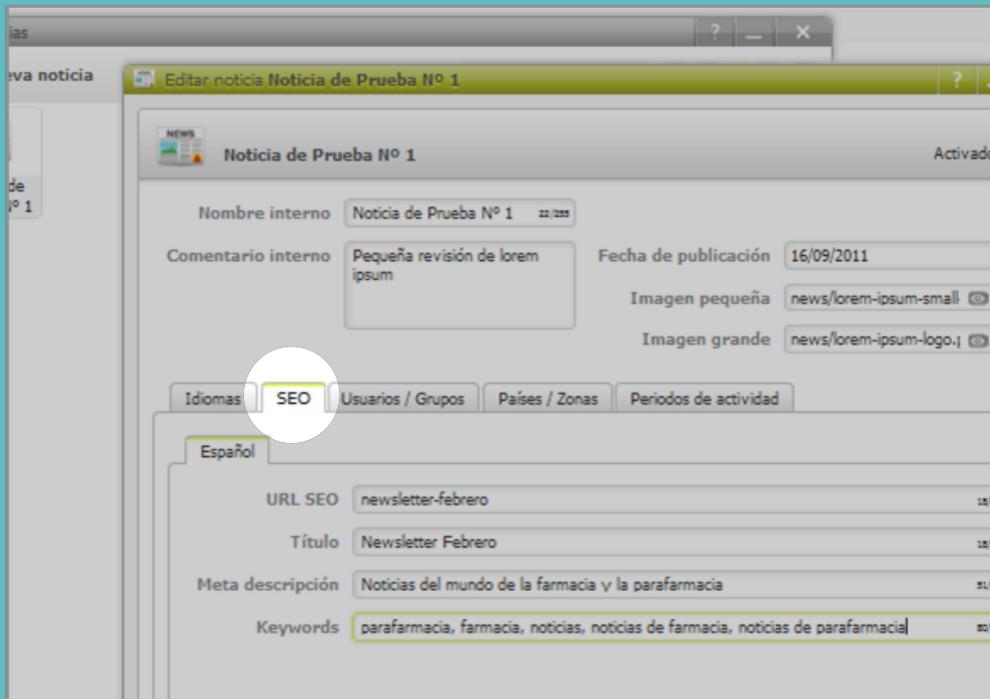
# 5

# OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DE NOTICIAS

# 6



Si usted utiliza el módulo de noticias de Logicommerce también le será posible trabajar de manera particular el SEO de cada una de las noticias. En la pestaña de idiomas de las noticias encontramos los siguientes campos SEO:



## URL SEO



Al igual que en el producto, la categoría y las páginas de contenido, podemos generar una URL “amigable” que redireccione a una noticia en especial. Se debe escribir substituyendo los espacios por guiones ( - ) y preferentemente en minúsculas.

## Título de la ventana



Título particular para la noticia. Si en la configuración general se ha seleccionado añadir el título genérico de la tienda, éste aparecerá justo detrás del título que configuraremos aquí.

## Descripción metatags



Descripción particular de la noticia que se coloca en las metatags de la página. Este texto substituye al generado automáticamente desde la configuración general en caso de ser rellenado.

## Keywords



Palabras clave particulares para cada noticia que se introducirán en las keywords metatags. En algunos diseños se enseñan las palabras clave a pie de página.

# OPTIMIZACIÓN PARTICULAR DEL BLOG



Si usted utiliza el Blog de Logicommerce también le será posible trabajar de manera particular el SEO de la home del blog y de los diferentes post. En la página de Blog encontramos los siguientes campos SEO:

7

## URL SEO

>>

Al igual que en el producto, podemos generar una URL “amigable”. Se debe escribir substituyendo los espacios por guiones (-) y preferentemente en minúsculas.

## Título de la ventana

>>

Título particular para el Blog. Es importante que las keywords que utilizan en el resto del ecommerce también estén reflejados en el Blog

## Descripción metatags

>>

Descripción particular del Blog que se coloca en las metatags. Este texto substituye al generado automáticamente desde la configuración general en caso de ser rellenado.

## Keywords

>>

Palabras clave particulares en Blog que se introducirán en las keywords metatags.

# ESTRATÉGIAS DE LINKBUILDING

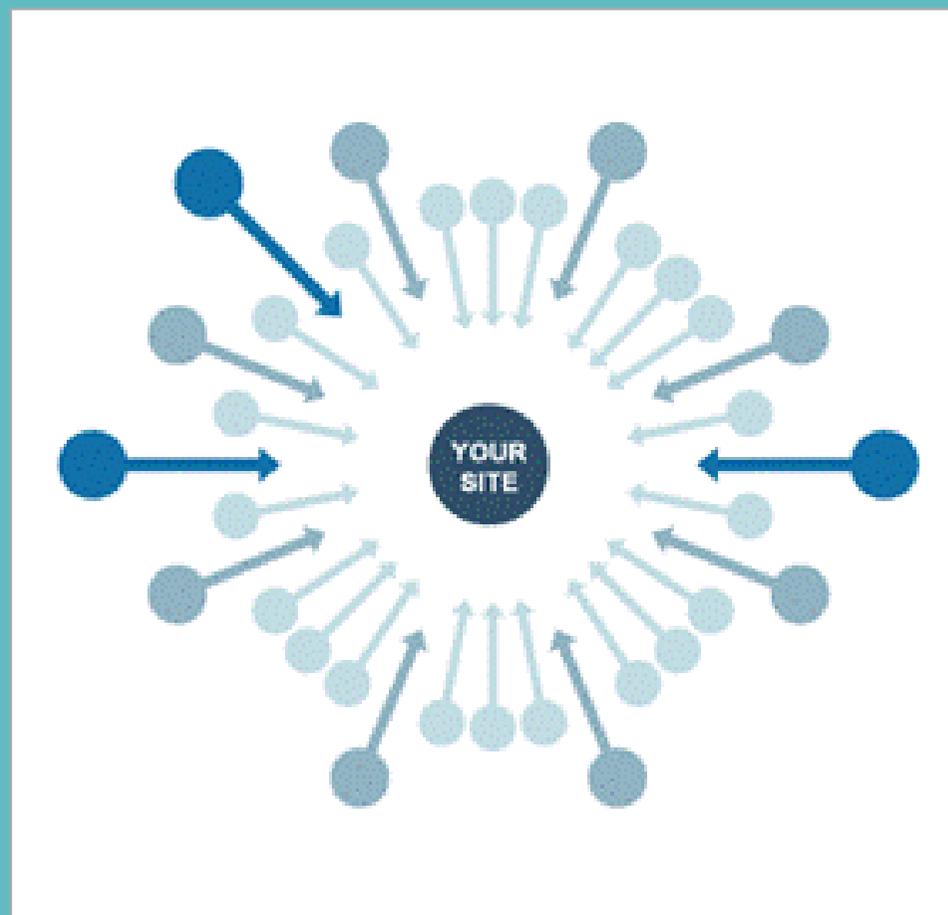


# 8

El posicionamiento en los principales buscadores es un trabajo que lleva tiempo y por tanto debemos tener paciencia, sobre todo los primeros meses.

Para un buen posicionamiento de la tienda, es muy importante obtener enlaces de otras páginas web y que apunten a nuestra página principal. No valen los directorios generalistas. Deberíamos obtener links de páginas cuyo contenido tenga cierta relación con el nuestro. Es interesante en estas páginas que no son de compra directa, introducir links directos a los productos que puedan interesar o directamente relacionar productos a las páginas.

Debemos detectar todas esas páginas que sean importantes en nuestro sector y tomarlas como referencia. Sobre todo es interesante ver si podemos obtener enlaces desde esas páginas hacia la nuestra y con ello indicar a Google de otra manera, la importancia de nuestro negocio.



# RESUMEN Y DETALLES FINALES

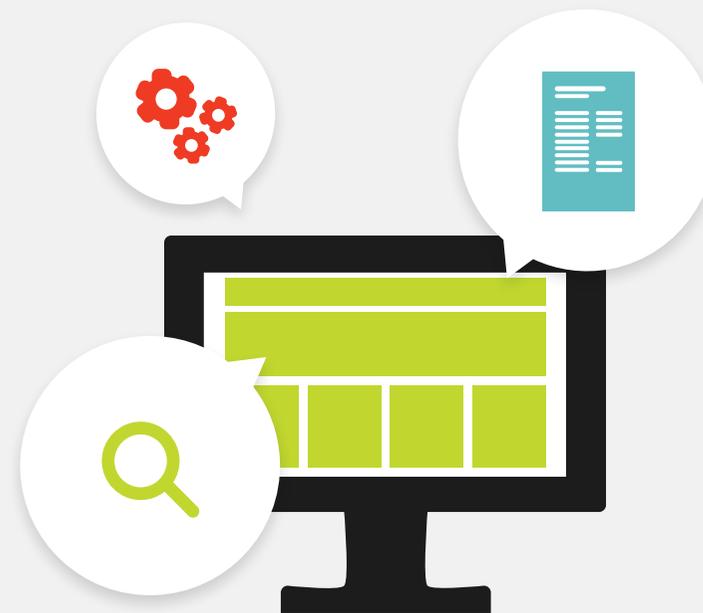


9

## ¿QUÉ HEMOS VISTO?

Realizando las diferentes acciones que le enseñamos en esta Guía de SEO, tendrá la opción de poder trabajar todos los elementos **SEO On Page** para mejorar el posicionamiento de su tienda.

El trabajar estos elementos debe de ser una labor constante y lo ideal es que todas las páginas de su negocio online cuente con los recursos necesarios para que se posicione de una manera óptima en buscadores, que son la puerta de entrada a nuevos clientes.



Recuerde también que disponemos del servicio de **Marketing Online** para su tienda, donde podemos trabajar por usted en estrategias de SEO, SEM y otras técnicas para conseguir potenciales clientes para su tienda online. No dude en solicitar más información al respecto.



### BARCELONA OFFICE

C/ Milà i Fontanals, 3  
08700 Igualada  
Barcelona  
Spain  
+34 931842974  
[www.trilogi.com](http://www.trilogi.com)

### BEIJING OFFICE

北京市朝阳区朝外大街甲6号  
万通中心AB-4层  
北京  
中国  
+86 10 5731 7969  
[www.tlg-sino.com](http://www.tlg-sino.com)

### HONG KONG OFFICE

Suites 801 & 806  
Singa Commercial Centre  
144 - 151 Connaught Road West  
Hong Kong  
+852 21270636  
[www.tlgcommerce.hk](http://www.tlgcommerce.hk)

