



E-book

SEO

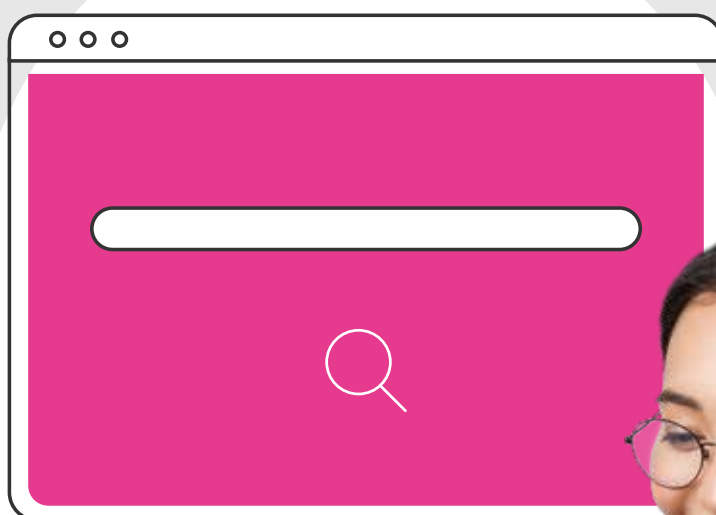
Qué es y cómo puede ayudarte a llevar más visitas a tu tienda



**mercado
shops**

En este e-book vamos a contarte todo sobre el **SEO**: qué es, cómo puede ayudarte a llevar tráfico a tu tienda con una muy baja inversión y más.

02



¡Seguí leyendo para descubrirlo!



Empecemos por el principio...

El **tráfico web** se refiere a la cantidad de visitas que recibe tu sitio web o tu tienda online.

¿Por qué es tan importante? De todas las personas que ingresan a una tienda, en promedio, solo el 2% realiza una compra*. Es fundamental que todos se enteren qué vendés y dónde. ¡Cuanto más tráfico generes, más probabilidades hay de que concretes una venta!

Hay 2 grandes formas de atraer visitas a tu tienda y posicionarla:



✓ **Herramientas de marketing gratuitas o de baja inversión (SEO):**

Son **las visitas que llegan a tu Shop de manera orgánica**, a través de una búsqueda en Google o en las redes sociales.

✓ **Herramientas de marketing pagas (SEM):**

Es el tráfico que se genera al invertir **en publicidad**. Con el tráfico pago podrás obtener más visitas, más rápidos y tendrás mayor control sobre el perfil de los usuarios que llegarán a tu tienda. Algunas plataformas que te permiten generar anuncios son Google, Meta Ads y Mercado Ads.

Antes de profundizar en el SEO vamos a repasar las diferencias más importantes entre SEO y SEM

	SEO	SEM
COSTOS	¡Es Gratis! Pero tené en cuenta que tener una tienda y tus perfiles de redes bien optimizados y posicionarlos de manera orgánica requiere mucho tiempo y dedicación.	Lo que decidas invertir en campañas de publicidad online.
TRÁFICO GENERADO	Con una estrategia SEO sólida, no hay límite en el tráfico que podés generar.	El tráfico que generes depende de tu inversión y de tu segmentación.
TIEMPO	Obtenés resultados a largo plazo, y con una buena estrategia, permanentes	Obtenés resultados en corto plazo, pero si dejás de invertir, dejás de obtener resultados.

Con esta comparación no buscamos que elijas entre SEO o SEM.

Una estrategia de marketing bien hecha tiene que tener su parte de SEO y de SEM. Son dos herramientas distintas, que podés usar para objetivos diferentes.

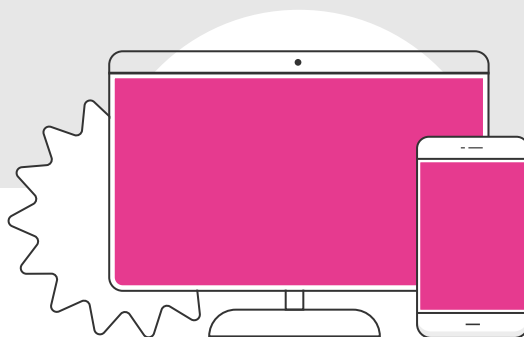
¿Querés saber más sobre
publicidad paga digital y cómo
te puede ayudar a vender más?

[Descargate nuestro e-book](#)



Ahora sí, vamos a lo nuestro.

¡Entendamos bien qué es el SEO!



05

Cuando hablamos de SEO nos referimos a una serie de técnicas y estrategias que se llevan a cabo para optimizar tu tienda, publicaciones y/o sitio web para mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores y captar mayor cantidad de tráfico.

Es decir, que hablamos de los potenciales clientes que llegan a tu tienda online sin haber hecho clic en algún anuncio o publicidad, sino por haber visto tu tienda en los buscadores de manera gratuita.



Trabajar en el posicionamiento SEO de tu ecommerce es una de las tareas más importantes del marketing digital si querés que lleguen más clientes a tu tienda y conozcan tu marca y tus productos.

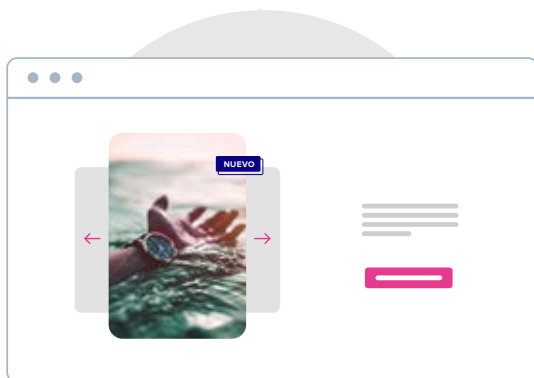
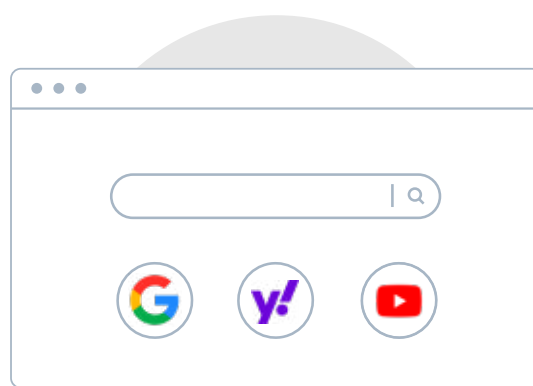
SEO

Es una sigla en inglés que significa “Search Engine Optimization”

Algo que podemos traducir como **Optimización de motores de búsqueda**

Básicamente se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en un sitio web

para que éste aparezca en los primeros lugares cuando una persona está buscando un producto o servicio determinado en los buscadores de Internet.



El objetivo del SEO es preparar tu sitio a la medida de los motores de búsqueda, como Google o Yahoo, para aparecer entre los primeros anuncios orgánicos, es decir, no pagos.

Como ya mencionamos, tenés que tener en cuenta que el resultado del posicionamiento se da a largo plazo, ya que esto es orgánico y no pago. Depende de los motores de búsqueda y de tu trabajo en las técnicas SEO que en el tiempo tu tienda se vea mejor posicionada.

Hay 2 grandes técnicas de SEO



- **on-page** en tu tienda
- **off-page** fuera de tu tienda

¡Unas páginas más abajo vamos a contarte las diferencias!



Pppsssss...

¿Sabías que si bien el SEO empezó estando 100% centrado en buscadores evolucionó con los años y **hay técnicas SEO para que tus perfiles de redes sociales también sean fáciles de encontrar y se posicionen bien?**

Pero eso será tema de otro día, así que **[seguinos en Instagram](#) que vamos a estar hablando de esto.**



¿Por qué el SEO es tan importante?

Ya dijimos que el tráfico orgánico es fundamental para el éxito de una web.

Su importancia no solo es cuantitativa, sino también cualitativa, ya que las visitas que genera no pertenecen a cualquier tipo de usuario, sino a alguien que:

- ✓ Llegó a nuestra página haciendo una **búsqueda a través de unas palabras clave o una frase relacionada** (directa o indirectamente) con nuestra marca.
- ✓ Se trata de **alguien interesado en la temática** de nuestra tienda o, al menos, en alguno de nuestros productos.
- ✓ Llegó a nuestra página de forma natural, orgánica. **La persona usuaria nos buscó a nosotros tratando de encontrar una solución a su necesidad** o problema, y no al revés. Dicho de otro modo: no llegó a nuestra tienda a partir de un anuncio.



Técnicas SEO para mejorar el posicionamiento orgánico de tu Mercado Shop

Tener una buena estrategia de SEO (Search Engine Optimization) puede ayudarte a que tu tienda aparezca bien posicionada en los distintos buscadores. **Veamos cuáles son los puntos sobre los cuáles debes trabajar.**

01.

Investigación de Palabras Clave

El primer paso para aplicar esta técnica es realizar una investigación de las palabras clave (o keywords, en inglés) adecuadas para tu Mercado Shops. Una buena idea en este punto es hacer un listado con aquellas que están relacionadas con lo que vendés, incluyendo sinónimos y variaciones de los que más te interesen.

Para ello podés usar las herramientas gratuitas que el mismo Google te ofrece. El Planificador de Palabras Clave de Google será un gran aliado en esta tarea. Si bien esta última herramienta se utiliza para crear campañas, con su ayuda podrás decidir qué términos te conviene usar para posicionar tu tienda en lo más alto del buscador.

Además de Google, hay otras herramientas gratuitas que te pueden ayudar a descubrir las mejores palabras clave para tu negocio.

Te recomendamos algunas:

Ubersuggest

Esta herramienta ofrece de forma gratuita un servicio que muestra cómo están siendo usadas las palabras clave que te interesan y te sugiere otras que te pueden ayudar a orientar tu estrategia y ayudarte a generar contenido.

soovle

Soovle te muestra todas las sugerencias de búsqueda, no sólo de buscadores como Google, si no que suma Amazon, Answers.com, Wikipedia y Youtube.

AnswerThePublic

Si querés saber qué busca la gente (y ¿cómo no vas a querer?) esta es la herramienta perfecta. Answer the Public te muestra las búsquedas relacionadas con las palabras clave que insertes. Así sabrás cuáles exactamente y qué busca tu público.

Acordate: existen palabras clave con más competencia que otras



Siempre será mejor apostar por las que, efectivamente, te permitan conseguir una buena ubicación en el motor de búsqueda. Un tip que puede ayudarte es la de usar keywords "**longtail**" y "**shortail**" de forma balanceada. No hay que ser muy específicos ni muy generales si queremos generar tráfico.

Shortail

Son una o dos palabras. A causa de su corta longitud las búsquedas son menos específicas que las que se realizan con más de dos palabras, la llamada long tail.

Longtail

Son una combinación de varias palabras, que suelen ser mucho más concretas que las palabras clave generalistas o secundarias, y que, precisamente por ello, tienden a tener una menor competencia.



Shortail

Longtail

VOLUMEN
DE
BÚSQUEDAS

Alto

Bajo

COMPETENCIA

Alta

Baja

FOCO

Bajo

Alto

CONVERSION
RATE

Baja

Alta

EJEMPLOS

Tenés una tienda de electrodomésticos. Una palabra shortail sería “**celulares**” y una palabra longtail sería “**celular samsung modelo a03**”.

Con la primera vas a generar bastante tráfico, con la segunda estás captando menos usuarios, pero con un interés más específico y una intención de compra más elevada.

02.

Título y Descripción de tus publicaciones

Tanto a la hora de definir las categorías de tu tienda virtual como de redactar los títulos y las fichas de los productos es importante que utilices las palabras clave asociadas a tu negocio.

La descripción en tus publicaciones puede ayudarte mucho a rankear tu tienda en los primeros lugares de los buscadores. Creá textos que contemplen el SEO, usando las palabras claves pero sin abusar de ellas.

→ **Además** es importante que el contenido de la información que pongas sea coherente y de utilidad para tus compradores.



03.

Evita copiar la descripción del fabricante/proveedor

Si comprás los productos que vendés previamente al fabricante original, es importante que no hagas “copiar/pegar”. Ante la urgencia o la necesidad de resolver rápidamente la carga de la descripción de un producto, muchos caen en la tentación de copiar la descripción que el fabricante realizó.

Pero al hacerlo estás generando contenido duplicado y eso es algo por lo que Google puede penalizar tu tienda y hacerte perder posicionamiento.



04.

Optimización de las imágenes

En materia de e-commerce sabemos que las fotografías son fundamentales para que el usuario conozca los productos que comercializamos. Pero también te ayudan a que tu tienda online quede mejor posicionada en los buscadores.

Para ello, es necesario que cuenten con un tamaño adecuado (puedes utilizar diferentes herramientas para comprimirlas sin que pierdan calidad). Así, las imágenes también son encontradas por los robots de búsquedas.

05.

El dominio de tu Mercado Shop

La URL de tu tienda online también puede ayudarte a posicionarte en los resultados de búsqueda más altos.

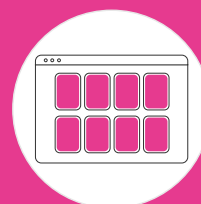
Asegurate que sea corta y que contenga el nombre de tu marca para que los usuarios te encuentren sin dificultades en la web. **En Mercado Shops podés tener tu propia tienda online con el dominio que vos decidas.**

→ **Mirá este VIDEO** para entender por qué es tan importante tener un dominio propio.

Te dejamos unas cifras*
más para convencerte:

80%

de las tiendas que venden a diario **tienen su dominio conectado.**



48%

de las tiendas que vendieron constantemente durante los últimos 3 meses **tienen su dominio delegado.**

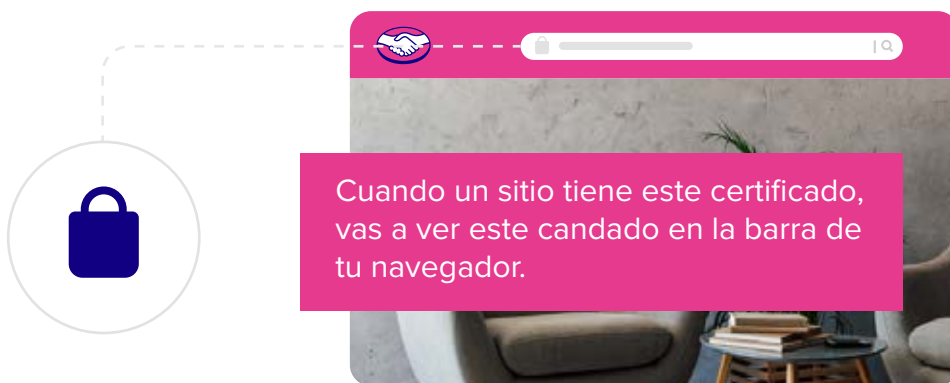


*Considerando las tiendas y ventas de Mercado Shops en Latinoamérica (jul - sep 2022)

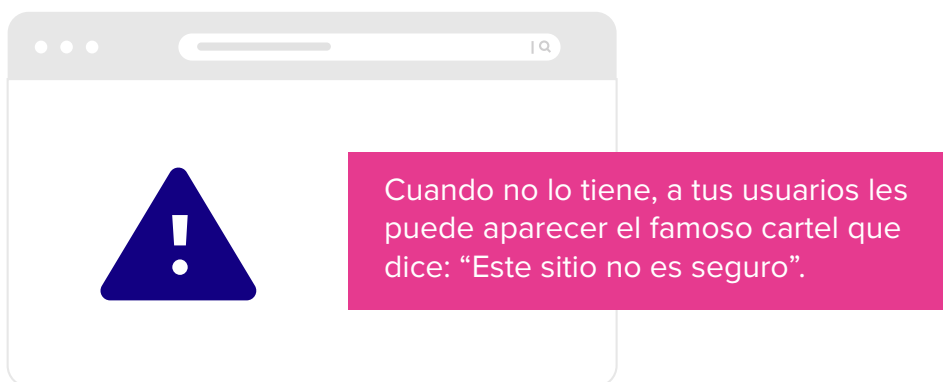
Consejo para estudiantes avanzados: A la hora de comprar tu propio dominio te recomendamos comprar también un certificado SSL.



¿Qué es esto? Un certificado de capa de conexión segura (SSL) es un certificado digital que garantiza la seguridad en tu sitio web, lo que significa que tu tienda se representa con veracidad y los visitantes encontrarán el contenido que esperan. Es súper importante si tenés un e-commerce, ya que transmite confianza a la hora de realizar una compra.



Cuando un sitio tiene este certificado, vas a ver este candado en la barra de tu navegador.



Cuando no lo tiene, a tus usuarios les puede aparecer el famoso cartel que dice: “Este sitio no es seguro”.

- Los motores de búsqueda como Google y Yahoo/Bing usan la presencia de un certificado SSL como factor de ranking. Esto significa que tener un sitio web seguro te ayudará a subir escalones en tu posicionamiento SEO.

06.

Completar los datos de tu negocio

Uno de los aspectos más relevantes a tener en cuenta a la hora de vender por Internet es la confianza. Por eso, es fundamental darle al cliente la seguridad necesaria para que se anime a realizar una compra en tu Mercado Shop.

→ **Además** ello ayudará a tu posicionamiento SEO. En Mercado Shops es realmente muy sencillo de hacer. [Aprendé a configurar los datos de tu Mercado Shop.](#)

Todos estos puntos de los que estuvimos hablando hasta ahora son técnicas de **SEO ON PAGE**, es decir, cosas que se pueden implementar EN TU PROPIA TIENDA. **Ahora vamos a conocer algunas técnicas OFF PAGE**, o sea, aquellas acciones que se realizan fuera de tu sitio o tienda.

14

SEO Off Page para que tu Mercado Shop siga creciendo

Además de todas las cosas que podés (y debés) hacer en tu negocio online, hay otras que podés poner en práctica para que el posicionamiento mejore aún un poco más. **Veamos cuáles son:**

01. Linkbuilding

Esta actividad pertenece al dominio de SEO Off Page (aquellas acciones que se realizan fuera de tu sitio o tienda) y consiste en lograr que otras páginas webs enlacen links hacia tu sitio. Esto se logra, principalmente, tejiendo una red de contactos y generando contenido propio de interés.

En este sentido, una excelente alternativa es tener un blog para publicar temas relacionados con los productos que vendés. Este canal puede atraer nuevos clientes hacia tu sitio web.

02. Potenciá tu “SEO local” si tenés también tienda física

Puede que además de tu propio Mercado Shop, tengas un local físico en donde ofrezcas tus productos.

En ese caso, lo ideal es crear una ficha de Google My Business.

[Mirá cómo registrarte como empresa local en Google](#)

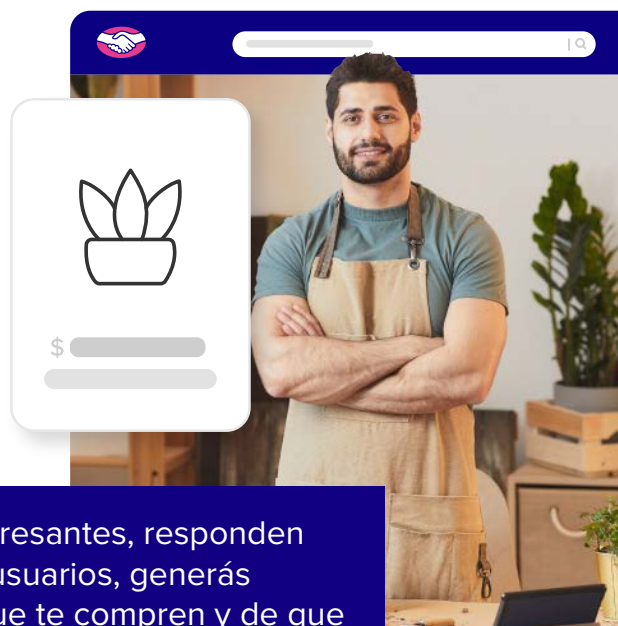
4 puntos clave para potenciar tu posicionamiento SEO



Hacé foco en tu comprador ideal

Cuando generes contenido, en cualquier formato, ya sean las descripciones de tus productos o posts de redes sociales, tu prioridad tiene que ser tu usuario. Tenés que darle la información más valiosa primero y tiene que ser fácil de encontrar. Google te va a “recomendar” con posiciones más altas en los resultados de las búsquedas.

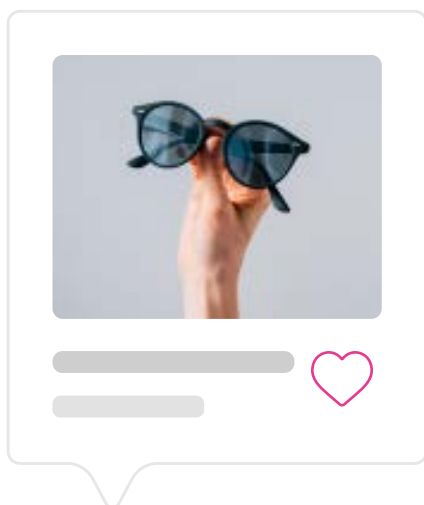
De nada sirve producir contenido pensando en lo que le gusta a Google y olvidándote de los usuarios. Pensá en lo que tu comprador ideal (o **buyer persona**) quiere y necesita. Aprendé cómo busca respuestas a sus principales preguntas o problemas y hacé un plan basándote en esos datos.



→ Además, si tus contenidos son interesantes, responden claramente las inquietudes de los usuarios, generás confianza y hay más chances de que te compren y de que vuelvan a visitar tu sitio.



Generará contenido de manera eficiente



Cualquiera que haya tenido que generar contenido para su marca o emprendimiento sabe que no es tan fácil como parece. Es un gran esfuerzo. ¡Así que aprovechará todo al máximo!

Planificá tus contenidos, y asegurate que te sirvan para varios canales de comunicación. Si creas un video, ¿por qué publicarlo en un solo lugar? Publica en YouTube, Facebook, Instagram Reels, Tik Tok, etc.

Cuanto más (y mejor) contenido estratégico generes y lo subas a distintos canales, más gente encontrará tus productos y se pondrá en contacto con tu marca sin que tengas que utilizar los anuncios.

→ ¿No sabés cómo planificar tus contenidos?
Te dejamos [este template](#) que te puede ayudar.



¡No te tientes! Google y su algoritmo siempre saben qué tiendas y qué contenidos mostrar ante cierta búsqueda. Si lo intentás engañar, por ejemplo, haciendo clickbait o generando contenido sólo para el algoritmo, pero nada útil para los usuarios, se va a dar cuenta y te va a penalizar, mandando a tus redes sociales, o peor, a tu tienda, al lugar más frío y deshabitado del universo: la segunda página de resultados de búsqueda de Google.

No intentes mentirle a Google

Estas técnicas mentirosas de SEO se conocen como Black Hat, y a Google no le gustan nada.

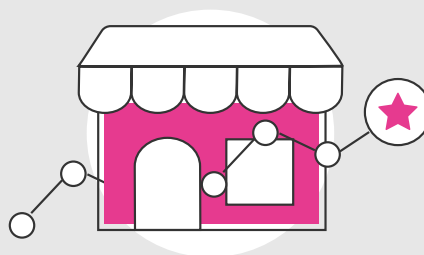


Usá las redes sociales a tu favor

Tu posicionamiento depende en gran parte de la repercusión que obtengas en redes sociales, principalmente porque permite establecer relaciones, es un factor de posicionamiento en sí mismo, confirma el perfil de links, te da visibilidad y branding. No vas a rankear bien en Google si nadie sabe quién sos y si tu contenido no tiene una marca a la que sea seguro enlazarse.

- Algo que puede ayudarte con este punto, es vincular tu Facebook y tu Instagram a tu tienda. **¡Seguí estos pasos para lograrlo!**

Y no te quedes en Instagram, Twitter o Facebook: redes como LinkedIn o TikTok pueden ser muy útiles, depende para qué sectores y qué marcas. Incluso los blogs y foros de nicho pueden ser herramientas estupendas, aunque requieran más investigación. Te conseguirán visibilidad en tu target específico y serán fundamentales para captar tus primeros seguidores.



Conocé las métricas de tu negocio

Para optimizar tu estrategia SEO es muy importante saber cuánta gente ingresa a tu Mercado Shop, cómo se comporta y cómo encuentra tu tienda.

Hay **dos acciones que son clave** en esa dirección



01.

Integrar Google Analytics



Google Analytics es una herramienta gratuita muy completa que ayuda a visualizar y entender en tiempo real y/o en el período de tiempo que definas todo lo que ocurre en tu sitio.

Podrás conocer la cantidad de visitantes que ingresan y cuántas veces lo hacen, la duración media de la visita, desde dónde ingresan clave para ver si tus esfuerzos SEO están funcionando), el trayecto que recorren y cuándo y adónde se van, entre otras cosas.

Saber cómo, cuándo y por dónde llegan tus potenciales clientes es la mejor manera de gestionar tu negocio con eficiencia, ahorrando esfuerzos y optimizando tu inversión. **Si cliqueás en este link podrás aprender a integrarlo a tu Mercado Shops.**

02.

Vincular Search Console a tu Mercado Shop

Google Search Console es un servicio gratuito de Google que te ayuda a supervisar, mantener y solucionar los problemas de aparición de tu sitio web en los resultados de la Búsqueda de Google.

No necesitas registrarte en Search Console para que se te incluya en los resultados de la Búsqueda de Google, pero este programa te permite entender y mejorar la manera en que Google ve tu sitio web.



A partir de la información que obtengas, podrás plantear mejoras y generar estrategias para que tu negocio crezca cada día más.

Vinculando Search Console a tu Mercado Shop podrás:

- ✓ Conocer la posición en la que aparece tu shop en los resultados de búsquedas de Google, con qué términos y palabras la encuentran los usuarios que navegan y con qué frecuencia hacen clic en esas consultas.
- ✓ A través de alertas e informes **sabrás si existen problemas de indexación**, es decir, si tu Mercado Shop está siendo visto correctamente por Google.
- ✓ Si combinás los datos de Search Console con los de otras herramientas de Google como [Google Analytics](#) y [Google Ads](#) **podés llevar a cabo interesantes análisis para entender cómo posiciona tu sitio**, qué visitas recibe, desde dónde y cómo performan tus anuncios.

En esta nota te contamos [cómo vincular Search Console a tu Mercado Shop.](#)



En resumen...

El SEO o tráfico orgánico requiere tiempo, investigación y regularidad en la producción de contenido valioso para los usuarios.

Pero todo el trabajo vale la pena, ya que brinda resultados consistentes, escalables y duraderos.



¡Ahora manos a la obra!

El mundo del SEO te está esperando



**mercado
shops**