

EL POSICIONAMENT ORGÀNIC DELS WEBS

El posicionament orgànic (SEO) dels webs és un procés que depèn de molts factors (sobretot del comportament de la competència) i que va millorant a poc a poc, sempre que el web es mantingui actiu i se segueixin aquests consells. Tot i això, seguir els consells no és sinònim d'aparèixer a la primera pàgina de Google. En cas que vulgueu un posicionament instantani, caldrà que recordeu a les campanyes d'anuncis patrocinats que tenen un cost afegit.

Consells per millorar el posicionament del vostre lloc web als cercadors

- ✓ Completar al màxim el vostre lloc web.
- ✓ Actualitzar-ne el contingut des de l'eina d'administració (afegir imatges, modificar textos, actualitzar notícies, etc.).
- ✓ Ressaltar les paraules clau en negreta o cursiva i evitar escriure textos en MAJÚSCULES.
- ✓ Omplir tots els apartats de SEO, sobretot el de la portada, amb títols i descripcions que continguin les paraules clau que us interessi remarcar.
- ✓ Triar l'extensió del domini (.cat, .es, .com...) segons la zona geogràfica i l'idioma dels usuaris.
- ✓ Revisar l'ortografia dels textos. Cercadors com Google penalitzen els errors ortogràfics.

Consells per generar trànsit de visites cap al web

- ✓ Fer aparèixer el domini del web a tot el material corporatiu de l'empresa (targetes de visita, calendaris d'empresa, bolígrafs, etc.).
- ✓ Generar enllaços entre les xarxes socials i el vostre lloc web.
- ✓ Afegir l'enllaç del web a la signatura del correu electrònic, juntament amb les altres dades de contacte.

Consells per tenir un lloc web optimitzat per escalar posicions al rànquing dels cercadors

- ✓ Organitzar els apartats del web en una estructura màxima de tres nivells. D'aquesta manera afavorirem una navegació fàcil i intuïtiva als usuaris del web, els quals només caldrà que facin tres clics per arribar a la informació que desitgen.

Exemples : www.nomdelteudomini.com/ca/qui-som/equip

(L'apartat "qui som" és un apartat de primer nivell del web perquè només cal fer un clic des de la portada per accedir-hi. En canvi, l'apartat "equip" és de segon nivell perquè per accedir-hi cal fer dos clics.)

- ✓ Afegir, sempre que sigui possible, les paraules clau en el nom dels apartats del menú.
- ✓ Evitar que les URL del web continguin números o símbols, sempre és millor substituir-los per paraules clau o frases amb sentit.
- ✓ Crear sinergies entre les pàgines del web col·locant enllaços interns mitjançant paraules clau.
- ✓ Omplir els camps de SEO de l'administrador del web:

Títols i descripcions. Els títols no han de superar els 55 caràcters ni les descripcions els 155.

Etiquetes d'imatge. Com que Google no llegeix imatges, cal definir el text ALT de les diverses imatges dels apartats del web.

Paraules clau. Google ja no té en compte aquesta informació per posicionar un web o un apartat d'un web. No obstant això, des de Cap Empresa Sense Web us recomanem omplir igualment aquest espai perquè cercadors com Bing i Yahoo sí que les tenen en compte.

- ✓ Enllaçar la fitxa de Google My Business amb el lloc web.
- ✓ Aconseguir el màxim d'enllaços d'altres pàgines cap al vostre lloc web i, si és possible, que aquests enllaços externs provinguin de webs amb autoritat i rellevància.
- ✓ Afegir documents PDF al web que continguin informació de qualitat. Google els llegirà i els posicionarà en els resultats de la cerca orgànica.
- ✓ Redactar el contingut del web seguint les indicacions següents:

La **portada** és l'apartat més important del web i, per tant, caldrà aprofitar tots els seus elements afegint els serveis o productes que s'ofereixen més el nom del negoci.

Per tal que cercadors com Google considerin prou rellevant la informació d'un apartat, cal treballar textos d'aproximadament **300 paraules**.

Les **paraula clau** haurien de representar el 10% del total del text. No s'ha de repetir sempre la mateixa paraula, és recomanable fer servir sinònims.