
search
MEDIA | MUCHO +
QUE 1000
IMAGENES

Posicionamiento en buscadores

“Quien busque los productos o servicios que su empresa ofrece, encontrará su sitio Web.”

Internet ha ganado una presencia muy significativa en el día a día de los negocios y las personas. Las empresas lo saben y aprovechan las oportunidades que este canal les brinda.

Por ello, el posicionamiento en buscadores ha de ser confiado a una empresa de trayectoria con casos de éxito concretos y demostrables.

+ ESTADISTICAS DE MERCADO

Los usuarios de internet realizan en los buscadores más de 400 millones de consultas diarias. Sin embargo, casi el 78% abandonan la búsqueda si no encuentran la respuesta adecuada entre las **tres primeras páginas**.

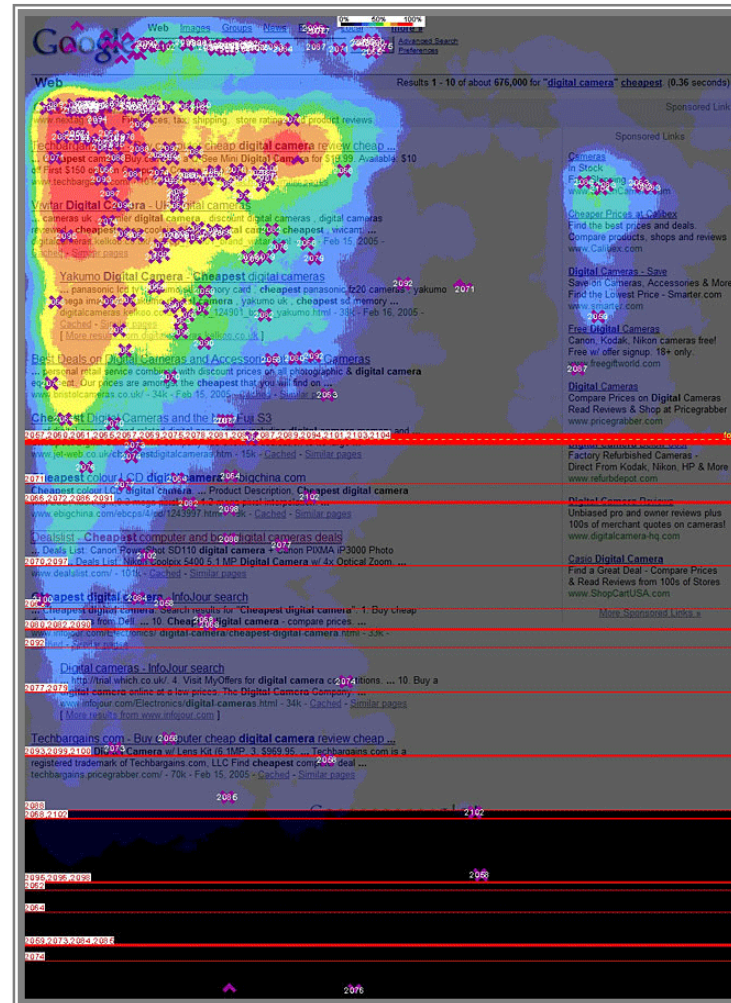
Rubros más requeridos:

- » *Turismo*
- » *Renta de Vehículos*
- » *Estética*
- » *Seguros*
- » *Diseño, grafico y web*
- » *Telefonía*
- » *Medicina*
- » *Renta de inmuebles*

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, red) with a trademark symbol.The Yahoo! logo is shown in a bold, red, serif font with a registered trademark symbol.

Estadísticas de mercado

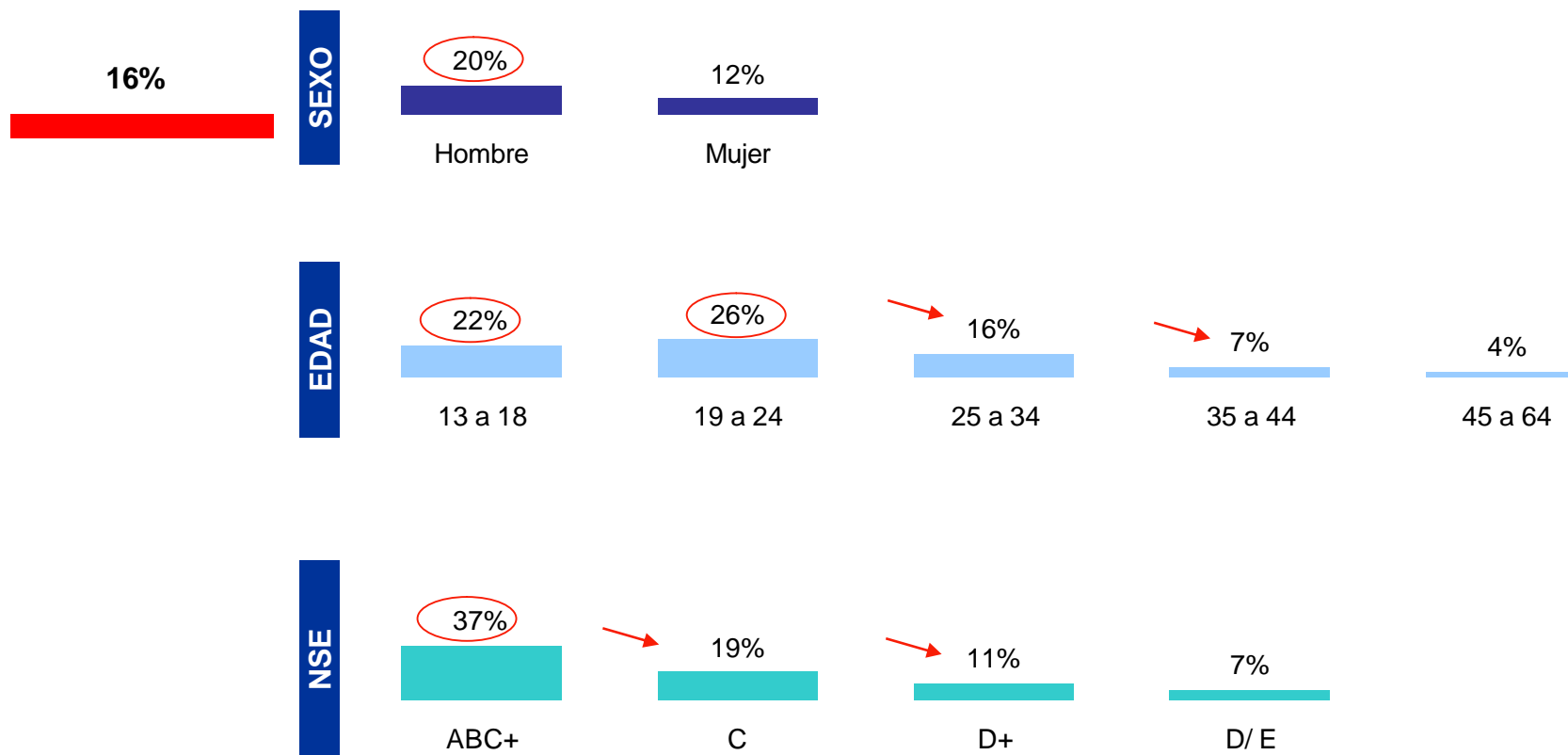
Según estudios perceptivos **más del 80% de los usuarios** de buscadores (ya sean Google, Yahoo o MSN) están acostumbrados a hacer click en la zona de los sitios posicionados orgánicamente.



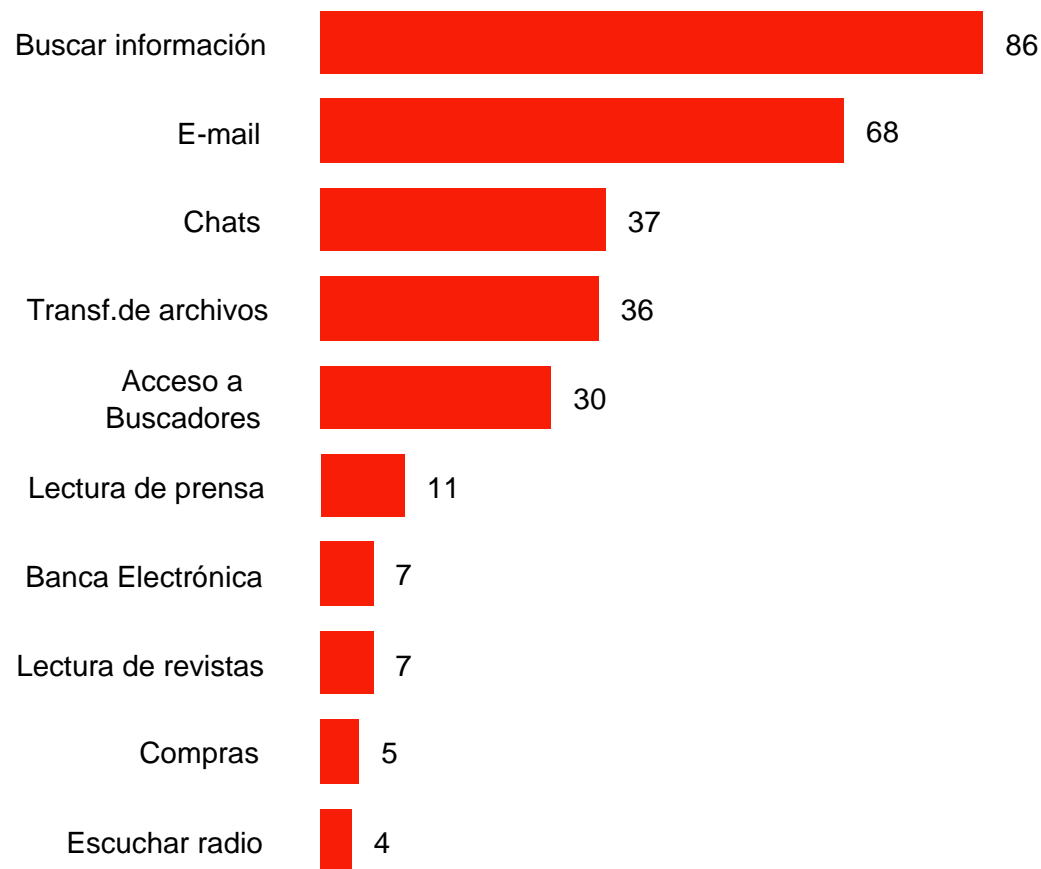
MÉXICO | Evolución de Internet vs. Otros medios

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	%	%	%	%	%	%
TV abierta	68	68	69	69	72	70
TV cable	4	6	6	7	8	7
Radio	65	65	60	56	61	60
Internet	8 ↗	15	16	17 ↗	19	16
Diarios	17	16	15	15	15	15
Revistas	23	28	26	29	35 ↘	30
Cine	8	10	9	9	8	8

MÉXICO | Acceso a Internet según nivel sociodemográfico



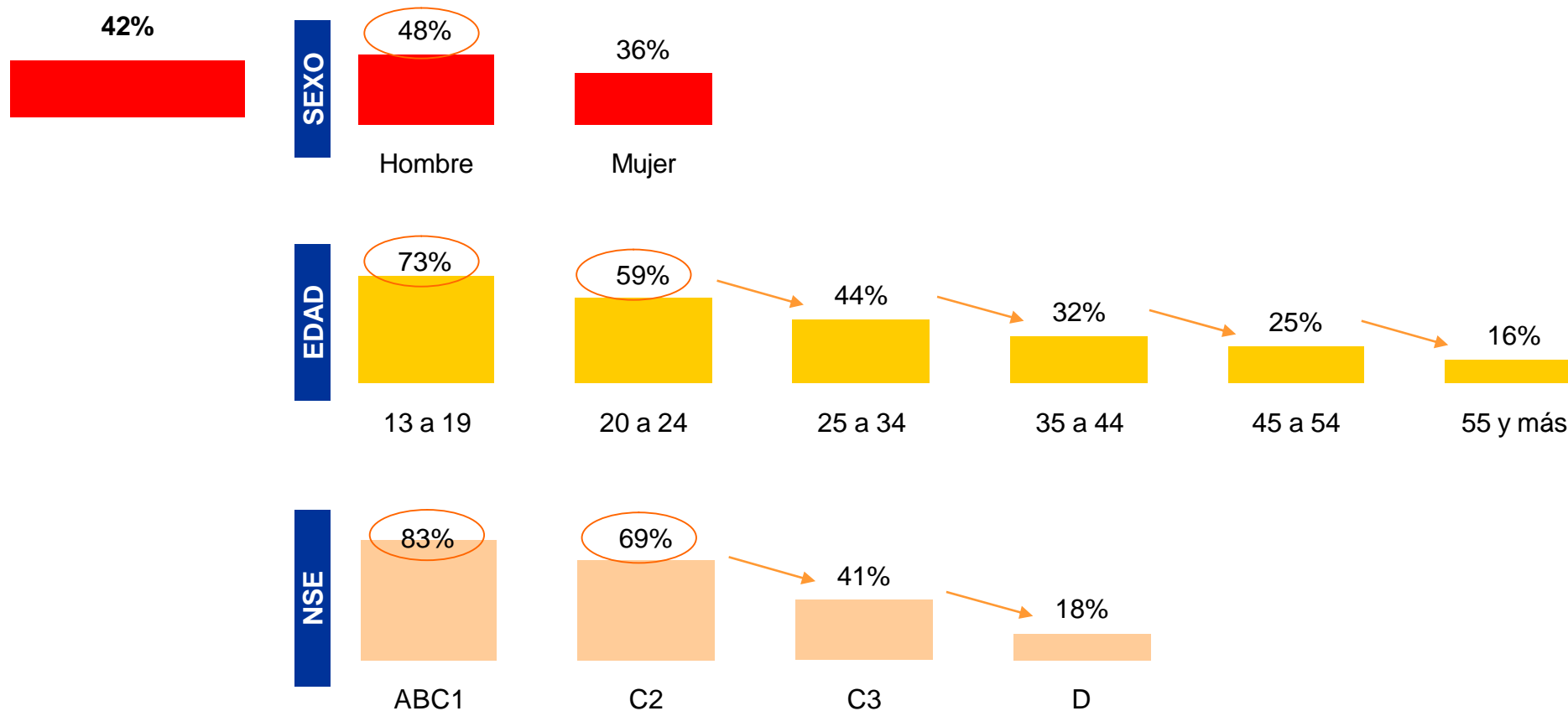
MÉXICO | Usos que se le da a Internet



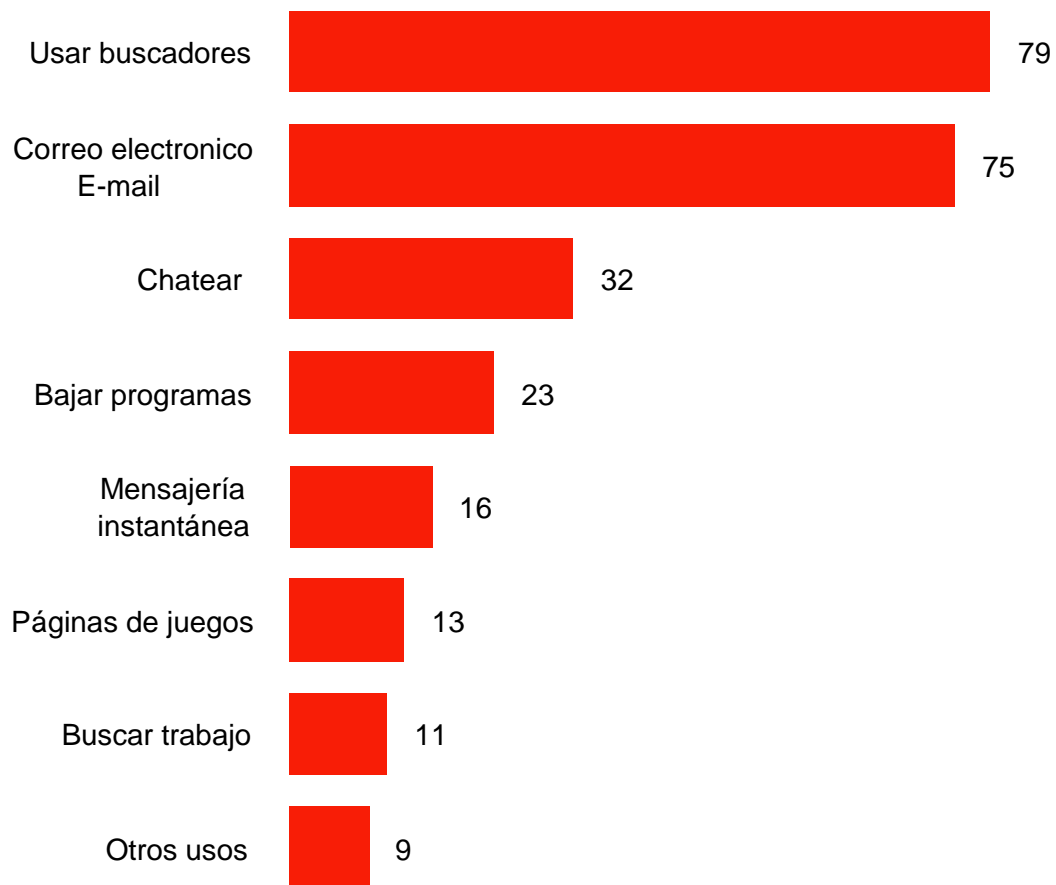
CHILE | Evolución de Internet vs. Otros medios

	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2003	Año 2004
	%	%	%	%	%
TELEVISION (Aire/ Cable)	89	89	90	92	89
RADIO (AM/ FM)	67	68	68	68	63
REVISTAS	47	49	46	34	37
INTERNET	12	27	25	29	39
DIARIOS	34	32	32	37	44
CINE	7	6	6	4	4



CHILE | Acceso a Internet según nivel sociodemográfico



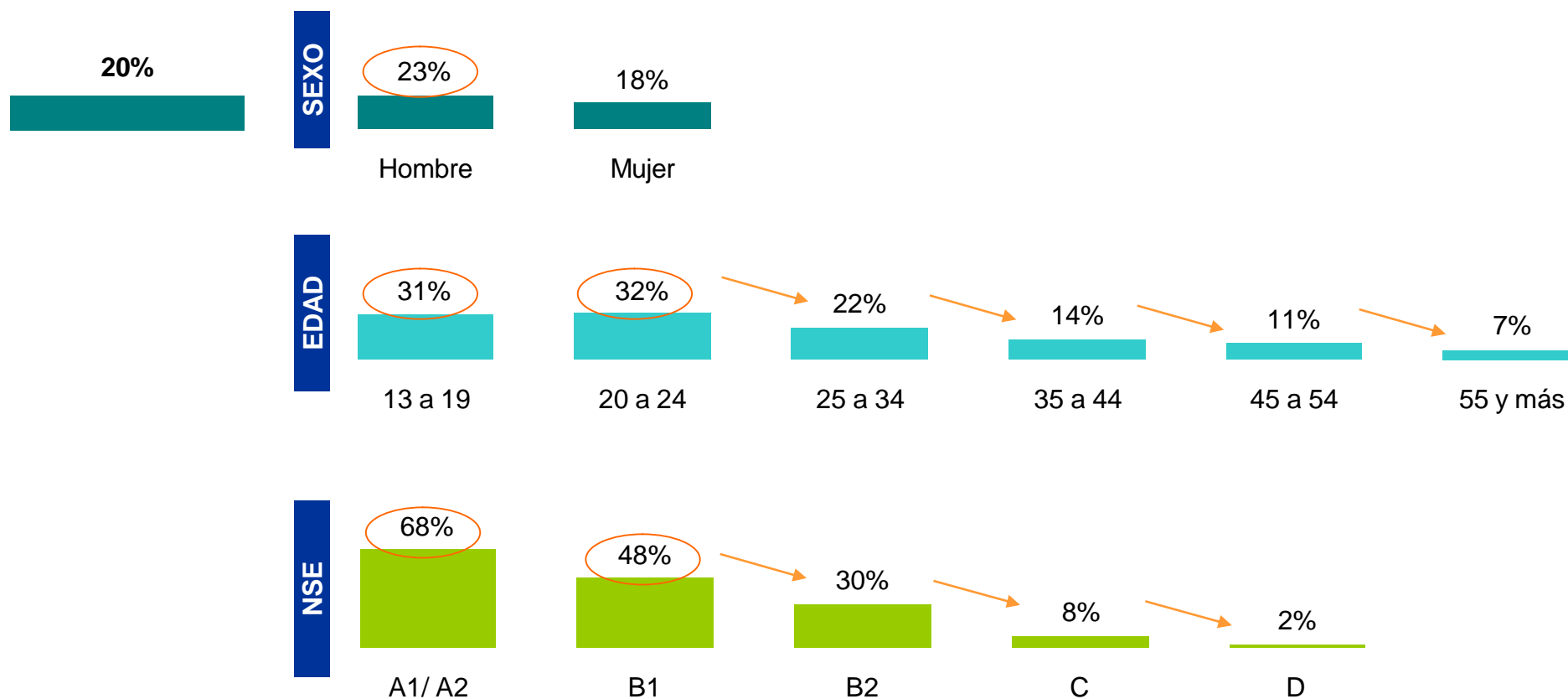
CHILE | Usos que se le da a Internet



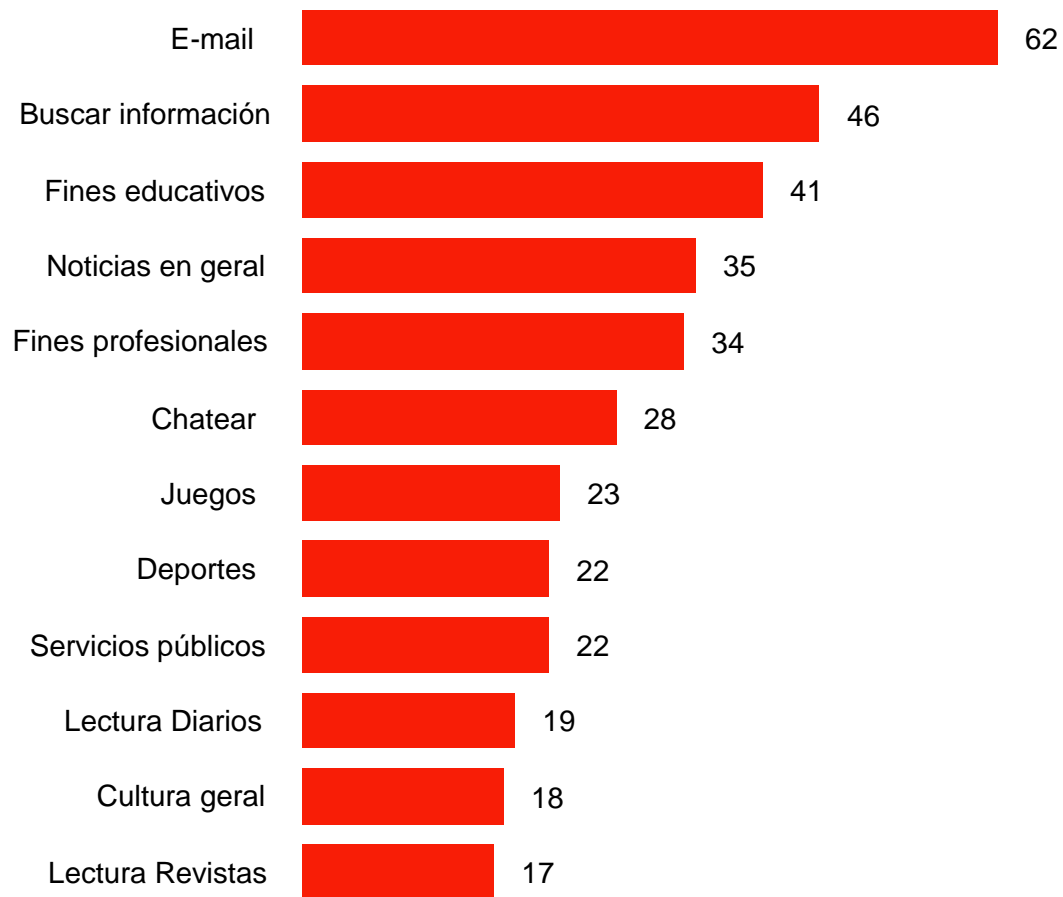
BRASIL | Evolución de Internet vs. Otros medios

	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2003	Año 2004
	%	%	%	%	%
TELEVISION (AIRE/ CABLE)	80	81	86	85	85
RADIO (AM/ FM)	59	57	62	62	62
INTERNET	16	20 	16	24 	26
DIARIOS	54	52	50	51	50

BRASIL | Acceso a Internet según nivel sociodemográfico



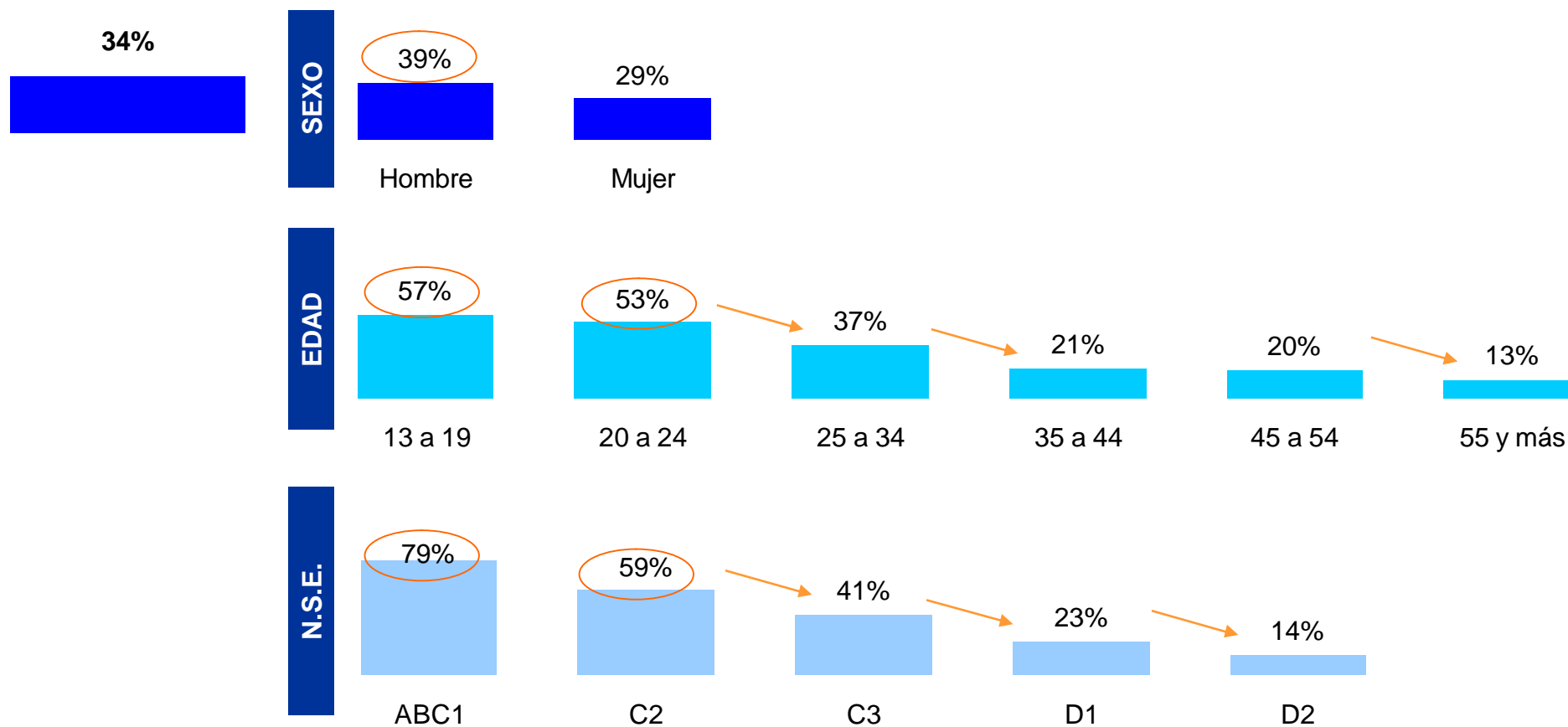
BRASIL | Usos que se le da a Internet



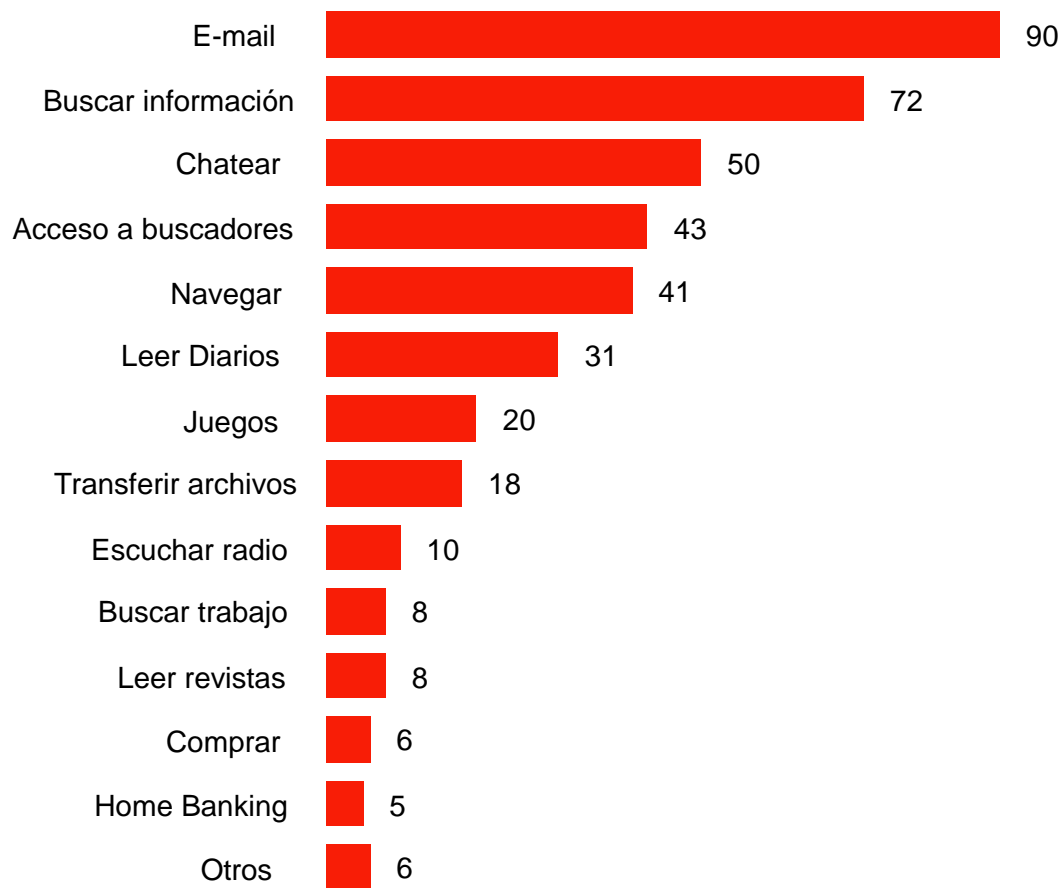
ARGENTINA | Evolución de Internet vs. Otros medios

	2000	2001	2002	2003	2004
	%	%	%	%	%
TELEVISION (Aire/ Cable)	82	82	83	82	82
RADIO (AM/ FM)	67	67	67	68	65
REVISTAS	65	60	56	51	52
INTERNET	12	12	18	25	31
DIARIOS	30	29	24	22	21
CINE	6	5	5	5	5

ARGENTINA | Acceso a Internet según nivel sociodemográfico



ARGENTINA | Usos que se le da a Internet



+ Search MEDIA
Resultados orgánicos

- » **Resultados garantizados.** Conocemos cómo hacer que su sitio llegue a las primeras posiciones.
- » **Rápido Retorno de Inversión:** Con los primeros nuevos contactos ya amortizará la inversión.
- » **Bajo costo comparativo:** el costo por contacto que se logra es el más competitivo posible
Todos los usuarios que busquen los productos y servicios que Ud. comercializa, llegarán a su sitio.
- » **Permite una mejor posición frente a su competencia.**
- » **El tráfico generado es de alta calidad:** Cada contacto que genere su sitio, seguramente se convertirá en un cliente, ya que encontró lo que buscaba en su sitio.
- » **No se paga por el tráfico generado.** No hay costo por clicks
- » **Es visible en los todos los principales buscadores,** mientras que los servicios de posicionamiento pagos, sólo posicionan el sitio en ese buscador en particular.
- » **Le permite acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales a un muy bajo costo.**

1- Búsqueda de frases clave.

¿Cuáles son los aspectos a tener en cuenta?

- » **Análisis de la popularidad de las frases,**
- » **Análisis del negocio ,**
- » **Análisis de la competencia en internet.**

Todo proceso de elección de palabras clave lleva 3 pasos:

- » **La búsqueda de palabras provisionales,**
- » **El análisis de la totalidad de esas palabras clave,**
- » **La elección del grupo más adecuado de palabras clave.**


2- Optimización del sitio.

- » Esta fase consiste en el **acondicionamiento y reestructuración de su sitio Web**, incluyendo :
 - la arquitectura del sitio,
 - la distribución de los contenidos,
 - la calidad de los textos con la inclusión de frases clave.

- » **Nuestro equipo interdisciplinario hará todo lo necesario sobre su sitio Web**, transformándolo en un sitio altamente optimizado.

- » **Su sitio será analizado exhaustivamente por los buscadores**, por ello es vital que su arquitectura y contenidos estén optimizados.

3- Informe mensual con el avance de las posiciones.


Reporte de Posicionamiento

Mantenemos el **100%** de las frases **DENTRO DE OBJETIVO**. Seguimos trabajando para mantener y mejorar las posiciones.

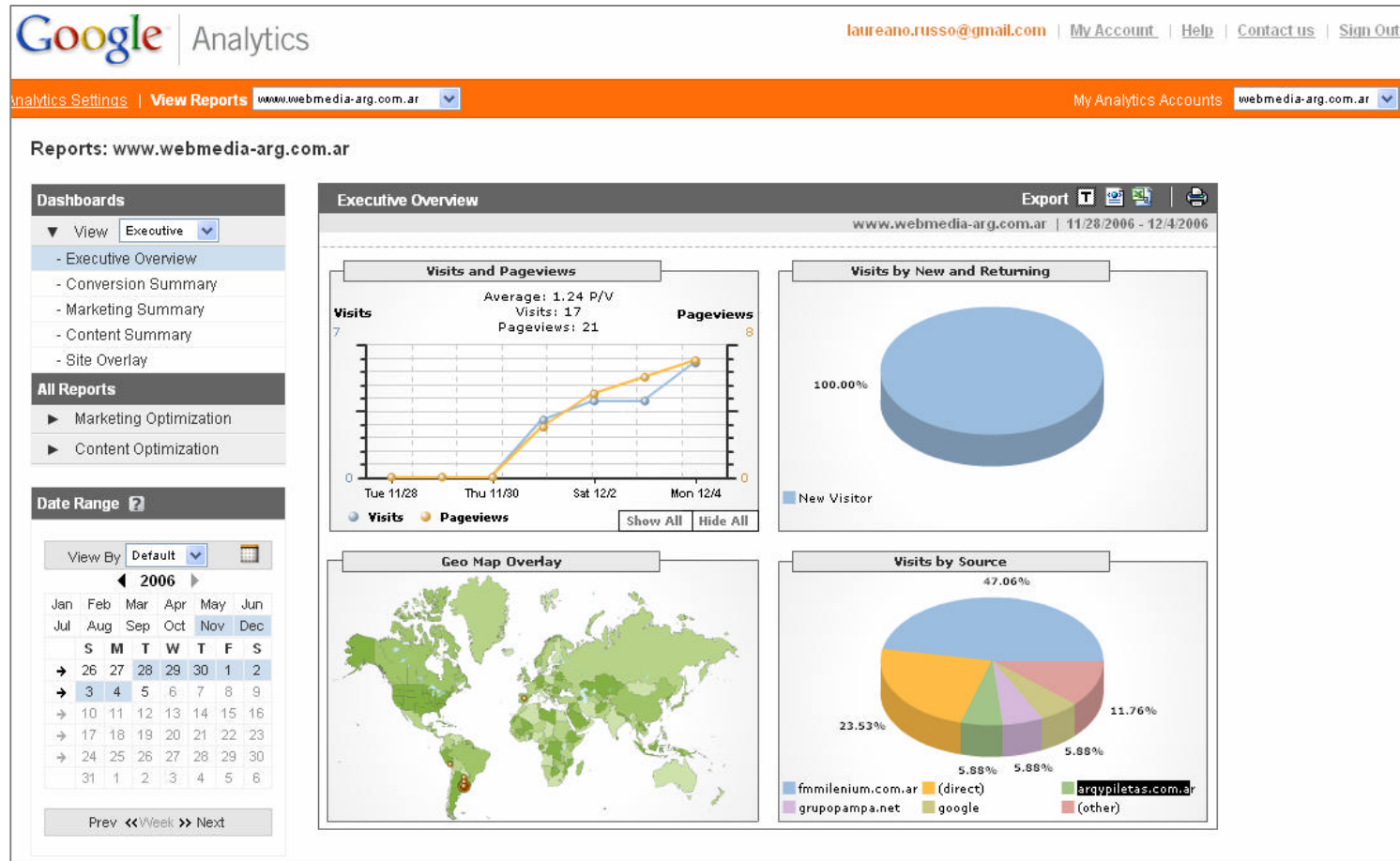
RENDIMIENTO GLOBAL DEL POSICIONAMIENTO

	Noviembre / 2006		Octubre / 2006		Septiembre / 2006		Agosto / 2006		Julio / 2006		Junio / 2006	
	Por.	Cant. Frases	Por.	Cant. Frases	Por.	Cant. Frases	Por.	Cant. Frases	Por.	Cant. Frases	Por.	Cant. Frases
Frases en objetivo:	100.00%	24	100.00%	24	100.00%	24	100.00%	24	100.00%	24	100.00%	24

POSICIONES FRASES / REGIÓN

	Noviembre / 2006		Octubre / 2006		Septiembre / 2006		Agosto / 2006		Julio / 2006		Junio / 2006	
	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.
accesorios para piletas												
Google.com.ar - Páginas de Argentina	1	147.000	2	220.000	2	204.000	2	116.000	2	125.000	1	151.000
Yahoo.com.ar - Páginas de Argentina	7	15.500	5	22.600	4	19.700	4	16.000	3	11.200	4	14.800
climatización de piletas												
	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.	Pos.	Result.

4- Análisis estadístico del tráfico



5- Análisis de resultados - Contactos generados vs. Inversión

The screenshot shows the Microsoft Outlook interface. The left sidebar displays the 'Correo' (Mail) folder structure, including 'Inbox (4)', 'Correo sin leer', 'Para seguimiento', and 'Sent Items'. The main window shows a list of emails under the subject 'Asunto: Presupuesto (1430 elementos)'. The list contains 13 entries, all from 'info@arqpiletas.com.ar' with the subject 'Presupuesto', dated between 08:59 and 22:17 on 04/12/2006.

De	Asunto	Recibido
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 22:17
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 22:17
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 21:06
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 17:48
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 17:11
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 16:37
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 14:06
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 13:53
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 13:05
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 12:36
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 8:59
info@arqpiletas.com.ar	Presupuesto	lunes 04/12/2006 8:59

Casos de Éxito

**search
MEDIA** | MUCHO +
QUE 1000
IMAGENES

