



/ Marketing en buscadores

ESTUDIO TOP 50

Análisis del posicionamiento en buscadores de las 50 empresas que más invierten en publicidad en España



* SOBRE inZearch*

inZearch* es una agencia líder en Hispanoamérica.

Pertenece al Grupo Digital Ventures, compañía de marketing on line basada en resultados, focalizada en los mercados latinoamericano e hispano de los Estados Unidos, con oficinas en Buenos Aires, San Pablo y México DF.

Presenta su **1º Investigación sobre los 50 sitios de las compañías que más invirtieron en publicidad durante el 2005 en España.** (En algunos casos se analizaron sitios de las marcas mas representativas).

A los fines de este estudio se analizaron la optimización, visibilidad y popularidad de los sitios Web de cada empresa

* RESUMEN EJECUTIVO

- La mayor parte de las grandes empresas no hacen un aprovechamiento adecuado de sus sitios Web. Son muy pocas las compañías que desarrollan e implementan estrategias para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y el intercambio de links con otros sitios para incrementar su popularidad.
- Cuando se examina el nivel de optimización y la relación con la popularidad de cada uno de los sitios, surge con nitidez que tan sólo una cuarta parte implementó en forma profesional las estrategias apropiadas para rankear óptimamente en los diferentes buscadores.
- Otro dato llamativo que muestra la brecha entre la inversión realizada y la performance lograda es el siguiente: La mayoría de los sitios analizados carecen de links directos desde los motores de búsqueda, obteniendo como resultado la no figuración en las primeras posiciones de los buscadores. Este estudio demuestra que la optimización del sitio Web juega un rol fundamental a la hora de mejorar la visibilidad y la popularidad de los mismos.
- Definitivamente, inZearch* cree que las compañías que invierten en comunicación, publicidad, prensa y relaciones públicas deben concientizarse y comprender la importancia del Marketing en Buscadores para lograr que sus sitios alcancen los objetivos naturales de toda acción empresaria: **atraer la atención de potenciales clientes o consumidores y generar negocios.**
- Las organizaciones deben adquirir la cultura de considerar a sus sitios Web como un ítem prioritario en sus políticas de marketing y despojarse del hábito de centrarse únicamente en la cuestión estética. Para rankear en las primeras posiciones de los buscadores, una empresa necesariamente debe optimizar su página web.
- Un par de detalles a tener siempre presente para el posicionamiento:
 1. La estructura interna del sitio
 2. El desarrollo de una red de sitios para poder enlazarlos entre sí a través de links (acción que requiere de un trabajo de relaciones publicas tradicionales volcado al mundo on line).

* OBJETIVOS

El objetivo de este estudio es analizar los sitios web de las 50 compañías que más invirtieron en publicidad en la España durante el 2005. Pretende dar un panorama general del posicionamiento natural (SEO) en buscadores para mostrar una tendencia.

Los puntos verificados fueron los siguientes:

- Nivel de optimización.
- Visibilidad para los motores de búsqueda.
- Popularidad (link popularity) en general.

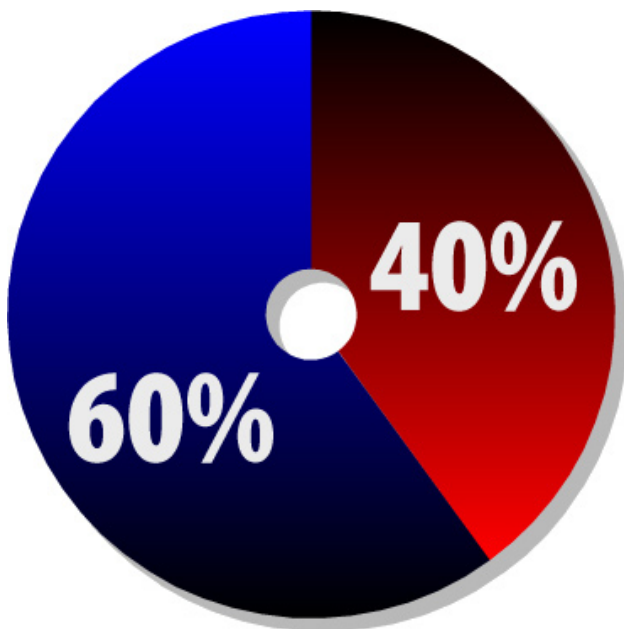
Fecha: Marzo de 2007

Investigador: Emiliano Elías, SEO Manager de inZearch*

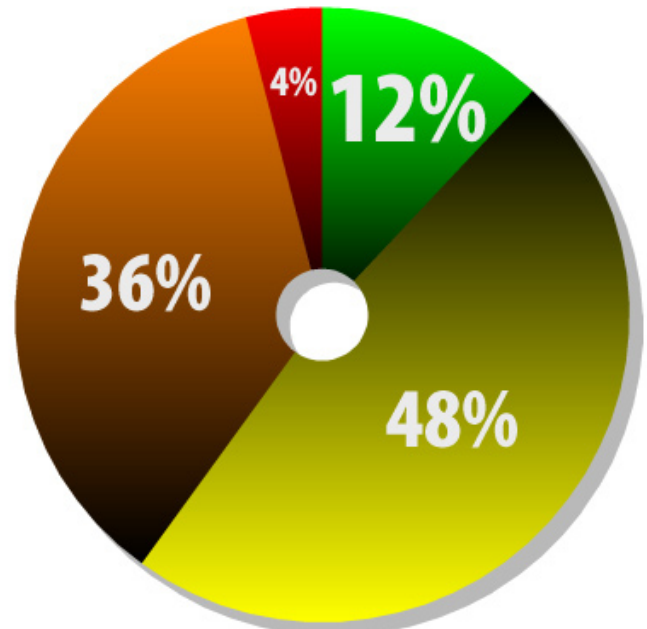
* EL ESTUDIO

1 - OPTIMIZACIÓN DE LOS TÍTULOS

- Entre los elementos necesarios a la hora de armar un sitio web, el título es fundamental pues "llama particularmente la atención" de los diferentes criterios que utilizan los motores de búsqueda cuando posicionan sus resultados.
- 2/5 de los sitios analizados no tienen un título asignado o utilizan el mismo título en todas sus páginas que componen el sitio.
- El 48% de los sitios tienen títulos diferentes para cada una de sus páginas, pero solamente un 12% tienen títulos optimizados que incluyen algunas palabras claves relevantes.



2/5 de los sitios web no tienen un título asignado o utilizan el mismo título



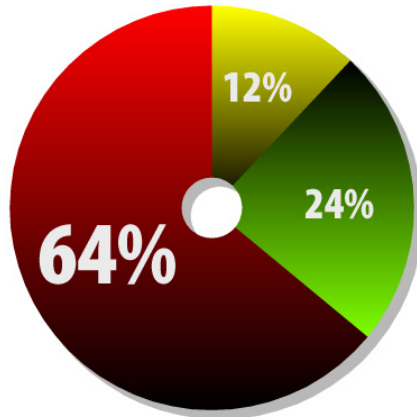
Solamente un 12% de los sitios tiene los títulos optimizados



Los títulos son uno de los factores más importantes utilizados para estar bien posicionado en los buscadores

2 - PRESENCIA DE METATAGS

• Los metatags son "instrucciones" que se insertan en el código HTML de cada página web para indicar qué información debe mostrarse a los buscadores, especialmente una descripción y palabras claves relevantes.



• Si bien la importancia de los metatags se ha reducido en los últimos dos años, su utilización continúa siendo vital para el buen posicionamiento de los sitios.

• Sólo el 36% de los sitios analizados utiliza de alguna manera los metatags.

• El 24% los utilizan tanto en la home page como en las páginas internas.

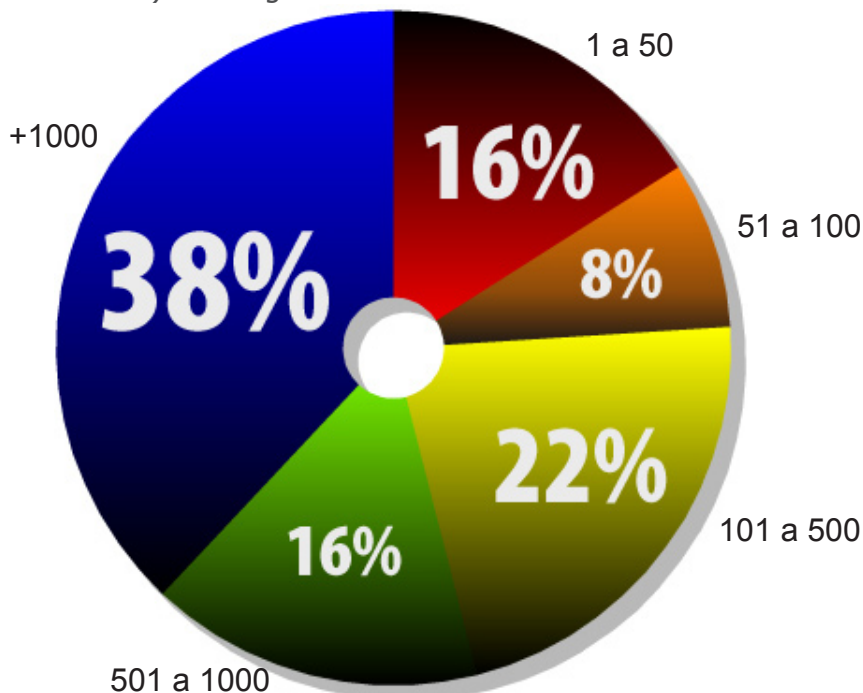
En un 64% de los sitios no hay uso alguno de los Metatags

3 - PÁGINAS INDEXADAS EN GOOGLE

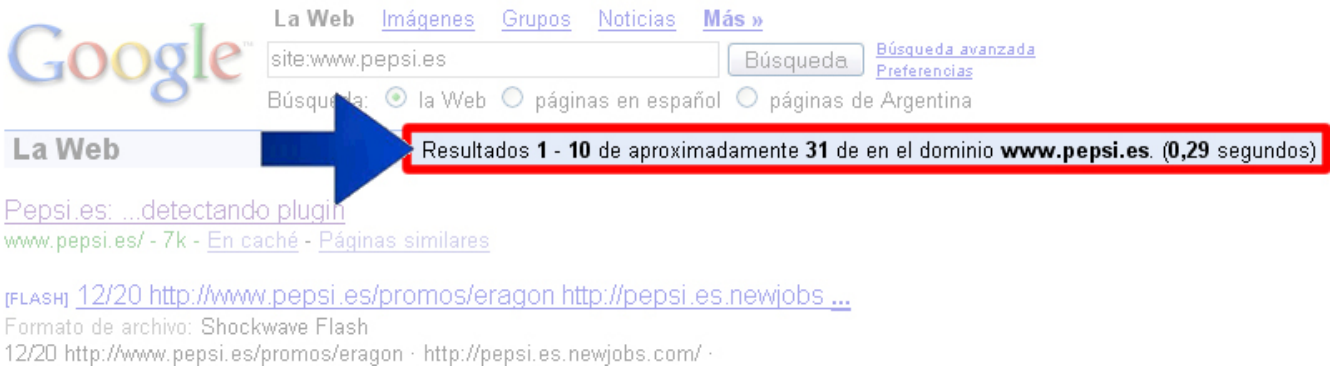
La simple existencia de una página web no asegura su aparición en los resultados de búsqueda de los buscadores.

Dependiendo de la estructura y la tecnología utilizada en la creación del sitio es factible que un buscador jamás los indexe o archive. Por esto, es fundamental verificar cuantas páginas del sitio están siendo listadas en los motores de búsqueda ya que cada una de esas páginas puede ser un camino de entrada a una información específica.

Del estudio surge que un 46% de los sitios tienen menos de 500 páginas listadas (o indexadas) en Google



Casi la mitad de los sitios web analizados tienen poca presencia en los principales motores de búsqueda.



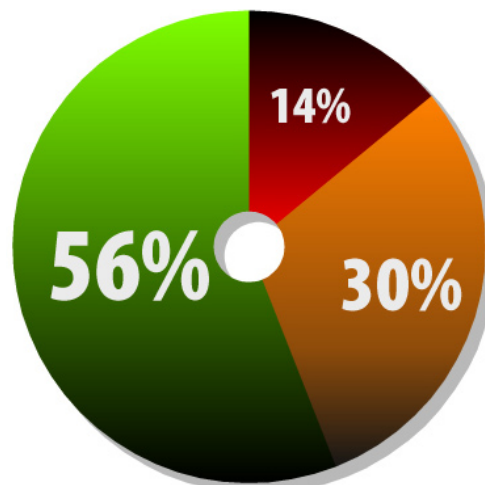
Casi la mitad de los sitios tiene menos de 500 páginas indexadas en Google

Juan Carlos Göldy, Director de Marketing de inZearch*, da cuenta de la importancia de una buena estrategia de Marketing en Buscadores: "Las visitas generadas a través del Marketing en Buscadores son las más calificadas ya que es el propio usuario el que busca activamente información relacionada con productos o servicios".

4 - PRESENCIA EN DIRECTORIOS

Los directorios Web son un importante instrumento para aumentar la visibilidad online. A pesar de que los usuarios se vuelcan más a realizar búsquedas por palabras claves, el acceso a directorios es muy significativo porque los mismos buscadores le dan mucha importancia a la presencia de un sitio dentro de los directorios cuando deben posicionar las páginas en sus resultados. Al analizar los dos principales directorios, DMOZ y Yahoo Directory, vemos lo siguiente:

- Un 56% de los sitios se encuentra presente en ambos directorios
- Un 30% figura solo en uno
- El 14% restante no tiene presencia en ninguno de los dos



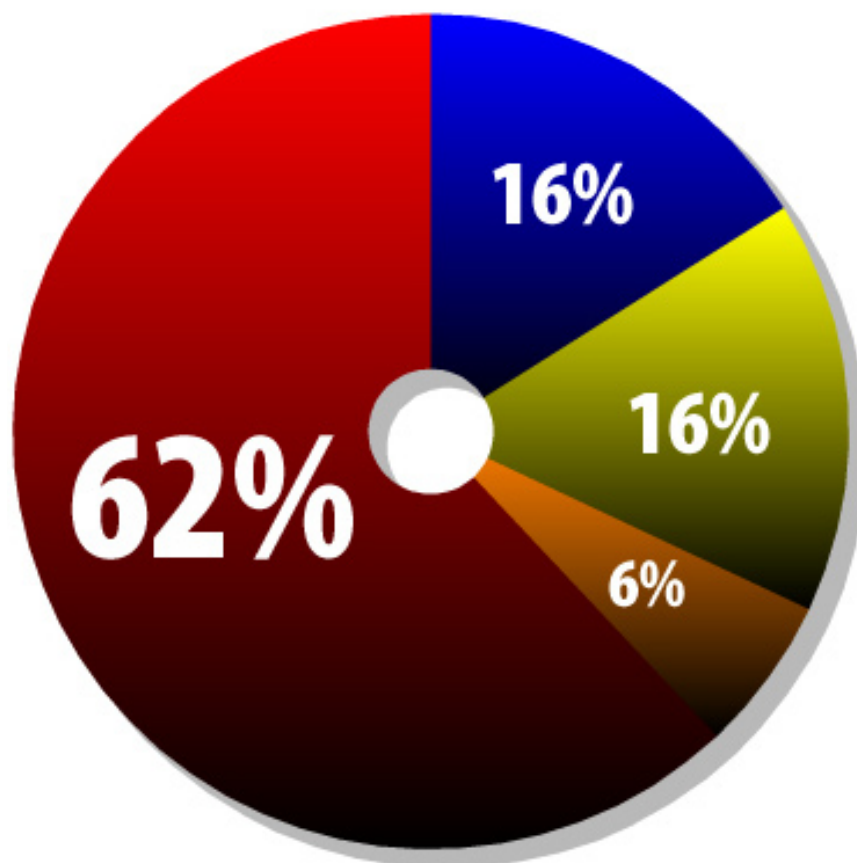
Un 56% de los sitios web están presentes en los dos principales Directorios.

6 - POSICIONAMIENTO DE PALABRAS CLAVE

La presencia de un sitio web en el índice de los buscadores no necesariamente garantiza visibilidad.

Para poder aparecer en los primeros puestos de los resultados de búsqueda es necesario posicionarse con las palabras claves relevantes para cada negocio. A los efectos de este estudio, se seleccionaron 15 palabras claves competitivas por sector de cada uno de los sitios.

El resultado demuestra que el 38% de los sitios se encuentran posicionados dentro de los primeros 20 puestos, mientras que **el 62% no fue encontrado en los resultados.**



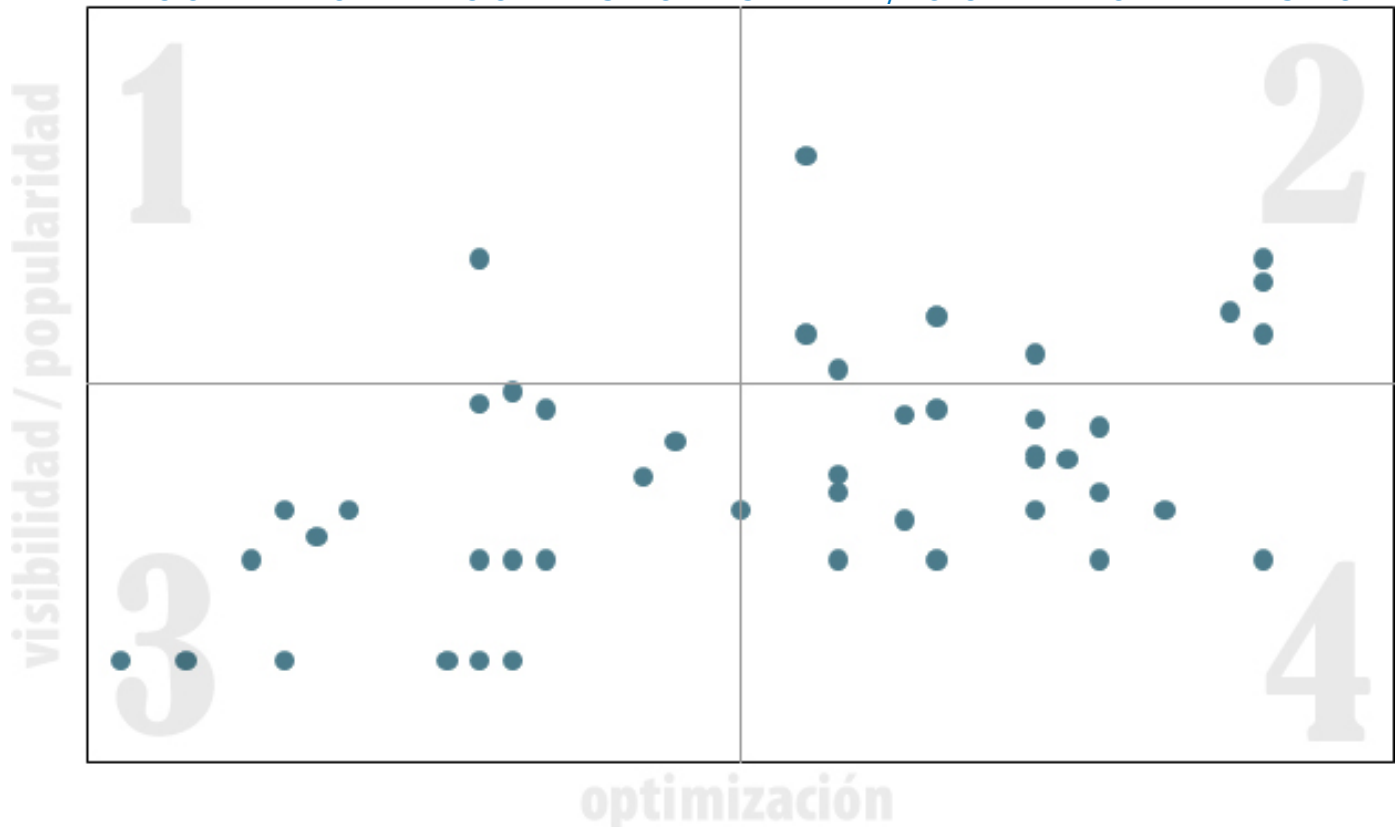
El 62% de los sitios analizados no aparece en los primeros 20 resultados de búsqueda

* MATRIZ DE POSICIONAMIENTO

Luego del análisis ubicamos a los sitios analizados en la "Matriz de Posicionamiento" de acuerdo a dos variables: Optimización y Visibilidad

- La primer variable hace foco en optimización de títulos, presencia de metatags, cantidad de páginas indexadas en Google y presencia en los Directorios web.
- La segunda variable se centra en información como Link Popularity, PageRank y posicionamiento de palabras claves competitivas

RELACIÓN ENTRE OPTIMIZACIÓN DEL SITIO Y VISIBILIDAD / POPULARIDAD ONLINE DEL SITIO



• **Posicionamiento Ideal (cuadrante 2):** Los sitios ubicados en este cuadrante se encuentran en el punto óptimo de visibilidad en los motores de búsqueda, como consecuencia de un trabajo de SEO bien realizado. Este tipo de sitios gozan de un gran caudal de tráfico calificado proveniente de los buscadores.

• **Posicionamiento Atípico (cuadrante 1):** Estos sitios cuentan con gran visibilidad como consecuencia de alta cantidad de links entrantes o un buen posicionamiento de algunas palabras claves competitivas y deficientes descripciones de títulos que se traducen en tráfico no calificado.

• **Posicionamiento Incompleto (cuadrante 4):** Estos sitios cuentan con un buen trabajo de optimización, pero carecen de popularidad lo que se traduce en poca visibilidad en los buscadores y en consecuencia obtienen un bajo volumen de tráfico calificado.

• **Posicionamiento Indeseado (cuadrante 3):** Las compañías cuyos sitios se encuentran en este cuadrante carecen de tráfico calificado proveniente de los resultados de búsquedas orgánicas, como consecuencia de la falta de implementación de un trabajo de Search Engine Optimization.

*** MATRIZ DE POSICIONAMIENTO POR SECTOR**

Es notorio que los sitios del sector automotriz y Medios están mejor posicionados que los de Inst. y Asoc. Políticas y Civiles, Finanzas, Alimentación y Bebidas y Educación, donde los sitios tienden a estar menos optimizados y por ende menos visibles



*** CONCLUSIONES**

- Los resultados muestran la relación indiscutible entre optimización y visibilidad online.
- Los sitios que contienen títulos y metatags adecuados y están presentes en los directorios son los que obtienen las mejores posiciones en los resultados de búsqueda.
- Claramente si un sitio web no está presente en los motores de búsqueda para las palabras claves relacionadas al rubro, está dejando pasar una oportunidad enorme de generar negocios.

inZearch le ofrece un estudio gratuito sobre el posicionamiento de su sitio Web. Solicítelo a seo@inzeach.com, Asunto: Estudio del sitio, indicando nombre de la empresa, url del sitio, nombre y cargo de la persona solicitante*

 Ranking mejor posicionados:

- 1 <http://www.bbva.es> | **BBVA**
- 2 <http://www.telefonica.es> | **Telefónica España**
- 3 <http://www.sogecable.es> | **Sogecable**
- 4 <http://www.elcorteingles.es> | **El Corte Inglés**
- 5 <http://www.elpais.com> | **Diario El País**
- 6 <http://www.rtve.es> | **Ente Publico de Radiotelevisión Española**
- 7 <http://www.once.es> | **Organización Nacional de Ciegos de España**
- 8 <http://www.dgt.es> | **DGT(Dirección General de Tráfico)**
- 9 <http://onlae.terra.es> | **Org. Nacional de Loterías y Apuestas del Estado**
- 10 <http://www.renault.es> | **Renault España**
- 11 <http://www.cocacola.es> | **Coca Cola**
- 12 <http://www.marsans.es> | **Viajes Marsans**
- 13 <http://www.mattel.com> | **Mattel España**
- 14 <http://www.movistar.es> | **Telefonica Móviles**
- 15 <http://www.ceac.es> | **Centro de Estudios CEAC**
- 16 <http://www.carrefour.es> | **Centros Comerciales Carrefour**
- 17 <http://www.nissan.es> | **Nissan motor**
- 18 <http://www.lechepascual.es> | **Leche Pascual**
- 19 <http://www.vodafone.es> | **Vodafone España**
- 20 <http://www.fox.es> | **Hispano Fox Films**
- 21 <http://www.nokia.es> | **Nokia consumer electronics**
- 22 <http://www.halconviajes.com> | **Viajes Halcon**
- 23 <http://www.peugeot.es> | **Peugeot**
- 24 <http://www.altadis.com> | **Altadis**
- 25 <http://www.citroen.es> | **Citroen**
- 26 <http://www.ford.es> | **Ford**
- 27 <http://www.opel.es> | **Opel**
- 28 <http://www.bmw.es> | **BMW**
- 29 <http://www.volkswagen.es> | **Volskwagen Audi**
- 30 <http://www.alliedomecq.com> | **Allied Domecq**
- 31 <http://www.danone.es> | **Danone**
- 32 <http://www.toyota.es> | **Toyota**
- 33 <http://www.planetadirecto.com> | **Planeta Directo**
- 34 <http://www.nestle.es> | **Nestle**
- 35 <http://www.repsolypf.es> | **Repsol YPF**
- 36 <http://www.heineken.es> | **Heineken**
- 37 <http://www.seat.es> | **Seat**
- 38 <http://www.gallinablanca.es> | **Gallina blanca**
- 39 <http://www.henkel.es> | **Henkel**
- 40 <http://www.corporaciondermoestetica.com> | **Corporación Dermoestética**
- 41 <http://www.mahou.es> | **Mahou**
- 42 <http://www.retelevision.es> | **Retelevision mobile**
- 43 <http://www.loreal.es> | **Loreal**
- 44 <http://www.mcdonalds.es> | **Mc Donalds**
- 45 <http://www.unilever.es> | **Unilever**
- 46 <http://www.esteeauder.es> | **Estee Lauder**
- 47 <http://www.nivea.es> | **Nivea**
- 48 <http://www.fiat.es> | **Fiat auto**
- 49 <http://www.pepsi.es> | **Pepsi**
- 50 <http://www.arbora-ausonia.es> | **Arbora & Ausonia**

inZearch le ofrece un estudio gratuito sobre el posicionamiento de su sitio Web. Solicítelo a seo@inzearch.com, Asunto: Estudio del sitio, indicando nombre de la empresa, url del sitio, nombre y cargo de la persona solicitante*

 SOBRE inZearch*

inZearch* es una agencia líder en Hispanoamérica.

Pertenece al Grupo Digital Ventures, compañía de marketing on line basada en resultados, focalizada en los mercados latinoamericano e hispano de los Estados Unidos, con oficinas en Buenos Aires, San Pablo y México DF.

Nuestro objetivo central es convertir a Internet en negocios y contactos calificados para nuestros clientes. Somos experimentados profesionales del marketing en buscadores y el posicionamiento de sitios Web

EL TEAM

El equipo directivo está integrado por Damián Voltés, Ariel Arrieta, Juan Carlos Göldy y Germán Herebia, profesionales con más de 10 años de experiencia en el mercado de Internet, conformando un team con experiencia sólida y una red de contactos nacional e internacional que llega a las dos puntas del negocio: medios y avisadores.

ARIEL ARRIETA: Trabaja con Internet desde 1994. Fue Gerente de Ventas de Vía Networks Argentina / S&M Internet, Gerente de Desarrollo de Inea Internet (ISP) y Jefe de Soporte Técnico y Webmasters en Century Internet (ISP). Posteriormente fundó y se desempeñó como Gerente Comercial de I-Solutions y de OK-Compra. Antes de crear Digital Ventures fue Gerente de Operaciones de Global Mind. Ariel cursó un Postgrado en Marketing en Internet en la Universidad de Belgrano y cursa la Licenciatura en Comercialización en la Universidad de Palermo

DAMIÁN VOLTÉS: Fundó y se desempeñó como Director de Marketing y Business Development en CuponesOnline.com, Netkiosk S.A. e Inter-Marketing Group (Marketing Directo). Trabajó en posiciones de Marketing en Datatrak, Megatrans y Unisys Sudamericana. Antes de crear Digital Ventures fue Director de Media Planning y Buying en Global Mind.

Damián es Licenciado en Administración de Empresas y Master en Administración de Empresas (MBA) de la Univ. de Belgrano. También cursó un Postgrado en Telecomunicaciones en la Univ. de San Andrés en conjunto con el ITBA.

JUAN CARLOS GÖLDY: Ocupó posiciones gerenciales en el área de Marketing de compañías de Telecomunicaciones, Internet y agencias de publicidad. Antes de fundar inZearch* fue Coordinador Regional de Marketing de Tutopia.com y Gerente de Marketing de IFX Networks / Tutopia.com para Argentina y Uruguay. Juan Carlos es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Ciencias Económicas de Córdoba, con Posgrados en Marketing de la Pontificia Universidad Católica de Argentina (Buenos Aires) y Planificación Estratégica de la Universidad Nacional de Buenos Aires

GERMÁN HEREBIA: Acumula una experiencia de más de 10 años en negocios de IT, Internet, medios y publicidad. Fue Gerente Comercial de Infobae (Papel y Web), Gerente Comercial de Ámbito Web y Gerente Comercial de Certifica.com. Estudió Ciencias Políticas y Administración de Empresas en la UBA, y cursó una Especialización en Marketing y Economía Digital en la UB.

Conocemos el mercado de Internet desde sus inicios. Vimos nacer, crecer y desarrollarse a todos los buscadores y directorios.

Este expertise acumulado nos permitió ser los introductores en el país del Marketing en Buscadores en todas sus variantes: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), Consultoría WebSite Analytics, SEM (Search Engine Marketing) y Contextual.

Contactos:

Dirección Comercial: Germán Herebia (gherebia@inzeach.com)

Dirección de Marketing: Juan C. Göldy (jcgöldy@inzeach.com)

Prensa: Marcelo Berenstein: (prensa@inzeach.com) – 011-54-911-5-471-1656