



Versión redactada del mapa "La promoción en buscadores":

La promoción de las sedes web a través de los buscadores puede contemplarse desde la perspectiva del Posicionamiento en Buscadores o Search Engine Optimitation (SEO) o desde el Marketing en buscadores o Search Engine Marqueting (SEM).

El posicionamiento en buscadores consiste en el conjunto de procesos para conseguir mejorar la posición de una sede web en el listado de resultados ante unas determinadas palabras clave y en un determinado buscador. El orden del listado de resultados es el resultado de aplicar un algoritmo de ordenación que depende de multitud de factores, entre los más importantes está el número de enlaces que recibe la sede web. Se denominan resultados orgánicos o naturales a estos listados generados al aplicar los criterios objetivos que el buscador considera adecuados para obtener en los primeros lugares a las webs de mayor calidad y al mismo tiempo las más adecuadas a la búsqueda realizada. El posicionamiento en buscadores no implica en ningún momento pagar al buscador para conseguir un mejor posición.

Por otro lado el marketing en buscadores incluye los servicios y procesos que tienen como objetivo la gestión de anuncios en los buscadores de una determinada sede web. Estos anuncios, llamados enlaces patrocinados, están situados en el listado de resultados de los buscadores, pero en una zona claramente diferenciada de los resultados orgánicos. La publicidad en buscadores es de pago y se factura por cada clic que los usuarios de los buscadores hagan en el enlace patrocinado que conduce a la sede web patrocinada.

Existen diversos servicios de publicidad en buscadores asociados a los principales buscadores disponibles en la red:

- Google con el servicio Adwords (tiene el 90% del mercado)
- Yahoo con el servicio Sponsered Search
- Live con el servicio Microsoft Digital Advertiding Solutions

Cristòfol Rovira
 Blog Servicio de Alerta
<http://docdigital.typepad.com>
 cristofol.rovira@upf.edu
 octubre 2007