



14-11-2008 | Autores O

SEO. Cómo triunfar en buscadores

Autor: Miguel Orense Fuentes y Octavio I. Rojas Orduña

Editorial: ESIC Editorial



SEO. Cómo triunfar en buscadores, de Miguel Orense y Octavio Isaac Rojas Orduña, se presenta como una herramienta imprescindible para conseguir que su página web sea encontrada en Internet por sus clientes y usuarios.

La denominada Web 2.0 está generando una transformación histórica en los hábitos de navegación y comportamiento de los consumidores en la Red. Desgraciadamente, las empresas españolas no aprovechan las posibilidades que les brindan las nuevas tecnologías sociales para posicionar mejor sus productos en la Red y, consecuentemente, vender sus productos a un mayor número de potenciales clientes. Ante esta transformación del comportamiento del consumidor en la Red, las empresas deberían rediseñar sus webs permitiendo a los usuarios que “exporten” con toda facilidad el contenido de las mismas, a través de widgets, gadgets y otras herramientas, con el fin de lograr una mayor visibilidad en Internet. Recomendamos diseñar sitios web que sean fáciles de navegar y que fomenten la lectura de sus contenidos, pero sobre todo deben ser sitios participativos -el consumidor debe ser el centro del sitio web- y “amigables” para los buscadores.

El libro, editado por **ESIC Editorial**, repasa brevemente la joven historia de los buscadores en Internet, desde sus inicios hasta los actuales nuevos actores del mercado de las búsquedas. Es un libro de consulta que puede

servir para conocer y aplicar las técnicas SEO, pero también para saber cómo contratar y qué esperar del servicio de especialistas.

Se trata de un texto que quiere abrir algunos ojos para todos aquellos que consideran que todo vale en el momento de posicionar una web, cuando esto no es así. En estas páginas se podrán identificar lo válido de lo que no lo es. También se sumerge en el posicionamiento en medios sociales, como pueden ser los blogs, las nuevas plataformas o las redes sociales, describiendo todo su potencial, incluso con casos prácticos.

En definitiva, el enfoque del sitio web, su posicionamiento en Internet y la tecnología a utilizar en el diseño del mismo es una decisión estratégica que debe tomar el equipo directivo de la empresa, no el proveedor informático o el diseñador gráfico.

Los autores:

Miguel Orense ha desarrollado toda su carrera profesional en Internet. Socio Director y Fundador de Kanvas Media en la actualidad y ponente habitual de los eventos más representativos del sector, se ha convertido en uno de los profesionales referentes de su campo. Miguel es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Oviedo y postgrado en Marketing digital y Comercio electrónico por el ICEMD.

Octavio Isaac Rojas Orduña, experto en comunicación y las relaciones públicas con una visión global, ya que ha ofrecido sus servicios de consultoría tanto en México, su tierra natal, como en España, donde reside desde 1997. Es profesor universitario y de master en ESIC. Su primer libro en solitario lleva el título: "Relaciones Públicas. La eficacia de la influencia". También es coordinador y coautor del libro "Blogs" y "Web 2.0".

SEO ... buscadores ... ESIC ... Orense ... Rojas Orduña ...



[Enviar a un amigo](#) | [Versión para imprimir](#) | [Subir](#) | [Volver](#)

// Búsqueda avanzada

Apellido:

Seleccione... ▼

Título:

Palabra clave:

Filtrar por fecha

Buscar ▶▶

Grupo Dosdoce de Comunicación - ISSN 1697,4891 - [Aviso leg](#)