

Tirada: 54.077	elEconomista	Superficie: 341,00 cm²	Ocupación: 38.87%	Valor: 3.871,49	Página: 63
Difusión: 29.320 (O.J.D)					
Audiencia: 102.620	Economía				
Ref: 2713883	2ª Edición	05/09/2009			



LIBROS

Haga que den con su aguja en el pajar de Internet

Convierta los buscadores en su mejor aliado publicitario

Todo el que intenta meter la cabeza en Internet tiene la misma sensación: vértigo. Su página es como un pequeño islote en el vasto océano o como la proverbial aguja en el pajar.

Lo que Miguel Orense Fuentes y Octavio Isaac Rojas Orduña pretenden aquí es el funcionamiento de los buscadores *online*, la gran esperanza para aquellos que no pueden costearse grandes campañas de marketing, y presentar algunas técnicas para poder llegar a los primeros puestos en los resultados de búsqueda.

Este manual está dirigido, según sus propios autores, a un amplio abanico de profesionales: responsables de marketing, empresarios o emprendedores, *webmasters* y *blogueeros*, programadores, creativos publicitarios y consultores SEO (siglas de *Search Engine Optimization*).

El texto, dividido en nueve capítulos, sigue la clásica distribución de este tipo de libros, comenzando con lo más teórico y general y acabando con casos prácticos.

Así pues, el primer capítulo nos ofrece un breve repaso histórico de los buscadores de Internet y su funcionamiento (robots, índices, algoritmos, etc.) y nos introduce en cierta terminología básica (*user-agent*, *eye tracking*, *The Long Tail*, etc.).

Los capítulos segundo a séptimo tratan directamente el tema del marketing *online* y el posicionamiento en buscadores, introduciendo técnicas más avanzadas, diferenciando técnicas ilícitas de lícitas, y estableciendo las competencias de un consultor SEO. También se comenta el caso de los *blogs*, un fenómeno cuya expansión ha dado lugar a un nuevo tipo de buscadores especializados en este tipo de formato web.



• JAVIER OLIVARES

Los dos últimos capítulos presentan hasta cinco casos prácticos y un estudio, realizado mediante la primera gran encuesta entre SEO hispanos, para conocer cuáles son los factores más importantes a la hora de realizar una campaña de *Search Engine Optimization*.

En definitiva, un completo manual para una disciplina que, si bien es joven, es fundamental para el marketing *online* y, por consiguiente, para el marketing de este siglo.

Tal vez ahora, al mirar el infinito que es Internet no le dé tanto vértigo o, por lo menos, no se asuste tanto ahora que sabe cómo tirar de la anilla para desplegar el paracaídas.



SEO Cómo triunfar en buscadores ESIC. 326 páginas 19,50 euros

Miguel Orense y Octavio Isaac Rojas

Miguel Orense es consultor especialista en marketing y posicionamiento en buscadores. Octavio Rojas es un experto en comunicación y relaciones públicas que ha publicado ya otros tres libros.