

INFORME AUDITORIA DE SU SITIO WEB

HOTEL EJEMPLO

[HTTP://WWW.HOTELEJEMPLO.COM](http://www.hotelejemplo.com)



El propósito de este documento es demostrar con datos reales la situación de la página web respecto a los buscadores, y en concreto Google.

Para ello hemos realizado un pequeño análisis básico, mirando los conceptos elementales ayudados por nuestra herramienta de análisis.

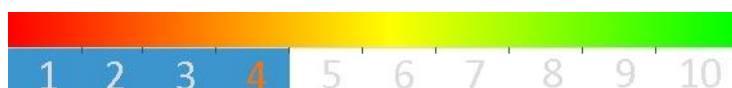
GOOGLE PAGE RANK

El PageRank es un índice que utiliza Google para valorar la relevancia de un sitio web a través de una serie de algoritmos. El PageRank sitúa su valoración en un rango numérico entre 0 y 10.

Los elementos que valora Google a la hora de fijar este índice son múltiples y algunos desconocidos.

Índice: 2

Valoración:



ÍNDICE INTERNET

El índice de internet es un índice aproximado del lugar que ocupa la página entre todas las del mundo. Este índice es sacado de unas estadísticas entre millones de usuarios de todo el mundo. A través de este índice se puede tener una idea de las visitas que se tiene a la página.

Índice: 9.970.000 (aprox.)

Visitas a la página: 1 a 4 / día

Valoración:



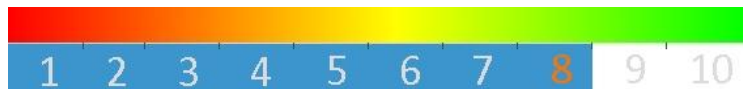
TÍTULO

El título es lo que describe de forma resumida el contenido general de la página que el usuario está visualizando.

Google lee este título y lo utiliza como elemento para determinar la relevancia de las palabras clave que se están intentando posicionarse, por lo que el título de la página debe ir en concordancia con su contenido.

La dinámica correcta sería incorporar un título específico para cada página y que hiciera referencia a los contenidos de la misma.

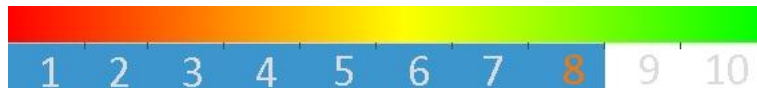
Valoración:



DESCRIPCIÓN

Del mismo modo que con el título, la mayoría de los buscadores exponen el contenido de la descripción en los resultados de búsqueda. Hay que redactar una descripción que tenga coherencia con el contenido, utilizando palabras relevantes.

Valoración:



KEYWORDS

Las palabras claves (keywords) sirven a los buscadores para saber cuáles son las palabras más relevantes de la página. No pueden exceder un número determinado y deben ir en concordancia con el contenido de la página.

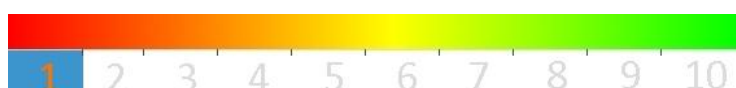
Valoración:



ROBOTS

Fichero de texto que dice al buscador si debe indexar la página y si debe continuar indexando las páginas que enlazan con esta.

Valoración:



LINKS A LA PÁGINA

Número de páginas que enlazan con la nuestra.

Resultado: 1

PÁGINAS INDEXADAS ÚTILES

Número de páginas que Google ha indexado de nuestra página. Pueden ser algunas (o muchas) más, pero no todas son útiles.

Resultado: 6 aprox.

PALABRAS CON MÁS PROBABILIDAD DE RESULTADOS EN LAS BÚSQUEDAS

- La recepción es
- Los telefonos no son adaptados
- Entre la playa y la montaña
- El esquí en las montañas

RESULTADOS EN BÚSQUEDAS

Posiciones en Google para las siguientes búsquedas:

Literal buscado	Posición
Hotel en montaña	19
Hotel con encanto	+30
Hotel ejemplo	1
Hotel playa	+ 30
Hotel esquí montaña	+ 30
Reserva hotel Castellón	27

GOOGLE MAPS

Posicionamiento del hotel en un mapa Google Maps.

Resultado: No

COMENTARIOS

Los usuarios pueden haber emitido comentarios sobre el sitio web, valorando sus características. Estos comentarios pueden posicionar al establecimiento si están hechos técnicamente de una manera específica en la misma web del establecimiento.

Resultado: sin comentarios indexables

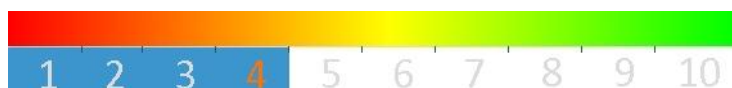
Comentarios en web propia formato Google: ninguno

REDES SOCIALES

Las redes sociales, además de ser una gran herramienta propagandística, sirven para ayudar a posicionar la web en las búsquedas.

Resultado: Facebook

Valoración:



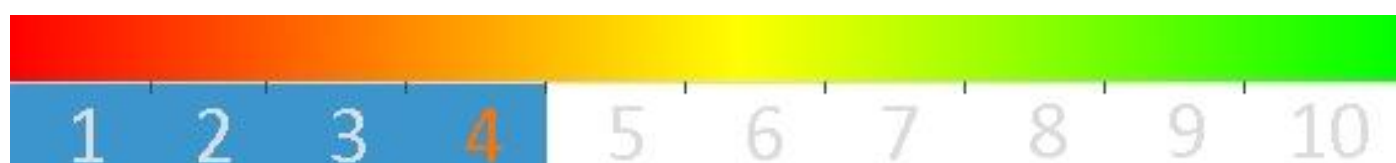
SITEMAP

Un sitemap sirve para informar a los buscadores de todas las direcciones (url's) de nuestra página web que debe indexar para las búsquedas. De esta manera nos aseguramos que los buscadores indexarán todas las páginas que queramos, sin esperar a que sean ellos quienes decidan que páginas indexarán.

Resultado: SiteMap no encontrado en ubicación standard

VALORACIÓN FINAL

La valoración de posicionamiento para la web <http://www.hotelejeemplo.com> es:



PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Hay puntos importantes muy mejorables. El hecho de que muchos contenidos estén en flash hace perder páginas de indexación e impide el posicionamiento.

Se recomienda hacer una campaña de **posicionamiento natural u orgánico** mínima de 9 meses, es decir, salir en las búsquedas sin pagar por ello.

Como esta solución lleva un tiempo, a veces prolongado, también sería interesante la opción de pagar por salir en las búsquedas (posicionamiento SEM) durante algún tiempo finito. Para ello disponemos de personal cualificado por Google con el **Certificado de Google Advertising Profesional**, para campañas en Google Adwords.

[\(Ver diferencias entre posicionamiento natural y posicionamiento pagando \(SEM\)\)](#)

Los resultados pueden hacer subir el índice hasta los 3.800.000 aprox.

Más información en nuestra página <http://www.tucarroya.com/portal/posicionamiento-buscadores-seo>