

SEO Avanzado e Analítica con Google Google Analytics e Search Console



Índice del Taller

01

Introducción ó SEO Avanzado para Empresas en Dixitalización

Contexto Dixital e Retos Comúns

Rol do SEO na Estratexia Empresarial

04

Introducción a Google Search Console

Para que serve e como se accede?

Verificar que a túa páxina aparece en Google

Como detectar erros comúns facilmente

02

SEO Técnico

Como se Atopan e Amosan as páxinas en Google

Que son a Velocidade Web e a Experiencia do Visitante

Conceptos de robots.txt e sitemap

05

Introducción a Google Analytics

Que é e como axuda ao teu negocio?

Medir visitas e comportamento básico dos usuarios

Ver de onde che atopan (procuras e tráfico orgánico)

03

Contidos e experiencia do Usuario

Que Procura a Xente na Internet e Cómo Crear Contido Útil

Diferenza entre contido relevante e comercial

Boas Prácticas de Redacción para o teu Sitio web

06

Primeiros Pasos Prácticos

Como empezar a usar Search Console e Analytics

Accións recomendadas ao iniciar

Recursos gratuítos e axuda en liña

Preguntas de Diagnóstico

Coñeces o rendemento actual de tu sitio web?
web?

Sabes cantas visitas recibes, de donde proveñen e que páxinas son as máis populares?

O teu sitio está optimizado para motores de procura?

Verificaches se Google pode rastrexar e indexar correctamente todas as túas páxinas importantes?

Mides o impacto das túas accións dixitais?

Tes configuradas ferramentas de analítica para tomar decisións baseadas en datos reais?

Entendes o comportamento dos teus usuarios?

Sabes que buscan os teus visitantes e como interactúan co teu contido?

Obxectivos xerais da formación

Dominar SEO Técnico

Comprender como funcionan o rastrexo, indexación e optimización técnica de sitios web.

Crear Contido Estratéxico

Desenvolver contidos relevantes que respondan ás necesidades reais dos usuarios.

Utilizar Google Analytics

Analizar o tráfico web e o comportamento de usuarios para optimizar resultados.

Xestionar Search Console

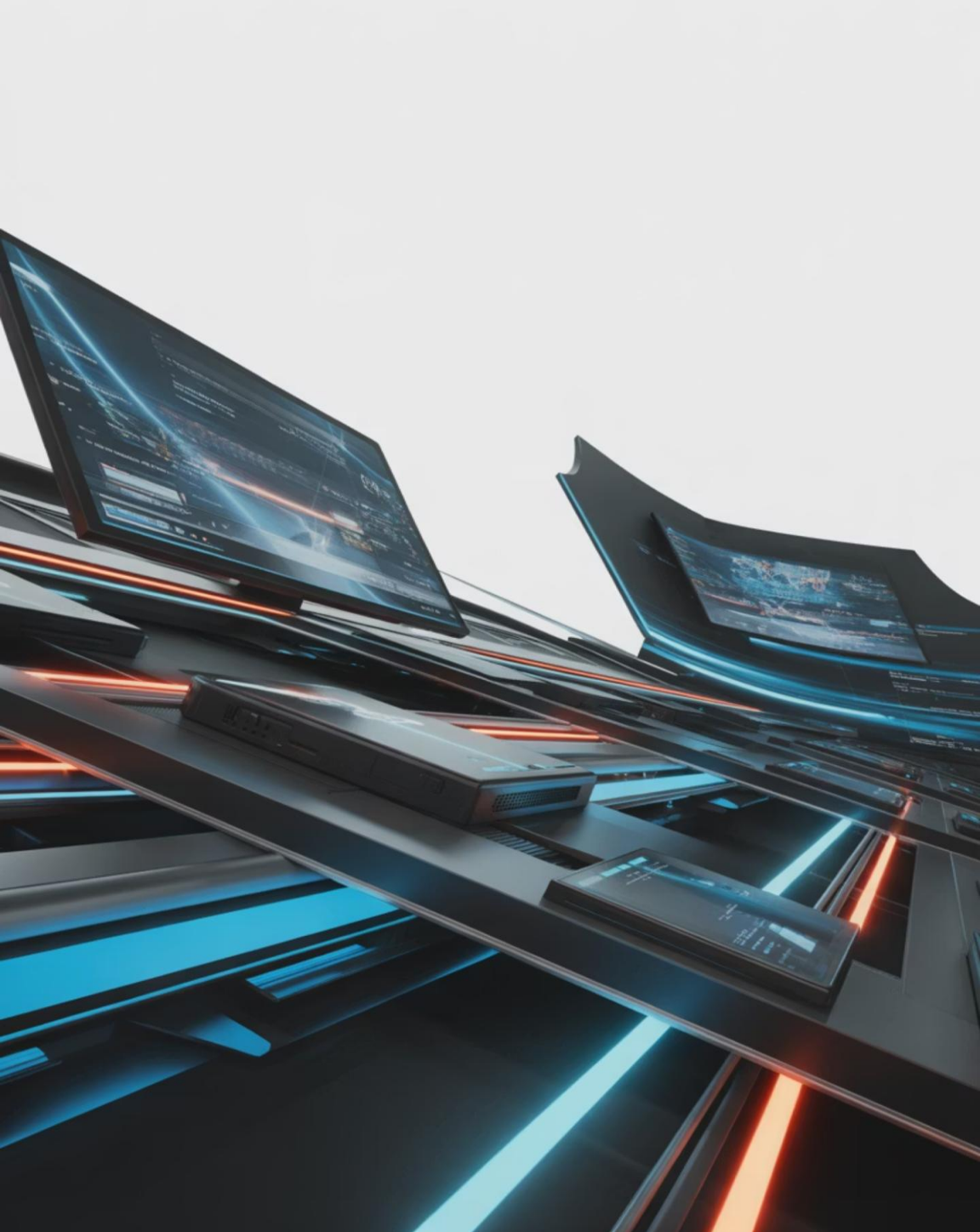
Monitorizar o rendemento en buscas e detectar oportunidades de mellora.

Implementar Estratexias

Aplicar coñecementos prácticos para mellorar a visibilidade e conversión online.

Tomar Decisións Informadas

Basear as estratexias dixitais en datos reais e métricas relevantes.



Introducción ao SEO Avanzado para Empresas en Dixitalización

Contexto Dixital e Retos Comúns

O Escaparate Global Dixital

Internet converteuse no escaparate global onde as empresas deben ser visibles, accesibles e atractivas. O contexto dinámico esixe adaptación continua ás innovacións tecnolóxicas e cambios constantes nos motores de busca.

As organizacións enfrontan o reto de destacar entre unha sobrecarga de información e opcións para os consumidores.

48%

Tráfico SEO

Media de tráfico web orgánico

Evolución Constante de Algoritmos



Actualizaciones Frecuentes

Os algoritmos de busca cambian constantemente, determinando que contido se mostra ós usuarios.



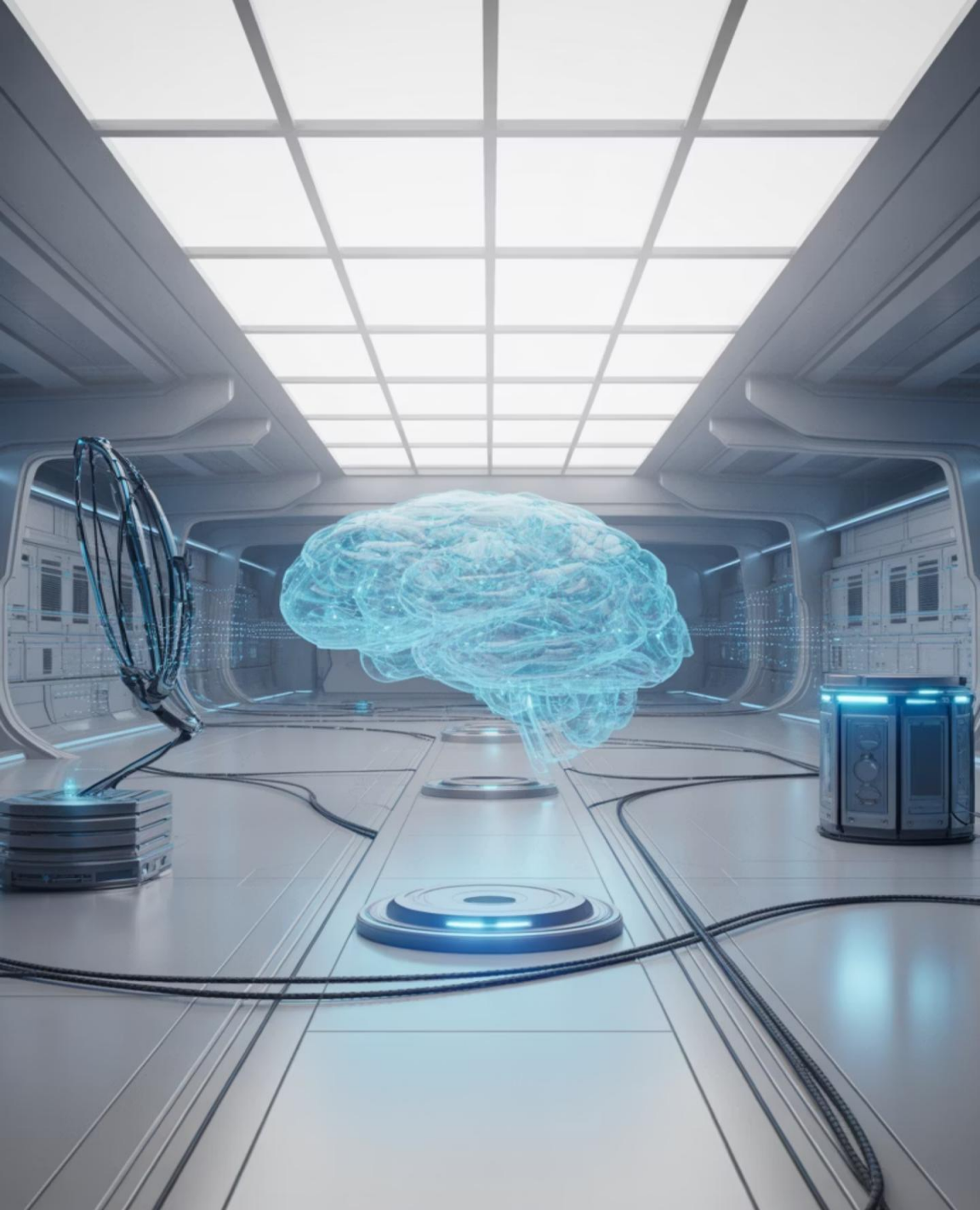
Adaptación Necesaria

As prácticas de SEO débense axustar continuamente para evitar penalizacións.



Estratexias Flexibles

As tácticas deben basearse en análises de datos actualizados e ser adaptables.



Revolución da intelixencia artificial

A IA transformou a segmentación e personalización dixital. Os buscadores utilizan intelixencia artificial para **predecir a intención de busca do usuario**, personalizando resultados para satisfacer necesidades de maneira máis precisa.

As empresas deben axustar constantemente os seus contidos e arquitectura web para ofrecer experiencias personalizadas e relevantes.

Experiencia de Usuario (UX) como Prioridade



Velocidade de Carga

Os motores de busca priorizan sitios con navegación fluída e tempos de carga rápidos.



Adaptación Móbil

A compatibilidade con dispositivos móbiles é un requisito imprescindible para o posicionamento.



Core Web Vitals

Métricas que avalian rendemento, interactividade e estabilidade visual do sitio.

Privacidade e Seguridade de Datos

Regulacións actuais

- GDPR en Europa
- Restricións sobre cookies
- Novas normativas de privacidade

Estas regulacións cambiaron a forma en que os datos poden ser recompilados e utilizados, impactando directamente nas estratexias de SEO e personalización.



Rol do SEO na Estratexia Empresarial

O SEO consolidouse como pilar fundamental nas estratexias de marketing dixital, impactando directamente en visibilidade, credibilidade e conversión.



Por Que é Tan Importante o SÉ?

Tráfico Sostible

O SEO representa de media o **48%** do tráfico web dun sitio, xerando resultados a longo prazo sen necesidade de investimento publicitario constante.

Conversión Efectiva

En sectores ben posicionados, as taxas de conversión orgánicas **superan o 1%**, demostrando a súa efectividade en captación de clientes.

Competitividade Equilibrada

Equilibrada
Permite competir en igualdade de condicións fronte a líderes do mercado, sen orzamentos publicitarios abrumadores.



Reputación e Confianza Online

Un bo posicionamento en motores de busca contribúe directamente á **reputación online** da empresa. Cando unha marca aparece entre os primeiros resultados, asociase con autoridade e confianza.

O SEO mellora a visibilidade nas etapas iniciais da viaxe do cliente, cando buscan solucións ás súas necesidades, aumentando a intención de compra.

O SEO como Activo Corporativo



Contidos Relevantes

Atrae e retén á túa audiencia con información de valor e utilidade.



SEO Técnico

Optimiza a estrutura e a velocidade de tu sitio para mellor indexación.



Link Building Estratéxico

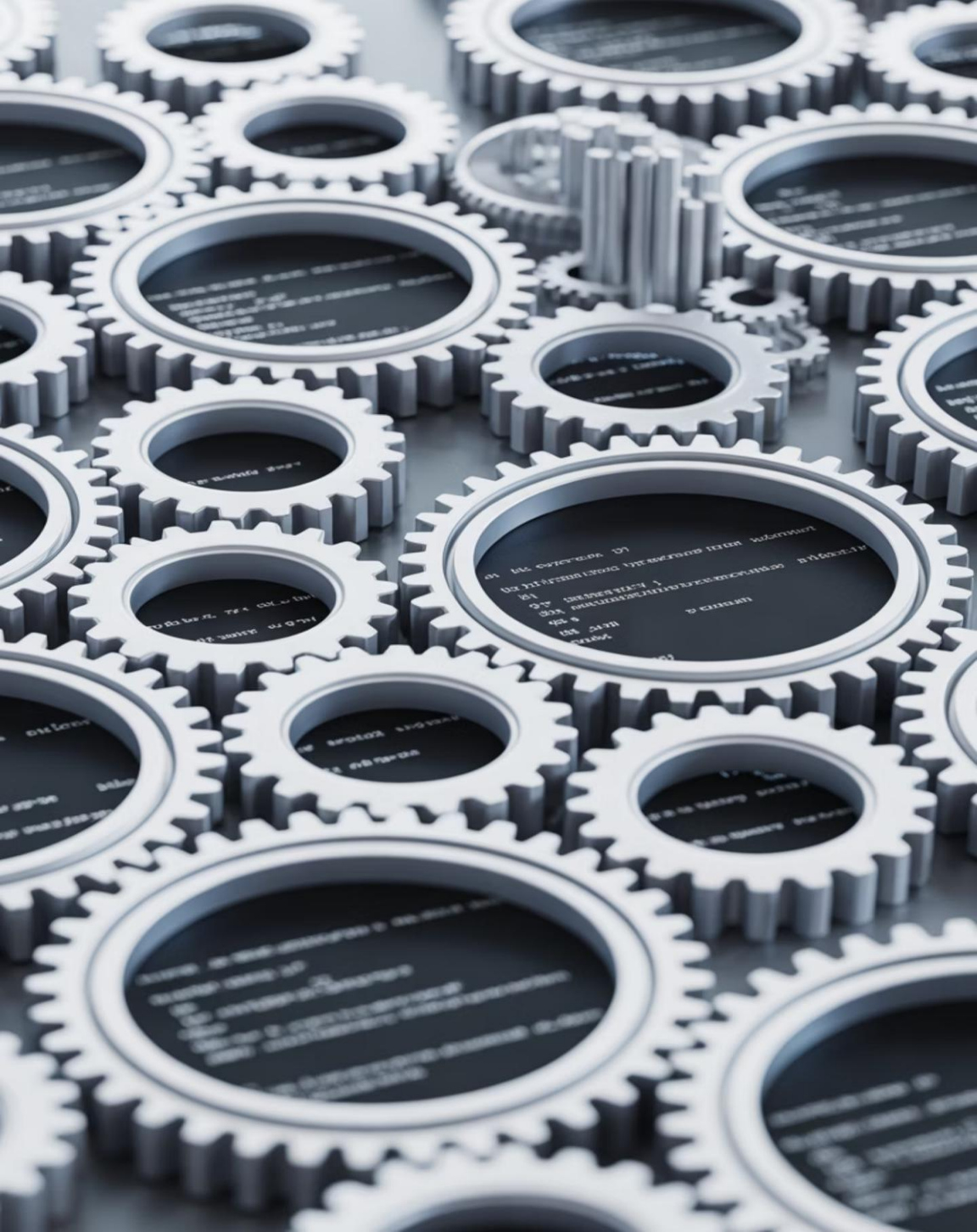
Constrúe autoridade e credibilidade con ligazóns de alta calidade.



Liderazgo de Marca

Posiciona a túa empresa como referente e líder indiscutible no teu sector.

El SEO transforma tu estrategia digital en una visión a largo plazo, impulsando el crecimiento y la mejora continua de tu negocio.



SEO Técnico

Comprender os fundamentos técnicos do SEO é esencial para garantir que tu sitio web sexa atopado, indexado e valorado polos motores de busca.

Como se Atopan e Mostran as Páxinas en Google

1. Rastrexo

Googlebots ou arañas seguen ligazóns explorando a web continuamente para descubrir páxinas novas e actualizar existentes.

2. Procesamiento

Os bots analizan texto, imaxes, metadatos, títulos e aspectos técnicos como velocidade de carga e usabilidade.

3. Indexación

Google decide se agregar a páxina ao seu índice, unha xigantesca base de datos utilizada para responder consultas.

4. Mostrar Resultados

Google utiliza o seu índice para mostrar os resultados máis relevantes basándose en contido, UX e rendemento técnico.

Que son a Velocidade Web e a Experiencia do Visitante



A velocidade web e a UX son factores críticos para o SEO técnico moderno. Google valora profundamente ambos porque impactan directamente na satisfacción dos usuarios.

Velocidade Web

1

Impacto en Posicionamento

As páxinas lentas poden recibir penalizacións nos resultados de busca.

2

Taxa de Rebote

As páxinas rápidas teñen menos usuarios que abandonan o sitio inmediatamente.

3

Optimización Técnica

Compresión de imaxes, optimización de código HTML/CSS/JavaScript e mellora de servidores.

Experiencia del visitante (UX)

Mellora a interacción e satisfacción do usuario en tu sitio web. Un bo UX é clave para reter visitantes e acadar obxectivos.



Arquitectura Clara

Organización lóxica do contido para facilitar a busca.



Navegabilidade Fácil

Menús intuitivos e roteiros claros para os usuarios.



Adaptación Móbil

Deseño responsable para unha experiencia fluída en calquera dispositivo.



Ligazóns Internas

Conexións estratéxicas para guiar ao usuario polo sitio.

Core Web Vitals: Métricas Esenciais

LCP: 2.5s

Largest Contentful Paint - Carga do contido principal.

FID: 100ms

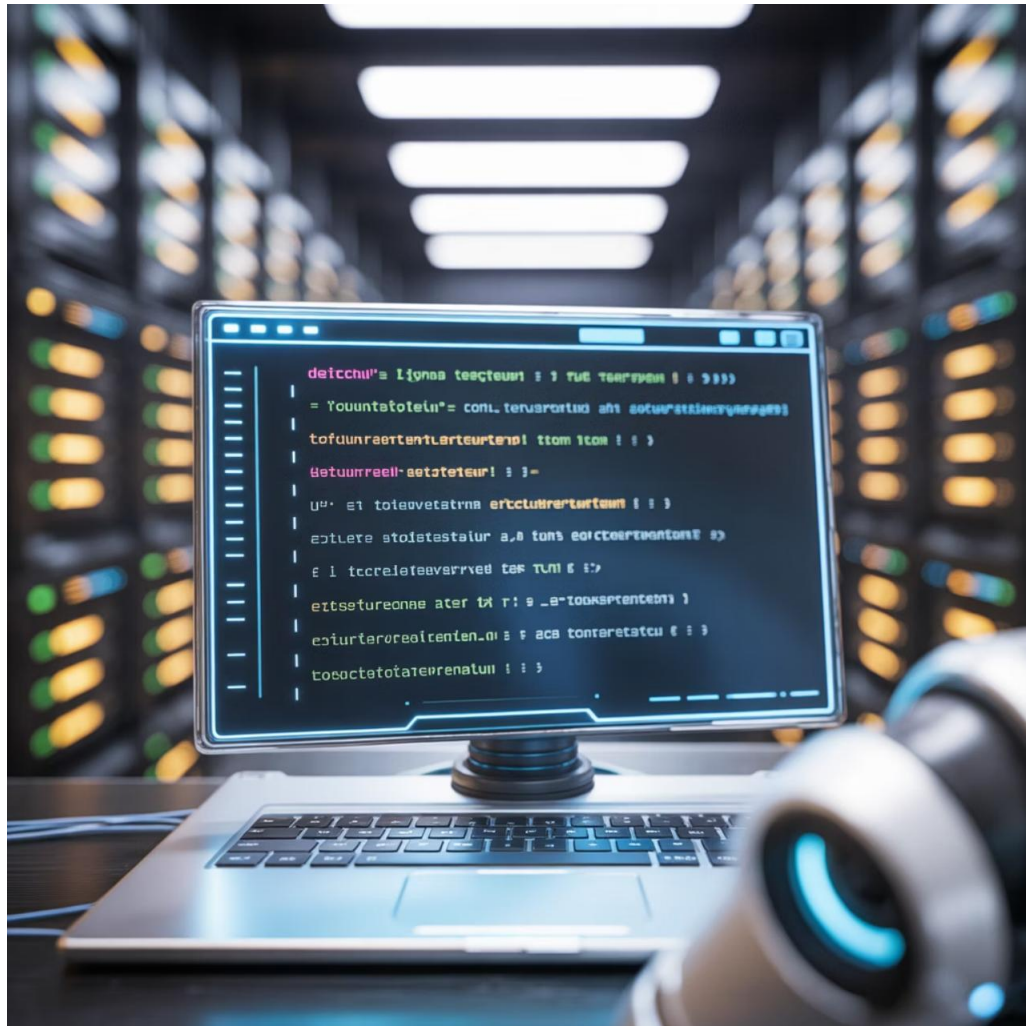
First Input Delay - Resposta a primeira interacción.



Conceptos de robots.txt e sitemap

Estes dous arquivos son fundamentais para guiar aos motores de busca en como deben rastrexar e indexar o contido dun sitio web.

robots.txt



Función Principal

Archivo de texto na raíz do sitio (tusitio.com/robots.txt) que dá instrucións aos bots sobre que poden e non poden rastrexar.

Comandos Básicos

- **Disallow:** Bloquea acceso a páxinas ou seccións específicas.
- **Allow:** Permite rastrexo de áreas específicas
- **Sitemap:** Indica situación do sitemap.xml

sitemap.xml



Lista de URLs

Contén todas as URLs importantes do sitio web en formato XML estruturado.



Información Adicional

Inclúe frecuencia de actualización e prioridade relativa de cada páxina.



Envío a Google

Pódese enviar a través de Google Search Console para facilitar indexación.

Sitemap: <https://www.tusitio.com/sitemap.xml>



Coffee break

As mellores alianzas tamén se constrúen durante unha pausa para o café...



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

Contidos e experiencia experiencia do Usuario Usuario

Crear contido útil e relevante que responda ás necesidades reais dos usuarios é a clave para o éxito en SEO moderno.





Que Busca a Xente na Internet e Como Crear Contido Útil

En 2025, a natureza das buscas está cambiando rapidamente. Os usuarios procuran respostas rápidas, relevantes, orixinais e directamente aliñadas coas súas necesidades reais.

Tendencias Clave en Búsquedas

Busca por Voz

Os usuarios fan preguntas máis longas e conversacionais usando asistentes como Siri, Alexa e Gemini.

Busca local

A xeolocalización é clave. Os usuarios buscan servizos e produtos próximos, priorizando a conveniencia e a inmediatez.

Preguntas Directas

Os motores de busca ofrecen respostas concisas directamente nos resultados, valorando contido que responda de forma clara.

Formatos Visuales y Multimedia

Vídeos, imaxes, infografías e podcasts están a gañar popularidade, impulsados por ferramentas como Google Lens para a procura visual. O contido multimedia mellora a experiencia de usuario e o posicionamento.

Anticipación á Intención de Busca

É crucial crear contido evergreen (atemporal) e aliñalo coa fase do embudo do usuario, cubrindo desde información xeral ata a decisión de compra, anticipando as súas necesidades.

Como Crear Contido Útil

1 Investiga Preguntas Reais

Usa ferramentas como Google Trends, Answer the Public ou suxestións automáticas de Google para identificar consultas frecuentes do teu público obxectivo.

2 Responde de Maneira Exhaustiva

Proporciona exemplos concretos, casos prácticos e unha linguaxe claro que cubra o tema en profundidade.

3 Mantente Actualizado

Ofrece información relevante e precisa coas últimas tendencias, datos e ferramentas de turismo.

Diferenza entre contido relevante e comercial

Contido Relevante

Deseñado para resolver problemas ou educar aos usuarios. O seu obxectivo é ser útil e fidedigno.

- Guías completas sobre un tema
- Tutoriais e explicacións detalladas
- Análise de tendencias ou informes
- Casos prácticos e comparativas obxectivas

Xera relación duradeira con usuarios e maiores conversións a longo prazo.

Contido Comercial

Centrado en **vender produtos ou servizos**. Enfoque directo e persuasivo.

- Ofertas e promocións especiais
- Páxinas de produtos ou landing pages
- Chamados á acción para compra
- Contido promocional directo

Necesario para conversións inmediatas, pero débese equilibrar con contido relevante.



Boas Prácticas de Redacción para o teu Sitio web

As boas prácticas de redacción web melloran o SEO, a experiencia do usuario e fomentan a interacción e confianza co sitio.

Principios de Redacción Web Efectiva

Linguaxe Clara

Evita xergas ou tecnicismos innecesarios. Sé directo e preciso con ton adecuado ao público obxectivo.

Titulares Descritivos

Deben reflectir fielmente o contido. Evita clickbait que xera experiencia negativa.

Estrutura Escaneable

Encabezados xerarquizados, parágrafos curtos, listas e negritas para resaltar ideas clave.

Ton Adaptado

Axusta profundidade e linguaxe segundo o nivel de coñecemento do público obxectivo.

Elementos de Credibilidade e Usabilidade

Demstrar Experiencia

Comparte datos propios, exemplos, estudos de caso ou testemuños para mostrar autoridade.

1

CTAs Naturais

Chamadas á acción claras e relevantes que agreguen valor sen forzar a compra.

2

3

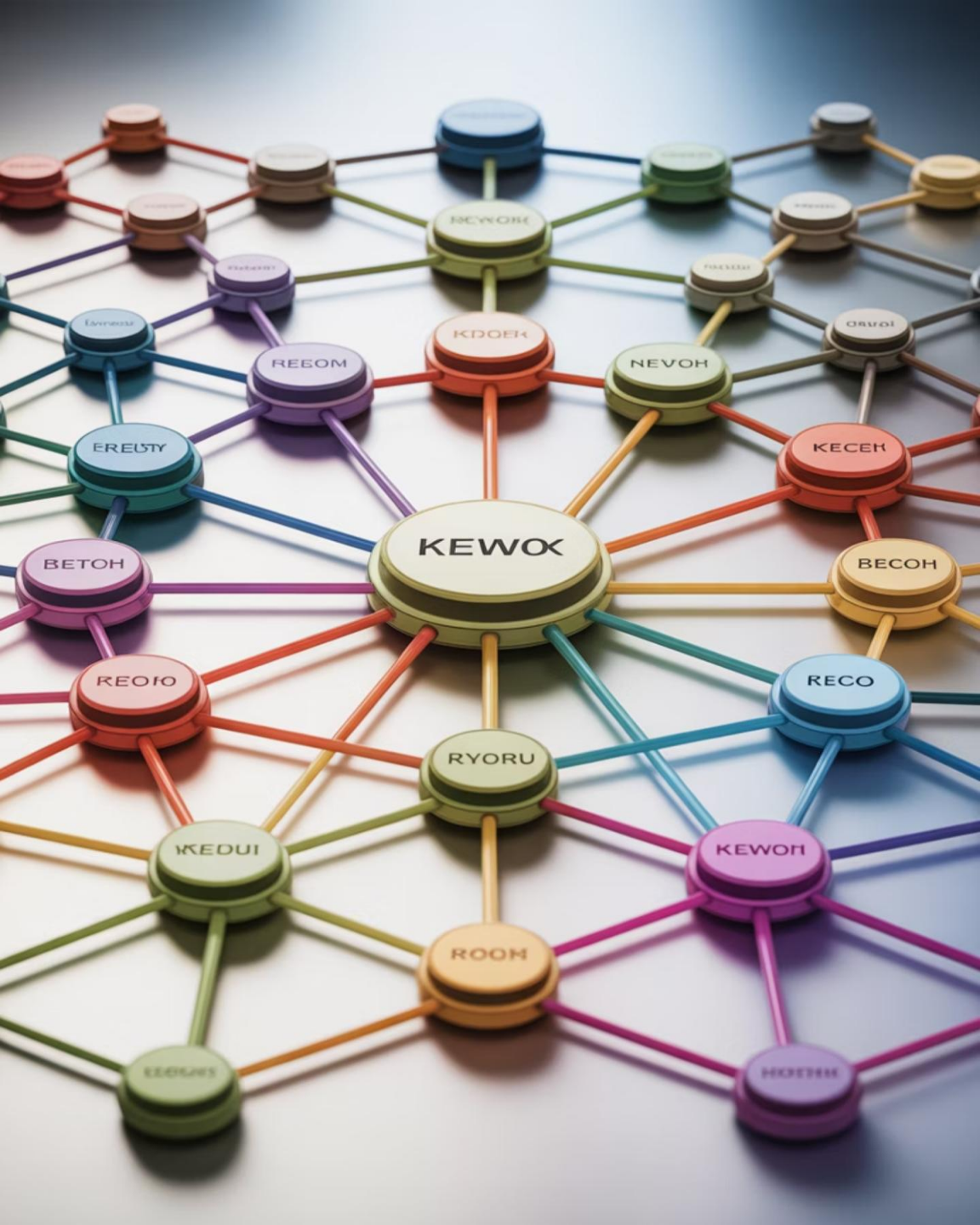
4

Priorizar Lexibilidade

Deseño limpo, tipografía adecuada, tamaño de texto cómodo e contraste óptimo.

Medir e Analizar

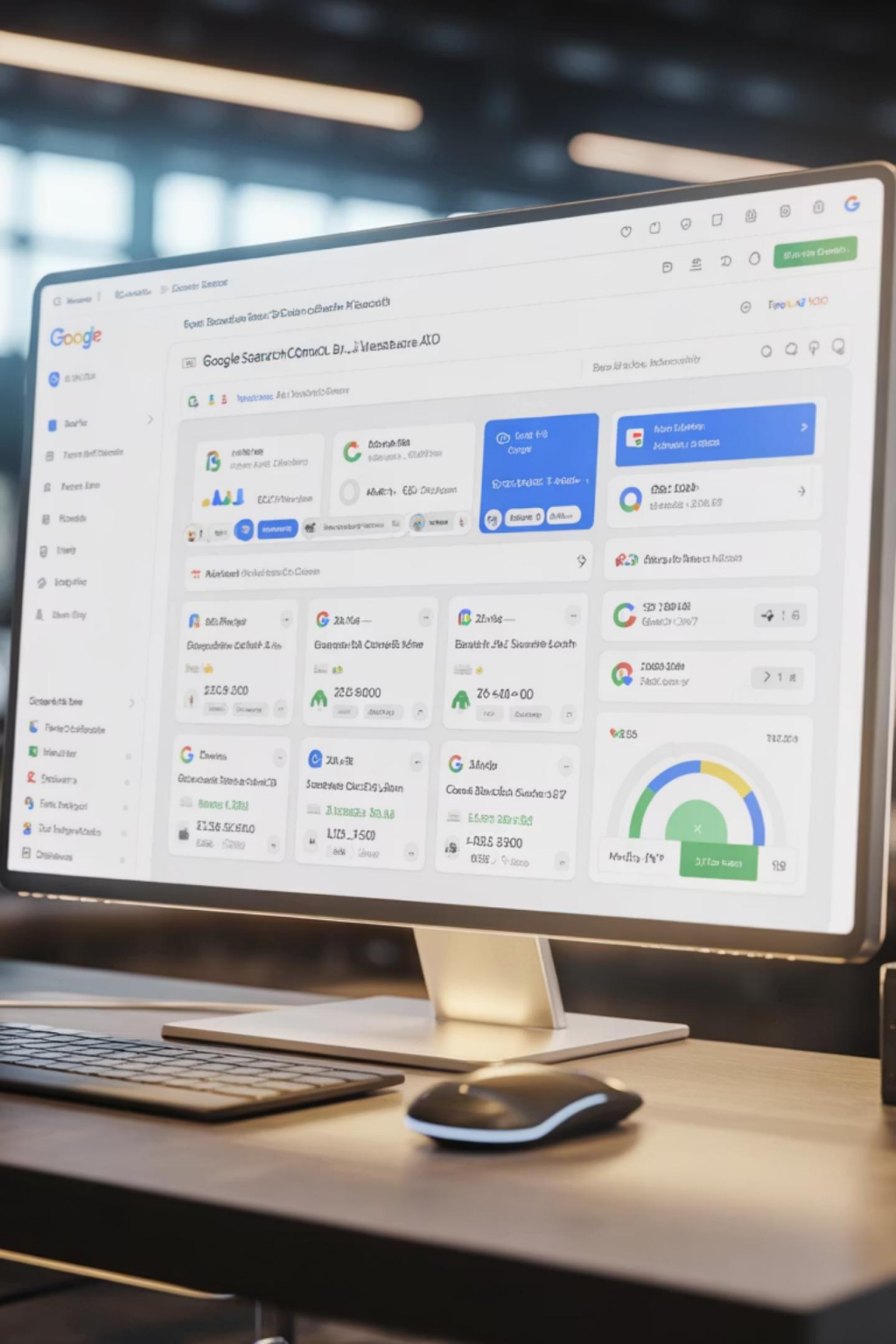
Usa Google Analytics para observar interacción e axustar segundo o que funcione mellor.



Optimización Semántica

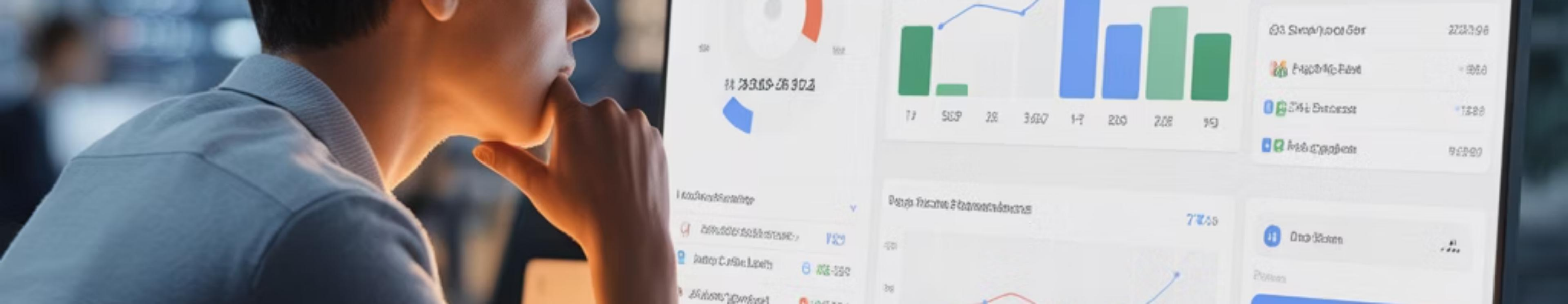
O contido debe estar optimizado non só con palabras clave principais, senón tamén con sinónimos e variantes delas.

Isto axuda a que o contido sexa máis relevante para unha gama máis ampla de busca, mellorando as posibilidades de aparecer en diversos resultados relacionados.



Introducción a Google Search Console

Unha ferramenta gratuíta esencial para analizar e mellorar o rendemento do teu sitio nos resultados de procura de Google.



Para Que Serve e Como se Accede?

Google Search Console (GSC) permite aos propietarios de sitios web analizar e mellorar o seu rendemento en buscas, proporcionando información valiosa para optimizar a presenza online.

Funcionalidades Clave de Google Search Console



Rastreo e Indexación

Analiza como Google rastrea e indexa o teu sitio.



Tráfico Orgánico

Visualiza clics, impresi3ns, posici3n media e CTR.



Problemas T3cnicos

Detecta erros de rastreo e contido duplicado.



Palabras Clave

Mide o rendemento dos teus termos de busca.



Usabilidade M3bil

Aval3a a compatibilidade e experiencia m3bil.



Seguridade

Xestiona penalizaci3ns e problemas de seguridade.

Como acceder a Google Search Console

01

Crear Conta de Google

Se non tes unha, créalo. Se xa tes, úsaa directamente.

02

Acceder a GSC

Ve a search.google.com/search-console e fai login coa túa conta.

03

Engadir o teu Sitio web

Selecciona "Engadir propiedade" e escribe a URL de tu sitio web.

04

Verificar Propiedade

Verifica que es o propietario mediante etiqueta HTML, arquivo en servidor, Analytics ou Etiqueta Manager.

05

Acceso ao Panel

Unha vez verificada, accede ao panel con toda a información de rastrexo e rendemento.

Verificar que a túa Páxina Aparece en Google



Informe de Cobertura

Mostra que URLs foron rastrexadas e indexadas, e cales teñen problemas ou erros.



Inspección de URL

Comproba se unha páxina específica está no índice de Google e cándo foi rastrexada por última vez.



Envío Manual

Envía manualmente URLs novas ou actualizadas para acelerar o proceso de indexación.



Informe de Rendemento

Mostra que páxinas están sendo vistas en resultados, con qué frecuencia e en que posicións.



Como Detectar Erros Comúns Facilmente

GSC é extremadamente útil para detectar e solucionar problemas que poden afectar negativamente o rendemento e posicionamento do teu sitio.

Erros de Rastrexo e Indexación



Erros 404

Páxinas non atopadas que Google intenta rastrexar pero non existen, prexudicando o SEO.



Erros 403/401

Acceso denegado debido a restricións de permisos que impiden o rastrexo.



Incompatibilidade Móbil

Páxinas non compatibles con dispositivos móbiles poden ser penalizadas en resultados.



Bloqueo por robots.txt

Arquivo robots.txt bloqueando acceso a páxinas importantes impide a súa indexación.

Outros problemas comúns

Problemas en Sitemaps

- URLs mal formateadas
- Etiquetas "noindex" conflitivas
- Páxinas duplicadas

Problemas de Seguridade

- Malware detectado
- Hackeos no sitio
- Contido malicioso

Erros en Datos Estructurados

- Formato incorrecto
- Implementación defectuosa
- Rich results non funcionan

 O panel de GSC mostra alertas, informes visuais e recomendacións prácticas para solucionar estes erros, facilitando a xestión da túa presenza dixital.



Introducción a Google Analytics

A ferramenta fundamental para recompilar datos detallados sobre visitantes e optimizar a experiencia do usuario no teu sitio web.

Que é e Como Axuda ao teu Negocio?

Google Analytics é unha ferramenta gratuíta para medir o rendemento do teu sitio web, optimizar a experiencia do usuario e basear as túas estratexias en datos reais.



Orixe do Tráfico

Identifica de onde veñen os teus usuarios (orgánico, pago, redes).



Análise de Páxinas

Coñece as páxinas máis visitadas e o tempo de permanencia.



Áreas de Mellora

Detecta problemas de UX e a taxa de rebote.



Impacto de Campañas

Mide o retorno de investimento (ROI) das túas campañas dixitais.



Decisións informadas

Obtén insights clave para estratexias baseadas en datos reais.

Medir visitas e comportamento básico dos usuarios

1.2K

Usuarios

Persoas únicas que visitan o sitio.

2.5K

Sesións

Interaccións totais co sitio.

8.7K

Páxinas Vistas

Total de páxinas visualizadas.

2:45

Duración Media

Tempo media no sitio.

3.2

Páxinas/Sesión

Media de páxinas por visita.

45%

% de Rebote

Usuarios que abandonan tras unha páxina.

156

Conversiones

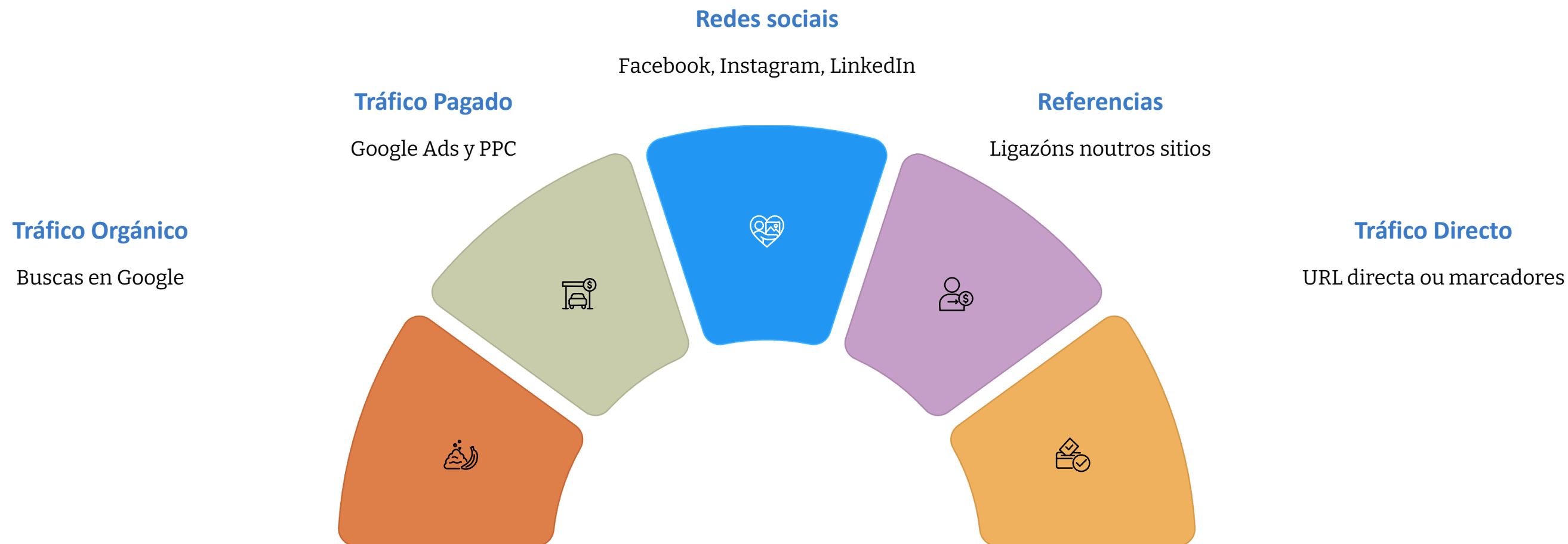
Accións valiosas completadas (formularios, compras, descargas)

—

Comportamento en Tempo Real

Ve a actividade actual dos usuarios no teu sitio.

Ver de Onde che Atopan (Procuras e Tráfico Orgánico)



Segmentar e analizar estas fontes axúdache a comprender que estratexias de márketing dixital funcionan mellor e cales necesitan axustes.

Primeiros Pasos Prácticos

Guía paso a paso para configurar e comezar a utilizar Google Search Console e Google Analytics de maneira efectiva.



Como Empezar a Usar Search Console e Analytics

Google Search Console

1. Accede a search.google.com/search-console
2. Engade a túa propiedade (dominio ou prefixo URL)
3. Verifica propiedade (archivo HTML, etiqueta meta, Analytics o Tag Manager)
4. Accede ao panel de control
5. Revisa Cobertura, Rendemento e Sitemaps

Google Analytics

1. Accede a analytics.google.com
2. Crea una propiedade con detalles do sitio
3. Obtén o código de seguimento JavaScript
4. Engade o código na cabeceira do sitio
5. Espera uns minutos e verifica datos

Accións recomendadas ao iniciar

- **Verificar e Subir Sitemap**

Asegúrate de que o teu sitio estea verificado en GSC e que o arquivo sitemap.xml estea cargado para facilitar rastrexo e indexación.

- **Revisar Informe de Cobertura**

Identifica erros de rastrexo e indexación como páxinas bloqueadas, redireccións incorrectas ou erros 404.

- **Analizar Rendemento**

Ve que palabras chave atraen tráfico, que páxinas reciben máis visitas e de que países proveñen os usuarios.

- **Configurar Obxectivos en Analytics**

Establece obxectivos básicos para medir conversións como envío de formularios, compras ou descargas.

- **Actualizar a GA4**

Asegúrate de usar a versión máis recente de Google Analytics para medición avanzada e seguimento de eventos automáticos.

- **Comparar Datos**

Compara datos das dúas ferramentas para detectar discrepancias e axustar a túa estratexia segundo insights combinados.

Recursos Gratuitos e Axuda en Liña

Atopa aquí os mellores recursos para aprender SEO e dominar as ferramentas de Google, todo de forma gratuíta.



Centros de Axuda Oficiais

Google Search Console Help, Analytics Help, SEO Help ofrecen guías detalladas.



Tutoriais e Blogs

Aprende de YouTube, Domestika, MiPosicionamientoWeb e SEOQuantum.



Comunidade e foros

Resolve dúbidas nos foros oficiais de GSC e Analytics.



Ferramentas Gratuítas

Usa Site Kit para WordPress e Looker Studio para informes.

Reflexións e tendencias futuras

Intelixencia Artificial e SEO

ChatGPT e Bard cambian as buscas conversacionais

Busca Visual e por Voz

Google Lens e asistentes dominan a busca

Core Web Vitals Evolucionados

Métricas UX máis sofisticadas e esixentes

SEO Semántico Avanzado

Comprensión contextual supera palabras clave

Privacidade e Datos

Era cookieless y GA4 redefinen el tracking

Automatización e Machine Learning

Ferramentas predictivas optimizan automáticamente

Conclusións

O SEO é Investimento a Longo Longo Prazo

Non é un gasto, é un activo que xera valor sustenble.

Os Datos Guían as decisións decisións

Analytics e Search Console son esenciais para estratexias efectivas.

A Experiencia do Usuario é Clave

UX e velocidade web determinan o éxito en buscadores.

O Contido Relevante Converte

Calidade sobre cantidade, resolver problemas reais de usuarios.

A Adaptación é Constante

Os algoritmos cambian, hai que manterse actualizado e flexible.



Avalia o curso e o profesor escaneando a seguinte QR:





www.xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



Tel.: 625 54 77 48



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA