

SEO: aparecer cuando alguien busca lo que vendes

¿Qué hacemos cuando hacemos SEO? ¿Cómo se trabaja y qué recibes?

No es un presupuesto: el precio sale después del diagnóstico.

PARA

Negocios con demanda ya existente

PRIMER PASO

Un diagnóstico de fugas de 30 minutos, sin coste

EN UNA LÍNEA

El SEO sirve para que tu negocio aparezca cuando alguien busca lo que vendes, sin pagar por cada clic.

Es lento de arrancar y sigue trayendo gente el mes que dejas de invertir, que es justo lo contrario de la publicidad.

«Este servicio es la respuesta cuando el diagnóstico dice que el freno está en que no te encuentran. Si aún no lo sabes, empieza por ahí.»

PARA QUIÉN ES, Y PARA QUIÉN NO

Es para ti si...

- Tu demanda ya existe y se busca en Google: repuestos, servicios profesionales, productos con nombre propio.
- Tienes una tienda online con catálogo amplio, donde la mayor parte del tráfico posible está en páginas que hoy nadie ve.
- Dependes demasiado de la publicidad y necesitas una segunda fuente de clientes.

No es para ti si...

- Necesitas ventas este mes. El SEO no llega a tiempo, y decirlo antes de empezar forma parte del trabajo.
- Vendes algo que nadie busca todavía porque la categoría aún no existe en la cabeza del cliente. Ahí hace falta crear demanda, no capturarla.
- Tu web no se puede tocar. Si nadie puede publicar ni cambiar una plantilla, el trabajo se queda en un informe.

EL PROBLEMA QUE SUELE HABER DETRÁS

Estos son los tres problemas que más vemos detrás de un «no salimos en Google»:

01 Una migración o un rediseño que se llevó por delante el posicionamiento, y nadie se dio cuenta hasta que cayeron las ventas.

02 Un catálogo que compite consigo mismo: cientos de páginas parecidas, ninguna clara, y Google eligiendo por su cuenta cuál enseña.

03 Un negocio que depende de un solo canal y descubre el riesgo el día que ese canal sube de precio.

CÓMO TRABAJAMOS

FASE 1

Diagnóstico

Miramos tres cosas a la vez: qué busca de verdad tu mercado, qué tienes tú publicado y qué ve Google cuando entra. Aquí aparece el problema real, que muchas veces no es de SEO.

FASE 2

Arreglo de la base

Lo que impide posicionar: páginas duplicadas, redirecciones rotas, versiones del dominio conviviendo, sitemap sucio, páginas que cargan tarde. Sin esto, escribir contenido es tirar dinero.

FASE 3

Arquitectura y contenidos

Decidir qué página responde a qué búsqueda, escribir las que faltan y reescribir las que no dicen nada. Categorías y fichas primero, blog después.

FASE 4

Autoridad y mantenimiento

Enlaces, presencia en el mercado local si aplica, y una revisión mensual donde se mide y se decide.

QUÉ RECIBES

Informe de diagnóstico

El estado real y los problemas ordenados por impacto, no por facilidad.

Mapa de búsquedas y páginas

Qué se busca, cuánto, y qué URL de tu web responde a cada cosa.

Lista de arreglos técnicos

Priorizada, con lo que hacemos nosotros y lo que necesitamos de tu informático.

Textos publicados, no propuestos

Categorías, fichas y páginas nuevas ya escritas y en tu web.

Informe mensual

Lo que ha subido, lo que no y qué se hace el mes siguiente.

QUÉ MEDIMOS

Posiciones de las búsquedas que te dan dinero, visitas orgánicas por tipo de página, y ventas o contactos que llegan de ahí. Las tres juntas, porque cada una sola miente.

Los datos salen de tu Search Console, tu analítica y tu tienda. Para el mercado y la competencia usamos DinoRANK.

UNA REGLA QUE NO NOS SALTAMOS

Nunca mezclamos tus clics reales con tráfico estimado de la competencia en la misma tabla: son cosas distintas y juntarlas da conclusiones falsas.

LO QUE NO PROMETEMOS

- Una posición concreta en una fecha concreta. Quien lo promete no controla el buscador.
- Resultados sin tocar la web.
- Que el SEO arregle un problema que no es de tráfico. Si vendes poco porque el producto está agotado o la ficha no convence, lo decimos y lo ponemos por delante.

QUÉ NECESITAMOS DE TI

- Accesos a la web, a Search Console y a la analítica.
- Alguien que pueda responder dudas de producto.
- Capacidad de decidir sobre la web: si cada cambio necesita tres aprobaciones, el trabajo se para ahí.

PLAZOS

2–4 semanas

Diagnóstico y plan sobre la mesa.

2–4 meses

Primeros movimientos visibles en posiciones y visitas.

6 meses+

Efecto sobre la facturación.

Es lento y no hay forma de acelerarlo con dinero. Preferimos decirlo en la primera reunión y no en el mes cuatro.

DÓNDE ENCAJA ESTE SERVICIO

En un proyecto nuevo, el SEO no se contrata suelto. Entra como componente de un sistema, y cuál depende de lo que diga el diagnóstico.

SIEMPRE ANTES

Raíz

Saber qué cliente te deja margen y tener una medición que diga la verdad. Sin eso, posicionar más búsquedas solo trae más ruido.

PAPEL PRINCIPAL

Reputación

Que te encuentren cuando buscan lo que vendes y te reconozcan como referencia en lo tuyo.

PAPEL MENOR

Tracción

Una segunda fuente de clientes para no depender solo de la publicidad.

Sin Raíz, posicionar más búsquedas solo trae más ruido.

PROYECTO DEMO

Náutica Ribeira

Ejemplo construido para este dossier. La empresa no existe y todas las cifras son simuladas. Sirve para enseñar cómo es el trabajo por dentro y qué documentos recibes, no como resultado nuestro. Los casos reales de Ontyche te los enseñamos en el diagnóstico.

El negocio

Tienda online de repuestos y accesorios náuticos, 1.800 referencias, PrestaShop. Vende a particulares con barco en Galicia y a talleres de toda España. Factura en torno a 40.000 € al mes. Dos personas en oficina.

El punto de partida

«Antes entraban pedidos solos y ahora todo lo que vendemos viene de anuncios.»

La inversión en publicidad ha subido un 60 % en un año y la facturación está plana.

EL CUELLO DE BOTELLA

El diagnóstico encuentra tres cosas, y solo la primera es la que ellos esperaban:

- 01** El rediseño del año pasado cambió todas las direcciones de las fichas sin redirigir las antiguas. **900 páginas que estaban posicionadas devuelven error.**
- 02** Las categorías no tienen ni una línea de texto. Google no tiene forma de saber de qué van, así que **posiciona fichas sueltas que se canibalizan entre ellas.**
- 03** El 30 % de las referencias más buscadas está sin stock desde hace meses. Eso no es un problema de SEO, pero es el que más dinero cuesta, así que va primero en el informe.

QUÉ DECIDIMOS

- **Recuperar antes que crear.** Las 900 redirecciones antes de escribir una sola palabra nueva, porque ahí hay posiciones ya ganadas.
 - **Escribir las 40 categorías con más búsquedas** y dejar el blog para más adelante. El dinero está en el catálogo, no en los artículos.
 - **Entregar al cliente la lista de referencias agotadas** con búsquedas detrás, ordenada por dinero perdido, aunque reponer no sea trabajo nuestro.
 - **Medir por tipo de página**, no en total, para saber qué palanca funciona.
-

Qué recibe

Un informe de diagnóstico de 18 páginas, el fichero de redirecciones listo para subir, 40 textos de categoría publicados, la lista de reposición priorizada y un informe mensual de dos páginas con las decisiones del mes.

Qué cambia

(simulado)

A los seis meses, las visitas orgánicas recuperan el nivel anterior al rediseño y las categorías pasan a ser la puerta de entrada principal. La publicidad deja de sostener sola la facturación y se puede recortar sin que caigan las ventas.

QUÉ TE LLEVAS TÚ, AUNQUE NO SEAS UNA TIENDA NÁUTICA

Si tu tráfico cayó después de tocar la web, el primer trabajo es recuperar lo que ya tenías, antes de escribir nada nuevo. Y ninguna acción de marketing arregla un producto que no se puede comprar.

SIGUIENTE PASO

Un diagnóstico de fugas de 30 minutos, sin coste

Son 30 minutos conversando sobre lo que ya sabes de tu negocio, para ver por dónde se te escapan ventas antes de hablar de ningún servicio. No hace falta que prepares nada ni que nos des accesos. Si de ahí sale que hay que entrar en tus datos a fondo, eso ya es una auditoría: tiene alcance y precio, y te lo decimos antes de empezarla.

[Pedir el diagnóstico →](#)