



## GENERALES

### **1. No tener un objetivo**

Tanto para las páginas web como para las RRSS, hay que tener muy claro el objetivo que se quiere conseguir en cada una de ellas. Captar registros, cerrar ventas online, crear credibilidad...

Cuando ese objetivo está claro llega el momento de estudiar la usabilidad, diseñar y programar.

### **2. No entender el concepto de: Primero aporta valor y luego vende**

En esta nueva economía los clientes mandan; por lo que para diferenciarse de la competencia lo mejor es mostrar lo que vales y luego venderlo. Para ello, lo ideal es usar contenidos (descripciones de proyectos, imágenes, videos..) de lo que haces.

### **3. No invertir en un buen concepto de branding y marca**

Muchas empresas se precipitan en tener presencia online antes de saber lo que van a transmitir, como y que percepción de todo ello quiere que saque su público objetivo.

Tu imagen es tu tarjeta de visita. Tenlo muy en cuenta.

### **4. Pensar que una idea es un negocio, y no entender que la clave es la implementación**

En contadas coscones el negocio está en la idea. Si bien, esta es importante... lo mas importante es la implementación (llegar a tu público) y para ello se requiere de una estrategia fundamentada en los objetivos, medios y público al que queremos dar a conocer y vender nuestra idea.

Ideas hay millones, gente capaz de implantarlas muchas menos.

## **FACEBOOK**

### **5. Pensar que se puede hacer crecer la página de Facebook de manera orgánica**

Para conseguir un número alto en tu Fanpage no basta con pedir a tus amigos que compartan algún post o inviten a dar me gusta. Si quieres tener un número alto de seguidores tienes que invertir en publicidad teniendo muy en cuenta el público objetivo (datos demográficos, de hábitos de consumo etc) para además de tener un número grande, a este le interese tu producto o servicio.

### **6. Actualizar Facebook demasiado poco, por miedo**

La idea de que la frecuencia es malo es absurdo. Con los nuevos cambios de Facebook, no todos tus post van al muro de tus seguidores, por lo que si tienes buen contenido puedes publicar hasta mas de un post diario sin miedo a cansar.

Desde luego, para publicar una vez a la semana, mejor no hagas Facebook.

## **BLOG**

### **7- Tener un blog y actualizarlo una vez cada trimestre**

El blog es otra herramienta del marketing online, pero el objetivo de este nunca debe ser el tenerlo porque la competencia lo tiene.

Ten claro el objetivo de tu blog. Mide los resultados y trabajalo el blog si está funcionando.

### **8. No coordinar el contenido del blog con long tails de SEO**

Escribir contenido sin hacer un análisis de SEO es uno de los errores más comunes. Las long tails aportan tráfico de calidad y son fáciles de posicionar.

Dedicar tiempo al análisis de long tails es imprescindible para hacer que tu blog funcione con SEO.

### **9. Pensar que el blog solo es para comunicar y no entender que también debe de conducir las métricas del negocio**

Tu blog debe de estar para cumplir una métrica importante. Más registros, más vistas a tu página web principal, más compras de tus productos...

Comunica, pero mide, mide y mide...

## SEO

### **10. Pagar cuotas mensuales bajas a profesionales que no hacen link building**

Ten cuidado. En este sector hay muchas empresas y freelance que ofrecen milagros. Deja claro cuales son los objetivos en este area y paga solo si los cumple.

Además de esto debe pasarte un informe cada mes con los enlaces que ha captado y una analítica de datos de tu página web.

Si no o hace .... Corre... pero rápido.

### **11. No optimizar la página web**

El primer paso de SEO es optimizar la web para SEO.

La gran mayoría de las webs, a nivel de SEO, se dicen que están optimizadas, pero realmente no lo están.

Hay muchas profesionales de SEO que garantizan que no es necesario optimizar la web y que únicamente con el blog van a conseguir los resultados que buscas.

No les creas....

### **12. No entender que SEO es una apuesta a medio-largo plazo y que no es instantáneo**

La gran parte de empresas no entienden que la mejora en SEO no es algo que se consiga de un día para otro. Si piensas que vas a vender más de inmediato con SEO, estás pensando mal.

SEO es a medio-largo plazo. Es importante, pero también son importantes otras fuentes de tráfico.

### **13. No hacerse la autoridad del nicho**

Tienes que pensar en ser la verdadera autoridad de tu nicho. No tengas prisa pero no dejes de generar contenido dirigido a tu público objetivo.

Cuanto más contenido, cuantas más referencias a tu contenido, y cuanto más enlaces naturales en los sitios correctos, más fácil es generar las primeras

posiciones.

#### **14. No buscar palabras long tails fáciles**

Centrarse en palabras claves genéricas es una estrategia error por la dificultad por la mayor competencia,

El oro está en las long tails. ¿Qué es una long tail?

Es una palabra clave de extensión más amplia que conlleva una palabra clave principal interesante para trabajar, en función de nuestro sector o nicho.

Imagínate, por ejemplo que tienes un negocio online de marketing.

Marketing online es una palabra genérica, y por consiguiente, muy competitiva a nivel de SEO.

servicios de marketing madrid es una longtail. Conlleva la palabra clave genérica principal y tiene una extensión más larga.

La competencia a nivel de SEO para las long tails es mucho menor, por lo que es más fácil posicionarse. Si estás dispuesto a hacer un buen análisis de SEO, busca y publica artículos de long tails.

#### **15. Obsesionarse con cambios de posiciones diarias**

Google no es predecible.

Algunos Pymes se obsesionan con los movimientos en los buscadores.

Hoy estás en el número 1 y mañana en la 5ª posición.

Se trata de constancia y se trata de trabajar muchas palabras a la vez.

Depender de pocas palabras que se quedan en las primeras posiciones es una mala manera de planificar un negocio online.

#### **16. No entender la importancia de señales de Redes Sociales, el nuevo link building**

Está dicho y está claro, cada vez más.

Las Redes Sociales van a ser el nuevo link building.

Cuanto más me gustas, cuanto más compartir de LinkedIn, plus´s de Google y retweets, más estás mostrando a Google que tú eres una autoridad.

Crear contenido que se comparte en las Redes Sociales es ya un pilar fundamental

en un buen SEO.

## **EN ADWORDS**

### **17. No tener control de conversiones en Adwords**

La mayoría de los empresarios que usan Google Adwords no utilizan el código de conversión. La clave de una campaña de Adwords es la conversión de esta.

La conversión no siempre tiene que ser la venta, pero toda campaña deber tener una alta conversión.

### **18. No usar las palabras clave en los títulos**

La palabra clave que tu cliente potencial busca es la palabra más importante.

Si no lo tienes en el anuncio estás garantizando menos clics.

### **19. Contratar a una agencia y no tener acceso a la cuenta**

No puedes entregar tu cuenta de Adwords a un tercero sin acceso.

Tus campañas de Adwords son un activo, una vez están funcionando, y tú tienes que tener el control de ellas.

## **EN E-COMMERCE**

### **20. No entender que el Home es para vender y no solo para imagen**

El home de tu Tienda Online es un escaparate.

Muchos empresarios de Tiendas Online creen que la función de su home es mostrar lo bonita que es su página web.

Mala idea.

### **21. Pensar que diseñas una vez y nunca más**

El 99% de los dueños de Tiendas Online se creen que el trabajo está hecho al activar la Tienda Online.

Cuando realmente lanzas una Tienda Online, y tienes que ir optimizándola en función del feedback en ventas, conversiones y en la interacción de los usuarios con la página web. Asai como adaptarte a las nuevas tendencias, tecnologías... como en el resto de los sectores.

## **22. No tener un plan para optimizar la Tienda Online una vez lanzada**

En muchas ocasiones las empresas se centran en exceso en conseguir tráfico y dejan de lado la mejora en la conversión. Saber cuales son nuestros objetivos, adaptarlos si fuese necesario y sobre todo ver como interactua el usuario para mejorar la conversión es fundamental.

## **23. Crear más pasos en el proceso de compra de lo necesario**

¿En una tienda física tendrías obstáculos para que el cliente pudiera llegar a caja y pagar?

Esto es justo lo que muchos hacen. Crean un montón de obstáculos que bajan las conversiones de venta.

La idea es hacerlo fácil para el usuario, no difícil.

## **24. Llamar a la tienda algo genérico, en vez de trabajar la marca**

Los tiempos en los que podías llamar a tu Tienda Online; por ejemplo, zapatosbaratos.com y tener las primeras posiciones para zapatos baratos han pasado.

Es mala idea limitar tu nombre a una palabra clave de SEO.

## **25. Lanzar la tienda con miles de referencias, en vez de probar primero lo pequeño**

Lo suyo, siempre, es que hagas pequeñas apuestas al comienzo para ver qué funciona.

Antes de lanzar una Tienda Online con 5.000 referencias, para empezar, haz una prueba pequeña por ejemplo en Shopify con 10 referencias con tráfico de Adwords.

[www.torrecreativa.com](http://www.torrecreativa.com)

[info@torrecreativa.com](mailto:info@torrecreativa.com)