SEO / SEM

SEO (Search Engine Optimization)

Objetivo: Posicionar orgánicamente el sitio web en Google mediante contenido optimizado.

Palabras clave utilizadas (Keywords SEO):

- terapia para dislexia infantil
- ejercicios para niños con dislexia
- cómo ayudar a un niño con dislexia en casa
- herramientas educativas para dislexia

Estrategia SEO

- Blog semanal optimizado con títulos H1, H2. (encabezados jerárquicos)
- Meta descripciones claras (con palabras clave).
- Imágenes con texto alternativo.
- Contenido evergreen (duradero en el tiempo).
- Backlinks desde páginas educativas.

Encabezado	Función principal	Usos recomendados
H1	Título principal de la página o artículo	Solo debe usarse una vez por página
H2	Subtítulos principales del H1	Se usa para dividir secciones clave
H3	Subtítulos dentro de una sección H2	Organiza contenido dentro de cada bloque
H4-H6	Más niveles si se requiere subdividir aún más	Menos comunes, pero útiles en documentos largos

Ejemplo práctico (Blog sobre dislexia)

```
<h1>10 estrategias efectivas para ayudar a tu hijo con dislexia</h1>
```

```
<h2>¿Qué es la dislexia?</h2>
```

```
<h2>Señales de alerta en edad escolar</h2>
```

```
<h3>Lectura lenta</h3>
```

```
<h3>Dificultades con la ortografía</h3>
```

```
<h2>Recomendaciones para el hogar</h2>
```

```
<h3>Juegos visuales</h3>
```

```
<h3>Lectura asistida</h3>
```

Ejemplo de título SEO:

“10 estrategias efectivas para ayudar a tu hijo con dislexia desde casa”

SEM (Search Engine Marketing) - Google Ads

Objetivo: Aparecer en los primeros resultados patrocinados de Google.

Palabras clave en campañas PPC:

- dislexia tratamiento niños Quito
- logopeda infantil online
- clínica especializada en dislexia Ecuador

Ejemplo de anuncio en Google Ads:

Título: Clínica para Niños con Dislexia | Primera Evaluación Gratis

Descripción: Tratamiento personalizado. Atención especializada de 6 a 12 años. Reserva tu cita en línea.

URL visible: www.dislexiainfantil.ec

Tipo de campaña: Búsqueda (Search Network), con segmentación geográfica en Ecuador y por intereses educativos.

Campañas PPC

Lanzar una campaña en plataformas como **Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads**, entre otras.

Seleccionar (como anunciante)

- Objetivo (visitas al sitio web, ventas, formularios).
- Grupo de palabras clave o segmentación por público.
- Presupuesto diario o total.

Nota: Cada vez que un usuario hace clic en el anuncio, el anunciante **paga una cantidad** determinada (que puede variar según la competencia por esa palabra clave o público objetivo).

Ejemplo:

Tienda online que vende juegos didácticos para niños con dislexia.

- Inversión= \$50 diarios en una campaña PPC en Google.
- Seleccionar palabras clave como: “juegos para dislexia”, “material educativo infantil”.
- Google muestra el anuncio a quienes buscan esas palabras.
- Si 1000 personas ven el anuncio, 100 hacen clic, se paga por esos 10 clics (por ejemplo, \$0.50 por clic = \$5 en total).

Ventajas

Ventaja	Explicación
Control del presupuesto	Se decide cuánto gastar al día o al mes.
Resultados inmediatos	El anuncio se activa al poco tiempo de ser aprobado.
Alta segmentación	Se puede elegir ubicación, edad, intereses, dispositivos.
Medible y ajustable	Se puede ver qué anuncios funcionan y modificarlos.

Métricas

Métrica clave	Resultado
Impresiones	1.000 personas vieron tu anuncio
Clics	100 personas hicieron clic
CPC (costo por clic)	\$0.50
Costo total	100 clics × \$0.50 = \$50
CTR (Click Through Rate)	100 clics / 1.000 impresiones = 10%

Conversión:

Si de esos 100 clics

- **5 personas compran un producto de \$20**, el total es **\$100 en ventas**.
- Inversión \$50, **ganancia \$50 neto**.

Este análisis se llama **ROAS. (Retorno sobre la inversión en publicidad)**.

Publicidad en Meta (Facebook / Instagram Ads)

Objetivo: Generar tráfico y reconocimiento de marca en redes sociales.

Segmentación:

- Padres de familia, 25-45 años
- Interés en educación, psicopedagogía, aprendizaje infantil
- Ubicación: Quito, Guayaquil, Cuenca

Ejemplo de contenido promocionado (Meta Ad):

Formato: Video + texto emotivo

Texto del post:

“¿Notas que tu hijo tiene dificultades para leer y escribir? Detectar la dislexia a tiempo puede cambiarle la vida. Agenda una evaluación gratuita en nuestra clínica especializada.”

CTA (Call to Action): “Más información” o “Enviar mensaje”

Diferencias Clave

Estrategia	Enfocada en...	Resultado Esperado
SEO	Posicionamiento orgánico	Visitas estables a largo plazo
SEM (Google Ads)	Publicidad pagada en búsquedas	Tráfico inmediato con intención clara
Meta Ads	Alcance y engagement emocional	Reconocimiento, interacción y tráfico social