
seo
day

¡hola!

#SEOday



Martin Garay
Consultor SEO & Analytics

CookingMetrics
TU NEGOCIO IMPULSADO POR DATOS



Mauro Giordano
Head of Engineering

digodat



Nicolas Valenzuela

andabi

Speakers

Moderador

seo day

Business Intelligence y el procesamiento de los datos para SEO



seo day

¿Cómo llegamos a esto?



seo day

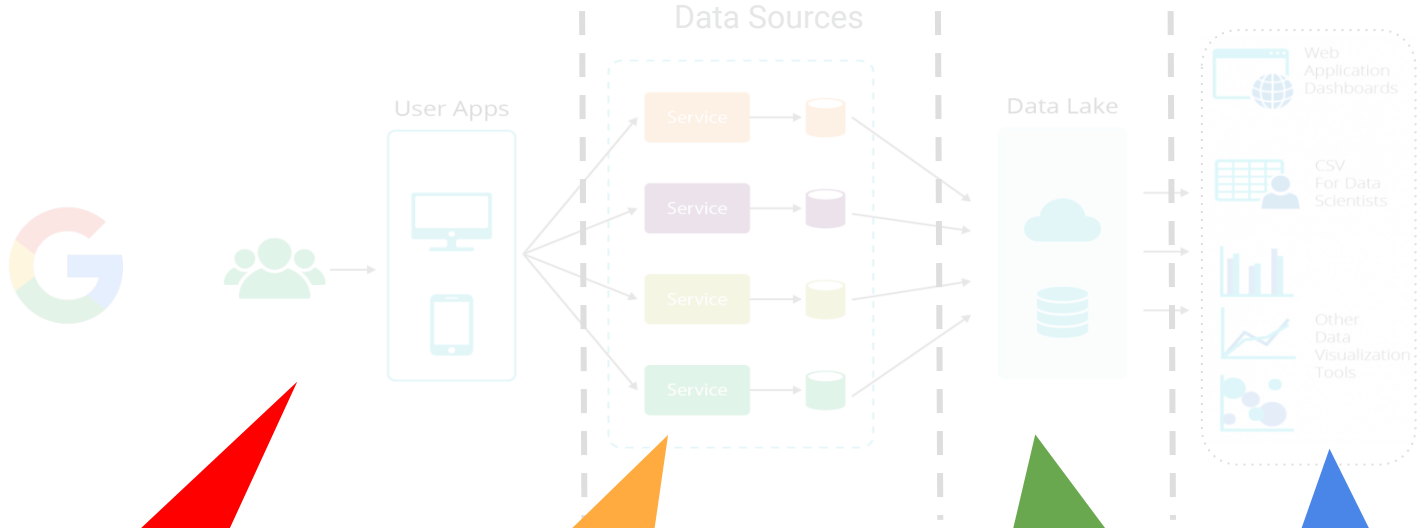
Sin Pasar por esto...





¿Como Hacemos hablar a los datos de SEO?

¿Para qué usamos los Datos?
¿Qué Datos? ...Cómo? ...?



El Producto

Fuente de Datos

¿Lo Guardamos?

¿Para que lo Usamos?

seo day

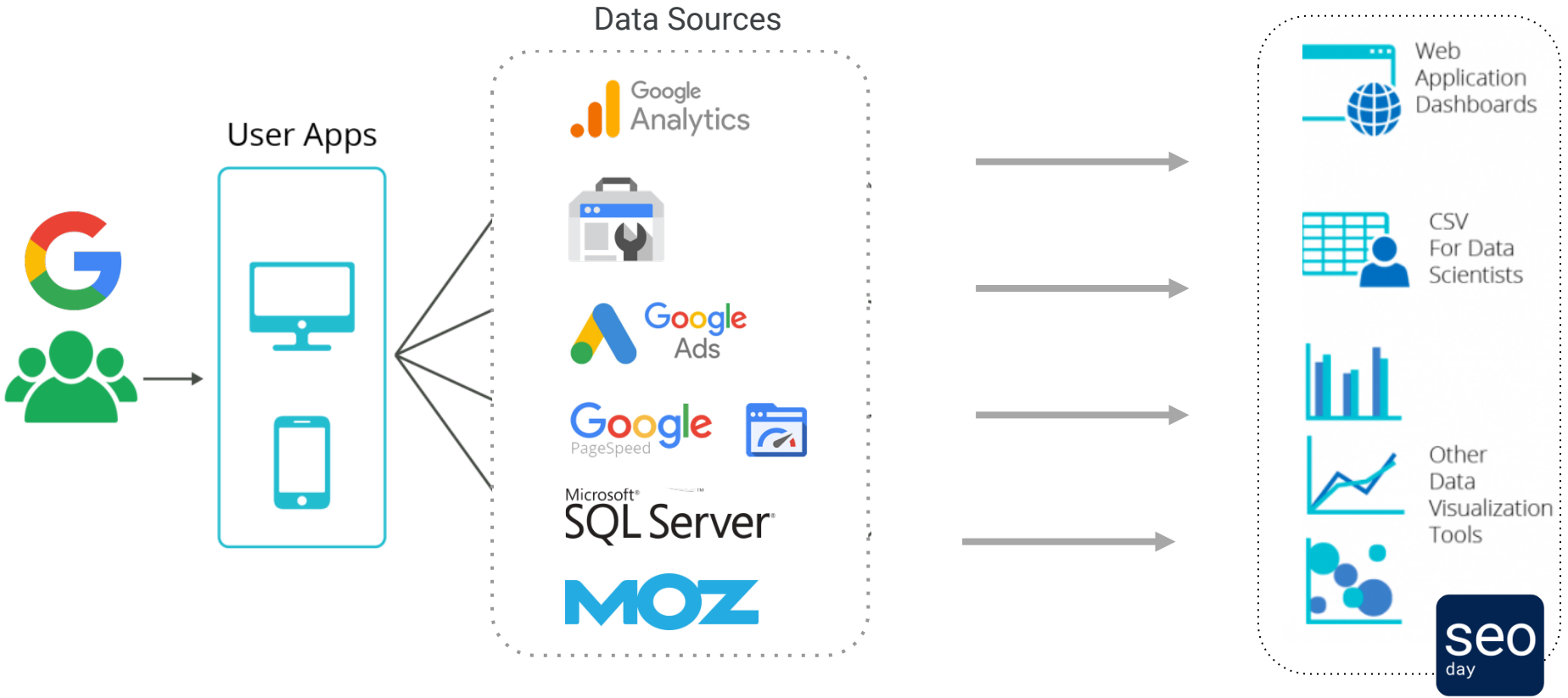
¿Dónde obtenemos los Datos?



seo day

Calidad de los datos

Modelo “tradicional” para el análisis de datos



The Old School

To CSV

Excel

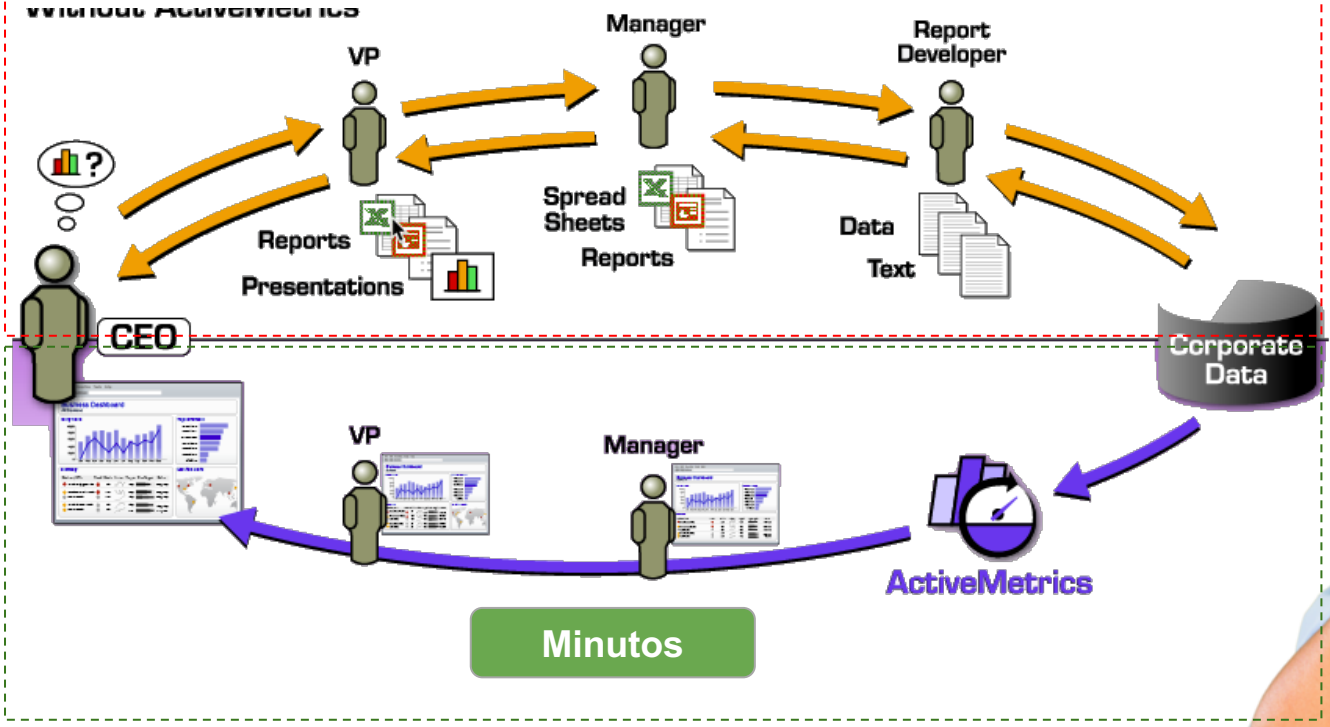
Google Sheets

OpenOffice.org



seo day

Semanas !



Minutos



seo day







Beneficios:

1. Curva de aprendizaje
2. Flexibilidad (Aparente)

Contras:

1. **Es Muy Común que se rompa.**
2. **No hay Backups por defecto.**
3. **Alertas Automáticas.**
4. Procesamiento con Machine Learning.
5. **NO hay Datos Históricos** (a menos que los agreguemos al reporte pero no escala).
6. **Actualización** & **Automatización.**
7. **Unión** de datos de **múltiples fuentes.**
8. **Comparar** Periodos (Si el origen de datos lo Permite).
9. **Accesibilidad** & **Distribución** de Informes entre los Colaboradores.
10. Cantidad de “registros” que podemos procesar.

seo day


TO START
PRESS ANY KEY
Google Data Studio
seo
day



Beneficios:

1. **Flexibilidad.**
2. **Actualización** & **Automatización.**
3. **Unión** de datos de **múltiples fuentes.**
4. **Comparar** Periodos (Si el origen de datos lo Permite).
5. **Accesibilidad** & **Distribución** de Informes entre los Colaboradores.
6. Cantidad de “registro” que podemos procesar

Contras:

1. Curva de aprendizaje
2. **NO hay “Data Lake”, NO se guardan datos Históricos** (Dependemos del guardado en Origen).
3. **Alertas Automáticas.**
4. Procesamiento con Machine Learning.

seo day

Google Data Studio Fuentes de datos

Data Studio Default (free) Connectors

1. Google **Search Console**
2. **BigQuery**
3. Google Cloud Storage
4. **Google Ads**
5. Google **Analytics**
6. Attribution 360
7. Cloud SQL
8. DCM / DFP (**DoubleClick**)
9. **Google Sheets**
10. **MySQL**
11. PostgreSQL
12. **YouTube** Analytics
13. …

https://datastudio.google.com/data

Data Studio Community Connectors

1. **Cualquier API**
2. **Google My Business**
3. Google **pageSpeed** Insights
4. Bing Ads / Search
5. **Facebook** Ads
6. **Twitter** Ads
7. **LinkedIn** Ads
8. Yahoo
9. Amazon (Ads, Seller…)
10. **MOZ**
11. **SemRush**
12. aHrefs
13. **Mercado Libre**
14. **……**

https://developers.google.com/datastudio/connector/get-started

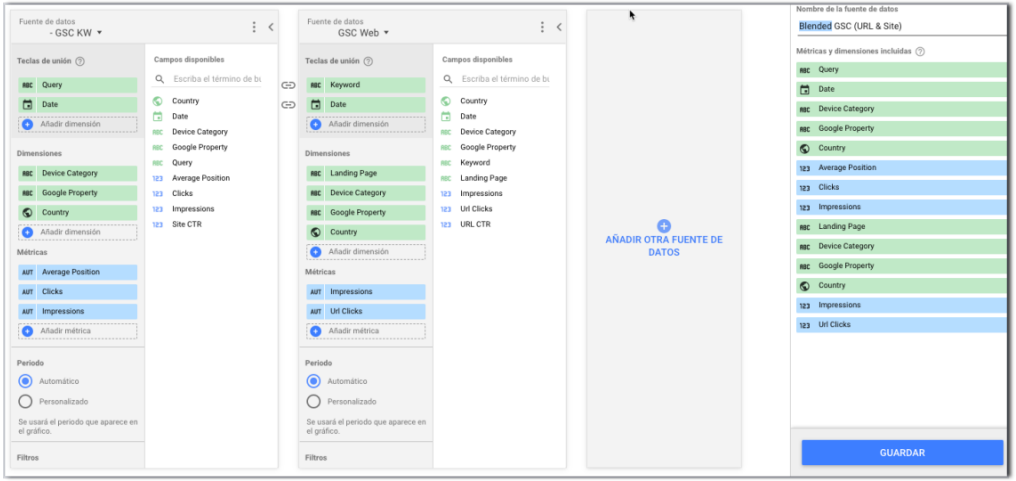
seo day

Google Data Studio

Data Blending

(Datos Combinados)

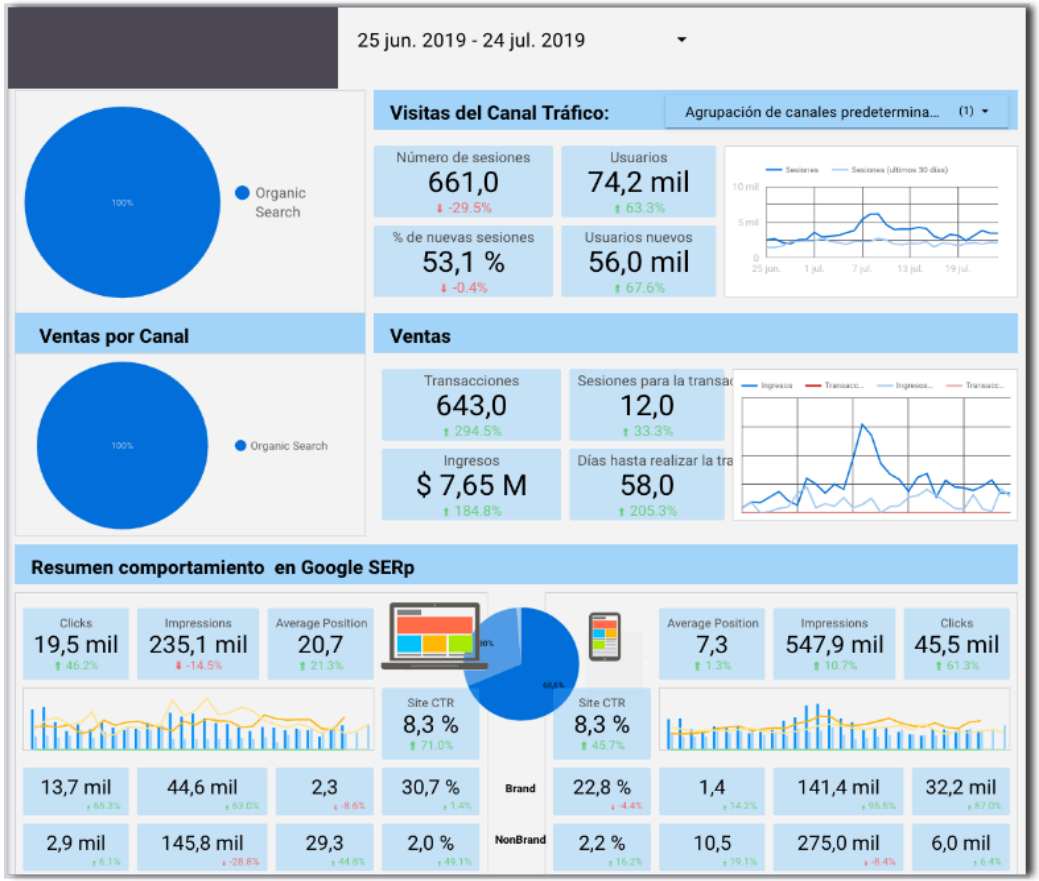




seo day

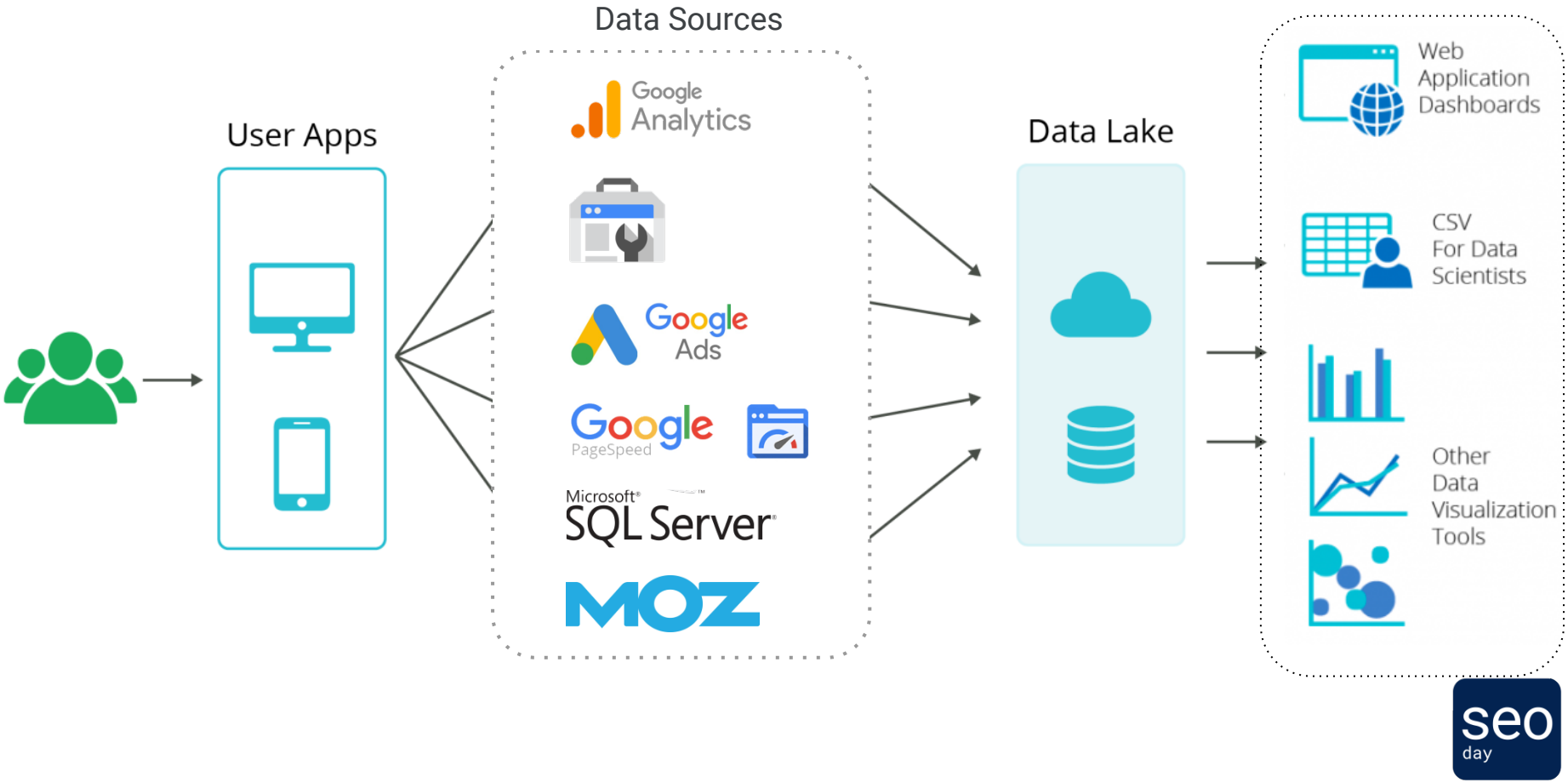
Google Data Studio

Google Analytics



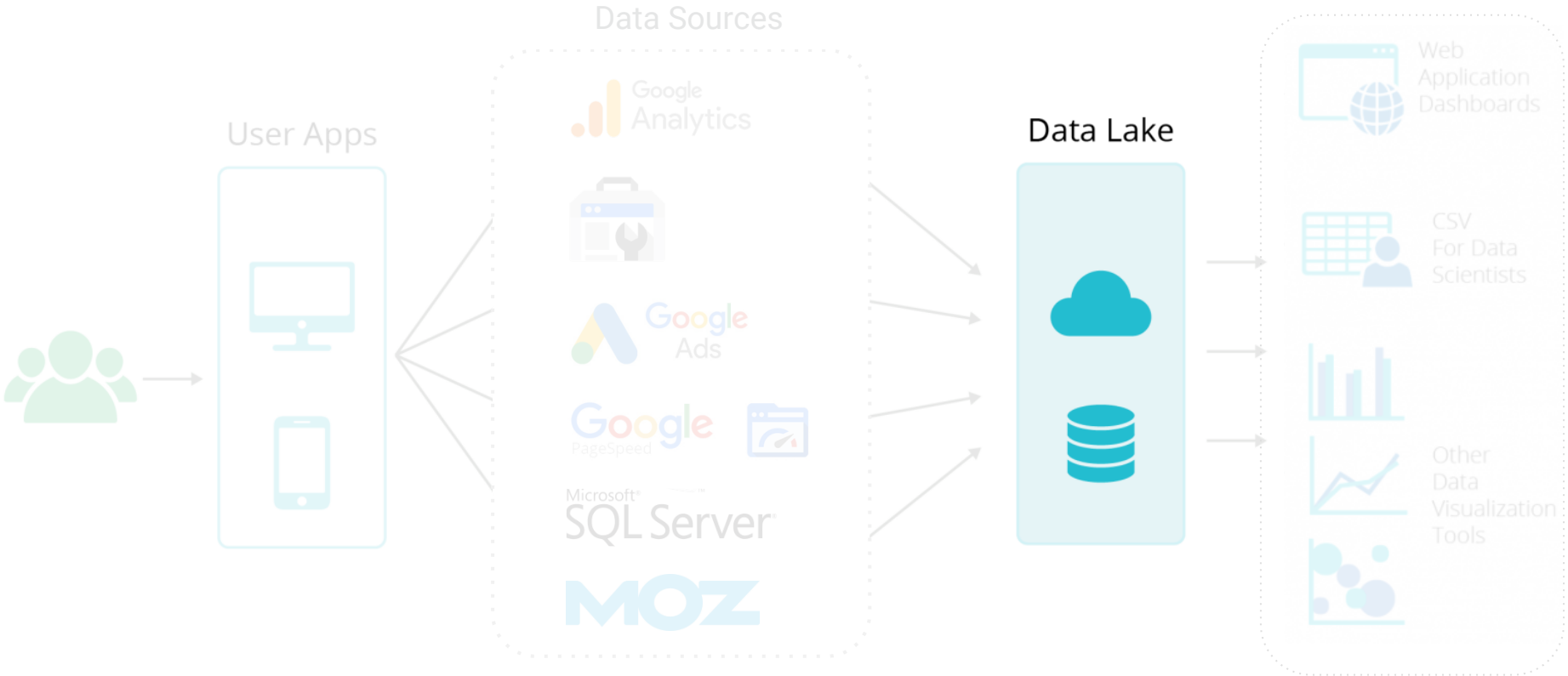
seo day

Data Lake



seo day

Data Lake



seo day

Plataformas Cloud



Google Cloud Platform





Microsoft Azure

seo day

Herramientas



Google BigQuery

Un data warehouse en la nube rápido, económico, de gran escalabilidad y totalmente administrado para realizar análisis, con aprendizaje automático integrado.



App Engine

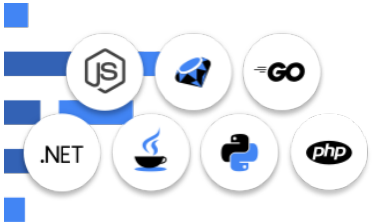
Plataforma serverless y autoadministrada para correr aplicaciones en la nube

seo day

Automatización

Search Console API







App Engine

BigQuery

Date	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Query	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Page	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Clicks	FLOAT	NULLABLE	Describe this field...
Impressions	FLOAT	NULLABLE	Describe this field...
CTR	FLOAT	NULLABLE	Describe this field...
AVG_position	FLOAT	NULLABLE	Describe this field...
Property	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Country	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Device	STRING	NULLABLE	Describe this field...
Website	STRING	NULLABLE	Describe this field...



PageSpeed Insights API



seo day

Automatización

Search Console API



Request parameters

siteUrl

```
http://worldinfo.co
```

Request body

```
{
  "startDate": "2019-07-31",
  "endDate": "2019-07-31",
  "dimensions": [
    "date",
    "query",
    "page",
    "country",
    "device"
  ]
}
```


```
{
 "keys": [
  "2019-07-31",
  "cerdent piura",
  "http://worldinfo.co/es/salud/cerdent-sede-piura-consultorios-odontologicos-
  "per",
  "MOBILE"
 ],
 "clicks": 2.0,
 "impressions": 3.0,
 "ctr": 0.6666666666666666,
 "position": 5.0
},
{
 "keys": [
  "2019-07-31",
  "clinica la victoria maturin",
  "http://worldinfo.co/es/salud/instituto-medico-especializado-victoria-c-a-cl
  "ven",
  "MOBILE"
 ],
 "clicks": 2.0,
 "impressions": 10.0,
 "ctr": 0.2,
 "position": 2.0
},
```


seo day

Automatización

sc_20190731

QUERY TABLE | COPY TABLE | DELETE TABLE | EXPORT

Schema | Details | Preview

Row	date	_query	_page	_clicks	_impressions	_ctr	_avg_position	_property	_country	_device
1	2019-07-31	cerdent piura	http://worldinfo.co/es/salud/cerdent-sede-piura-consultorios-odontologicos-en-piura-piura-salud-en-peru/	2.0	3.0	0.6666666666666663	5.0	worldinfo.co	per	MOBILE
2	2019-07-31	clinica occidente barinas	http://worldinfo.co/es/salud/centro-diagnostico-de-occidente-c-a-clinica-en-barinas-barinas-salud-en-venezuela/	2.0	3.0	0.6666666666666663	1.0	worldinfo.co	ven	DESKTOP
3	2019-07-31	clinica la victoria maturin	http://worldinfo.co/es/salud/instituto-medico-especializado-victoria-c-a-clinica-en-maturin-monagas-salud-en-venezuela/	2.0	10.0	0.2	2.0	worldinfo.co	ven	MOBILE

Query editor

```
SELECT
  _device,
  SUM(_impressions) impressions,
  SUM(_clicks) AS clicks,
  SUM(_clicks) / SUM(_impressions) as ctr,
  AVG(_avg_position) as _avg_position,
  COUNT(DISTINCT _country) as total_countries
FROM
  `dd-exp-2.search_console.sc_20190731`
WHERE _query like "%clinica%"
GROUP BY
  _device
ORDER BY total_countries DESC
```

Query results

SAVE RESULTS | EXPLORE WITH DATA STUDIO

Query complete (10.9 sec elapsed, 260 B processed)

Job information | Results | JSON | Execution details

Row	_device	impressions	clicks	ctr	_avg_position	total_countries
1	DESKTOP	16.0	7.0	0.4375	1.0	2
2	MOBILE	10.0	2.0	0.2	2.0	1

seo day

BigQuery ML

seo day

Prototipar en GCP (¡sin costos!)



Trial inicial de USD 300 bonificados por 12 meses aplicables a cualquier herramienta

Además, algunos productos cuentan con un **free tier** permanente:



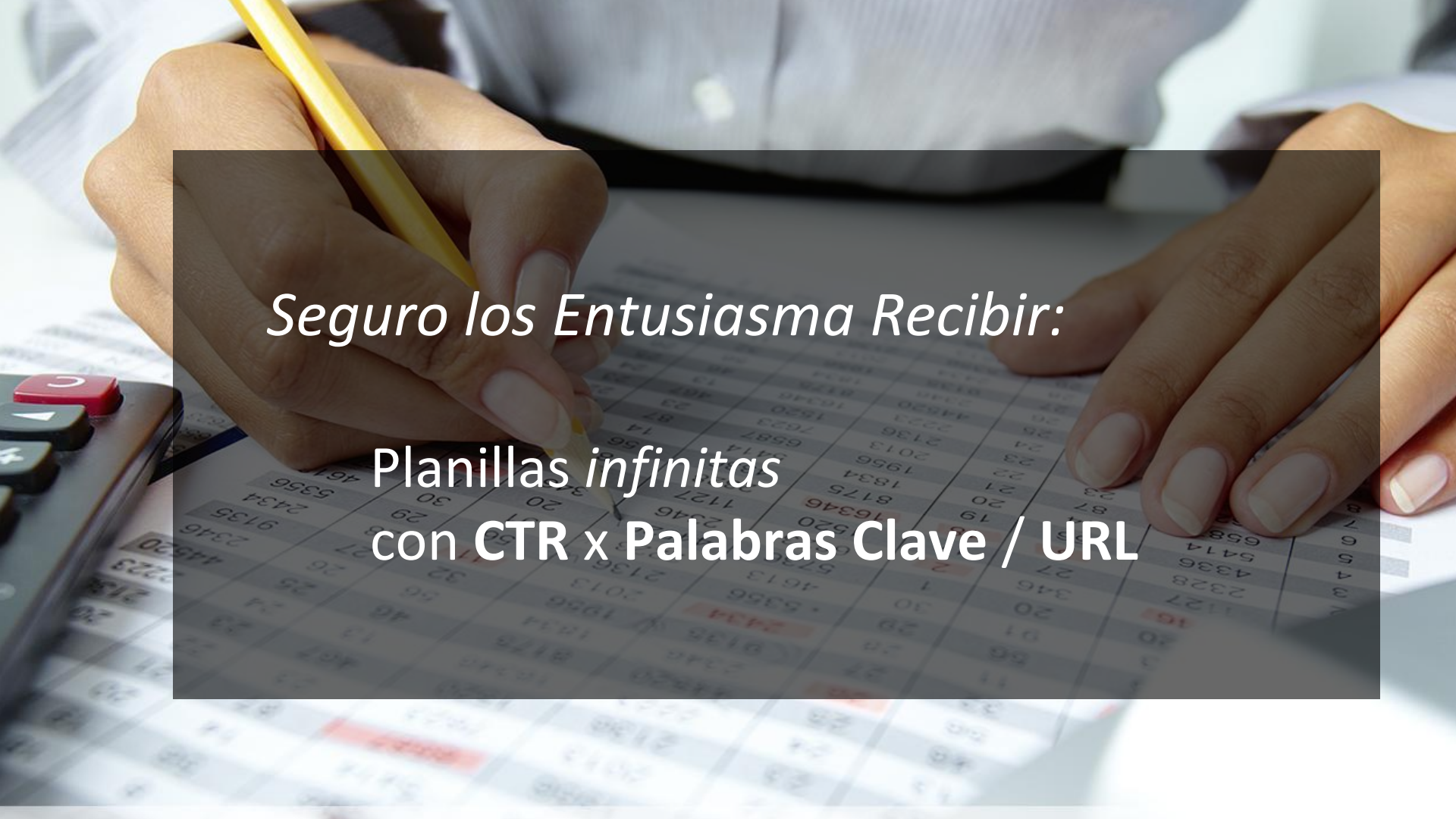
App Engine: 28 horas instancia por día



BigQuery: 10 GB de almacenamiento y 1 TB para consultas

seo day

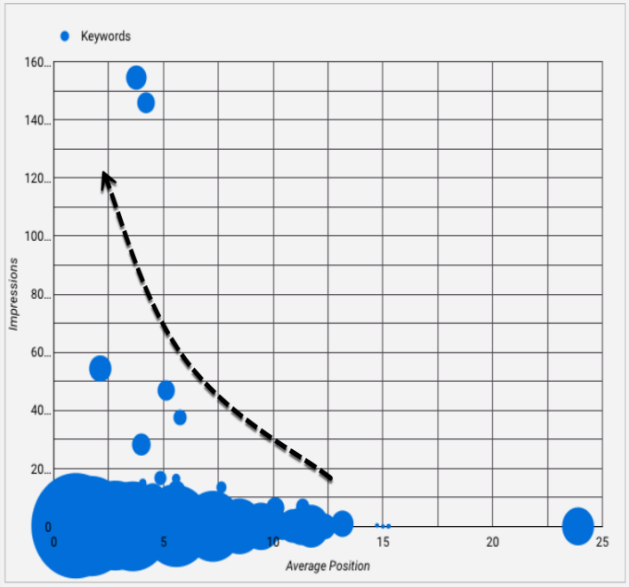

Contenidos
content
marketing
infographics
case studies
communication
how to guides
user experience
words
planning
interaction
digital
video
management
business goals
development
audience
lifecycle
graphics
design
creation
impact
metadata
delivery
white papers
publishing
links
data
media
images
information
customer
evaluation
question and answer
web development
presentation
analysis
e-books


Seguro los Entusiasma Recibir:
Planillas *infinitas*
con **CTR** x **Palabras Clave** / **URL**


seo
day

Identificar oportunidades para Mejorar MetaDatos

Google Data Studio +



Keywords	Impressions	Average Position	Site CTR
[redacted]	154.512	3,76	2,91 %
	145.860	4,2	2,17 %
	54.378	2,12	3,46 %
	46.872	5,12	2,07 %
	37.563	5,75	1,21 %
	28.254	3,99	2,41 %
	16.716	4,86	1,01 %
	16.520	5,58	0,48 %
	15.024	4,05	0,37 %
	13.528	7,64	0,7 %
	12.206	5,59	2,23 %
	9.893	4,51	4,2 %
	8.918	5,2	1,57 %
	8.904	5,28	4,87 %
	7.582	5,64	0,45 %

Solo aplica a un

Análisis Lineal del SERP

NO es úti para (Serp + Knowledge)

- **Sitios web basados en datos**
- **Agregadores**, Productos y servicios.
- **Búsqueda de vuelos**, **hoteles**, **alquiler**, reserva
- **Meteorológicos**, **Resultados deportivos**, etc

seo day

Canibalismo de Keyword por URL



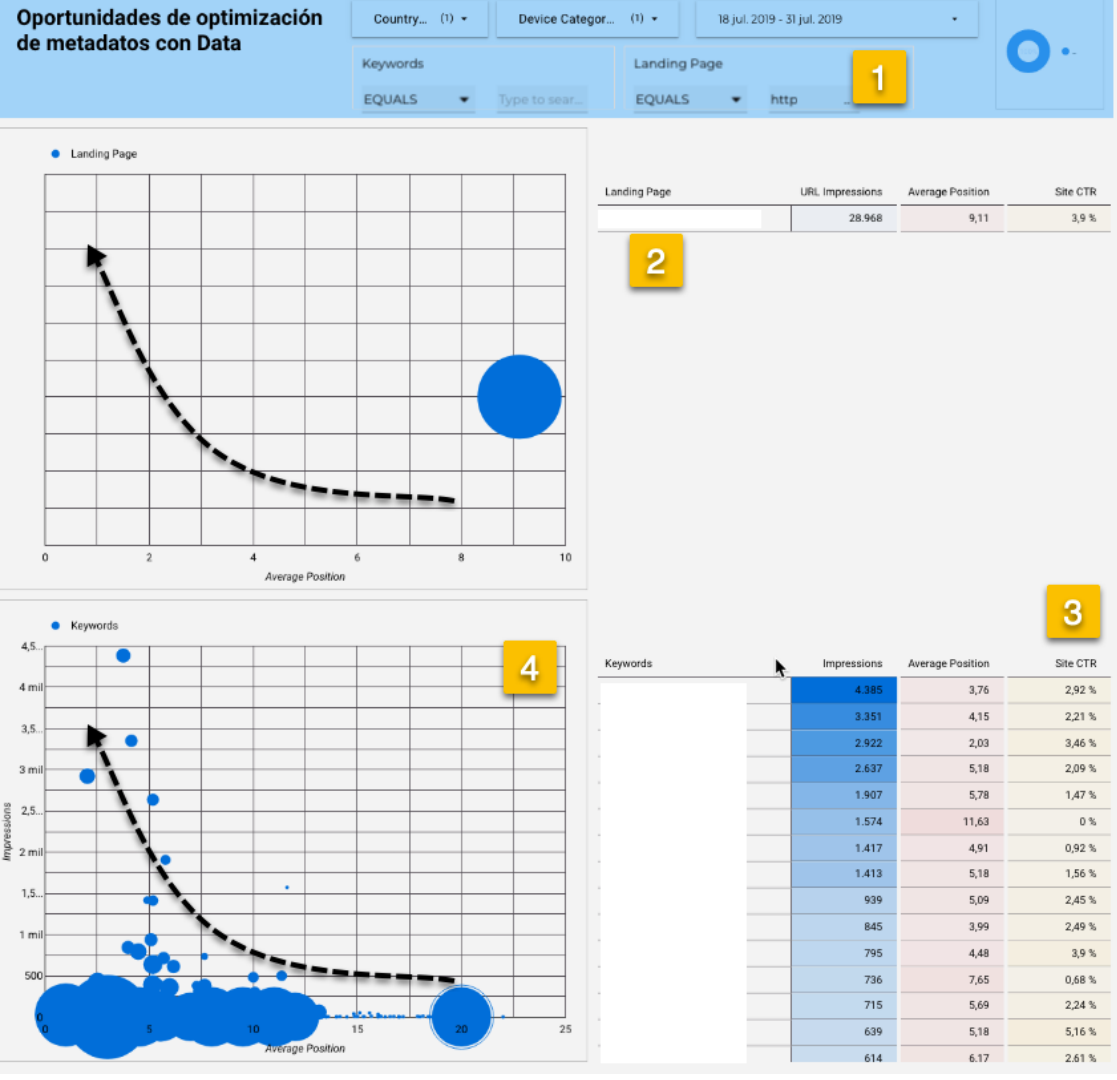
Algunos Problemas:

1. **Dividimos el CTR Entre varias URLs**
2. **Google podría Mal Interpretar ¿Cuál es la URL que mejor resuelve una Keyword?**
3. **Malgastamos las visitas del Crawler**

¿Cómo lo solucionamos?

1. **Identificando Las URLs con problemas**

1. Implementando (?)
   a. Canonical ...
   b. NoIndex ...
   c. Borrando URLs ...



¿Cual es la URL más "Relevante" para esa "Keyword"?

Segun Google SERp

seo day


TO DO List

To do list

1. **Data sources.** Identificar principales fuentes de datos con que se desea trabajar

1. **Data lake.** Automatizar recolección de datos con formato y frecuencia determinada, idealmente en entorno Cloud (flexible, barato, poco mantenimiento). Generar datos históricos!

1. **Combinar y analizar**. Explorar y visualizar la información de diversos datasets, utilizando reportes que permitan seguir los principales KPIs.

1. **Modelos.** Prototipar y entrenar modelos sencillos para lograr automatizar cierto tipo de análisis

1. **Alertas.** Implementar y configurar alertas automáticas en función de desvíos de predicciones, comportamiento usual, anomalías, etc.

1. **Atribución**. A partir de toda la información recolectada, intentar enriquecer el análisis para lograr atribuir los cambios a factores sobre los que se pueda accionar (performance del sitio, algoritmo de indexación, contenido, etc.)

seo day


Muchas Gracias

Próxima charla:

SEOtools kit: Las herramientas que no pueden faltar en tu estrategia SEO

¡Paz Iriarte | Santiago Juarros!

#SEOday