

Contenidos del Máster en Buscadores

Entrevista a Álvaro Ordóñez Gómez

Autor: Álvaro Ordóñez Gómez

Usuario: Álvaro Ordóñez Gómez. **Tipo de página:** contenido. **Fichero:** pag553.htm

[\[imprimir\]](#) · [\[exportar a Openoffice\]](#) · [\[editar\]](#)

Citación recomendada: Álvaro Ordóñez Gómez. *Entrevista a Álvaro Ordóñez Gómez* [en línea]. En Cristòfol Rovira; Lluís Codina (dir.). *Máster en Buscadores*. Barcelona: Área de Ciencias de la Documentación. Departamento de Comunicación. Universidad Pompeu Fabra, 2009. <<http://www.masterenbuscadores.com>>



Álvaro Ordóñez Gómez es especialista en Marketing online

Trabajó como Product & Marketing Manager en [Red Trabajar](#) (trabajar.com ; periodistas.com ; medicos.com ; empleo.org ...)
Actualmente desempeña su actividad desarrollando un proyecto personal en Colombia, actividad que compagina con la búsqueda de una buena empresa o proyecto en el que aportar sus conocimientos.

Diplomado en Biblioteconomía y Licenciado en Documentación por la Universidad Carlos III de Madrid, ha trabajado en diversas empresas con diferentes perfiles. Comenzó su trayectoria profesional ligado al mundo de las bibliotecas, archivos y centros de documentación con los prácticum universitarios en la Biblioteca Central de la UNED en 2004 y en la Biblioteca del Tribunal Supremo de Madrid en 2005. Es a finales de este año, con la liberalización y el registro de dominios .es cuando empieza a interesarse seriamente por temas como el posicionamiento natural en buscadores, la arquitectura de la información, usabilidad o el diseño Web. En 2008, ya con una clara vocación por el marketing online realiza el prácticum correspondiente a la Licenciatura en Documentación en la empresa E-intelligent, ayudando en la optimización para buscadores, accesibilidad y usabilidad en los portales [madrimasd.org](#) y [emes.es](#) A finales de ese año, comienza una beca de 1 año de duración en la UC3M como técnico informático, ayudando a docentes y alumnos a solventar problemas técnicos en los sistemas de gestión del aprendizaje (LSM): Aula Global 1 (desarrollo en PHP) y Aula Global 2 (Moodle) En 2009, realiza el prácticum correspondiente a este Master en la empresa Human Level Communications, ejerciendo labores SEO y SEM.

Hola Álvaro, y bienvenido de nuevo al Master Online en Buscadores, y digo "de nuevo" porque, para los que estén leyendo esta entrevista, tenemos que decir que Álvaro fue estudiante de este master. Hemos querido invitarte a estar con nosotros para que des a los estudiantes actuales tu visión de la profesión y les orientes en la búsqueda de empleo, así que comenzamos con las preguntas.

Al nivel en que estamos, imagino que llegar a una empresa con un perfil de SEO/SEM/Analista Web no es ya considerado como una nueva profesión, sino que en las empresas que los requieren ya hay una tradición ¿Tu percepción es que ya están asentadas como profesiones?

Hola, antes de nada agradeceros la oportunidad que me brindáis "de nuevo" a través de esta entrevista. Espero que pueda resultar útil a todos aquellos que la lean, en especial a los estudiantes del Master, vamos allá:

Las empresas que solicitan este tipo de profesionales lo hacen porque saben que su negocio requiere o va a requerir de expertos con ese perfil, se trata pues de profesiones asentadas y con cierta tradición entre las empresas que los demandan.

Otra cuestión sería si estos perfiles están asentados en la mayoría de empresas de nuestro mercado, especialmente aquellas que tienen un interés especial en dar visibilidad a sus servicios y/o productos en la Web. En este sentido, aún queda mucho por hacer, es cierto que, por ejemplo el SEO cada vez va teniendo mayor acogida como profesión: prueba de ellos es el interés que suscitó entre los asistentes la mesa redonda SEMPO: "Casi todo lo que deberías saber sobre el SEO" en la penúltima edición del OMExpo Madrid 2010, en la que se sobrepasó el aforo de la sala con creces (a esa misma hora además había programadas otras ponencias en otras salas sobre: social media, mobile y permission marketing con asientos vacíos) los propios ponentes comentaron al final que no habían visto hasta la fecha tanta expectación por el tema: [muchos tuvieron que irse porque no podían ni entrar para escuchar de pie](#), lo cual es un claro indicio de reconocimiento por parte de otros profesionales del sector hacia la figura del profesional SEO, aunque a veces esta tendencia choque con [la ignorancia de reconocidos publicistas](#) (a partir del minuto 1:25) es una profesión en auge, en la que debemos de cuidar su imagen con buenas prácticas (a ser posible adhiriéndonos a algún [código ético](#) que mostrar a nuestros clientes) tratando entre todos de evitar el intrusismo que tanto se da en nuestra profesión y que tanto daño nos hace: muchas empresas y personas son expertas vendedoras de humo que crean expectativas en sus clientes que luego no pueden cumplir, suelen ser expertos comerciales (garantizamos que tu aparecerá en el top 10 de Google en menos de 48 horas, incluiremos tu sitio en miles de motores de búsqueda... etc.) pero falsos profesionales. Por otra parte, están las empresas que no valoran en su justa medida el valor del verdadero profesional SEO ([ejemplo con tono de humor](#)) es quizás en este punto donde el SEO debe hacer ver a sus clientes que de poco sirve hacer aparecer sus páginas entre los primeros resultados si estás no tienen bien definida una buena estrategia de venta que garantice el retorno de la inversión (a medio o largo plazo) y el justo pago por los esfuerzos al profesional.

Como ocurre en muchas de las profesiones que se han creado en torno a las tecnologías, la procedencia de sus profesionales es de lo más variado, pero aparte de la base que hay que tener en tecnologías ¿qué conocimientos encuentras que se deben tener para ejercer como SEO/SEM?

Aparte de las habilidades técnicas, creo que un buen profesional debe tener habilidades personales: como aptitud para la investigación. En este sentido, debe ser observador, con una mente analítica, lógica y metódica, capaz de obtener provechosas deducciones a través de pequeños detalles que para los demás pueden pasar desapercibidos (útil sobre todo para comprender mejor cómo trabajan los algoritmos de los motores de búsqueda, que recordemos se actualizan constantemente para mejorar la calidad de los resultados y evitar, entre otras cosas el accionar de muchos SEOs) en este caso me lo imagino como un Sherlock Holmes pero (en vez de con pipa, lupa y sombrero) con ADSL, WebMaster Tools (o Google AdWords en el caso del SEM) y ratón.

Debería también poseer cierta organización, ética (moral, honorable) y habilidades sociales: que le permitan por ejemplo, establecer lazos entre colegas de profesión, porque no lo olvidemos: la experiencia es la madre de la ciencia y siempre ven mejor cuatro ojos que dos (comparte todo lo que puedas porque lo que se te puede haber pasado a ti a otro quizás no y puede enriquecerte con su perspectiva) o bien para saberse ganar la confianza, en caso de trabajar in-house por parte del departamento técnico y de marketing, pues tendrá que lidiar con ellos y no siempre es fácil trabajar en la misma línea. Por último, debe ser multidisciplinar: esto le servirá para el caso anterior: saber de marketing (en caso del SEO, saber cómo se comportan los usuarios, alinear las necesidades de la empresa a nivel venta/producto con nuestro target) de posicionamiento (en caso del SEM) de analítica Web (qué aspectos se pueden mejorar y dónde centrar los objetivos) de Social Media (tratar de ser proactivo en estos medios, hay que saber optimizar también en este aspecto, SMO, lo que se solicita preferentemente es branding: hay que tratar de estar donde nuestros usuarios están y

adaptarse a ello) y de Arquitectura de la información y usabilidad (pilar fundamental para transformar resultados en ventas)

Tal y como está el mercado, ¿qué oportunidades hay para quienes se incorporan al sector del Marketing online? ¿Qué perfil crees que puede tener ahora más oportunidades?

Si echamos un vistazo a los portales de empleo, buena parte de las ofertas por parte de las empresas son para profesionales especializados en un perfil ya sea SEO / SEM o de analista web pero complementados y lo ideal es que así sea, sin embargo se hace complicado manejar dos o tres perfiles igual de bien, debemos por ello de tratar de especializarnos en uno o dos bien (aquellos que nos apasionen más) y que el resto sirva como complemento de la actividad que desarrollemos.

Me inclino a pensar que hay más oferta para SEM que SEO (cada vez más) o de analista web (en alza): la mayor parte de las agencias que vienen de la publicidad tradicional y se incorporan a estos medios tienen en cartera a clientes acostumbrados principalmente a ver resultados a corto y medio plazo (inmediatos) y ello se logra pagando por palabras clave y apareciendo en los "enlaces patrocinados" en donde obtenemos resultados inmediatos; mientras que el SEO es una actividad que por mucho que pagues no implica que vayas a aparecer antes (entre los resultados naturales) dependerá de la competencia que haya por esa palabra clave, de tiempo y de buenos profesionales dedicados a ello, entre otras cosas. Es decir, de mayor inversión y de resultados más tardíos, por ello no todas las empresas están dispuestas a invertir en este tipo de campañas, aunque a la larga sean más eficaces y baratas.

Cómo enfocar la entrevista de trabajo puede ser clave en la obtención del puesto, pero ¿cómo podemos potenciar ser seleccionados primero o jugar con ventaja cuando optemos a un puesto con un perfil SEO/SEM/Analista Web?

Lo primero es potenciar nuestra marca y crear una buena estrategia en torno a ella, en este caso la marca somos nosotros mismos (lo más común es utilizar nuestro nombre y apellidos seguido de las palabras clave que vayamos a asociar nuestra marca) Un blog con una clara orientación profesional es una buena forma de empezar, así pues escogeremos bien las categorías y etiquetas procurando que coincidan con las palabras clave a posicionar. Lo segundo es crear contenido de forma constante, actual, categorizado y optimizado para buscadores y redes sociales, debemos permitir que éste se pueda compartir y fluya en parte (mediante referencias al mismo) de forma inmediata a otros espacios. Por ello, es importante que creamos perfiles en redes sociales generalistas y profesionales, tratando de enlazarlas unas con otras: el contenido debe estar bien interconectado. En el blog no debe faltar un espacio aparte con nuestro currículum vitae, acompañado de una breve descripción sobre lo que sabemos hacer, así como una página de contacto con enlaces a nuestros perfiles en las redes sociales.

Otro aspecto a tener en cuenta son los contactos, debemos tratar de acudir a eventos y conocer colegas del sector e ir añadiéndolos a nuestras redes (muchas ofertas de trabajo sólo se dan a conocer entre colegas) compartiendo experiencias y contenidos con ellos, tendremos mayores facilidades para llegar a ser reconocidos en el sector como profesionales u optar a un puesto de trabajo que por otro medio no conseguiríamos. Recomiendo por ello, utilizar las redes sociales generalistas (Facebook, Twitter) con una orientación además de personal profesional. En Facebook por ejemplo, desde un principio le di personalmente esta orientación y a medida que iba a conferencias y conocía a colegas del sector los iba añadiendo por categorías o con etiquetas (SEO, SEM, Analítica Web, SMO, Publicistas, Diseño gráfico...) hoy sigo haciéndolo y las categorías son cada vez más amplias, así cuando quiero seguir publicaciones por temática para estar actualizado, tan sólo tengo que seleccionar la categoría y ver las publicaciones de cada tipo de perfil profesional, como suele decir mi profesor de analítica Web, Avinash Kaushik: hay que ¡segmentar, segmentar y segmentar! ;-)

Las redes sociales son herramientas poderosas, si se saben emplear bien pueden dar muy buenos resultados, tanto a nivel promocional como comercial. En este sentido, veo cierta semejanza con el pasado (supongo que ahora también se dará aunque menos) cuando se utilizaba, por ejemplo, el espacio deportivo que daba el golf para hacer y cerrar negocios, muchos empresarios tenían que aprender a jugar si no querían perderse oportunidades de negocio, actualmente yo creo que este tipo de red social te facilita un espacio en el que llegar a profesionales que por otros medios no podrías: ¡debemos aprender a jugar!

Dada tu experiencia el sector de clasificados (empleo) y coincidiendo con que actualmente te encuentras buscando trabajo ¿qué métodos te están resultando más eficaces en cuanto a la obtención de ofertas "relevantes"? ¿Por qué? ¿Alguna recomendación?

Por este orden de relevancia (ofertas de mayor calidad-cantidad):

1. **Contactos:** ofertas que me llegan de otros colegas del sector y que no se publican por cauces comunes, son ofertas de gran responsabilidad profesional y se comunican de un colega a otro (¡jojo! con ello no digo que no haya competencia, todo lo contrario suele haberla más fuerte porque suele ser común competir con otros compañeros igual de reconocidos y preparados o más que tu) Aquí recomiendo como comenté en el punto anterior fomentar nuestras relaciones sociales (eventos, networking, fortalecimiento de ese vínculo compartiendo sinergias)
2. **LinkedIn:** cada vez me llegan más ofertas, debido en parte a su utilización por parte de profesionales, personal de recursos humanos y gestores de talento. Requiere poco esfuerzo por nuestra parte una vez hemos cumplimentado nuestro perfil e indicado que "buscamos empleo". Actualmente en LinkedIn es difícil indicar esto pero si uno se las [ingenia](#) (estos campos están destinados a indicar nuestro actual puesto laboral y es lo que primero ven las personas que añadimos a nuestra red de contactos o bien que contactan con nosotros por lo mismo, si la utilizamos en este sentido nos puede servir como puente dándonos muchas alegrías) y saber a quién acudir (si la montaña no viene a Mahoma... utilizad su buscador e ir añadiendo a responsables de recursos humanos, de gestión del talento de empresas de nueva creación que tengan presencia en el mundo online) lo más probable es que nos contacten (debido al factor "eficacia" 1º ven que buscamos trabajo, 2º sienten curiosidad acerca de quiénes somos y van directos a mirar nuestro perfil 3º si necesitan a un profesional y encajamos en el puesto lo más seguro es que contacten con nosotros al instante) más que a otros candidatos.
3. **Acudir a empresas de nueva creación (startups) o en fase de expansión:** ofertas que publican directamente las empresas en sus propios portales, en secciones tipo "trabaja con nosotros" o bien que podemos localizar el contacto del CEO o de recursos humanos (en caso de empresas en expansión) y remitirle nuestro CV (1 hoja máximo indicando claramente lo que sabemos hacer, experiencia y conocimientos) Es fundamental haber leído recientemente en algún blog del sector o Noticia que esa empresa (con presencia e intereses en el mundo online) esté en expansión o sea de nueva creación y remitirla a la persona correcta (se puede investigar en el portal de la empresa si necesitan algún perfil como el nuestro o bien enviar nuestro CV con una buena carta de presentación indicando quienes somos porque les hemos contactado y qué sabemos hacer)
4. **Portales de clasificados:** hay que saber distinguir el grano de la paja para no perder el tiempo. Os recomiendo inscribiros en ofertas en las que aparezca claramente el nombre de la empresa particular y dejar de lado las ofertas generalistas tipo: "Grupo empresarial de ámbito internacional", "Compañía especializada en servicios de...", "Compañía líder en selección de..." etc. Por otra parte, existen empresas como Michael Page que se dedican a obtener CVs que

luego venderán a otras empresas (con inscribiros en una de sus ofertas con el perfil deseado podéis dejar de inscribiros en el resto de portales bajo ofertas similares ya que van a la misma base de datos con ese perfil)

Para terminar, una pregunta sobre el aprendizaje continuo que supone dedicarse al SEO, SEM o Analítica Web, disciplinas que requieren estar al día. Además del necesario ensayo-error para ir afinando las estrategias ¿qué fuentes aconsejas a los estudiantes que sigan? Algún blog, algún canal de Twitter, alguna newsletter, etc.

SEO / SEM

- <http://www.mattcutts.com/blog/> (esencial - inglés)
- <http://twitter.com/#!/mattcutts> (twitter - esencial - inglés)
- <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/> (esencial inglés)
- <http://www.seomoz.org/blog> (inglés)
- <http://www.seobook.com/blog> (inglés)
- <http://www.searchenginejournal.com/category/search-engine-optimization/> (blog - inglés)
- http://www.bing.com/community/site_blogs/b/webmaster/default.aspx (Bing esencial - inglés)
- <http://www.ysearchblog.com/> (Yahoo! esencial - inglés)
- <http://www.seoprofesional.com/>
- <http://www.fernandomacia.com/>

- <http://www.aleydasolis.com/>

- <http://adwords.blogspot.com/> (SEM esencial inglés)

Eventos

- <http://www.eventoseo.com>
- <http://www.firsttuesday.es>
- <http://online-marketing.es>
- <http://expo-ecommerce.com>
- <http://www.ecommretail.com>
- <http://www.seosarao.com/>

Analítica Web

- <http://www.kaushik.net/avinash/> (inglés - esencial)
- <http://analytics.blogspot.com/> (inglés - esencial)
- <http://web-analytics.es/blog/> (castellano - esencial)
- <http://www.filmica.com/audiencias/>
- <http://www.analiticaweb.es/>
- <http://dondeestaavinashcuandoselenecesita.blogspot.com/>

Eventos

- <http://www.conversion-thursday.com>
- <http://practitionerwa.com>

Álvaro, muchas gracias por respondernos.