

GUÍA PARA EVALUAR Y CONTRATAR UNA AGENCIA SEO (SIN ERRORES CAROS)

CHECKLIST PRÁCTICO PARA
RESPONSABLES DE
MARKETING Y DIRECCIÓN

Nacho Gutiérrez
Manager SEO - VADESEO

INTRODUCCIÓN

Si estás valorando externalizar el SEO, probablemente estés en uno de estos puntos:

- Estás invirtiendo en marketing pero no tienes claridad total sobre los resultados.
- Has recibido varias propuestas y no sabes cómo compararlas.
- O simplemente quieres asegurarte de no cometer un error estratégico.

Esta guía no está pensada para enseñarte SEO.

Está pensada para ayudarte a tomar decisiones con criterio.

Aquí encontrarás las preguntas correctas que debes hacer antes de contratar y las señales de alerta que debes saber detectar.

Porque externalizar el SEO no es una decisión táctica.
Es una decisión estratégica.

PREGUNTAS CLAVE ANTES DE CONTRATAR

1. ¿Cuál es el diagnóstico real de mi situación actual?

Por qué es importante

Sin diagnóstico no hay estrategia. Si una agencia no entiende tu punto de partida, solo puede ofrecer acciones genéricas.

✓ **Qué debería incluir una buena respuesta**

- Análisis técnico de la web
- Estudio de competencia real
- Identificación clara de prioridades
- Explicación de oportunidades y riesgos

✗ **Señal de alerta**

Propuesta estándar sin análisis previo ni referencias específicas a tu negocio.

2. ¿Qué prioridad tendría cada fase de la estrategia y por qué?

Por qué es importante

El SEO no se trabaja todo a la vez. Debe existir lógica y orden.

✓ **Qué debería incluir una buena respuesta**

- Fases definidas
- Justificación del orden de ejecución
- Objetivos por etapa

✗ **Señal de alerta**

Listado de tareas sin jerarquía ni planificación.

3. ¿Qué impacto concreto esperan generar en mi negocio?

Por qué es importante

El SEO no trata solo de posiciones. Trata de crecimiento.

✓ **Qué debería incluir una buena respuesta**

- Relación entre visibilidad y generación de oportunidades
- Enfoque en búsquedas estratégicas
- Explicación del tipo de tráfico que se quiere atraer

✗ **Señal de alerta**

Enfoque exclusivo en rankings sin conexión con negocio.

4. ¿Qué métricas vamos a revisar periódicamente?

Por qué es importante

Lo que no se interpreta correctamente no ayuda a decidir.

✓ **Qué debería incluir una buena respuesta**

- Métricas alineadas con negocio
- Contexto y explicación en los informes
- Evolución comparativa

✗ **Señal de alerta**

Reportes automáticos llenos de datos sin interpretación.

5. ¿Qué no haríais en mi caso y por qué?

Por qué es importante

El criterio también se demuestra descartando acciones.

✓ **Qué debería incluir una buena respuesta**

- Explicación de lo que no aporta valor

- Justificación estratégica
- Priorización realista

× Señal de alerta

Aceptación automática de cualquier acción “porque sí”.

6. ¿Cómo se adapta la estrategia a mi sector y contexto local?

Por qué es importante

Las estrategias genéricas no funcionan en mercados competitivos.

✓ Qué debería incluir una buena respuesta

- Análisis de competencia local
- Adaptación al modelo de negocio
- Estrategia específica por ubicación si aplica

× Señal de alerta

Propuesta idéntica a cualquier otro sector.

7. ¿Qué necesitaréis de mi equipo interno?

Por qué es importante

Externalizar no significa desaparecer.

✓ Qué debería incluir una buena respuesta

- Definición de responsabilidades
- Necesidades de coordinación
- Flujo de comunicación

× Señal de alerta

Ninguna mención a colaboración interna.

8. ¿Cuál es el horizonte temporal razonable para ver evolución?

Por qué es importante

El SEO es continuidad, no inmediatez.

✓ Qué debería incluir una buena respuesta

- Escenario progresivo
- Expectativas realistas
- Explicación de plazos por fases

× Señal de alerta

Promesas de resultados rápidos o posiciones garantizadas.

SEÑALES DE ALERTA EN PROPUESTAS SEO

Estas son señales que deberían hacerte detenerte antes de firmar.

🚩 Promesas de primera posición garantizada

Nadie puede garantizar rankings concretos en Google.

🚩 Precio extremadamente bajo frente a mercado

El SEO requiere recursos, tiempo y especialización. Si el precio no refleja eso, algo falta.

🚩 Ausencia de diagnóstico personalizado

Si la propuesta podría enviarse a cualquier empresa, no es estratégica.

🚩 Enfoque excesivo en volumen de enlaces o artículos

La cantidad no sustituye a la coherencia.

🚩 Lenguaje técnico sin traducción a negocio

Si no puedes entender qué harán y por qué, no podrás evaluar resultados.

🚩 Falta de fases o planificación clara

Una estrategia sin prioridades acaba en acciones dispersas.

🚩 Reportes sin interpretación

Enviar datos no es lo mismo que explicar decisiones.

► Falta de preguntas hacia tu negocio

Si no preguntan por tu estructura, márgenes, expansión o competencia, no están construyendo estrategia.

**¡MUCHAS
GRACIAS!**