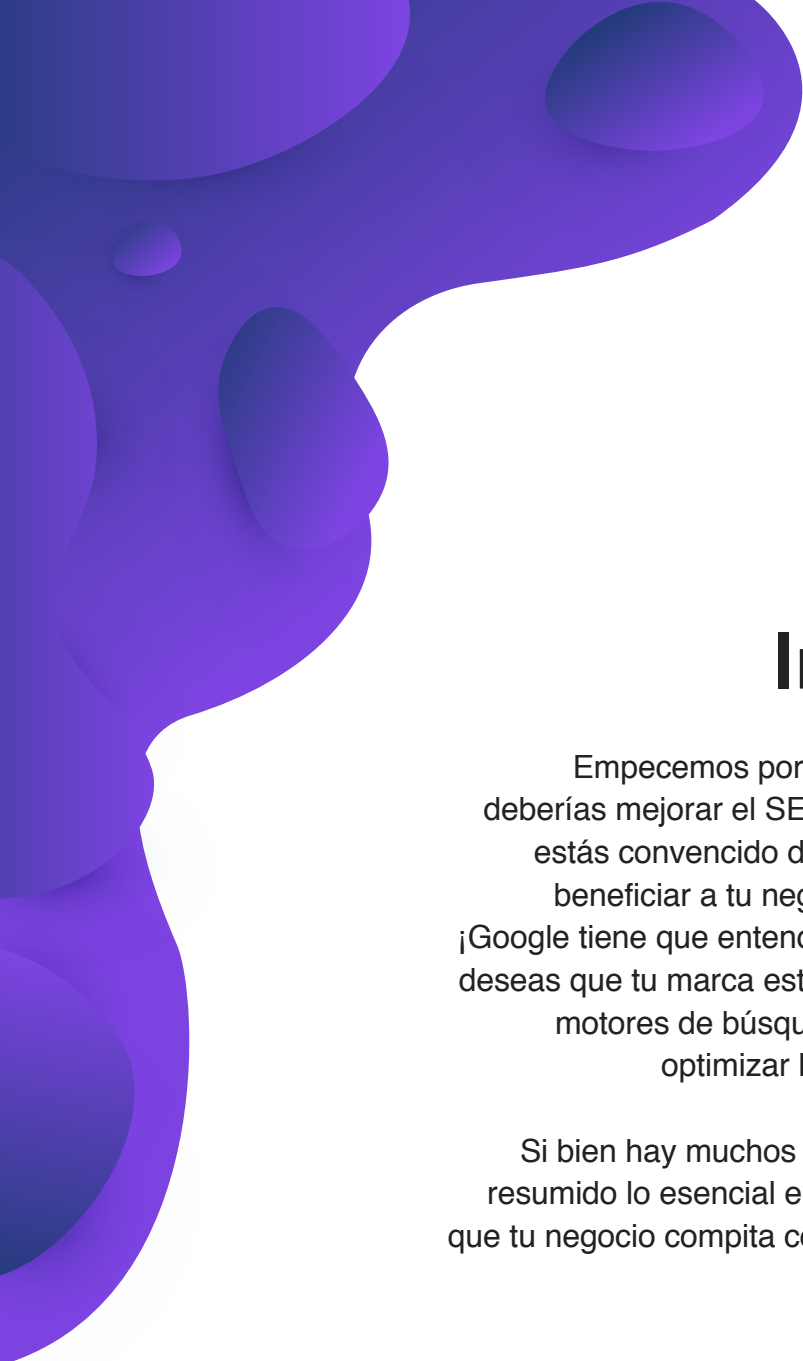


Guía práctica

¿Cómo mejorar el SEO de tu página web?



A large, abstract, organic shape in various shades of purple and blue, resembling a splash or a cluster of bubbles, occupies the left side of the page.

Introducción

Empecemos por la siguiente pregunta: ¿Por qué deberías mejorar el SEO de tu sitio web? Si todavía no estás convencido del poder del SEO y cómo puede beneficiar a tu negocio, tenemos algo que decirte: ¡Google tiene que entenderte para encontrarte! Así es, si deseas que tu marca esté en los primeros lugares de los motores de búsqueda, en especial Google, debes optimizar la información de tu página web.

Si bien hay muchos aspectos por considerar, hemos resumido lo esencial en esta guía práctica. ¿Listo para que tu negocio compita con los grandes? ¡Sigue leyendo!

Contenido

3

Introducción

7

Ayuda a Google a encontrarte

8

Ayuda a Google a entenderte

10

Jerarquiza tus contenidos

11

Optimiza el contenido

13

Técnicas y tácticas

15

¡Piensa en móvil!





Ayuda a Google a encontrarte

Como ya mencionamos líneas atrás, lograr que Google pueda encontrarte es super importante para rankear en los primeros lugares. Entonces, ¿cómo lograr que tu sitio web aparezca en el buscador? Pues, además de los enlaces en otras páginas que Google sigue para encontrar nuevos sitios, hay un archivo secreto que te ayudará: el sitemap o mapa del sitio.

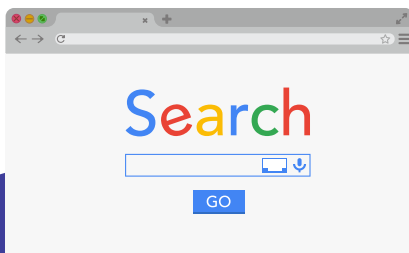
La importancia del sitemap

El primer paso que da Google para encontrar nuevas páginas es el **rastreo**. Este proceso, básicamente, busca añadir nuevos sitios web a su índice. Una forma de ayudarle es mediante el sitemap. Este elemento no es más que un archivo XML, donde se encuentra la lista de las páginas de tu sitio web. Además, muestra la información de las principales actualizaciones, como la frecuencia con la que la página web cambia sus contenidos.

Por otro lado, un mapa del sitio facilita los datos de contenidos audiovisuales (imágenes y videos). Así, las entradas pueden detallar la duración, clasificación de edad y categoría de un video.

¿Cómo verificar su efectividad?

- El sitemap debe seguir todos los protocolos de Google. Además, súbelo a Google Webmaster Tools.
- Actualiza cualquier cambio que realices en tu página web, como añadir nuevas páginas internas.





Ayuda a Google a entenderte

No basta con que Google te encuentre, ahora debe entender el contenido de tu página web, tal y como lo hacen los usuarios. A esto se le llama el proceso de **indexación**, donde los robots de Google deben acceder fácilmente a tus archivos JavaScript y CSS. Así, tu web será renderizada e indexada con éxito, mejorando tu posicionamiento.

¿Cómo saber lo que está viendo un robot de Google en tu web?

Para verificar que los robots visualicen tu página web como debe ser, utiliza la herramienta de inspección de URL's de Google. Así, podrás identificar los posibles errores y corregirlos a tiempo para no afectar tu rendimiento.

Bien, ahora que ya sabes cómo Google analiza tu contenido para indexarlo, te contamos 3 aspectos esenciales para facilitar su trabajo.

Crea títulos de página únicos

Si bien los títulos de página deben ser cortos, presta atención a su significado. No basta con colocar títulos genéricos, cada página interna de tu web debe tener un título único que comunique un tema principal. Así, la etiqueta `<title>` se coloca en el elemento `<head>`, dentro de un documento HTML.

Crea fragmentos eficaces en los resultados de búsqueda

¡Genial! Ya sabes que debes crear títulos únicos, ahora es momento de hablar de las descripciones de página o fragmentos. Google realiza un proceso de automatización en donde analiza el contenido de una página para decidir si puede ser indexada o no. La clave aquí es identificar que tu descripción se vincule a la consulta generada, la cual lo devolvió en primer lugar.

Usa metaetiquetas

¿Has notado que al estar en una página de resultados de búsqueda, puedes ver unas líneas de contenido? Y, ¿alguna vez te has desanimado de entrar a esa página web debido a ese texto inicial? Evita que los usuarios hagan eso con tu contenido. Utiliza metaetiquetas que resuman acertadamente de qué trata tu sitio web. Estas pueden basarse en una frase o dos.

¿Ves cómo todo está relacionado? Google es un experto en verificar que los contenidos que aparezcan en sus páginas de resultado sean los correctos. Ahora es tu turno para asegurar que tu página web cumpla con todos sus requisitos. Pero antes, compartimos **extra tips** para mejorar tu posicionamiento:

- Mejora el tiempo de carga de tu sitio web.
- Optimiza tu web para móviles.
- Actualiza constantemente tu contenido y hazlo útil.

¡Ahora sí, sigamos explorando cómo puedes mejorar el SEO de tu página web!



Jerarquiza tus contenidos

Algo que queremos tengas presente en todo momento es que mejorar tu SEO depende de ti y de que aprendas a gestionar cómo se visualiza tu sitio web ante los ojos de Google y terceros. Las etiquetas ayudan a estructurar tu página web, pero hay más.

Bien, ahora que ya sabes cómo Google analiza tu contenido para indexarlo, te contamos 3 aspectos esenciales para facilitar su trabajo.

Presta atención a las URL

¿Sabías que cada fragmento de contenido necesita una URL única para poder ser rastreada e indexada correctamente? Por ejemplo, si muestras un contenido modificado, como la traducción de una página o variaciones de productos, necesitas utilizar URLs distintas.

Otro aspecto particular es el uso del famoso “https://” en todos los sitios web. Además, Google recomienda que al añadir tu página web a Search Console, señales todas las variaciones posibles de tu dirección online. Por ejemplo, “www.tupágina.com” y “tupágina.com”.

Planea la navegación a partir del Home (página de inicio)

Hay dos cosas esenciales que debes saber acerca de la navegación en una web:

- 1.- Ayuda a los usuarios a encontrar fácilmente lo que entraron a buscar.
- 2.- Facilita la comprensión (en los buscadores) de la función de una página en la web general.

¿Ves cuán importante es en el rendimiento de tu sitio? Ahora, hablemos sobre cómo planificar la navegación a partir del Home. Ponte en el lugar de tus usuarios, piensa en cómo querías llegar a los contenidos que estás buscando. Aquí debes pensar en cómo organizar tus categorías y, de ser necesario, crear subcategorías. Recuerda que tu tarea es facilitar el proceso de búsqueda y mejorar la experiencia del usuario. ¿De qué forma lograrías la satisfacción de tus visitantes? Navega tu propia web y examina los puntos de mejora. He ahí la verdadera razón de jerarquizar tus contenidos.

Optimiza el contenido

Claramente, el contenido es una pieza clave en el mejoramiento del SEO y buen posicionamiento. Tu misión es y será lograr que tu página web se mantenga relevante y útil. No olvides el poder del “boca a boca”. Si lograste interesar a un usuario lo suficiente como para que recomiende tu página a un conocido, estás en muy buen camino (y Google lo sabe).

¿Cómo puedes obtener mejores recomendaciones? Compartimos unos puntos clave:

- Artículos de blog interesantes y únicos.
- Contenidos relevantes en otros formatos: podcasts, videos, transmisiones en vivo, etc.
- Potenciar tu estrategia de redes sociales para llevar más tráfico a tu web.
- Crear una campaña de mailing enfocada en generar valor al usuario.

¡Veamos qué otras acciones puedes realizar para cumplir este objetivo!

Genera confianza al usuario (evitar contenido duplicado)

Mientras más confianza sienta un usuario, mayor será su tiempo de permanencia y navegación por tu página web. Uno de los aspectos a considerar es centrar tu página en un tema específico, así, podrás ser un referente en él. Además, cumple los siguientes consejos:

- Evita el contenido duplicado en tus páginas internas.
- Proporciona información clara respecto a tus contenidos: quiénes son los autores, cuáles son las fuentes, cuál es la razón detrás de tus publicaciones.
- Si tienes un Ecommerce, asegúrate de especificar toda la información respecto al pago, políticas de devolución, envío y servicio al cliente. Además, debe tener una conexión segura al momento de realizar la transacción de compra.

Usa etiquetas “alt” para las imágenes

Brindar un nombre a tus archivos de imágenes, al igual que una descripción adecuada, es fundamental para que aparezcan en el buscador de imágenes de Google. Así, las etiquetas en las imágenes ofrecen información relacionada a tu contenido.

Evita en todo momento las siguientes prácticas:

- Utilizar nombres genéricos, como “imagen.jpg” o “1.jpg”. A nadie le inspiraría confianza revisar esos archivos.
- Crear nombres muy extensos para las imágenes.
- Copiar y pegar texto muy largo o que con contenga diversas palabras clave en la descripción.

Cuida la velocidad de tu sitio

Si bien ya mencionamos la importancia de optimizar el tiempo de carga de tu web, es un punto tan importante que vimos conveniente resaltarlo. Ten en cuenta que los robots de Google tienen un límite de tiempo en su navegación por las páginas web. Así que debes lograr que revise lo más que pueda en tus páginas internas y en el menor tiempo posible.

Pero no todo se trata de robots, recuerda a tu usuario. ¿Te quedarías en una página donde la carga sea demasiado lenta? Vivimos en el mundo del ahora y todo tiene que estar listo “para ayer”. Reduce tu tasa de rebote y mejora la experiencia de usuario con una sola acción: incrementar la velocidad de tu página web.

Atención con los enlaces rotos

No podemos hablar de confianza ni de optimización sin mencionar la importancia de contar con enlaces 100% funcionales. Verifica que todos los que ofrezcas estén operativos y coherentes con su página de destino. Crear una estrategia de link building trae muchos beneficios, pero antes cuida tus enlaces.



Técnicas y tácticas

Es momento de compartir las buenas prácticas que debes seguir y aquellas malas que de todas maneras tienes que evitar. ¡Te explicamos brevemente 3 de ellas!

Evita el “keyword stuffing”

Tal vez no hayas escuchado este término antes, pero lo estés aplicando inconscientemente en tu página web. Descuida, te contamos de qué trata y cómo evitarlo. Básicamente, si estás haciendo uso excesivo de palabras clave en tu contenido, estás obrando mal. Y, a Google no le gusta para nada. Si bien no hay un número idóneo de palabras clave por fragmento de texto o artículo, procura que su lectura sea lo más natural posible. En ese sentido, revisa la densidad de tus keywords y redúcela, de ser necesario.

Usa técnicas White Hat

No te centres en la traducción de este término, solo recuerda que se refiere a todas las técnicas éticas que cumplen con los estándares de los motores de búsqueda. ¡Basta con aplicarlas! ¿Cómo? Presta atención a los siguientes puntos:

- Ofrece contenido original. Parece obvio, pero muchos olvidan esto y se dedican a copiar pegar contenido.
- Optimiza el diseño web y adáptalo a cualquier dispositivo móvil.
- Estructura adecuadamente tu código HTML. Piensa en usar metaetiquetas para mejorar el rastreo de Google.

Sabemos que puede tomar tiempo lanzar tu página web a los primeros lugares, pero si tienes la intención de lograrlo, ¡hazlo siguiendo las reglas del juego! Evita en todo momento las malas prácticas, que aunque parezcan rápidas y efectivas, solo traerán malas consecuencias.

Trabaja el link building

Párrafos atrás, te contábamos que una estrategia efectiva de link building podía traer muchos

beneficios a tu marca. ¡Ahora profundizaremos en ello! Esta acción se centra en lograr generar enlaces de forma natural para tu página o de manera manual. ¿Cuál es el objetivo? Conseguir enlaces buenos que dirijan hacia nuestra página web y, así, mejorar nuestro posicionamiento.

¿Cómo generar enlaces de forma natural?

- Publicar información de interés, como tutoriales o webinars que atraigan a otras páginas a vincularte.
- Crear infografía únicas sobre temas coyunturales.
- Crear encuestas, concursos o actividades que generen interacción.

¿Cómo generar enlaces de forma manual?

- Identifica las páginas web en las que quisieras que te enlacen.
- Busca en foros y utiliza palabras clave para hacerlo.
- Utiliza el buscador de blogs de Google.
- Busca blogs donde acepten autores invitados y publica tu mejor contenido.



¡Piensa en móvil!

Así como debes optimizar tu contenido, debes pensar siempre en adaptarlo a los formatos nuevos y dispositivos vigentes. Sabemos que los móviles son los favoritos de todo usuario web. Por eso, no olvides crear una web responsive que funcione y sea visible desde una tablet, laptop o cualquier dispositivo móvil.

Si bien adaptar es una cosa, optimizar tu diseño web es otra. Considera también crear una maquetación y diseño que no se vean afectados por el dispositivo desde donde se muestren. Por otro lado, garantiza que la experiencia de usuario sea óptima al crear tu web responsive. No hay nada peor que textos desencajados o molestas ventanas emergentes mientras navegas por un sitio web.

Recuerda que la mayor parte de búsquedas en Google, se da mediante smartphones y móviles. ¡Adapta para seguir creciendo!



¿Listo para mejorar tu SEO?

Esperamos que hayas podido extraer la información esencial de esta guía, para ayudarte a optimizar tu estrategia de SEO y posicionar tu marca junto a las grandes. Como has apreciado, la tarea no es imposible. Es un trabajo arduo pero totalmente realizable. Empieza a poner en práctica todas las recomendaciones y mejora el posicionamiento de tu página web.



Brainstorming