

**AUMENTA**

**EL TRÁFICO  
CON TU SEO**

**EN SOLO 30 DÍAS**

**MEJORA TU ESTRATEGIA SEO  
CON ESTE PLANIFICADOR DE 30 DÍAS**

# ÍNDICE

Introducción ..... 3

Conclusión ..... 19

**1** Optimiza tu título y descripción

Página 3

**2** Usa atributos alt para optimizar las imágenes

Página 4

**3** Identifica y arregla los enlaces rotos

Página 4

**4** Revisa tus redireccionamientos

Página 5

**5** Unifica la estructura de tus URL

Página 5

**6** Acorta tus URL

Página 6

**7** Enlaza tus páginas de forma interna

Página 6

**8** Usa textos de anclaje para aumentar la relevancia

Página 7

**9** Haz que los recorridos de clics sean cortos

Página 7

**10** Mejora la accesibilidad de tu sitio

Página 8

**11** Indica a los motores de búsqueda qué deben rastrear

Página 9

**12** Realiza tu investigación de palabras clave

Página 10

**13** Asegúrate de optimizar la navegación de tu sitio web

Página 11

**14** Mejora la velocidad de carga de tu sitio web

Página 11

**15** Optimiza tu sitio web para los dispositivos móviles

Página 12

**16** Identifica el contenido duplicado

Página 12

**17** Elimina el contenido duplicado

Página 13

**18** Usa TF\*IDF para analizar la calidad del contenido

Página 13

**19** Crea encabezados únicos

Página 14

**20** Selecciona tu contenido

Página 14

**21** Recicla tu contenido

Página 15

**22** Mantén una proporción de contenido alta respecto al código de tu sitio web

Página 15

**23** Diversifica tu contenido nuevo

Página 16

**24** Internacionaliza tu sitio web

Página 16

**25** Optimiza tu sitio web para la búsqueda local

Página 17

**26** Aprovecha al máximo las redes sociales

Página 17

**27** Provoca que los usuarios interactúen con tu sitio web

Página 18

**28** Regístrate en Google Search Console

Página 18

**29** Regístrate en Google Analytics

Página 19

**30** Monitoriza tu progreso

Página 19

Optimizar tu sitio web para los motores de búsqueda puede ser difícil, en especial si tenemos en cuenta que todos los algoritmos que se usan para clasificar a las páginas web tienen cambios constantes. A medida que los motores de búsqueda evolucionan, cada vez es más importante hacer que el contenido de tu sitio web siga teniendo frescura y esté perfectamente optimizado.

El SEO no solo se trata de realizar mejoras rápidas para hacer que un puñado de tus páginas clasifiquen en los motores de búsqueda. Si cuentas con un buen SEO, mejorarás tu estrategia a medida que pase el tiempo con buenas prácticas sostenibles y demostradas. Además, el mantenimiento es fundamental para todos los sitios web que tienen una clasificación alta.

Por suerte, OnPage.org y HubSpot se unieron para ofrecerte el planificador perfecto que mejorará tu estrategia de SEO. Este ebook te ayudará a crear sitios web mejores en solo 30 días; cada día del mes cuenta con un consejo, ¡así que podrás clasificar más alto dentro de poco tiempo!



Fuente: IconFinder

Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días

## OPTIMIZA TU TÍTULO Y DESCRIPCIÓN

Lo primero que nota un usuario cuando busca una palabra clave es el fragmento o *snippet* en la página de resultados de la Búsqueda de Google. El fragmento se incluye en el título de página, URL y meta descripción.

El título debe ser corto y conciso, ya que impacta en tu clasificación por las palabras clave. Tu meta descripción debe detallar con precisión el contenido que ofrece tu página. Si bien no impacta directamente en tu clasificación de búsqueda, ¡tendrá un efecto en tu tasa de clickthrough!

### Consejos prácticos para optimizar tus títulos

- Haz que sean cortos. Google acorta todos los títulos que tienen más de 70 caracteres.
- Usa palabras clave con las que quieras clasificar en el título de tus páginas.
- Añade títulos de página a las que no lo tengan en la actualidad.



### Consejos prácticos para optimizar la descripción:

- Limita tu descripción a 175 Caracteres, de lo contrario, Google no mostrará el resto.
- Trata de integrar una llamada a la acción en tu descripción que invite a los usuarios a hacer clic en la página de tu sitio.
- ¿Qué valor añadido obtiene el usuario al visitar tu sitio web? Especificalo en la descripción.
- Usa palabras clave importantes.

## USA ATRIBUTOS ALT PARA OPTIMIZAR LAS IMÁGENES

Los motores de búsqueda no son capaces de interpretar por completo el contenido de las imágenes sin un texto que lo explique. Por eso, usar un texto alt para describir tus imágenes es tan importante: permite que los motores de búsqueda sepan qué contenido tiene la imagen. Si por alguna razón la imagen no carga, el atributo alt (la descripción alternativa) muestra el texto alternativo que se haya especificado.

El texto alt también permite que los usuarios invidentes que usan software para leer textos en voz alta tengan acceso al contenido web. Piensa que debes optimizar tu sitio web para todos los miembros de tu audiencia.

El atributo alt está integrado dentro del enlace de la imagen en el código fuente HTML:



```

```

### Consejos prácticos para usar atributos alt:

- Revisa tu sitio web y analiza si añadiste atributos alt a todas las imágenes que ya publicaste.
- Añade un atributo alt a cada imagen de tu sitio web.
- Usa palabras clave importantes para los textos alt.
- Usa el texto alt para describir lo que muestran las imágenes correspondientes.

## IDENTIFICA Y ARREGLA LOS ENLACES ROTOS

Cuando un usuario visita una URL que no se encuentra en un servidor, su navegador muestra el código de error 404 (no se encontró el archivo). Si esto sucede, no solo se genera una experiencia de usuario negativa, sino que también se interrumpe el rastreo de los motores de búsqueda. Si los motores de búsqueda encuentran demasiados errores 404 en tu sitio web, pueden tomarlo como una señal de que no le das el mantenimiento adecuado. Con mucha frecuencia, los errores 404 ocurren debido a los enlaces rotos.

En otras palabras, el origen de este problema son los enlaces que insertase en algún lugar de tu sitio web que dirigen a una página de destino que ya no existe. A menudo esto ocurre cuando las URL de destino cambian o se escribieron incorrectamente. Asegúrate de revisar tus URL periódicamente para descubrir si hay algún enlace roto en tu sitio web, en específico después de un relanzamiento o si haces pequeños cambios en tus URL.

### Consejos prácticos: arregla los errores 404.

- Revisa si tu sitio web muestra algún error 404.
- Redirecciona las URL incorrectas a las correctas con redireccionamientos 301.
- Solicita que otros administradores del sitio web (o webmasters) arreglen los enlaces incorrectos que dirigen a tu sitio web.
- Revisa los enlaces del menú de navegación.



## REVISA TUS REDIRECCIONAMIENTOS

**E**l traslado de un servidor a otro puede hacer que ciertas URL deban tener redireccionamientos temporales. Estos redireccionamientos (código de estado 302) aseguran que Google mantenga las URL anteriores indexadas, lo cual permite que los usuarios tengan acceso a las URL antiguas incluso después del cambio de servidor. Se recomienda que uses los redireccionamientos 302 solo por un periodo limitado. Para redireccionar permanentemente una URL, usa el código de estado 301, que redirige la URL antigua a la nueva de forma fija. En el proceso, parte de la autoridad de página o “link juice” también se transfiere.

### Consejos prácticos:

- Revisa todos los redireccionamientos que usas en tu sitio web.
- Verifica si los redireccionamientos 302 actuales son realmente necesarios o si deberías reemplazarlos con redireccionamientos 301.



Fuente: Shutterstock

Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días

## UNIFICA LA ESTRUCTURA DE TUS URL

**L**as URL de tu sitio web son como señales al contenido al que tus usuarios quieren tener acceso. Cuanto más uniforme sea la estructura de tu sitio web, los usuarios podrán llegar a su destino con mayor rapidez.

Crear una experiencia de usuario positiva te ayuda a reducir las tasas de rebote y aumenta el tiempo de permanencia del usuario en tu sitio web.

Si cuentas con una estructura uniforme de URL también te ayudará a que los motores de búsqueda rastreen tu sitio web más rápidamente. Cuanto más rápido puedan acceder los bots a todas las URL, podrán revisar más páginas e indexarlas dentro del tiempo límite diario que tienen para rastrear cada sitio web.

Si tienes un directorio con estructura uniforme, eso también significa que debes usar URL descriptivas. Estas ayudan a que los usuarios se orienten por sí solos en tu sitio web. Las URL descriptivas también son ideales para las actividades de marketing o para compartir contenido en las redes sociales, ya que proporcionan algunas pistas sobre el contenido de la página de destino.

Este es un ejemplo de una URL descriptiva:

[www.misitioweb.com/directorio/nombredelproducto.html](http://www.misitioweb.com/directorio/nombredelproducto.html)

### Consejos prácticos:

- Comprueba si estás usando URL descriptivas.
- Verifica el recorrido de clics y reduce la estructura de las URL a un máximo de 4 niveles de directorios.
- Asegúrate de que los directorios apunten a todas sus carpetas principales, p. ej., [www.misitioweb.com/carpetaprincipal/subcarpeta/producto.html](http://www.misitioweb.com/carpetaprincipal/subcarpeta/producto.html)
- Cuando hagas cambios, usa redireccionamientos 301 para redirigir las URL antiguas a las nuevas.

OnPage.org y HubSpot

## ACORTA TUS URL

Google no tiene problemas para procesar las URL que tienen hasta 2.000 caracteres de longitud.

Esto significa que la longitud de tus URL no tiene un impacto directo en la clasificación de las páginas de tu sitio. Sin embargo, la longitud de las URL impacta a la experiencia del usuario (que, de cualquier forma, afecta a tu SEO). Las URL cortas son mucho más fáciles de recordar, compartir en las redes sociales y son mejores para fines publicitarios.

Otro aspecto positivo es que una URL corta con no más de 74 caracteres también puede mostrarse por completo en los fragmentos de las páginas de resultados de los motores de búsqueda.

What is HubSpot?

[www.hubspot.com/what-is-hubspot](http://www.hubspot.com/what-is-hubspot) ▾ HubSpot, Inc. ▾

HubSpot is an inbound marketing software platform that helps companies attract visitors, convert leads, and close customers.

URL  
VISUALIZADA

### Consejos prácticos:

- Evita usar palabras vacías que sean redundantes, como artículos (el, la, un, una, etc.) o conjunciones (y, o) en la URL.
- Haz que tus URL sean tan parecidas al dominio original como sea posible.

## ENLAZA TUS PÁGINAS DE FORMA INTERNA

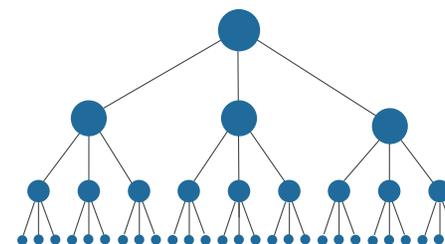
Tu página de inicio es la más importante y, probablemente, la más potente. La autoridad de página, también conocida como “link juice”, se distribuye de la página de inicio a todas las demás subpáginas. Lo ideal sería distribuir la autoridad de página de forma uniforme a todas las otras subpáginas a través de enlaces internos y menús de navegación sencillos.

La vinculación interna uniforme también te permite controlar al bot de los motores de búsqueda. Una estructura de enlaces lógica hace que sea posible que el bot rastree e indexe tu sitio web sistemáticamente. Si tienes el control de la autoridad de tu página, el bot sabrá qué páginas son las más importantes.

Es posible que algunas páginas de tu sitio web no estén enlazadas a ninguna otra. A estas se les refiere como “páginas huérfanas” y, si un bot la encuentra, se verá forzado a detener el rastreo, ya que los bots solo pueden moverse de enlace a enlace.

### Consejos prácticos:

- Elimina los enlaces que apunten a páginas deficientes (código de estado 404) o páginas a las que ya no se pueda acceder (código de estado 500).
- Identifica las páginas huérfanas y enlázalas a otras subpáginas que tengan temas relevantes.



Fuente: Moz

## USA TEXTOS DE ANCLAJE PARA AUMENTAR LA RELEVANCIA

Los textos de anclaje describen un enlace en detalle e informan al usuario qué contiene. En lugar de tener que hacer clic en una URL horrenda, los textos de anclaje permiten que las personas hagan clic en palabras clave que realmente entienden y se les redirecciona con la URL oculta del texto de anclaje.

Idealmente, la palabra clave correspondiente de la página de destino siempre debe usarse en el texto de anclaje de los enlaces internos. Cuantas más páginas web usen la misma palabra clave para apuntar a una subpágina, el motor de búsqueda recibirá más señales que indican que esta página de destino debe ser muy relevante para esta palabra clave, lo cual significa que la página clasificará mejor con esta y otras palabras clave similares. Evita usar textos de anclaje que no sean descriptivos (p. ej., “aquí”, “más”, etc.) en tus enlaces internos y céntrate más en las palabras clave.



### Consejos prácticos:

- Trata de usar el mismo texto de anclaje cuando enlaces a una página de destino.
- Asegúrate de que el texto de anclaje coincida con el contenido de la página de destino.

## HAZ QUE LOS RECORRIDOS DE CLICS SEAN CORTOS

Los usuarios del sitio web quieren llegar a la página que desean ver tan pronto como sea posible. Eso significa que debes hacer que tus recorridos de clics sean lo más breves posible.

El recorrido de clics es el camino que un usuario atraviesa hasta llegar a la página deseada, como una experiencia de compras online, donde el usuario podría empezar desde la página de inicio y terminar en su carro de compra. El recorrido de clics es la facilidad y el número de páginas que un usuario tiene que atravesar hasta encontrar el producto que busca y adquirirlo. La longitud del recorrido de clics desempeña un papel clave en la navegación de tu sitio web.

Los recorridos de clics cortos también benefician a los motores de búsqueda cuando estos realizan los rastreos. Si el bot de Google recorre tu sitio web y logra acceder a todas las subpáginas con solo algunos clics, puede usar su tiempo limitado de rastreo para escanear e indexar más páginas. Merece la pena optimizar los recorridos de clics para mejorar la usabilidad y el rastreo de los motores de búsqueda.

Como regla general, deberías poder acceder a todas las subpáginas con no más de tres clics.

### Consejos prácticos:

- Añade una ruta de navegación con “migas de pan” para permitir que tus usuarios las sigan por el recorrido de clics.
- Limita la longitud del recorrido de clics a un máximo de cuatro clics.
- Usa un filtro inteligente y la función de búsqueda en tu sitio web para evitar tener recorridos de clics largos.

## MEJORA LA ACCESIBILIDAD DE TU SITIO WEB

**S**olucionar errores técnicos y asegurarte de que siempre se pueda acceder a tu sitio web son unos de los mayores obstáculos que debes superar con las buenas prácticas de SEO a lo largo del tiempo.

Puedes usar un archivo sitemap.xml para informar a los motores de búsqueda sobre todas las URL de tu sitio web. Los motores de búsqueda pueden leer este sitemap que contiene una lista de todas las URL y los metadatos importantes de tu sitio web. El bot de Google usa esta lista como base para analizar el sitio web y revisar las URL correspondientes. El archivo sitemap.xml siempre tiene la misma estructura:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.misitioweb.com/primerapagina.html</loc>
    <priority>1.0</priority>
    <changefreq>semanalmente</changefreq>
    <lastmod>2016-12-24</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

La versión XML y el código se especifican en el archivo. Las URL pueden complementarse con metadatos adicionales (p. ej., la frecuencia con la que la URL se cambia [<changefreq>] o la última modificación [<lastmod>]).

El archivo sitemap.xml puede crearse usando distintos sistemas de gestión de contenidos. También existen generadores de sitemaps especiales que están disponibles para poder crear el archivo.

*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

Después de crear el archivo debes cargarlo a Google Search Console. Posteriormente, Google revisará el sitemap para comprobar si es preciso. Sin embargo, no hay ninguna garantía de que todas las páginas web del sitemap se rastrearán e indexarán. Esto depende de los motores de búsqueda.

### Consejos prácticos:

- Actualiza con frecuencia tu sitemap.xml.
- Recuerda que debes actualizar tu sitemap.xml siempre que cambies las URL o edites el contenido.
- Revisa los códigos de estado de las páginas web con el sitemap y arregla cualquier error de accesibilidad.



Fuente: MediaCurrent

## INDICA A LOS MOTORES DE BÚSQUEDA QUÉ DEBEN RASTREAR

**R**obots.txt es un archivo de texto que indica a los rastreadores de los motores de búsqueda qué directorios deben rastrear (dar permiso [allow]) y cuáles no (rechazar permiso [disallow]). Todos los bots primero deben acceder a los archivos robots.txt antes de rastrear el sitio web.

Usar el archivo robots.txt te ayuda a garantizar que los motores de búsqueda identifiquen todo el contenido importante de tu sitio web. Si se excluyen elementos importantes al rastrear tu sitio web o JavaScript, los motores de búsqueda no podrán indexar correctamente el sitio web.

**A continuación tenemos el ejemplo de un archivo robots.txt sencillo:**

Agente-de-usuario: \*

En este caso, las instrucciones funcionan para todos los bots (\*). No hay restricciones de rastreo. Después de crear el archivo robots.txt debes guardarlo en el directorio raíz de tu sitio web.

Si no quieres que se rastree un área específica del sitio web, especificalo con una directiva “disallow” en el archivo.

Agente-de-usuario: \*  
Disallow: /estedirectorio

### Consejos prácticos:

- Usa un archivo robots.txt para dar instrucciones a los motores de búsqueda.
- Asegúrate de que las áreas importantes de tu sitio web no se excluyan del rastreo.
- Revisa con regularidad el archivo robots.txt y su accesibilidad.

### Orientación y rendimiento del sitio web

Tu sitio web debe estar orientado por temas con palabras clave específicas para lograr clasificaciones óptimas. El sitio web debe satisfacer las necesidades de tus usuarios. Al mismo tiempo, también es importante que el contenido de tu sitio web se cargue con rapidez para garantizar la satisfacción del usuario.



## REALIZA TU INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE

La investigación de palabras clave te ayuda a identificar las palabras que atraen a la audiencia a la que te diriges y expandir el alcance de tu contenido.

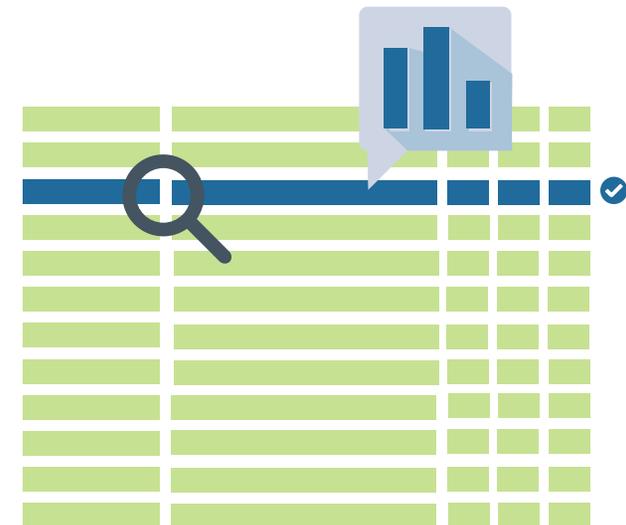
Las herramientas para investigar palabras clave te ayudan a identificar qué tipo de contenido buscan los usuarios sobre algún tema específico. Siempre debes asegurarte de dedicar un tiempo a la investigación de palabras clave.

Al seleccionar tus palabras clave, también debes tener en cuenta el propósito de tu sitio web. Si la intención principal es vender, usa palabras clave transaccionales o si tu sitio web tiene como objetivo proporcionar información importante a los lectores, opta por utilizar palabras clave informativas.

A continuación hay algunas herramientas que se recomiendan para que puedas investigar las palabras clave apropiadas:

- **Planificador de palabras clave de Google:** este planificador es parte del programa de publicidad de AdWords. Para poder usar esta herramienta gratuita necesitas tener una cuenta válida de AdWords, así podrás empezar a buscar palabras clave e ideas adecuadas tan pronto como te registres. También puedes ir a otros sitios web y ver las palabras clave que usan en su contenido. La herramienta también muestra información sobre el volumen de búsquedas mensuales. Es, sin duda, una herramienta de gran utilidad.
- **Google Trends:** esta herramienta gratuita muestra con qué frecuencia se usan los términos comunes de búsqueda. La herramienta también muestra una vista previa del posible aumento en la demanda. Google Trends es idónea para buscar palabras clave de la temporada o de eventos.

- **Buscador de Google:** cuando buscas algo en Google, el motor de búsqueda proporciona sugerencias a medida que escribes con base en las palabras clave que se buscan con más frecuencia y que coinciden con tu consulta actual. Esto incluye las sugerencias de palabras clave de cola larga con base en las palabras de cola corta que hayas ingresado. Si tu tiempo o presupuesto es reducido, ¡aprovecha al máximo esta solución sencilla!
- **Übersuggest:** una herramienta clásica de investigación de palabras clave. Übersuggest revisa todas las recomendaciones de Google Suggest y muestra el término de búsqueda más apropiado.



Fuente: Google Adwords

## ASEGÚRATE DE OPTIMIZAR LA NAVEGACIÓN DE TU SITIO WEB

Un menú de navegación ayuda a los usuarios a navegar y encontrar lo que buscan en un sitio web con facilidad. Un menú de navegación bien estructurado es clave para la experiencia del usuario. La estructura de navegación también es importante para los motores de búsqueda, ya que les permite determinar la importancia de una URL. La navegación de tu sitio web debe tener una estructura lógica para garantizar que los usuarios naveguen sin problemas. Las permanencias extensas de los usuarios en tu sitio web pueden ayudarte a mejorar tus clasificaciones en la búsqueda, así que la experiencia del usuario es un elemento importante de SEO que debes considerar.

### Consejos prácticos:

- Usa textos de anclaje en los elementos de navegación. Estos ayudan a los motores de búsqueda a entender mejor el tema de la página de destino.
- Identifica las páginas que tienen una tasa alta de rebote y toma las medidas necesarias para evitarlas.
- Usa una ruta de navegación con “migas de pan” para obtener un mejor panorama general.



*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## MEJORA LA VELOCIDAD DE CARGA DE TU SITIO WEB

La velocidad de carga de una página web es muy importante para su clasificación. Los usuarios no quieren pasar tiempo esperando a que una página cargue; quieren ver el contenido de inmediato. Las páginas web que tienen un tiempo largo de espera para cargar obtienen tasas altas de rebote, que con frecuencia generan clasificaciones bajas.

La velocidad de carga de un sitio web es incluso más importante para los usuarios de dispositivos móviles, ya que los anchos de banda que tienen poca capacidad pueden retrasar aún más el periodo de carga de un sitio web.

Hay muchas estrategias técnicas que puedes usar para optimizar el tiempo de carga. Utiliza Google PageSpeed para descubrir la rapidez con la que se carga tu sitio web.



**CARGANDO ...**

### Consejos prácticos:

- Revisa la velocidad de carga de tu sitio web.
- Identifica las páginas que sean lentas y encuentra la causa.
- Evita usar archivos muy grandes de imágenes y optimízalas para que tengan el tamaño mínimo.
- Optimiza tus archivos de CSS y JavaScript. Puedes guardarlos en los archivos externos del servidor para mejorar el rendimiento.

OnPage.org y HubSpot

## OPTIMIZA TU SITIO WEB PARA LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

La optimización para dispositivos móviles es un factor importante para clasificar en la búsqueda. Cada vez más usuarios usan sus dispositivos móviles para navegar por Internet. En algunas áreas, más del 70% de los usuarios visita los sitios web en sus móviles. ¿Qué significa esto para ti? Todas las páginas deben estar optimizadas para los dispositivos móviles. Todas y cada una de ellas.

Antes de que empieces con esta optimización puedes usar la prueba gratuita de optimización para móviles de Google.

Los requisitos que necesitan las versiones móviles de los sitios web son distintos de los que requieren las versiones de escritorio. Por ejemplo, el contenido debe poder leerse en pantallas pequeñas y la función táctil debe tomarse en cuenta. También se recomienda hacer que la versión móvil de tu sitio web tenga un diseño web adaptable. Eso quiere decir que el contenido de tus páginas debe adaptarse automáticamente al tamaño y funcionalidad del dispositivo correspondiente.

¿Quieres saber cómo optimizar tu sitio web para móviles con facilidad? [HubSpot es tu mejor aliado.](#)

### Consejos prácticos:

- Descubre si la visualización del sitio web en los dispositivos móviles tiene problemas.
- Todo el sitio web debe ser accesible para los móviles y el contenido debe adaptarse automáticamente al tamaño y funcionalidad del dispositivo correspondiente.
- Revisa si se usó una etiqueta de ventana gráfica.  
`<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">`

*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## IDENTIFICA EL CONTENIDO DUPLICADO

El contenido duplicado puede aparecer en un sitio web por distintas razones. A veces se puede acceder e indexar el mismo contenido en distintas URL. Esto hace que a los motores de búsqueda les resulte difícil determinar cuál es el mejor resultado de búsqueda de las distintas URL. Así es como se genera la “canibalización” en las clasificaciones. El sitio web no puede aparecer en las clasificaciones principales porque Google no puede escoger la mejor versión.

Por lo tanto, debes identificar las fuentes de contenido duplicado en tu sitio web y corregir los errores tan rápido como sea posible.

### Consejos prácticos:

- Revisa si puedes acceder a tu sitio web con o sin www., http, o https. Si varias versiones están disponibles, usa redireccionamientos 301 para redirigirlas a la versión deseada.
- Revisa si se indexó el mismo contenido en distintos formatos; p. ej., en la versión para impresión o como PDF.
- Comprueba si tu sitio web crea automáticamente listas o documentos que generan contenido duplicado.
- Revisa si tu sitio web muestra contenido similar con y sin “/” al final de una URL.



Fuente: RANKABOVE

OnPage.org y HubSpot

## ELIMINA EL CONTENIDO DUPLICADO

Con frecuencia, las tiendas online se enfrentan al riesgo de generar contenido duplicado. Por ejemplo, un producto podría aparecer en varias categorías. Si la estructura de la URL es jerárquica, se puede acceder a un producto en varias URL. Una forma fiable para resolver este problema es usar una etiqueta canónica que muestra a Google la URL “original” y la copia. Cuando el bot de Google rastrea tu sitio web, ignora las copias y solo indexa las URL originales.

### Consejos prácticos:

- Dirígete a cada página de tu sitio web y añade una etiqueta canónica.
- Si el contenido está duplicado, la etiqueta canónica debe apuntar a la página web original. También añade una etiqueta canónica a la página web original que apunta a sí misma.
- Al agregar etiquetas canónicas, asegúrate de escribir las URL correctamente.
- No uses URL relativas para etiquetas canónicas.

### Ejemplo:

URL original: [www.misitioweb.com/categoríaprincipal/página1](http://www.misitioweb.com/categoríaprincipal/página1).  
Copia: [www.misitioweb.com/otracategoría/página1](http://www.misitioweb.com/otracategoría/página1).

Debes añadir la siguiente etiqueta canónica a la copia:

```
<link rel="canonical" href="http://misitioweb.com/categoríaprincipal/página1"/>
```

## USA TF\*IDF PARA ANALIZAR LA CALIDAD DEL CONTENIDO

Si un sitio web logra llegar a las clasificaciones principales o no depende de la singularidad de su contenido y del valor añadido proporcione a los usuarios.

¿Quieres tener una forma infalible de revisar la calidad de tu contenido? [OnPage.org](https://onpage.org) recomienda usar TF\*IDF, fórmula que también se conoce como Frecuencia de término\*Frecuencia inversa de documento.

Con TF\*IDF puedes revisar si el texto de tu sitio web necesita una optimización. Determina la frecuencia de los términos asociados con la palabra clave principal específica respecto a los primeros diez resultados de búsqueda en la página de resultados del motor de búsqueda (SERP).

Puedes usar esta frecuencia de término para verificar si tu texto ya contiene las palabras clave importantes.

TF \* IDF

### Consejos prácticos:

- Trata de incluir de forma significativa los términos más importantes del análisis en tu texto.
- Reúne contenido de temas relevantes para tus usuarios.
- Analiza de forma regular tu texto con la herramienta TF\*IDF para estar al día con los cambios de las SERP y variaciones de interés de los usuarios.

## CREA ENCABEZADOS ÚNICOS

Los encabezados de tu sitio web normalmente tienen dos funciones. La primera es proporcionar una estructura organizada al contenido, y la segunda es invitar al usuario a seguir leyendo más información. Los encabezados se marcan con etiquetas en el código fuente HTML.

### Consejos prácticos:

- Solo usa un encabezado h1 por página.
- Usa la palabra clave principal de la página respectiva en el encabezado h1.
- Ordena los subencabezados cronológicamente (h1, h2, h3, etc.).
- No uses las etiquetas “h” para cambiar el tamaño de las fuentes. En vez de eso, utiliza CSS.
- Cuando sea posible, usa palabras clave complementarias sobre temas específicos en los subencabezados (h2, h3, etc.).
- Haz que los encabezados sean lo más cortos posible y elimina todas las palabras innecesarias.
- Usa elementos, como números, viñetas e imágenes, para atraer la atención de tus usuarios y hacer que el contenido pueda escanearse por encima con facilidad.



*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## SELECCIONA TU CONTENIDO

La selección de contenido es una forma común para reunir, volver a estructurar y publicar contenido existente. Con frecuencia, la colección de material proporciona perspectivas nuevas a los usuarios sobre ideas que ya abarcaste en tu contenido. Para que la selección de contenido sea correcta, primero debes buscar fuentes apropiadas y después usar tu propio blog para publicar el contenido. Los canales personales de redes sociales también ayudan a distribuir el contenido con facilidad. A menudo, los temas populares generan mucho tráfico.



Fuente: FanNewscast

### Consejos prácticos:

- Publica infografías ilustrativas para poder entender temas complejos con facilidad.
- Publica encuestas y estadísticas de temas que podrían interesarle al grupo de personas al que te diriges.
- Escribe ebooks que aborden un tema en detalle y que sean fáciles de entender.
- Crea casos de éxito para compartir tus propias experiencias. Esto proporciona a tus usuarios ideas reales sobre tu trabajo y experiencia.
- Publica post de invitados en tu blog. Los expertos externos pueden ofrecer ideas detalladas sobre temas específicos que les interesen a tus usuarios.

OnPage.org y HubSpot



## RECICLA TU CONTENIDO

Volver a publicar contenidos ofrece la oportunidad a los webmasters de reestructurar y actualizar contenido que ya tiene un buen rendimiento con su audiencia. En HubSpot a este proceso le llamamos [optimización histórica](#).

Cuando vuelves a publicar contenido, no debes publicar el mismo texto con un diseño nuevo. Necesitas actualizar el contenido con estadísticas nuevas, ejemplos, información actualizada o incluso con otros formatos con el fin de que sea relevante para tu audiencia.

¿Cómo te beneficia esto? El contenido ya está listo, así que te tomará menos esfuerzo reusarlo que crear contenido totalmente nuevo.

A menudo, los motores de búsqueda te premian por actualizar contenido antiguo, pero recuerda que solo obtendrás tu recompensa si en realidad haces que el contenido sea más relevante.

### Consejos prácticos:

- Revisa con regularidad los indicadores clave de rendimiento (KPI) de tu sitio web, p. ej., el tiempo de permanencia, tráfico y comportamiento de desplazamiento.
- Descubre cuál es tu contenido con mejor clasificación y revísalo para ver si está actualizado.
- Cuando alteres tu contenido, asegúrate de modificar tus meta elementos, p. ej., el título y la descripción.

### Ejemplos de formas para republicar tu contenido:

- Crear tutoriales en video para el contenido existente.
- Actualizar publicaciones antiguas del blog o transformarlas en ofertas de contenido restringido.
- Crear artículos en forma de lista respecto a la información de una publicación del blog.
- Reformular un comunicado de prensa y convertirlo en una publicación para el blog.

*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## MANTÉN UNA PROPORCIÓN DE CONTENIDO ALTA RESPECTO AL CÓDIGO DE TU SITIO WEB

El contenido con poco o ningún valor añadido informa al motor de búsqueda que tu página no tiene mucho para ofrecer. Como resultado, esas páginas tienen una baja clasificación en los resultados de búsqueda. El contenido escaso se caracteriza en su mayoría por tener contenido de baja calidad; la cantidad de texto en comparación con la proporción de código. La regla general dice que el texto en un sitio web no debe ser menor al 25 por ciento.

## <HTML/CÓDIGO CSS>

### Consejos prácticos:

- Usa suficiente texto en tu sitio web.
- Reduce el código fuente eliminando comentarios y formatos innecesarios.
- Estructura tu texto para que el contenido pueda leerse con claridad.
- Cuando sea posible, usa CSS en lugar de HTML para el formato.



OnPage.org y HubSpot

## DIVERSIFICA TU CONTENIDO NUEVO

Hay muchas formas para crear contenido nuevo. Además del texto, el contenido web también incluye imágenes, videos, gráficos y archivos de audio. Experimenta con distintos estilos de contenido en una variedad de formatos; publicaciones en blogs, páginas del sitio web, webinaros, videos, etcétera. Aprovecha al máximo la diversidad de opciones disponibles. Los usuarios aprecian la variedad.

### Consejos prácticos:

- Usa infografías para ilustrar temas complejos.
- Presenta datos concretos con videos breves y claros.
- Publica casos de éxito sobre tus propias experiencias y métodos nuevos. Observa varios aspectos de tu trabajo desde un ángulo totalmente nuevo.
- Realiza entrevistas con expertos, CEO y empleados sobre temas que sean relevantes para la audiencia a la que te diriges.
- Publica artículos con listas nuevas.



## INTERNACIONALIZA TU SITIO WEB

¿Tu sitio web está disponible en distintos idiomas o tienes versiones diferentes para cada región? ¡Excelente! Solo recuerda que debes avisar a los motores de búsqueda. Cuando lo hagas, estos mostrarán las versiones del contenido de tu sitio web en la región y el idioma correspondientes de los usuarios. Esto mejora la usabilidad, ya que a los usuarios se les redirecciona de inmediato hacia la versión deseada en la página de resultados del motor de búsqueda (SERP).

Usa un atributo hreflang para marcar las distintas versiones de idioma y región de los sitios web multilingües. Implementa este atributo en la sección <head> del sitio web y asegúrate de añadir un atributo nuevo por cada versión que tengas de un idioma distinto.

### Estructura:

```
<link rel="alternativo" hreflang="etiquetadelaregión" href="URLalternativa" />
```

### Consejos prácticos:

- Añade un atributo hreflang a cada página que tenga texto en un idioma distinto.
- Enlaza cada página de tu sitio web a todas las versiones de idiomas disponibles.
- Agrega el atributo hreflang a tu XML sitemap.
- Añade un atributo hreflang a la sección <head> de los documentos HTML para también hacer referencia a los PDF que están en otros idiomas.

## OPTIMIZA TU SITIO WEB PARA LA BÚSQUEDA LOCAL

Un estudio de Google mostró que más del 80% de los usuarios busca tiendas y proveedores de servicios online a nivel local antes de visitarlos. Así que con esta información podemos afirmar que es importante optimizar tu sitio web para la búsqueda a nivel local. Las visitas online son referencias para obtener más clientes y vender más.

### Consejos prácticos:

- Asegúrate de optimizar tu sitio web para móviles, ya que con frecuencia los usuarios buscan tiendas, restaurantes o proveedores de servicios locales con sus teléfonos inteligentes.
- Además, recuerda que debes usar el mismo nombre, dirección y número de teléfono de tu empresa en tu sitio web. Usa la misma información en los directorios comerciales.
- Registra tu sitio web en Google MiNegocio. Asegúrate de también añadir imágenes de ti y tu empresa además de los datos NAP.
- Asegúrate de que tu contenido esté relacionado con tu área local. Usa la ciudad o región en tu encabezado H1, títulos y meta descripciones.
- Usa tu sección de servicios o negocios como palabra clave principal y combínala adecuadamente con tu región o ciudad.
- Establece el enfoque de las palabras clave (atributos ALT o nombres URL) con la combinación de ciudad/región + tu oferta/servicio.
- Usa anotaciones para marcar los datos NAP en el código fuente.
- Añade a tu empresa en directorios comerciales como Yelp.
- Invita a tus usuarios a que escriban un comentario sobre ti online.

*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## APROVECHA AL MÁXIMO LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales son una fuente importante de tráfico. El contenido bueno aumenta de forma significativa la probabilidad de que las publicaciones se compartan orgánicamente con frecuencia en las redes sociales, lo cual te ayuda a ampliar tu alcance. Asimismo, también puedes generar tráfico adicional a través de los canales de redes sociales. Google también registra las interacciones en las redes sociales, ya que pueden ayudar al motor de búsqueda a comprobar la relevancia y calidad de tu contenido.

### Consejos prácticos:

- Usa las redes sociales para promocionar tu contenido. Asegúrate de dirigirte adecuadamente a tu audiencia.
- Solo publica contenido que también le interese a tu audiencia.
- Debes hablar el mismo lenguaje que utiliza tu audiencia objetivo en tus publicaciones.
- Publica con regularidad y no temas experimentar con las publicaciones que se comparten con más frecuencia.
- Usa anuncios de pago en publicaciones sumamente interesantes para ampliar más tu alcance.
- Usa una vista previa para revisar cómo se visualizarán tus publicaciones.
- Usa imágenes y videos para hacer que tus publicaciones sean más atractivas y cautivadoras.



OnPage.org y HubSpot

## PROVOCA QUE LOS USUARIOS INTERACTÚEN CON TU SITIO WEB

El contenido generado por los usuarios puede aumentar la relevancia y frescura de un sitio web. Los usuarios pueden interactuar con tu sitio web de maneras diferentes. Las formas más comunes incluyen comentarios en blogs, cuadros de preguntas y respuestas sobre productos y valoraciones.

### Consejos prácticos:

- Invita a los lectores de tu blog a comentar en las publicaciones. Simplemente puedes añadir una CTA al final del texto o plantear preguntas abiertas.
- Escribe sobre temas controversiales para generar comentarios.
- Comparte las publicaciones de tu blog en las redes sociales e invita a los usuarios a comentar.
- Deja que los usuarios comenten y valoren tus productos con campos de texto abierto.
- Deja que tus usuarios respondan preguntas de otros usuarios sobre tus productos.
- Publica las preguntas más frecuentes en tu sitio web y respóndelas.

### MONITORIZACIÓN

Con el SEO es imposible llevar a cabo una acción aislada, ya que es un proceso de optimización continuo. Un fundamento crucial para la optimización son los datos validados sobre el comportamiento del usuario. La monitorización regular es una de las tareas clave de la optimización en motores de búsqueda que nos permite reaccionar con rapidez cuando se presenta una disminución de tráfico u otras situaciones.

## REGÍSTRATE EN GOOGLE SEARCH CONSOLE

Google Search Console es un fundamento importante para la monitorización de sitios web. Además de cargar el sitemap.xml a Search Console, también obtienes datos importantes sobre las palabras clave más comunes que se usan para encontrar el sitio web en Google. Search Console también te informa sobre sitios web que fueron hackeados y alertas de enlaces sospechosos.

También puedes acceder a la información desde Search Console en otras aplicaciones si enlazas otros productos de Google; p. ej., Google Analytics y Google AdWords. La interfaz de programación de aplicaciones (API) te permite integrar la tasa de clickthrough y estadísticas de tráfico, así como también enlaces en otras herramientas de analíticas web.



### Consejos prácticos:

- Registra una cuenta válida de Google y añádela a tu sitio web en Search Console.
- Revisa con regularidad las mejoras de HTML en Search Console y optimiza tus metadatos.
- Revisa tus anotaciones con Search Console.
- Analiza los clics de tus páginas de destino y usa esta información como fundamento para optimizar tu contenido y metadatos.
- Revisa las estadísticas de errores de rastreo.
- Envía los sitios web optimizados directamente al índice de Google con la función “Explorar como Google”.

## REGÍSTRATE EN GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics te permite analizar el comportamiento específico de tus usuarios en tu sitio web. Tiene una gama de opciones de análisis; desde funciones muy simples, hasta las que son muy complejas. Usar herramientas, como Google Analytics, es esencial para evaluar el éxito de las mediciones de tu SEO. Google Analytics rastrea a los usuarios en tu sitio web. Para activar el seguimiento debes añadir el fragmento de código correspondiente de Google Analytics en cada página.

### Consejos prácticos:

- Revisa a diario los indicadores de rendimiento más importantes, como visitas a la página, tasa de rebote y tiempo de permanencia del usuario en el sitio web.
- Activa las notificaciones por correo electrónico en caso de que estos KPI tengan cambios significativos.
- Compara de forma regular los datos con la información de periodos anteriores.
- Si usas Google Analytics, revisa tu política de privacidad.



Fuente: Google Plus

*Aumenta el tráfico con tu SEO en 30 días*

## MONITORIZA TU PROGRESO

Hay muchísimas herramientas distintas en el mercado que puedes usar para evaluar el éxito de tu sitio web. Pero recuerda que también puedes usar las opciones gratuitas para monitorizar y analizar el tráfico de tu sitio web.

Google Analytics y Google Search Console son herramientas comunes de monitorización de sitios web. Además, una variedad de proveedores comerciales también ofrece otras herramientas gratuitas que pueden ayudarte de forma considerable con tus actividades de SEO.

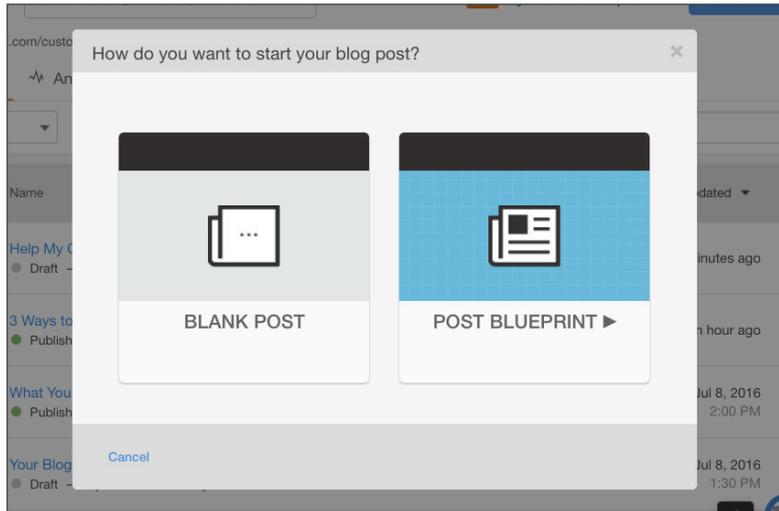
## ¡ESTA HA SIDO TODA UNA AVENTURA!

Durante los 30 días anteriores optimizaste tu sitio web paso a paso poniendo en práctica varias tácticas de SEO en tu página. Te proporcionamos consejos de aspectos técnicos, sobre cómo optimizar tu página, contenido y mejorar su rendimiento. Asentamos las bases para que logres tener un sitio web bien optimizado. ¡Estás a punto de convertirte en todo un profesional de SEO!

Solo recuerda que el SEO es un proceso continuo y no una tarea aislada que debes realizar una sola vez. Sigue haciendo un buen trabajo; continua dando mantenimiento y optimiza tu página.

¡Ya verás que tu esfuerzo merecerá la pena!

## Pon en práctica estos consejos de SEO en tu blog con HubSpot.



### Aumenta el alcance de tu SEO con la herramienta Publicación en blogs de HubSpot:

- **Optimizada para dispositivos móviles:** optimización para dispositivos móviles de cualquier tamaño.
- **Lista para tu SEO:** incluye herramientas integradas de SEO para ayudarte a aumentar el tráfico orgánico.
- **Centrada en las conversiones:** convierte a los lectores de tu blog con llamadas a la acción relevantes en tus publicaciones.
- **Completamente integrada:** se integra con las llamadas a la acción para convertir a las visitas en oportunidades de venta y con las redes sociales para compartir publicaciones con facilidad.

Sin riesgos ni obligaciones y no necesitas proporcionar una tarjeta de crédito.

# OnPage.org FREE



Improve your website with the award-winning SEO software OnPage.org.

- Over 160 innovative tools
- Check 100 URLs for free
- For all industries
- Upgrades possible anytime



- No costs
- No obligations
- No test account
- No runtime limitation



**SIGN UP - IT'S FREE!**

[www.onpage.org/free](http://www.onpage.org/free)

