



COMO TRABAJAR EL SEO ON PAGE

24 de junio de 2015

INDICE



- Paciencia y Compromiso
- SEO on Page
- Estar Informados
- Herramientas de análisis
 - Google / Operadores a no olvidar
- Dominio
- SSL
- Urls Amigables
- Contenidos
 - Contenidos / Duplicados
 - Contenidos / Title / PX
 - No te amargues si...
 - Contenidos / URL Canónicas
- Lanzamiento del site
- Enlaza a la web desde cualquier lado...
- Hands-On
 - Google Search Console
 - Sistrix
- Información útil
 - Tip: Saliendo de una penalización rápidamente.
 - Una tabla importantísima
 - Tantos lugares donde mostrar información
 - El efecto emoji (Expedia) y su próximo deceso
- Checklist
 - Errores
 - Advertencias
 - Consejos
- Algunas herramientas propias
- Resumen

PACIENCIA Y COMPROMISO



El **SEO** no da frutos de forma instantánea sino que lleva meses ver los resultados. Al mismo tiempo los algoritmos de los buscadores están en continuo cambio con lo cual todo lo que sabemos y aplicamos hoy puede no ser lo correcto mañana. Es por esto que es necesaria la **paciencia** y el **compromiso** con el trabajo para adaptarse a los cambios posibles.



El trabajo de SEO on-page es la parte fundamental para comenzar a trabajar en cualquier proyecto que desee conseguir un buen posicionamiento web. Todo este trabajo tiene detalles que a veces se descuidan y pueden perjudicarnos. Cuidandolos podremos conseguir, antes, nuestros objetivos.

Esta charla está orientada a sitios web desarrollados a medida aunque los conceptos pueden ser aprovechados por aquellos que utilizan CMS como Wordpress.

ESTAR INFORMADOS



La importancia de estar informados es fundamental.

Algunos personajes y cuentas a seguir en twitter.

[@mattcutts](#)

[@dr_pete](#)

[@rustybrick](#)

[@AlanBleiweiss](#)

[@googlewmc](#)

[@Moz](#)

[@sengineland](#)

Algunas urls de Google para estar informados

<http://googlewebmaster.blogspot.com.es/>

ó en ES

<http://googlewebmaster-es.blogspot.com.es/>

<https://productforums.google.com/forum/#!forum/webmaster-es>

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS



Google

[Google Search Console](#) - gratis

Google Analytics - gratis

Complementos - de pago y gratis

Majestic SEO - de pago

[WooRank](#) - de pago

[Sistrix](#) - de pago

[GTMetrix](#)

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS



Google - Operadores a no olvidar

site: Obtener resultados de [varios sitios](#) o [dominios](#).

link: Buscar páginas que dirijan a una determinada página.

[related](#): Buscar sitios similares a una dirección web que conozcas.

[info](#): Buscar páginas que dirijan a una determinada página.

[+información](#)



Temas a tener en cuenta con el dominio. ¿Sabías que....?

Longevidad + Vencimiento

SSL



Anunciado en 2014.

<http://googlewebmastercentral.blogspot.com.es/2014/08/https-as-ranking-signal.html>

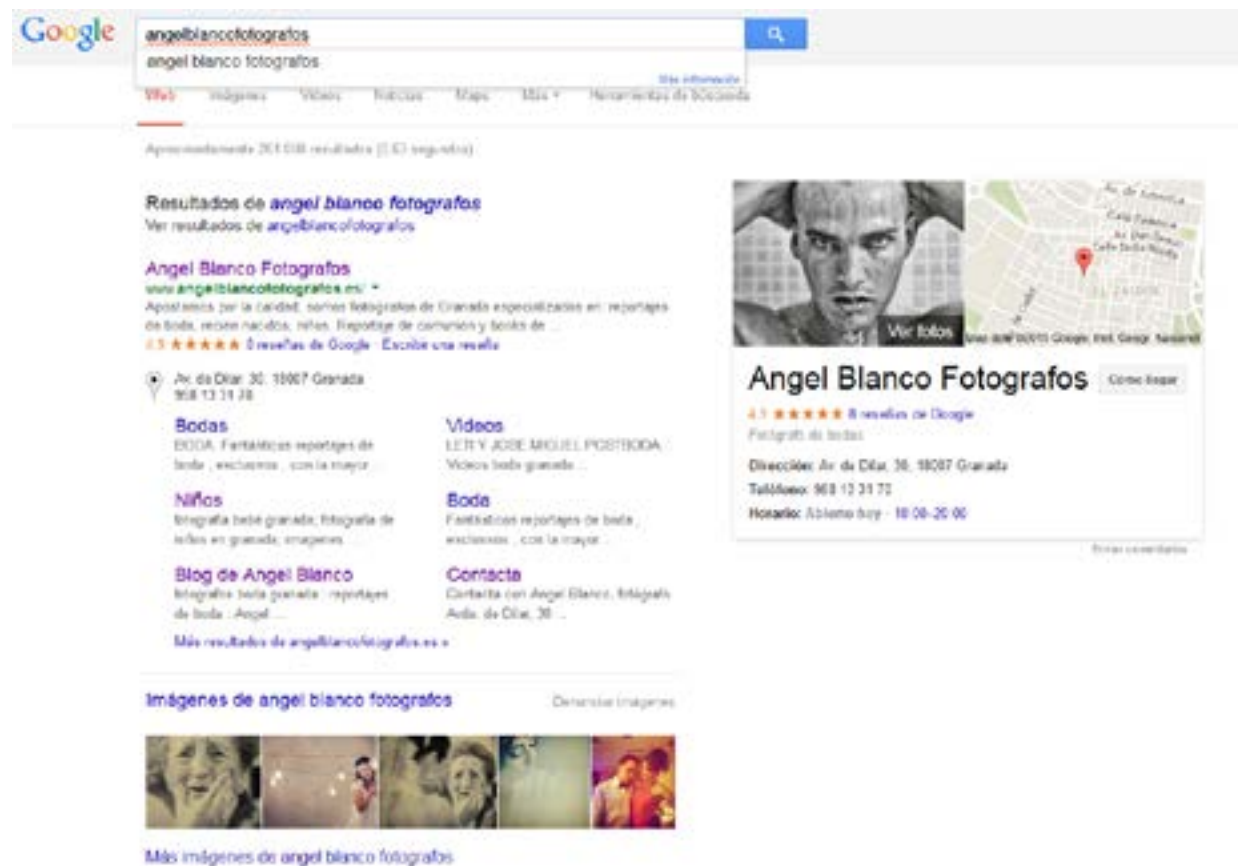
URLS AMIGABLES



/categoria/subcategoria/identificador/titulo/

/categoria-subcategoria-id-titulo

/loquesea...



CONTENIDOS



Trabajo de los contenidos del sitio. ¿Que hay que cuidar?

Atención a duplicados
Titles y sus dichosos 512px
Description (~156)
enlaces internos
URL Canónicas

CONTENIDOS / DUPLICADOS



Caso complicado las guías de anuncios.

CONTENIDOS / TITLE / PX



El title-tag es de los elementos más importantes cuando hablamos de seo-onpage. Si excede los 512px Google puede llegar a suspender el título dentro de los resultados de búsquedas. Y debemos ser conscientes que NO existe un valor exacto a tener en cuenta si medimos en caracteres.

Un post interesante al respecto:

<https://moz.com/blog/new-title-tag-guidelines-preview-tool>

80% - 57 characters (81.6%)
90% - 56 characters (91.6%)
95% - 55 characters (95.8%)
99% - 53 characters (98.7%)
99.9% - 49 characters (99.9%)

Algunas herramientas:

<http://www.sistrix.es/serp-generator/>

<http://www.webshoptimizer.com/page-title-pixel-meter/>

<https://www.predikta.com/products/free-serp-optimizer-tool.html>

<https://websiteadvantage.com.au/Google-SERP-Emulator>

En desarrollo:

<http://www.alejandrorodriguez.info/tools/title-tag/?texto=Web%20Union%20Granada%20-%20Seo%20On%20Page>

NO TE AMARGUES SI...



Larga vida al Meta Description?

Quentin from Vancouver asks: "In the search results, Google will often display a snippet appropriate to the specific search query - often disregarding the meta description. Is Google doing away wit..."

ref 1: <https://www.youtube.com/watch?v=HtSzi2MUegs>

CONTENIDOS / URL CANÓNICAS



Dominio + Páginas de detalle

[.htaccess]

```
# Si no ingresan con www
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^www\.dominio\.es$
# Redirigimos al visitante
RewriteRule ^(.*)$ http://www.dominio.es/$1 [L,R=301]
```

+

```
<link rel="canonical" href="https://blog.example.com/dresses/
green-dresses-are-awesome" />
```

[+información](#)

LANZAMIENTO DEL SITE



.htaccess

robots.txt

sitemap (común, imagen, móviles)

meta robots index/follow (ver caso [sistrix jardinería](#))

alta en Google Search Console y seguir los pasos de definir el dominio canónico así como especificar el target de mercado del sitio y el alta del mismo en el índice

ENLAZA A LA WEB DESDE CUALQUIER LADO...



Enviar enlaces desde nuestros emails o bien newsletters puede ser muy saludable dado que visualiza que se accede al sitio desde otro entorno y sería algo como más humano. El que clica es porque le interesa y eso al buscador le puede interesar. ese comportamiento de los usuarios puede beneficiarnos.

GOOGLE SEARCH CONSOLE



Hands-on

Hands-on

Tip: Saliendo de una penalización rápidamente.



Hands-on

Fuerza Bruta - Efectivo 100%
(evitar violencia y agresión a los buscadores)

UNA TABLA IMPORTANTÍSIMA



ON-THE-PAGE FACTORS These elements are in the direct control of the publisher			THE PERIODIC TABLE OF SEO SUCCESS FACTORS							OFF-THE-PAGE FACTORS Elements influenced by readers, visitors & other publishers		
CONTENT			ON-THE-PAGE SEO			OFF-THE-PAGE SEO				TRUST		
Cq	QUALITY	Are pages well written & have substantial quality content?	Cc	ARCHITECTURE	Ht	Tr	Ln	Ps	Ph	Td	AUTHORITY	Do links, shares & other factors make site a trusted authority?
Cr	RESEARCH	Have you researched the keywords people may use to find your content?	Cw	DUPLICATE	Ad	Th	Ln	Ps	Ph	Te	ENGAGE	Do visitors spend time reading or "bounce" away quickly?
Cw	WORDS	Do pages use words & phrases you hope they'll be found for?	Cf	MOBILE	As	Ti	Vp	Ps	Ph	Th	HISTORY	Has site or its domain been around a long time, operating in same way?
Cf	FRESH	Are pages fresh & about "hot" topics?	Cv	SPEED	Au	Vs	Vd	VI	Ph	Ti	IDENTITY	Does site use means to verify its identity & that of authors?
Cv	VERTICAL	Do you have image, local, news, video or other vertical content?	Ca	URLS	Ah	Vh	Va		Ph	Vd	PRACY	Has site been flagged for hosting pirated content?
Ca	ANSWERS	Is your content turned into direct answers within search results?	Vt	HTTPS	Vh	Va			Ph	Va	ADS	Is your content ad heavy, especially "above-the-fold"?
Vt	THIN	Is content "thin" or "shallow" & lacking substance?							Ph			
ARCHITECTURE			HTML			FACTORS WORK TOGETHER				LINKS		
Ac	CRANK	Can search engines easily "crawl" pages on site?	Ht	TITLES	Do HTML title tags contain keywords relevant to page topics?	All factors on the table are important, but those marked 3 carry more weight than 1 or 2. No single factor guarantees top rankings or success, but having several				Lq	QUALITY	Are links from trusted, quality or respected web sites?
Ad	DUPLICATE	Does site manage duplicate content issues well?	Hd	DESCRIPTION	Do meta description tags describe what pages are about?					Lt	TEXT	Do links pointing at pages use words you hope they'll be found for?
Am	MOBILE	Does your site work well for mobile devices & make use of app indexing?	Hs	STRUCTURE	Do pages use structured data to enhance list tags?					Ln	NUMBER	Do many links point at your web pages?
As	SPEED	Does site load quickly?								Vp	PAID	Have you purchased links in hopes of better rankings?
Au	URLS	Do URLs contain meaningful keywords to page topics?								Vi	SPAM	Have you created links by spamming blogs, forums or other places?
Ah	HTTPS	Does site use HTTPS to provide secure connection for visitors?								PERSONAL		
Vc	CODING	Do you show search engines different pages than humans?								Pc	COUNTRY	What country is someone located in?
HTML										Pl	LOCALITY	What city or local area is someone located in?
Ht	TITLES	Do HTML title tags contain keywords relevant to page topics?								Ph	HISTORY	Has someone regularly visited your site or socially favored it?
Hd	DESCRIPTION	Do meta description tags describe what pages are about?								Ps	SOCIAL	Has someone or their friends socially favored the site?
Hs	STRUCTURE	Do pages use structured data to enhance list tags?								SOCIAL		
										Sr	REPUTATION	Do those respected on social networks share your content?

fuelle: <http://searchengineland.com/seotable/>

TANTOS LUGARES DONDE MOSTRAR INFORMACIÓN



Hands-on

<http://bit.ly/ar2406a>

EL EFECTO EMOJI (EXPEDIA) Y SU PRÓXIMO DECESO



Hands-on

<http://bit.ly/ar2406b>

<http://bit.ly/ar2406c>

CHECKLIST / ERRORES



Validación W3C
Imagen no encontrada
Página no encontrada
No se puede rastrear
Error de servidor (500)
Tiempo de carga excesivo
Title Tag vacío
Tamaño excesivo de archivo (+1MB - puede ser accedido solo
parcialmente)
Contenido duplicado
Página 404 defectuosa
Archivo Javascript no encontrado
Archivo CSS no encontrado

CHECKLIST / ADVERTENCIAS



- Title-Tag muy largo
- Repetir H1 en diversas páginas
- Meta-Description Larga
- Meta-Description duplicada
- Title-Tag duplicado
- Atributo alt de imágenes no especificado
- Meta-Description vacía
- Uso múltiple de H1 - por más que html5 lo permita... evitarlo
- Meta-Description corta
- Enlace externo defectuoso
- Muchos nofollow
- Imágenes demasiado pesadas (+1MB)
- Tiempo de carga excesivo (+5sec)
- Gran cantidad de enlaces internos (+250)
- No tener enlaces :)
- Uso de IDs de sesión
- Pocas páginas
- URL sumamente cargada de parámetros :)
- Sin etiqueta H1

CHECKLIST / CONSEJOS



- Muchos ficheros .css
- Una misma imagen con diferentes urls
- Capitalización de URLS
- Muchos ficheros .js (unir + minimizar)
- Redirecciones internas 301/302
- Contenido bloqueado
- Contenido oculto (+4 clicks al destino)
- Utilizar sabiamente los anchor-text (-aquí -más)
- Distribución desfavorable de linkjuice = pocos enlaces internos con muchos externos.
- No usar las palabras claves en el título (Primera de la frase)
- Mismo fichero css con diversas urls
- Mismo fichero js con diversas urls

RESUMEN SEO-ONPAGE



calidad, títulos, arquitectura, investigación
descripción, palabras, frescura de los contenidos, participación
velocidad del site, be human, encabezados, urls

Algunas herramientas propias



[Bookmark TYD2.0](#)

<http://bit.ly/alexrod-lipsum>

<http://bit.ly/alexrod-tags>

<http://bit.ly/alexrod-antispam>

CONTACTO



ALEJANDRO RODRÍGUEZ
Manager Adobe User Group Granada

@alexrod
www.alejandrorodriguez.info

hola@alejandrorodriguez.info

skype me: [alejandrorodriguez.info](https://www.alejandrorodriguez.info)