

Informe de SEO

Truequéalo

Juan Francisco Bustos Correas

Pablo Serna Martínez

Yolanda Torregrosa Hernández

Alejandro Torres Mateu

Raquel Yuste Torregrosa

Noviembre 2016

Índice

1. Introducción	3
2. KeySearch	3
2.1. Competencia	4
2.2. Herramientas	4
2.3. Palabras clave	4
3. Optimización de la home	7
3.1. Title	7
3.2. Meta	7
3.3. URLs	8
3.4. Datos estructurados	8
4. Contenidos	8
4.1. Longitud del contenido	9
4.2. Keywords y densidad	9
4.3. Respuesta de usuario	9
4.4. Estructuración de contenido	9
4.5. Imágenes	10
4.6. Vídeos	10
5. Linkbuilding	10
5.1. Linkbuilding activo	11
5.1.1. Linkbuilding activo interno	11
5.1.2. Linkbuilding activo externo	11
5.2. Linkbuilding pasivo	11

1. Introducción

Truequéalo es una plataforma de intercambio de productos y servicios basada en la economía del trueque. Los usuarios podrán registrarse y publicar productos que ofrecen indicando lo que buscan a cambio. Además del buscador típico de estas aplicaciones, los usuarios podrán buscar productos sugeridos en función de sus anuncios publicados, lo que facilitará el intercambio, y por consiguiente, que los usuarios consigan lo que buscan. También se podrán guardar anuncios favoritos, compartirlos en las redes sociales, así como comunicarse con otros usuarios a través de chat.

En este documento se detallan los pasos a seguir para optimizar nuestro sitio web, mejorando su visibilidad en los resultados de búsqueda de los diferentes motores de búsqueda. Para la elaboración del mismo se han seguido los siguientes pasos:

1. Keyword Research. Definir palabras clave.
2. Conseguir que la araña visite nuestra web y se indexe.
3. Relevancia. Redacción de contenidos útiles y relevantes.
4. Autoridad. Obtener enlaces externos de calidad para subir en posicionamiento.

Además del posicionamiento en buscadores, se llevarán a cabo otros métodos para conseguir clientes potenciales: publicidad en distintos medios, banner, Google Adwords (pago por clic), email marketing, etc.

2. KeySearch

Las palabras clave son parte de los metadatos de nuestra página que ayudan a los buscadores a situarlas en los resultados.

2.1. Competencia

Nuestra principal competencia son otras plataformas de trueque como QuieroCambiarlo¹, Trueketeke² y Trueques.Com³, que también son plataformas de intercambio de productos pero que tienen una base de usuarios y anuncios muy pequeña, además de utilizar tecnologías y diseños obsoletos.

Hemos analizado la competencia para obtener los términos clave que utilizan en sus páginas web:

- QuieroCambiarlo: quiero cambiarlo furgoneta, anuncios subcategoría, quiero cambiarlo milanuncios, quiero cambiarlo bicicleta, trueques en [provincia], todo terreno.
- Trueketeke: trueketeke, trueketeke cordoba, truequeteke sl.
- Trueques.com: trueque, trueque comunitario, trueques.com, trueques.com españa, trueques punto com, trueques comunio.

2.2. Herramientas

Para analizar las palabras clave de la competencia y también para ayudarnos a definir nuestras palabras clave, hemos utilizado herramientas de análisis de keywords como KeywordTool⁴ (Figura 1), Sugerencias de Google⁵ (Figura 2) y Keywordshitter⁶ (Figura 3).

2.3. Palabras clave

Para tener más posibilidades de posicionamiento, utilizaremos términos poco utilizados por la competencia, aunque incluiremos algunos de los que utilizan ya que los consideramos indispensables (Cuadro 1).

Hemos definido varios sinónimos de las palabras clave y palabras relacionadas para poder ser explícitos sin repetir información (Cuadro 2).

¹www.quierocambiarlo.com

²www.es.trueketeke.com

³www.trueques.com

⁴www.keywordtool.io

⁵www.google.com/es

⁶www.keywordshitter.com

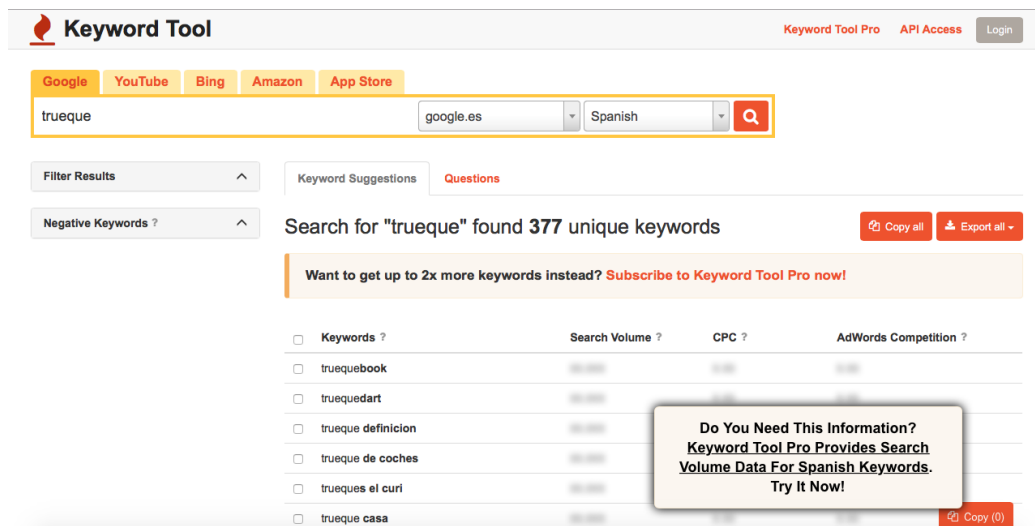


Figura 1: Captura de pantalla de la herramienta KeywordTool

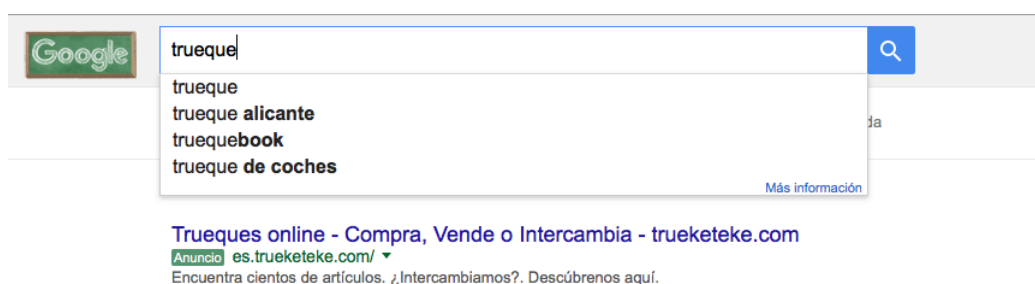


Figura 2: Captura de pantalla de las Sugerencias de Google

Cuadro 1: Palabras clave a utilizar para el posicionamiento de Truequéalo

Palabra	Resultados en búsqueda
economía del trueque	516.000
publicar anuncios gratis	1.950.000
intercambiar productos	1.510.000
intercambiar servicios	1.840.000
comunidad de intercambios	693.000
plataforma de trueque	296.000

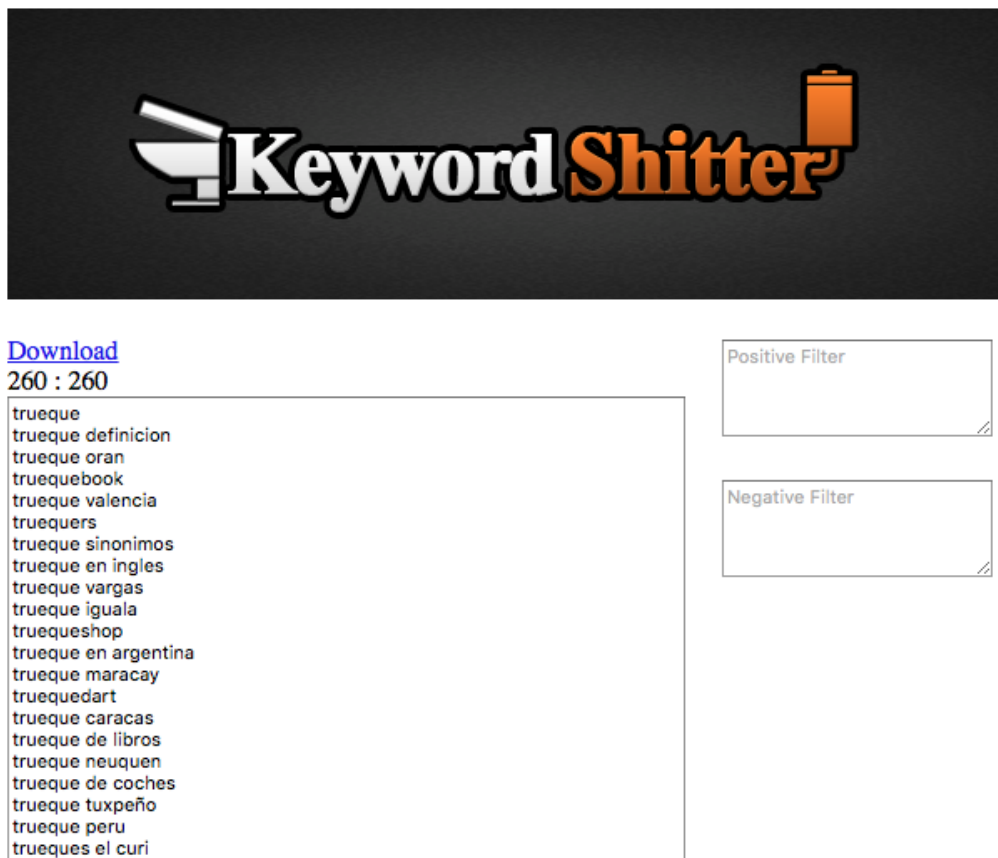


Figura 3: Captura de pantalla de la herramienta Keywordshitter

Cuadro 2: Palabras clave a utilizar para el posicionamiento de Truequéalo

Sinónimos
cambio
permuta
resultado
cambio de artículos
intercambio de artículos
aplicación de intercambios
aplicación de trueques
segunda mano
reutilizar productos
reutilizar artículos

3. Optimización de la home

Una vez hemos definido las palabras clave, estas deben aparecer en las etiquetas y contenidos de nuestra web: title, description, texto, url, microformatos, alt de las imágenes, descripciones de los videos de YouTube, etc.

Hemos ser descriptivos, pero no repetitivos, pues nos podrían penalizar.

3.1. Title

- La etiqueta *title* contendrá las palabras clave.
- No excederá los 65 caracteres ni estará en mayúsculas.
- Cada página de nuestro sitio tendrá una distinta.

Listing 1: ejemplo etiqueta *title* home

```
<title>Truequealo , tu plataforma de trueques</title>
```

3.2. Meta

Utilizaremos la etiqueta *meta* para proporcionar metadatos con información sobre nuestra página. Las keywords serán las palabras clave que hemos definido y la descripción variará en función de la página.

Listing 2: ejemplo etiqueta *meta* home

```
<meta name="author" content="The Red Chicken">
<meta name="description" content="Curso de HTML
gratuito">
<meta name="keywords" content="truequealo economia
del trueque publicar anuncios gratis intercambio
cambiar productos cambiar servicios segunda mano
comunidad plataforma de trueque">
```

- La etiqueta description no excederá los 150 caracteres.
- Resumirá la página que estamos viendo y estará en castellano.
- Contendrá palabras clave.

Listing 3: ejemplo etiqueta *description* home

```
<meta name="description" content="Truequealo es una
comunidad de intercambio y trueque de todo tipo de
objetos y servicios. Encuentra aquello que tanto
buscas a cambio de eso que ya no usas!">
```

3.3. URLs

- Las URL serán amigables y no excederán los 155 caracteres
- No incluirán la extensión del archivo.
- Estarán construidas a partir de minúsculas y guiones medios.
- Si cambiamos alguna url, redireccionaremos las páginas antiguas para no perder posicionamiento.

Algunos ejemplos de URL serían:

- `www.truequealo.es/home`
- `www.truequealo.es/trueques-en-[provincia]`
- `www.truequealo.es/anuncio/seat-ibiza-negro-2008`

3.4. Datos estructurados

Estructuraremos los datos de los anuncios y los usuarios para que se muestren en los resultados de búsqueda.

4. Contenidos

El contenido se presentará en la web de forma clara, ordenada y estructurada. Todo el sitio web será responsive y adaptable a los dispositivos móviles.

4.1. Longitud del contenido

- La página principal contendrá textos breves y descriptivos.
- De cada anuncio, aparecerá foto principal, título, usuario, categoría y valor estimado, nunca la descripción, que estará en el detalle del anuncio.
- La página web no estará saturada de contenido textual, sino que ofreceremos una percepción más visual para mejorar la experiencia de usuario.

4.2. Keywords y densidad

- Utilizaremos las palabras clave y su sinónimos en títulos, enlaces y botones para transmitir el mensaje de la web.
- El porcentaje de repetición de keywords no superará el 3 %.

4.3. Respuesta de usuario

- Daremos prioridad al contenido visual (imágenes y vídeos).
- Utilizaremos un gran slider dentro del cual aparecerá el formulario de búsqueda.
- La iconografía tendrá un papel importante: todo lo que pueda explicarse con iconos, nos permitirá ahorrar texto innecesario y mejorar así la experiencia de usuario.
- Conectaremos con el usuario dirigiéndonos directamente a él para fomentar su interacción con la página: es el usuario el que crea los contenidos principales de nuestro sitio web.

4.4. Estructuración de contenido

- El contenido de la página estará estructurado utilizando etiquetas de cabeceras
- El *h1* corresponderá siempre al título de la página.

- El resto de niveles de encabezado se utilizarán para títulos de secciones y subsecciones.
- Utilizaremos las nuevas etiquetas de HTML5 para estructurar las diferentes secciones de cada página (*section*, *article*).

4.5. Imágenes

- Las imágenes tendrán un tamaño reducido pero con suficiente para que se vean adecuadamente, lo que reducirá el tiempo de carga de la página.
- El título de la imagen no superará los 20 caracteres.
- Incluiremos la etiqueta ALT con un texto alternativo a la imagen que contendrá palabras clave.
- El texto que rodea la imagen también contendrá palabras clave para proporcionar información de contexto.

4.6. Vídeos

- El título de los vídeos resumirá el contenido del vídeo.
- Si el vídeo es sobre un anuncio, el título del vídeo será el del anuncio.
- La descripción y las etiquetas del vídeo incluirán las keywords.
- La descripción también incluirá enlaces a nuestra web y al anuncio en concreto, así como referencias a nuestras páginas en RRSS.

5. Linkbuilding

Debemos conseguir el mayor número de enlaces a nuestra página y procurar que esos enlaces sean de calidad.

5.1. Linkbuilding activo

5.1.1. Linkbuilding activo interno

- Nuestras páginas con más autoridad incluirán enlaces internos a otras páginas peor posicionadas para transmitir autoridad.
- Incluiremos enlaces a páginas internas dentro del contenido: a cada uno de anuncios desde la página principal y las de búsqueda, a las categorías desde la home, enlaces a otras secciones en el pie de página.

5.1.2. Linkbuilding activo externo

- Nos daremos de alta en directorios de calidad (QDQ⁷, Páginas Amarillas⁸).
- Intercambiaremos enlaces con otras plataformas de trueque o compra-venta.
- Interactuaremos en foros y blogs para conseguir enlaces a nuestra web desde este tipo de plataformas.
- Promocionaremos nuestra web desde el curso online asociado TruequéaloMOOC⁹
- Incluiremos nuestro enlace en páginas de Wikipedia¹⁰ relacionadas con el trueque.

5.2. Linkbuilding pasivo

- Difundiremos los anuncios mediante botones de compartir en las principales redes sociales.
- Crearemos una página en las principales RRSS para difundir contenido y realizar sorteos y promociones

⁷www.es.qdq.com

⁸www.paginasamarillas.com

⁹www.truequealomooc.appspot.com

¹⁰www.wikipedia.org

- Generaremos automáticamente vídeos correspondientes a los anuncios publicados y los publicaremos en nuestro canal de YouTube¹¹.
- Utilizaremos hashtags para asociarlos a nuestra plataforma, como por ejemplo *#Truequealo* o *#YoHagoTrueques*.
- Estos hashtags vendrán incorporados automáticamente en el botón *Compartir* de los anuncios.

¹¹www.youtube.com