1. ¿Qué es SEO?

SEO son las iniciales de Search Engine Optimization, lo que en español significa optimización para motores de búsqueda. Es un conjunto de técnicas que ayudan a una pagina web a posicionarse de forma natural(sin pagar)dentro de las primeras opciones de búsqueda que realizan en los motores de búsqueda.

1. ¿Cómo hacer una web optimizada para SEO?

Primer paso: hay que comprar el rendimiento de uno en SEO actual, se necesita estudiar el tráfico orgánico(cuantos visitantes llegan a la página web desde la búsqueda orgánica, sin pagar), posicionamiento de palabras clave(posicionamiento de la página web de uno mediante los resultados de búsqueda de una determinada palabra clave) y los backlinks( comprobar cuantas webs tienen enlaces que apunten a la página web de uno, suelen posicionarse bien las páginas webs que tienen un número elevado de backlinks).

Segundo paso: analizar las estrategias SEO de los competidores, básicamente sería ver que es lo que les funciona a los otros y utilizarlo uno. Esto ayuda a aprovechar los puntos débiles de tus competidores, replicar los puntos fuertes y priorizar las tareas de SEO más importantes.

Tercer paso: Definir los objetivos y KPI (Indicadores clave de rendimiento) es uno de los pasos más importantes a la hora de crear una estrategia de SEO. Ayuda a evaluar el triunfo y el determinar si hay que hacer algún arreglo. Los objetivos es el resultado final al que uno quiere llegar y los KPI son valores medibles que ayudan a seguir el progreso respecto a tus objetivos.

Los KPI que en los que uno debería estar pendientes son:

Tráfico orgánico, posicionamiento de palabras clave, backlinks, CTR medio (porcentaje de personas que hacen clic en tu web después de verla en Google) y problemas de cobertura(se da cuando un motor de búsqueda intenta llegar a una página de tu web, pero falla).

Cuarto paso:

Una auditoría de contenidos es el proceso de analizar tu contenido para encontrar oportunidades de mejora.

Este paso es importante para entender lo que tienes que hacer para mejorar el rendimiento SEO de tu web. Te ayuda a identificar las páginas que no funcionan bien, por qué no lo hacen y cómo solucionarlo. Algunos pasos al realizar una auditoría serían los siguientes:

* Encuentra las páginas de bajo rendimiento para eliminarlas o redirigirlas
* Evalúa tu contenido en función del tráfico
* Mejorar y relanzar
* Añadir elementos visuales
* Actualizar todo
* Facilita la lectura
* Abarca más terreno

Quinto paso: Crea clústeres de temas

Los clústeres de temas son grupos de páginas interconectadas sobre un tema concreto. Son importantes porque ayudan a los motores de búsqueda a entender la jerarquía de tu web y a validar tu autoridad en torno a un tema concreto.

Constan de tres componentes:

Una página "pilar" centrada en un tema.

Un "grupo" de páginas que abarcan subtemas relacionados en mayor profundidad.

Enlaces internos entre todas las páginas. Al tener estos 3 elementos ya tiene un grupo temático.

A continuación 3 pasos para seguir para lograrlo:

Elige el tema que quieres posicionar.

Realiza una investigación de palabras clave.

Agrupa los subtemas con una intención similar.

Sexto paso: Mejora tu SEO on-page.

El SEO On Page es la práctica de optimizar el contenido de tu web para los motores de búsqueda y los usuarios.

Conseguir un buen posicionamiento en la página es fundamental para tu estrategia de SEO, ya que sigue desempeñando un papel importante en los factores de posicionamiento de Google.

Las prácticas habituales de SEO en la página incluyen la revisión de:

Etiquetas del título.

Meta descripciones.

Encabezados.

Enlaces internos.

URL.

Séptimo paso: Encuentra y soluciona problemas de SEO técnico.

El SEO técnico es el proceso de optimización de tu web para ayudar a los motores de búsqueda a encontrar, rastrear, comprender e indexar tus páginas.

Cuanto más fácil sea para los motores de búsqueda como Google acceder a tu contenido, más posibilidades tendrás de posicionar.

Pero el SEO técnico no es solo rastrear e indexar.

Para mejorar la optimización técnica de tu web, debes tener en cuenta otros factores como:

Javascript.

Mapas de sitio XML.

Arquitectura de la web.

Estructura de la URL.

Datos estructurados.

Contenido fino.

Contenido duplicado.

Hreflang.

Etiquetas canónicas.

Páginas 404.

Redirecciones 301.

Octavo paso: Trabaja en tu SEO off-page.

El SEO off-page hace referencia a las acciones realizadas fuera de tu web que afectan a tu posicionamiento.

Las acciones comunes de SEO off-page incluyen:

Conseguir backlinks.

Fomentar las búsquedas de marca.

Aumentar el compromiso y las acciones en las redes sociales.

Pero, por encima de todo, el núcleo del SEO off-page es la consecución de enlaces o backlinks.

Los motores de búsqueda utilizan los backlinks para determinar la calidad del contenido, por lo que una web con muchos backlinks de alto valor suele posicionarse mejor que una web similar con menos backlinks.

En general, hay tres formas de conseguir más backlinks:

Pide backlinks añadiendo manualmente enlaces a tu web desde otras webs.

Consigue backlinks creando contenido útil que la gente quiera enlazar.

Consigue backlinks poniéndote en contacto con otros propietarios de sitios, editores o administradores web y pidiéndoles que enlacen tu web.

Conseguir backlinks requiere mucho trabajo y paciencia.

1. Identifique y describa que son y para qué sirven las principales Meta Etiquetas.

son comandos en HTML que describen el contenido de una página para los buscadores, es decir, proporcionan datos como el título o un breve resumen sobre el tema para programas externos.

1. Relación de Meta Etiquetas y SEO.

La meta etiquetas ayudan a que las páginas web se coloquen en mejores posiciones de búsqueda, ya que le brindan información necesaria, ya sea key words, descripción, etc. que ayuda a los motores de búsqueda a la hora de dar resultados