

Trabajo práctico Obligatorio Unidad 4

1-¿Qué herramientas se usan para el SEO?

Algunas de las herramientas (gratuitas) más comunes utilizadas en SEO:

1. Google Analytics: Proporciona datos sobre el tráfico, el comportamiento de los usuarios y otros aspectos clave de tu sitio web.
2. Google Search Console: Ofrece información sobre cómo Google indexa y clasifica tu sitio web y te alerta sobre problemas técnicos.
3. Google Keyword Planner: Ofrecido por Google Ads, ayuda a encontrar palabras clave relevantes y proporciona datos sobre su volumen de búsqueda.
4. Google Trends: se utiliza para analizar y visualizar las tendencias de búsqueda en el motor de búsqueda de Google
5. Google Page Speed: Evalúa la velocidad de carga de tu sitio web y proporciona recomendaciones para mejorarlo.
6. Google Mobile Friendly test: evalúa la capacidad de un sitio web para funcionar adecuadamente en dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas.
7. Google My Business: es una plataforma que permite a las empresas y organizaciones administrar su presencia en línea en los productos de Google, como el motor de búsqueda de Google y Google Maps
8. Google Business Review Link Generator: es una herramienta que sirve para crear enlaces directos que facilitan a los clientes y usuarios dejar reseñas en la página de Google My Business de un negocio o empresa
9. Semrush: Proporciona información detallada sobre palabras clave, competencia y tendencias de búsqueda.

10. Microsoft ISS SEO Toolkit: esta extensión permite llevar a cabo análisis detallados de tu página, gestionar archivos robots.txt y administrar índices y archivos de mapas del sitio para controlar cómo interactúa con el contenido de tu página los buscadores.

2-¿Qué son las palabras claves o keywords?

Las palabras clave o keywords son términos o frases específicas que las personas utilizan al realizar búsquedas en motores de búsqueda como Google, Bing o Yahoo. Ayudan a los motores de búsqueda a comprender el contenido de un sitio web y a los usuarios a encontrar información relevante, por lo cual las palabras clave son esenciales en el contexto del SEO y el marketing en línea.

3-¿Qué son las long tail keywords?

Las long tail keywords que en español se traduce como cola larga, son frases de búsqueda específicas y detalladas que se conforman de una cadena de varias palabras en secuencia. Estas palabras clave son más específicas y precisas que las palabras clave de cola corta o genéricas, y tienden a tener un volumen de búsqueda más bajo. Aunque el volumen de búsqueda es menor, las long tail keywords son valiosas en el mundo del SEO y el marketing en línea.

4- ¿Cómo puedo saber cuándo estoy usando el número correcto de palabras clave en una página?

No existe un número específico de palabras clave que se deba usar, ya que esto depende de varios factores, como la longitud del contenido, la competencia dentro del nicho y la intención de búsqueda de la audiencia.

No debemos sobrecargar el contenido de la página con palabras clave. Un rango de densidad de palabras clave recomendado es generalmente del 1% al 2% para la palabra clave principal.

Utilizando herramientas de análisis de SEO podemos evaluar la optimización de palabras clave en la página. Estas herramientas a menudo ofrecen sugerencias y recomendaciones específicas para mejorar la optimización de palabras clave.

También podemos analizar a nuestros competidores y ver cómo utilizan las palabras clave en sus páginas.

5-¿Es necesario saber código para hacer SEO en mi propia página?

No es estrictamente necesario saber programación o código para realizar SEO en una página web propia. Muchas de las estrategias y tácticas de SEO se pueden implementar sin conocimientos de programación. Sin embargo, tener un entendimiento básico de HTML y el funcionamiento general de un sitio web puede ser útil y permitirá realizar ajustes más avanzados si es necesario.