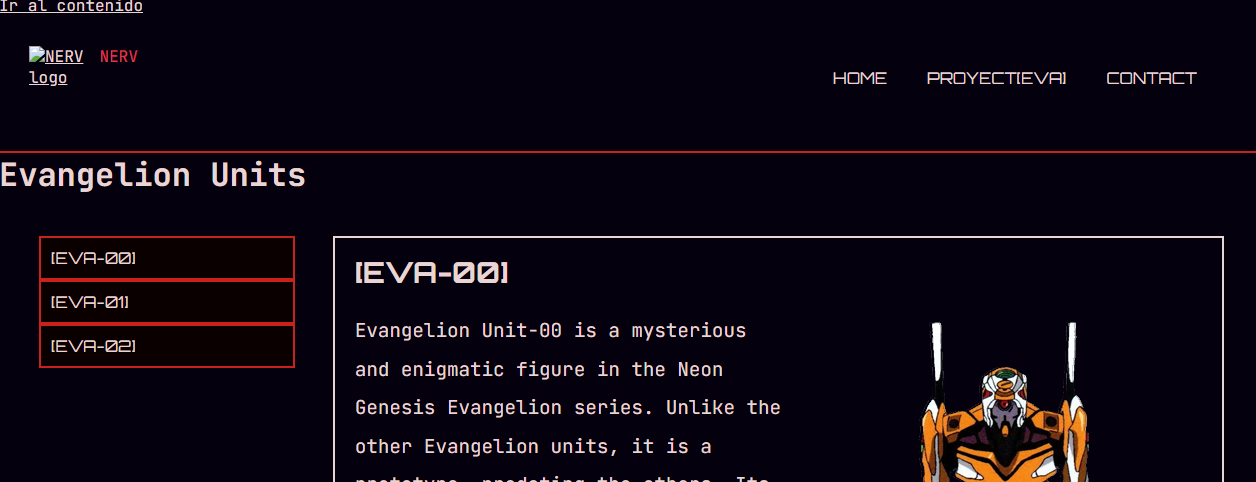
# **ACCESIBILIDAD**

Hosting utilizado: GitHub Pages

URL: <https://taizukko1.github.io/DIIW-proyectoEVA/index.html>

Cambios realizados:

Se ha añadido un enlace al contenido para las paginas main.html y contacto.html.



Se ha añadido una funcionalidad para cambiar la fuente a otra válida para dislexia y el tema a uno con alto contraste.

**Errores encontrados:**

* Cuerpo de los enlaces del footer vacíos:

Como he utilizado un svg como cuerpo del enlace, era necesario ponerle el atributo title.

* Contraste insuficiente en el span del header:

En la propia pagina de validación dispone de una herramienta que te deja probar colores hasta que encuentras uno correcto. He ido ajustando el tono del rojo hasta encontrar uno que validase correctamente.

**Home**

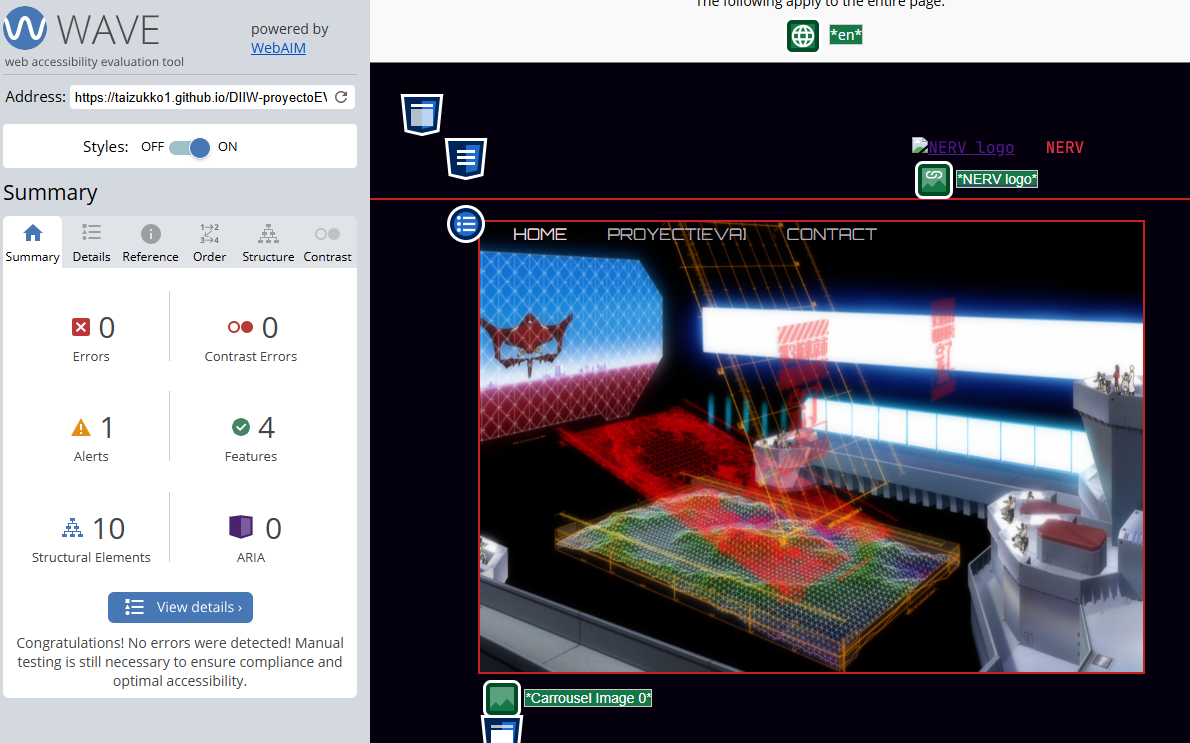
* Sin identificar.

**Main**

* Sin Identificar.

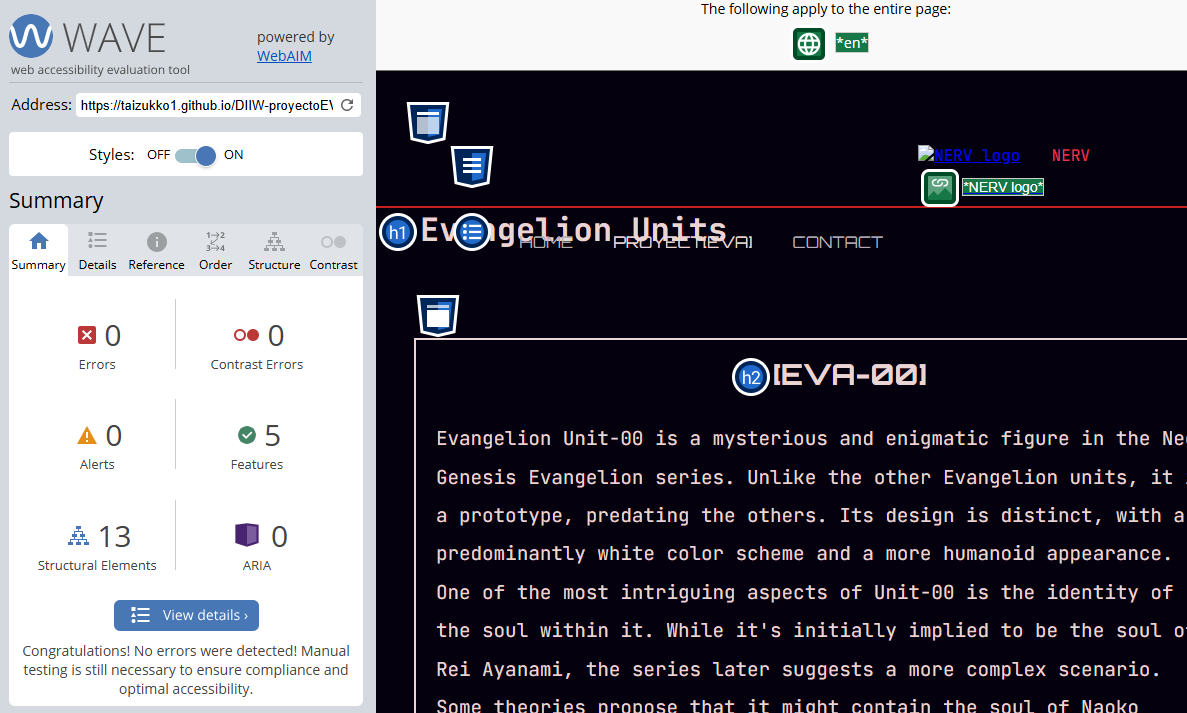
**Resultado página por página**

**Home**



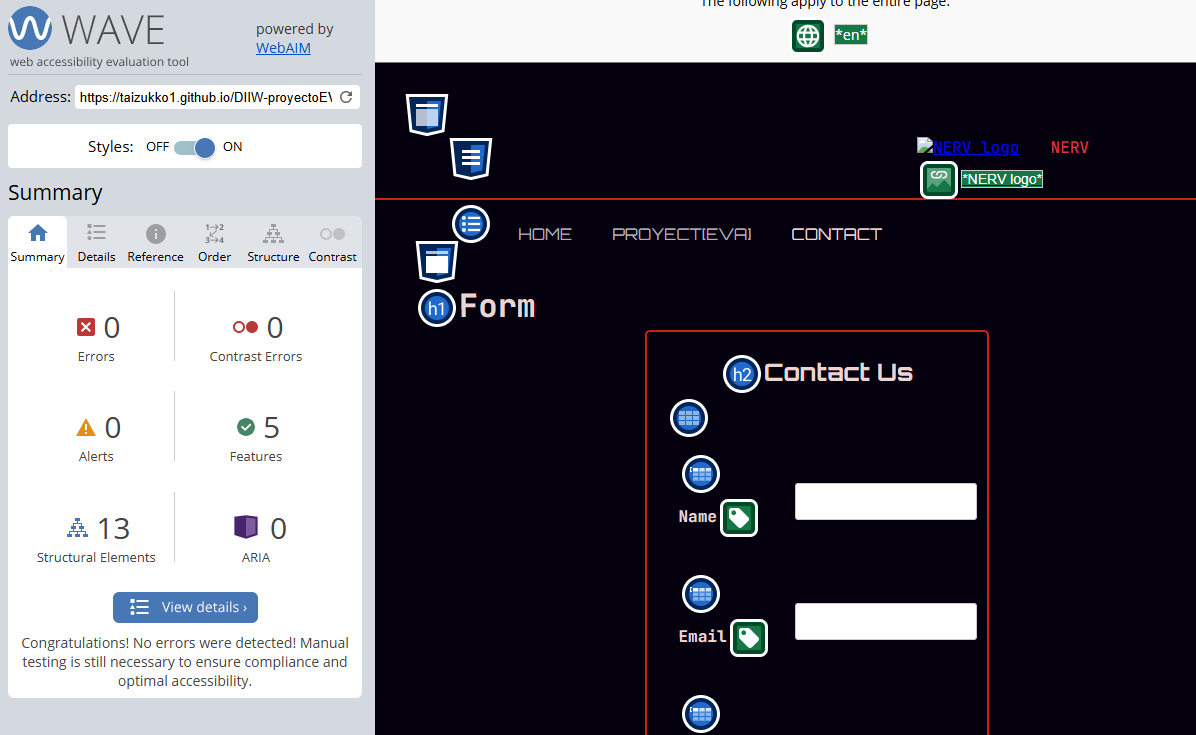
Sigue teniendo una alerta por el video de YouTube porque el video necesitaría tener subtítulos. No sería un problema ya que YouTube dispone de una herramienta para generar subtítulos de forma automática si este no dispusiese de los mismos.

**Artículos**

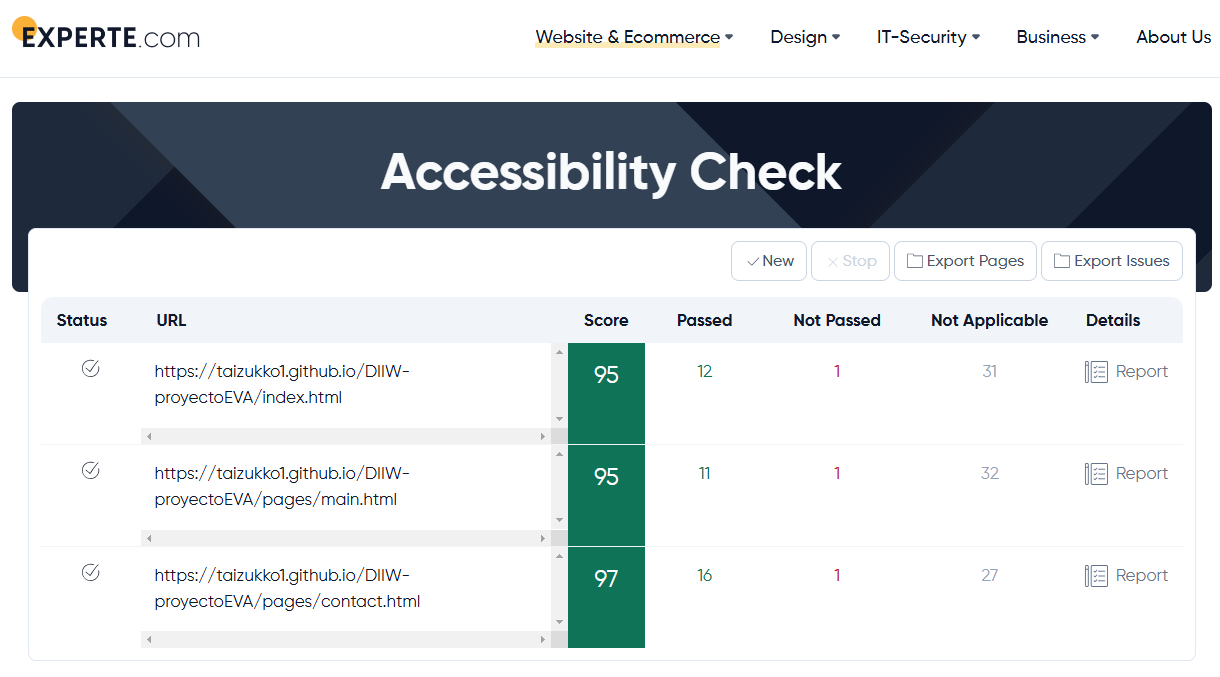


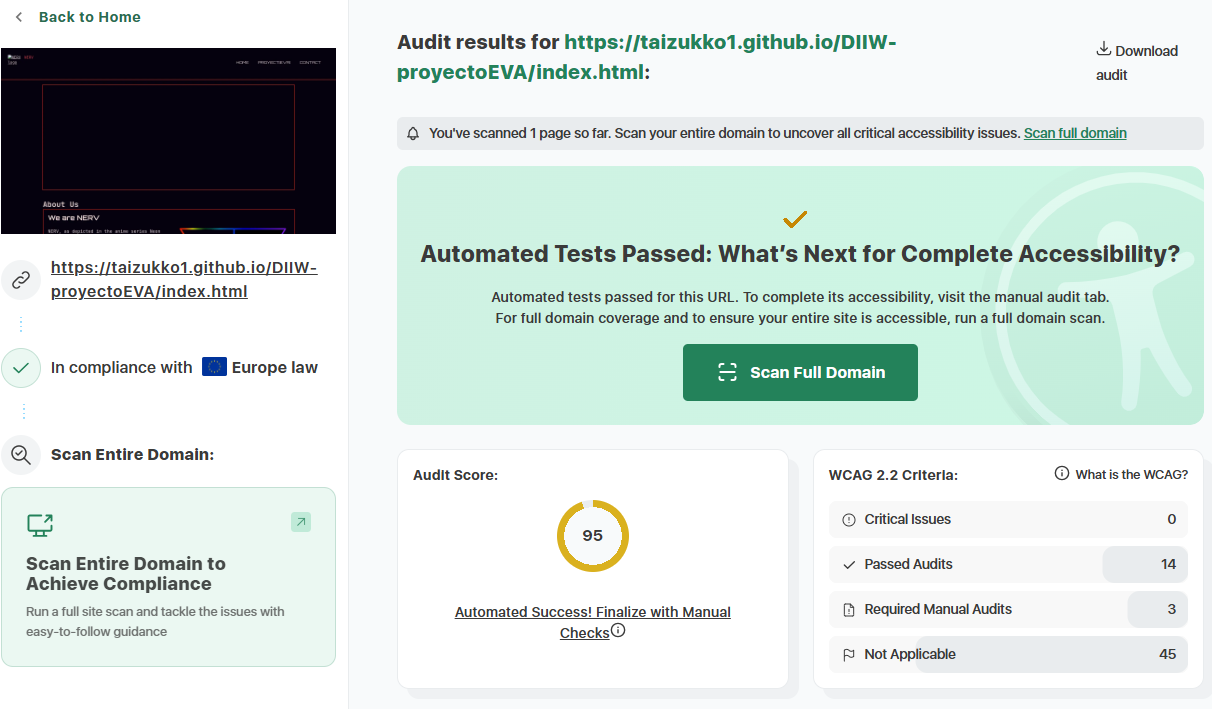
**Formulario**

El formulario no tenía un label para cada campo. Se los he agregado y ya valida correctamente.

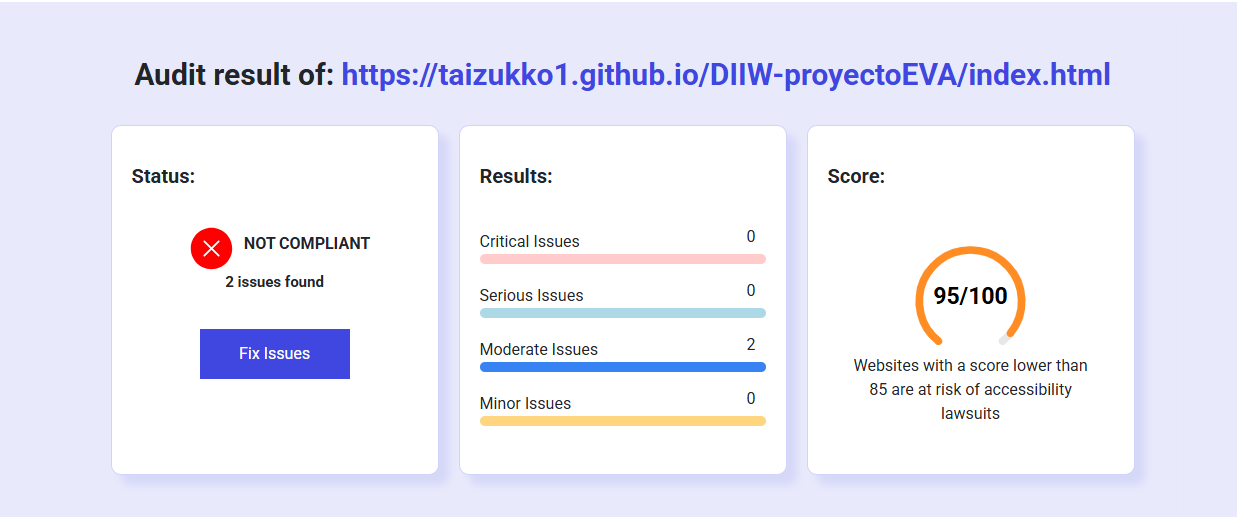


# **Sitio Web Completo después de las correcciones** Experte.com



accessibilitychecker.org

aeldata.com/accessibility-checker



Se han añadido etiquetas tabindex a los en laces del principio, etiqueta role=”menu” a los menus de navegación y aria-label a diferentes elementos.

# **USABILIDAD**

## **Análisis de bloques de Información**

* **<body>:**
  + **Estructura de navegación:** Se define una barra de navegación con enlaces a las diferentes secciones de la página.
  + **Contenido principal:** El contenido principal incluye una sección "About Us" con texto, imágenes y un video de YouTube.
  + **Pie de página:** El pie de página contiene información de copyright, enlaces a redes sociales y un menú de navegación adicional.

**Bloques de Información Específicos:**

* **Cabecera:** Contiene el logo de la página, el título y el menú de navegación principal.
* **Contenido principal:** Se divide en secciones para presentar información sobre NERV, incluyendo texto, imágenes y un video incrustado.
* **Pie de página:** Incluye información de contacto, enlaces a redes sociales y un menú de navegación secundario.

**Características Destacadas:**

* **Accesibilidad:** Se incluyen enlaces para saltar al contenido principal y un botón para activar la accesibilidad.
* **Diseño responsivo:** La meta tag "viewport" sugiere que el diseño se adapta a diferentes tamaños de pantalla.
* **Optimización para motores de búsqueda:** Se incluye una meta tag "description" aunque en inglés, lo cual es útil para el SEO.
* **Integración de redes sociales:** Se incluyen iconos de redes sociales en el pie de página para facilitar la interacción.

## **Diagrama Gutenberg**

Información de mayor importancia según dispositivo: **Ordenador** En todas las páginas en el **área óptica primaria** tenemos el logotipo y el enlace para acceder directamente al contenido y el enlace para activar el modo de alta accesibilidad.

En el **área de barbecho fuerte** están los enlaces a los diferentes sitios del sitio web.

**Página home y contacto:**

El contenido principal de la pagina esta centrado y no hay mas elementos.

**Página main:**

El **área de barbecho débil** contiene un menú de navegación que no redireccionan hacia diferentes artículos del mismo.

En el **área terminal** encontramos los artículos de la página.

**Tablet y Móvil**

Todo el contenido está centrado.

## **Recogida de datos mediante Herramientas online**

**Google Analytics**

Con esta herramienta conseguimos datos sobre el flujo de usuarios que hay en nuestro sitio web.

Actualmente el sitio web del proyecto tiene este flujo:



**Clarity**

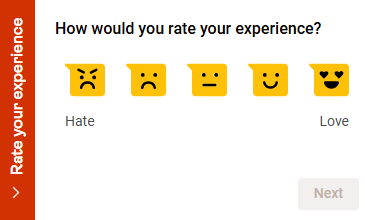
**Clarity** es una herramienta gratuita de análisis web que te proporciona una visión detallada y visual de cómo los usuarios interactúan con tu sitio web. A través de una combinación de grabaciones de sesiones, mapas de calor e insights basados en datos.

**Hotjar**

Permite entender de forma global cómo las personas usuarias están viviendo la experiencia de entrar a tu web. Se puede realizar una prueba gratuita. Se integra en la web para que las personas que entren en ella puedan evaluarla directamente

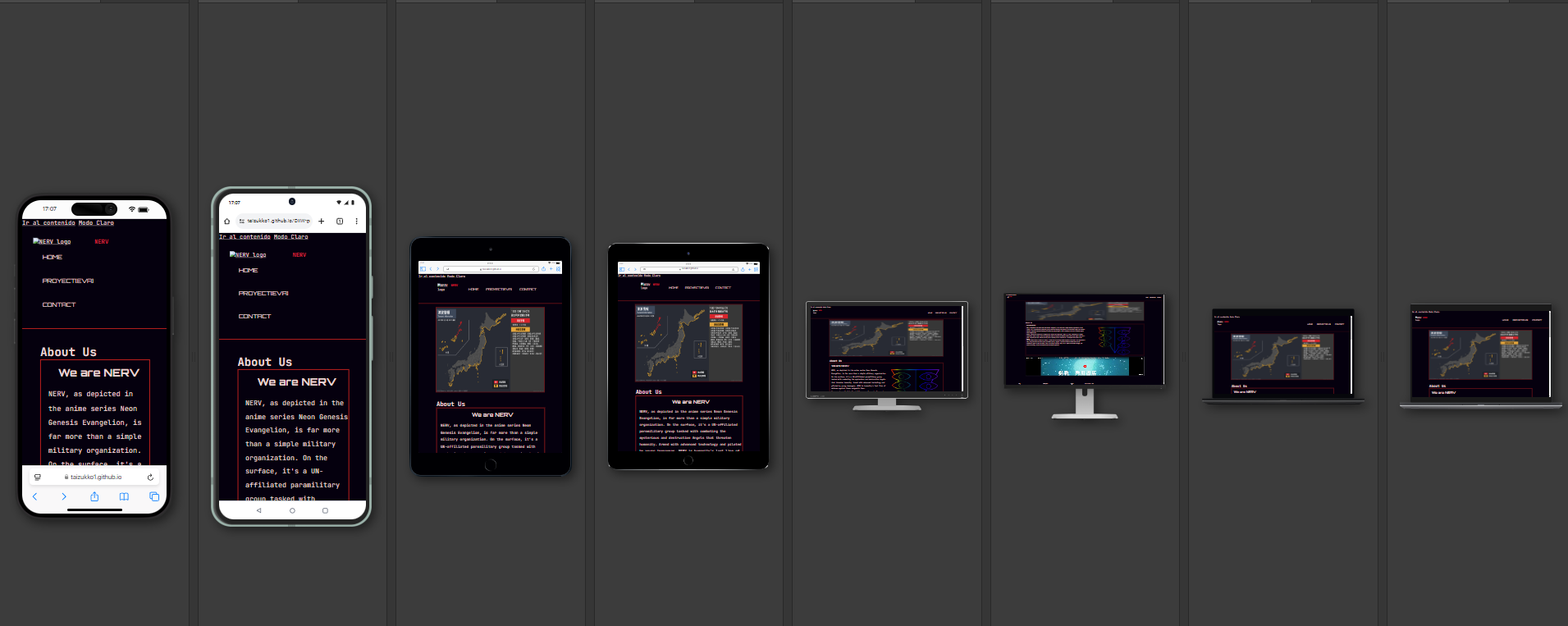


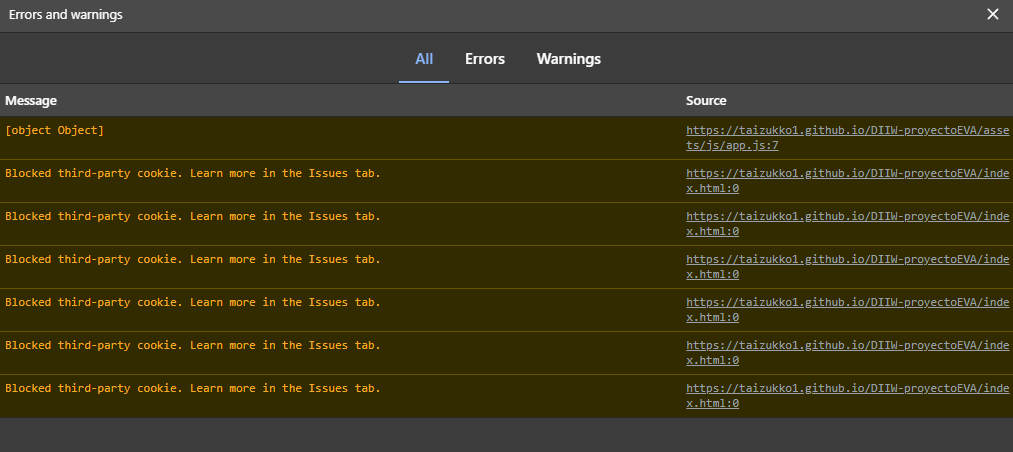
Con este código añadiremos el siguiente widget con el que recogeremos el feedback de los usuarios del sitio web.



**Blisk**

Blisk realizatests de usabilidad para sitios web y comprueba cómo se muestran sus páginas en los principales buscadores. Simula situaciones de carga web lenta, testea cómo funciona una web en desktop y en móvil, trackea los errores de la página

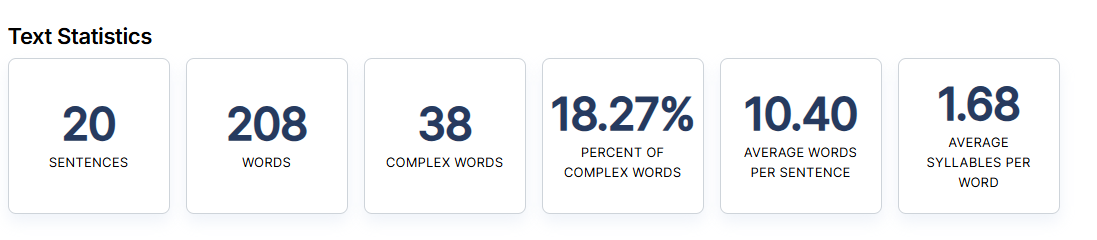
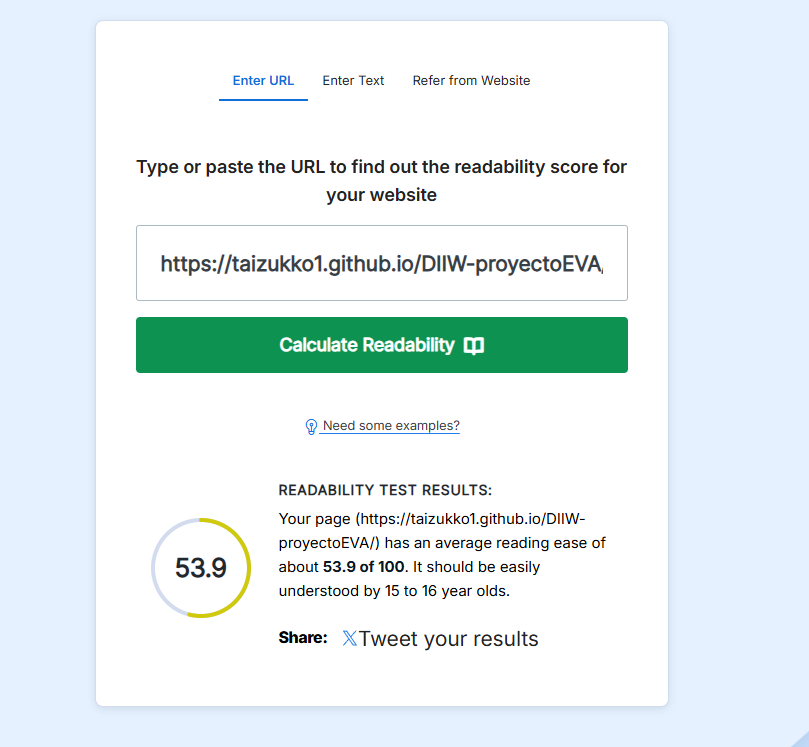




Al usar Blisk he encontrado que en la versión móvil de la web, el menú del footer se solapa con otros elementos.

He corregido el css para que cada elemento ocupe una línea.

**Legible**

La herramienta legible no proporciona información acerca de la legibilidad de un texto en español. En mi caso la pagina esta en ingles así que utilizare [ReadabilityTest](https://www.webfx.com/tools/read-able/).

## **Test de usabilidad y Recogida de datos.**

## **Análisis de todos los datos.**

Según los datos recogidos mi sitio web es legibles por usuarios de entre 15 a 16 años. Como el contenido de la web va dirigido a un publico adulto con conocimientos sobre robots de defensa no se precisa de un mayor grado de legibilidad.

Las páginas se visualizan correctamente en todos los dispositivos después de retocar el pie de página.

## **Propuestas de cambios para mejorar la usabilidad de tu web**

- Mejorar la resolución de las imágenes mostradas.

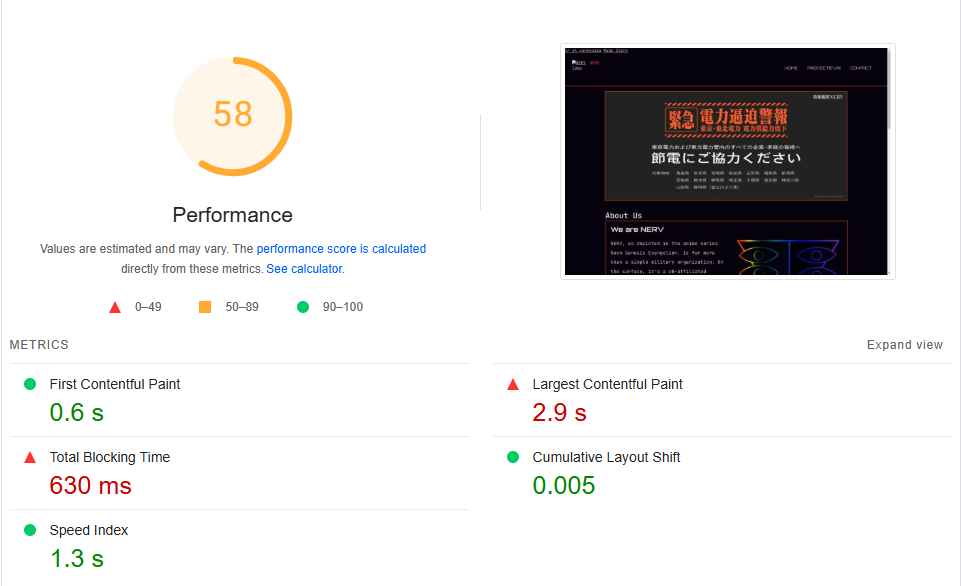
- Optimizar las imágenes y el código para reducir tiempos de carga

- Usar etiquetas strong para enfatizar el contenido mas importante de los textos.

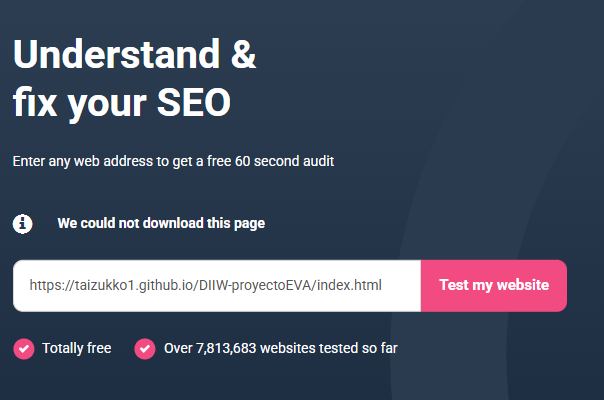
- Sería recomendable traducir la meta tag "description" al español para mejorar el SEO en buscadores que indexan contenido en español.

# SEO

* <https://website.grader.com/es>
* Tiempo de carga: [PageSpeed Insights](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/).



* Estructura: [Screaming Frog SEO Spider Website Crawler](https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/) ó [BeamUsUp](https://beamusup.com/free-seo-spider/)
* Nibbler: [https://nibbler.silktide.com](https://nibbler.silktide.com/)



* MetricSpot: <https://metricspot.com/>
* <https://www.seositecheckup.com/analysis>
* Monitorizar la posición en Google: Herramienta <https://www.cronoseo.com/>
* Ahrefs: <https://ahrefs.com/es>

## 3.2 MEJORAR LOS ASPECTOS TÉCNICOS

**3.2.1 (0.25p) ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Analiza los resultados que has obtenido con las herramientas y propón áreas de mejora en base a lo que te han devuelto.

**3.2.2 (0.20p) ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE**

Lo que debes mirar en estas palabras clave es:

* Búsquedas mensuales
* KD (Keyword difficulty)
* Tendencia estacional en meses (para ver cuándo hay más búsquedas de algo)

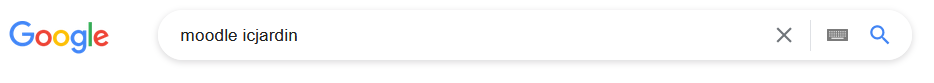
Genera un listado con las palabras relevantes que has seleccionado según los resultados de las herramientas

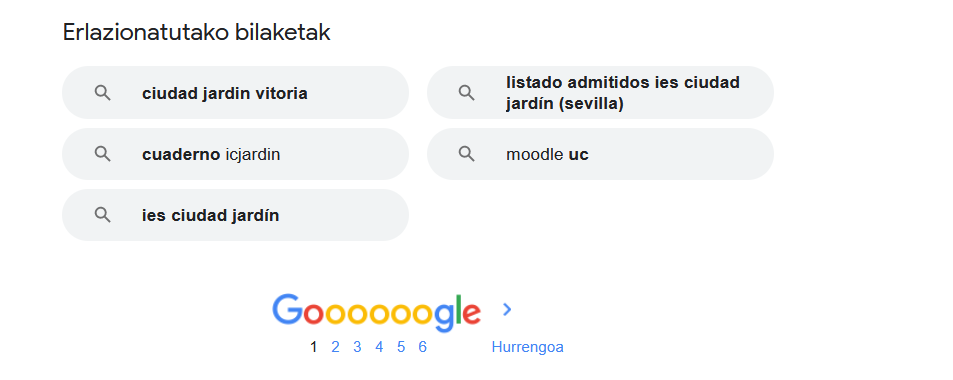
Utilizar las siguientes herramientas/tácticas.

* A.1) GOOGLE: Analizar en Google el autocompletar y las sugerencias de la parte inferior al hacer una búsqueda

Usar las sugerencias de Google:

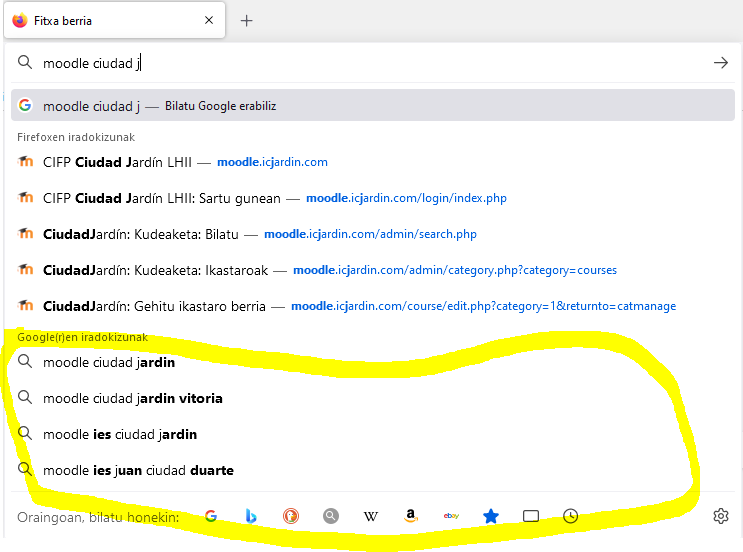
Ejemplo:



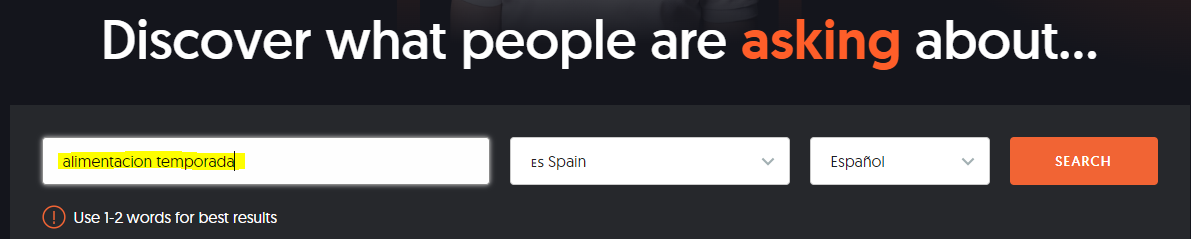


* Función autocompletar de Google

Ejemplo:

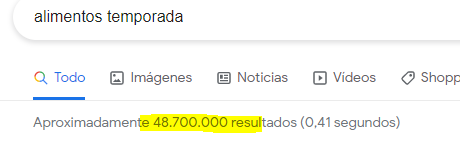
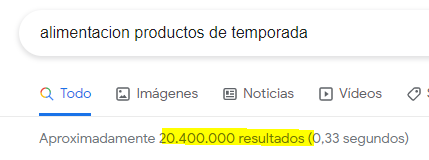
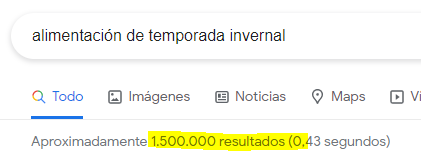


* A.2) [ANSWERTHEPUBLIC](http://answerthepublic.com/)

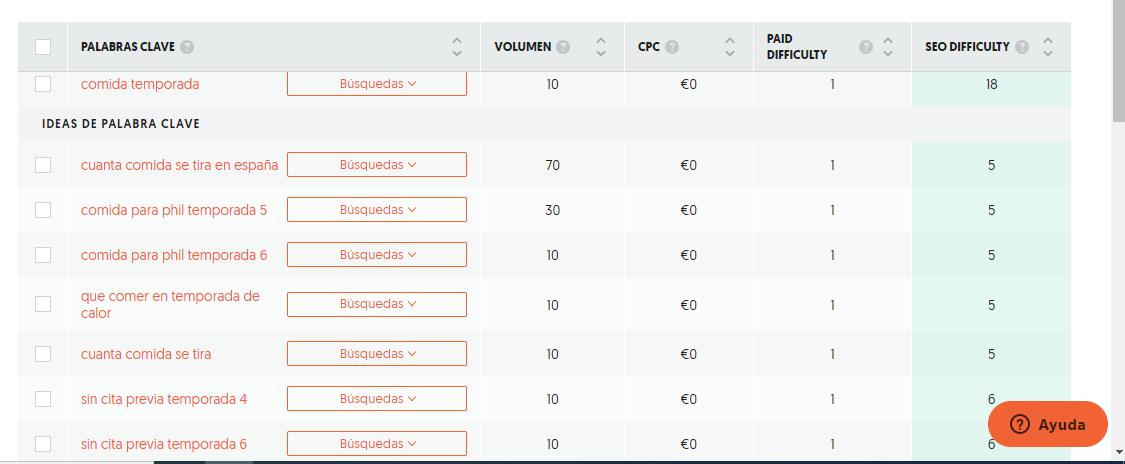


De las gráficas propuestas quédate con la Related.

Abre cada una de las sugerencias y mira cuál tiene menos resultados de búsqueda en Google

* A.3) [UBERSUGGEST, Herramienta Gratuita de Keywords, Para Obtener Más Ideas (neilpatel.com)](https://neilpatel.com/es/ubersuggest/) Investigación de Palabra clave



Apunta las conclusiones de Google, AnswerThePublic y Ubbersuggest y haz una selección de palabras clave que podrías utilizar para identificar tu contenido teniendo en cuento el volumen de búsquedas, la dificultad SEO y la competencia.

Ayuda para la decisión en:

<https://backlinko.com/templates/marketing/keyword-research> --> How to Choose a Target Keyword

Rellena el documento “Hoja de cálculo Proyecto1-Fase4-SEO.xlsx” y Razona la respuesta de por qué eliges unas palabras y otras no.

**3.2.3 (0.45p) SNIPPET**

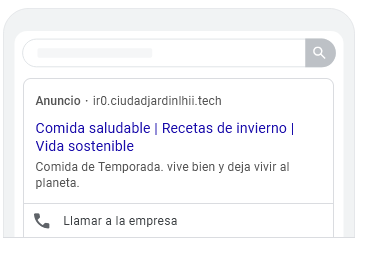
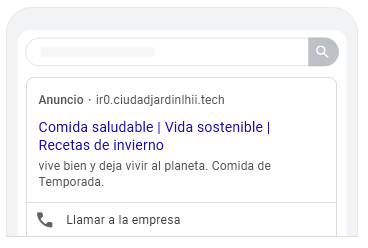
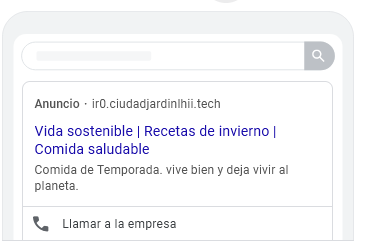
* **(0.20p)** Crear SNIPPET: Título y la descripción resumida de cada página que muestran los buscadores junto a la url. Utiliza las palabras seleccionadas en el punto **ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE**. Cada página la suya.

Testea con la herramienta Sistrix <https://www.sistrix.com/serp-snippet-generator/> cómo se vería tu página web en una búsqueda.

* **(0.25p)** Crear RICH SNIPPET
  + Añadir datos estructurados.
    - Ejemplo1: [Add structured data to your web pages (google.com)](https://codelabs.developers.google.com/codelabs/structured-data/index.html" \l "0)
    - Ejemplo2: Elegir el tipo que más se ajusta en Elegir el tipo <https://schema.org/docs/full.html> y después codificar (hay ejemplos)
  + Testea posteriormente ([Prueba de resultados enriquecidos: Google Search Console](https://search.google.com/test/rich-results) / [https://Schema.org](https://Schema.org/) )

**3.2.4 (0.25p) Realiza una campaña ficticia de GOOGLE ADWORDS para tu web.**

(Evidentemente no pagues, vete rellenando los datos) Quédate con el diseño de 3 de los diferentes anuncios que te propone. Ejemplo:



**3.2.5 (0.10p) REVISA**

* Optimización de títulos y descripciones:
  + **Creación de títulos y descripciones de cada una de las páginas.** Utiliza las palabras seleccionadas en el punto **ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE**.
  + Título **descriptivo, relevante a la información que ofrece y optimizado** para los términos de búsqueda que más interesan. Utiliza las palabras seleccionadas en el punto **ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE**.
  + **Original y único** para evitar el contenido duplicado.
* Adaptación y elaboración de contenido:
  + **Contenido natural, relevante y centrado en la línea de negocio de la web, no cualquier cosa que se nos ocurra.**
  + **Dicho contenido** se crea atendiendo al estudio de palabras clave realizado previamente. (no sólo el textual, también en imágenes, vídeos, …)

**3.2.6 (0.75p) MEJORA SU POSICIONAMIENTO/RENDIMIENTO**

* Añade más etiquetas meta que Google entienda (si no las tienes ya añadidas)
* Crear y subir el archivo Robots.txt
* Crear y subir el archivo Sitemap.xml
* Consigue enlaces externos:
  + Pide a las personas de clase la url de sus proyectos y crea un espacio en tu web para linkarlos. Acuérdate de visitarlos/visitarte utilizando diferentes IP’s, días, horas, … (clase, casa, móvil, pide a otras personas de fuera que hagan lo mismo,….)
* Añade al menos una opción de mejora más de las siguientes u otra que encuentres en la red:
  + Baja resolución de imágenes/vídeos con Optimizilla, clideo, u otra herramienta.
  + Auditoría SEO Completa: <https://aulacm.com/guia-hacer-auditoria-seo/>
  + Más opciones en la guía:

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/get-started?hl=es>

## 3.3 GOOGLE SEARCH

**3.3.1 (0.25p) GOOGLE SEARCH**

* Darse de alta en Google Search (la entrada dns en el dominio ya está creada) y pedir que Google indexe la página.
* Sube el sitemap.xml sino lo ha detectado.
* Prueba la url publicada
* Difunde de nuevo la dirección de tu web para que haya peticiones y pueda mejorar su posicionamiento.