**Google: SEO**

Ante todo, hay que basar las decisiones de optimización en base a los usuarios que visitan el sitio web.

La optimización de buscadores (SEO) tan solo afecta a los resultados de búsqueda orgánicos, no a resultados pagados como Google AdWords.

**Conceptos básicos**

Crea títulos de página únicos y precisos

* **Indicar los títulos de las páginas con la etiqueta title:** Indica el tema de la página, se utiliza la etiqueta <title> dentro de <head>. Es recomendable tener un título único para cada página web del sitio.
* **El contenido de la etiqueta title aparece en la primera línea del resultado.** Además, las palabras que coincidan con la búsqueda del usuario aparecerán en negrita.
* El título de tu página puede incluir el nombre del sitio web o negocio e información relevante como la ubicación o las principales actividades
* El título debe describir con precisión el contenido de la página. No utilizar títulos genéricos o predeterminados
* Cada página debe tener una etiqueta title única
* Utilizar títulos descriptivos breves. Si este es demasiado largo, Google lo cortará. Evitar utilizar las palabras clave de manera innecesaria

Utiliza la metaetiqueta description

Esta etiqueta muestra un resumen de la página, su longitud aproximada debe ser un párrafo y se coloca dentro de la etiqueta <head>.

Esta descripción se mostrará (en la mayoría de casos) en los resultados de búsqueda. Los fragmentos que coincidan con la búsqueda del usuario aparecerán en negrita.

* Evitar utilizar descripciones genéricas, con contenido no relacionado
* Evitar utilizar tan solo palabras clave, o copiar todo el contenido de la página
* Evitar utilizar la misma descripción en todas las páginas

**Mejorando la estructura del sitio web**

Mejora la estructura de las URL

* Las URL sencillas ayudan a mantener el sitio organizado y facilitan el rastreo por parte de los motores de búsqueda. Además, si esta contiene palabras clave, proporciona información adicional tanto a usuarios como motores de búsqueda.
* Las URL se muestran en los resultados de búsqueda y se marcan con negrita las palabras que coincidan con la búsqueda del usuario.
* Utilizar palabras relevantes en la URL, pero no en exceso, ni nombres genéricos
* Utilizar una estructura de directorios simple
* Utilizar una única versión de una URL para llegar a una página. Utilizar el redireccionamiento, para evitar tener varias páginas en varios subdominios con el mismo contenido, ya que dividiría la reputación.
* Evitar utilizar mayúsculas innecesarias en la URL

Facilita la navegación de tu sitio

* Tener en cuenta la navegabilidad de un sitio, tanto para los usuarios como para motores de búsqueda. Google debe saber el papel de la página dentro del sitio web.
* Planificar la navegación: cómo los usuarios pasarán de la web principal a otra con contenido más específico.
* Utilizar los enlaces internos para facilitar la navegación: para que los usuarios puedan volver atrás o a la página de inicio.
* Prepararte para la posibilidad que un usuario borre parte de la URL de una página.
* Crear dos sitemaps. Uno para los usuarios con HTML y otro para los motores de búsqueda con XML que permita a ambos navegar por toda tu página web.
* Crear una jerarquía de archivos fluida, sin enlazar todas las páginas entre sí, pero sin tener que hacer clics de más.
* Hacer una barra de navegación que incluya texto. Evitar utilizar tan solo menús desplegables para hacer la web más accesible
* Tener una página 404 personalizada que guíe al usuario. Configurar el servidor web para gestionar adecuadamente los códigos 404.

**Optimizando el contenido**

Ofrece contenido y servicios de calidad

* El contenido interesante y útil es lo que más influye a la hora de hacer un sitio web.
* Intentar anticiparse a las búsquedas de los usuarios. Teniendo en cuenta a los usuarios expertos y los “casuals”. Para ello mezclar palabras clave y utilizar variaciones de estas.
* Hacer contenido innovador.
* No escribir textos con fallos de ortografía o utilizar imágenes que son texto
* No tratar varios temas en una misma página, ceñirse a uno solo
* No copiar contenido que ya existe o tener varias versiones del mismo sitio web
* No centrarse solo en los motores de búsqueda, diseñar la página web según las necesidades de los usuarios

Escribe textos ancla de mejor calidad

* El texto ancla es aquel que se encuentra entre las etiquetas <a></a>. Indica a los usuarios y a Google información a la página que enlaza.
* Utilizar un texto descriptivo. Evitar texto genérico o fuera de contexto. Tampoco utilizar la URL (por regla general)
* Escribir textos concisos. Deben ser pocas palabras o una frase corta
* Hacer que sean más visibles. No hacer que sean texto normal con CSS
* Los enlaces internos también deben utilizar texto ancla

Optimiza el uso de las imágenes

* El atributo “alt” permite especificar un texto en caso de que la imagen no se pueda mostrar. De esta manera se hace más accesible y hace que Google las entienda mejor. Además, si una imagen ancla falla, el texto servirá como ancla en su lugar.
* Agrupar las imágenes en un solo directorio y que estas tengan un formato estándar.
* Las imágenes deben tener un nombre de archivo y un texto “alt” descriptivo pero breve. No utilizar nombres genéricos o muy largos
* Utilizar enlaces en imágenes solo para navegar por tu página, no como enlaces externos
* Realizar un Sitemap de imágenes para que Google sepa más información sobre las imágenes que utilizas

Utiliza las etiquetas de cabecera de forma apropiada

* Las etiquetas de cabecera se utilizan para dar un énfasis importante a la página web, indican a los usuarios y motores de búsqueda la importancia del contenido que incluyen.
* Estas etiquetas ayudan a esquematizar el contenido de la página. Hay que pensar en su uso más para estructurar la página que para dar formato.
* No utilizar etiquetas de cabecera cuando se puedan utilizar etiquetas <em> o <strong>
* Evitar el uso excesivo de las cabeceras o poner todo el contenido en ella.

**Tratando con los “bots”**

Haz un uso efectivo del robots.txt

* El archivo “robots.txt” dice a los motores de búsqueda que partes del sitio web puede rastrear. Se encuentra en el directorio root del sitio web.
* Si tienes un subdominio hay que crear un fichero de robots específico para ese subdominio.
* Es importante proteger las URL que contiene información delicada

Ten en cuenta rel=”nofollow” para los enlaces

* Utilizar el atributo “nofollow” dentro de la etiqueta <a> le dice a Google que no debe seguir el enlace ni pasar reputación a ese sitio. También se puede poner en una metaetiqueta del <head> para que no siga ningún enlace de la página
* A través de este atributo se puede evitar que los usuarios de un blog puedan hacer spam de su sitio, o cualquier contenido generado por usuarios
* Utilizar el “nofollow” cuando quieras enlazar una página, pero sin transmitirle reputación

**SEO para teléfonos móviles**

Informa a Google sobre tus sitios para móviles

* La experiencia de visitar una web con un móvil es distinta ya que necesita un formato y método de gestión específico.
* Para asegurarse de que un sitio web para móvil es indexado correctamente hay que hacer un sitemap para móvil y asegurarse de que el bot de Google puede acceder, ya que en ocasiones puede estar restringido.
* Asegurarse que Google indexa adecuadamente las páginas web en dispositivos móviles ya que en ocasiones la declaración del tipo de documento puede hacerlo incompatible.
* Si tienes dos versiones de la página web, una para móviles y otra para ordenadores hay que gestionar el tráfico de manera correcta:
  + Redirigir a los usuarios de móviles hacia la versión correcta. Asegurándote que les rediriges a la versión para móviles de la misma página.
  + Cambiar el contenido en función del User-agent: la URL será la misma pero el contenido cambiará. Debes mostrar al Googlebot el contenido para usuarios de ordenador y al Googlebot-Mobile el contenido para usuarios de móvil

**Promoción y análisis**

Promociona tu sitio de manera correcta

* Promocionar un sitio web de manera efectiva puede aumentar la reputación de tu página web entre los usuarios interesados en el tema.
* Realizar un blog o un feed RSS para que otros webmaster puedan seguir tu trabajo.
* Utilizar las redes sociales para tratar temas de actualidad y compartir tu sitio web en comunidades con temática similar.
* Añadir tu información a Google places si tienes un local.
* Evitar promocionar cada pequeña acción, hacerlo con actualizaciones importantes. Evitar hacer spam en general.
* No involucrarte en compra de enlaces o promoción de contenido artificial.

Aprovecha las herramientas para webmasters gratuitas

* Es importante facilitar el rastreo de tu sitio web a Googlebot, se puede hacer a través de las herramientas para webmasters ya que te pueden ayudar a solucionar problemas relacionados con SEO.
* Analizar en profundidad tu sitio web a través de Google Analytics y el Optimizador de Google. De esta forma podrás saber de dónde viene tu tráfico y que contenido consume. También te permiten saber que efecto pueden tener pequeños cambios que realices en la web.