

Análisis previo

La página web que recibimos no tiene ninguna acción encaminada a mejorar su posicionamiento en los diversos buscadores.

Se trata de una SPA desarrollada con HTML5 y JS cuyo contenido es desplegado con un juego de scroll.

Ni etiquetas en su head, ni robots.txt, ni sitemap, ni un solo enlace interno o resaltado de texto que pueda ayudar a Google y demás buscadores a hacer escalar este contenido.

Comenzamos.

Objetivo de la página web

Es importante hacerse varias preguntas antes de iniciar nuestro trabajo de mejora del posicionamiento. ¿Cuál es el contenido de esta página? ¿A qué público va dirigida?

Obviamente es una página de un profesional que quiere dar a conocer su currículum en su área de influencia. Por tanto, debemos incentivar las partes de la web que hablen de su experiencia, trayectoria o estudios realizados.

Nuestro público serán los técnicos de selección de habla española y concretamente los de área metropolitana de Madrid.

Acciones realizadas por los programadores del sitio

Se les encomienda a los programadores del sitio web crear una Arquitectura de la información de varios niveles que favorezca la posibilidad de tener urls vinculadas al sitio.

Aunque la arquitectura tipo es de tres niveles, la web es tan básica en su información que apenas alcanza dos niveles de profundidad.

También se hace necesario crear una ruta por cada section existente en la web lo que deriva en 6 html en detrimento del único inicial. Las rutas creadas son:

- */quien-es-javier-lindo* – Información personal y breve biografía.
- */estudios-y-formacion-ingenieria-informatica* -Estudios y cursos.
- */experiencia-profesional-full-stack* – Empresas más importantes en las que ha trabajado.
- */motivacion-filosofia-tecnologica* - Filosofía de vida y motivaciones.
- */contacto-javier-lindo* – Formulario de contacto.

Se ha querido que las rutas sean de aspecto amigable y totalmente legibles por el usuario.

Titles

Se recomienda que las etiquetas title de cada página sean diferentes, pero que contengan alguna palabra clave sobre la que gira nuestro negocio o actividad.

Description

Cada página debe tener una descripción única y adaptada al contenido de su página. Es importante asegurarse de que tenga entre 100 y 150 caracteres de longitud y una sintaxis buena y legible. La descripción debe contener las palabras clave seleccionadas para esa página y prescindir de caracteres especiales y enumeraciones de palabras.

Robots

Se ha creado un robots.txt para el sitio web para que Google pueda indexar el contenido.

Se permite indexar todos los elementos y se especifica que el sitio posee un Sitemap del que hablaremos luego.

En el head de cada página se ha incluido la meta de robots.

Metas de idioma

Añadimos al head de cada página html que nuestro site está escrito básicamente en español y está orientado a público español.

Google Site Verification

Se ha procedido a verificar el sitio en Google Search por varios métodos:

- Incluyendo código de Google Analytics en el htm principal.
- Incluyendo la metaetiqueta de verificación en el mismo fuente.

Rel-Canonical

Aunque por la envergadura y arquitectura de la página es imposible que exista contenido duplicado en una misma url, se añade a cada head de los html una meta de rel-canonical.

No molesta y no sabemos además si en un futuro podría integrarse este site en algún otro que acepte parámetros de sesión o request queries que “ensucien” las rutas actuales.

Se descarta el uso de *rel="alternate" hreflang* porque la página no es multi idioma.

XML Sitemap

Se ha generado un XML Sitemap con las urls nuevas creadas para la página y se incluye en el root de la carpeta del proyecto junto al robots.txt que lo referencia.

Especificar charset en cada HTML

Esto ayuda al navegador a parsear más rápido los documentos de manera inicial.

Imágenes y vídeos

Se ha utilizado una herramienta para reducir el peso de las imágenes y vídeos para que la carga de la página sea más rápida.

Además, para el posicionamiento de imágenes, se ha agregado a todas ellas el atributo alt y el title incluyendo alguna de las palabras claves que usamos en el website así como se les ha bautizado con un nombre descriptivo a nivel de archivo.

Minificar CSS y JS

Aunque el peso de estos archivos es pequeño, se ha optado por minificarlos para ahorrar kB a la hora de cargarlos desde servidor y se ha seleccionado los imports de este tipo de archivos que deben soportar cada uno de los html.

Textos y jerarquías

Se ha dejado un solo h1 por página que corresponde al título de cada sección.

Si se necesita resaltar otra parte de la página, se recurre al tag h2 o a enumeraciones .

Además, se han creado enlaces internos en el menú superior optando por rutas absolutas.

Por último, se han generado textos para alguna sección donde no los había o se han ampliado los existentes para favorecer el posicionamiento. Se supone que deben existir textos en cada página por longitud mínima de 500 palabras. Se ha hecho un esfuerzo sobre todo en la home.

En dichos textos, se incluyen palabras en negrita y enlaces internos a otras categorías de la web para reforzar el interlinking.

Enlaces internos

Se han creado enlaces internos en los textos que se han añadido en la web para interconectar unas secciones con otras.

Además, se les ha añadido un title a cada uno de ellos.

Metatags sociales

Aunque no influyen en el posicionamiento en buscadores, estos formatos ayudan a la viralización de enlaces en redes sociales mejorando el aspecto del preview al compartir.

En nuestro caso, hemos incluido OG y Twitter Cards.