

Práctica 1 - Optimización de ránking en un buscador comercial

Adrián Rubio Pintado y Miguel Carreras Lahoz

May 10, 2022

1 Introducción

La práctica consiste en optimizar nuestra web para que aparezca en la posición más alta posible del ranking que ofrece el buscador comercial de Google.



Para dos palabras dadas **sabaila doministiku**, se pide crear una web que las contenga de modo que cuando hagamos una búsqueda en Google España aparezcamos en el buscador. En nuestro caso la web será <https://www.sabailadoministiku.es/>

2 Creación del sitio Web

Creamos un sitio web utilizando el entorno de blogs "blogspot", bajo la dirección: <https://sabailadoministiku-tiendaoficial.blogspot.com>. También accesible bajo el dominio personalizado <https://www.sabailadoministiku.es>

Creamos el sitio web y generamos contenido web con imágenes y texto, simulando ser una tienda de moda que abre sus puertas en Madrid.

Comenzamos incluyendo una buena descripción mediante títulos descriptivos y precisos. En nuestro caso, queremos que el tema esté centrado en la vida de Sabaila Doministiku, un ícono de la moda ficticio.

Por ello, comenzamos añadiendo contenido web y actualizándolo periódicamente, hablando sobre moda y la vida de este personaje para generar actividad en la web

2.1 Identificación de los autores

Tal y como se pide en el enunciado, se han situado las **siglas MCL(Miguel Carreras Lahoz) y ARP(Adrián Rubio Pintado)** en la web para la identificación de los autores de la misma.

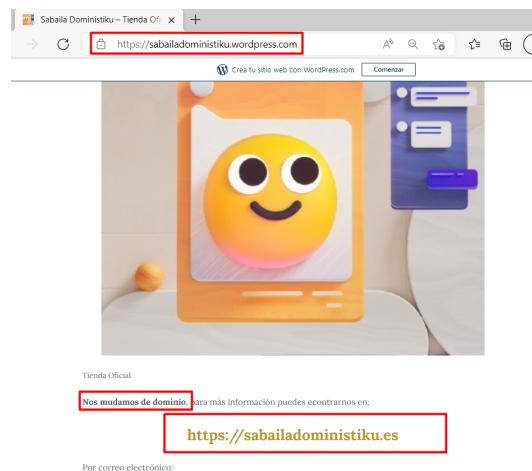
The screenshot shows the homepage of a blog. At the top, there's a black header bar with the title 'SABAILA DOMINISTIKU TIENDA Y BLOG OFICIALES' in white. Below it, a smaller bar contains the text 'Tienda y Blog Oficial. Una compañía de ARP y MCL S.L.' and 'IDENTIFICACIÓN DE LOS AUTORES'. The main content area has a large orange banner with the question '¿Quién es Sabaila Doministiku?'. To the right of the banner is a portrait of a young woman. On the far right, there's a sidebar with sections for 'Datos personales' (including a profile icon), 'Sabaila Doministiku España', and 'Notificar uso inadecuado'. At the bottom left, there's a link to 'Entradas recientes'.

3 Primeros pasos y Pautas Generales

Para acelerar la indexación de nuestra página con Google, seguimos sus indicaciones generales y sus indicaciones generales de calidad, disponibles [aquí](#).

3.1 Pasos previos y cambio de plataforma

Inicialmente nuestro sitio web se alojó en Wordpress, bajo la dirección sabailadoministiku.wordpress.com. Sin embargo, con el paso de las semanas, a pesar de estar generando contenido, Google no nos estaba indexando. Debido a los tiempos de carga elevados de nuestro sitio web en dicha plataforma, sumado a la poca facilidad/sencillez en las opciones de personalizaron para el objetivo que teníamos, decidimos mudarnos a Blogger bajo la dirección <https://sabailadoministiku-tiendaoficial.blogspot.com/>, para acelerar el proceso de indexación. Aprovechamos el sitio web ya creado en Wordpress para referenciarnos, bajo el mensaje de "nos mudamos de dominio."



3.2 Compra de un dominio

Dado que Google no nos había indexado hasta casi finales el mes de abril y para intentar acelerar el proceso, decidimos comprar el dominio por Hostinger <https://sabailadoministiku.es>, debido a su precio muy económico, y linkearlo al blog creado. Al ser un dominio ".es", con una dirección limpia: "sabailadoministiku", sin guiones o caracteres especiales, Google estará más predispuesto a indexarnos mayor probabilidad.

NOTA: Cabe destacar que los primeros días tras haberlo comprado y puesto en funcionamiento, seguimos sin aparecer en Google, **y hasta que no seguimos el resto de pasos descrito en el documento no llegamos a aparecer en Google, que además fue tras ellos de modo inmediato. Es decir, haber usado un dominio .es no nos ha garantizado nada.**

3.2.1 Linkeado del subdominio https al blog.

Tras haber asociado el subdominio web(www) al blog, debemos de decirle a Blogger que también queremos redirigir el tráfico encriptado al mismo blog(http secure o https), ya que no vamos a hacer ningún tratamiento adicional con él.



Google favorece las **urls que disponen de las con https**, frente a las que no y siempre que estén disponibles serán las que muestra en el buscador, por razones de seguridad. En nuestro caso en el buscador se encuentra indexada <https://sabailadoministiku.es> y no www.sabailadoministiku.es

3.3 Petición de Indexado

Lo primero que hacemos es pedirle a Google que indexe nuestro sitio web mediante el Uso de Google Console. El método que elegimos para verificar la propiedad de la web es mediante una tag html que incluimos en el head de la página:

```
<meta name="google-site-verification" content="OvbHBpfQSkg3BgV43SG_9FU1nggL5MVJBKcmUj6ABXs"/>
```

3.4 Envío del Sitemap

Los sitemaps son archivos en los que se proporciona información sobre las páginas, los vídeos u otros archivos de tu sitio, así como sobre las relaciones que hay entre ellos. Los buscadores, como Google, leen estos archivos para rastrear los sitios de forma más eficiente.

Dado que Blogger (la plataforma que utilizamos) genera automáticamente el sitemap, no tenemos por qué generarlo manuealmente. Dicho sitemap se puede encontrar aun así en: <https://sabailadoministiku-tiendaoficial.blogspot.com/sitemap.xml>

Sin embargo, esto pareció no darnos resultados, ya que Google no nos estaba indexando. Dado que nuestro sitio web es bastante nuevo, decidimos **envíarselo manualmente a Google**, ya que aunque por defecto Blogger se lo envía automáticamente a Google, esto puede tardar más tiempo. Para ello escogemos la opción de hacer una petición GET mediante el navegador y concantenando nuestra URLs. **La petición por tanto queda tal que así:**

```
https://www.google.com/ping?sitemap=https://sabailadoministiku-tiendaoficial.blogspot.com/sitemap.xml
```

Obteniendo la confirmación de Google:



Recepción de la notificación de Sitemap

<http://www.google.com/webmasters/tools/>

3.5 Envío manual de URL's para la indexación.

A pesar de haberle hecho una petición manual del sitemap a Google y tras seguir generando contenido en la web, Google seguía sin indexarnos. Por ello, **haciendo uso de la herramienta de inspección de URL's de Google Search Console** le pedimos a Google que nos indexe cada una de las URL's de nuestra página web. Esto es la pagina principal más **todas las URL's derivadas de todas y cada una de las entradas del blog**.

En la imagen vemos como la entrada de "Viajes a Nepal" no se está indexando. Dándole a solicitar indexación hacemos que google **examine la URL de manera independiente**.

Gracias al envío manual de URL's para cada una de las entradas del blog(ver detalles en la sección de Contenido), **empezamos a aparecer a las pocas horas en Google con algunas entradas** como "¿Quien es Sabaila Doministiku?" o "Colección Sabaila Doministiku Primavera 2022".

4 Pautas Generales

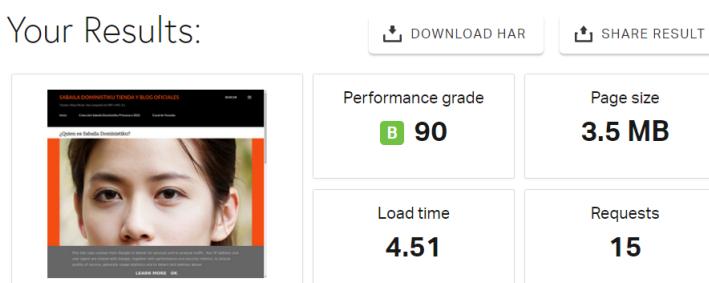
Detallamos las pautas y consejos generales que recomienda Google de modo general para las páginas web que indexa.

4.1 Optimización de Tiempos de Carga

Google recomienda crear páginas web ligeras que sean capaces de cargar rápidamente en los dispositivos de los usuarios, y no que sean extensos para que contengan artificialmente muchas keywords de modo que los buscadores indexen antes estas webs. **En otras palabras, el buscador tiende a penalizar páginas pesadas con excesivas keywords artificiales que no aportan al contenido para que estas suban en el ranking de los buscadores.**

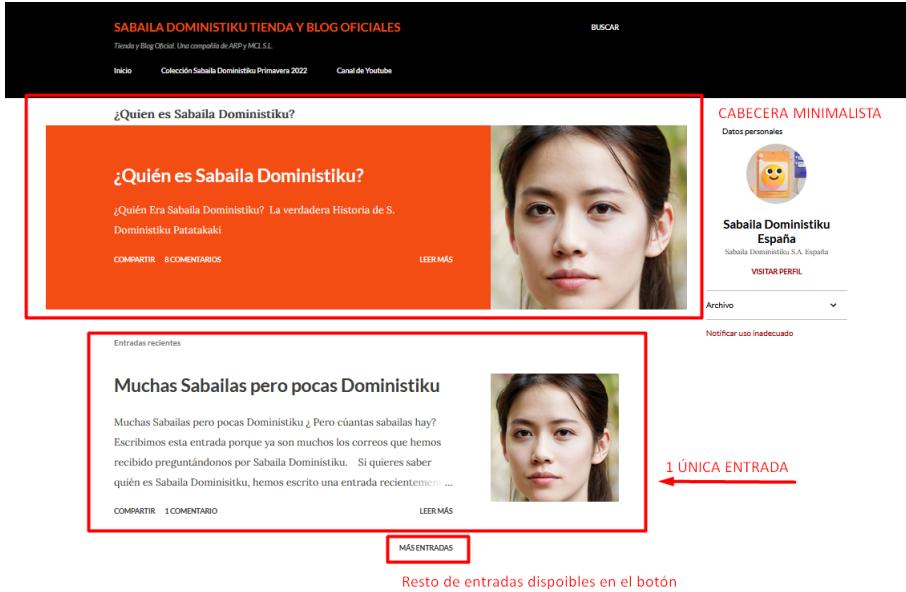
Por ello escogemos una plantilla de diseño ligera y testeamos los tiempos de carga con la herramienta web: <https://tools.pingdom.com/>:

Primero hacemos un test para la carga en un navegador de escritorio en un servidor situado en Londres:



Obtenemos un tiempo de carga medio de 4.51s lo cual consideramos **aceptable** para un usuario y que el algoritmo de Google no penalice en exceso. Entendemos que no podemos optimizarlo más, ya que no conocemos la gran mayoría de parámetros que dependen de la plataforma Blogger.

Anteriormente este tiempo era mayor: conforme hemos ido aumentando el número de entradas en nuestra web, dichos tiempos de carga han crecido bastante. Es por ello que finalmente hemos decidido **reducir el número de entradas en la página principal de 5 a 1, principalmente para que las imágenes no ralenticen la carga total de la web**. Así mostramos en el inicio de la página la última entrada más otra destacada de la cabecera (en lugar de las 5 o 6 entradas que aparecían por defecto). Mejorando por tanto la experiencia del usuario.



4.2 No uso de Mala Praxis

Tal y como Google recomienda en su guía de calidad: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/guidelines/webmaster-guidelines> no hemos utilizado técnicas que buscaban mejorar el SEO de manera anticompetitiva y que Google pudiera detectar y penalizarnos. Por ejemplo esconder keywords relacionada con la búsqueda a optimizar dentro del código html, generar contenido web mediante una IA o hacer queries automáticas mediante bots a Google que cliquearan en nuestra web para que Google la considerara más relevante.

4.3 Pautas de Contenido de Calidad

De acuerdo a las pautas generales sobre contenido que Google da en su página web, destacamos las más relevantes que hemos seguido.

4.3.1 Diseño web

Elegimos un diseño web minimalista pero llamativo y organizado, que sea adaptable a cualquier tipo de pantalla(**diseño responsive**). Ya que sabemos que Google penaliza en su ranking a las webs que no disponen de una versión móvil y/o que no se ajustan y se muestran correctamente a cualquier resolución de pantalla.

Con un diseño limpio libre de elementos innecesario será más probable que Google lo valore como contenido de calidad y por tanto nos de más puntos en el ranking.

4.3.2 Imágenes y Texto Alternativo

Además hacemos que TODAS las imágenes tengan el **atributo "alt"**, para dar una descripción correcta de las imágenes subidas., así como un título(que se muestra y aparece debajo de cada imagen) La **accesibilidad** es otro de los factores que tiene en cuenta el posicionamiento. Además, su bot consigue **indexar contenido sabiendo lo que contiene cada imagen**, ya que puede analizarla como texto, y no necesita de técnicas de tratamiento de imagen.



De hecho para algunas entradas como ”Colección Sabaila Doministiku Primavera 2022 ”, **hacemos que todas las descripciones alt de las imágenes contengan las palabras Sabaila Doministiku**, junto con términos relacionados con el blog. Es por ello, **que dicha entrada, es una de las mejores situadas en el buscador,dentro de todas las entradas que hemos escrito.**

Además, la mayoría de **imágenes cuentan con alta resolución**, otro factor que Google tiene en cuenta.

4.3.3 Títulos Concisos

Nos aseguramos que los elementos html como ”title” la página web, sean descriptivos. En nuestro caso contienen las palabras a indexar del contenido de la web.

Hemos escrito los títulos de las entradas del blog más claros y descriptivos posibles. Es decir contenían en su mayoría las keywords sobre las que queríamos aparecer indexados junto con términos relevantes para las entradas particulares.

4.3.4 Fav Icon Personalizado

Todos los sitios webs disponen de un fav icon acorde a su logo. Dado que todas las páginas de Blogger usan el mismo utilizamos el nuestro personalizado.



Si bien este no puede ser el elemento más determinante, tal vez sí lo sea el que se repita el logo tanto en el favicon, como en la imagen de perfil del autor de Blogger, así como en las redes sociales.

5 Especialización del Sitio Web

Tal y como se indica en las <https://developers.google.com/search/docs/basics/get-on-google>, una de los pasos para que aparezca nuestra página web en Google es decirle que **nuestro sitio web trata sobre un tema especializado** (por ejemplo disponer de street view o aparecer en Google News).

Así, decirle a Google que somos un sitio especializado, **nos situará en el ranking de búsqueda con mejor posición, ya que cuando los usuarios podrán encontrar en nuestra página un contenido exclusivo que no podrán encontrar en otro sitio.**

Cabe decir que tras valorar opciones como generar un perfil de empresa finalmente no las hemos utilizado, por tener que dar información personal real. En consecuencia no hemos añadido un streetview artificial sobre el interior de nuestra tienda, que estamos seguro que nos habría posicionado en el número 1 del ranking.

5.1 Google News

Le decimos a Google News que estamos interesados en que publique nuestro contenido en las noticias, ya que al ser un blog de tendencias, escribimos sobre actualidad.

Para ello, hemos usado la herramienta que ofrece Google ([Centro de editores](#)) para compartir dicho contenido en Google Noticias. Como es lógico, una vez hemos hecho las solicitudes Google debe valorarlas y no podemos asegurarnos de que finalmente aparezcan en el feed o no.

5.1.1 Resultado

Aunque hemos intentado hasta en un par de ocasiones que alguno de nuestros posts apareciese en esta sección, no lo hemos conseguido debido a los altos controles de Google para esta sección, lo cual es algo bueno en términos de credibilidad de la plataforma.

6 Optimización adicional para el Ranking

En esta sección, hablaremos sobre diferentes observaciones a las que hemos llegado tras ir siguiendo el ranking de búsquedas, además las técnicas adicionales utilizadas.

6.1 Referencias externas

Aunque es uno de los principios básicos para que Google pueda encontrar e indexar tu página web desde los inicios con Pagerank, de primeras no teníamos ningún sitio web que pueda referenciar a nuestra página web.

Inicialmente disponíamos de la referencia de la web inicial en Wordpress [sabailadoministiku.wordpress.com](#) que reutilizamos, como mencionábamos al principio. Sin embargo esta web no llegó a ser finalmente indexada por Google.

En segunda instancia, optamos por crearnos diferentes cuentas en las principales redes sociales para poder hacer referencias a nuestra web. Esto se detalla en el apartado de redes sociales.

Es por ello que acordamos con otras dos parejas de estudiantes referenciarnos mutuamente las páginas web de forma que todos nos beneficiemos del intercambio de referencias, ya que ambas disponían de términos relacionados.

Dichas referencias se pueden encontrar en la entrada "Muchas Sabailas pero pocas Doministiku." <https://www.sabailadoministiku.es/2022/04/muchas-sabailas-pero-pocas-doministiku.html>

Sabaila Doministiku en la Web.

Recientemente hemos podido ver **muchas entradas,artículos y reviews escribiendo sobre este tema**. Por ejemplo en esta página web:

<https://sites.google.com/view/sabaila-doministiku#h.d12g33o7sf03>

Donde explican que dicho expresión fue pronunciada por [Julio César](#) durante su conquista de [La Galia](#). En el mismo artículo se comenta que Britney Spears ya usaba dicha expresión en sus conciertos.



Webs de Compañeros

También podemos ver una colección de términos aquí:

<https://sites.google.com/view/sabaila-doministiku-> Donde nos dan definiciones de uso de ambas palabras. ¡Muy práctico!

En dicha entrada mencionamos la webs: <https://sites.google.com/view/sabaila-doministiku#h.d12g33o7sf03> de nuestros compañeros Marcos y Alberto, y la web <https://sites.google.com/view/sabaila-doministiku-> de nuestros compañeros Carmen e Iker.

Además, en dicha entrada, ponemos referencias a sitios webs conocidos, como Wikipedia o el diccionario online Deia, que apuntan a las definiciones de Sabaila y Doministiku respectivamente. Esto es

porque entendemos que nuestro sitio web es de muy reciente creación, y Google no es el algoritmo de Pagerank: no perdemos un pagerank que nos penalice en el ranking, ya que hay muchos otros factores que se tienen en cuenta.

También podemos ver la referencia a los términos por separado en Wikipedia:

Podemos ver que si bien los términos "Sabaila" y "Doministiku" tienen su origen en el euskeru. Según Wikipedia, Sabaila es una región de Nepal:

https://en.wikipedia.org/wiki/Sabaila,_Nepal



El término doministiku en cambio se puede encontrar en cualquier diccionario:

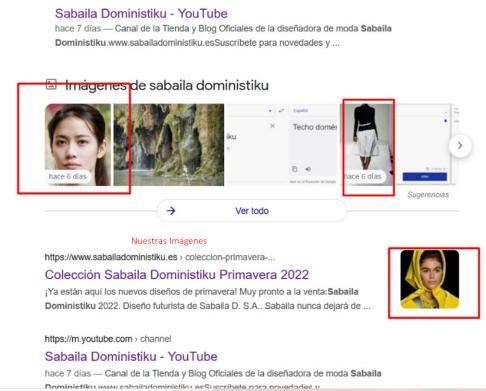
diccionario



O en wikipedia: doministiku en Wikipedia

6.2 Contenido Multimedia

El hecho de haber utilizado muchas imágenes en nuestro blog, así como crear un vídeo en el canal de Youtube ha sido por una razón: **Google no solo busca ofrecer URL's, si no también contenido visual que intercale los resultados para mejorar la experiencia de búsqueda.** Nosotros nos hemos aprovechado de ello. Vemos cómo 3 de nuestras imágenes aparecen en la primera página de búsqueda:



Así como 2 entradas y referencias a nuestro canal de Youtube con nuestro vídeo:



Todas ellas referenciando nuestra página web, ya sea en la descripción del vídeo o con el texto alternativo de las imágenes que están alojadas en nuestro sitio web.

6.3 Imágenes de Caras

Hemos detectado que Google indexa mejor o le da mayor **importancia a las imágenes que muestran caras de personas.** Prueba de ello la encontramos cuando realizamos la búsqueda de "Sabaila

Doministiku” puesto que de todas las imágenes que hemos añadido (y que también aparecen en Google Imágenes), las mejor situadas son en general las que contienen una cara.

A modo de ejemplo, añadimos una captura de las caras que aparecen en nuestra web:

Sabaila Doministik - YouTube
hace 7 días — Canal de la Tienda y Blog Oficiales de la diseñadora de moda **Sabaila Doministik** www.sabailadoministik.es Suscríbete para novedades y ...



<https://www.sabailadoministik.es> › colección-primavera-...
Colección Sabaila Doministik Primavera 2022
¡Ya están aquí los nuevos diseños de primavera! Muy pronto a la venta: **Sabaila Doministik** 2022. Diseño futurista de Sabaila D. S.A.. Sabaila nunca dejará de ...



<https://m.youtube.com> › channel
Sabaila Doministik - YouTube
hace 7 días — Canal de la Tienda y Blog Oficiales de la diseñadora de moda **Sabaila**

Cabe destacar que la primera imagen ha sido generada con inteligencia artificial y la segunda es un recorte de una modelo famosa.

7 Contenido

7.1 Temática y cantidad de Contenido

Con respecto al contenido de nuestra página web, comenzamos con un clara temática hacia tendencias de moda. Si bien es cierto que luego hemos cambiado en parte nuestro enfoque hacia diversas tendencias o noticias sobre la ”famosa” modista Sabaila Doministik, hemos estado **bastante activos generando contenido con nuestros posts** y ello ha ayudado a que Google nos valore positivamente.

Hemos escrito un total de 8 entradas en nuestro blog. Todas ellas con un texto con sentido relacionado con el título y con la aportación de imágenes de calidad para complementarlo. Así como 2 páginas, esto es, 2 entradas adicionales cuyo acceso está siempre disponible en la barra de navegación superior de la página web.

7.2 Keywords Relevantes

Además, dos de los posts han estado relacionados con los resultados que obtenemos si buscamos cada uno de los dos términos por separado. Es decir, hemos generado contenido con las keywords que aparecían al buscar las palabras de manera independiente en los primeros resultados.

Si buscamos Sabaila, podemos ver que existe un pueblo en Nepal con el mismo nombre, por lo que hemos añadido un post que incluye palabras relacionadas con ello. Por otro lado, al buscar Doministik aparecen varias acepciones del euskera, por lo que otro post de nuestra página web ha estado relacionado con sus significados y temas relaciones como lo son el Euskera o el País Vasco. Además, con esta última entrada estamos utilizando términos que ya han conseguido indexar nuestros compañeros con la combinación de ambas palabras por lo que sabemos que añadirlos nosotros también tendrá una repercusión positiva en el ranking de nuestra web.

7.3 Actividad en los comentarios desde diferentes IP's

Finalmente, otra gran aportación que nos ha ayudado a ascender en el ranking ha sido los comentarios y respuestas que hemos tenido en nuestras entradas al blog. Para ello, hemos simulado comentarios positivos de personas reales textbfdesde diferentes IPs de diferentes países con el uso de una VPN en muchas de nuestras entradas. **Así primero buscábamos las palabras en google y luego buscábamos nuestro sitio web, clickando sobre él e interaccionando sobre el blog.** Ya que entendemos que Google le da poca importancia a las interacciones desde la misma IP que la del administrador del sitio web. Además, **una rápida contestación** por parte del usuario de nuestra página web ha permitido que existan conversaciones en los comentarios de nuestros posts y ello ha contribuido a una mejor valoración de nuestra web, ya que es una de las recomendaciones que hace Google para poder situarnos en los resultados principales.

País	↓ Clics	Impresiones	CTR	Posición
España	27	137	19,7 %	6,2
Japón	3	7	42,9 %	3,3
Canadá	1	5	20 %	1,8
La India	0	13	0 %	1,5
Eslovaquia	0	1	0 %	3
Países Bajos	0	1	0 %	5

NOTA: La generación de comentarios desde la VPN ha sido de manera residual, nunca de forma masiva(por debajo de 20 comentarios) de modo que no se nos penalice como contenido basura o spam.

8 Redes Sociales

Hoy en día cualquier empresa/entidad dispone de un sitio web adaptable a diferentes dispositivos, pero también de cuentas en redes sociales que referencian dicha página web, en la que informan de novedades y consiguen mejorar la presencia entre la gente. Es muy probable que Google tenga en cuenta la presencia de estos perfiles para el posicionamiento web. Por ello, abrimos cuentas paralelas en diversas redes de forma que nos refencien a nuestro sitio web.

8.1 Twitter

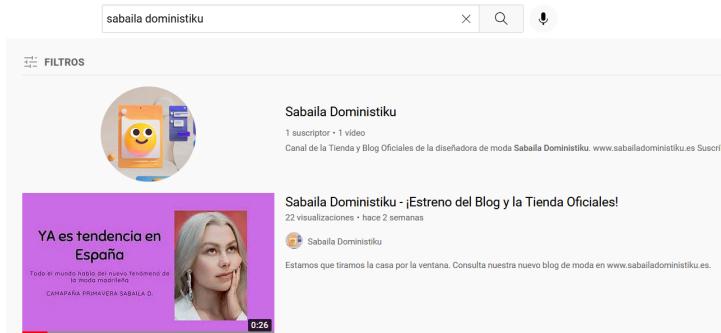
Creamos la cuenta <https://twitter.com/SabailaD>, donde periódicamente publicamos contenido, y alguno referenciando a la web. De este modo crecemos progresivamente en seguidores y publicaciones, para promover el indexado más rapido de la web y su posible subida en el raking.

8.2 Instagram

Creamos la cuenta https://www.instagram.com/sabaila_doministiku/, del mismo modo que con Twitter. Donde periódicamente publicamos contenido, y alguno referenciando a la web. De este modo crecemos progresivamente en seguidores y publicaciones, para promover el indexado más rapido de la web y su posible subida en el raking.

8.3 Youtube

Creamos un canal de Youtube asociado al blog: [Canal de Youtube](#). Dado que Youtube pertenece a la plataforma, muy probable Google tendrá en cuenta la existencia de dicho canal a la hora de darle credibilidad a una web, y por tanto posicionarla en su ranking.



En él hemos creado un **vídeo con texto que referencia al blog dentro del vídeo**. Ya que Google analiza los vídeos con reconocimiento de texto en busca de datos para su recomendador interno, creemos que puede ser otro punto a favor que tal vez tenga en cuenta a la hora de crea una especie de perfil consistente global que le haga ver que somos una entidad con contenido y redes sociales, y así esa credibilidad le tenga en cuenta para el ranking.

Además en la descripción del canal incluimos información de contacto, que entre otras, se encuentra la referencia a nuestra web.

8.4 Linkedin

Dado que Google favorece las imágenes de caras, consideramos que era una buena opción crear un perfil de Linkedin de "Sabaila Doministiku" en el que apareciera un link a nuestra web. El perfil de la red suele ser una cara recortada y además en general los perfiles en Linkedin suelen rankearse bastante alto en Google, ya que suelen corresponderse a descripciones de personas con información bastante relevante. Y sabemos que la relevancia es una métrica que Google siempre tiende a maximizar.

9 Métricas

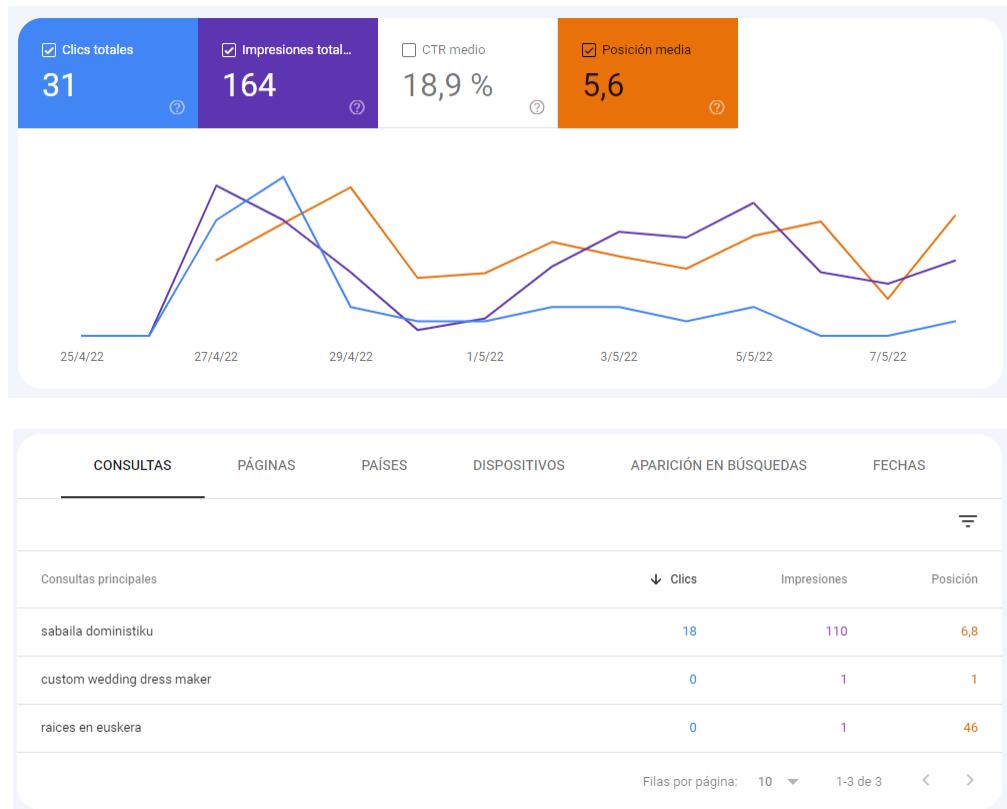
Por último, queríamos destacar algunas de las métricas que más nos han ayudado dentro de la herramienta que ofrece Google para gestionar nuestra web: Search Console.

Para que dicho servicio que ofrece el buscador opere con normalidad, nuestra página web debe estar debidamente indexada y una vez pasados unos días, Search Console comenzará a recopilar datos de nuestra web. Las métricas que más hemos utilizado pueden ser resumidas en dos:

9.1 Rendimiento

Como es de suponer una de las primeras medidas que toma el buscador una vez ha indexado nuestra página es el número de clics totales que ha recibido por parte de los usuarios. Además, calcula también las impresiones totales (las cuales incluyen las veces que los usuarios han visto nuestro enlace) y la posición media de nuestra URL cada vez que se muestra en los resultados de búsqueda.

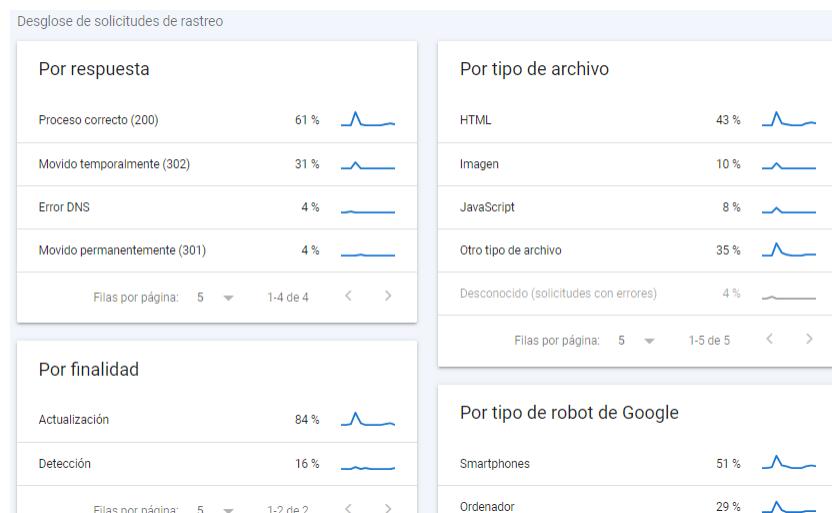
Asimismo, podemos revisar las consultas que hace la gente que nos busca, los posts dentro del blog más visitados e incluso los países y dispositivos que usan nuestros usuarios. Todo esto, y su constante actualización, puede ayudarnos a elegir los siguientes temas de nuestros posts o a cómo orientar nuestra web en el futuro.



9.2 Estadísticas de rastreo

En este caso, Google nos ofrece un desglose de las solicitudes de rastreo que ha generado para indexar y actualizar nuestra página web. Esto incluye medidas como el estado del host, las respuestas a dichas solicitudes o el tipo de robot que más nos encuentra.

Todas estas medidas pueden ayudarnos a identificar y corregir los posibles errores que puedan tener los robots rastreadores del buscador.



Por ejemplo, vemos como nuestra página web es mucho más rastreada por el robot de smartphones que el de ordenadores.

10 Conclusiones

Hemos visto como disponer de un dominio .es no nos ha situado más alto en el ranking que otros compañeros, de hecho ni siquiera ha sido uno de los factores más relevantes para posicionarnos en la primera página de Google.

Hemos observado como el contenido multimedia tiene un gran peso a la hora de hacer SEO. Esto es que se disponga de mucho contenido visual con buena resolución: imágenes y vídeos, como que los mismos tengan texto alternativo definido en la tag html. Además hemos detectado la predisposición de Google por las imágenes que contienen únicamente recortes de caras.

Así hemos comprobado que usando Blogger como plataforma web, una de las actividades que más impacto a tenido a la hora de posicionarnos a sido el envío manual de URL's para peticionar a Google que las indexe, en vez de esperar que lo haga el sitemap de manera automática.

Otro de los factores relevantes para el posicionamiento ha sido la generación de actividad desde diferentes localizaciones geográficas(IP's) mediante comentarios y respuestas rápidas de administrador del blog(nosotros).

También hemos visto como las referencias entre páginas webs siguen jugando un papel de peso, tal y como se hacía en la primera versión de Google basada en Pagerank.

Podemos ver las entradas que finalmente pudimos indexar:

Páginas principales	↓ Clics	Impresiones
https://www.saballadoministiku.es/p/coleccion-primavera-2022.html	13	86
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/muchas-saballas-pero-pocas-doministiku.html	8	131
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/quien-era-saballa-doministiku.html?showComment=1651156577970	3	35
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/who-is-saballa-doministiku-latest-in.html	3	31
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/saballa-doministiku-tienda-oficial-abre.html	2	57
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/complementos-de-saballa-doministiku.html	2	38
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/quien-era-saballa-doministiku.html	2	31
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/sus-raices-en-euskadi.html	1	34
https://www.saballadoministiku.es/2022/04/no-olvides-visitar-el-instagram-oficial.html	0	92
https://www.saballadoministiku.es/p/canal-de-youtube.html	0	24
http://www.saballadoministiku.es/	0	13

10.1 Búsquedas en otros buscadores

Al mismo tiempo, también nos ha surgido la curiosidad de si nos habrían otros buscadores y en caso de que así sea, qué características han valorado mejor a la hora de indexarnos.

Por ello, tras realizar la misma búsqueda de los dos términos en otros buscadores como Bing, Yahoo o Yandex, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Ni en Bing ni en Yahoo ha sido indexada nuestra página web.
- Concretamente en Yandex, sí hemos sido indexados y incluso aparecemos como primer resultado.
- Nuestras redes sociales (twitter, instagram, youtube o linkedin) sí aparecen en los tres buscadores y por lo visto todas ellas han sido muy bien ranqueadas.
- Principalmente, nuestra cuenta de Twitter ha sido la mejor valorada y aparece como 1^a, 1^a y 2^a en Bing, Yahoo y Yandex respectivamente). Incluso en el buscador de Microsoft hemos obtenido un espacio resaltado con nuestro twitter.

sabaila doministiku

7.720 Resultados Fecha ▾

Sabaila Doministiku, **fashion designer**, is a feminist and a champion of women's rights in the arts, music and music culture. Her award-winning award-winning work has highlighted the power of art and feminism in her life and beyond. Read more here. ...

Sabaila Doministiku (@SabailaD) / Twitter
twitter.com/SabailaD

Sabaila Doministiku (@SabailaD) / Twitter
https://twitter.com/SabailaD ▾
15/3/2022 · Sabaila Doministiku, fashion designer, is a feminist and a champion of women's rights in the arts, music and music culture. Her award-winning award-winning work has ...

Sabaila doministiku
https://sabaila-doministiku.blogspot.com ▾
1/3/2022 · Sabaila doministiku significa "Techo estornudo". Observamos que el traductor especializado de Elia.eus nos da un significado más parecido al real, pero no obstante incorrect...

Sabaila Doministiku de Shuai Liu – la explicación INE: Bloc de notas