
Buenas prácticas en construcción web para facilitar la medición

ADL - Equipo analitica digital

Overview

Evitar el cambio de dominios y su importancia.

Realizar cambios de URLs durante todas las pantallas.

Buenas prácticas en HTML para medición.

Evitar el cambio de dominios y uso de iframes

- Si bien Google Analytics nos ofrece una solución para el seguimiento de diferentes dominios, la mejor práctica es mantener un mismo dominio durante todo el proceso y evitar saltos de dominios que permitan brechas de seguridad o impidan el seguimiento de la navegación.

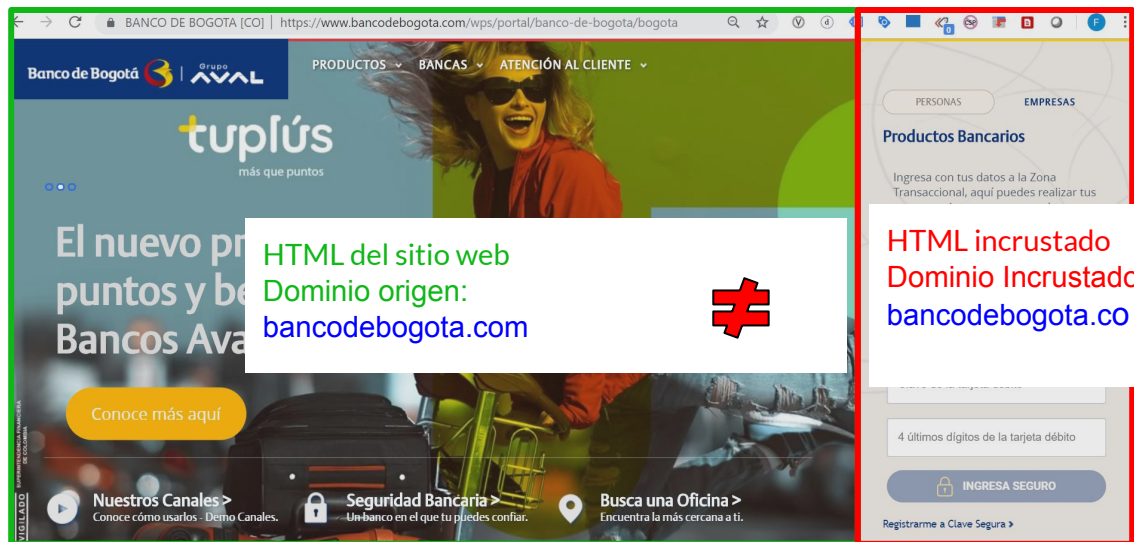
www.thirdpartywebsite.com




Reports for
thirdpartywebsite.com

Evitar el cambio de dominios y uso de iframes

- Una etiqueta iframe nos permite incrustar un sitio web dentro de otro, sin embargo interrumpe totalmente nuestro objetivo de medición, ya que al ser un HTML externo es totalmente independiente de nuestro HTML original. En el siguiente ejemplo se muestra como una mala práctica de uso de iframes afecta el ciclo de vida de la sesión.




`<iframe id="iframe"
src="https://virtual.bancodebogota.co/#/loginwe
b" frameborder="0" allowfullscreen=""
min-height="600px"></iframe>`

Cambios de Path durante navegación del usuario

Grafico 1

<https://pb-dev-popular.avaldigitallabs.com/inducccion>



Grafico 2

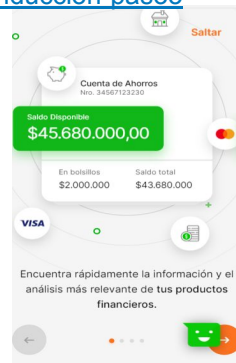
<https://pb-dev-popular.avaldigitallabs.com/inducccion-paso1>



<https://pb-dev-popular.avaldigitallabs.com/inducccion-paso2>



<https://pb-dev-popular.avaldigitallabs.com/inducccion-paso3>

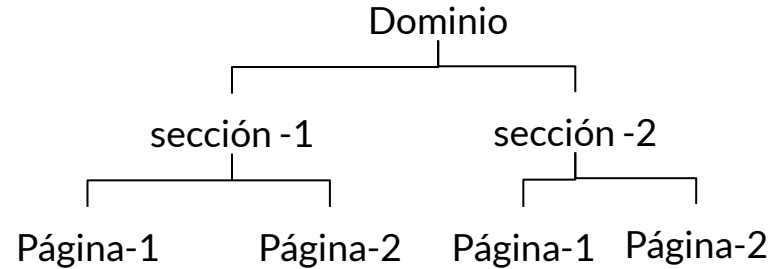
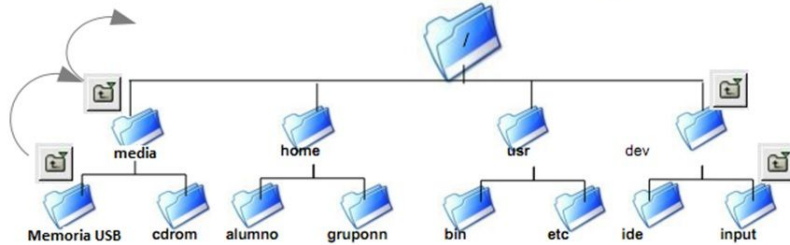


- **Gráfico 1:** se muestra una URL fija de introducción durante todo el proceso lo que nos impide saber si en algún punto se abandonó la inducción.
- **Gráfico 2:** se muestra un cambios de URL durante cada uno de los pasos de Inducción permitiéndonos analizar en qué punto abandona el usuario la inducción.

- Se recomienda mantener una estructura jerárquica en los path, Esto ayuda a mantener el orden de las URLs, facilita la el seguimiento de objetivos y nos ayuda a comparar segmentos con la misma estructura.

En resumen la estructura debe ser similar a un sistemas de carpetas de computador, de forma anidada y se expande de derecha a izquierda con cada nuevo nodo.

Árbol de directorios de un disco duro con sistema operativo Linux



Dominio/sección_1/página-1
Vs
Dominio/sección-1/página-2

Dominio/sección-1/página-1
Vs
Dominio/sección-2/página-1

Buenas prácticas en HTML para medición.

- Evitar el encapsulamiento de textos en etiquetas para agregar estilos a los textos



```
<a id="newbp-pti-tc-btn-solicita-tarjeta" href="#solicitar-credito" class="btn-apple-green btn-form"
onclick="return false"> == $0
  <span>Solicita tu Tarjeta</span>
</a>
```

- Incluir Clases & Ids en todos los elementos con los que el usuario pueda tener una interacción de selección o clic.



```
<input _ngcontent-c4 aria-label="Boton atras" class="btn-atras" id=
"tarjeta_credito_atras-parte2-button-prestaya" name="back" type="button" value=
"Volver"> == $0
```

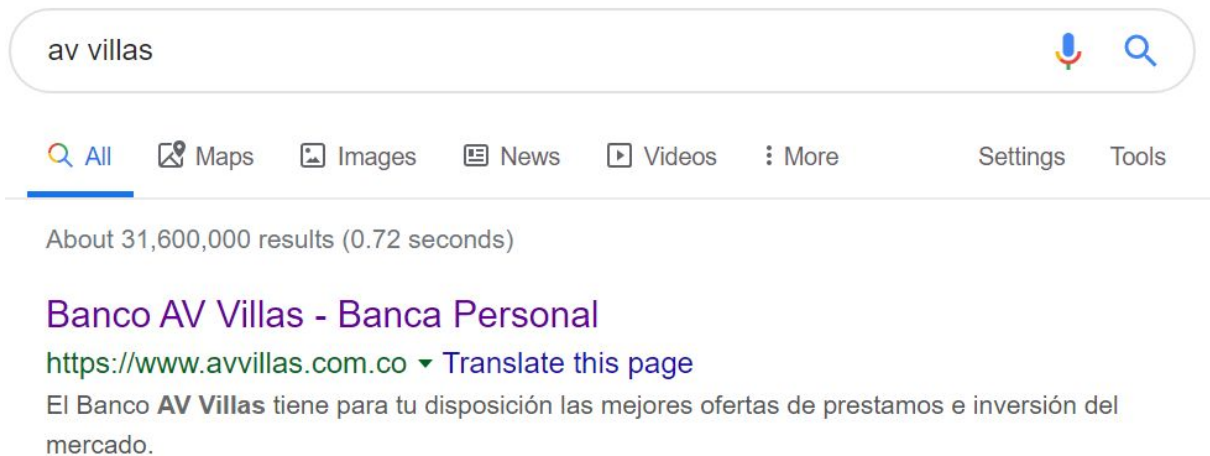
- Evitar repetir de manera constante los mismos IDs en diferentes elementos de HTML con el fin de evitar posibles disparos de etiquetas con elementos no corresponde.

Keywords y meta descriptions

- Agregar description y keywords para optimizar las búsquedas orgánicas del sitio

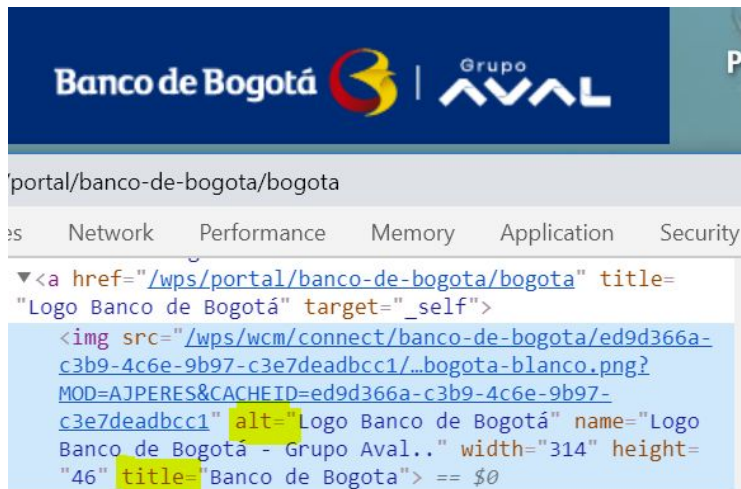
```
<meta name="description" content="El Banco AV Villas tiene para tu disposición las mejores ofertas de prestamos e inversión del mercado">
```

```
<meta name="keywords" content="AV Villas, Cuenta, ahorros, rentabilidad, intereses, inversion, prestamos, ahorro e inversion, inversion, creditos, rapido, facil, productos, tarjetas, banco, beneficios">
```



Imágenes web

- Añadir títulos a las imágenes “title” y texto alternativo “alt”
Estos atributos ayudan a los robots de búsqueda a indexar mejor los sitios



Jerarquía de la información

- Utilizar encabezados con las etiquetas h1, h2, h3, h4, h5, h6 Organizando los títulos de cada sección respecto a la jerarquía del contenido

H1 Título

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim

H2 Título

veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

H3 Título

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolor

H4 Título

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolor

```
▼<div class="container">
  <h1>Título 1</h1>
  ▼<p>
    "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing el
    incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim a
  </p>
  <h2>Título 2</h2>
  ▼<p>
    "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing el
    incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim a
  </p>
  <h3>Título 3</h3>
  ▼<p>
    "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing el
    incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim a
  </p>
  <h4>Título 4</h4>
  ▼<p>
    "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing el
    incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim a
  </p>
```

Search Console Google

Google Search Console (anteriormente conocido como **Google Webmaster Tools**) es un servicio gratuito para webmasters de Google que permite a los creadores de páginas web comprobar el estado de la indexación de sus sitios en internet por el buscador y optimizar su visibilidad. También, es una herramienta en la cual se puede hacer modificaciones para mejorar el aspecto de la página web.

El servicio dispone de herramientas que permiten a los webmasters:

- Enviar y comprobar un mapa del sitio (sitemap).
- Comprobar y ajustar la frecuencia de indexación, y ver con qué frecuencia Googlebot visita un sitio determinado.
- Producir y comprobar un archivo robots.txt.
- Enumerar los enlaces de páginas internas y externas a ese sitio.
- Ver qué palabras clave en las búsquedas de Google han llevado a ese sitio, y la tasa de clic en las palabras de esa lista.
- Ver estadísticas sobre cómo google indexa el sitio, y los errores que haya podido encontrar.

Además, es posible enlazar esta herramienta de Google con Google Analytics para medir de mejor manera y unificada, las estadísticas del sitio web.

SiteMap & Robots

- **SiteMap:** El protocolo Sitemaps permite a un webmaster informar a los motores de búsqueda sobre las URL en un sitio web que están disponibles para el rastreo. Un mapa del sitio es un archivo XML que enumera las URL de un sitio. Permite a los webmasters incluir información adicional sobre cada URL: cuándo se actualizó por última vez, con qué frecuencia cambia y cuán importante es en relación con otras URL en el sitio.
- **Robots.txt:** El estándar de exclusión de robots , también conocido como protocolo de exclusión de robots o simplemente robots.txt , es un estándar utilizado por los sitios web para comunicarse con los rastreadores web y otros robots web . El estándar especifica cómo informar al robot web sobre qué áreas del sitio web no deben procesarse ni escanearse. Muy importante si el sitio está indexando páginas que no deseamos.

Link Building

- Google cuenta con una guía de buenas prácticas para mejorar la calidad de la indexación de los sitios: [Search Quality Rater Guidelines](#).
- Estas guías son de vital importancia para el concepto experto, autorizado y confiable que permite a los motores de búsqueda evaluar a los sitios y ver si tienen un nivel alto o bajo en estos indicadores y reportar un índice de mayor o menor calidad del sitio.
- Uno de los indicadores principales para esta medición son los enlaces (de calidad) que apuntan a nuestro sitio web, esto junto a un alto tráfico y buenas prácticas de redacción y elementos técnicos nos pueden mejorar nuestro posicionamiento. (Productos nuevos pueden beneficiarse de la antigüedad y alto tráfico de los sitios bancarios mediante enlaces, esto también ayuda a mostrar resultados de pauta de Adwords) .