

FACTORES ON-PAGE Y OFF-PAGE



On page SEO

Acciones seo que podemos hacer respecto del texto y el contenido de cualquier página web.

Los motores de búsqueda utilizan parámetros para “comprender” lo que realmente una web es.

- Las etiquetas html en la página
- Seo natural de la página (Contenido)
- Black hat SEO (phohibido)

Black Hat Seo son las actividades seo de dudosa ética

- Uso de “oculto” o un texto invisible en su página (por ejemplo en el color del fondo de la pantalla)
- Evitar el uso de html tags negativos (su uso fraudulento).Spam en los metadatos.
- Una práctica a veces utilizada es insertar esta etiqueta con coordenadas x / y para poner fuera del espacio de la página el contenido visible para el usuario, pero que el motor de búsqueda encuentra.
- Crear páginas sin ruta o desenlazada del sitio web con todas las palabras clave con las que te quieras posicionar.
- Keyword stuffing: Esta práctica consiste en repetir incansablemente las palabras clave a lo largo del texto de una página. La saturación de estos términos puede llevar a los buscadores a penalizar la URL.
- Evite el contenido duplicado. Crear un sitio web, con contenidos sobre un tema determinado y, a continuación repetir el contenido una y otra vez en múltiples sitios web.
- Cloaking: mostrar al robot de los buscadores una página distinta a la que se muestra a los visitantes.



Off page seo

- **El Off Page SEO es todo lo que desde fuera de tu página puedes hacer para mejorar tu posicionamiento.**
- Desde que apareció el algoritmo de ordenación Pagerank , los sitios web no sólo ganan importancia por sus propios contenidos y desarrollo, sino que entran en juego los enlaces externos que puedes conseguir a tu sitio.
- Los links son el factor más importante de los factores off page.
- Los enlaces son la señal externa más importante para aumentar el ranking de un sitio Web.
- Para conseguir posicionar un sitio web es importante que la cantidad de enlaces sea alta y de calidad.

LINK BUILDING. Construcción de enlaces

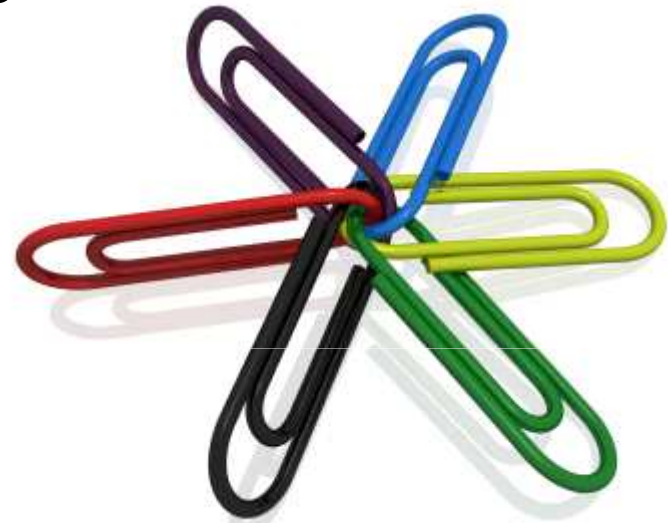
- Adquisición de enlaces

- ✓ Alta en buscadores,
- ✓ Directorios...
- ✓ Intercambio de enlaces
- ✓ Interactuar en la red

- Linkbating

- Redes Sociales (SMO)

- Geoposicionamiento



OPTIMIZACION DE UN SITIO WEB ON PAGE



Tu dominio

El dominio de una web es un lugar en el que podemos incorporar palabras clave. No siempre será factible pero si lo es usarlo!

*No pienses solo en el posicionamiento, tus dominios deben ser fáciles de recordar para los usuarios de la web

www.miempresa.com

www.miempresa-juguetes.com

Territorialidad

La geoposición de un dominio, si la información de un dominio está enfocada a un país en concreto, este dominio aparecerá mejor posicionado en la edición local de ese buscador.

Si el contenido de un dominio está enfocada a España, lo mejor es usar un dominio .ES

La cabecera de cada página es lo primero que leen los robots de búsqueda y que van a decidir la estructura de la página y su configuración, por lo que es muy importante dedicarle una gran atención.

El código HTML de una cabecera debe ser similar a éste:

```
1.  <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.1//EN"
    "http://www.w3.org/TR/xhtml11/DTD/xhtml11.dtd">
2.  <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3.      <head>
4.          <title>Título del Sitio Web</title>
5.          <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
            charset=UTF-8" />
6.          <meta name="description" content="Explicación de lo que vamos a
            encontrar en la página web..." />
7.          <meta name="keywords" content="algunas palabras, palabras clave,
            contenidos importantes" />
8.          <link rel="stylesheet" href="style.css" type="text/css"
            media="screen" />
9.          <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="feed"
            href="feed.xml" />
10.     </head>
11.     [...]
12. </html>
```


Indica los títulos de las páginas utilizando las etiquetas **title**

Una etiqueta title indica tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda el tema sobre el que trata una página. La etiqueta <title> debe colocarse dentro de la etiqueta <head> en el documento HTML (1). Lo ideal sería crear un título único para cada página del sitio.

El contenido de la etiqueta title se muestra en los resultados de búsqueda

```
<html>
<head>
<title>Los Cromos de béisbol de Brandon - Compra cromos, Noticias, Precios</title>
<meta name="description" content="Los cromos de béisbol de Brandon tiene a la venta una amplia selección de cromos de béisbol clásicos y modernos. Además ofrecemos noticias diarias de béisbol y sus eventos">
</head>
<body>
```

Lo ideal es que cada una de tus páginas tenga una etiqueta title única, que ayude a Google a distinguir esa página del resto de páginas de tu sitio

Usa títulos descriptivos breves,
Si el título es demasiado largo, Google mostrará tan solo una parte del mismo en el resultado de búsqueda

El contenido de la etiqueta title aparece en la primera línea de los resultados

[eBay España: Compraventa segunda mano, Subastas y Anuncios ...](#)

[compraventa.ebay.es/](#)

eBay es el mayor mercado de segunda mano, anuncios, compraventa y subastas de España. Puedes comprar y vender todo tipo de artículos al mejor precio.

[eBay clásico](#) - [eBay anuncios](#) - [Motor](#) - [Anuncios de segunda mano](#)

Esto puede ayudar a los usuarios a reconocer si la página es relevante para su búsqueda .

Utiliza la metaetiqueta `description`

```
<html>
<head>
<title>Los Cromos de béisbol de Brandon - Compra cromos, Noticias, Precios</title>
<meta name="description" content="Los cromos de béisbol de Brandon tiene a la venta una
amplia selección de cromos de béisbol clásicos y modernos. Además ofrecemos noticias di-
arias de béisbol y sus eventos">
</head>
<body>
```

La metaetiqueta `description` de una página proporciona a Google y a otros motores de búsqueda un resumen sobre la página

El título de una página contiene unas pocas palabras, la metaetiqueta `description` podría contener un par de frases o incluso un párrafo corto.



[eBay España: **Compraventa segunda mano**, Subastas y Anuncios ...
compraventa.ebay.es/](#)

eBay es el mayor mercado de **segunda mano**, anuncios, **compraventa** y subastas de España. Puedes comprar y vender todo tipo de artículos al mejor precio.

Las palabras que aparecen en el fragmento están en negrita si coinciden con la consulta del usuario.

Esto da pistas al usuario para saber si el contenido de la página coincide con lo que busca .

Utiliza descripciones únicas para cada página

Tener una metaetiqueta diferente para cada página ayuda tanto a los usuarios como a Google, especialmente en búsquedas en las que los usuarios pueden obtener varias páginas de tu dominio

La metaetiqueta keywords

`<meta name="keywords" content="palabras clave">`

En la línea del **META Keywords** pondrás una relación de **4 a 6 grupos de palabras separados** por comas, que tengan relación con el contenido de esa página. Al igual que la descripción, deberían ser únicas para esa página.

*según Google, no emplea e ignora la metaetiqueta keywords.

Pero entonces por que páginas como youtube la siguen usando??



Mejora la estructura de las URL

URL sencillas sugieren el contenido de la página

Crear categorías descriptivas y nombres de archivo para los documentos de tu sitio web no sólo puede ayudar a mantener tu sitio web mejor organizado, **sino que también podría facilitar el rastreo de tus documentos a los motores de búsqueda**

<https://www.google.com/analytics/web/?pli=1#crbuilder//a32795128w59901731p61226194/>

URL de este tipo pueden ser confusas. Sería difícil para los usuarios repetir la URL de memoria o enlazarla, o pueden pensar que parte de ella no hace falta.

Si la URL contiene palabras relevantes, se proporciona a los usuarios y a los motores de búsqueda información adicional sobre la página más allá del que daría un ID de sesión o un nombre de parámetro.

<http://www.marca.com/2012/07/21/motor/formula1/>

Mejora la estructura de las URL

Las URL se muestran en los resultados de búsqueda

La URL de documento se muestra como parte de un resultado de búsqueda en Google, después del título del documento y del fragmento descriptivo

Crea Url amigables

Las palabras en una URL resultan más atractivas para los usuarios que opciones como :

“www.miweb.com/articulo/102125/”



Ofrece contenido y servicios de calidad

Crear contenido interesante y útil será probablemente lo que más influya en tu sitio web de todos los factores.

Si tienes buen contenido los usuarios de tu web es probable que deseen compartirlo con otros usuarios, a través de una entrada en un blog, redes sociales, correo electrónico, foros u otros medios.

Piensa en las palabras que un usuario podría utilizar en la búsqueda para encontrar tu contenido (Adwords)

Escribe textos de fácil lectura

Evita incorporar texto en formato imagen cuando quieras que ese texto forme parte del contenido, ya que los usuarios podrían querer copiar y pegar el texto, y además los motores de búsqueda no pueden leerlo



Crea contenido único y original

El contenido nuevo no sólo hará que los usuarios que ya tienes vuelvan a tu sitio web, sino que además atraerá nuevas visitas.

Cada página de un sitio es una potencial página de aterrizaje para los usuarios provenientes de los buscadores. Por ello es esencial que cada página tenga las palabras claves más relevantes para esa página y que no las obviemos.

Es muy habitual querer que la página inicial de nuestro sitio consiga atraer el 100% del tráfico del sitio, pero es mucho mejor distribuir la recepción de tráfico entre varias páginas o categorías que tengan una temática más específica.

Densidad de contenidos

La densidad se refiere a la cantidad de veces que se repite una palabra cada 100 palabras. Es aconsejable mantener un ratio de 2%-3%.

Las etiquetas

En general conocidos como *tags*, lo que hacen es agrupar información de un mismo tema, agrupar contenidos.

Al agrupar muchos contenidos de un mismo tema consiguen que esos enlaces internos hagan importantes a esas páginas de etiquetas, algo que puede ayudar a posicionarse por palabras genéricas.



Añade un mapa del sitio HTML al sitio web y usa un archivo sitemap XML

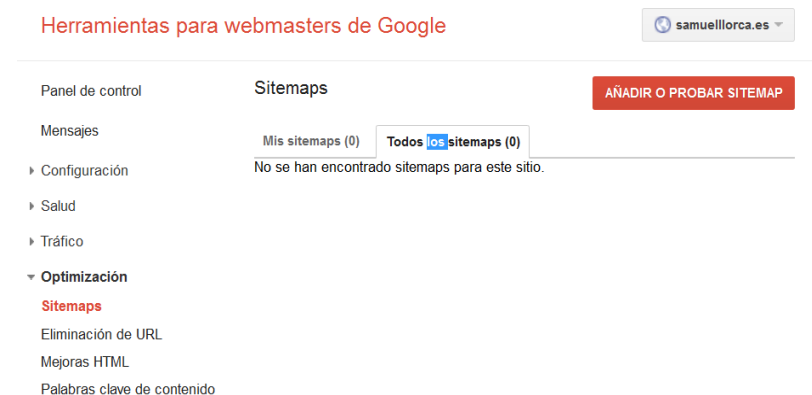
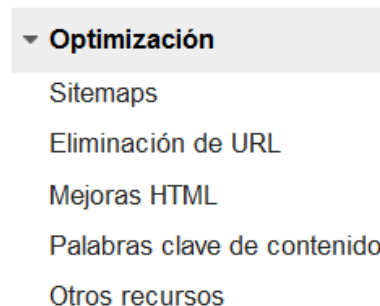
Un sencillo mapa del sitio con enlaces al resto de páginas o al menos a las más importantes (si tienes cientos o miles de ellas), puede ser muy útil. Crear un archivo sitemap XML de tu sitio web ayudará a asegurarse de que los motores de búsqueda encuentran las páginas de tu sitio web.

Evita:

- que tu mapa del sitio HTML se quede obsoleto con enlaces rotos
- crear un mapa del sitio HTML que simplemente sea un listado de páginas sin organización, estructúralas por tema

Haz tu Sitio rastreable

Herramientas
para webmaster



Escribe textos ancla de calidad

El texto ancla es aquel texto en el que podemos hacer clic y que los usuarios ven como un enlace. Este está ubicado en la etiqueta ****.

Este texto indica a los usuarios y a Google algo sobre la página a la que se enlaza.

** Esto es el Texto ancla **

Tenemos que procurar que tanto los enlaces internos como los externos tengan un texto ancla identificativo, que facilite tanto a los usuarios como a Google entender de qué va la página a la que estás enlazando

Enlaces internos: que enlacen a otras páginas de tu sitio web

Enlaces externos: que te lleven a contenido en otras páginas web

Escribe textos ancla de calidad

Intenta evitar escribir texto ancla genérico como “página”, “artículo” o “haz clic aquí”

Redactar textos cortos y descriptivos, con varias palabras o una frase corta, nada de textos largos.

Dale formato a los enlaces para que sean más fáciles de ver.

Facilita a los usuarios la distinción del texto normal y el texto ancla de los enlaces.

Tu contenido será menos útil si los usuarios no encuentran los enlaces o hacen clic por error.

Optimización de contenido visual

Para los robots de los buscadores lo mas importante de los sitios web es el texto (ya que es lo que mejor pueden entender)

Con lo cual los sitios ricos en texto serán mas fácilmente posicionables que los que su contenido sea principalmente visual.

Así que tendremos que ayudarnos de técnicas que nos ayudaran en esa tarea de posicionamiento de contenido visual.



Optimiza el uso de las imágenes

Todas las imágenes deben tener un nombre de archivo definido y un atributo “alt”,

Utiliza el atributo “alt” para ofrecer información sobre las imágenes

El atributo “alt” te permite especificar texto que puede aparecer en vez de la imagen, si ésta no puede mostrarse por la razón que sea

Si usamos una imagen como enlace, el texto en “alt” será tratado de forma similar a un texto ancla de un texto de enlace.

Usa nombres de archivo y texto en “alt” breves pero descriptivos

Evitar usar nombres genéricos como “imagen1.jpg”, “pic.gif” o “1.jpg” cuando sea posible ni escribir nombres de archivos muy largos

```

```

En lugar de tener archivos de imágenes guardados en diferentes directorios y subdirectorios de tu dominio, **reagrupar tus imágenes en un solo directorio** **[www.midominio/imagenes/](#)**
Esto simplifica la ruta de tus imágenes.

Usa archivos que estén ampliamente aceptados JPEG, GIF, PNG y BMP.



Flash

Con las animaciones en Flash podemos conseguir resultados sorprendentes, pero ... no es un buen contenido desde el punto de vista del posicionamiento.



Indicaciones desde el punto de vista del posicionamiento:

No es adecuado crear un sitio web completamente en flash, sin ningún contenido html.

Una alternativa es crear distintas paginas e incrustar la animación Flash en ellas. Así cuando se navega se accede a paginas distintas.

Si tienes enlaces incluidos en el Flash, posiblemente el buscador no pueda seguirlos cuando explore el sitio.

En este caso lo indicado seria construir un mapa del sitio para indicarle al buscador la URL de cada pagina y así permitir su indexación.

Flash

Según el blog de Google



1. Indexa texto en archivos SWF de todo tipo.
2. Todo el texto que los usuarios pueden ver cuando interactúan.
3. El texto de los archivos Flash puede utilizarse cuando Google crea las descripciones de tu sitio web.
4. Además, las palabras que aparecen en tus archivos Flash se pueden usar para las búsquedas de Google.
5. Rastreo de las URL que aparecen en los archivos Flash (y enlaces a páginas internas de tu sitio web)
6. Contenido no textual -> KO

Utiliza las etiquetas de cabecera de forma apropiada

Utiliza las etiquetas de cabecera para dar énfasis a un texto importante

Las etiquetas de cabecera se usan para presentar la estructura de la página a los usuarios. Estas etiquetas tienen seis tamaños, comenzando con <h1>, el más importante, y terminando con <h6>, el menos importante

Las etiquetas de cabecera son un importante componente en los sitios web para atraer la atención del usuario

Texto Resaltado

Dar más importancia a algunas palabras clave o frases cortas del contenido de una página.

texto-con-mucho-énfasis-que-aparece-en-negrita

texto-con-menor-énfasis-que-aparece-en-cursiva

Haz un uso efectivo del robots.txt

Restringir a los rastreadores (bots) donde no sea necesario con el robots.txt

El archivo “robots.txt” les dice a los motores de búsqueda qué partes de tu sitio pueden rastrear.

Las páginas de tu sitio que no quieras que sean rastreadas si no van a ser útiles para los usuarios cuando las encuentren en los resultados de búsqueda deshabilítalas del rastreo de los bots.

```
User-agent: *  
Disallow: /imagenes/  
Disallow: /busqueda
```

El archivo se llamara necesariamente robots.txt y estará en el raíz de nuestro sitio

robots.txt

User-Agent

el robot al que se aplica la regla.

Disallow

las páginas que desea bloquear.

Allow

las páginas que desea indexar.

El fichero que, por defecto, debería haber en todos los dominios si no quieres aplicarles ninguna regla sería:

User-Agent: *

Con esto le indicas que todos los robots de búsqueda tienen vía libre para indexar todos los contenidos que haya en el sitio web sin excepción, siempre y cuando sean capaces de rastrearlos.

Otras maneras más de impedir que tu contenido aparezca en los resultados de búsqueda:

1. Añadir la metaetiqueta “NOINDEX”, insertar en la sección <head> de tu página:

`<meta name="robots" content="noindex">`

Para que todos los robots, excepto los de Google, indexen una página determinada de su sitio:

`<meta name="googlebot" content="noindex">`

2. usar .htaccess para proteger directorios con contraseña
3. usar las Herramientas para webmasters de Google para quitar contenido que ya ha sido rastreado.
4. O solicitar la eliminacion a Google:
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=es&answer=164734&from=61062&rd=1>

Combatar los comentarios spam con “nofollow”

rel=“nofollow” para los enlaces ...

` Comentario spam `

... le dice a Google que algunos enlaces de tu sitio no deben seguirse ni pasar la reputación de tu sitio a las páginas con las que enlazas.

Si tu sitio tiene un blog con los comentarios públicos activados, los enlaces de esos comentarios pueden pasar tu credibilidad a páginas con las que no te sentirías cómodo enlazando tú mismo.

enlazar a sitios que Google considera spam puede afectar a la reputación de tu sitio.

Soluciones:

- **CAPTCHA**
- **moderación de comentarios**
- **Bloquee las páginas de comentarios mediante robots.txt o metaetiquetas**

Velocidad de acceso al sitio.

Google quiere hacer de la web un lugar más rápido, tanto es así que ha declarado que los sitios que cargan más rápido estarán por encima de los sitios más lentos.

A parte de la depuración del código, es muy importante tener en cuenta el servidor en el que alojamos nuestro sitio web, o sea, el hosting, ya que muchas veces es realmente el culpable de la lentitud.



OPTIMIZACION DE UN SITIO WEB off page

ESTRATEGIAS DE ENLACES:
LINKBUILDING-LINKBATING



Un sitio web suele conseguir enlaces de forma natural, sobretodo si tiene contenidos interesantes, pero no suele ser suficiente y has de dedicar tiempo y esfuerzo a conseguir otros enlaces que tengan utilidad para los lectores de tu sitio.



Factores que hay que tener en cuenta sobre estos enlaces

- Los enlaces han de “parecer” lo más naturales posibles. De esta forma si pides a alguien que ponga un enlace en otro sitio, no utilices las mismas palabras sino que hay que ir variándolas para que los enlaces no parezcan forzados y por tanto no sean considerados fraudulentos.
- Una forma de conseguir calidad en los enlaces es que las páginas de origen tenga alguna relación con la temática de tu sitio, contenidos similares y relacionados(complementarios).
- Intentar buscar sitios web que lleven mucho tiempo online. Se priorizan los sitios web antiguos frente a los nuevos, sobretodo si se siguen actualizando con frecuencia.

- El idioma es un detalle muy importante. Si tu sitio está en español, se recomienda que los enlaces de origen también sean de sitios en español; si está en francés, se recomienda que los enlaces también vengan de sitios en francés.
- Hay que ser progresivos al enlazar. No es normal conseguir muchos enlaces de golpe de forma continuada. Lo mejor es hacerlo poco a poco y de forma incremental. Excepciones (Link Baiting)
- Los enlaces que llevan mucho tiempo en un sitio suelen tener más valor.

Link Building



- **Link Building** : técnica cuya misión principal consiste en construir enlaces, enlaces desde otras páginas hacia la nuestra, lo cual hará que nuestra web vaya tomando relevancia y mayor número de visitas, se vea mas en Internet.

Conseguir enlaces externos es el principal factor
“off the page” a cuidar.

- Cada uno de esos enlaces a nuestra web puntúa de cierta forma de cara a los buscadores, teniendo en cuenta que no todos los enlaces puntúan igual.

Los buscadores premian el **contenido de calidad**.

- Si el buscador ve que una página web con importancia nos enlaza, asumirá que el contenido en nuestra web tiene también cierta importancia.
- Si conseguimos muchos enlaces entrantes, los buscadores asumen que esto se debe a la calidad del contenido ofrecido en nuestra web.
- Cuando incluimos un enlace a otro sitio web, estamos transfiriendo PageRank de nuestra web. Es como si votáramos a dicha web con la puntuación que tiene la nuestra.
- Ese PageRank de la página web se divide entre el número de enlaces de la página.

Enlaces que penalizan

No todos los enlaces se valoran por igual. Si tienen el atributo nofollow no nos aportaran nada de cara al posicionamiento. Incluso hay enlaces que nos pueden penalizar (Google los entiende como enlaces ficticios o fraudulentos). Cuando tenemos enlaces de sitios penalizados, nuestro sitio web también puede serlo

<http://www.analyzebacklinks.com/>

El **linkbuilding** es un trabajo que requiere paciencia y perseverancia si se quieren obtener buenos resultados a largo plazo.

Consideraciones a tener en cuenta en el **Link Building**

- **El Link Building no consiste en hacer SPAM.**
- **Es recomendable no usar sistemas de creación automática de enlaces.**

En algun momento concreto podemos ayudarnos de programas que nos ayuden a conseguir enlaces de manera automática.

Advertencia!! La creación de miles de enlaces automáticos en un corto periodo puede ser penalizada por los buscadores.

- **Tener una buena web ayuda ya que conseguiremos enlaces de forma natural.**

Hay que esforzarse en que nuestro sitio sea de calidad, que ofrezca algo que haga **que los demás quieran enlazarlo.**

- **La importancia del Anchor Text.**

El **texto que aparece en el enlace**

`Esto es el Anchor Text`

le dice a los buscadores **qué es lo que van a encontrar** en la página a la que lleva el enlace.

- **Atributo NoFollow.**

indica a los buscadores que **no deben seguir el enlace**



Técnicas básicas de Link Building

Envío a directorios web.

Consiste en enviar nuestro enlace a páginas que se dedican a almacenar y organizar por categorías enlaces a otras web. Estas páginas se conocen como **directorios de enlaces** y suelen ser de carácter gratuito, aunque algunas pueden pedirnos un enlace recíproco.

<http://www.dmoz.org>

<http://bitacoras.com/>

<http://dir.yahoo.com/>

Solo teneis que buscar un poco y encontrar los apropiados para vuestra página



Intercambio de enlaces.

Consiste en intercambiar enlaces con otras webs de **cierta relevancia y relacionadas** con la nuestra, intentando que traten temáticas similares a la nuestra.

Esto a veces es complejo, ya que puede entrar en medio el concepto de competencia, ¿intercambios con sitios que aporten contenidos complementarios?

No excederse, de 5 a 10 es un buen número.



Compra de enlaces.

Consiste en comprar enlaces hacia nuestra web en sitios con cierta autoridad. Cuidado con estas practicas que no gustan a Google, podemos ser **penalizados** además de habernos gastado dinero. El interés de estos enlaces es que estén como mínimo 6 meses, tiempo suficiente para que haga efecto, y eso lo mediremos no solo en posicionamiento sino también en visitas

Interactuar en la red.

Foros, blogs, webs, etc. son una buena forma de conseguir enlaces a nuestra web de forma rápida y fácil. Eso si, teniendo cuidado de no hacer **SPAM** e interactuando, no simplemente dejando el enlace en la web sin aportar nada.

SMO - Social Media Optimization

Promoción en redes sociales. Le dedicaremos un punto especial.

Geoposicionamiento

Google Places, Facebook Places, Foursquare, Gowalla, etc

Link Baiting.

Consiste en llenar nuestra web de contenido relevante y de calidad para que este sea enlazado de manera natural.

El objetivo principal es **conseguir muchos enlaces entrantes a nuestra web en poco tiempo (2 o 3 días)**.

Esta es una técnica difícil de implementar ya que necesitamos encontrar **contenido interesante**, como noticias en primicia, escribir reseñas de productos, entrevistas a gente importante, manuales sobre un nuevo producto o servicio web, ser el primer en investigar algo, etc. Aunque muchas veces se conseguirá de manera “involuntaria” mediante un contenido, imagen o video que se convierta en viral.



Una posible hoja de ruta ...

Darse de alta en **directorios temáticos**.

Hay miles de directorios en la red, pero lo mejor es buscar aquellos de temática similar a la nuestra, ya que estos enlaces tienen **más peso cara al posicionamiento web** que enlaces en directorios donde no hay distinción en las entradas.

Dejar **comentarios de valor** en blogs de temática afín.

Los comentarios se indexan en Google. Si nos dejan publicar enlaces es importante poner nuestra web.

No sólo es importante tener un enlace, sino también las palabras clave del **texto del enlace**.

Escribir en blogs del sector que estén **bien posicionados**.

El **PageRank** de Google no sólo se calcula por la cantidad de enlaces a tu web, sino también por la **calidad de los enlaces**.

La mayoría de blogs estarán encantados de publicar artículos tuyos que **aporten valor** a sus seguidores, por lo que es una **estrategia muy sólida** para conseguir enlaces de calidad a tu sitio web.

Crear **vídeos interesantes** y compartirlos en nuestra web.

Un buen vídeo puede ser una excelente campaña de **marketing viral** con la que consigamos muchos enlaces. (Promociones, videotutoriales ...).

Crear **infografías originales**.

Las infografías son una herramienta excelente para el **linkbaiting**.

Participar en **foros populares** aportando valor a la conversación.

Ayudar a otros usuarios con problemas que planteen en el foro y que nosotros sepamos solucionar. Nos posicionara como expertos y nos ayuda a conseguir enlaces a nuestra web.

Ofrecer un espacio de **intercambio de enlaces**.

Ser selectivo con las webs que enlazamos. A poder ser que la web ofrezca contenidos serios y sea de **temática similar**.

Escribir **artículos de valor**.

Google favorece el posicionamiento de aquellos sitios web que se actualizan con regularidad.

Si escribes un muy buen artículo, conseguirás enlaces al mismo.

La **mejor estrategia** es publicar un artículo de valor **de manera regular**, te ayudará a posicionarte como experto y conseguir enlaces de calidad

Participar de manera activa en las **redes sociales**.

Las redes sociales son un excelente medio para darse a conocer y conseguir enlaces de valor.

Por ejemplo, LinkedIn tiene **grupos abiertos**, cuyos contenidos se indexan en Google. Si participas de manera activa, no sólo te darás a conocer, sino que en el caso de ofrecer contenidos de calidad, conseguirás más enlaces entrantes.

Elige tus redes sociales y participa en ellas de manera regular.

Y recuerda

Procurar aumentar el número de enlaces entrantes con una frecuencia normal, es decir, no llamativa.

Tampoco olvidéis el Marketing off line: tarjetas de visita, sobres, cabecera de cartas, envoltorios de artículos a la venta, etc.

Herramientas

<http://www.cuwhois.com/index.php>

Página muy completa que te analiza una web, y nos ofrece la posibilidad de usar una amplia gama de herramientas de todo tipo para SEO.



¿Qué dominio deseas analizar?

http://

Enviar

Herramientas Seo y posicionamiento en buscadores

Puntuación SEO de webs y aplicaciones online para webmasters y bloggers

Herramientas de ranking web

-- Menú directo --



[Pagerank](#)

Averigua el Pagerank Google de un dominio.



[Alexa rank](#)

Comprueba el ranking mundial de una web según el TOP de Alexa.



[Compete rank](#)

Lo mismo que Alexa Rank pero gestionado por la empresa Compete.



[PageHeat Rank](#)

Un tercer ranking mundial.

Síguenos a través de



[Feed RSS](#)

Novedades en tu lector de feeds



[Twitter](#)

Novedades en tu Twitter