



Noticias Internacionales

ANÁLISIS DEL SITIO DE INTERNET

<http://diplomaticweek.org/>

INTRODUCCIÓN.

El análisis de una página web es importante para comprobar los puntos que pueden estar afectando su rendimiento. Al solucionar problemas de carga, seguridad, SEO y muchos más, tu web puede convertirse en una herramienta de ventas, branding o difusión aún más poderosa.

Tener un sitio web es mucho más que poner las páginas en línea. Si lo que se quiere es generar resultados para tu empresa, fundación u organismo, se deben realizar optimizaciones de forma constante.

Por lo tanto, el proceso de análisis de páginas web es fundamental en el Marketing Digital, principalmente.

También tiene importancia el posicionamiento de la marca de empresa u otra organización, solo a modo de difusión y promoción, si la intención del sitio web no es el de comercializar contenidos y publicidades.

La intención del análisis del sitio web es hacer un diagnóstico sobre el rendimiento de las páginas y las oportunidades de optimización.

Por lo tanto, al solucionar problemas, es posible mejorar la experiencia del usuario, ganar posiciones en los buscadores, atraer más visitantes y aumentar las conversiones (visitas).

ANÁLISIS WEB.

Se realizó un proceso de auditoría de desempeño con el objetivo de identificar, monitorear y corregir los puntos de atención que impactan en su óptimo funcionamiento.

Con este proceso, se pueden extraer más resultados del sitio web, de acuerdo con los objetivos propuestos.

Si un sitio web se utiliza solo para publicar información diversa, es importante saber que se está desperdiciando una poderosa herramienta de marketing digital.

Un sitio web puede atraer a una multitud de visitantes potenciales, convertir visitantes en leads, generar ventas o relaciones directas e incluso fortalecer la imagen de marca.

Pero un sitio web no hace todo esto solo. Una vez que tus páginas estén activas, debes mantener una optimización constante para lograr estos resultados.

Por lo tanto, el análisis del sitio web es el punto de partida para verificar el desempeño de la web en relación a varios puntos que impactan en la usabilidad, el tráfico y las conversiones. Con un diagnóstico de análisis, se pueden solucionar problemas y mejorar el rendimiento del sitio.

La velocidad de carga, la compatibilidad con dispositivos móviles y los problemas de trazabilidad son algunos de esos puntos que pueden necesitar mejoras.

Un sitio web puede ser una herramienta de ventas, generación de leads, fidelización de clientes, participación de los visitantes y fortalecimiento de la marca.

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.

El análisis web busca puntos para mejorar su diseño y usabilidad. Los problemas en estas áreas obstaculizan su rendimiento porque le restan valor a la calidad de la experiencia del usuario.

El retraso en la carga, la falta de protocolos de seguridad o la dificultad para encontrar información, por ejemplo, son fallas que pueden hacer que el usuario abandone el sitio.

Por lo tanto, identificar y corregir estos problemas a través del análisis del sitio web significa mejorar la experiencia del usuario.

De esta forma, se gana la confianza, satisfacción y “engagement” de los visitantes.

GENERACIÓN DE CONVERSIONES.

Al mejorar la experiencia del usuario, los análisis de sitios web también tienden a generar más conversiones. Después de todo, sin obstáculos y dificultades para lograr lo que desea, el visitante puede realizar la conversión que la marca propone.

Además, si el usuario se siente cómodo, orientado y seguro en el sitio web, tiene más confianza en la marca, lo cual es un factor determinante.

El análisis del sitio web se ocupa de centrarse en la conversión a través del diseño y la redacción de textos publicitarios (en caso de ser comercializable).

La intención también es encontrar oportunidades para mejorar la capacidad de persuasión de las páginas, lo que genera más ventas (si es comercial) y conversiones de clientes o lectores potenciales.

MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES.

El análisis web incluye la identificación de problemas de rastreo, indexación y clasificación en Google, principalmente; puede realizarse sobre otros buscadores, pero siempre se toma como referencia el mencionado, por ser el más utilizado y servir de fuentes de búsqueda a otros motores..

Por lo tanto, los factores de SEO (técnicos, en la página y fuera de la página) entran en el análisis, con la intención de mejorar la optimización del sitio y obtener clasificaciones en los motores de búsqueda.

Estar en las mejores posiciones de las SERPs significa obtener las visualizaciones y los clics de la mayoría de los usuarios de Google, que generalmente no van más allá de la primera página para encontrar lo que buscan.

Por lo tanto, ganar posiciones en Google significa impulsar el tráfico orgánico de tu sitio web y atraer leads (visitas orgánicas reales).

MEJORAR EL RENDIMIENTO DE LOS ANUNCIOS.

No sería aplicable para este caso, pero realizar un análisis web también ayuda a generar más visitantes y conversiones a través del tráfico pago.

Esto se debe a que las plataformas de publicidad web como Google Ads consideran la calidad de la página de destino de los anuncios para calificar una campaña.

Entonces, cuando la página de destino ofrece una buena experiencia de usuario, la campaña tiende a tener un mejor rendimiento en ventas y menores costos para el anunciante.

Y el análisis del sitio web señala las mejoras que es posible realizar.

Para el caso de una web no comercial, es importante aumentar el rendimiento de las publicaciones y su difusión.

VELOCIDAD DEL SITIO.

La velocidad de carga de un sitio web es fundamental para su rendimiento. Si una página tarda unos segundos más de lo necesario en cargarse, es posible que el visitante desista, cierre la página o, peor aún, vaya a la competencia.

Por otro lado, si se carga más rápido, las tasas de conversión aumentan: según un estudio de Google, 1 segundo menos significa un 27% más de conversiones.

La carga lenta también puede hacer que el sitio web pierda posiciones. Desde 2010, la velocidad es uno de los factores de clasificación de Google.

Por lo tanto, identificar y corregir problemas de carga con análisis web también es una medida de SEO.

El retraso en la carga se debe al tamaño de las imágenes, el uso excesivo de “plugins” en WordPress, códigos innecesarios en la programación del sitio, problemas con el servidor, entre muchos otros factores.

Las herramientas de análisis de sitios web a menudo proporcionan un diagnóstico con tiempo de carga (o una puntuación de velocidad) y recomendaciones de optimización de estos factores.

COMPATIBILIDAD CON DISPOSITIVOS MÓVILES.

La compatibilidad con dispositivos móviles es también uno de los principales factores para el buen rendimiento de un sitio web.

Los usuarios móviles ya son la mayoría del tráfico en muchos sitios web.

Por lo tanto, se debe ofrecer la mejor experiencia a estos visitantes en tu sitio web.

Cuando esto sucede, el sitio puede aumentar sus conversiones, mejorar la satisfacción del usuario móvil y ganar posiciones en Google.

Además de la velocidad, la compatibilidad con dispositivos móviles también es uno de los factores de clasificación de Google.

Mejorar la compatibilidad ayuda en el SEO móvil es un aspecto fundamental.

Para tener un sitio web optimizado para dispositivos móviles, se puede usar un diseño responsivo, crear una versión para dispositivos móviles (m.example.com), aplicar un servidor dinámico (la misma URL para dispositivos móviles y computadoras de escritorio, pero diferentes HTML y CSS) o usar páginas AMP (Accelerated Mobile Pages).

El sitio web debe ofrecer la mejor experiencia de usuario para dispositivos móviles.

Esto significa ver imágenes, leer textos, hacer clic en enlaces y botones y hacer lo que quiera sin obstáculos ni retrasos.

Un análisis del sitio web debe evaluar todos estos puntos que impactan en la experiencia “mobile”.

SEGURIDAD DE LA WEB.

Proporcionar una navegación segura es esencial para el rendimiento del sitio.

Cuando el usuario se siente inseguro para navegar e ingresar sus datos, puede optar por no interactuar durante la visita sin realizar las conversiones que se desean, o esperan.

Además, si el sitio web es víctima de ataques y malware, los datos que contiene, y el de los visitantes, pueden ser robados.

Por lo tanto, el análisis de un sitio web también debe apuntar a la seguridad.

Una herramienta de análisis puede identificar si el sitio web tiene un certificado SSL válido y si utiliza el protocolo HTTPS en lugar de HTTP.

Estos factores demuestran que el sitio es seguro y que los usuarios pueden proporcionar su información sin correr ningún riesgo.

Además, desde 2014, también son factores de clasificación para Google.

PROBLEMAS SEO.

El análisis de sitios web también puede realizar una auditoría SEO completa. En este caso, el análisis busca mapear todos los posibles errores en la optimización del sitio web que están afectando su indexación o buen posicionamiento en los buscadores.

La velocidad, la compatibilidad móvil y la seguridad son factores de clasificación, pero una auditoría completa abarca muchos otros problemas.

La auditoría SEO puede buscar problemas y oportunidades en la estructura del sitio (SEO técnico), en las páginas (SEO On Page) o incluso en las relaciones con otros sitios (SEO Off Page).

- SEO técnico: páginas no rastreadas, errores 4XX y 5XX, archivo robots.txt faltante o con errores, archivo sitemap.xml faltante o con errores, páginas Flash, archivos JavaScript y CSS no comprimidos, y más.
- SEO On Page: enlaces internos, contenido repetido o duplicado, meta descripción vacía o repetida, etiqueta de título vacía o repetida, imágenes rotas, imágenes sin atributo alt, entre otros.
- SEO Off Page: backlinks de sitios dudosos, contenidos de baja calidad, bajo puntaje de autoridad, anchor texts inconsistentes, entre otros.

CONTENIDOS.

El análisis de contenidos puede formar parte de la auditoría de SEO, ya que influye directamente en la indexación de páginas por parte de Google.

Pero también afecta la experiencia del usuario, la participación de los visitantes y las conversiones.

El análisis del sitio web centrado en el contenido debe considerar la información que el sitio web ofrece al visitante, en los formatos más diversos: texto, imágenes, videos, infografías, etc.

La intención es entender si el contenido ayuda a conseguir los objetivos de la marca y si ofrece lo que busca el visitante, además de encontrar oportunidades de mejora.

A continuación, se muestran algunos puntos a los que debes prestarle atención:

- redacción (copywriting);
- escaneabilidad;

- arquitectura web;
- contenidos de baja calidad (páginas dañinas);
- frecuencia adecuada de palabras clave;
- ubicación de palabras clave;
- usar variaciones de palabras clave.
- diseño

El análisis web también debe tener en cuenta el diseño, que es crucial para la experiencia del usuario.

El visitante debe poder interactuar fácilmente con las páginas y realizar las conversiones que la empresa u organización desea,, además de tener una buena impresión de la marca y capturar su identidad.

El diseño — a través de las áreas de UX y UI Design — juega un papel fundamental en todo esto.

Por lo tanto, el análisis del sitio web debe evaluar el poder de comunicación y persuasión del diseño, y. debes verificar:

- posicionamiento de CTAs;
- enfoque en la conversión;
- uso estratégico de colores;
- facilidad de acceso a los menús;
- uso de títulos visibles y claros;
- jerarquía de elementos de la página.
- ebook cómo mejorar el desempeño de tu sitio web

PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS.

Es necesaria la organización para que este proceso sea más ágil y eficiente.

Priorizar puntos de atención.

El análisis de un sitio web puede proporcionar una gran cantidad de información sobre las oportunidades de optimización.

A primera vista, el diagnóstico puede ser confuso. Entonces, se debe priorizar los puntos que merecen atención, según la complejidad del problema y sus objetivos.

Hay correcciones que pueden tardar más, ser muy complejas o incluso requerir la contratación de profesionales especializados.

Por otro lado, pueden tener poco impacto en el tráfico, las conversiones y la experiencia del usuario. Entonces, tal vez la mejora mencionada pueda ser para un proceso posterior.

Si el objetivo es aumentar el tráfico, hay que priorizar las correcciones que más contribuyan a ello. En este caso, una mejora de diseño, por ejemplo, puede dejarse para otro momento.

Lista de verificación para solucionar problemas.

Para organizar los puntos de mejora, se puede crear una lista de verificación. De esta manera, es posible ver fácilmente qué mejoras deben realizarse y cuáles ya se han implantado.

Esto ayudará a administrar el proceso de revisión del sitio, además de ser una referencia para la próxima vez que esto suceda.

Monitorear los impactos de las correcciones.

Una vez que se hayan realizado las correcciones, es importante controlar el impacto que tienen en las métricas del sitio y los indicadores clave de rendimiento.

En los informes de Google Analytics, es posible anotar el día en que se realizaron las correcciones para controlar si contribuyeron al aumento de visitas, conversiones y posiciones en Google. De esta manera, también es factible medir la efectividad del proceso de revisión del sitio web.

Utilizar herramientas de análisis de sitios web.

Finalmente, es importante contar con la ayuda de una herramienta de análisis de sitios web para completar todo este proceso.

Estas herramientas analizan los puntos críticos para la experiencia del usuario y realizan un diagnóstico, generalmente con una puntuación, que brinda recomendaciones de mejoras para optimizar el rendimiento del sitio.

Es posible utilizar herramientas como PageSpeed Insights, Test My Site, Mobile-Friendly Test o Auditoría SEO SEMrush.



Noticias Internacionales

ANÁLISIS TÉCNICO Y RESULTADOS

<http://diplomaticweek.org/>

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.

El diseño del sitio web es sencillo, típico de un portal de noticias que -según se cree- es lo que se pretende para la edición online de “Diplomatic Week”.

La velocidad de carga de la página principal del sitio web es correcta, por el momento. Inicialmente, se observó poco orden en la “landing page” (página principal), debido principalmente a la desigualdad de las dimensiones en las imágenes.

Realizando las pruebas correspondientes y estableciendo un estándar de tamaño de las fotografías ilustrativas de las noticias, las cuales se mencionarán en el apartado técnico, se notó un pequeño desorden en la distribución de las noticias producido por diferencias de líneas en la descripción del titular, el cual es un error típico de la plantilla utilizada y se puede corregir desde las opciones y/o desde el código fuente HTML y CSS.

Esta corrección mejorará la visualización de la página principal del sitio web. Este inconveniente, también se observa en las páginas secundarias (las accedidas desde el menú principal).

La tipografía es correcta, moderna, y se adapta bien al diseño; pero, al acceder a una opción del menú principal, las plantillas utilizadas difieren en el tipo de caracteres. Este, sería otro punto a corregir. En la medida de las posibilidades de la plantilla utilizada, sería agradable aplicar efectos interactivos sobre las imágenes (funciones “onmouseover” y “onmouseleave”).

La carga de contenidos (o entradas) debería ser estandarizada ya que resulta complejo el ordenamiento de los bloques. Esto sería solucionado con la creación de una plantilla predefinida.

Técnica de imágenes.

Tamaño: 1024 pixels x 768 pixels.

Resolución: 92 dpi.

Modo de color: RGB.

Formato de archivo: JPG.

Estas sugerencias tanto para imágenes publicadas en entrada, como en la opción de “Imagen Destacada”, la cual es la que se publica como fotografía de presentación en el mosaico de la página principal de la web, como en las secundarias.

GENERACIÓN DE CONVERSIONES (VISITAS).

De acuerdo al análisis externo realizado con “Semrush”, el sitio web de “Diplomatic Week” ha recibido 3 (tres) visitas en los últimos 30 (treinta) días.

Esto es producto de la no indexación de la página por parte de los motores de búsqueda de Internet (buscadores) debido al faltante de instrucciones clave en el archivo index.html para “indicar” que el sitio de “Diplomatic Week”, como sus contenidos, sean reconocidos y almacenados por los buscadores.

Para incrementar las visitas reales, inicialmente es necesaria la aplicación de un código HTML en el archivo index.html de WordPress para la inclusión periódica y automática de los contenidos en los buscadores de Internet, y una difusión intensiva en redes sociales, principalmente Facebook.

También, mejorar la inclusión de palabras clave en las noticias publicadas, ampliando la cantidad de las mismas, la cual es limitada por el momento.

Al no tener derechos de Administrador, quien suscribe, no pudo avanzar – al menos parcialmente - en la realización de las modificaciones correspondientes para aumentar la aparición en buscadores y, consecuentemente, la cantidad de visitas reales a la web de “Diplomatic Week”.

Tampoco se posee acceso a las redes sociales, principalmente en Facebook, para “pegar” los enlaces de las noticias en modo “post” de esa red social y favorecer el ingreso a la web desde allí.

Código sugerido a insertar en index.html.

Dentro de la etiqueta “HEAD” del archivo index.html del sitio web, como de sus páginas secundarias, sería adecuado agregar el siguiente código HTML:

```
<title>Diplomatic Week | Noticias internacionales</title>

<meta charset="utf-8"/>

<meta name="description" content="Periódico digital de noticias internacionales para todo el mundo"/>

<meta name="keywords" content="noticias, internacionales, países, continentes, america, europa, asia, africa, oceania, organismos, estados, tecnología, educación, sociedad, medicina, salud, bienestar, actualidad, empleos, instantáneas"/>

<meta name="author" content="Diplomatic Week | Fundación Pro Humanae Vitae" />

<meta name="copyright" content="Diplomatic Week | Fundación Pro Humanae Vitae" />

<meta name="robots" content="index,follow"/>

<meta http-equiv="cache-control" content="no-cache"/>

<meta http-equiv="expires" content="0"/>

<meta http-equiv="refresh" content="10; url=http://diplomaticweek.org/" />
```

La inclusión del código anteriormente sugerido debe realizarlo un Administrador del sitio web; sugiero que el agregado se realice por etapas, observando si existen cambios en las páginas.

Hay que tener cierta precaución al respecto por ser una plantilla predefinida pero no se estiman, en teoría, la aparición de errores.

PLUGIN OFICIAL DE WORDPRESS | GENERADOR DE PALABRAS CLAVE.

https://drive.google.com/file/d/1Mhd1q2tf9IO2bKNZMOKXLn9dmgEorME8/view?usp=share_link

Se sugiere la descarga e instalación por parte del Administrador del sitio web del Plugin oficial de WordPress para generación automática de palabras clave en las entradas ingresadas.

La instalación se realiza como cualquier otro adicional o herramienta de WordPress.

PLUGIN DE STATCOUNTER.

https://drive.google.com/file/d/1v1Rv4svEnphSXf-Yq0elxBHChN9O-xig/view?usp=share_link

A efectos de tener control sobre las visitas y otros indicadores, se sugiere la descarga e instalación por parte del Administrador del sitio web del Plugin de StatCounter, generador de estadísticas gratuito que enviará semanalmente al correo electrónico público del sitio web, un informe detallado de diferentes datos de interés para la evaluación y presuntas mejoras al sitio web de “Diplomatic Week”.

Instrucciones de instalación:

https://drive.google.com/file/d/1PDpeNkM1nrVAhic--d04taqlHxJ4Ru1Q/view?usp=share_link

MEJORAR EL RENDIMIENTO DE LOS ANUNCIOS. No disponible / no aplica.

COMPATIBILIDAD CON DISPOSITIVOS MÓVILES.

Probado desde 3 (tres) dispositivos móviles. Correcta.

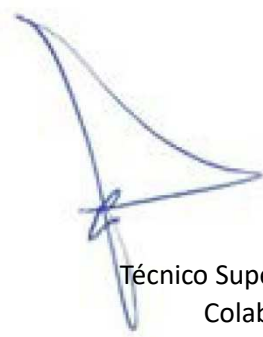
SEGURIDAD DE LA WEB.

No es segura. Definida por el proveedor del hosting.

PROBLEMAS SEO.

No resuelto por no poseer acceso de Administrador. Se adjunta documentación técnica al final del presente.

CONTENIDOS. No disponible / no aplica.



Julián Marcelo Zappia
Técnico Superior en Análisis de Sistemas
Colaborador de Diplomatic Week



Noticias Internacionales

DOCUMENTACIÓN DE AUDITORÍA

<http://diplomaticweek.org/>