SEO

**Longtail keywords:** es una palabra clave más compuesta, más larga. Una frase.

Estas palabras traen de bajo a mediano tráfico, pero a su vez la competencia será baja o mediana.

Ejemplo: crear una aplicación en Java sin saber programar.

Características:

* Relativas a la información. Ej: cómo usar un smartphone.
* Relativas a transacciones. Ej: comprar tarjeta gráfica.
* Generales. Ej: página de wordpress ecommerce. Si le agregas alguna otra palabra puede convertirse en información o de transacción. Ej: cómo hacer una página de wordpress ecommerce.

**Palabra clave amplia:**

Palabra muy genérica, la buscan todos, no sirve. Ejemplo: Facebook.

**Herramientas de SEO:**

1. **Spyfu.com:** mejor herramienta amigable con el usuario para encontrar competidores. También ves palabras claves donde dice “organic keywords”.
2. **Alexa.com:** mejor herramienta para encontrar el ranking global de un sitio. Poner donde dice “browse top sites”.
3. **Similarweb.com:** busca competidores similares con sus palabras claves. También se ve por Ranking. ES LA MEJOR PARA EL PROFE.

**Encontrar palabras claves orgánicas:**

Utilizando Ubbersuggest. Si la dificultad de búsqueda (SD) es menor a 40, la competencia es baja.

Hay que elegir 5 palabras claves de cada competidor.

En Spyfu buscar palabras claves con ranking difficult menor a 30, con búsquedas mensuales mayor a 5000.

**Validar palabras claves con Google Trends:**

Sirve para comprar palabras claves encontradas y ver cuál es mejor para su utilización.

También podés transformar palabras claves en longtail, buscar en el apartado “consultas relacionadas: en aumento”.

**Google keyword planner:**

Se utiliza para buscar palabras claves.

Ingresar la página de tu competidor, y filtrar por competitividad baja si recién comienzas un negocio.

Necesitamos palabras claves con:

* Competitividad = baja.
* Búsquedas máximas al mes >= 1000.

Si descargo las palabras claves dejar solamente las columnas “min search volumen”, “max search volumen”, “competition” y “competition (index value)”.

Darle un formato de tabla en Excel.

Si repito este proceso con 5-10 sitios voy a obtener alrededor de 100 y 200 palabras claves de baja competitividad.

NO OLVIDAR DE VALIDAR PALABRAS CLAVES CON GOOGLE TRENDS

**Convertir palabras claves genéricas en palabras claves longtail:**

**Ubbersugest:** ingresar la palabra clave y ver que la SEO DIFFICULTY sea <35, validarla en Google trends y guardarla.

Luego ir al menú de la izquierda donde dice “keywords ideas” y activamos la opción de filtros. Seleccionamos 1000 en “search volumen” y en “SEO difficulty” <35.

**Keyword tool:** nos sirve para encontrar palabras claves relacionadas.

**SEOBook:** se necesita crear una cuenta gratuita para utilizarla. Luego vamos al menú Tools>keyword tool, e ingresamos la palabra clave.

**Semrush:** la versión gratuita tiene lçimite de búsqueda de palabras claves.

**¿Qué son los H tags?:**

Son una manera de categorizar los encabezados en nuestro sitio.

Etiquetas H1: suelen ser los títulos de la publicación.

Etiquetas H2: los encabezados. Utilizarlo cada 150-200 palabras.

**Meta descripción:**

Agregarla desde yoast. Descripción breve del artículo.

**¿Por qué el primer resultado de búsqueda no sigue los patrones de los demás resultados?**

Visibilidad del dominio: es una métrica que se toma de distintas fuentes para calcular que tan visible es un sitio web en los resultados orgánicos de un motor de búsqueda.

Utilizar la página web searchmetrics

**Impacto del volumen de búsqueda del nombre del dominio:**

Cuantas veces es buscada la página por mes.

**EMD y PMD:**

**EMD:** Exact match domain (dominio con coincidencia exacta).

Por ejemplo, si buscas en Google “marketing”, marketing.com sería el EMD.

Un EMD puede ser una sola palabra: “seguros” -> seguros.com

O también una frase: “arreglo de carros” -> arreglodecarros.com

**PMD:** Partial match domain (dominio con coincidencia parcial)

Palabra clave: “pagar” -> **pagar**detodo.com

**HTTPS:**

Es un http seguro. Necesitas un certificado SSL.

Tiene funciones de proteger datos, seguridad, y es crítico para el posicionamiento en los resultados de búsqueda, ya que Google tiene presente que las transacciones en un sitio deben ser seguras, que si manejamos información delicada tiene que pasar por un portal seguro, y el https le permite a Google saber todo esto.

Google recomienda certificados de 2048bits.

Utiliza Qualys para verificar https.

**https gratis:** instalar plugin en wordpress “wordpress https” o “really simple https”.

Ventajas del https:

* Mayor confianza del usuario.
* Favorece especialmente a páginas con transacciones seguras como sitios de ecommerce.
* Protege en contra de phishing y hacks.
* Te da una ventaja en los resultados de Google.

Desventajas del https:

* Implementar https en tu sitio puede llegar a ser un proceso fastidioso.
* Se basa en certificados.
* Requiere la modificación de la estructura entera de enlaces de tu sitio.
* Requiere un servidor de hosting un poco mejor.

**Sitespeed/pagespeed:**

Es la velocidad de tu sitio y de tus páginas. Cuanto tarda en cargar.

La velocidad en el móvil es más rápida que en el ordenador debido a que el tema para la versión móvil es más liviano. La versión de móvil suele ser más minimalista y limpia que la versión de escritorio.

La velocidad del sitio también es tenida en cuenta por Google para el ranking de búsqueda.

En **PageSpeed insihgts** se proporcionan datos sobre el rendimiento real de las páginas tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, y se dan consejos para mejorarla.

**Datos de pagespeed:**

* Si tu sitio tarda 4 segundos en cargar, ya habrás perdido el 25% de usuarios.
* 47% de los consumidores esperan que una página web cargue en 2 segundos o menos.
* 40% de los visitantes abandonan un sitio que tarde más de 3 segundos en cargar.
* Un delay de 1 segundo (o 3 segundos esperando) reduce la satisfacción del cliente en un 16%.

**Fórmula para incrementar la velocidad del sitio:**

* Comprime imágenes.
* Minimiza HTML, JS, CCS.
* Agre un CDN (content delivery network) para imágenes, Js, archivos grandes, etc.
* Utiliza un tema y un servidor optimizado para pagespeed.

**Introducción a herramientas de pagespeed:**

PageSpeed insights: poner el URL de la página y veremos la velocidad de carga.

Webpagetest: se utiliza para medir velocidad también.

Pingdom: otra página para ver la velocidad (enfocarse solo en los primeros 4 cuadrados de información).

¿Qué es el first byte?

Es la respuesta del servidor una vez que accedemos al sitio. Es el tiempo tomado en el que el usuario recibe la señal.

Google recomienda 200milisegundos o menos.

**Tiempos de carga ideales:**

* En webpagetest: máximo 3 segundos de load time (document complete>load time), idealmente menos de 2 segundos.
* En pingdom speed tools: máximo 2 segundos de load time, idealmente menos de 1,5 segundos.

**CDN:**

Texto, imágenes y video a tu pc y móvil: CDN es la respuesta a uno de los mayores problemas enfrentados que es la latencia.

Latencia no es más que el retraso existente a partir del momento que solicitas cargar una página web hasta el momento que comienza a cargar tu sitio. Cuando utilizas un CDN, tu contenido estático está en el caché, y es almacenado en distintos servidores alrededor del mundo.

El contenido estático incluye CSS, JS, imágenes, etc. Cuando tu usuario visita tu sitio, el cual está alojado en tu servidor principal, la tecnología de CDN los redirige al servidor CDN más cercano a su ubicación.

El **CDN** va a reducir el espacio/distancia geográfica entre el servidor y el usuario, distribuyendo el contenido a distintos servidores alrededor del mundo, los cuales van a estar más cerca de los usuarios.

**Ventajas adicionales del CDN:**

* Mejorar tiempo de carga de las páginas.
* Administrar altas cantidades repentinas de tráfico.
* Bloquear spammers y bots negativos.
* Reduce el consume de ancho de banda de tu sitio.
* Protege a tu sitio de ataques DDOS.

**CDN PREMIUM:**

* KeyCDN.
* MaxCDN.
* Google CDN.
* Amazon AWS.
* Rackspace.

**Comprimir imágenes:**

Estoy utilizando reSmush.it

El profesor recomienda también Compress JPEG & PNG images, y EWWW Image Optimizer.

**CND gratuito:**

Instalar el plugin Jetpack by wordpress.

NO ACTIVAR LA SUGERENCIA POR DEFECTO.

En la pestaña de “seguridad” dejar todo como esta.

En la pestaña de “rendimiento/perfomance” hay que darle activar a “activar el acelerador de sitios” y a “acelerar los tiempos de carga de imágenes”. Y más abajo activar “activar carga en diferido de imágenes”.

**Cloudflare:**

Agrega seguridad y velocidad a mi hosting.

Hay que registrarse y poner mi dominio. No hace falta algún plan pago.

Luego tendremos que ir al hosting, poner donde dice “domains”, seleccionamos el dominio>nameservers, y luego copiamos y pegamos los servidores que nos da cloudflare.

Tarda una hora en actualizarse.

**Really simple SSL:**

Instalar el plugin y luego dar click en “vamos, activar SSL”

**¿Qué hacer cuando tengamos problemas con el correo electrónico del sitio?**

Ingresa en el apartado DNS en cloudflare. Luego donde dice mail/correo darle click en “edit” y en “proxy estatus” desactivamos la nube y guardamos.

**Agregar subdominio:**

Vamos a Dashboard en el hosting, ingresamos al cpanel, y vamos a “subdomains”. Luego creamos el subdomains, y posteriormente en cloudflare en DNS agregamos el registro de tipo CNAME. En target agregamos el subdomain completo de nuestro servidor, y en proxy estatus DNS only.

**Mitos de pagespeed:**

* Entre más plugin uses más lenta será la página: sólo los plugin que son visibles para el usuario.
* Los temas afectan la velocidad.
* Libera caché de imágenes, Js, CSS, etc, usando fuentes externas.
* Se debe obtener un puntaje 100 de 100.

Es decir:

* Puedes utilizar muchos plugins backend, pero reduce el uso de plugins frontends.
* Siempre utiliza temas optimizados para pagespeed, por ejemplo, Divi, avada, Hestia, Astra.
* No uses plugins que no estén optimizados. Usa sólo los necesarios y los todo en uno (Elementor, divi builder).
* Restringe el uso de activos externos, pues no los puedes optimizar.
* No debes tener un puntaje 100/100 en pagespeed, pues al final del día lo que importa es la velocidad de carga de la página.

**Técnicas de pagespeed insights:**

**Cuando seguir la técnica de optimización Nº1:**

* Si estás usando un tema gratuito del repositorio de wordpress o studiopress.
* Si no estás utilizando un constructor visual como divi builder o elementor.
* Estás dispuesto a invertir unas horas en optimizar tu sitio y obtener un tiempo de carga menor a 1 segundo y un puntaje >95 en pagespeed insights.
* Estas dispuesto a instalar entre 5 y 6 plugins gratuitos que quizás dañen CSS, Js, HTML si no sigues los pasos al pie de la letra.

**Cuando seguir la técnica de optimización Nº2:**

* Cuando estés utilizando un tema de themeforest o un tema no optimizado para la velocidad.
* Cuando estés utilizando constructores visuales como Elementor o divi builder.
* Si no estas dispuesto a invertir un par de horas en optimizar tu sitio, pues esta técnica toma entre 20 y 30 minutos.
* Estás dispuesto a pagar por un plugin premium.

**¿Cuál técnica recomiendan los profesores?**

Lo ideal: cualquier tema de studiopress o temas gratuitos y minimalistas del repositorio de wordpress, en combinación con la técnica 1 para obtener el mayor puntaje de pagespeed y ventajas de SEO.

Si estás seguro de utilizar page builders, utiliza divi o elementor en combinación con la técnica 2.

**Reducir el tiempo de respuesta del servidor:**

Plugin a instalar “speed booster pack pagespeed & performance optimization”.

Activar todas las configuraciones del apartado “retoques”.

**Plugin de caché:**

Descargar plugin “W3 Total cache”.

Luego ir a “ajustes generales” y activar **page cache**, y si tengo el hosting compartido como en el caso de hostgator dejar el **page cache method** en “disk: enhanced”.

Si compre algún CDN, activarlo.

Luego ir a “page cache” en el menú del plugin y clickear en “cache posts page”, “Cache SSL (HTTPS) request”.

Luego ir más hacia abajo y en el apartado donde dice “avanzado/advance” dar click en **compatibility mode**.

A continuación, en el menú del plugin vamos a **browser cache/caché del navegador** y activamos todas las opciones, EXCEPTO la que dice “no procesar errores 404 para objetos estáticos con wordpress”.

Por último dar click en “update media query string” y luego dar click en “empty the page cache” para que se limpie el sitio.

**Optimizar recursos estáticos de nuestro sitio**

Instalar plugin “autoptimize”. Luego de activarlo darle click al botón “empty the page cache”.

CADA VEZ QUE INSTALEMOS UN PLUGIN NUEVO DEBEMOS BORRAR EL CACHÉ

Luego en el menú de ajustes ir a “autoptimize” y en “opciones de Java” darle activar a **optimize JavaScript code** y **aggregate JS-files**.

Luego en “opciones de CCS” hay que activar **¿Optimizar el código CSS?**, **¿Unificar archivos CSS?**, **¿Incluir CSS incrustados?** y **¿Combinar todos los CSS?**.

Y para finalizar darle click a “guardar cambios y borrar cache”.

Si se llega a dañar el sitio desactivemos la opción “minify excluded CSS and JS files”

Luego en la sección “extra” del menú del plugin vamos a seleccionar la opción **combine and load fonts asynchronously with webfont.js** dentro del apartado “Google font”

PODEMOS BORRAR EL CACHE DESDE LE MENU SUPERIOR EN WORDPRESS DESDE EL PLUGIN AUTOPTIMIZE O PERFOMANCE.

**Cargar de manera asincrónica archivos de Javascript en el sitio:**

Instalar el plugin “Async JavaScript” (acordarse luego de borrar el caché).

Luego ir en el menú ajustes de wordpress al plugin y acceder al apartado “settings”. Aquí hay que darle click al botón “apply defer (jQuery excluded)”. Luego en el encabezado “jQuery” cambiemos la opción a **defer**.

A continuación, desplazarse hasta el final de la página y en el encabezado “Async JavaScript for plugins” activemos **enable autoptimize support to allow you to override AO´s default “defer” flag (see below)** y a **autoptimize javascript method** en “Async”. Luego borrar el caché.

**Lidiar con algunos de los problemas con los que te puedes enfrentar aplicando la técnica Nº1**

**Problemas con W3 total cache:** algunos hostings no toleran este plugin así que podemos utilizar otros como, por ejemplo: litespeed cache, WP fastest cache, cache enabler-wordpress cache, WP super cache. Sólo usar la función de caché. No tiene que estar activado nada que diga minify.

**Problemas con imágenes que no cargan:** vamos a desactivar en jetpack el “enable site speed acelerator” y activamos el “enable lazy loading for images”

**Problemas con javascript, jquery, carruseles, etc.:** vamos a “async javascript” y donde dice “jquery” seleccionamos la opción “exclude”.

**De que preocuparse y de que no**

**Técnica 1:**

* No necesitas un puntaje 100/100.
* Obtener un puntaje bueno (en el rango verde) de Google pagespeed insights es más que suficiente.
* Intenta mantener un máximo de 3,5 segundos en tiempo de carga en webpagetest.org y entre 1,5 y 2 segundos en pingdom tools.

**Si aún no puedes obtener un buen puntaje o velocidad en Google pagespeed insights:**

* Reduce JavaScript y CCS externo.
* Evita plugins que muestren pop ups, pues también afectan tu SEO.
* No utilices constructores de página mal optimizados o desactualizados.
* Intenta mantenerte tan cerca del escenario ideal como sea posible.

**Técnica Nº2 de pagespeed**

PARA ESTA FORMA HAY QUE PAGAR EL PLUGIN **wp rocket.**

**Instalación y configuración de WP Rocket:**

Luego de haber comprado e instalado el plugin nos dirigimos a “settings>WP Rocket”.

¿Qué hacer en cada sección?

* Caché: activamos “enable caching for mobile devices” y “separate cache files for devices”. Luego guardar.
* Media: activamos “enable for images” y “enables for iframes and videos”, desactivamos “disable emojis” y “disable wordpress embeds”.

**Optimización de archivos con WP Rocket:**

* File optimization: activamos “minify HTML”, “Minify CSS files” y “minify JavaScipt files”. Ya están activados “Combine Google fonts files” y “Remove query strings from static resources”.

**Verificación del sitio:**

* ¿No cargan videos o imágenes?
* ¿No sirven las sliders?
* ¿No se ven algunos elementos?

DESACTIVA LAS OPCIONES DE MINIFICACIÓN DE JAVASCRIPT.

* ¿Los elementos están distordionados?
* ¿Las animaciones CSS no cargan?
* ¿El formato el sitio está dañado?

DESACTIVA LAS OPCIONES DE MINIFICACIÓN DE CSS.

Si llega a pasar esto se debe a dos problemas:

* Tu tema no está desarrollado correctamente.
* El host no soporta las funciones esenciales de WP Rocket.

**Eliminar el bloque de renderizado de CSS y JS:**

En la sección “File Optimization” activamos “optimize CSS delivery”.

Luego de hacer esto, en wordpress, arribad de todo donde esta wp rocket, clickeamos en borrar caché.

En la sección “file optimization” activamos “Load Javascript deferred”.

Luego de hacer esto, en wordpress, arribad de todo donde esta wp rocket, clickeamos en borrar caché.

LO HACEMOS POR SEPARADO PARA SABER SI FUE CSS o JS EL DEL ERROR.

**Integra cloudflare con WP Rocket:**

Primero necesitamos el API token de cloudflare. Se encuentra en la parte final del sitio. “Get your API token”.

Luego seleccionamos en “global API key” y copiamos el código.

Al tener este código nos dirijimos a WP Rocket a la sección “ADD-ONS”, clickeamos en **on** donde dice Cloudflare, pegamos la clave y listo.

Luego en la sección “cloudflare” colocamos nuestra global API key, nuestro mail y zona ID. Y activamos “optimal settings”.

Para terminar, damos en el botón “clear all cloudflare cache files” y guardamos.

**Algunas opciones adicionales y herramientas disponibles en WP Rocket:**

Secciones:

* Database: activamos en Post Cleanup “Revision”, “Auto drafts” y “Trashed post”. En Comments Cleanup “Spam comments” y “Trashed comments”. En Automatic cleanup “Schedule Automatic Cleanup>Weekly”. Para terminar click en Optimize.
* Preload: En Preload activamos “actívate preloading” y “actívate sitemap-based cache preloading”. Pegamos los sitemaps luego. El profesor no recomienda esta opción porque le da estrés al servidor.
* CDN: puedes poner lo distintos CDN que compraste.
* Dashboard: En Quick actions podes remover el cache, empezar el preloading y regenerar CSS critical por si algo no funciona.

Luego eliminar el caché para efectuar los cambios.

**Crear un sitemap para tu sitio web**

¿Qué es? No es más que una página que contiene todos los enlaces indexados en tu sitio. Consiste únicamente de enlaces.

Instalamos el plugin Yoast SEO.

Vamos a Yoast SEO>General en wordpress, y luego activamos en la sección “Features/características” la opción “Mapas del sitio XML”.

Para ver el sitemap hacemos click en el signo de interrogación de la opción anterior, y clickeamos el enlace “ver mapa del sitio XML”.

Si al apretar este enlace aparece una página no encontrada, es debido a no tener configurado los enlaces permanentes.

**Agregar nuestro sitio a Google search console**

Ingresamos a Google search console, luego damos en el botón “empezar ahora” y colocamos nuestro dominio. Al hacer esto Google nos va a dar un código de verificación del dominio.

Debemos colocar este código en cloudflare en la sección DNS. Hay que agregarlo como tipo TXT. Si pide nombre colocamos un **@**. En TTL colocamos **auto**. Y en contenido colocamos el código.

Si colocamos en el cpanel el código vamos a “zone editor DNS”, elegimos nuestro dominio e ingresamos tipo TXT, nombre newmestetica.com (ejemplo), TTL en 14400, y en TXT DATA el código.

**Agregar sitemap a Google Search Console**

En Google Search Console clickeamos en la sección “Sitemap” en el menú lateral.

Donde dice “agregar el sitemap” colocamos el enlace generado por Yoast y le damos “enviar”.

Si tenemos errores 404 Google nos avisará. Para ver esto vayamos a la sección “Cobertura” del menú lateral.

**Encontrar las palabras claves con mejor rendimiento en tu sitio**

Entramos a Google Search Console y seleccionamos la sección de “rendimiento”.

Luego vamos a ver en la opción “consultas”, y seleccionamos las 3 barritas y ponemos “posición”.

**Agregar tu sitio y tu sitemap a Bing**

Vamos al enlace <https://www.bing.com/toolbox/webmaster> e iniciamos sesión con cuenta de Microsoft.

Luego damos click en “importar” a Google Search Console, damos todo continuar y luego elegimos el dominio que quieras importar.

Debemos poner nuevamente nuestro sitemap como hicimos antes.

**Backlinks**

Un backlink es un enlace que un sitio web obtiene de otro sitio web. Éstos tienen un gran impacto en la prominencia de un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda, mejorando así el ranking SEO.

**Tipos de backlinks:**

* Dofollow: pasa el contenido del enlace - 50%. Es un tipo de link que cuando además de enlazar otra página web, busca transmitir ese pequeño empujón tan deseado con los enlaces. Nos permiten posicionar más alto en los motores de búsqueda. Se conoce como link juice (sistema por el cual una web al colocar un enlace a otra transmite parte de su autoridad a la página a la cual se dirige, además de aumentar el tráfico web que puede llevar a la página posicionada).
* Nofollow: no pasa el contenido del enlace - 50%. Se trata de un enlace con un atributo añadido que indica a Google que a pesar de que se está enlazando no debe transmitirle ningún link juice, dejando el posicionamiento de la web igual de como estaba antes.

**Importancia de backlinks con palabras claves en el anchor text:**

* Es un factor de SEO arriesgado. Porque si Google considera que tienes palabras claves en el anchor text lo determinará como no natural y mis rankins de búsqueda se van a reducir.
* Google ha tomado varias precauciones para combatir la construcción de enlaces no naturales.
* En promedio, el 20% de backlink aún tienen palabras claves en su anchor text.
* Si estás construyendo backlinks en la actualidad o vas a construirlos, piensa a largo plazo.
* No te preocupes por los backlinks naturales.

**Importancia de backlinks de sitios de noticias:**

Usualmente, los sitios de noticias mencionan el nombre de la fuente o el dominio de la fuente en el cuerpo de la noticia o al final.

Si tu sitio publica novedades de tu nuevo producto o actualizaciones, el sitio va a redirigir a las personas a la página original como fuente de la noticia.

**Impacto de la edad de los backlinks:**

Es mejor tener backlinks antiguos ya que dan garantía ante el algoritmo de Google.

**Como crear backlinks en Wordpress:**

En el editor de gutemberg de una página/entrada elegimos el anchor text, luego lo escribimos al final del párrafo y al seleccionarlo elegimos la opción “enlace” (forma de cadena) y ponemos el link de la página.

Para convertirlo en backlink Nofollow, elegimos nuevamente el link que habíamos hecho y vamos a los 3 puntos de arribad e la derecha y seleccionamos “editor de código” y buscamos donde está la etiqueta Dofollow, y a continuación completamos de manera correcta el enlace con rel=”nofollow”.

Si Wordpress agrega dos comillas a la etiqueta, debemos quitarle las que pusimos nosotros.

**Resumen:**

* Desde un punto de vista estadístico, los backlinks siguen siendo un factor que está correlacionado con rankings.
* La relevancia de los backlinks va a bajar en el futuro aún más.
* Los backlinks se ven como señales sociales similares a compartir en Facebook o retweets.
* Cuando un sitio nuevo trata con un nicho o tema en particular, mencionar el nombre de tu dominio o marca tiene mucha importancia para mejorar los rankings.
* En la actualidad, una grandísima parte de backlinks no tienen la palabra clave como anchor text, solo el nombre del dominio o de la marca.
* Los backlinks son enlazados a páginas internas y no a la página de inicio.
* El algoritmo penguin está diseñado para combatir las prácticas no naturales de construcción de enlaces.
* Año tras año, la proporción de enlaces Nofollow incrementa debido a la baja importancia que está teniendo los enlaces Dofollow.

Resumiendo lo que inferimos:

* El número de backlinks: no mejora tu ranking si ya estás en el top 30. Te ayuda a competir si estás en la primera, segunda o tercera posición.
* Dominios diferentes: No te favorece tener muchos backlinks del mismo dominio. Obtén backlinks de dominios diferentes.
* Enlaces externos: intenta obtener backlins de páginas que tengan menos enlaces salientes (4-5).
* Anchor text: no utilices palabras claves. Si tu sitio no tiene backlinks aún, no te preocupes por este factor. ¿Tienes muchos backlinks? Enfócate en este factor creando enlaces naturales: usa el nombre de la marca o el dominio.
* Enlaces de sitios de noticias: búscalos, pues tienen una mayor influencia. Si estás publicando noticias o novedades de un nicho, enfócate en ese factor.
* Edad de los backlinks: entre más viejos sean los backlinks, más alto será el ranking.
* Son importantes para combatir la construcción no natural de enlaces.

**Importancia de la experiencia de usuario para la SEO**

Factores a tener en cuenta:

* La estructura interna de los enlaces.
* Estructura de la información de la página.
* Páginas con imágenes en los resultados: incrementaron.
* Páginas con videos en los resultados: disminuyeron.

Estos últimos dos factores se deben a que al insertar imágenes en los resultados de búsqueda mejora la experiencia de usuario y las señales de usuario que se le envían a Google desde tu sitio. El número de imágenes y videos son más importantes cuando se trata de galerías o tutoriales.

**¿Por qué importa la experiencia de usuario?**

* En los últimos reportes, las páginas con mejor estructura de contenido y con contenido interactivo tienen mejor ranking.
* Las posiciones más altas corresponden a sitios que tienen páginas responsive y no utilizan flash.
* El % de integración con Google Adsense/Adchoices ha caído.
* Todas estas señales de experiencia de usuario llegan a Google y afectan directamente el ranking de tu sitio, por eso es tan importante la experiencia de usuario.

**Enlaces internos:**

Pertenecen a la experiencia de usuario debido a que estos enlaces van a hacer que el usuario siga en nuestro sitio.

Deberíamos tener un enlace interno cada 100 palabras, sólo agregarlo si es relevante el enlace.

**Cuántas imágenes agregar por publicación**

Los sitios mejor posicionados tienen alrededor de 10 imágenes por publicación.

**Agregar imágenes relacionadas sin copyright**

Al ingresar la búsqueda en Google, ponemos “imágenes” y luego “herramientas” y donde dice “derechos de uso” aparecen las siguientes opciones:

* Sin filtrar por licencia: aparecen todas.
* Etiquetadas para reutilizar con modificaciones: podemos usar la imagen sólo si agregamos un texto o algo.
* **Marcada para volver a utilizar: la podemos usar tal y como esta.**
* Etiquetadas para reutilizar con modificaciones de forma no comercial: podemos hacer modificaciones, pero no usarla para fines comerciales.
* Etiquetadas para reutilizar de forma no comercial: imágenes que vienen tal cual y no se pueden vender.

**Agregar videos de youtube**

Instalar el plugin “Embed plus for youtube – Gallery, Channel, Playlist, Live Stream”.

**Diseño resposive como factor de SEO**

Que todos los dispositivos vean bien tu página.

Para ello utilizar: <http://mattkersley.com/responsive/> o también con Elementor.

Para saber si está optimizada para celulares, ingresar en Google “Google mobile test” y poner tu dominio.

**Agregar comentarios de Facebook, disqus y otros elementos para incrementar la interacción**

Instalar el plugin “Comments-wpDiscuz”. Luego en el menú lateral de wordpress vamos a “wpDiscuz>settings” y copiamos en enlace de Facebook.

A continuación, vamos a <https://developers.facebook.com/apps> y clickeamos en agregar una nueva app. Luego generamos todo y nos dará el identificador de la app.

Luego buscamos “inicio de sesión con Facebook” y damos click en “configurar”. Luego seleccionamos “web” e ingresamos el URL de nuestro sitio, y damos “gaurdar” solamente, NO APRETAMOS “continuar”.

A continuación, en el menú lateral izquierdo vamos a “inicio de sesión con Facebook>configuración” y activamos en la sección “Configuración del cliente en OAuth” a “inicio de sesión del cliente de OAuth”, “Inicio de sesión de OAuth web”, “aplicar HTTPS”, y donde dice “URL de redireccionamiento de OAuth válidos” pegamos el link del plugin de wordpress.

Por último, vamos en el menú lateral a “configuración>básica”, copiamos el identificador de la APP y la clave y los pegamos en el plugin en wordpress.

**Impacto de una lista desordenada**

Son un conjunto de viñetas que describen al producto o de lo que se está hablando para saber de qué se trata la entrada.

Hacer viñetas organizadas y que sea fácil y corta de leer.

**Ads/anuncios como factor de SEO**

Mientras más anuncios tengamos menor será nuestra posición en Google.

Si recién empiezas con tu página y todavía no eres famoso, pongamos los anuncios debajo del pliegue (punto donde uno se tiene que desplazar para ver que sigue) del sitio.

**Señales de usuario**

* CTR (click trough rate).
* Tiempo en el sitio: tiempo que cada visitante invierte en tu sitio.
* Tasa de rebote.

**¿Cómo se entere Google de estas señales?**

* Código de Google Analytics.
* Código de Google adsense/adchoices
* Navegador de Google Chrome.
* Los usuarios retroceden a los resultados de búsqueda.

**¿Qué hace Google con estas señales?**

* Juzga la experiencia de usuario.
* Analizar la experiencia de usuario.
* Incrementar o reducir tu ranking en los resultados de búsqueda.

**Efecto de CTR en los resultados de búsqueda**

El CTR es el número de usuarios que hicieron click en el resultado, relacionado con el número de usuarios que vieron ese resultado.

Podemos ver el CTR en Google Search Console en la sección “rendimiento” en el menú lateral izquierdo.

**Cómo usar los titulares y meta descripción para incrementar el CTR de tus posts en los resultados de Google**

**Características:**

* Tipo de encabezado: pueden ser una lista (los mejores 10 jugadores de futbol), tutoriales (¿cómo hacer un huevo frito?), también en forma de pregunta para tentar a los usuarios a hacer click.
* Tu encabezado debe tener un balance palabras comunes, no comunes, emocionales y poderosas.
* Número de palabras y el límite de caracteres (5 a 7 palabras máximo).

**Herramienta:**

* <https://coschedule.com/headline-analyzer> hay que poner el encabezado y lo analizará.

**¿Cómo agregar rich snippets?**

Agregar el plugin “Schema-all in one schema rich snippets”.

Ahora al desplazarte al final de cada entrada (por debajo del Yoast) hay una sección que dice “Configure rich snippets”. Luego seleccionamos de que se trata la entrada.

**Tasa de rebote**

Un rebote se produce cuando un navegante abandona el sitio después de haber visto una sola página web, en unos pocos segundos.

**Cómo se calcula:**

Rb = (Tv/Te)

* Rb: Tasa de rebote.
* Tv: Número total de visitas que visualizan una sola página web.
* Te: Número total de visitas a la página web.

**¿Qué se considera un rebote?**

* Hacer click en un enlace que lleva a un sitio web diferente.
* Hacer click en el botón de regresar para salirse del sitio.
* Cerrar la ventana del sitio en el navegador.
* Escribir y acceder a un URL nuevo.
* Fin de la sesión por cualquier otro motivo.

**Promedio de tasa de rebotes:**

* Tienda en internet: 20-40%
* Página de aterrizaje simple: 70-90%
* Portales: como Yahoo. 10-30%
* Sitios de servicios: 10-30%
* Sitios de contenido: 40-60%
* Servicios de venta: 30-50%

**Reducir tasa de rebote:**

Recomendaciones:

1. Necesitamos imágenes de calidad. Con “Canva” podemos hacerlas. Recomiendan aprender Photoshop.
2. Integrar youtube con wordpress. “Embed plus for youtube – Gallery, Channel, Playlist, Live Stream”.
3. No tener anuncios pop up.
4. Tener optimizado el sitio.
5. Agregar contenido relacionado. Con el plugin “Related Post for Wordpress”.
6. Activar “breadcrumbs/migas de pan” en Yoast en la sección “apariencia en el buscador”.
7. Instalar plugin “External Links in New Window / New Tab” para que todo enlace externo en mi sitio web se habrá en una nueva ventana.

**SEO NEGATIVO**

Si hacemos SEO negativo mis rankings van a bajar.

**Métodos comunes de SEO negativo practicado por los competidores:**

Construir backlinks que parecen spam y están en sitios basuras. Esto hace que Google identifique tu sitio desde fuentes pocos confiables provocando una sanción.

Esto suele suceder por tus competidores, pagándole a alguien para que haga esos backlinks y el algoritmo de pinguin te sancione.

**¿Qué se puede considerar un ataque de SEO negativo? ¿Cómo prevenirlo y/o curarlo una vez haya sucedido?**

Si alguien hackea mi sitio y borran contenido importante (artículos, páginas) o modifican el “robots.txt”.

Prevenirlo: para protegernos debemos instalar un firewall y no usar temas ni plugins piratas.

Curarlo: borramos todos los temas y plugins, pero antes ver cuáles teníamos, y luego instalamos uno por uno para ver cual tenía el virus. Y si queremos verificar un plugin ingresamos a la página “virustotal”. Luego instalamos el plugin “Theme Authenticity Cheker (TAC)”. Este plugin verifica si tu tema es auténtico.

**5 herramientas para analizar el perfil de backlinks:**

* Open site explorer de Moz: introducimos nuestro dominio y donde dice “inbound links” son los backlinks que se redirigen a nuestro sitio.
* Majestic: es paga. Muestra backlinks históricos.
* Semrush: es pago. Introducimos nuestro sitio, luego en el menú lateral en “Generación de backlinks” seleccionamos “análisis de backlinks”, desde ahí nos pasamos desde la ventana de “visión general” a “backlinks”.
* **Open Link Profiler:** es la que vamos a utilizar.

**Interpretar las situaciones que no son un ataque de SEO negativo de mis competidores:**

Cuando los backlinks son causados por la competencia van a venir desde distintos sitios, con el mismo anchor text. Mientras que en el tipo de páginas como Sur.ly las cuales recolectan datos de millones de páginas, van a estar todos los backlinks desde el mismo sitio.

Otra manera es ingresar nuestro URL en “weboftrust”.

**Pasos a seguir en Google Search Console para defenderte de ataques de SEO negativo:**

En Google Search Console seleccionamos en el menú superior a la persona con el símbolo de ajustes, y en “preferencias de correo electrónico” tener activado la función “habilitar las funciones por correo”.

Luego en el menú lateral en la sección “enlaces”, vamos a enlaces externos y podremos ver los backlinks que Google admite como enlaces válidos.

**Cómo proteger a los mejores backlinks en mi perfil de backlinks:**

En <https://openlinkprofiler.org/> en la sección “backlinks”. Si por ejemplo cambiamos un enlace, debemos notificarlo en esta página para que lo corrijan y no lleven a los usuarios a una página error.

**Recolectar la lista de los peores backlinks y eliminarlos de Google:**

Vamos a <https://openlinkprofiler.org/> y en la sección de “backlinks” seleccionamos en ordenar en forma ascendente los backlinks, donde dice “List ?”, así aparecen desde el peor al mejor. Hay que eliminar todos los backlinks que tengan entre 0-5% de puntaje.

Primero en openlinkprofiler al hacer la lista de manera ascendente vamos al costado de cada backlink donde dice “+link”, agregando así al administrador de la página. Luego vamos al menú lateral donde dice “Buildlinks>link manager”. Una vez allí, puedes analizarlos y eliminarlos. Otra manera es ir a “link disinfection” y poder desinfectarlos.

**Eliminar backlinks utilizando la herramienta disavow:**

Vamos a la herramienta disavow buscando en Google y seleccionamos nuestro dominio. Luego hacemos click en “desautorización de enlaces”. A continuación, nos pide elegir un archivo .txt, para generarlo de forma gratuita seleccionamos los dominios y lo guardamos en un bloc de notas.

**¿Cómo evitar contenido duplicado dentro de tu sitio ante los ojos de Google?**

En yoast SEO vamos a la sección “apariencia de búsqueda” y luego a la sección de “taxonomías”. Luego seleccionamos “No mostrar etiquetas en los resultados de búsqueda”.

En la sección “archivos” activamos archivos de autor” y deshabilitamos “mostrar archivos de autor en los resultados de búsqueda”.

**¿Cómo lidiar con las páginas 404?**

El error 404 es un código de estado que se envía desde el servidor web al navegador. Indica que hay un enlace roto.

Utilizaremos el plugin “Redirection”. Se encuentra en “herramientas”.

En “URL de origen” ingresamos el URL antiguo, y en “URL de destino” el nuevo URL a donde queremos que vayan los usuarios.

**¿Qué es una etiqueta canónica y cómo usarla?**

Se sitúa en el código de nuestras páginas, y lo que haces es apuntar a URLs canónicas, que muestran el mismo contenido o contenido similar entre ellas.

Rel=canonical

Cómo crearlas: Yoast por defecto crea URLs canónicos para todas las páginas nuevas en un sitio.

Para ello, vamos a “editar” alguna entrada y al final de todo en “avanzado” donde dice “URL canónica” agregamos esa publicación consolidada, con todo el contenido nuevo.

**5 errores comunes de los webmasters con las etiquetas canónicas:**

1. No asignar etiquetas canónicas a las subpáginas de cada post.
2. Utilizar bien la etiqueta en HTML. Se escribe <link rel=”canonical” href=”/cupcake.html” />
3. Deberías mencionar sólo mencionar una etiqueta canónica y un URL objetivo por post. No redirigir un post a múltiples posts.
4. Agregar etiquetas canónicas a una categoría o página de aterrizaje de un artículo destacado.
5. Agregar la etiqueta canónica en el cuerpo. Van entre los <head>, no entre los <body>.

**Malas prácticas de SEO que no debes seguir:**

1. Thin content (contenido pobre o de baja calidad).
2. Cloaking.
3. Keyword stuffing: llenar la página de palabras claves.
4. Texto oculto.
5. Piratería: no copiar post. Utilizar copywriting.
6. Enlaces pagados.
7. Spam de enlaces.