

28 Tips oro en SEO para Google

Un buen posicionamiento en buscadores nos garantizará un tráfico de calidad para el negocio, ya que estaremos recibiendo visitas de público interesado en nuestro producto o servicio.

Si quieres aprender más y ver cómo aplicar estos 28 tips, lee [nuestro material](#) y lleva a tu sitio a la cima de Google.

	Tip	Razón	Status
1	Suscribir tu sitio en Google Search Console y enviar el sitemap.	Cuando se trata de indexación orgánica del sitio registrado, Google Search Console es tu canal de comunicación con Google. Es quien te permite entender cómo Google ve tu sitio y hacer las optimizaciones necesarias.	<input type="checkbox"/>
2	Registrar tu sitio web en Bing Webmasters y enviar el sitemap.	Presenta valiosos informes de análisis SEO para optimizaciones y mejoras del sitio, además que el registro y envío del sitemap facilita la indexación de las páginas en el buscador.	<input type="checkbox"/>
3	Registrar tu empresa en Google Mi Negocio.	Muestra la empresa en Google Maps y muestra más datos de la empresa cuando se busca en Google. También es importante para compartir el contenido generado en la red, para indexar más rápido.	<input type="checkbox"/>
4	Hacer un mapeo de los asuntos en un mapa mental.	Para dirigir el trabajo de búsqueda que viene después de las palabras clave.	<input type="checkbox"/>
5	Realizar búsquedas de palabras clave.	Identifica y documenta las palabras que tienen un volumen de búsqueda y posibilita la producción de contenido para asuntos que poseen demanda en internet.	<input type="checkbox"/>
6	Adjuntar noticias y tendencias a la producción de contenido.	Para descubrir contenidos con potencial viral y aprovechar la demanda momentánea sobre determinado asunto.	<input type="checkbox"/>
7	Incluir título, descripción y URL optimizadas.	El utilizar un título único, con palabra clave y un máximo de 65 caracteres (el límite real puede variar) interfiere directamente con la clasificación de la página.	<input type="checkbox"/>
8	Corregir errores 404 y enlaces rotos.	Además de perjudicar la usabilidad del sitio, los enlaces con error 404 muchas veces poseen poca autoridad que acaban por perder. Con los redireccionamientos correctos, esta autoridad y el usuario son enviados a la página más relevante.	<input type="checkbox"/>
9	Contenido que podría encajar en la posición 0 de Google.	No es necesario estar en primer lugar para ocupar la posición 0. Alcanzar esa posición da un impulso en la clasificación del sitio y en el tráfico generado, pues la página se destaca por encima de todos los demás sitios, mostrando un fragmento del contenido, generalmente los sitios clasificados en la primera página de Google lo logran hasta la segunda vez.	<input type="checkbox"/>

	Tip	Razón	Status
10	Contenido escaneado y multimedia.	Influencia positivamente la calidad del contenido, la experiencia del usuario y el tiempo de navegación.	<input type="checkbox"/>
11	Incluir vínculos internos y externos durante el contenido.	Ayudan al link juice, transfiriendo autoridad entre las páginas. Google también ve con buenos ojos los enlaces externos, que demuestran que el sitio forma parte de la comunidad en línea y promueve la construcción de enlaces de calidad.	<input type="checkbox"/>
12	Explorar la semántica en el contenido.	Para presentar un contenido más completo en relación con la palabra clave definida para el contenido y la posibilidad de clasificar en otras búsquedas relacionadas con el tema.	<input type="checkbox"/>
13	Tener web móvil o adaptable.	Ya no es algo opcional y no es fácil de implementar, por lo que necesita estar en la lista de cosas básicas. Siendo que Google actualmente tiene clasificaciones diferentes para dispositivos móviles y desktops, este es un factor importante de clasificación.	<input type="checkbox"/>
14	Realizar un mejor contenido que el de tus competidores.	Si tus competidores ya tienen contenido publicado, significa que ya están siendo clasificados por Google. Por lo que tu contenido debe ser mejor si quieres quedar en posiciones más deseables que las de ellos. Si el contenido no es mejor, difícilmente la página va a clasificar bien para la palabra clave elegida. Rand Fishkin, de Moz, aconseja hacer un contenido 10 veces mejor que el de los competidores.	<input type="checkbox"/>
15	Producir infografías, imágenes, gráficos y tablas propias.	Porque esto también es contenido, y es importante que crees tu propio material. Además de complementar el material en texto con contenido original y usar la identidad visual de tu empresa, es posible generar enlaces buscando sitios que están utilizando el material en el contenido.	<input type="checkbox"/>
16	Desarrollar estudios, investigaciones e informes.	Además de ser una excelente estrategia para generar contenido y prospectos, después de finalizar y publicar una encuesta, hay muchas posibilidades de que otros sitios aprovechen este material y desarrollen contenido con base en él, citándolos como referencia y generando enlaces a tu contenido.	<input type="checkbox"/>
17	Optimizar las páginas con una posición media entre la 6ª y la 20ª.	Algunos estudios muestran que las páginas que se sitúan en promedio entre la sexta y décima posición en la clasificación de Google tienen mucho potencial para subir posiciones y generar más visitas cuando se optimizan.	<input type="checkbox"/>
18	Optimizar al máximo la velocidad del sitio.	El tiempo que tu sitio tarda en descargar en relación a los de sus competidores es uno de los puntos influyentes del posicionamiento orgánico de los sitios en la página de resultados. De acuerdo con una investigación desarrollada por Backlinko, los sitios más lentos son penalizados.	<input type="checkbox"/>
19	Tener un Hosting de calidad.	¿Has pensando en el trabajo que asegura que tu sitio web sea clasificado por los motores de búsqueda? Un lugar importante para comenzar es la calidad de tu hosting.	<input type="checkbox"/>

	Tip	Razón	Status
20	Probar y validar copy de títulos y descripciones mediante Google Ads.	Un buen discurso, alineado al uso de palabras clave tanto en el título y en meta description, puede aumentar la tasa de clics (CTR) del resultado, que es un factor de clasificación de Google.	<input type="checkbox"/>
21	Implementar AMP e Instant Articles.	La conexión de Internet móvil no es tan buena como el internet fijo y, utilizando el móvil, el usuario es aún más exigente en relación al tiempo de descarga de los sitios. Para mejorar el tiempo de descarga de sitios en dispositivos móviles, Google (junto con otras empresas) ha lanzado las Accelerated Mobile Pages – Páginas móviles aceleradas (AMP), mientras que Facebook posee los Instant Articles (Artículos instantáneos).	<input type="checkbox"/>
22	Implementar Rich Snippets.	De forma resumida, los snippets son los fragmentos de una página mostrada por el motor de búsqueda. Los Rich Snippets son las técnicas ejecutadas a fin de dejar su snippet más atractivo y llamativo para el usuario que accede a la SERP (página de resultados de Google).	<input type="checkbox"/>
23	Generar enlaces que mencionen tu marca y términos estratégicos para tu empresa.	Los enlaces externos siguen siendo uno de los principales factores de clasificación de Google. Generar enlaces que mencionen tu marca es la forma más simple y fácil de crearlos.	<input type="checkbox"/>
24	Generar enlaces a través de enlaces rotos en otros sitios.	Los enlaces rotos son enlaces de páginas que se han eliminado, o cuando se produjo un cambio en la entrada y cambiaron el vínculo original del artículo.	<input type="checkbox"/>
25	Producir guest posts.	Los guest posts son producidos por una empresa o profesional con el objetivo de ser publicados en canales de otra(s) empresa(s), generando así enlaces al sitio de la primera. De la misma manera que en los puntos anteriores, es una manera de conseguir enlaces a tu sitio y ganar más autoridad en el asunto.	<input type="checkbox"/>
26	Remover vínculos perjudiciales.	Recibir enlaces de directorios, sitios de baja calidad o que hacen prácticas de black hat, por ejemplo, puede hacer que tu sitio reciba un castigo de Google. Y es posible que esto genere desde una caída de posicionamiento hasta una prohibición del buscador, dependiendo de la penalidad. Y esa “denuncia” puede ser hecha por los propios sitios que reciben los enlaces malos, incluyendo enlaces automáticos, hasta por empresas que desean derribar el sitio de sus competidores.	<input type="checkbox"/>
27	No utilizar técnicas de black hat.	Podemos definir black hat como técnicas agresivas de SEO que no siguen las directrices de los buscadores e intentan manipular sus reglas, con el objetivo de obtener grandes resultados en poco tiempo. El problema de usar estas técnicas es que existe el riesgo de que el sitio reciba castigos por ellas.	<input type="checkbox"/>
28	Seguir las actualizaciones y novedades.	Google y SEO están cambiando todo el tiempo. Es muy importante estar siempre actualizado con las novedades y cambios para no quedarse atrás.	<input type="checkbox"/>