

Consejos SEO para tener un buen posicionamiento en Google, según la agencia SEO Online y Offline

Estar presente en internet de manera eficiente no es una tarea simple porque estar bien posicionado en buscadores es como la operación bikini. Es un trabajo que requiere constancia y buena técnica

Aquí van unos consejos SEO que la agencia SEO Online y Offline implementa en todas las webs que optimiza. Una estrategia que sin duda deberían seguir todas las webs para aparecer entre los primeros resultados cuando una persona que esté interesada en lo que ofreces haga una búsqueda relacionada con tu negocio.

#1 Poner las keywords en los títulos de la web

El buen uso de las palabras clave puede llevar a que una página web aparezca en los primeros resultados de búsqueda en internet. En este sentido, el lugar donde ubicarlas juega un papel importante, por lo que siempre deben ir escritas en el título de la web.

Es un hecho que estar bien posicionado en Google es una ventaja sobre tus competidores, por lo que tener en cuenta que este da relevancia a las webs que contienen en el título de su página la keyword que busca el usuario.

Pero ¡ojo!, para hacer una buena práctica de SEO es imprescindible que cada página de una web tenga una keyword objetivo. Si dos o más páginas o entradas de un sitio web van a la misma palabra clave, esa web cometerá canibalización y esto lo penalizará Google.

#2 Utilizar URLs breves y atractivas que incluyan la palabra clave objetivo

Establecer la longitud y keywords idóneas en la URL de una página web es tan importante como insertar las palabras clave en el título de una web. ¿Por qué? Google toma como referencia la URL para ayudar al usuario a descubrir el tema del que trata la página en la que se encuentra. Cuanto más limpia sea la URL, más confianza tendrá en la clasificación de la página web.

#3 Emplear contenido multimedia en los posts del blog

Al crear las secciones de una página web no hay que olvidar la importancia de incluir un blog en el que escribir artículos cada cierto tiempo porque, además de ser una herramienta de fidelización y captación de nuevos clientes, esto contribuye al buen posicionamiento en buscadores.

#4 Incluir enlaces internos y externos en la web

Google premia a las páginas que están activas y una forma de demostrárselo es incluir enlaces internos o externos de calidad en el site. De esta manera, Google tiene en cuenta las páginas relacionadas con la temática enlazada a la web.

Insertar enlaces es una actividad fundamental para implementar el tráfico orgánico de calidad a cualquier web puesto que Google premia por ello.

#5 Escribir la keyword al principio del post

Google presta mayor atención a las páginas en función de donde aparece la palabra clave de la página. Para Google, cuanto antes aparezca la keyword, mayor valoración tendrá de la página y, por tanto, mejor posicionamiento en su buscador.

Si la keyword no aparece hasta el final del artículo, Google puede desconfiar de la página. Por tanto, para conseguir un mejor posicionamiento, la palabra clave debe estar incluida entre las primeras 100 palabras de los artículos.

#6 Escribir la keyword objetivo en el título del post con una etiqueta H1

La mayoría de plataformas, como Wordpress, automáticamente ponen el título de la página con una etiqueta H1. Sin embargo, algunos temas anulan esta configuración y hacen que la página se quede sin etiqueta H1.

Para comprobar si el título está configurado como H1, tan solo hay que ir al código fuente de la página. Al final del título de la página debe aparecer `<h1>`, en el caso de que no aparezca, el título no estará bien configurado.

#7 Usar Google PageSpeed Insights

PageSpeed Insights es una herramienta propia de Google que evalúa el contenido de la página web y sugiere formas para mejorar la velocidad de la página.

El uso de PageSpeed es imprescindible para posicionarnos en el buscador de Google ya que es una de las pocas señales de clasificación que Google ha confirmado públicamente.

Los pluggins de Wordpress W3 Total Cache y WP Smush It (ambos gratuitos) pueden implementar la velocidad del site.

#8 Añadir modificadores al título de la página

Al utilizar Google Keyword Planner (el planificador de palabras clave de Google) es posible que no se muestren las búsquedas de frases compuestas por 5 – 9 palabras, pero esto no quiere decir que haya usuarios que no las busquen.

A pesar de que no tiene sentido optimizar utilizando estas palabras (al fin y al cabo, son prescindibles), se pueden utilizar incluyendo modificadores. Emplear modificadores como "2020", "mejor" o "review" puede ayudar a clasificar la posición de una página en las búsquedas de long tail de la palabra clave.

#9 Incluir botones que compartan directamente el post en las redes sociales

Cuanto más fácil sea para el usuario la manera de compartir el artículo, más probabilidades hay de que lo comparta. En Wordpress, el plugin Sharebar permite que los botones se vean constantemente mientras el usuario desplaza hacia abajo la página.

#10 Publicar posts con más de 1.500 palabras

Google da relevancia a la longitud del contenido de los posts, dando importancia y posicionamiento a aquellos con más de 1500 palabras. De hecho, las publicaciones dentro del top 10 según la longitud del contenido tienen una media de 2000 palabras.

#11 Incluir links internos al comienzo del artículo

Google presta mucha atención a la tasa de rebote de la página para posicionarla en su buscador. Si observa que los usuarios que se meten en la página salen enseguida, lo toma como una señal de que esta página no está ofreciendo un contenido de calidad para los usuarios.

Una manera de disminuir esa tasa de rebote es agregar enlaces internos al principio del contenido. Cuando los usuarios acceden por primera vez a una página quieren que los enlaces a otras páginas de la web estén visibles y sea fácil acceder a ellas.

#12 Usar keywords LSI (indexación semántica latente)

Las palabras clave LSI son palabras que están relacionadas con la palabra clave principal.

Por ejemplo, si la palabra clave principal de la página es "marketing online", las keyword LSI podrían ser "estrategia", "agencia" o "ejemplos".

Google utiliza esas palabras para dar contexto al contenido, especialmente si hay ambigüedad. Por tanto, si una página contiene esas palabras, Google lo tomará como contenido de calidad y dará mejor posicionamiento a la web.

#13 Escribir contenido largo y atractivo que mantenga al usuario en la página

Google tiene muy en cuenta el tiempo de permanencia que el usuario pasa en la página, es decir, el tiempo que el usuario está en la página antes de darle al botón de retroceso.

#14 Escribir subtítulos con etiquetas H2 y H3

Diferenciar los subtítulos de la página empleando etiquetas H2 y H3 hace que la lectura del post sea mucho más fácil y se capte la atención del usuario, aumentando el tiempo de permanencia en la web.

#15 Optimizar las imágenes

Al incluir imágenes en la página web es importante optimizarlas como es debido y, para ello, se deben etiquetar con las palabras clave correspondientes. De esta forma, cuando el usuario busque en las imágenes de Google, la imagen aparecerá entre los primeros resultados y se creará tráfico a la web.

Datos de contacto:

Guadalupe González Barrado

www.onlineyoffline.com

666513071

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Madrid E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>