

Tuconsultoraseo.com, 10 errores SEO que se deben evitar para hacer una estrategia de posicionamiento

Las estrategias son necesarias para lograr un buen SEO, algunas son nocivas para el proceso ¿pero cuáles son los 10 errores SEO que se deben evitar?

Cuando se desea lograr un buen posicionamiento para una página web, se ejecutan diversas acciones y métodos para lograrlo; por desconocimiento se cae en el error de usar algunos métodos que perjudican el proceso, en vez de ayudarlo. Aquí se tendrán en cuenta los 10 errores SEO que se deben evitar.

Un refrán popular dice “de los errores aprende la gente”, pero en cuanto al posicionamiento web los errores se traducen en pérdida de dinero o en un retorno tardío de la inversión.

Seguramente se cometieron errores, pero evitarlos es esencial para el desarrollo de la empresa, mucho más aún si se trabaja como especialista en posicionamiento.

En este post se mostrarán los errores más frecuentes en el mundo del SEO:

#1 Consecuencias de cometer errores en el SEO

- Thin Content.
- Calidad del contenido
- Calidad de los Backlinks
- Contenido etiquetado
- Palabras claves sobre optimizadas
- Demasiados Backlinks
- Ausencia de interlinking
- Tiempo de carga
- Falta del uso de Responsive
- Evitar el Black hat SEO

Cometer errores a la hora de trabajar el posicionamiento web de una página trae consecuencias impredecibles. Además, de retardar todo el proceso, lo que dificulta un retorno de inversión adecuado, puede desencadenar en otros problemas.

Si Google detecta algunas de estas fallas, no otorgará puntos que ayuden al sitio a avanzar en las SERPS o en el peor de los casos impondrá sanciones, con las cuales, se pierde el avance que se haya podido alcanzar en el proceso.

A continuación, cuáles son los 10 errores más comunes:

Thin Content

El Thin content hace referencia a ese contenido que se utiliza en la página web pero el cual, es obtenido a través de copiar o plagiar información de otra web.

Dentro de esta categoría también entra, el contenido que se obtiene al traducir información de otros idiomas o cuando se utiliza una herramienta como Spinner para cambiar la sintaxis de algunas palabras.

Google considera este tipo de información como “contenido basura”. Algunos creen que solo se trata de la cantidad de palabras, pero no es así, también se trata de la originalidad de la información

Cuando se comparte información con los usuarios, se debe ser auténtico y evitar en Thin Content.

Calidad del contenido

Una de las cosas que Google valora más para otorgar un mejor posicionamiento orgánico, es la calidad del contenido que se ofrece a los usuarios.

Para el gigante google “la calidad del contenido es lo que manda”. Por tal motivo, hay que esforzarse para ofrecer información que sea relevante para el tipo de consumidor que se está abordando.

Hablar de temas que tengan relación con el nicho de mercado, evitando mencionar tópicos que no correspondan a dicho público objetivo.

Investigar sobre los temas que son más tendencias o sobre las preguntas más frecuentes que tienen los usuarios, de esta forma se ofrecerá un contenido que sea relevante y de calidad para los consumidores.

Calidad de los Backlinks

Uno de los pilares fundamentales del SEO es el uso de los Backlinks, sin embargo existen algunos que perjudican el proceso.

Por ejemplo, si se obtienen enlaces de retrocesos de páginas penalizadas por Google o de algunas que no tienen relevancia con la temática del sitio, la web puede caer en penalizaciones.

Otro tipo de enlaces que perjudica son los que se consideran rotos. Estos pueden darse por 2 motivos, pueden estar mal escritos o la página ya ni existe o está inactiva.

Estos errores deben corregirse antes de causar daños. Existen herramientas en la web que sirven para identificar los enlaces rotos.

Contenido etiquetado

Las etiquetas que se le colocan al contenido que se publica, son esenciales para que Google conduzca a los consumidores al sitio web, sin estas será más complicado recibir tráfico en la página.

Las etiquetas son los títulos y subtítulos que se le colocan a la información para ordenar jerárquicamente. Las mismas se simbolizan con H1 para el título y H2, H3, H4... para los subtítulos.

También es importante el uso de la Meta descripción en la información que muestra Google en la SERPS.

Para Google entre más detallada y explícita está la información que se ofrece a los usuarios, mejor valorada está para el SEO.

Palabras claves sobre optimizadas

Las palabras claves o Keywords, son las que ayudan a traer más tráfico a la web. Su uso debe ser analizado y optimizado para mantener un posicionamiento orgánico natural.

Cuando se utiliza en exceso estas palabras claves se cae en una Sobre optimización, Google toma esta acción como una acción forzada de posicionamiento y le resta valor a la calidad del contenido.

Se debe utilizar una cantidad moderada de keywords con el objetivo de no sobre optimizar el proceso y sustituir estas, con otros sinónimos que ayuden a mejorar la intención de búsqueda de los usuarios, algo que Google toma muy en cuenta en estos momentos.

Backlinks Irracionales

En la cita anterior se habló de la importancia de los Backlinks para un buen SEO, sin embargo, algunos dicen "cómo es tan bueno voy a usar más y de cualquier tipo".

Eso es un error, cuando se utiliza demasiados Backlinks sin tener en cuenta la calidad de los mismos, Google detecta que está ante la presencia de una estrategia de linkbuilding negativa, porque pudiera no ser natural, por ejemplo, que una sitio web sea mencionado en diversas oportunidades por páginas que no represente el sector, o enlaces de dudosa procedencia, sin duda alguna pudiera perjudicar la salud del sitio web.

Ausencia de interlinking

Según el especialista SEO Ángel Pitarque El interlinking, forma parte de una buena estrategia de linkbuilding, el mismo hace referencia a todos los enlaces que se tienen dentro de una web.

Para las arañas de rastreo de Google es importante que toda la información que se muestra en la web, esté relacionada una con la otra, de esta forma sea más fácil conectarla, esto es posible gracias a los interlinking.

Estos también sirven para empujar con más fuerza a ese contenido que se busca posicionar.

Es necesario relacionar los contenidos unos con otros, con el uso del interlinking para mejorar la posibilidad del SEO.

Tiempo de carga

El tiempo que tarda una web en cargar desde que el usuario se conecta con su enlace, es fundamental para el valor de optimización que otorga Google a un sitio.

Entre mejor optimizada está la URL, mayor será la probabilidad de lograr un buen SEO. Google tiene una escala de optimización y de tiempo de carga la cual hace recomendaciones para que se pueda mejorar.

A través de herramientas como Page Speed Insights o GTMETRIX es importante analizar la velocidad de carga de la web, y si está por debajo de la media de la valoración realizada, corrige las fallas para que mejore la velocidad de carga del sitio.

Falta del uso del Responsive

En la actualidad, el número de personas que utilizan un teléfono o tablet para hacer sus búsquedas digitales cada vez es mayor y la tendencia apunta a que siga en aumento.

Esto trajo como consecuencia que los sitios web, se puedan adaptar al tamaño de diversas pantallas sin perder la calidad de la información que se ofrece.

Ese es el trabajo del Responsive, hace que una web se adapte a cualquier dispositivo móvil o de escritorio.

Para Google esto también es determinante para poder ofrecer a sus usuarios la mejor calidad de información posible.

Evitar el Black hat SEO

Google considera como Black hat SEO, cualquier técnica o procedimiento que se utiliza para acelerar el posicionamiento SEO de forma rápida o ilegal.

La mayoría de los errores de los que este artículo trata, son considerados como Black hat SEO.

Actualmente hay muchas personas que manejan diversas técnicas de blackhat seo, sin duda les funciona o les ha funcionado, si es cierto, pero se debe tener mucho cuidado, pues muchas de esas técnicas han quedado en desuso y es necesario conocerlas, ya que cada día los algoritmos de google, son más inteligentes y logran detectar con mayor facilidad técnicas que no representan los valores que ellos promueven.

#2 Conclusión

Algo que se debe tener claro es que no existe una vía rápida y fácil de lograr un buen posicionamiento web.

Es una tarea que demanda esfuerzo, paciencia y perseverancia. Caer en el error de utilizar alguna estrategia para acelerar el proceso o por simple desconocimiento, puede traer consecuencias irreparables para la web, como la pérdida del lugar ocupado en las SERPS o el cierre definitivo del sitio.

Datos de contacto:

Alvaro Lopez
629456410

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>