

LOS ERRORES Y ACIERTOS MÁS

IMPORTANTES DEL SEO...

¡SEGÚN LOS EXPERTOS!





SEOptimer es la mejor herramienta de auditoría de posicionamiento en buscadores de internet para realizar análisis detallados de posicionamiento en buscadores. SEOptimer comprueba más de 100 puntos de datos de páginas web y proporciona recomendaciones claras y factibles sobre las medidas que puede tomar para mejorar su presencia en internet y su clasificación en los motores de búsqueda.

La herramienta de seguimiento de palabras clave de SEOptimer es idónea para controlar el volumen de búsqueda de palabras clave y para monitorizar las clasificaciones de las mismas. El rastreador de posicionamiento en buscadores también es capaz de encontrar problemas de posicionamiento en buscadores ocultos en cualquier página web. SEOptimer es ideal para propietarios, diseñadores de páginas web y agencias digitales que desean mejorar sus páginas web o las de sus clientes.

- ✓ **Ahorre tiempo** – algunas agencias dedican cientos de horas de trabajo manual realizando auditorías de páginas web que pueden automatizarse en segundos.
- ✓ **Presente informes atractivos** – impresione a sus clientes actuales y futuros con informes profesionales que parecen hechos a mano.
- ✓ **Consiga más clientes** – convierta su página web en un imán para los clientes. Utilice informes PDF de marca blanca y la herramienta de auditoría integrable para adquirir más clientes directamente desde su sitio web.

Your Agency
hello@your-agency.com
www.your-agency.com

Informe web para website.com

Este informe califica su sitio web en base a una serie de factores importantes como la optimización de SEO de la página, backlinks externos, redes sociales, rendimiento, seguridad y mucho más. La calificación general se presenta en una escala de A+ a F, siendo la mayor parte de los principales sitios web líderes de la industria de la gama A. Se recomienda mejorar la calificación de un sitio web para garantizar una mejor experiencia de usuario en el sitio web y una mejor clasificación y visibilidad en los motores de búsqueda.

Resultados de la auditoría de website.com.

Su página es buena
Tiene 10 mejoras recomendadas

Resultados de SEO

Su SEO es bueno
Su página está en gran parte optimizada para el rendimiento SEO. La optimización SEO es importante para asegurar que usted puede maximizar el potencial de ranking y dirigir el tráfico a su sitio web desde los motores de búsqueda. Puede continuar el desarrollo de su posición asegurándose de que los factores On y Off-Page señalados aquí son mejorados, así como a través de la aplicación de estrategias SEO como la generación de contenido y la construcción de enlaces.

Resumen

Resumen de rendimiento:

- SEO: A+
- Usabilidad: A+
- Rendimiento: A+
- Social: C-
- Seguridad: A+

Resumen de velocidad:

Resumen de tamaño de página:

Total 2.53 MB

Resumen de código:

- HTML (0.07MB)
- CSS (0.23MB)
- JS (0.11MB)
- Imagenes (0.84MB)
- Otro (0.1MB)

Resumen de redes sociales:

Facebook Conectado

Su página tiene un enlace a una página de Facebook.

Índice

INTRODUCCIÓN 4

JAVIER CASARES 5

FERNANDO MUÑOZ 7

ANDY GARCÍA 9

SERGIO SIMARRO Y ELISA MARTÍNEZ 11

VERÓNICA PARRILLA HERNÁNDEZ 13

MARCOS MACEIRA 15

ESTHER CHECA 17

MANUEL ROBLEDANO 19

EDGAR SÁNCHEZ 22

DAVID ESTEVE 24

DANIEL PINILLOS 27

CONCLUSIONES 31

Introducción

Posicionar una marca o negocio siempre ha sido una de las principales preocupaciones de las empresas, si bien, todos sabemos que hoy en día el posicionamiento en Internet (o en buscadores como Google) es fundamental. Si estás algo familiarizado con el posicionamiento SEO ya sabrás que, en definitiva, se trata de aparecer en los primeros resultados orgánicos (no patrocinados) de Google.

Sin embargo, el SEO es mucho más complejo de lo que parece: factores on-page, factores off-page, estudio de palabras clave... Toda la teoría (que podéis consultar en otros de nuestros ebooks como el [Monográfico sobre SEO](#) o la guía [SEO para los que no son SEO](#)) resulta relativamente fácil, pero a la hora de ponerla en práctica surgen muchos problemas que a veces hacen que tu estrategia SEO se hunda.

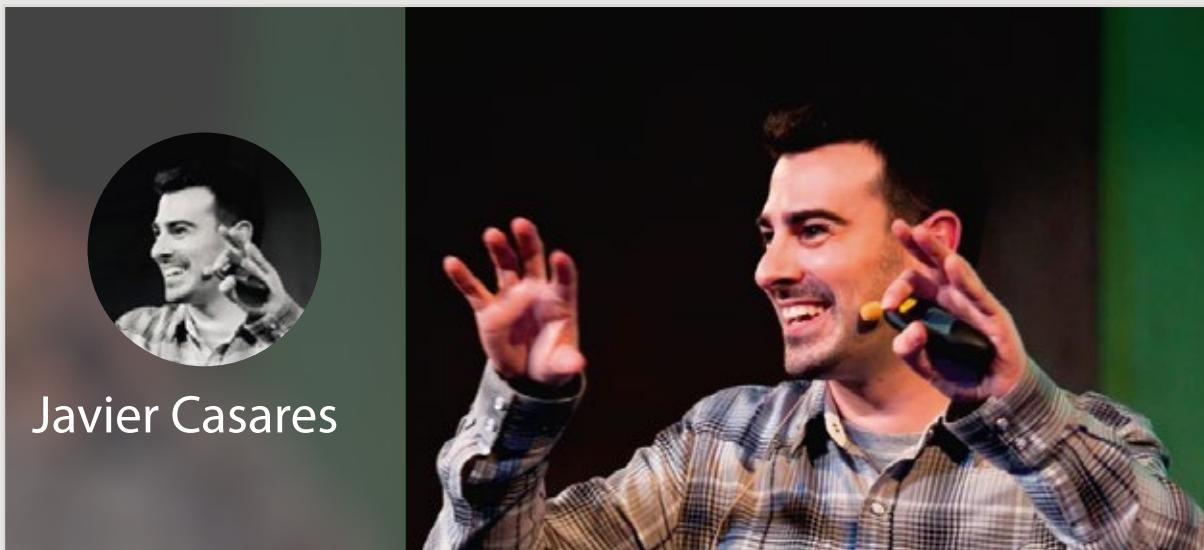
En seoptimer trabajamos para que esto no ocurra, por ello ofrecemos [servicios profesionales de posicionamiento SEO](#) que dan a tu negocio el impulso que necesita. No obstante, siempre nos gusta asesoraros y ayudaros a que seáis vosotros los que tengáis los conocimientos mínimos necesarios.



Por ello os presentamos este ebook con los consejos de algunos de los mejores expertos sobre SEO de España y sus trucos o recomendaciones sobre lo que se debe y lo que no se debe hacer si quieras lograr un buen posicionamiento SEO. Así que ya sabéis, siempre es buen momento para aprender de los demás.

En él, hemos contado con la colaboración de referentes como Javier Casares, Fernando Muñoz, Andy García, Sergio Simarro, Elisa Martínez, Verónica Parrilla, Marcos Maceira, Esther Checa, Manuel Robledano, Edgar Sánchez, David Esteve y Daniel Pinillos. Todos ellos nos han contado su experiencia personal en esto del SEO, y han compartido su consejo más valioso para lograr una buena estrategia así como el principal error que debemos evitar y cómo podríamos hacerlo. ¿Queréis saber lo que opinan ellos?

Por último deciros que desde seoptimer, como profesionales SEO, también hemos contestado a estas preguntas, así podréis ver qué es lo que aconsejamos nosotros. Esperamos que lo disfrutéis y que os sea de utilidad.



Javier Casares

Enlaces

 www.javiercasares.com

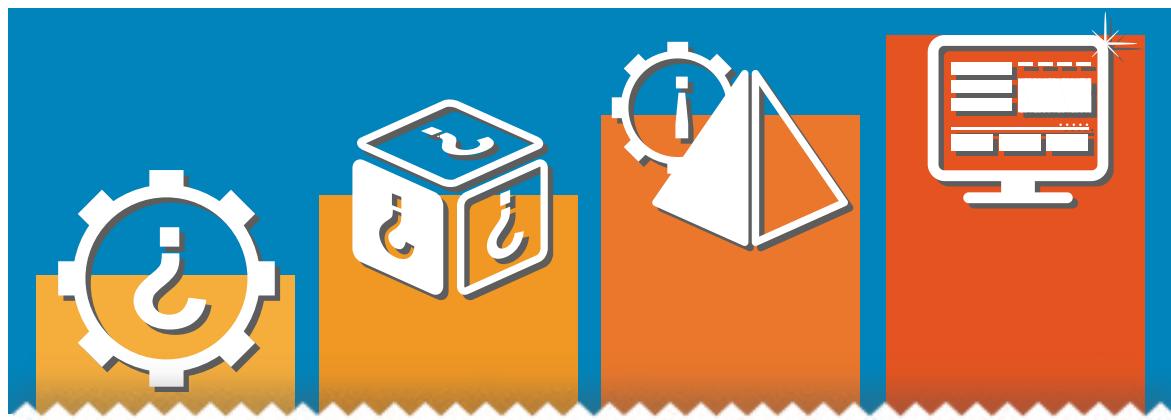
 [@JavierCasares](https://twitter.com/JavierCasares)

Bio

Internauta por definición desde 1997, los últimos 10 años los he pasado jugando con los buscadores, divirtiéndome con el SEO y en estos últimos con el WPO. Ahora más enfocado en la tecnología móvil desde Geenapp.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Es tan simple y complejo a la vez como "hacer las cosas bien". Es mi respuesta estándar, pero es que es la única manera de hacerlo. Aquí el asunto es definir "qué es BIEN" desde el punto de vista SEO.



De todas formas, el secreto es ir paso a paso y tener paciencia, que es lo que habitualmente la gente no tiene, quieren el SEO para ayer, y eso es imposible. Para mí los pasos serían los siguientes: definir la tecnología e infraestructura (cómo va a escalar la plataforma), definir la arquitectura de la información (pensando sobre todo en que en un futuro se pueda adaptar a cambios), desarrollar la tecnología (ya sea propietaria o con algún CMS) y donde hay que incluir la configuración perfecta. A partir de aquí, que ya tenemos la base, no queda más que crecer el "el SEO tradicional", es decir, contenido y más contenido y "socialización" del sitio (enlaces, redes sociales, etc...). Que hablen de uno aunque sea bien.



¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

El mayor error es no pensar y ser un inconsciente, hacer sin haber tomado unas decisiones basadas única y exclusivamente en datos o en experiencia personal. Opinar es el mayor error, y por desgracia es lo que en general todo el mundo (que no es el SEO responsable) hace, porque se lee mucho "por ahí" y lo que la gente diga, sin datos contrastados, es poco útil.



Otro detalle importante en la época en la que estamos es hacer hincapié en la tecnología móvil, donde el SEO es importante, pero aún más lo es el WPO, y hay que insistir en tiempos de carga muy rápidos, contenido pensado especialmente para el dispositivo en cuestión.



Fernando
Muñoz

Enlaces

 www.senormunoz.es

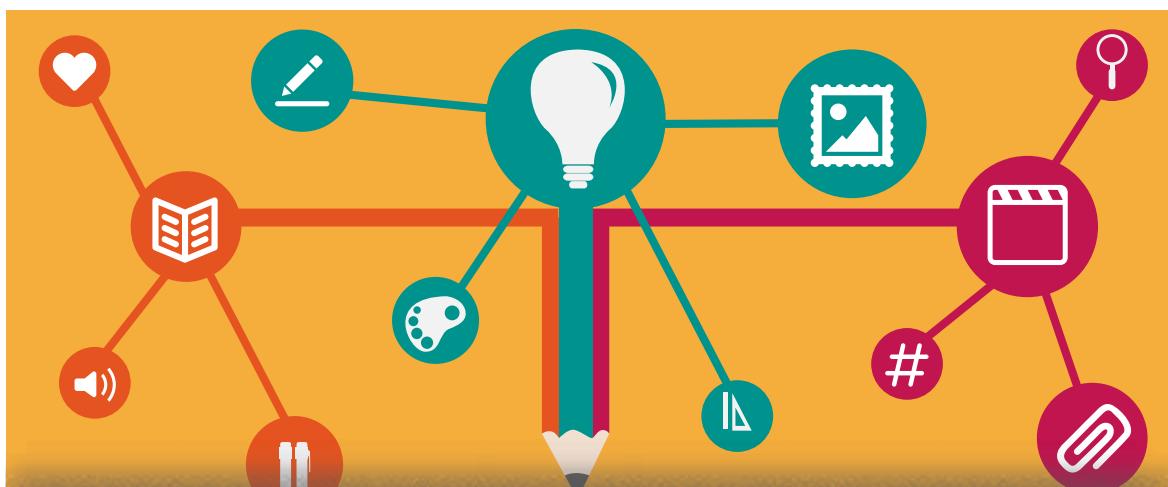
 [@senormunoz](https://twitter.com/senormunoz)

Bio

Auditor y Consultor SEO: Consultoría sobre Internet, diseño web, imagen corporativa, posicionamiento, SEO, SEM, PEB, marketing en internet.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Sentido común. Por una cuestión fundamental: las trampas a la larga caen, los contenidos malos no gustan a los lectores, por lo que acabarán yéndose y la mala arquitectura web o el rendimiento puede hacer que la experiencia de usuario no sea la ideal. Si haces trampas, Google te caza.



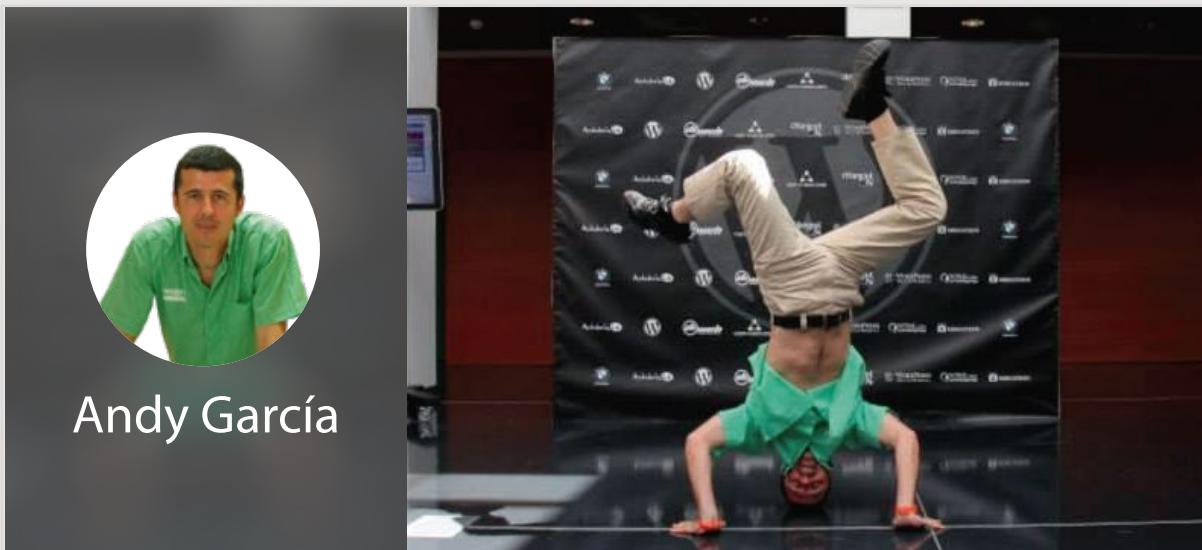
Si no tienes buenos contenidos, Google no te dará visibilidad y si tus lectores te encuentran, no volverán. Y si tienes un mala UX o una mala arquitectura web, tus usuarios se irán desesperados y Google no podrá encontrar tu web o rastrearla completamente. Así que mucho sentido común, leer mucho sobre usuario, centrarte en él, porque recuerda el SEO sin usuarios no tiene sentido, facilita el trabajo a las máquinas pero piensa en los humanos.



¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Mentir al cliente, tanto en las expectativas como en las praxis. Hacer mala praxis y que, encima, el cliente no lo sepa es un error imperdonable que puede hacer que la web con la que él se gana el pan y sus empleados el suyo se vaya al traste. Famosos son los despidos masivos por que las webs desaparecen del índice por un Linkbuilding agresivo, un contenido de baja calidad o similar.





Andy García

Enlaces

 www.andy21.com

 [@Andy21](https://twitter.com/Andy21)

Bio

Organizador del congreso #ActitudSocial, webmaster SEO desde 1995, consultor de negocios 2.0, analista de errores buscando la excelencia, docente y conferenciante TIC.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Siempre recomiendo utilizar la regla ACER para obtener un buen posicionamiento de calidad:

<http://blog.andy21.com/2014/la-regla-acer-para-el-posicionamiento-seo/>

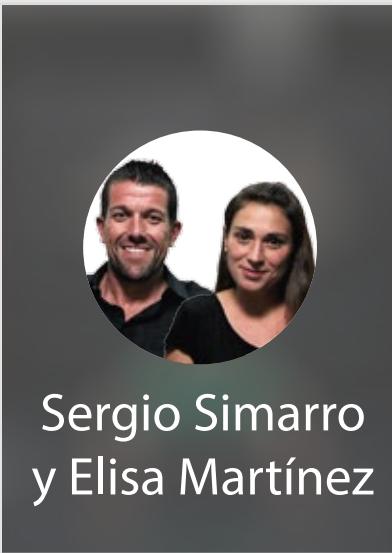


¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

El mayor error que puede cometer un SEO es el de no permitirse cometer errores, para mí el SEO consiste en ensayo y error, los errores forman parte del proceso.



P.D. Para que se entiendan mejor mis respuestas, tengo que aclarar que empecé a hacer posicionamiento cuando no existía Google y nadie sabía lo que era el SEO, estoy acostumbrado a inventar las reglas del juego en lugar de hacer TODO lo que dicen los manuales... :-)



Sergio Simarro
y Elisa Martínez

Enlaces

www.animoo.es

[@elisamz](https://twitter.com/elisamz)

[@akemola](https://twitter.com/akemola)

Bio

Elisa Martínez y Sergio Simarro forman Animoo, una Consultoría de Marketing Online ubicada entre Madrid, Santander y Benidorm. Desde allí, y para todo el mundo, prestan servicios de estrategia online, posicionamiento en buscadores (SEO), optimización de la conversión, experiencia de usuario y analítica Web.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Trabajar el sitio Web desde dentro. Hoy en día hay diferentes factores que sirven para valorar una página Web y posicionarla adecuadamente, como todos sabemos. Factores internos y externos.



Pero no debemos olvidar que todo buen trabajo que se haga dentro del sitio Web, no tiene una repercusión únicamente a nivel de posiciones en un buscador, sino que también implica confianza, credibilidad, fidelización y por supuesto ventas. Así que no nos importe realizar ese esfuerzo extra sobre nuestro sitio Web porque al final, independientemente de cambios en algoritmos, esas mejoras siempre van a quedar con nosotros.



¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Pensar en algo que funcione hoy sin considerar que puede que no funcione mañana. En un trabajo con clientes, donde el negocio existe y se quiere que siga existiendo, una penalización puede suponer el cierre del negocio. Hay que arriesgar la justo e implementar estrategias seguras. ¿Cómo subsanarlo? Posicionar no es un juego, ya que directa e indirectamente da de comer a muchas familias.





Verónica Parrilla
Hernández

Enlaces

 www.seoconsultoria.es

 [@v3rnina](https://twitter.com/v3rnina)

Bio

Madrileña. Consultora SEO Manager y formadora por vocación.

Apasionada de lo que esconde el maravilloso mundo marketiniano y obsesionada con el WPO y los KPIs.

Lo mío es analizar, monitorizar, investigar y cacharrear con las webs.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Lo primero de todo, ser natural y no un pirata. Hay varios factores que pueden hacer que nuestro posicionamiento sea bueno o malo. En gran parte todo depende de las best practice que llevemos a cabo.



A día de hoy tenemos que ser SEO, creativos y relaciones públicas, ¡un 3 en 1! Cuantas más menciones y “Likes” obtengamos de manera natural, mejor posicionamiento SEO iremos adquiriendo. Esto significa generar contenidos atractivos, demandados por nuestro target, y cómo no, optimizados y amigables para los buscadores. Si gustamos a la gente, gustamos a Google.

Obviamente tiene mucho que ver que el producto o servicio que vendamos sea de calidad, así como el nivel de competencia de nuestro mercado... Pero si nuestro site cumple con los requisitos técnicos WPO y tenemos un buen marketing de contenidos y social media, tendremos mucho ganado hacia la cima de las primeras posiciones.

Adiós al black-hat, bienvenido SEOsocial :)

¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

El error más imperdonable a día de hoy es hacer SEO antiguo. Este mundo es así, lo que antes valía ahora nos penaliza.

Afortunadamente para muchos (o desafortunadamente para otros), Google ha fulminado, con las actualizaciones de los algoritmos, el trabajo de aquellos “gurús” de antaño que basaban casi toda su estrategia SEO en abusar de palabras clave en metas u ocultas en el site, meter enlaces descontroladamente en las denominadas “granjas de enlaces” sin importar la calidad de éstos y en copiar contenido a “cascoporro”.

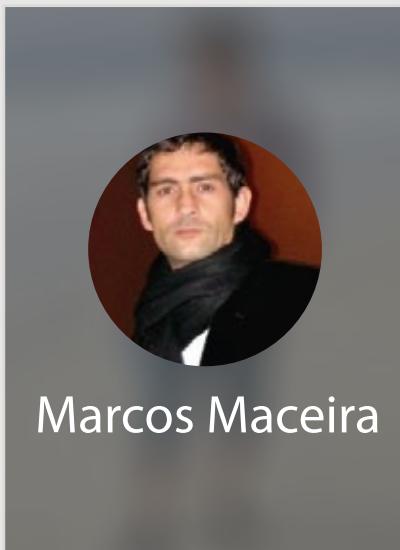
Muchas empresas han sido penalizadas por Google desapareciendo de las primeras posiciones por efecto negativo de estas acciones anteriormente mencionadas. ¿Y qué haría para subsanarlo? Analizar el perfil de enlaces, detectar todos aquellos que sean tóxicos y hacer un plan de acciones disavow. Paralelamente establecería una estrategia de linkbuilding basada en creación de contenidos únicos y originales que pudieran ser viralizados por las redes sociales. Me centraría en la obtención de menciones y enlaces “sanos”.



Para gustar a Google tenemos que ofrecer calidad, ser únicos y ganarnos al público de manera natural.

Sé que he sido un poco pesada con el concepto “natural”... pero es que Google ha dejado de ser una máquina para convertirse en un humanoide que responde a todas nuestras preguntas ofreciéndonos confianza y calidad.

Y ya para terminar... Si estuviéramos buscando “opiniones sobre un producto en concreto” ¿clicaríais en un anuncio de pago, o en los resultados orgánicos? Ahí lo dejo... :)



Marcos Maceira



Enlaces

 @maceiramarcos

Bio

Desde 1999 me dedico al marketing de respuesta directa, al marketing en Internet y trabajando activamente con los buscadores desde el año 2000.

Empecé con le SEO cuando este acrónimo aún ni existía, y me gusta mucho la velocidad a la que cambian las cosas en Internet.

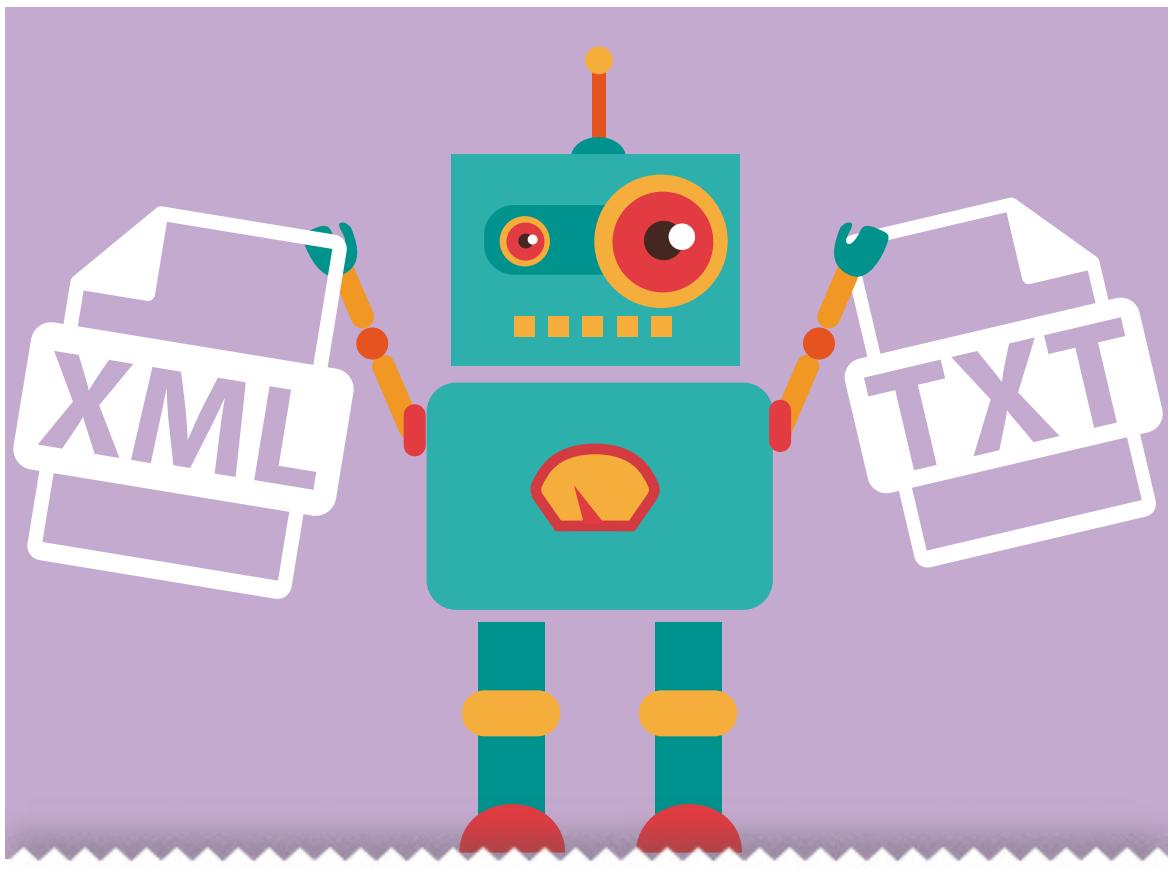
Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Que contrate a un SEO con experiencia en el sector en el que opera su empresa. Y como no todo el mundo puede contratar a un SEO, pues tan solo le diría que se centre en crear contenidos sobre sus productos o servicios que aporten valor para el usuario y que a su vez sean únicos y con eso unido cuatro tips más mejorará su posicionamiento.



¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Que no haga o tome las medidas necesarias para que la web sea totalmente indexable, ya que solo se puede posicionar aquello que está indexado. Y lo subsanaría muy fácilmente, editando el fichero robots.txt, generando un sitemap y enviándoselo a Google además de referenciarlo desde el propio robots.txt, así nos garantizaríamos la indexación de todas las páginas que conforman la web, y a partir de ahí ya se puede plantear posicionarla.





Esther Checa

Enlaces

 herramientaseo.wordpress.com
 [@esther_checa](https://twitter.com/esther_checa)

Bio

Desde 2006 trabajo en T2O media como directora de SEO&SMO para España y responsable del desarrollo de negocio SEO en las oficinas que T2O media tiene en Sao Paulo, Milán y México DF. Previamente he trabajado en las Consultoras Cap Gemini, Ernest&Young, Deloitte&Touch y Telefónica como Content Manager.

De forma paralela, llevo a cabo actividad docente sobre Posicionamiento en Buscadores (SEO) en diferentes escuelas de negocio españolas.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

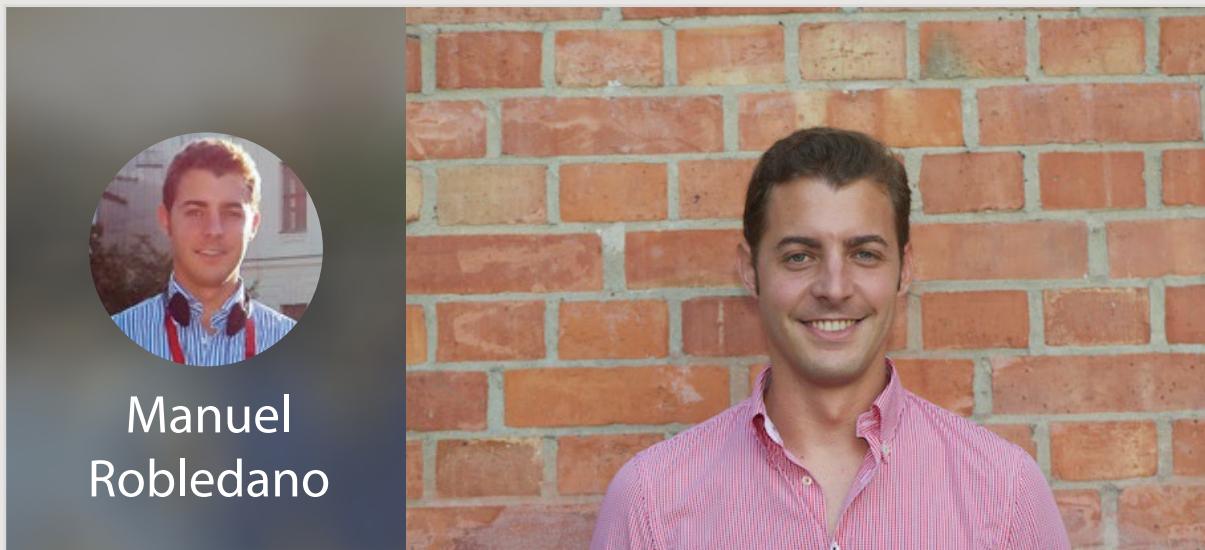
Trabaja sin prisa pero sin pausa. Una estrategia de SEO es una carrera de fondo, en la que dependes de los cambios de los algoritmos de los buscadores y de tu capacidad de inferir en lo que están ponderando positivamente y, que puede ayudar a dar visibilidad a tu sitio web.



¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Contratar servicios cortoplacistas que prometen grandes resultados en muy poco tiempo. Si no quieres vivir siempre de "alquiler", trabaja una inversión SEO faseada, dando prioridad a los aspectos técnicos y semánticos de tu sitio (sobre los que vas a tener el mayor control) y a continuación, invierte en la visibilidad de tu marca con acciones cuyo impacto/ alcance no siempre tenga una dedicación directamente proporcional a inversión económica y/o de RRHH (ejemplo: la visibilidad que puedes tener en una plataforma social como Slideshare, no requiere de una activación proactiva, y tiene como mínimo un doble impacto: posicionamiento natural de tus contenidos y branding).





Manuel
Robledano

Enlaces

 www.goeuro.es
 [@robledanoM](https://twitter.com/robledanoM)

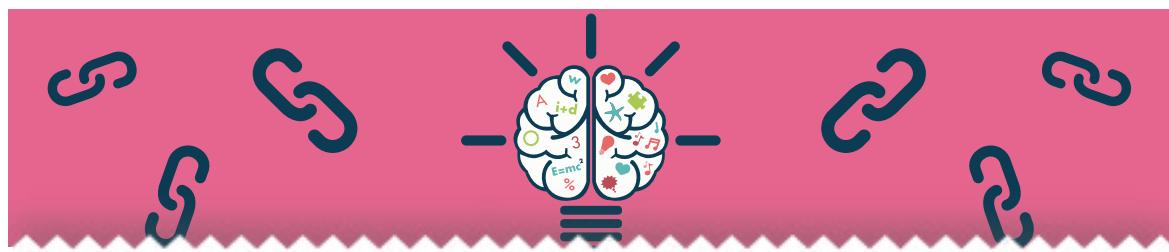
Bio

International SEO Manager en Goeuro, uno de los mayores buscadores del sector de los viajes, donde desarrolla y dirige las estrategias de optimización en varios países.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, ha desempeñado íntegramente su carrera profesional como consultor SEO en Berlín.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Genera contenido de calidad optimizado y define una estructura sólida de enlaces internos.



Para obtener buenos rankings en la búsqueda orgánica, Google debe entender a la perfección de qué trata tu página web, para mostrarla posteriormente en los SERPs. Cuando el Googlebot rastrea las diferentes URLs de una web, las clasifica automáticamente en base a las palabras clave que va encontrando. Asegúrate de que cada una de tus páginas cuenta con contenido de calidad optimizado con palabras clave, así Google interpretará que esas palabras clave son relevantes para sus resultados de búsqueda. Evita escribir fragmentos de texto muy pequeños o mal redactados y sobre todo, que no sea contenido duplicado.

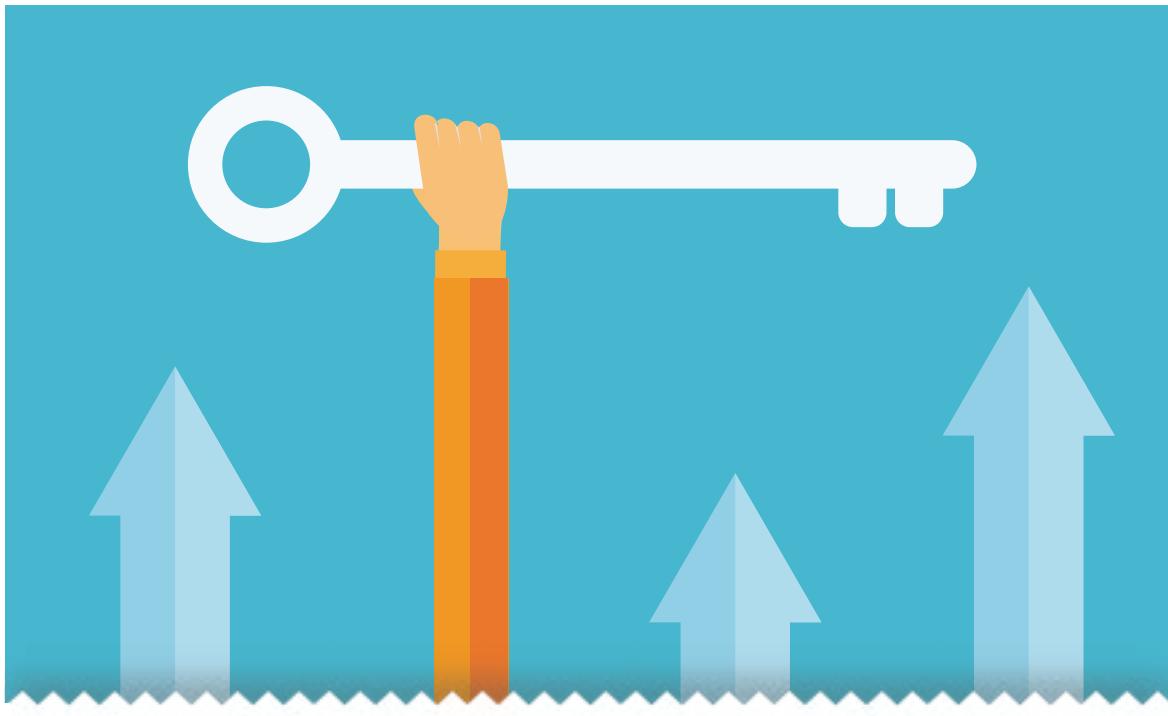


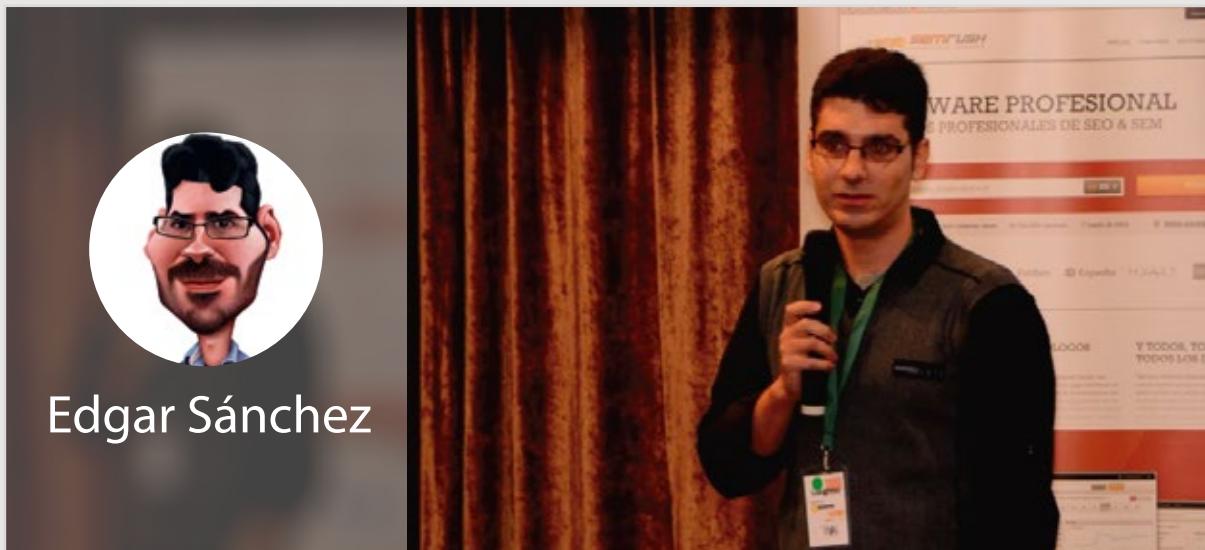
Insertando enlaces internos de una landing page a otra, facilitaremos el acceso del Googlebot a cada una de ellas en la fase de rastreo. Supongamos que una landing page es como una ciudad: cuanto mejores sean los accesos a la misma, más fácil nos resultará llegar a ella. Lo mismo ocurre con las landing pages, los enlaces internos son las “carreteras” que facilitan el acceso de Google. Enlaza tus landing pages entre sí y facilitarás el rastreo de las mismas.

¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Desde mi punto de vista, el mayor error que se puede cometer en términos de SEO es crear una página web desde cero, sin haber realizado un keyword research apropiado. Me he encontrado con algunos casos de clientes que tenían una página web con un TLD (top-level domain) .es, y querían expandir sus servicios a México, así que se limitaron a crear una versión .mx optimizada con las mismas palabras clave de la versión española, ya que se trataba del mismo idioma. El caso es que, aunque en México se habla español, no utilizan exactamente las mismas expresiones que en España y por lo tanto tampoco realizan sus búsquedas en Google de la misma manera. Este hecho afecta directamente a los volúmenes de búsqueda de las palabras clave, y en este caso concreto, una palabra clave que tenía más de 20.000 búsquedas mensuales en España apenas superaba las 300 en México. Por otro lado, había otras palabras clave que tenían unos volúmenes de búsqueda mucho más altos y no estaban optimizadas en la web mexicana.

Para solucionar estos errores de planificación, resulta indispensable investigar a fondo las palabras clave más relevantes y cambiar el contenido (o incluso las URLs) de las landing pages que estuvieran mal optimizadas. Si fuera necesario, crearía nuevas landing pages para sustituir todas aquellas que no optimizaran las palabras clave correctas e insertaría redirecciones 301 de las antiguas a las nuevas.





Edgar Sánchez

Enlaces

 <http://edgarsanchez.net/blog>

 [@edgar_sanchez](https://twitter.com/edgar_sanchez)

Bio

Edgar es SEO-SEM Account Manager en GroupM (WPP) a cargo de la gestión de grandes cuentas nacionales e internacionales.

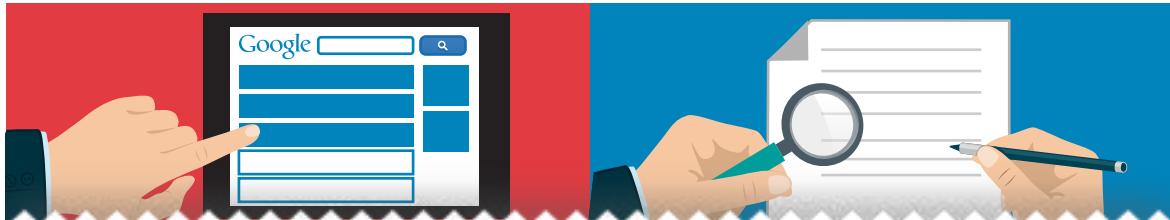
Anteriormente trabajó en Yahoo! en su central Europea en Dublín. Edgar colabora también como formador en materia de buscadores en diferentes universidades y escuelas de negocios y es ponente habitual en eventos nacionales de marketing online.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Si tengo un único consejo que dar para posicionar una web tendría que decir que sería contenido, contenido y contenido (único, de calidad y con foco en mi producto-servicio y basado en una keyword research previa), pero como lo de "El contenido es el Rey" está muy manido, aunque sea cierto, diré en este caso: la explotación conjunta de SEO y SEM,

Esto es algo que debería darse más a menudo y por difícil de creer que parezca y especialmente en empresas-webs grandes, no se está haciendo, o no se está haciendo del todo o correctamente.

Desde la ceguera de keywords orgánicas a través de Analytics debido al dichoso "not provided" esto se hace si cabe más necesario. La sabia utilización de Adwords, abriendo concordancias en las keywords y explotando los datos del Search Query Report facilitan mucho el trabajo de keyword research y keyword intelligence que a pesar de todo, siguen siendo básicos y génesis de todo proyecto SEO.



Paralelamente, el PPC es ideal para testear de manera inmediata, títulos, descripciones, landing pages.. Puedo tener, de manera muy rápida, insights que puedo fácilmente extrapolar a mis etiquetas y landings SEO

¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

El error más imperdonable hablando de SEO es sin duda, y aquí no voy a ser original, una migración mal hecha.

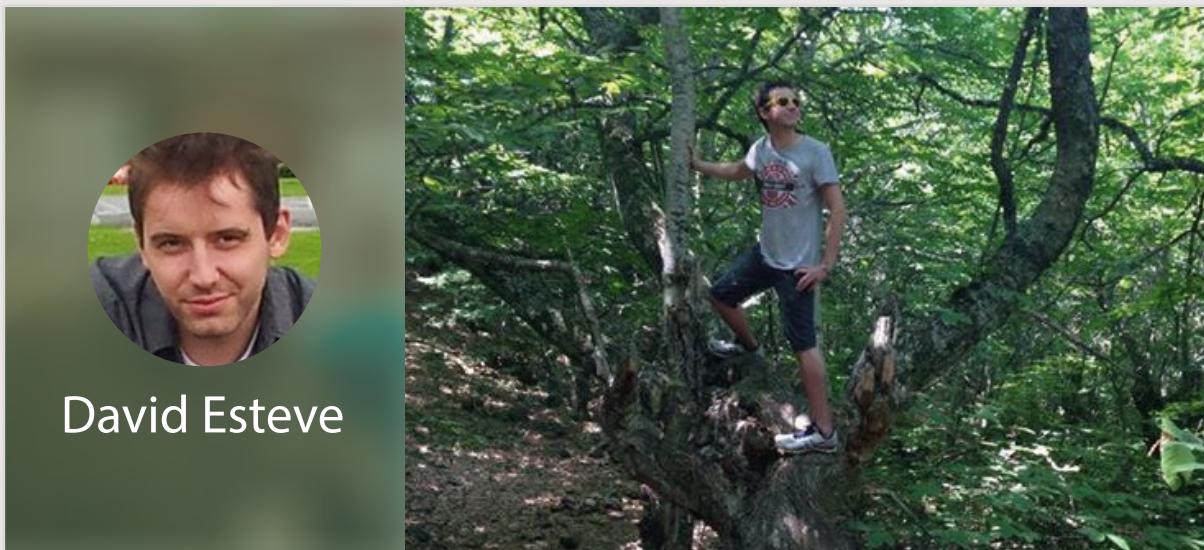
Parece mentira pero es más común de lo que parece, trabajar el SEO de un site durante años y echarlo todo (o gran parte) a perder por culpa de una migración mal hecha.

En ocasiones es inevitable el tener que acometer una migración, de servidores, de CMSs, o de dominios.



En este caso es absolutamente necesario el contar con asesoría SEO previa, durante y post migración y establecer los medios y metodología necesarios para redireccionar correctamente las urls antiguas a las nuevas y solventar todos los posibles errores generados en el proceso de la migración.

Hemos visto sites con miles de visitas diarias pasar a decenas y todo por haber descuidado algo tan importante como esto.



David Esteve

Enlaces

 www.expansion.com

 @DeiviZzz

Bio

Actualmente se encarga del SEO de Expansion.com.

Comenzó trabajando hace 6 años como programador, diseñador y SEO in-house en Esbeltic Model. Su experiencia tanto a nivel de agencia como in-house le ha permitido adquirir un punto de vista global tanto a nivel de negocio como en el desempeño de su profesión.

Apasionado del aspecto más técnico del SEO, de la usabilidad web, de la docencia y en secreto del diseño web.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Es algo difícil dar un solo consejo cuando estamos hablando de SEO, puesto que es una disciplina que se describe como un conjunto de prácticas técnicas, editoriales y estructurales dentro de una página web. Sin embargo, si tuviera que elegir sólo una me decantaría irremediablemente por el contenido.

Debemos tener en cuenta que la gran mayoría de las páginas que construyen la red son imperfectas, con miles de errores de estructura, semantización y usabilidad tanto en el aspecto técnico como de optimización de objetivos y aunque los buscadores nos suelen proporcionar información sobre cómo manejan sus algoritmos con afán de que nos adaptemos a su forma de ver la web, finalmente son los propios creadores de las páginas los que especifican “el conjunto” y las costumbres que definen lo que hoy conocemos como “una web ideal”.



Si lo vemos de este modo, es fácil estimar que existiendo tales deficiencias técnicas, el contenido tenga una relevancia superior al resto de factores SEO.

Elaborando gran cantidad de buenos contenidos creamos autoridad, aumentamos la frecuencia de visita de los robots a nuestro sitio, y en definitiva les estamos dando a entender que nuestro sitio está actualizado, que se le mima, se le dedica tiempo y esfuerzo y esto a la larga podría incluso suplir las deficiencias técnicas. Sin embargo, no podemos decir lo mismo de una web técnicamente perfecta que una vez creada no se actualiza y no crea contenidos, esto es lo que me hace decantarme por este factor.

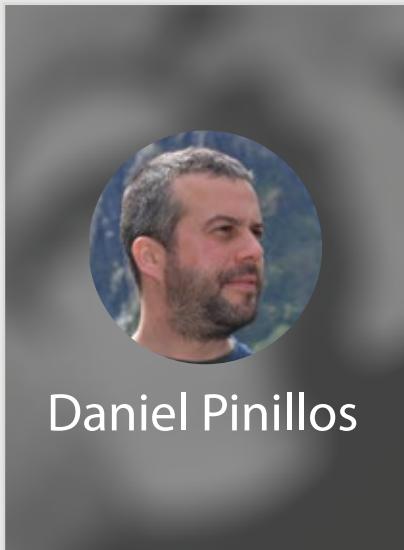
¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Pienso que el error más habitual es no saber a qué público nos interesa dirigirnos, principalmente en los inicios de la creación de un proyecto web. Quizás a alguien pueda parecerle un cliché, pero en mi experiencia esto afecta a la investigación inicial de palabras clave, a la estructuración del contenido e irremediablemente al plan editorial tanto inicial como continuado que desde mi punto de vista es indispensable crear.

Si no entendemos cuál es el público objetivo de nuestro producto/servicio, jamás seremos capaces de captar y convertir el tráfico que nos llega a nuestra web de forma eficiente.

La forma de subsanar esto no es sencilla y depende en gran parte del timing y los recursos del proyecto, pero ser un estudio de mercado inicial, tests de usuario, pasando por un estudio constante de la navegación de las personas que visitan nuestra web, donde se encuentra la clave definitiva para seguir creciendo.





Daniel Pinillos

Enlaces

 www.danielpinillos.com
 [@seovision](https://twitter.com/seovision)

Bio

Consultor SEO, CRO, UX trabajando profesionalmente en SEO desde 2003.

Se dedica a ayudar a empresas online a generar más negocio, trayendo tráfico a través del SEO y creando una mejor experiencia de usuario y mejorando la conversión.

Cofundador de www.funnelpunk.com consultora SEO, CRO y Analítica web, donde convierten tus visitas a clientes.

Daniel es cofundador, socio y advisor en varias startups donde colabora:

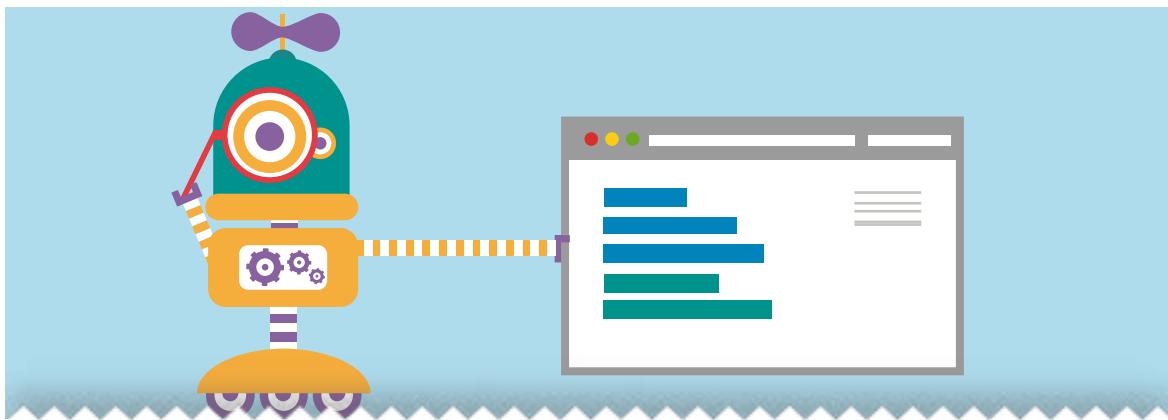
<https://soysuper.com>
www.quieru.com
www.lemariage.ma
www.juntines.com

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Asegurarte de que tu web es crawlable e indexable por los bots. Qué Indexar o no indexar es una de las partes más importantes de un proyecto.

La mayoría de los SEOs se centran en la optimización onsite / contenido y en la construcción de links.

El proceso de ordenación de un buscador pasa por las fases de: Rastreo > Indexación > Posicionamiento.



Si tu web no se puede rastrear estás perdiendo el tiempo en otras cosas.

Si el bot está rastreando e indexando duplicados o contenidos de poca calidad lo estás haciendo mal.

Una vez que te asegures de que los bots rastrean e indexan todo lo que quieras y lo que quieren tus usuarios podrás empezar la carrera por el top 1.

¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

El error más grave es contratar un mal proveedor.

La dependencia de Google en España para crecer en un negocio online es muy alta. Aunque no debería ser así la realidad es que muchos negocios online tienen una altísima dependencia con Google para crecer, mantenerse o incluso fracasar.

Ante tal dependencia no podemos jugarnos el contratar un mal proveedor que nos pueda perjudicar pudiendo generar grandes pérdidas debido a una penalización.

En estos 4 últimos años, tras la salida de Google Panda y Penguin he visto muchas empresas perder negocio por una penalización y casi siempre ha sido por no contratar al profesional adecuado.

El SEO es un camino de medio o largo recorrido donde puedes obtener grandes resultados pero tienes que seguir unas reglas de juego (las guidelines de Google). Si no las sigues te arriesgas a una penalización o filtrado, que depende de cómo sea ya no podrás recuperar en mucho tiempo, o quizás no poder llegar a crecer todo lo que podrías haberlo hecho.

A la hora de contratar un buen proveedor deberías tener en cuenta al menos estas 3 cosas:



Contratar un profesional con amplia experiencia en seo.

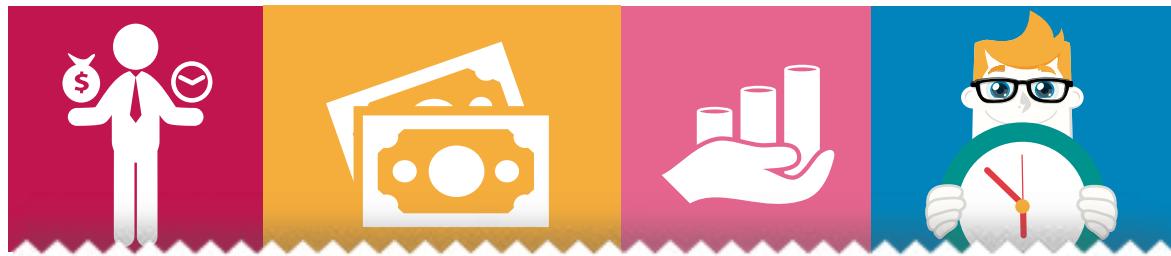
Es más importante la experiencia que el conocimiento, ya que nadie sabe cómo funcionan los buscadores pero a mayor experiencia conoces mejor su funcionamiento, tienes más contactos seo para contrastar tus hipótesis, sabes qué hacer y los tiempos para esperar un resultado porque lo habrás hecho varias veces.



Busca un proveedor honesto y transparente.

No contrates un proveedor que no te dice lo que hace y solo da resultados. Hasta hace poco era muy habitual contratar proveedores que hacían linkbuilding, hacían crecer tu negocio, pero cuando Google ha ajustado su algoritmo han caído casi todos y el resto lo hará próximamente. Busca un profesional que entienda tu negocio, se involucre, haz la estrategia y marca objetivos conjuntamente con él.

No quiero decir que no trabajes el linkbuilding pero siempre con cabeza, conociendo los posibles riesgos. Busca estrategias de crecimiento natural y céntrate más en la creatividad que en los aspectos técnicos del linkbuilding.



Contrata un proveedor adecuado a tu inversión en el momento adecuado.

Primero piensa cuanto puedes invertir en SEO y si lo debes hacer antes de tener un buen site y contenido. Quizás no estés preparado para hacer SEO.

Comprueba: ¿Puedo comprar/contactar en mi web sin problemas?

Primero asegúrate de que tu web vende y el proceso de venta o conversión es correcto. Después cuando estés preparado para vender atrae tráfico a tu web.

Si no estás preparado, tu dinero estará mejor invertido en UX o CRO antes que en SEO.

No busques al SEO más barato sino al que mejor resultado te va a dar. Busca un SEO que haya trabajado en tu sector, mira si está en contacto con la comunidad seo española. Te juegas parte de tu negocio a una carta así que preocúpate de buscar al mejor para tu proyecto.

Seamos claros el seo no es barato y un buen profesional es difícil de encontrar. Para poder obtener resultados tendrás que buscar relaciones largas con tus proveedores, no contrates un seo para menos de 6 meses.

Terminamos...

Y para terminar, después de todas estas grandes y valiosas opiniones os damos la nuestra. La experiencia de años trabajando el SEO de tan diversos tipos de negocio nos ha ayudado a sacar muchas conclusiones. En este ebook compartimos con vosotros nuestro consejo número uno y el error más grave a evitar.

Si tuvieras que dar un solo consejo o recomendación a la gente para lograr un buen posicionamiento SEO ¿Cuál sería? Puede ser general o concreto.

Si solo nos permitiesen un consejo, recomendaríamos centrarnos en el contenido. Al fin y al cabo en el [SEO se trabaja para Google](#), pero también para el usuario y esto va completamente unido. Si eres útil para el usuario, también lo serás para Google. Generar contenido de calidad, relacionado con tus palabras clave, único, original y atractivo. No es fácil, aunque a priori lo parezca. Sobre todo teniendo en cuenta que tus palabras clave deben aparecer de manera natural y a la vez de forma representativa.



Tenemos mil consejos más para daros, aunque siempre es importante contar con la ayuda de profesionales, no sólo que te consigan alcanzar el posicionamiento deseado, sino que también te asesoren y formen en ello.

¿Cuál es para ti el error más imperdonable a cometer en el SEO y cómo lo subsanarías?

Para nosotros, el error más imperdonable en el SEO es no tener paciencia y pensar que en un tiempo concreto puedes ocupar la posición número uno de los resultados de Google. Esto es sencillamente imposible, porque no solo depende de uno mismo, también depende de lo que haga tu competencia (cosa que normalmente se desconoce).



Conseguir un posicionamiento natural (de los que le gustan a Google) es algo que requiere tiempo, dedicación y constancia. Por eso es muy importante no tirar la toalla y no sacar conclusiones antes de tiempo. Digamos que podría compararse a un reto de adelgazamiento, debes concienciarte y trabajar duro en ello, pero no puedes pensar que a la semana de empezar a ir al gimnasio conseguirás los resultados que quieras.

Ahora ya podéis sacar vuestras propias conclusiones sobre el posicionamiento SEO, en qué cosas debéis hacer hincapié y qué cosas debéis evitar.

Desde seoptimer agradecemos la participación a todos los SEO que han colaborado en este ebook y esperamos que os hayan servido todos estos consejos en vuestras estrategias. ¡Ya solo falta ponerlos en práctica!



Ahorre un 10 %
en cualquier plan SEOptimer
con el código de cupón:

ebook

-  /seoptimer
-  /seoptimer
-  /company/seoptimer
-  /user/seoptimer
-  /seoptimer_com
-  www.seoptimer.com/blog



www.seoptimer.com

support@seoptimer.com