



**DIGICOM**  
PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

# JORNADAS DIVULGATIVAS “SEO en Ecommerce. Estructura y ficha de producto”



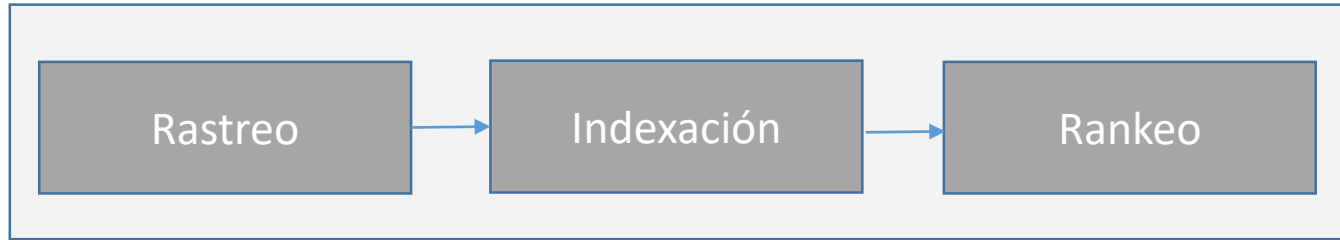
1. Análisis inicial. Auditoría SEO
2. Análisis de palabras clave. Keywords.
- 3. Estrategia de contenidos: Estructura y fichas de producto.**
4. Estrategia de links: enlaces internos y backlinks.
5. Análisis de resultados: Search Console.

# ¿Por qué necesitas SEO?

- El SEO (Search Engine Optimization) consiste en optimizar tu web para que aparezca en las primeras posiciones de los buscadores.
- Si apareces en las primeras posiciones, tendrás más visitas.
- Si tienes más visitas, tendrás más opciones de ventas.
- Una buena estrategia SEO es la mejor manera de conseguir tráfico orgánico.
- El SEO se puede/debe combinar con otras estrategias (SEM, SMM, ..).
- En eCommerce es importante **posicionar a nivel de producto** (no solo marca).

# SEO

Cómo empezar a mejorar nuestro posicionamiento



1. Los bots de Google rastrean contenido de la web.
2. Si el contenido es adecuado, se almacena en bases de datos de Google.
3. Se analiza esa información y se clasifica el contenido.
4. Indexar: asociar al índice, asociar a keywords.
5. Establecer posicionamiento: ranqueo.

## Intenciones de búsqueda

Razones u objetivos con los que un usuario entran en el buscador a buscar algo:

- Navegacional: pongo el nombre del sitio al que quiero entrar para acceder a su web.
- Informativa: investigar u obtener información sobre algún tema o servicio concreto.
- **Transaccional: busco un producto o servicio para comprar.**

## Palabras clave / long-tail

- **Expresiones o palabras concretas** que las personas introducen en el buscador para obtener la información que responda a su intención de búsqueda.
- **Long-tail:** expresiones de búsqueda más largas y más específicas en cuanto a la intención de búsqueda del usuario.

En vez de posicionar tu tienda de flores en Google con la palabra clave «*flores*» (es **más difícil** posicionar **una** palabra clave **muy competitiva** con miles de búsquedas mensuales), te posicionas con muchas palabras clave más descriptivas como «*ramos de flores a domicilio en Gijón*» o «*ramos de flores a domicilio Asturias*» (es **más fácil** posicionar **muchas** palabras clave **poco competidas** con sólo decenas de búsquedas mensuales).

## Long tail

- Asturias
- Vacaciones en Asturias
- Vacaciones de verano en Asturias
- Vacaciones de verano en Asturias con niños
- Vacaciones de verano en Asturias con niños en la playa
- Vacaciones de verano en Asturias con niños en playa con socorrista

A mayor longitud de la palabra clave, menor competencia y por tanto más fácil será ranquearla.

Recomendación: en Keywords difíciles, ranquear antes una expresión longtail



## Palabras semánticamente relacionadas

- LSI (Latent semantic indexing).
  - Relación semántica no manifestada. Tienen una afinidad temática, y es muy probable que en un párrafo si se incluye una, también aparezca el otro concepto.
  - Esto es lo más natural cuando se habla de un tema concreto.

## Palabras semánticamente relacionadas



## SEO clásico y SEO semántico

### Clásico

- Palabras clave
- Densidad  
(repetición de la misma expresión)
- Long tail
- Textos escritos “para Google”

### Semántico

- Intención de búsqueda
- Relevancia
- Palabras semánticamente relacionadas (y long tail).
- Textos orientados y que aporten valor al usuario

## SEO on page y SEO off page

Seo on page: aquello que puedo hacer en mi página:

- **Contenido** (creación de contenidos y arquitectura web)
- **Controlar la indexación.**



**HOY**

SEO off page: aquello sobre lo que no puedo actuar directamente en mi web

- **Link Building.**



**MAÑANA**

1. **Contenido único y que aporte valor** al usuario.

2. **Autoridad de la página:**

- PageRank de Google: basado en los enlaces entrantes entrantes
- Page Authority (métrica de Moz) que algunos expertos consideran que es más preciso y actualizado que el PageRank

3. **Autoridad del dominio:** principalmente basado en el número de enlaces o dominios de referencia externos que apuntan a un dominio concreto.

4. **TrustRank:** confianza. Dependiendo del tipo de páginas que te enlacen, Google considerará que tu página ofrece más o menos confianza.
5. **Velocidad de carga**
6. **Web Responsive (mobile-friendly)**
7. **Seguridad (SSL y https).**
8. **Palabra clave en el título.**
9. **Usabilidad / experiencia de usuario (UX).**
10. **Arquitectura del sitio.**

1. **Contenido duplicado:** desde 2 o más URL diferentes en mi web, puedo acceder a los mismos contenidos.
2. **Contenido copiado:** plagio de textos de otras web. Puede conllevar problemas legales, y penalizaciones en SEO.
3. **Contenido de baja calidad**
4. **Keyword stuffing:** llenar el sitio con palabras clave.
5. **Errores HTML** que dificulten la indexación.
6. **Errores de acceso o webs inactivas** (error 500, errores de servidor, webs inaccesibles, etc.)
7. **Errores gramaticales y ortográficos** (ojo a SEO en otros idiomas con traductores automáticos).

8. **Tasa de rebote:** indica a Google que el contenido no era de interés para el usuario, una vez lo ha visualizado.
9. **Enlaces rotos** dentro de los contenidos.
10. **Pop-ups:** son molestos para el usuario y no aportan valor al contenido.
11. **Compra / intercambio de enlaces (\*):** ojo a cualquier enlace que no parezca haber sido conseguido de manera natural.
12. **Enlaces desde sitios de mala reputación:** perjudican directamente al TrustRank.



# SEO

## Herramientas SEO

- Google Trends – Análisis de Tendencias de Palabras Clave.
  - <http://www.google.com/trends/>
- Planificador de Palabras Clave
  - <https://adwords.google.es/select/keywordtoolexternal>
- Sem Rush
  - <https://www.semrush.com/>
- Google Search Console – Consultas de búsqueda
  - <https://search.google.com/search-console?hl=es>
- Google Analytics – Búsquedas en el sitio
  - <https://analytics.google.com/analytics/web/>
- Extensión para navegador. SEOquake.
  - <https://www.seoquake.com>

# SEO

Estrategia SEO. Estructura del sitio.

# Jerarquía de contenidos clara

- Un sitio Web debe contar con una **organización adecuada** que facilite la navegación a los usuarios y la accesibilidad de los buscadores.
  - **Categorizar y jerarquizar** los contenidos es un factor clave.
  - Enfocar la categorización sobre las necesidades y deseos de los usuarios en base al **estudio de palabras clave**.
  - **Cada termino** importante que se quiere posicionar, que se corresponderá con un producto/servicio, ha de tener **una página específica** dentro del sitio Web.
    - No es conveniente mezclar términos o palabras en una sola página.
    - Ni utilizar palabras o términos similares en paginas distintas, competiríamos contra nosotros mismos y probablemente utilizaríamos contenido duplicado.
- Hablar de **taxonomía** en SEO es hablar de **estructurar los contenidos**, la navegación clasificando la información de manera que agrupe todas y cada una de la expresiones del estudio previamente realizado.
- Si los usuarios cuando llegan al sitio Web encuentran que la navegación se ha diseñado utilizando los mismos criterios y atributos mejorará su experiencia (UX). **Aumentará el tiempo de navegación**.
- Si las taxonomías elegidas para diseñar la arquitectura del sitio Web (catalogo, productos/servicios) están inspiradas por formulas de búsqueda de usuarios esto mejora las posibilidades de posicionarse mejor.
- La **arquitectura de información debe ser flexible para adaptarse a las tendencias**.

# Arquitectura de la Web: Ejemplo de estructura de contenidos adecuada



**VINISSIMUS**  
SELECCIÓN Y VENTA DE VINOS

Transporte gratuito a partir de 200 €\* | Español | ES | Contacto | Ayuda

Buscar en Vinissimus... | Mi cuenta | Carrito

Vino tinto | **Vino blanco** | Cava y champagne | Rosado y otros | Destilados | Ideas para regalar

Denominación / País

- España** (3244)
  - Rioja (659)
  - Ribera del Duero (432)
  - Priorat (311)
  - Montsant (174)
  - Penedès (144)
  - Toro (118)
  - > [Todas las denominaciones de España](#)
- Resto del mundo**
  - Italia (1601)
  - Francia (750)
  - Argentina (43)
  - Australia (31)
  - > [Todos los países](#)

Envejecimiento

- Joven (359)
- Joven con crianza (754)
- Crianza (2473)
- Reserva (528)
- Gran reserva (87)

Precio

- 0 - 10 € (1199)
- 10 - 20 € (1892)
- 20 - 50 € (1761)
- Más de 50 € (913)

ENVIOS GRATIS | 15 DÍAS PARA LA DEVOLUCIÓN | Carrito

<https://www.vinissimus.com/>



**GrandesZapatos.com**

Buscar | **Buscar** | ENVIOS GRATIS | 15 DÍAS PARA LA DEVOLUCIÓN | Carrito

MUJER	HOMBRE	ZAPATOS POR TALLA	CALCETINES	GUÍA DE TALLAS DE HOMBRE	GUÍA DE TALLAS DE MUJER
ZAPATOS DE MUJER TALLA 42	ZAPATOS HOMBRE TALLA 46	ZAPATOS HOMBRE TALLA 50	ZAPATOS HOMBRE TALLA 51	ZAPATOS HOMBRE TALLA 52	ZAPATOS HOMBRE TALLA 53
ZAPATOS DE MUJER TALLA 43	ZAPATOS HOMBRE TALLA 47	ZAPATOS HOMBRE TALLA 55	ZAPATOS HOMBRE TALLA 56	ZAPATOS HOMBRE TALLA 57	ZAPATOS HOMBRE TALLA 58
ZAPATOS DE MUJER TALLA 44	ZAPATOS HOMBRE TALLA 48	ZAPATOS HOMBRE TALLA 59	ZAPATOS HOMBRE TALLA 60	ZAPATOS HOMBRE TALLA 61	ZAPATOS HOMBRE TALLA 62
ZAPATOS DE MUJER TALLA 45	ZAPATOS HOMBRE TALLA 49	ZAPATOS HOMBRE TALLA 63	ZAPATOS HOMBRE TALLA 64	ZAPATOS HOMBRE TALLA 65	ZAPATOS HOMBRE TALLA 66

<https://www.grandeszapatos.com/>

# Arquitectura de la Web: Una página específica por temática a posicionar

INICIO DESPACHO DIVORCIOS Y SEPARACIONES ACUERDOS

Home • Convenio

## SEPARACIONES



previo al proceso de divorcio, tiempo y costes.

- DIVORCIO CONTENCIOSO EN BILBAO
- DIVORCIO DE MUTUO ACUERDO EN BILBAO
- DIVORCIO EXPRÉS EN BILBAO
- SEPARACIONES EN BILBAO
- CONVENIO REGULADOR EN BILBAO
- MODIFICACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE MEDIDAS
- NUEVA LEY DE CORRESPONSABILIDAD PARENTAL

INICIO QUIENES SOMOS SERVICIOS NOVEDADES CONTACTO

# laboral

ente, la normativa laboral vigente cambia constantemente y a veces nos cuesta adaptarnos. **SSEMSA** presta un servicio integral de **laboral** para orientar a empresas,

- ASESORIA LABORAL
- ASESORIA CONTABLE
- ASESORIA FISCAL
- ASESORIA JURIDICA
- ASESORIA MERCANTIL
- OTROS SERVICIOS

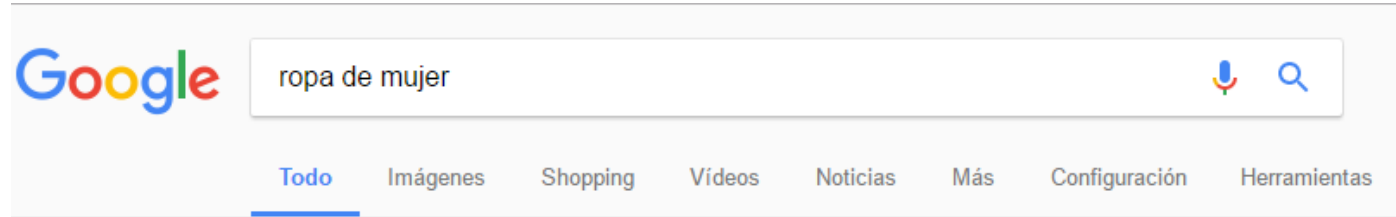
# SEO

Estrategia SEO. Optimizar la web. Mejorar el posicionamiento.

# Condición necesaria para empezar a posicionar

- Una vez identificados las **palabras clave** o términos identificados como relevantes, hay que utilizarlos en las **zonas más importantes** de cada una de las páginas que conforman el sitio Web.
- Existen ciertas áreas de las páginas que deben incluir las **palabras clave** objetivo:
  - Título
  - Meta Descripciones
  - URL
  - Encabezados
  - Cuerpo de Contenido/Primeros párrafos
  - Imágenes/Videos
  - Textos de Enlaces: Internos y Externos
- **Redactando semánticamente (LSI: Índice Latente Semántico)**, sin repetir en exceso la palabra clave usando términos que están relacionados y que Google se espera encontrar .





## Ropa de mujer online | Comprar las últimas tendencias en Zalando

<https://www.zalando.es/ropa-de-mujer/> ▼

Hoy por hoy la oferta en **ropa de mujer** es la más amplia y variada de todos los tiempos, infinidad de estilos y una actualización continua, hace que el ritmo ...

## Rebajas ropa mujer barata | moda online | calzado mujer | Kiabi

[www.kiabi.es/mujer\\_200006](http://www.kiabi.es/mujer_200006) ▼

Tienes ganas de renovar el armario? En Kiabi tenemos una gran variedad de **ropa de mujer**. ¡Encuentra las últimas tendencias a los mejores precios!

## Ropa Mujer Online. Compra la mejor moda en EAT

[www.elarmariodelatele.com/mujer/todo-mujer](http://www.elarmariodelatele.com/mujer/todo-mujer) ▼

Si eres de las que se preocupa por estar a la última moda, en nuestra sección de **ropa de mujer**, encontrarás todo lo que necesitas para conseguirlo: chaquetas ...

## Ropa de Mujer | La Redoute

[www.laredoute.es](http://www.laredoute.es) › La Redoute › Mujer › Ropa ▼

★★★★★ Valoración: 4,3 - 140 votos

Últimas tendencias en **ropa de mujer** La Redoute. Encuentra online camisas, pantalones, vestidos, chaquetas, zapatos y ropa interior. ¡Devolución gratis!


ENVÍOS Y DEVOLUCIONES **GRATUITOS**      DERECHO DE DEVOLUCIÓN DE **100 DÍAS**      [AYUDA Y CONTACTO](#)

MUJER   HOMBRE   NIÑOS   **zalando**   Iniciar sesión   Favoritos   Cesta

Inspiración   **Ropa**   Zapatos   Deporte   Complementos   Ropa interior   Premium   Marcas   Ofertas   Busca aquí: zapatos, ropa, marcas.. 🔍

Mujer / Ropa

## Ropa de mujer




Urban   Party   Casual   Trendy

> **Ropa**  
 > Vestidos  
 > Chaquetas  
 > Abrigos  
 > Chaquetas de punto y jerséis  
 > Camisetas y tops  
 > Blusas y blusones  
 > Vaqueros  
 > Pantalones  
 > Faldas  
 > Ropa interior  
 > Medias y calcetines  
 > Ropa deportiva  
 > Ropa de baño

Marca ▾   Color ▾   Precio ▾   Talla ▾   Material exter... ▾   Colección ▾  
 Novedades ▾   Ocasión ▾

Ordenar por: **Favoritos** ▾

<   Página 1 de 595   >



```

<html class="html no-js jimmy" id="html">
<head>
<base href="https://www.zalando.es/" /><title>Ropa de mujer online | Comprar las últimas tendencias en Zalando</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<link rel="prefetch" href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/./js_source/COMMON/_components/react.js">
<script async src="https://www.googletagmanager.com/tag/js/gtm.js"></script>
<script>var googletag = googletag || {};
googletag.cmd = googletag.cmd || [];</script>
<script async src="//cdn.bunchbox.co/548ff4c7470c79a50b878473_min.js"></script>
<meta name="description" content="ENVÍO y DEVOLUCIÓN GRATIS | Descubre nuestra colección en ropa de mujer | Vestidos, abrigos, tops, pantalones, faldas y más en Zalando" />
<meta name="keywords" content="ropa de mujer, moda de mujer, tienda online, ropa online, zalando" />
<meta name="robots" content="INDEX,FOLLOW" />
<meta property="fb:app_id" content="327760033954496" />
<meta name="p:domain_verify" content="3c7d9c62e65ad2e1a5122b1f511c5678" /><meta property="al:ios:url" content="zalando://SEARCH?urlKey=ropa-de-mujer&order=popularity&appdomainId=30" />
<meta property="al:ios:app_store_id" content="585629514" />
<meta property="al:ios:app_name" content="Zalando" />
<link rel="alternate" media="only screen and (max-width: 640px)" href="https://m.zalando.es/ropa-de-mujer/" />
<link rel="alternate" hreflang="de-de" href="https://www.zalando.de/damenbekleidung/" />
<link rel="alternate" hreflang="de-at" href="https://www.zalando.at/damenbekleidung/" />
<link rel="alternate" hreflang="de-ch" href="https://www.zalando.ch/damenbekleidung/" />
<link rel="alternate" hreflang="fr-ch" href="https://fr.zalando.ch/mode-femme/" />
<link rel="alternate" hreflang="pl-pl" href="https://www.zalando.pl/odziez-damska/" />
<link rel="alternate" hreflang="sv-se" href="https://www.zalando.se/damklader/" />
<link rel="alternate" hreflang="fi-fi" href="https://www.zalando.fi/naiset-vaatteet/" />
<link rel="alternate" hreflang="da-dk" href="https://www.zalando.dk/dametoej/" />
<link rel="alternate" hreflang="no-no" href="https://www.zalando.no/damekleer/" />
<link rel="alternate" hreflang="es-es" href="https://www.zalando.es/ropa-de-mujer/" />
<link rel="alternate" href="android-app://de.zalando.mobile/zalando/SEARCH?urlKey=ropa-de-mujer&order=popularity" />
<link rel="next" href="/ropa-de-mujer/?p=2" />
<link type="image/x-icon" href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/img/MAIN/zalando.ico" rel="icon" /><script>html && html.className && (html.className = html.className.replace('no
<!--[if gt IE 9]><!-->
<link href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/css/MAIN/zalando.min.css" rel="stylesheet" type="text/css" /><!--<![endif]>-->
<!--[if lte IE 9]>
<link href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/css/MAIN/zalando.ie.part.1.min.css" rel="stylesheet" type="text/css" /><link href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/css/MA
<endif>-->

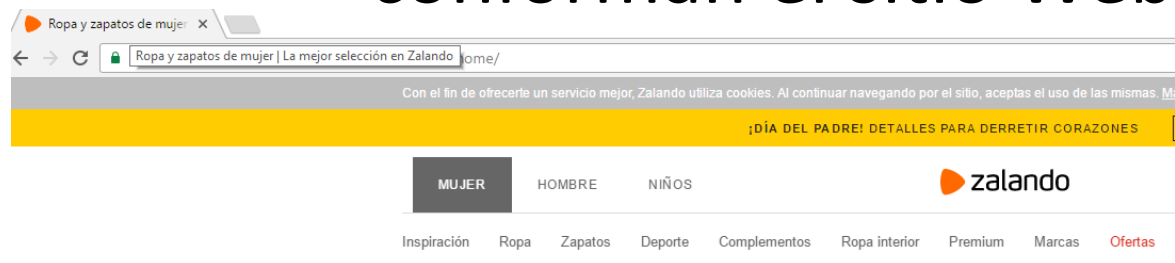
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="https://secure-media.ztat.net/media/cms/cms-old/SCC-Editorial/projects/TEDIT-116/dist/css/tedit-116.min.css?_1486646086000"/>
<!--[if lte IE 8]>
<link href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/css/MAIN/ieHack.css" rel="stylesheet" type="text/css" /><![endif]>-->
<!--[if IE 7]>
<link href="https://secure-skin.ztat.net/s/ujf/zalando/css/MAIN/ie7Hack.css" rel="stylesheet" type="text/css" /><script type="text/javascript">
//iconFont shipped left block marginRight
"ZAL" in window || (window.ZAL = {});
ZAL.isIE7 = true;
//]]&gt;
&lt;/script&gt;
&lt;![endif]&gt;--&gt;
&lt;!--[if IE 8]&gt;
&lt;script type="text/javascript"&gt;
//<![CDATA[
"ZAL" in window || (window.ZAL = {});
ZAL.isIE8 = true;
//]]&gt;
&lt;/script&gt;
</pre>
</div>
<div data-bbox="681 912 787 957" data-label="Page-Footer">
<img alt="UC Unión de Comerciantes Principado de Asturias logo" data-bbox="681 912 787 957"/>
</div>
<div data-bbox="790 912 883 957" data-label="Page-Footer">
<img alt="Gijón Reinicia 2020/2021 logo" data-bbox="790 912 883 957"/>
</div>
<div data-bbox="896 912 990 957" data-label="Page-Footer">
<img alt="Gijón Impulsa logo" data-bbox="896 912 990 957"/>
</div>
<div data-bbox="790 957 883 975" data-label="Page-Footer">
<img alt="CCOO, FADE, and other small logos" data-bbox="790 957 883 975"/>
</div>
```

# Título de la página. Etiqueta <title>

- **El title de la página es una de las zonas más relevantes para Google.**
- Idealmente el title debe parecerse lo más posible a la búsqueda objetivo de posicionamiento para la que deseamos que se posicione la página.
- Deben de incluir la palabra clave más importantes de la página siempre al inicio del título.
- Al final el nombre del sitio o la marca.
- Claros y concisos, 56-70 caracteres.



# Títulos diferentes para cada una de las páginas que conforman el sitio Web.



EL REMIX DE JOURDAN

## Tonos pastel, estampados arriesgados



## Crear títulos de páginas descriptivos

Los títulos son esenciales para proporcionar a los usuarios una idea general sobre el contenido de la página de un resultado y sobre los motivos por los que ese resultado es relevante para su consulta. El título suele ser el principal elemento que se tiene en cuenta a la hora de decidir el resultado en el que se hace clic, así que es importante que utilices títulos de buena calidad en tus páginas web.

A continuación te ofrecemos algunos consejos para la gestión de los títulos:

- Como se explicó anteriormente, **debes asegurarte de que aparezca un título en la etiqueta <title> de todas las páginas de tu sitio**. Si tienes un sitio grande y te preocupa haber olvidado algún título, encontrarás las etiquetas <title> que faltan o dan problemas en la página [Sugerencias sobre HTML](#) de Search Console.
- Los títulos de las páginas deben ser **descriptivos y concisos**. Evita descripciones vagas como "Página principal" en tu página principal o "Perfil" en el perfil de un usuario. También debes evitar los títulos innecesariamente largos o ampulosos, ya que probablemente aparecerán cortados en los resultados de búsqueda.
- Evita el **uso excesivo de palabras clave**. A veces, puede resultar útil incluir algunos términos descriptivos en el título, pero no es necesario repetir las mismas palabras o frases varias veces. Un título como "Título, título, títulos, títulos" no es útil para el usuario, por lo que, ante un **exceso de palabras clave** de este tipo en los resultados de búsqueda, Google y los usuarios podrían pensar que tu sitio tiene contenido fraudulento.
- Evita el uso de **texto repetido o estereotipado**. Es importante que utilices títulos diferentes y descriptivos para las distintas páginas de tu sitio. Si utilizas, por ejemplo, el título "Productos a buen precio" para todas las páginas de un sitio de comercio, los usuarios no podrán saber en qué se diferencia una página de otra. También es mala idea usar títulos largos en los que solo cambia un fragmento. Por ejemplo, un título como "<nombre del grupo>: videos, letras, pósters, álbumes, críticas y conciertos" contiene mucho texto y poca información. Una posible solución es actualizar de forma dinámica el título para que refleje mejor el contenido real de la página incluyendo, por ejemplo, las palabras "vídeo", "letras", etc. solamente si la página en cuestión contiene videos, letras, etc. Otra opción es solo usar "<nombre del grupo>" como título conciso y usar la metadescripción (ver debajo) para describir el contenido de tu sitio. En la página [Sugerencias sobre HTML](#) de Search Console aparecen los títulos duplicados que Google detecta en tus páginas.
- **Identifica tu sitio en los títulos**, pero brevemente. El título de la página principal de tu sitio es un lugar razonable para incluir alguna información adicional sobre el sitio (por ejemplo, "EjemploSitioSocial, un lugar para conocer gente y socializar"). Sin embargo, la inclusión de ese texto en el título de todas las páginas del sitio podría hacer que la lectura resulte engorrosa y repetitiva si se muestran varias páginas del sitio al hacer una búsqueda. Una posible solución es incluir únicamente el nombre del sitio al principio o al final del título de todas las páginas separándolo del resto del contenido del título mediante un delimitador (por ejemplo, un guión, dos puntos o una raya vertical) como en el siguiente ejemplo:  
`<title>EjemploSitioSocial: crea tu cuenta.</title>`

# Títulos de página descriptivos.

[https://support.google.com/webmasters/answer/35624?visit\\_id=1-636239549432195184-965242148&rd=1#3](https://support.google.com/webmasters/answer/35624?visit_id=1-636239549432195184-965242148&rd=1#3)

- No son un factor de posicionamiento de forma directa, sirven como texto descriptivo que llama la atención a los usuarios, invitándolos a entrar desde Google a nuestra Web.
  - Ser únicas, diferentes y descriptivas.
  - Ser complementarias y extender la información del título
  - Añadir una llamada a la acción invitándolos a entrar.
  - Máximo 156-160 caracteres.

Rebajas vestidos de mujer baratos | vestidos de punto, vestidos de ...

[www.kiabi.es](http://www.kiabi.es) › Mujer ▼

↳ Vestidos a pequeños precios ⇒ Vestidos de verano, Vestido de fiesta, Vestidos jersey... ⇒  
¡Aprovecha la entrega gratuita! (ver condiciones en Kiabi.es)

Pantalones de hombre | Comprar colección online en Zalando

<https://www.zalando.es/pantalones-hombre/> ▼

ENVÍO y DEVOLUCIÓN GRATIS | Gran selección de pantalones de hombre | Pantalones largos, cortos, chinos, de vestir y muchos más en Zalando.

# Hacer descripciones creativas.

## Alquiler Furgoneta Tarragona - Autofurgo

<https://www.autofurgo.es/alquiler-furgonetas-tarragona/> ▼

Nuestra empresa de alquiler está presente en Tarragona con el propósito de que nuestros clientes dispongan de furgonetas adaptadas a sus necesidades.

## Alquiler de furgonetas desde 19€ | Sixt

<https://www.sixt.es/alquiler-de-furgonetas/> ▼

Alquiler de furgonetas desde 19€. Servicio y asistencia 24h. Franquicia incluida. kilometraje incluido.

¡Consulte nuestras ofertas semanales y reserve online!



## Crear metadescripciones buenas

Una buena forma de indicar un resumen breve y legible del contenido de cada página para los usuarios es utilizar el atributo de descripción de la etiqueta <meta>. En algunas ocasiones, podemos utilizar la metadescripción de una página en los fragmentos de resultados de búsqueda si consideramos que ofrece a los usuarios una información más precisa que la que se puede obtener a través del contenido de la página. El uso de metadescripciones precisas puede aumentar el número de clics de tus páginas. A continuación, te ofrecemos algunas directrices que te pueden servir para utilizar correctamente las metadescripciones:

- Asegúrate de que **todas las páginas de tu sitio tengan una metadescripción**. En la página [Sugerencias sobre HTML](#) de Search Console aparecen las páginas en las que Google ha detectado que faltan metadescripciones o que estas tienen algún problema.
- **Diferencia las descripciones de cada página**. Utilizar descripciones idénticas o similares para todas las páginas de un sitio no resulta útil cuando aparecen varias páginas en los resultados web. En estos casos, existen menos posibilidades de que mostremos el texto estereotipado. Si es posible, crea descripciones exactas de la página concreta. Utiliza descripciones del sitio en la página principal o en otras páginas generales y descripciones concretas de página en todas las demás. Si no tienes tiempo para crear una descripción para cada página, prioriza el contenido: crea por lo menos una descripción de las URL más importantes como, por ejemplo, la página principal y las páginas más visitadas.
- **Incluye información bien etiquetada en la descripción**. La metadescripción no tiene por qué tener únicamente formato de frase. También puede incluir datos estructurados sobre la página. Por ejemplo, en las noticias o en las entradas de blog se puede indicar el autor, la fecha de publicación o información de la firma. Ello ofrece a los posibles lectores información muy relevante que de otro modo no aparecería en el fragmento. De igual modo, las páginas de un producto pueden incluir información clave, como el precio, la antigüedad o el fabricante, distribuida por una página. Una buena metadescripción puede reunir todos estos datos. Por ejemplo, la descripción siguiente ofrece información detallada sobre un libro.  

```
<meta name="Description" content="Autor: A.N. Autor,  
Ilustrador: P. Fotografía, Categoría: Libros, Precio: 17,99 €,  
Extensión: 784 páginas">
```

En este ejemplo, la información está claramente etiquetada y separada.
- **Genera descripciones mediante programación**. En algunos sitios, como las fuentes de noticias, generar una descripción única y precisa de cada página es muy sencillo: dado que cada artículo se escribe a mano, añadir una frase descriptiva requiere un esfuerzo mínimo. En los sitios que disponen de bases de datos de mayor envergadura, como los agregadores de productos, escribir descripciones a mano puede resultar imposible. Sin embargo, la generación de descripciones mediante programación puede ser una táctica adecuada y recomendada en este caso. Como ya hemos comentado en el primer punto, las buenas descripciones deben ser variadas y legibles para el ser humano. Los datos específicos de página que hemos mencionado en el segundo punto son buenos candidatos para la generación programática. Ten en cuenta que las metadescripciones formadas por cadenas largas de palabras clave no ofrecen a los usuarios una idea clara del contenido de la página y tienen menos posibilidades de aparecer en lugar de un fragmento normal.

# Etiqueta Meta Description, lo que nos dice Google

[https://developers.google.com/search/docs/advanced/crawling/special-tags?hl=es&hlrm=en&visit\\_id=637424574385497465-2590943496&rd=1](https://developers.google.com/search/docs/advanced/crawling/special-tags?hl=es&hlrm=en&visit_id=637424574385497465-2590943496&rd=1)

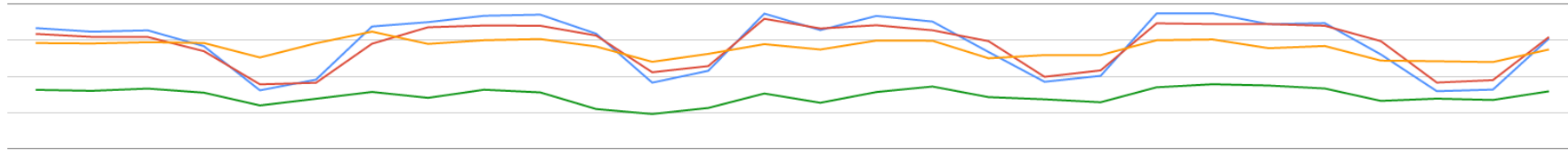
# La importancia del CTR para SEO.

Clics  
  Impresiones  
  CTR  
  Posición

Consultas  
  Páginas  
  Países  
  Dispositivos  
  Tipo de búsqueda  
  Apariencia en el buscador  
  Fechas

Sin filtro ▼  
 Sin filtro ▼  
 Sin filtro ▼  
 Sin filtro ▼  
 Web ▼  
 Sin filtro ▼  
 Últimos 28 días ▼

Clics totales	Impresiones totales	CTR medio	Posición media
20.389	482.659	4,22%	10,0

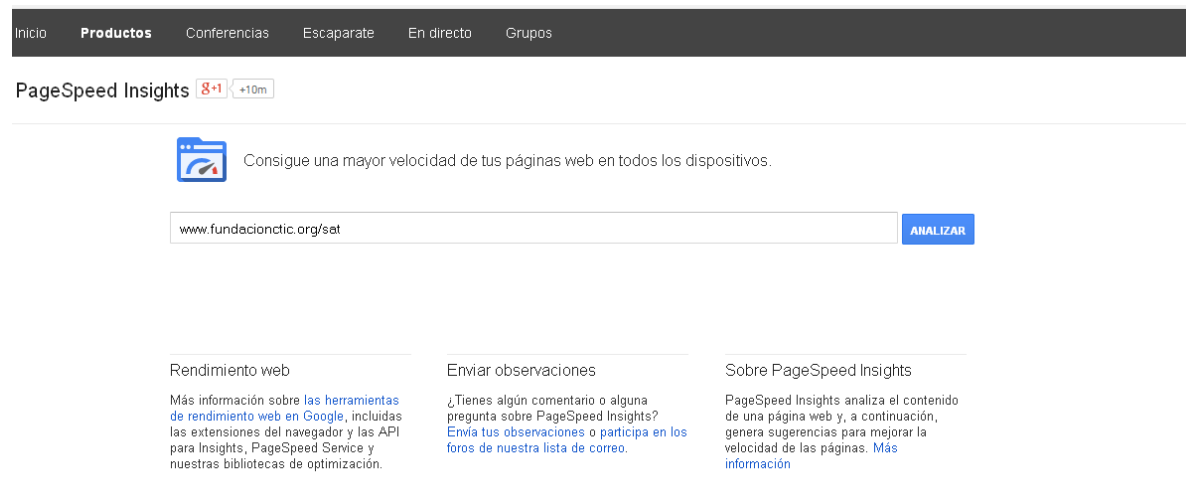


Consultas	Clics ▼	Impresiones	CTR	Posición
1 remarketing <a href="#">↗</a>				3,2 <a href="#">↗</a>
2 cambia aplicacion <a href="#">↗</a>				1,0 <a href="#">↗</a>
3 canva.com <a href="#">↗</a>				3,6 <a href="#">↗</a>
4 www.canva.com <a href="#">↗</a>				3,0 <a href="#">↗</a>
5 archivos duplicados <a href="#">↗</a>	86	614	14,01%	4,8 <a href="#">↗</a>
6 buscar archivos duplicados <a href="#">↗</a>	84	508	16,54%	3,6 <a href="#">↗</a>
7 que es remarketing <a href="#">↗</a>	80	251	31,87%	1,0 <a href="#">↗</a>
8 industria 4.0 <a href="#">↗</a>	74	3.194	2,32%	10,3 <a href="#">↗</a>
9 centros sat <a href="#">↗</a>	69	98	70,41%	1,3 <a href="#">↗</a>
10 copia de seguridad wordpress <a href="#">↗</a>	61	259	23,55%	2,5 <a href="#">↗</a>
11 copia seguridad wordpress <a href="#">↗</a>	60	192	31,25%	2,2 <a href="#">↗</a>

$$\text{CTR} = (\text{n}^\circ \text{ clicks} / \text{n}^\circ \text{ de impresiones}) \times 100$$


# Relacionado con el CTR = Dwell Time

- El tiempo que transcurre desde que el usuario hace clic en el resultado de búsqueda, visita a la Web y vuelve al buscador a seguir buscando otros resultados.
- Cómo sea corto. Tenemos un problema ...
- La importancia del Diseño UX, ofrecer una experiencia de navegación agradable para el usuario. No olvidarnos de la velocidad de carga de la Web.



Inicio **Productos** Conferencias Escaparate En directo Grupos

PageSpeed Insights **8+1** **+10m**

 Consigue una mayor velocidad de tus páginas web en todos los dispositivos.

**ANALIZAR**

Rendimiento web  
Más información sobre [las herramientas de rendimiento web en Google](#), incluidas las extensiones del navegador y las API para Insights, PageSpeed Service y nuestras bibliotecas de optimización.

Enviar observaciones  
¿Tienes algún comentario o alguna pregunta sobre PageSpeed Insights? [Envía tus observaciones](#) o [participa en los foros de nuestra lista de correo.](#)

Sobre PageSpeed Insights  
PageSpeed Insights analiza el contenido de una página web y, a continuación, genera sugerencias para mejorar la velocidad de las páginas. [Más información](#)

# Mejorar el CTR: Fragmentos enriquecidos

## Análisis del iPhone 7 Plus de Apple. Precios, especificaciones ... - CNET

<https://www.cnet.com/es/analisis/apple-iphone-7-plus/resena/>

★★★★★ Valoración: 4,5 - Reseña de Scott Stein - Desde 709,99 \$ hasta 769,99 \$

13 sept. 2016 - El iPhone 7 Plus tiene dos cámaras traseras de 12MP, elimina la entrada de audífonos y viene en nuevo color negro brillante.

## iPhone 7 de Apple. Análisis, precios, características y ... - CNET

<https://www.cnet.com/es/analisis/apple-iphone-7/resena/>

★★★★★ Valoración: 4,5 - Reseña de Scott Stein - Desde 649,00 \$ hasta 718,00 \$

13 sept. 2016 - El iPhone 7 de Apple carece de la entrada tradicional de audífonos, tiene mejor cámara, mejor pantalla y más espacio de almacenamiento.

✕

### Descripción general del apariencia en el buscador

Haz clic en cada elemento para ver más información

Titulo	<a href="#">Funny cat pictures with captions - example.com</a> <a href="http://www.example.com/cat-captions.html">www.example.com/cat-captions.html</a>		
Fragmento	Find ALL the cat pictures in the world. Sort and search by type of cat. Upload your own photos and caption them too! Weekly competition for funniest cat ...		
Enlaces de sitio	<table border="0"> <tr> <td><a href="#">Extra grumpy cats</a> Submit and rate pictures of extra grumpy cats ...</td> <td><a href="#">Lolcat caption competition</a> Submit the funniest caption and win a prize! ...</td> </tr> </table>	<a href="#">Extra grumpy cats</a> Submit and rate pictures of extra grumpy cats ...	<a href="#">Lolcat caption competition</a> Submit the funniest caption and win a prize! ...
<a href="#">Extra grumpy cats</a> Submit and rate pictures of extra grumpy cats ...	<a href="#">Lolcat caption competition</a> Submit the funniest caption and win a prize! ...		

Búsqueda en un sitio

URL	<a href="#">Music gigs, concerts   San Francisco Music Guide</a> <a href="http://www.example.com/events/san-francisco.html">www.example.com/events/san-francisco.html</a>
Evento: fragmento enriquecido	Upcoming music gigs and concerts in San Francisco. Find out what's on with our live ... Thu 11 Dec <a href="#">Pavement, at the Fillmore ...</a> - The Fillmore, <b>San Francisco</b> Sat 13 Dec <a href="#">Roy Ayers at Cafe du Nord ...</a> - Cafe Du Nord, <b>San Francisco</b>
Rutas de exploración Producto: fragmento enriquecido	<a href="#">24th century Communicator and Universal translator</a> <a href="http://www.example.com">www.example.com</a> > ... > <a href="#">Communication Devices</a> ★★★★★ Rating: 4.5 - 11 reviews Made out of the highest quality crystalline composite of silicon, beryllium, carbon 70 and gold. Manufactured to top Starfleet standards: never get out of range of your transporter ...

- Descriptivas, relevantes, cortas y en el mismo idioma que el contenido que se muestra, incluyendo la palabra clave más representativa de cada página en la dirección de la misma.
- Usar minúsculas y evitar caracteres especiales
- Separar las palabras clave con guiones (-) preferentemente.

#### [Rebajas 2017 Zapatos de mujer · Moda - El Corte Inglés](https://www.elcorteingles.es/moda/zapatos/zapatos-de-mujer/)

<https://www.elcorteingles.es/moda/zapatos/zapatos-de-mujer/> ▼

Encuentra la mejor selección de **zapatos mujer**. Sandalias, botas y botines, zapatos de salón, zapatos fiesta, zapatillas, peep toes. Compra online El Corte ...

[Botas de Mujer](#) · [Zapatos](#) · [Moda](#) · [Botines](#) · [Zapatos de salón](#) · [Zapatos confort](#)

#### [Zapatos para mujer | Tacones, sandalias, botas y zapatillas de ... - Asos](http://www.asos.com)

[www.asos.com](http://www.asos.com) › [Inicio](#) › [Mujer](#) ▼

Descubre los estilos de calzado para **mujer** en ASOS. De **zapatos** de cuña a zapatillas de deporte y de bailarinas a tacones, échale un vistazo a nuestra ...

#### [Zapatos de mujer | Comprar calzado femenino online en Zalando](https://www.zalando.es/calzado-de-mujer/)

<https://www.zalando.es/calzado-de-mujer/> ▼

ENVÍO y DEVOLUCIÓN GRATIS | Gran catálogo de **zapatos para mujer** | Botas, botines, bailarinas, tacones, sandalias y más en Zalando.

#### [Zapatos mujer online: calzado mujer, zapatillas mujer en Sarenza.es](http://www.sarenza.es/zapatos-mujer)

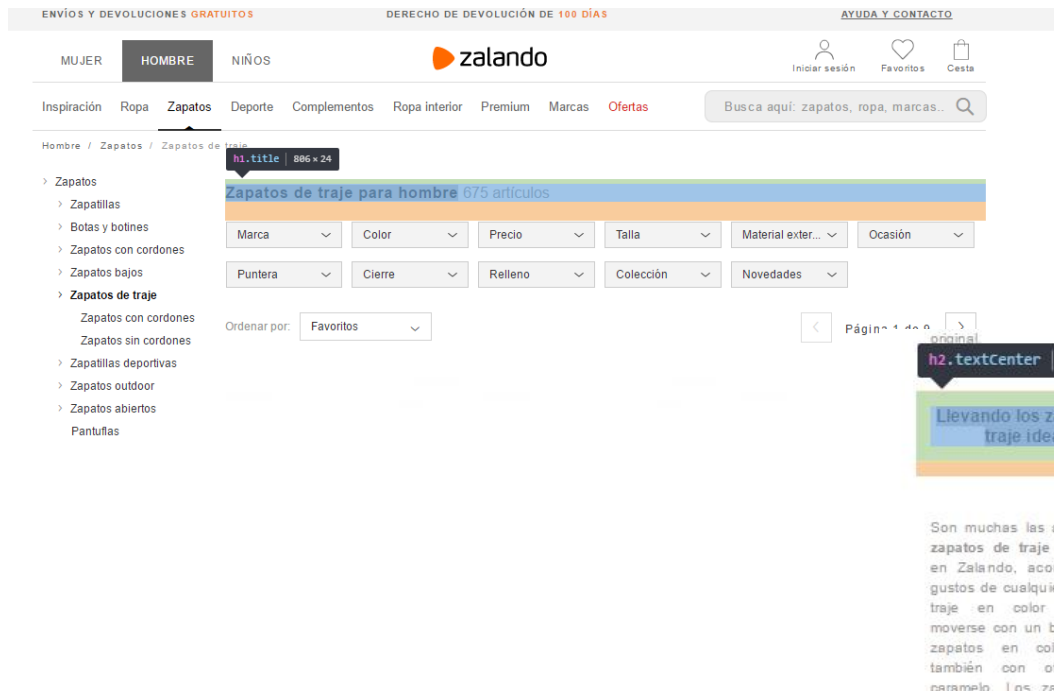
[www.sarenza.es/zapatos-mujer](http://www.sarenza.es/zapatos-mujer) ▼

★★★★★ Valoración: 4,2 - 371 votos

Entrega GRATIS en miles de marcas de **zapatos de mujer** online y zapatillas para todo número de pie. Tienes 100 días para tus devoluciones o cambios gratis.

# Los encabezados (etiquetas H1,H2,H3, etc ...)

- Los encabezados es una forma de destacar los títulos y subtítulos del contenido de las páginas y que tanto los buscadores cómo los usuarios toman en cuenta para identificar la temática del contenido del mismo.



h1.title | 806 x 24

Zapatos de traje para hombre 675 artículos

h2.textCenter | 168 x 50

Llevando los zapatos de traje ideales

Son muchas las alternativas de zapatos de traje que reunimos en Zalando, acompañando los gustos de cualquier persona. Un traje en color café puede moverse con un brillante par de zapatos en color negro, y también con otro en tono caramelo. Los zapatos modelo



NUEVO

# ¿Dónde colocar palabras clave en el contenido?

- Usa un correcto etiquetado HTML, utilizando encabezados H1, H2, H3... y colocando en ellos las palabras clave. Importante que vayan situadas en los primeros párrafos de texto.

**<h1>** Título de la sección: ÚNO por página

**<h2>** Títulos de importancia para subsecciones.

**<h3>** Subapartados

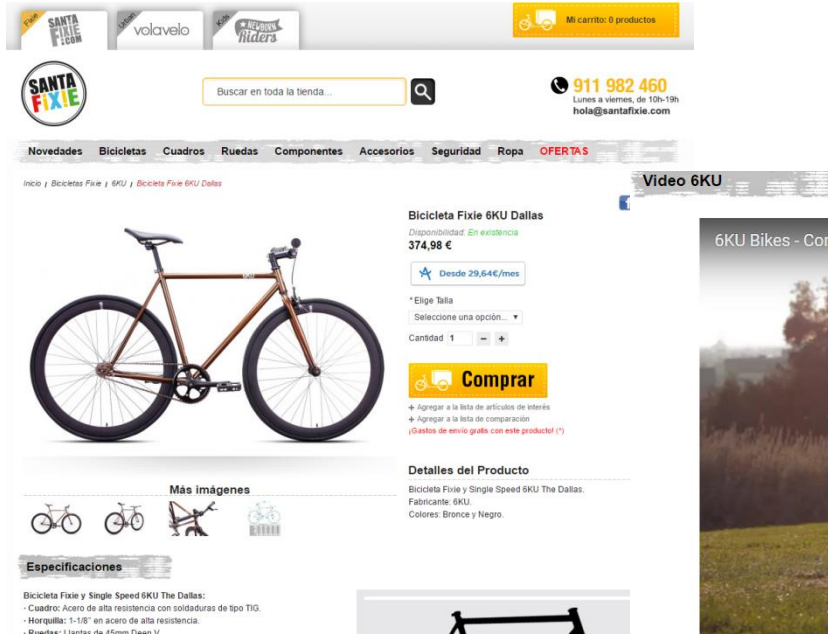
Texto normal   Texto normal   Texto normal   **Palabra clave**  
Texto normal   **Palabra clave**   Texto normal   Texto normal  
Texto normal   Texto normal   Texto normal   Texto normal  
**Palabra clave**   Texto normal   Texto normal   Texto normal

# Cuerpo del contenido/Primeros párrafos

- Fundamental que cada una de las páginas **incluya contenido de texto**:
  - **Contenido de calidad**, elaborado.
    - Recordar: Hacer las cosas pensando en el usuario, si gusta al usuario gustará a Google.
  - **Descriptivo** usando de forma natural las palabras clave o bien pertenecientes al mismo campo semántico: sinónimos, reformulaciones, expresiones análogas...
  - Es importante que en los **primeros bloques** de contenido de la página aparezcan los términos o similares con lo prometido en el título, description y encabezamiento ...
  - **Único por página**, qué no esté duplicado ni internamente en otras páginas del sitio, ni externamente en otras Webs.
    - Recordar: No competir contra nosotros mismos. Contenido importante una página en exclusiva para ese contenido.
  - Se recomienda una **longitud mínima** de entre 300 y 500 palabras.
    - Lo mejor es comprobar el contenido que está mostrando la competencia y generar contenido mejor.
  - Complementarlo con **contenido multimedia**: imágenes, vídeos, infografías ...



# Ejemplo de contenido de calidad.



**Bicicleta Fixie 6KU Dallas**  
Disponibilidad: **En existencia**  
**374,98 €**  
Desde 29,64€/mes

\*Elige Talla  
Seleccione una opción...

Cantidad 1

**Comprar**

+ Agregar a la lista de artículos de interés  
+ Agregar a la lista de comparación  
(Gastos de envío gratis con este producto! \*)

**Detalles del Producto**  
Bicicleta Fixie y Single Speed 6KU The Dallas.  
Fabricante: 6KU.  
Colores: Bronce y Negro.

**Especificaciones**  
Bicicleta Fixie y Single Speed 6KU The Dallas:  
- Cuadro: Acero de alta resistencia con soldaduras de tipo TIG.  
- Horquilla: 1-1/8" en acero de alta resistencia.  
- Dirección: 1.5cm Plaza U.


### Video 6KU



### Video Montaje



**Más imágenes**



**Detalles del Producto**  
Bicicleta Fixie y Single Speed 6KU The Dallas.  
Fabricante: 6KU.  
Colores: Bronce y Negro.

**Especificaciones**  
Bicicleta y Single Speed 6KU The Dallas:  
- Cuadro de alta resistencia con soldaduras de tipo TIG.  
- 1-1/8" en acero de alta resistencia.  
- Lantas de 45mm Deep V.  
- Eje Sealed cartridge 68mm x 103mm.  
- Ojo 44T\*170mm.  
- IMX Platform.  
- Eje de 32 agujeros [flip-flop hub](#) (16T).  
- Lanta: Kenda 700 x 25C.  
- Horquilla: sintética.  
- Neco threadless 1-1/8".  
- Cabezal de altura de 22.2cm.  
- Manillero Radius en aluminio.  
- Altura: 25.4mm acero forjado.  
- Frenos incluidos.  
- 2 días laborables.

**6KU**

...n que todo el mundo debería poder ir en bici y a que es bueno para  
ambiente y para tu salud... y para tu bolsillo. Han creado un negocio  
lo, que prescindiendo de intermediarios, y que permite ofrecer bici  
un precio muy competitivo. Ya que al final, al ir en bici deberías  
inero.

**ALTURAS RECOMENDADAS**

42 cm	para ciclistas entre 145cm y 154cm.
49 cm	para ciclistas entre 155cm y 164cm.
52 cm	para ciclistas entre 165cm y 173cm.
55 cm	para ciclistas entre 174cm y 180cm.
58 cm	para ciclistas entre 181cm y 194cm.

**6KU BIKES**

<https://www.santafixie.com/comprar-bicicleta-fixie/6ku/6ku-the-dallas.html#>

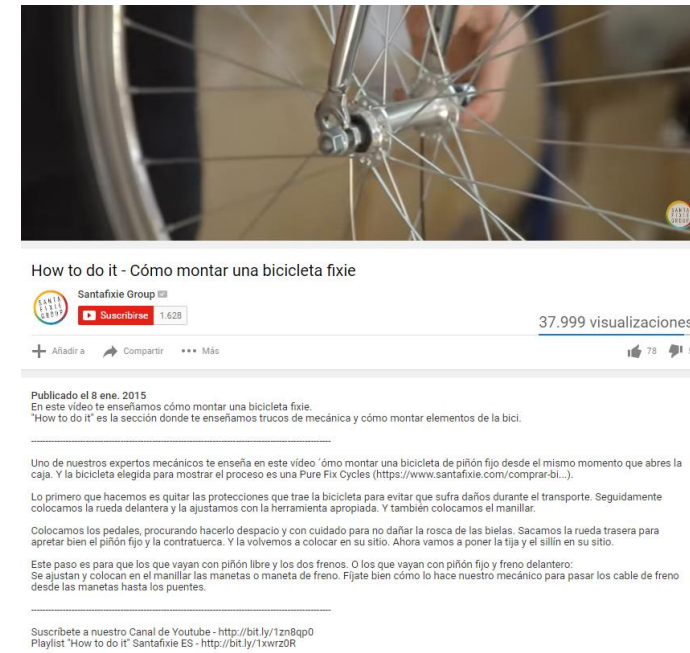
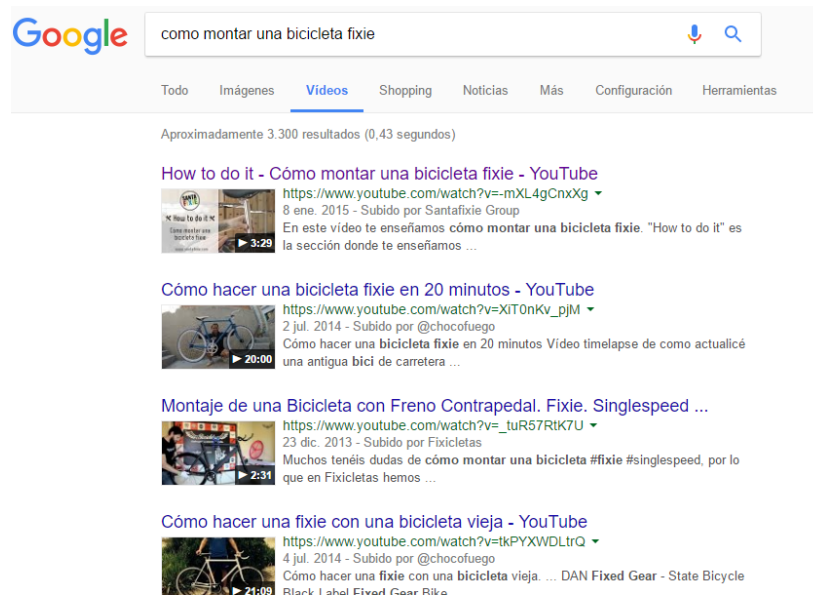
- Es recomendable optimizar las imágenes a través de las siguientes acciones:
  - Añadiendo un nombre descriptivo al archivo de la imagen, ya sea .jpg, .png, . gif,
    - vestido-corto-mujer.jpg en vez de IMG001.jpg
  - Incluir en la descripción <ALT> de cada una de ellas un texto único y relevante que las describa, usando las palabras clave para las cuales se desee posicionar.
    - 
  - Insertando la imagen alrededor de un texto que la describa, que incluya de forma relevante las palabras clave para lo que se desee posicionar.

[http://www.kiabi.es/vaquero-regular-con-5-bolsillos-largo-us-34-hombre\\_P421060#C421059](http://www.kiabi.es/vaquero-regular-con-5-bolsillos-largo-us-34-hombre_P421060#C421059)



```
...  
 == $0  
</div class="zoomDun" style="display: none;"></div>
```

- Los vídeos ofrecen una gran oportunidad para crear contenido que sea fácil de consumir, atractivo así como para posicionarse en aquellos resultados que Google muestre vídeos directamente. Subir los vídeos a Youtube ... es de Google.
  - Optimizar el nombre del archivo del vídeo usando palabras clave.
  - Optimizar el título, la descripción, la transcripción que incluyan los elementos a posicionar ...



# SEO

Estrategia SEO. Manos a la obra.

# Qué tipo de contenidos le gustan a Google

- **Textos originales, bien redactados, y útiles para el lector.**
- Publicaciones que los usuarios **leen y comparten.**
- **Enlaces** desde otras páginas web, blogs o redes sociales.
- **Buenas respuestas.** Google como “respondedor” más que como “buscador”.
- **Textos agradables y fáciles de leer** para el lector. (Evitar la repetición cansina de palabras clave, usar sinónimos)

# Qué tipo de contenidos le gustan a Google

- **Títulos y encabezamientos**

- Títulos deben contener la palabra clave lo más al inicio posible.
- Uso de encabezamientos para estructurar el contenido.

- **Metadescripción**

- **Etiquetas**

- **Imágenes** deben estar etiquetadas y descritas. Google ve las páginas como una persona invidente.

- **Enlaces internos y externos** (enlaces dentro de tu web a otras páginas de tu webm y enlaces a contenidos complementarios)

- **Calidad del contenido** contenido útil, fácil de leer, original.

# Cómo crear contenidos con criterio SEO.

- **Antes de empezar a escribir**, ya debes haber decidido cual es **la palabra clave objetivo**
- Si utilizas el plugin **SEO By Yoast**, colocar la palabra clave objetivo en el plugin antes de empezar a redactar.
- Emplea la palabra clave objetivo en el **título del artículo** y en el **primer párrafo del texto**. Mejor si está en el principio del párrafo.
- **Densidad de la palabra clave**: evita repetirla de manera forzada. Debe repetirse de manera natural. Entre el 1 y el 4% de densidad es suficiente. Más del 4% es negativo.

# Cómo crear contenidos con criterio SEO.

- **Utiliza encabezados (subtítulos)**, que contengan la palabra clave objetivo, y ayuden a estructurar el contenido.
- **Enlaces externos:** los enlaces a contenidos complementarios, útiles y de calidad relacionados con tu artículo, incrementan para el usuario el interés de tus contenidos (y también para Google).
  - Los enlaces deben ser descriptivos del contenido con el que enlazan ...
    - ~~Pincha [aquí](#) para acceder a más información sobre la Cueva del Pindal.~~
    - Si necesitas [más información sobre la Cueva del Pindal](#), puedes consultar su página web.



# Cómo crear contenidos con criterio SEO.

## Imágenes y SEO.

- Emplea la palabra clave objetivo en el **nombre de la imagen** y también en su **texto alternativo**
- Si pones varias fotografías en tu texto, **no las llames -ni las describas- igual a todas**. El nombre y el texto alternativo deben ser descriptivos de lo que la imagen muestra. Como si se la describieras a alguien que no la puede ver.

## Legibilidad

- Utiliza párrafos cortos.
- Frases cortas (no más de 20 palabras en más del 20% de las frases).
- No más de 300 palabras después de cada subtítulo.
- No empieces varias frases seguidas de la misma manera
- Al menos el 30% de las frases deben incluir palabras de transición:
  - **Enumeraciones:** y, lo primero, para empezar, también, además, finalmente ...
  - **Causa:** porque, debido a eso, por eso, por lo tanto, ya que, mientras ...
  - **Comparación/contraste:** más bien, tanto como, menos que, el contrario, tanto como, cualquiera, o ...
  - **Conclusión:** como resultado de, en consecuencia, en conclusión, por lo tanto ...
  - **Especulación:** parece que, quizás, probablemente, casi ...
  - **Énfasis:** especialmente importante, la mayoría de, lo más notable, lo más importante ...



# DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

