

Para que tu web reciba tráfico web orgánico, debe de aparecer en las primeras posiciones de Google y para conseguirlo entra en juego el SEO, y mas específicamente el SEO Onpage. A continuación tienes una **guía completa de SEO Onpage**.

Guía completa de SEO Onpage.

¿Que es el SEO?

El SEO es la planificación y la aplicación de diferentes tácticas para conseguir que tu web aparezca en las primeras posiciones de Google en una o varias palabras clave determinadas.

Hacer SEO es importante para cualquier proyecto que quiera tener éxito en Internet.

¿Merece la pena hacer SEO?

La respuesta es que si, pero no todas las tácticas son válidas, y lo que hace 2 años era muy útil hoy en día puede que sea penalizable por parte de Google.

Para realizar una buena estrategia de SEO se necesitan conocer una serie de factores, tanto factores exteriores o como factores aplicables a tu web.

En este post vamos a ver que factores debemos tener en cuenta dentro de nuestra web, es decir, el SEO Onpage.

¿Que es el SEO Onpage?

El SEO Onpage es el conjunto de optimizaciones que se le pueden hacer a tu web para hacerle la vida mas fácil a Google, y este puede indexar las páginas de tu web lo mas rápido posible, y en las mejores posiciones posibles.

La idea es convencer a Google de que tienes el contenido adecuado que los usuarios están buscando en determinadas búsquedas realizadas en el buscador.

Indexación de páginas.

Para que tus lectores puedan encontrar tus posts en Internet, Google necesita encontrarlos y clasificarlos.

Para ello utiliza ciertos programas automatizados (bots) que leen el contenido de las páginas y lo almacenan en una base de datos para después analizar el contenido y posicionarlo según el nicho al que debe pertenecer dicho contenido.

Hay formatos como Flash o Java que estos bots no pueden leer correctamente, por lo que no es recomendable utilizarlos, ya que dicho contenido no se posicionará correctamente.

Selección de palabras clave.

Es muy importante escoger correctamente las palabras clave a utilizar en nuestra página web, ya que con ellas le indicamos a Google cual es la temática de nuestra web, pero debemos utilizarlas de la forma mas natural posible, sin abusar de ellas, ya que antes o después Google se dará cuenta y nuestro posicionamiento web se puede ver perjudicado.

Un consejo es que utilices sínonimos y palabras relacionadas de tus palabras clave, para que tu contenido sea mucho mas natural y consigas posicionarte con otras palabras similares.

La calidad es mucho mas importante que la cantidad, por lo que es mucho mas recomendable escribir menos artículos de calidad que cientos de artículos con multitud de palabras clave que no llamen la atención de los usuarios.

Densidad de palabras clave.

Con las nuevas actualizaciones del algoritmo de Google ha ido perdiendo importancia el número de veces que utilizas tu palabra clave en el contenido.

Hace unos años podías encontrar artículos posicionados en Google que habían utilizado de manera forzada la palabra clave 10 o 15 veces, haciendo que el contenido no fuera natural.

Hoy en día, seguimos teniendo que utilizar la palabra clave, pero con naturalidad: **En el título del post, en algún encabezado y 2 o 3 veces en el contenido utilizando alguna vez algún sinónimo.**

También es recomendable que la primera vez que la palabra clave aparezca sea en el primer párrafo del contenido y en el "title" de la imagen del artículo.

Título.

El título del post es el factor de SEO Onpage mas importante.

El título no solo es importante para que Google posicione nuestro artículo, sino que con un título atractivo y llamativo podemos captar la atención de los usuarios, consiguiendo así que los lectores lleguen a nuestra web.

Utiliza tu palabra clave en el título, siendo recomendable que esta aparezca al principio del mismo.

Debes saber que Google solo muestra los primeros 70 caracteres del título, por lo que no es recomendable crear un título muy largo cargado de palabras clave.

Mejor crea un título corto con tu palabra clave y que sea llamativo para atraer lectores.

Intenta limitar el número de palabras poco relevantes como "de", "a", "por"....

También acuérdate de nunca duplicar el título de tus posts. Cada post debe de tener un título único.

Url.

La dirección url de tus post es muy importante de cara a Google, pero también de cara a los usuarios, ya que estos cada vez se fijan más en las url's y si esta muestra ciertas palabras sospechosas, puede que pierdas visitas.

Si tienes tu blog en Wordpress, debes saber que este genera una dirección url de manera automática con las palabras clave que hayas utilizado en el título del post.

Si escribes en el título *"La guía completa sobre SEO Onpage"*, Wordpress generará una url que terminará de la siguiente manera: *"la-guia-completa-sobre-SEO-Onpage"*.

En este caso es mejor editarla para que aparezca *"guia-seo-onpage"*.

Es recomendable que tu url sea lo más corta posible, sin fechas ni caracteres o números raros.

Tampoco abuses utilizando tu palabra clave en la url.

Si tu palabra clave es *"seo"* no hagas que tu url sea: *"vivirdeingresospasivos.net/guia-seo-con-trucos-seo-post"*.

Mejor solo utilizar la palabra clave una sola vez.

Meta descripción.

La meta descripción es la descripción de una página que puedes ver justo debajo del título y la url de la página en una búsqueda en Google.

Algunos expertos en SEO indican que Google no tiene en cuenta la meta descripción a efectos del posicionamiento del artículo, por lo que lo mejor es utilizarla para captar la atención de los usuarios y conseguir así que estos pinchen en tu página.

Crea descripciones llamativas utilizando una vez tu palabra clave para reforzar tu mensaje, y recuerda que deben ser descripciones realistas, ya que si ofreces

algo en la descripción que no indica correctamente lo que el lector va a encontrar en el artículo, cuando el usuario entre en tu blog y no encuentre lo que le has prometido, se saldrá sin pinchar en ningún enlace y esto aumentará tu porcentaje de rebote, perjudicando tu posicionamiento web.

Recuerda que Google solo mostrará los primeros 155 caracteres de la descripción, por lo que intenta no exceder dicho número de caracteres.

Etiquetas de encabezamiento.

Los buscadores rastrean tu contenido prestándole atención a las header tags o etiquetas de encabezamiento.

La mayoría de navegadores reconocen hasta 6 niveles aunque lo mas recomendable es utilizar los 3 o 4 primeros: H1, H2, H3, H4.

Con dichos encabezados le indicas a Google cual es el contenido de tu artículo y también sirve para organizarlo y estructurarlo de cara a tus lectores.

En cada artículo debe de aparecer un encabezado H1, que suele corresponder con el título del post y varios encabezados H2 y H3, con los que estructuras el contenido del artículo.

Intenta utilizar alguna vez que otra tu palabra clave dentro de estos encabezados, aunque sin abusar.

Insertar los encabezados en tu artículo es muy sencillo con Wordpress ya que tienes la opción en el editor visual bajo las etiquetas "*Título 1*", "*Título 2*", etc.

Imágenes.

Es recomendable utilizar imágenes en tus posts para romper con la monotonía de lectura del post, consiguiendo así que el lector descanse un poco en la lectura del post.

También se consigue llamar la atención del lector, sobre todo con la imagen principal del post, con la función "*imagen destacada*".

Cuando subas una imagen a tu post lo primero que tienes que hacer es ponerle un nombre a dicha imagen, siendo recomendable incluir la palabra clave que estás utilizando en dicho post.

También debes rellenar los campos "*etiquetas alt*" o como aparece en Wordpress, el "*texto alternativo*", incluyendo también la palabra clave, pero sin repetir el mismo texto en ambos campos, para que Google encuentre un contenido lo mas natural posible.

Un consejo es que utilices imágenes llamativas, ya que una imagen llamativa junto con un título llamativo es lo que captará la atención de los usuarios para que estos se conviertan en lectores.

Enlaces internos.

Los enlaces internos son aquellos **links que introduces en un artículo y que apuntan a otros contenidos de tu página web.**

Los enlaces internos tienen 2 beneficios:

1. Benefician el SEO de tu web ya que transfieren la autoridad de tus páginas.
2. Consiguen que los lectores vayan navegando de un artículo a otro, aumentando así el tiempo que están en tu web, el número de páginas vistas y reduciendo el porcentaje de rebote, beneficiando de esta manera tu posicionamiento web.

Un consejo es que utilices en el enlace a otra página la palabra clave con la que quieres posicionar dicho artículo en Google.

Enlaces externos.

Los enlaces externos son aquellos **links que introduces en un artículo y que apuntan a contenidos de otras páginas webs.**

Se utilizan estos enlaces para apuntar a otras webs con temáticas relacionadas con tu temática.

Es importante que enlaces a sitios con autoridad en tu sector, como por ejemplo artículos de la Wikipedia, ya que con el tiempo, Google relacionará tu contenido con estos sitios y mejorará tu posicionamiento.

Negritas y cursivas.

Hay ciertas discrepancias en cuanto a poner las palabras clave en negrita ya que algunos bloggers lo hacen, mientras que otros indican que Google nunca le ha dado importancia a estos tags.

Aún así, te recomiendo que utilices la negrita y cursiva para destacar, resaltar y reforzar los conceptos mas importantes de tu contenido.

Contenido de la página.

Seguro que habrás oído hablar mas de una vez o habrás leído por ahí que "*...el contenido es el rey*", o la importancia del marketing de contenidos.

Es cierto que el contenido de calidad es una buena manera de mejorar el CTR de tus lectores, mejorando así tu posicionamiento, pero también es cierto que hay muchos artículos con un contenido increíble, pero no los encuentras en las primeras posiciones de Google, mientras que en ocasiones encuentras artículos muy bien posicionados y que dejan mucho que desear.

Esto ocurre cada vez menos con las actualizaciones "*panda*" pero sigue ocurriendo.

Aún así, es importante que publiques contenido de calidad que sea lo que los usuarios vienen buscando cuando llegan a tu blog. A largo plazo esto mejorará tu posicionamiento.

Lo que Google busca es mejorar la experiencia de sus usuarios aportándoles contenido de valor que les aporte algo nuevo.

¿Como sabe Google si tu contenido es de calidad?

- Si un contenido es bueno recibirá enlaces desde otras webs.
- Si un contenido es bueno se compartirá en las redes sociales.

A Google también le gusta el contenido rico y variado, por lo que cada vez encontrarás menos artículos posicionados que tengan menos de 250 palabras.

Cada vez abundan más los posts con más de 1.500 o 2.000 palabras y con imágenes llamativas, infografías y vídeos explicativos.

Ni se te ocurra copiar contenido de otras webs, ya que antes o después Google se dará cuenta y te penalizará.

Velocidad de carga de la web.

La velocidad de carga de tu web influye en el posicionamiento SEO de la misma.

Google quiere que tu web sea una web limpia con su código bien optimizado, con una carga rápida y que ofrezca una buena experiencia de usuario.

Una carga lenta de tu web hará que pierdas visitas.

Puedes analizar la velocidad de carga de tu web en sitios como:

- [Pingdom Tools.](#)
- [GTmetrix.](#)
- [Google PageSpeed Tools.](#)

Existen plugins como **W3 Total Caché** o **WP Super Caché** que están enfocados a reducir el tiempo de carga de tu web.

También puedes utilizar plugins como **Smush.it** para hacer menos pesadas las imágenes de tu web.

Ten en cuenta que tu servicio de alojamiento web o hosting contratado también puede afectar el tiempo de carga de tu web.

Sitemap.

El sitemap es un documento XML que indica todas las páginas que tiene tu página web, facilitándole esta información a los buscadores.

El sitemap se encuentra en el directorio raíz de tu página web y le muestra todo nuestro contenido a Googlebot para que lo indexe.

En Wordpress puedes utilizar plugins como Google XML Sitemap que realiza esta función por ti.

Tiempo de permanencia y porcentaje de rebote.

Estos factores son tenidos en cuenta por Google para comprobar si el contenido que ofrecemos a los usuarios es de calidad.

El tiempo de permanencia es como su nombre indica el tiempo que un usuario permanece navegando por nuestra web, mientras que **el porcentaje de rebote es el porcentaje de usuarios que "rebotan" de nuestra web**, es decir, **salen de la misma sin pinchar en ningún enlace** por que puede que no hayan encontrado lo que estaban buscando.

Cuanto mayor tiempo de permanencia mejor.

Cuanto menor porcentaje de rebote mejor.

Para mejorar estos datos debes utilizar elementos como vídeos, podcasts e infografías...elementos que hacen que los usuarios permanezcan mas tiempo en tu web.

Diseño.

El diseño de tu web es muy importante de cara a las estadísticas que acabo de mencionar, ya que si por ejemplo la plantilla de tu web no es Responsive y no está adaptada para poder visualizarse en dispositivos móviles, las visitas que recibas desde estos dispositivos harán que el porcentaje de rebote aumente considerablemente.

También es importante que el diseño de tu web sea el adecuado para la temática del mismo y que tenga un formato limpio, sencillo y fácil para navegar y acceder a los diferentes apartados de la web.

Conclusión.

El SEO Onpage es un factor muy importante a tener en cuenta para mejorar tu posicionamiento web y aumentar así el tráfico hacia tu web.