

LISTA DE COMPROBACIÓN BÁSICA PARA SEO ON PAGE

Por Javier Marcella



Índice de contenidos

Esta lista de comprobación básica para SEO on Page es un complemento para la guía de optimización para SEO on Page de NinjaSEO, [haz clic aquí para leer el artículo completo](#).

- Título (Title)
- Dirección URL
- Meta descripción (Meta description)
- Encabezados (h1...h6)
- Imágenes
- Enlaces internos
- Enlaces externos
- Contenido
- Consejos generales
- Herramientas recomendadas

Título (title)

El título es uno de los elementos más importantes para el SEO on Page y Google lo considera uno de los factores más significativos para saber dónde posicionarte.

- ¿Te has acordado de incluir el título?
- ¿Has colocado tu keyword principal en el título?
- ¿Has colocado la keyword al principio del títulos, si es posible hacerlo?
- ¿Has construído un título que destacaría entre el resto de resultados de búsqueda para tu keyword?
- ¿Es menor de 70 caracteres o 600 píxeles?
- ¿Te has asegurado de que es único y no lo has utilizado ya de forma exacta o muy parecida en otras páginas?

Dirección url

La dirección (URL) de tus páginas juega un papel importante en tu SEO on Page tanto para Gogole como para tus usuarios.

- ¿Describe tu URL el tema o contenido de tu página?
- ¿Parece una URL "sospechosa" o confiable?
- ¿Has incluido tu keyword principal o una variante?
- ¿Has comprobado que no incluyes acentos ni símbolos?
- ¿Has separado las palabras con guiones medios ("-")?
- ¿Has escrito la URL sólo en minúsculas?
- ¿Has eliminado "palabras vacías" como "de, en, la", etc.?

Meta descripción (Meta description)

La meta-descripción aparece en las páginas de resultados, y aunque no influye directamente en el posicionamiento sí que ayuda en gran medida a que tus usuarios visiten tu página.

- ¿Has incluido una meta descripción?
- ¿Complementa al título, sin repetirlo exactamente?
- ¿Has incluido alguna keyword secundaria?
- ¿Es menor de 155 caracteres para resultados estándar y de 100 para resultados móviles?
- ¿Es un buen resumen de lo que el visitante encontrará en tu página?
- ¿Es una descripción atractiva, que invita a visitar la página?
- ¿Has incluido alguna llamada a la acción?
- ¿Te has asegurado de que es única y no tienes otras páginas con la misma (o muy similar) meta descripción?

Encabezados (H1, H2...)

Los Encabezados son una de las formas mediante las cuales puedes informar a Google y a tus visitantes sobre el contenido y temática de tus páginas, además de organizar y estructurar tus contenidos para que sean más agradables.

- ¿Te has asegurado de usar sólo un **h1** en tu página?
- ¿Has incluido tu keyword principal o secundarias en el **h1**?
- ¿Has conseguido resume el contenido de tu página de una forma sencilla y atractiva con el **h1**?
- ¿Te has asegurado de el **h1** no sea exactamente igual al título de la página?
- ¿Has usado los **h2..h6** para dividir tu contenido en secciones y sub-secciones?

Imágenes

Las páginas con imágenes ayudan a disminuir el porcentaje de rebote y aumentan el tiempo de página, dos métricas importantes tanto para el posicionamiento como para tus usuarios, además de ilustrar y aclarar conceptos.

- ¿Has nombrado cada imagen de forma que describa lo que representa?
- ¿Has incluido alguna keyword secundaria o tu "marca" en el nombre?
- ¿Has descrito correctamente la imagen e incluido alguna keyword secundaria en la etiqueta "Alt"?
- ¿Has optimizado el "peso" de las imágenes para que tu página cargue más rápido?
- ¿Te has asegurado que el tamaño en píxeles es el correcto para tus propósitos, y no estás incluyendo imágenes enormes que no son necesarias?
- ¿Has optimizado los meta-datos EXIF de las imágenes en caso de las imágenes sean primordiales en tu estrategia de posicionamiento?
- ¿Has generado un sitemap para tus imágenes, en caso de que sean vitales para tu estrategia de posicionamiento?

Enlaces INTERNOS

Tener una buena estructura de enlaces internos ayuda a posicionar mejor tus contenidos y es más útil a tus usuarios porque les ayuda a encontrar otras páginas de tu sitio web.

- ¿Has **enlazado a otro contenido interno** que tenga relación con el tema que estás tratando?
- ¿Has incluido la **keyword principal del artículo interno** enlazado en el texto ancla del enlace?
- ¿Has incluido esta página en tu **menú** principal o secundario si es importante?
- ¿Te has asegurado de que **el usuario puede encontrar** esta página usando menús, categorías, etc.?
- ¿Te has asegurado de que **no estás bloqueando el acceso a los buscadores**, para que puedan encontrar e indexar el contenido?
- ¿Has marcado como **"nofollow"** los enlaces internos que **no desees o necesites que se indexen**, como políticas de privacidad, etc.?
- ¿Te has asegurado de los **usuarios de dispositivos móviles** pueden hacer clic en tus enlaces internos?

Enlaces externos

Los enlaces externos, si son relevantes y de calidad, aportan credibilidad y relevancia temática para Google, y ayudan a tus usuarios a seguir aprendiendo e investigando sobre el tema.

- ¿Estás **enlazando al fuentes de autoridad y confianza** que ayuden a expandir o completar el artículo?
- ¿Estás **enlazando a otros bloggers o influencers** en tu nicho para ayudar a que compartan tu contenido?
- ¿Has usado el **atributo target="_blank"** en los enlaces que no quieras que se abran en la misma ventana/pestaña?
- ¿Has marcado como **"nofollow"** los enlaces externos de **afiliado** o que no quieres que Google tenga en cuenta?
- ¿Te has asegurado de los **usuarios de dispositivos móviles** pueden hacer clic en tus enlaces externos?
- ¿Te has asegurado de **no estar enlazando a páginas que no existen** o dan algún código de error?

Contenido

El contenido de calidad que cumple las expectativas del visitante es esencial para posicionar y conseguir visitas relevantes genuinamente interesadas en lo que ofreces.

- ¿Te has acordado de **no repetir en exceso tu palabra clave principal** para evitar penalizaciones?
- ¿Has escrito el contenido con **naturalidad**, y con el objetivo de que **sea útil** a tus visitantes?
- ¿**Cumple el contenido con su propósito**, resuelve el problema de tus visitantes y les informa adecuadamente?
- ¿Es **original** y no una copia exacta o muy parecida de otros contenidos ya indexados en Google?
- ¿Te has acordado de incluir **imágenes** y **vídeos**?
- ¿Has **descrito adecuadamente tus imágenes**, has colocado un pie de imagen?
- ¿Es tu contenido lo **suficientemente largo y extenso** para cubrir lo mejor posible el tema que has tratado?
- ¿Si el artículo es largo, has incluido una **tabla de contenidos** que ayude a navegar por él?
- ¿Te has asegurado de que los usuarios pueden leer cómodamente tu contenido en dispositivos móviles?

Consejos generales

El SEO Onpage es la optimización sobre la cual tienes más control, por lo que debes esforzarte por conocerlo y practicarlo lo máximo posible.

- ¿Has incluido tu contenido en el **Sitemap** para ayudar a que Google lo encuentre y lo indexe?
- ¿Te has asegurado de **no bloquear el acceso** a tus contenidos mediante robots.tx?
- Controla** siempre la **velocidad de carga** de tus página, si tardan en cargar estás mandando un mensaje negativo a Google y a tus usuarios.
- No recurras nunca al SPAM**, sobre optimización de keywords, o "engañar" a Google de una u otra forma, es una estrategia de corto recorrido.
- Asegúrate de que tus **contenidos y páginas** están optimizadas **para dispositivos móviles**.
- ¿Si tu sitio usa HTTPS**, te has asegurado de que el certificado SSL es válido y hay errores?

Herramientas recomendadas

Estas son las herramientas (de pago) que uso y recomiendo para facilitarte la vida con tu SEO on Page:

- **SERPWatcher:** la mejor (y más agradable de usar) herramienta para monitorizar tus keywords en Google.
- **Rank Tracker:** para controlar tus Keywords (sin límites) en cualquier buscador, y en Español.
- **SERPWoo:** para controlar las posiciones y movimientos de todo tu nicho de forma automática.
- **SEOBOX:** para controlar con precisión tus rankings si estás buscando posicionarte en España a nivel local.
- **Website Auditor:** para auditar y mejorar el SEO on Page de tus artículos, ya sean nuevos o antiguos.

¿Quieres seguir aprendiendo?

¿Quieres aprender a **vender mas con menos esfuerzo**, y sin emplear esas "tácticas" que tanto molestan a tus usuarios?

Te enseño como conseguirlo **gracias al marketing dinámico personalizado** en Marketing Ninja.

HAZ CLICK PARA CONTINUAR...

"El SEO es un mundo complicado en el que hay muchas cosas escritas y nunca sabes por donde empezar. Leer a Javier te permite centrarte en las herramientas y estrategias esenciales que sabes que van a funcionar, lo que te permite aprovechar al máximo a San Google. Gracias al SEO he conseguido que el 85% de mi tráfico venga de buscadores: centenares de visitas gratuitas a artículos que escribí hace más de tres años."



Jordi Sánchez - jordisanchez.info