Como crear la estructura web orientada a SEO

- Juan Martínez - CEO y SEO Manager
  - Twitter -> @jmarfra
  - We Love SEO
    - Móvil: 658 562 629
    - Mail: hola@weloveseo.es
    - Web: https://weloveseo.es



LA ESTRUCTURA DE UNA WEB ES VITAL. HAZLA BIEN Y GOOGLE TE MIRARÁ CON MEJORES OJOS.

#LA ESTRUCTURA MEJORA LA INDEXACIÓN DE TU WEB

ALGUNOS TIPOS DE ARQUITECTURA.

#JERARQUIZADA | NO JERARQUIZADA

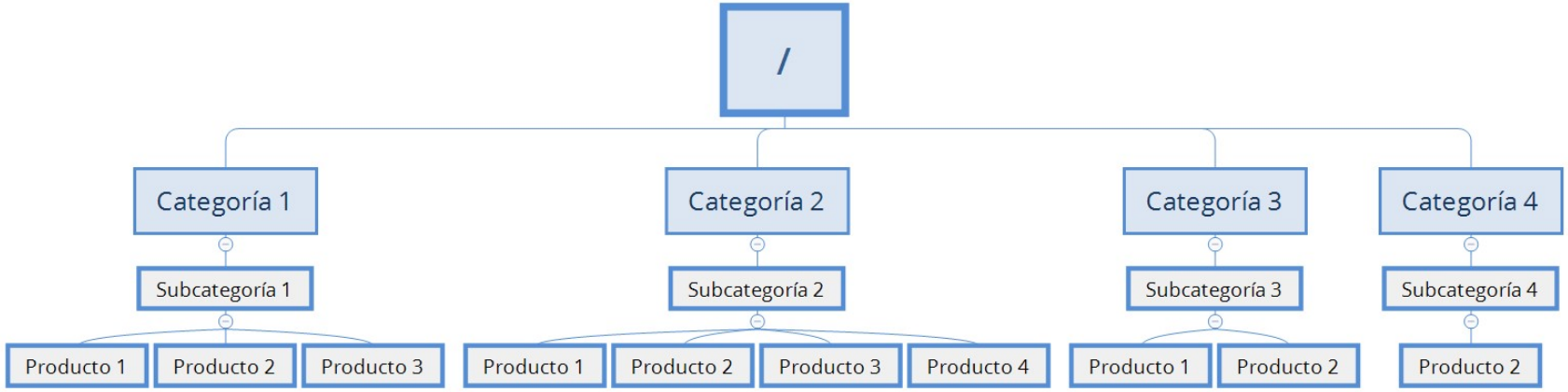
JERARQUIZADA.

#CATEGORÍAS | SUBCATEGORÍAS | PRODUCTOS

TIPOS DE ARQUITECTURAS. JERARQUIZADA.

- JERARQUIZADA
  - Responde a una estructura más normalizada
    - Categorías
    - Subcategorías
    - Productos
  - Genera más niveles de profundidad
  - Se utiliza en sitios web (comercios electrónicos) pequeños/medianos
  - La fuerza de posicionamiento se realiza fundamentalmente en las categorías
  - Algunas veces los productos no son "tan importantes" y podemos llegar a desindexarlos
  - Mejoramos el crawl budget de nuestras categorías y de la página en general
  - URL´S
    - https://www.midominio.com/categoría/subcategoria/producto/

TIPOS DE ARQUITECTURAS. JERARQUIZADA (esquema).



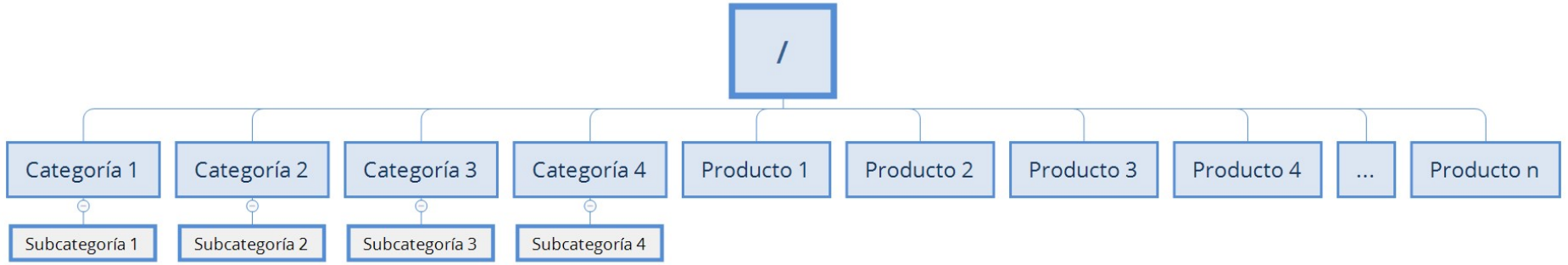
NO JERARQUIZADA.

#CATEGORÍAS | SUBCATEGORÍAS | PRODUCTOS A PRIMER NIVEL

TIPOS DE ARQUITECTURAS. NO JERARQUIZADA.

- NO JERARQUIZADA
  - Responde a una estructura menos organizada
    - Categorías
    - Subcategorías
    - Productos en el primer nivel de las URL´s
  - Genera menos niveles de profundidad
  - Se utiliza en sitios web (comercios electrónicos) más grandes que quieren dar más relevancia a los productos que a las categorías.
  - URL´S
    - https://www.midominio.com/categoría/subcategoria/
    - https://www.midominio.com/producto/

TIPOS DE ARQUITECTURAS.
NO JERARQUIZADA (esquema).



¿CÓMO EMPEZAMOS?

1.- COGE BOLI Y PAPEL Y DIBUJA UNA ESTRUCTURA

LAS COSAS IMPORTANTES SE ESCRIBEN EN PAPEL.

COGE BOLI Y PAPEL Y ESTRUCTURA TU WEB.

ESTRUCTURA DE LA WEB

- LA ESTRUCTURA INTERNA DE LA WEB ES QUIZÁ LO MÁS IMPORTANTE
  - Determina a qué le quieres dar relevancia
  - Estructura las partes de tu web
    - Lo más importante que este lo más visible posible
    - Lo menos importante no es necesario que esté visible
    - Intenta que no haya más de 3 niveles de profundidad
  - Relaciona las diferentes partes de tu web
  - Una buena estructura de página ayuda mucho al SEO posterior

2.- ANALIZA A TU COMPETENCIA

SIEMPRE COGE IDEAS DE TU COMPETENCIA, SEGURO QUE PUEDES COGER ALGO BUENO DE ELLOS.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA

- BÚSQUEDAS EN GOOGLE POR KEYWORDS OBJETIVO
  - Analiza los resultados y la competencia(*)

- PROGRAMAS
  - AHREFS
  - SEMRUSH
  - SISTRIX
  - MAJESTIC SEO
  - SCREAMING FROG (*) – BÁJATELO!!! LA VERSIÓN GRATUITA TE PUEDE SERVIR

SCREAMING FROG

ANÁLISIS DE COMPETENCIA. SCREAMING FROG.

- TE PERMITE VER MUCHA INFORMACIÓN DE TU COMPETENCIA
  - Te permite ver títulos
  - Te permite ver encabezados H1/H2…
  - Te permite ver descripciones
  - Te permite hacerte una idea de palabras clave
  - Organización de URL´s
  - ….
  - **NOTA**
    - Herramienta muy potente que de manera gratuita te permite un crawleo de 500 url.
    - La última versión "pinta" la estructura de la web que estás investigando.

3.- KEYWORD RESEARCH

PERO ANTES… TE NOMBRARÉ 3 TÉRMINOS

¿QUÉ SON LAS…?
SHORT TAIL

#1 PALABRA – MUY GENERAL Y DIFÍCIL DE POSICIONAR

SHORT TAIL

- PALABRAS MUY COMPETIDAS Y GENERALMENTE CON ALTO VOLUMEN DE TRÁFICO
  - Este tipo de términos son los últimos en “atacarse” si tu proyecto es nuevo o no tiene demasiada relevancia
  - ¿Un ejemplo?
    - Eventos

¿QUÉ SON LAS…?
MIDDLE TAIL

#+1 PALABRA – ALGO MÁS ESPECÍFICA Y MÁS FÁCIL DE POSICIONAR

MIDDLE TAIL

- +1 DE UNA PALABRA CLAVE OBJETIVO
  - Generalmente términos de búsqueda menos competidos y más ácil de posicionanar
  - Se puede valorar el posicionamiento inicial
  - ¿Un ejemplo?
    - Organización de Eventos

¿QUÉ SON LAS…?
LONG TAIL

#3 Ó MÁS PALABRAS – MÁS ESPECÍFICAS Y TÉRMINOS POR LO QUE SE PUEDE/DEBE EMPEZAR A POSICIONAR.

LONG TAIL

- +2 PALABRAS CLAVE OBJETIVO
  - Palabras clave con bajo nivel de búsquedas, pero, con menos competencia en el posicionamiento y búsquedas más específicas
  - Las palabras por las que podemos atacar el posicionamiento
  - Generalmente denotan un mayor nivel de intención de búsqueda
    - Búsquedas más específicas en comercio electrónico, denotan una mayor intención de compra
  - ¿Un ejemplo?
    - Organización de Eventos Sociales en Zaragoza

Y UNA COSITA MÁS… SEMÁNTICA. OJO CON LO QUE QUIERES TRANSMITIR. SI ELIGES MAL, GENERARÁS MUCHO REBOTE

¿PROGRAMAS PARA HACER KEYWORD RESEARCH?

KEYWORD RESEARCH

- AYÚDATE DE HERRAMIENTAS GRATUITAS
  - Keyword Finder. (https://kwfinder.com/)
  - Keyword Tool IO. (https://keywordtool.io/es)
  - Ubersuggest (https://neilpatel.com/es/ubersuggest/)
  - Keyword Planner (https://ads.google.com/intl/es_es/home/tools/keyword-planner/)
  - Keywordshitter (https://keywordshitter.com/)

- SI TIENES LICENCIAS DE PAGO
  - SemRush (https://www.semrush.com/)
  - Ahrefs (https://ahrefs.com/es/)
  - Sistrix (https://www.sistrix.es/)

KEYWORD RESEARCH

- RECOMENDACIÓN INICIAL
  - Coge a tu círculo más cercano (familia, amigos…) y hazles que te hagan un listado de palabras clave, el éxito está en la diversidad.
- EMPIEZA SIEMPRE POR KEYWORD OBJETIVO SHORT TAIL
  - Coge a tu círculo más cercano (familia, amigos…) y hazles que te hagan un listado de palabras clave, el éxito está en la diversidad.
  - Si no conoces bien un sector (sobre todo si eres agencia) empieza a buscar siempre por términos generales.
  - Los programas te devolverán muchos resultados, filtra, no todo lo que sale es válido.
  - Un buen keyword research con palabras orientadas a tu negocio, mejorarán la semántica de tu página.

KEYWORD RESEARCH

- ELIGE BIEN LOS TÉRMINOS
  - A partir de los términos iniciales, filtra y te saldrán términos más específicos orientados a tu negocio
  - Un buen keyword research con palabras orientadas a tu negocio, mejorarán la semántica de tu página.
  - Hay palabras demasiado genéricas que no aportan nada
    - Son difíciles de posicionar
    - No generan tráfico, por lo que no generan negocio
  - En el caso de que te entre algo de tráfico…
    - Generan mala experiencia de usuario UX:
      - Perjudican al posicionamiento
      - Aumenta la tasa de rebote

EMPEZAMOS

¿ARE YOU READY?

3.- COMPARA CON LOS TÉRMINOS INICIALES QUE HAS UTILIZADO EN TU PRIMERA ESTRUCTURA. ¿COINCIDE?

AHORA UN PROGRAMA QUE TE GUSTARÁ…

XMIND

XMIND

- BÁJATELO!!! MOLA MUCHO.
  - Te permite poner “bonita” la estructura de tu página
  - Te permite poner textos:
    - Categorías
    - URL
    - Descripciones
    - …
  - Tienes varios estilos de jerarquías
  - Te ayuda a ver tu web más clara:
    - Evitas errores en las URL
    - Ves a qué categorías le das más prioridad
    - …

4.- CREA EN UN EXCEL LA ESTRUCTURA DE LA PÁGINA.

#DECIDE TUS KEYWORDS POR PÁGINA, LA URL, TU H1/H2/H3 (Y CUANTOS)…

ESTRUCTURA DE PÁGINA EN EXCEL. DEFINE TU DASHBOARD.

- UNA VEZ REALIZADO EL PRIMER ESQUEMA DE TU WEB Y EL KEYWORD RESEARCH.
  - Vamos a decidir las keywords por página
  - Vamos a decidir las URL´s, niveles de profundidad, estructura (jerarquizada, no jeraquizada)
  - Descripciones
  - H1/H2/H3 y cuantos…
    - Jerarquiza tus etiquetas H
    - H1 – Palabra clave objetivo
    - H2/H3 – Carga semántica de la palabra clave objetivo
    - Decide cuantos H2 y H3 hay por página (¿cómo? nivel de tráfico y dificultad)

EMPEZAMOS

¿ARE YOU READY?

5.- CREA UN ENLAZADO INTERNO

#DA PRIORIDAD A LAS PARTES DE TU WEB QUE QUIERAS DARLE MAYOR VISIBILIDAD.

ENLAZADO INTERNO

- ELIGE LOS PUNTOS CALIENTES DE TU WEB. ¿CUALES?
  - Porque es tu actividad principal
  - Porque es el que más volumen de negocio te da
  - Porque el tráfico que te reporta es muy alto
  - …

ENLAZADO INTERNO – PÁGINAS

- COGE UNA HOJA EXCEL Y PON LAS CATEGORÍAS PRINCIPALES DE TU WEB TANTO EN EL "EJE X" (opción transponer) COMO EN EL "EJE Y"
- UNA VEZ REALIZADO EL KEYWORD RESEARCH, DEBEMOS DISCRIMINAR POR VOLUMEN DE TRÁFICO O POR NIVEL DE DIFICULTAD (seleccionaremos el tráfico)
  - Siempre de mayor a menor volumen de tráfico (dificultad de posicionamiento)
  - Nunca puedes relacionar una categoría consigo misma
  - Si hay categorías que son consecuencia una de otra, relaciónalas

ENLAZADO INTERNO – PÁGINAS

- Intentamos relacionar categorías o productos que estén relacionadas
- Imaginad:
  - Tenemos una tienda de móviles…
  - El usuario quiere un móvil Android, pero, no está convencido.
    - Filtrará por precio (por ejemplo)
    - Debemos ofrecerle productos que sean de diferentes marcas de rangos de precios parecidos
    - Fomentamos la navegabilidad y el tiempo de estancia en página

ENLAZADO INTERNO – POST

- SI TIENES UN COMERCIO ELECTRÓNICO, ESCRIBE SOBRE ALGO RELACIONADO CON TUS PRODUCTOS Y MUESTRALOS SI ES NECESARIO EN EL PROPIO POST
- RELACIONA SIEMPRE DESDE LOS POST A LAS CATEGORÍAS QUE QUIERAS DAR RELEVANCIA
- ELIGE BIEN TUS "ANCHOR TEXT" (textos ancla->son aquellas palabras a las que les ponemos el enlace [haz que coincidan con los términos que quieres posicionar])
- EL BLOG NO SÓLO ES PARA GENERAR UN BUEN CONTENIDO, ES ESENCIAL EN EL ENLAZADO

EMPEZAMOS

¿ARE YOU READY?

6.- ¿Y SI YA TENGO MI ESTRUCTURA Y LA QUIERO CAMBIAR?

#NO BORRES URL´S, INTENTA REDIRIGIRLAS (AUNQUE HAZLO EN POCAS OCASIONES Y CON MUCHO CUIDADO)

CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA

- Si quieres cambiar las arquitectura de URL´s, elige bien las palabras clave antes de empezar
- NO borres URL´s, generaras errores 404 y no es interesante
  - Tu página 404 debe estar optimizada para redirigir el tráfico de nuevo a tu web
- Los errores 404 son perjudiciales para el posicionamiento
- Si borras URL´s, lo que consigues es perder la relevancia de la URL y no transferirla a una nueva

SI NO PUEDO ELIMINAR URL´S. ¿ENTONCES QUE HAGO?

#REDIRECCIONES

REDIRECCIONES

- Las redirecciones te ayuda a enrutar desde la URL de origen (la que está mal) a una URL de destino (la nueva URL que queremos implementar)
- Se realiza en un archivo que se llama .htaccess
  - Muchísimo ojooooooo!!!! Si lo haces mal te quedas sin web
  - Primero duplícalo y luego manipúlal
- Una redirección tiene la siguiente pinta:
  - Redirect 301 /categoria/subcategoria/producto http://www.midominio.com/ /categorianueva/subcategorianueva/productonuevo

UN PROGRAMITA QUE TE VA A AYUDAR A REALIZARLO

#FILEZILLA

FILEZILLA

FILEZILLA

- BÁJATELO!!! VA A SER UN GRAN ALIADO TUYO PARA CONECTARTE CON TU SERVIDOR
- Te lo bajas y conecta tu ordenador con tu servidor
- Tendrás acceso a todos los archivos de tu web
  - Muchísimo ojooooooo con lo que tocas!!!!
- El archivo .htaccess está en la raíz de tu web

7.- TRASLÁDALO A TU WORDPRESS Y CONFIGURA LAS URL´S

#AHORA LLÉVALO A TU WORDPRESS RESPETANDO LAS REGLAS BÁSICAS DEL SEO.

TRASLÁDALO A TU WORDPRESS

- Créate el menú principal en función de las páginas o categorías que hayas definido en tu esquema de página

- Acuérdate de configurar bien la estructura de URL´s
  - Ve a la configuración en WordPress de “enlaces permanentes”
  - Configúralo desde ahí para que te salgan las URL´s limpias

EMPEZAMOS

¿ARE YOU READY?

8.- SI QUIERES GEOLOCALIZAR TUS PÁGINAS…

#GEOLOCALIZA URL´S | GEOLOCALIZA TITLES | H1 | H2 | H3 …

GEOLOCALIZA TUS PÁGINAS

- Hemos hablado de una web que a priori no tenía geolocaliozación

- Si tú negocio o tu ámbito de acción va a ser por ejemplo Zaragoza…
  - Sería interesante que lo tuvieses en cuenta en tus URL´s
  - Que lo introdujeses en tu title y en las descripciones
  - Que lo utilices en tu jerarquía de etiquetas H

¿PREGUNTAS?

QUE SEAN FÁCILES POR FAVOR.

¡GRACIAS A TODOS POR VENIR! :-)

- Juan Martínez - CEO y SEO Manager
  - Twitter -> @jmarfra
  - We Love SEO
    - Móvil: 658 562 629
    - Mail: hola@weloveseo.es
    - Web: https://weloveseo.es

