

CHECKLIST PARA OPTIMIZAR TU SEO ON-PAGE

El SEO On-Page trata de las buenas prácticas y optimizaciones que tienes sobre las páginas de tu sitio web, para que estas tengan un buen posicionamiento en los motores de búsqueda.

En esta tarea, querrás tener un contenido de valor que tenga una estructura sólida y con aportes a lo que los usuarios están buscando y que así puedas responder a sus preguntas, para que Google posicione en los mejores lugares tus páginas. De esta forma, también atraes más tráfico cualificado a tu sitio web, lo que se debe traducir en mayores conversiones (generación de ventas, adquisición de contactos, visualización de videos, etc...)

Con el siguiente checklist, podrás revisar qué aspectos deben estar en el SEO On-Page de tus páginas, **¡Para que tu sitio web tenga los mejores resultados!**

PALABRA CLAVE (KEYWORD)

Hacer una búsqueda de palabras claves

Elaborar un calendario editorial con el enfoque que tendrán las palabras claves

Incluir la palabra clave dentro de la URL

Verificar que el slug de la URL contenga de 3 a 4 palabras

Incluir la palabra clave en el *meta title*

Validar que el *meta title* no sobrepase los 65 caracteres. De esta forma no es truncado por Google.

Incluir la palabra clave en la *meta description*

Incluir la palabra clave en el H1 (Heading)

Incluir la palabra clave dentro de las 100 primeras palabras

Poner la palabra clave alguna vez en **negrita** o en *itálica*

Incluir la palabra clave en un heading (H2, H3). (De ser posible)

Incluir la palabra clave entre 3 y 5 veces en el post, buscando una proporcionalidad con la extensión del texto

ESTRUCTURA Y CONTEXTO DEL CONTENIDO

Hacer uso de subtítulos para una mejor lectura del post

Insertar una cita, un dato, una cifra o información relevante de un estudio que sea de interés para el lector

Incluir palabras LSI (Latent Semantic Indexing)

Incluir sinónimos de la palabra clave

Hacer uso de **negritas** e *itálicas* a lo largo del texto

Definir las categorías y etiquetas del contenido. (Sólo aplica para blog)

Tener una extensión robusta del contenido. Un contenido extenso tiene mayor valor

ENLACES INTERNOS

Incluir links internos a otros blog posts del sitio

Verificar que los links internos estén optimizados

Verificar que los links internos abran en la misma ventana

Contar con 2 o 3 links internos a lo largo del post

ENLACES EXTERNOS

Incluir links externos a páginas con una alta autoridad de página

Verificar que los enlaces de *anchor text* abran en una nueva ventana

Contar con 1 a 3 links externos

Verificar que los enlaces *anchor text*, contengan una palabra clave o frase corta clave para direccionar a los lectores a un contenido de interés

CONTENIDO MULTIMEDIA

Incluir contenido multimedia. Entre el cual puede valer una imagen, una fotografía, un video, un podcast o animaciones

Verificar que todo elemento multimedia cuente con los debidos derechos de autor o con el permiso para ser compartido y publicado

Agregar links en las imagenes si estas se refieren a otros sitios web. Los lectores van a querer hacer clic en ellas

Tener el tamaño apropiado en pixeles de las imágenes, esto para una óptima visualización

Tener el archivo en un tamaño apropiado para la velocidad del sitio

Optimizar el tamaño de las imágenes al tamaño del *layout* (diseño)

Añadir un texto alternativo a las imágenes

Nombrar las imágenes con términos descriptivos. (Se pueden nombrar con la palabra clave, pero no es estrictamente necesario)

Nombrar las imágenes con guión intermedio entre cada palabra

Nombrar las imágenes en minúsculas

Nombrar las imágenes sin caracteres especiales (ñ, * & @)

REDACCIÓN Y ESTILO EN LA ESCRITURA

Cuestionar el título: ¿Es este llamativo para el lector? ¿Le dice claramente lo que va a encontrar en el contenido?

Verificar que se está ofreciendo información valiosa para el lector

Definir el tono de escritura de la persona y mantenerlo durante el contenido

Realizar una revisión de la redacción y de la ortografía en todo el texto

Incluir un llamado a la acción al final del post para invitar al lector a compartirlo o a dejar sus comentarios

Leer el blog post siempre por una segunda vez

Mostrar el contenido a otra persona para contar con un *feedback* (retroalimentación) antes de ser publicado

INTERACCIÓN Y VISUALIZACIÓN DEL CONTENIDO

Contar con un plugin que permita compartir el contenido en las redes sociales

Verificar que la página y el sitio sean *web responsive*, para que el contenido pueda visualizarse en distintos dispositivos de una forma amigable y sin problemas para el usuario

Permitir los comentarios en la parte final del blog para permitir la interacción con los lectores

Responder a los comentarios que dejan los usuarios, brindando información clara y oportuna.

Si tienes alguna pregunta o duda acerca de este checklist, no dudes en contactarnos.

¡El Team DesignPlus está para asesorarte en tu crecimiento digital!

Conoce todo lo que debes saber sobre la
Metodología Inbound Marketing,
la cual te puede ayudar a
¡incrementar tus clientes y ventas!

DESIGNPLUS

www.designplus.co