

Los más buscados: tips para ser más visibles on-line

Creamos Canopy Bridge para ayudar a nuestros miembros a ser más visibles en el mundo on-line, y estamos trabajando constantemente para mejorar la plataforma. En este blog queremos compartir algunos tips de nuestro programador, Patricio Moreano, utilizados para realzar el posicionamiento de Canopy Bridge y los perfiles de los usuarios. Aquí te ayudamos a optimizar el posicionamiento de tu página web para que sea más fácil encontrarla.

1. Conoce al motor de búsqueda: rastreador, índice, algoritmo

Antes de discutir cómo mejorar el posicionamiento (SEO) de tu sitio web, es importante entender lo que significa el término *motor de búsqueda* (search engine). Un motor de búsqueda consiste en un *rastreador*, un *índice* y un *algoritmo*. Para este artículo nos referiremos a Google ya que —aunque no es el único— es el motor de búsqueda más importante.

El primer componente de un motor de búsqueda es el *rastreador*. El rastreador sigue todos los enlaces que encuentra en Internet. Esto se hace sin descanso, las 24 horas del día. Luego de buscar la información de todas las páginas web que encuentra, el *rastreador* las guarda en formato HTML en una base de datos gigante llamada *índice*.

El *índice* de Google se actualiza cuando encuentra nuevos enlaces y contenido. La velocidad de este indexamiento y re-indexamiento depende del tráfico de tu sitio web. Es decir, mientras más visitas reciba tu sitio web, más visita Google. Entonces, ¿Cómo hace Google para indexar por primera vez tu sitio web? Debe obligatoriamente existir un enlace a tu sitio web en un sitio previamente indexado por Google.

Luego de la indexación, el sitio web aparece en los resultados de Google de acuerdo a un *algoritmo* que determina el orden de las páginas que se muestran. El funcionamiento del algoritmo es todo un misterio; nadie fuera de la empresa lo conoce. Lo que se sabe, en general, es que los factores que influyen en el orden de los resultados varían bastante.

A partir del entendimiento de cómo funciona Google, podemos pensar en estrategias que verdaderamente ayuden a optimizar la búsqueda de tu sitio web para que los usuarios lo encuentren. A continuación presentamos descripciones de los factores que consideramos más relevantes para mejorar el posicionamiento de tu sitio web en Google.

2. No olvides el valor de los enlaces

Los *enlaces* (links) influyen mucho el ranking de resultados de Google. Esto se debe al funcionamiento del algoritmo de Google que, entre otras cosas, evalúa la importancia de un sitio web según su conexión con otros. Hay enlaces internos (en tu propio sitio web) y externos (en otros sitios web). Por esta razón, los sitios web complementarios o de socios pueden ser muy útiles para tu propio sitio: procura que otras páginas incluyan enlaces a tu sitio web. De igual manera, cuando tú incluyes enlaces a sitios de socios ayudas a mejorar su posicionamiento.

Al compartir archivos en tu sitio web, es importante que el enlace del archivo tenga palabras claves (keywords) según su temática. Así, cuando un usuario realice una búsqueda que coincida con alguna de estas palabras, Google podrá encontrar al archivo.

Procura que para enlaces internos el contenido sea descriptivo. Evita crear enlaces con frases genéricas como “click aquí” o “este”. Este tipo de palabra es menos útil para la navegación del usuario.

Por ejemplo:

“Visita el sitio web de [Forest Trends](#),” es mejor que “Visita Forest Trends [aquí](#)”

3. Utiliza palabras clave estratégicamente

Otra exitosa técnica para mejorar el posicionamiento del sitio web es la utilización de *palabras clave*, mejor conocidas como *long-tail keywords*. “Long-tail keywords” son frases específicas que ayudan a que la gente interesada en el tema exacto de tu sitio web te encuentre. ¿Qué se gana de ésto? Si un usuario realiza una búsqueda general en Google, a menudo es porque no sabe exactamente lo que busca. Buscar “bebidas calientes”, por ejemplo, no es lo mismo que buscar “café orgánico de Galápagos”. Así, cuando un usuario realiza una búsqueda con palabras menos comunes o de frases largas hay mayor probabilidad de que ingrese a tu sitio web. Es este el tipo de usuarios al que se debe apuntar para incrementar tráfico en el sitio web.

¿Cómo saber qué palabras me encuentran en Internet? Uno puede basarse en los temas de tendencia en varios sitios web. [Google Trends](#) es uno de ellos, donde encontrarás estadísticas en tiempo real de lo que la gente busca y habla en Internet.

4. Organiza piramidalmente la estructura de tu sitio web.

El sitio web debe estructurarse como una pirámide, partiendo de la *página de inicio*, o *homepage*. Ninguna otra página debería tener tanta jerarquía o importancia como la página de inicio. Las otras páginas deben continuar hacia abajo (como cascada).



Foto tomada de: Yoast's small SEO guide to optimize your website.

Una buena estructura ayuda a que Google entienda tu sitio web. Así es más fácil que lo indexe y llegue a páginas de menor jerarquía para que otros usuarios puedan buscarlas.

5. Evita contenido redundante

Aunque puede haber páginas web dentro de tu sitio con contenido parecido entre si, hay que tratar de incluir factores diferenciadores que salten a la vista. Evitar el contenido redundante es sumamente importante para no confundir a los *bots* de Google durante la actualización de su indexación. Contenido muy similar, o el mismo uso de contenido multimedia puede generar confusiones. Es indispensable que cada página tenga su propia descripción. Así mismo, incluso si por alguna razón se utiliza una imagen dos veces, el nombre de cada foto debe ser diferente.

6. Facilita la navegación

La navegación de un sitio web es otro aspecto muy importante. El tener enlaces visibles, lógicos y claros facilita mucho que la navegación no sea un dolor de cabeza para el usuario. Además, los enlaces internos y externos deben poder ser leídos por los robots. Se puede comenzar organizando los URL (la dirección web de cada página) según la estructura del sitio. Por ejemplo: Si en tu sitio web tienes varios perfiles de miembros, entonces la URL de cada perfil debería tener un orden como el siguiente: *nombreDeTuDominio.com/miembros/nombreDelPerfil*.

¿Con qué intención se construyen URLs de esta manera? Si un usuario por error omite la última parte del URL que buscaba, en vez de buscar cada miembro, puede dirigirse a *nombreDeTUDominio.com/miembros/* y encontrará la página con todos los miembros.

Para navegar mejor hay que priorizar la simpleza. También es mejor usar texto que imágenes o íconos, ya que ésto facilita la llegada de los *crawlers* (robots) de Google.

7. ¿Puedes describir el contenido de una página web en pocas líneas?

Crea descripciones cortas para que no se trunquen cuando salen en la página de resultados de Google.

El sistema de resultados que Google muestra en su sitio web tiene una estructura estándar. Consta de:

- Título de tu página web
- URL de la página web
- Descripción (snippet)

Te verás favorecido en el ranking de resultados si una de las palabras utilizadas para la búsqueda es parte de tu título, url o snippet. Por lo tanto, debes tener en cuenta experiencias

pasadas de usuarios para escribir una descripción que realmente se ajuste a lo que tu sitio web ofrece.

8. Crea una página de error 404

Una página de error 404 es una página dentro de tu sitio web que les aparecerá a los usuarios cuando intenten buscar un URL que no existe en tu dominio. Aunque parezca algo muy simple de crear, hay que tomar en cuenta que esta página debe ser vista como una oportunidad para que tus usuarios continúen navegando en tu sitio web. Deberías incluir enlaces a la página de inicio y a las páginas más visitadas por los usuarios; así cuando los usuarios lleguen a esta página, en vez de frustración sentirán alivio por los enlaces para continuar navegando.

9. Optimiza el uso de tus imágenes

Al momento de incorporar imágenes hay que tomar en cuenta el uso del atributo 'alt'. Este atributo permite poner una frase que describa la foto en caso de que por alguna mala conexión de Internet ésta no pueda ser cargada ni visualizada por el usuario. De tal forma, aunque no cargue, el usuario tendrá una idea de lo que trata la foto.

De igual manera el uso del atributo 'alt' mejora el ranking de tus imágenes en la búsqueda de Google. No olvides nombrar las imágenes. Para eso es mejor juntar las descripciones de cada imagen con un guión " - ". Por ejemplo: "cafe-lava-de-galapagos". Así, el nombre de cada imagen la describirá también.

10. Ten en cuenta el uso del atributo rel="nofollow" para enlaces

El atributo específico 'nofollow' para enlaces sirve para indicar explícitamente a los motores de búsqueda los enlaces que deberían ignorar. ¿Cuándo es bueno utilizarlo? Imaginen un blog post en su sitio web que incluye un enlace a otro sitio que nada tiene que ver con su modelo de negocio. Entonces, al ubicar el enlace y seleccionar 'nofollow' los motores de búsqueda sabrán que no deben seguir investigando o haciendo crawling para llegar al origen de ese enlace.

Rel="nofollow" también puede usarse en comentarios de blog posts. Generalmente estos espacios abiertos al público son muy propensos a recibir comentarios de spam. Al configurar de manera general para que Google no pueda seguir los enlaces insertos en los comentarios, prevenimos que nuestro sitio se llene de basura o *spam*. Más importante todavía: prevenimos que esos comentarios basura sean indexados por Google desde nuestro sitio web.

11. Pon tu sitio web a prueba

Existen varios sitios dedicados a mejorar el posicionamiento de sitios web. Aquí algunos enlaces útiles:

<http://seositecheckup.com/>

<http://www.seowebpageanalyzer.com/>

Finalmente, existe Google Search Console, una herramienta creada por Google específicamente para que el webmaster de un sitio web pueda monitorear y mantener una buena presencia en Internet.

Con todos estos tips esperamos que su sitio web pueda ganar mayor presencia en Google y así llegar a más gente alrededor de todo el mundo.