Buenas prácticas de **redacción SEO**

Fundamentos

Los sitios web que publican contenido más a menudo tienden a tener una **frecuencia de rastreo más alta.**

Google premia los contenidos que responden a la intención de búsqueda, que son **originales y aportan valor al usuario.**

El contenido **optimizado y bien estructurado** es uno de los factores de posicionamiento más importantes.

Cuando el contenido es relevante para el usuario hace que se mantenga más tiempo navegando dentro de la web, **mejorando su tasa de interacción.**

Contenido bien redactado puede **convertir visitantes en clientes.**

Tipos de Contenido

A la hora de hacer SEO es importante saber dónde se redactará el contenido, con el fin de ajustar la redacción a esa URL en específico. En ese sentido, tenemos:

Técnicas de Escritura: Legibilidad

Evitar el uso de la voz pasiva en la redacción, utilizar voz activa:

Voz activa ✓	Voz pasiva ✗
Mi perro entierra huesos en el jardín.	Los huesos son enterrados por mi perro en el jardín.
Ayer el técnico formateó tu computador.	Tu computador fue formateado ayer por el técnico.

Oraciones inferiores a las 25 palabras. Al unir varias oraciones en el mismo párrafo, es importante tener en cuenta que **el total de palabras no debe exceder las 150.** Esto garantiza una estructura clara y concisa en la redacción. Una forma de lograrlo es utilizar frases cortas.

En general, las voces activas son directas, sencillas y claras, mientras que las voces pasivas son más complejas y largas.

Las voces pasivas son más complejas y largas, y tienden a diluir la responsabilidad del sujeto en la acción del verbo, como sugiriendo que las cosas ocurrieron por sí mismas.

Los conectores son necesarios para unir palabras, ideas, frases, oraciones y párrafos entre sí. Algunos ejemplos son: Por ejemplo, a saber, así, en efecto, en otras palabras, en pocas palabras, o sea, esto es, es decir, del mismo modo, igualmente, de igual manera, de esta forma, de este modo, etc.

Frases consecutivas: el texto no debe contener 3 o más frases consecutivas que empiecen con la misma palabra. Variar los emojis consecutivos, el navegador podría tomarlos como la misma frase consecutiva.

Palabras Claves

Evitar crear 2 contenidos que respondan a la misma intención de búsqueda porque se genera canibalización y los contenidos compiten internamente, lo que dificulta el posicionamiento de alguna de las urls.

Definir un número adecuado de palabras clave, con un cluster de keywords podemos agrupar cuáles responden a la misma intención, para así incluir las variantes de manera natural y creativa.

Adaptar el tono y estilo de la redacción según la intención de búsqueda. Si la consulta es más informativa abordar el contenido desde una perspectiva educativa, pero si es de transaccional utilizar palabras como: comprar, vender, cotizar y un tono más persuasivo.

Agregar palabras secundarias en intertítulos, es decir, en H2, H3, H4, entre otros.

La palabra clave debe aparecer un mínimo de veces en el contenido. No hay un número limitado pues va a de la extensión del contenido. No sobre optimizar pues es una técnica black hat SEO. Si la palabra clave está mal redactada, no es necesario dejar así tal cual en la web, los motores de búsqueda saben interpretar la información. Privilegiar la buena redacción.

La palabra clave debe aparecer en el título (idealmente al inicio de este). Por ejemplo, si la palabra clave principal es "ventas online", unas buenas opciones son:
- 8 tips para aumentar las ventas online
- Ventas online: 8 tips para aumentarlas

Colocar la palabra clave en el primer párrafo y en el último. Por ejemplo: si la palabra clave es "ventas online", el primer párrafo debiera ser algo como:
• La pandemia generó un gran aumento de las ventas online y han sido la solución de las empresas para sobrevivir a los cierres de comercios.

La extensión mínima ideal para los artículos de blog es de 500 palabras. Para definir la cantidad ideal de palabras, podemos usar herramientas como Semrush para hacer un crawling de la primera página de resultados y así entender la extensión promedio.

Enlazado Interno

Incorporar enlaces, tanto internos como externos, para recomendar artículos relacionados o para respaldar la información que estamos detallando.

Un blog es una buena alternativa para trabajar contenido informativo y generar enlazado interno para vincular y darle relevancia a páginas de servicios o productos.

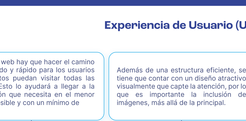
Para potenciar una palabra clave, a través del enlazado interno, **el anchor text o texto de anclaje** debe explicar a dónde lleva el link. Por ejemplo, si la palabra clave a potenciar es "cómo mejorar ecommerce", el texto con el enlace debería ser algo similar o lo mismo.

Evitar los anchor text que digan "haz clic aquí", "encuéntralo aquí", "aquí", "haz clic", y similares, ya que no les proporciona información a los buscadores sobre el contenido, por lo que no contribuirá a potenciar la kw.

Imágenes

Tipos de Contenido

- Hay diferentes contextos en los que se pueden incluir imágenes, las cuales no deben pesar más de 100,150, 500 kb. Sus dimensiones, si bien son variables, para la portada se suele utilizar 1200x800 px como máximo y para los productos 500x500 px. Esto también tiene como fin evitar que la página tarde mucho en cargar.
- Las imágenes tienen la opción de incluir un texto alternativo (o alt), en el que podemos incluir la palabra clave que queramos potenciar. Si hay más de una imagen, como ocurre en el caso de las notas de blog, se puede ir variando con la palabra clave principal o las secundarias.
- **Incluir la palabra clave en los textos meta** (SEO title, metadescripción y URL). Tanto el título como la descripción debe ser llamativo para invitar a leer y con una extensión de 45-54 caracteres y 107 a 142 caracteres, respectivamente.



- **Las URLs no deben tener caracteres especiales** y se prefiere el guión (-) para separar las palabras. Así, es más fácil la comprensión, memorización y reproducción de la URL para que el usuario no acabe en páginas 404 cuando intenta reintroducir la dirección manualmente.
- Para que una URL sea amigable, también debe ser lo más corta posible e incluir siempre la palabra clave que se quiere posicionar en esa página.

Experiencia de Usuario (UX)

En el sitio web hay que hacer el camino mascómodo y rápido para los usuarios y que estos puedan visitar todas las páginas. Esto lo ayudará a llegar a la información que necesita en el menor tiempo posible y con un mínimo de esfuerzo.

Además de una estructura eficiente, se tiene que contar con un diseño atractivo visualmente que capte la atención, por lo que es importante la inclusión de imágenes, más allá de la principal.

Además de una estructura eficiente, se tiene que contar con un diseño atractivo visualmente que capte la atención, por lo que es importante la inclusión de imágenes, más allá de la principal.