Parámetros imprescindibles en SEO según el consultor Víctor López

Muchas personas creen que mejorarán el SEO de una página web simplemente publicando artículos en el blog cada cierto tiempo, pero no basta con ello, de hecho los buscadores como Google usan más de 250 parámetros para posicionar por SEO las páginas web

Muchas personas creen que mejorarán el SEO de su página web simplemente publicando artículos en el blog cada cierto tiempo, pero no basta con ello, de hecho los buscadores como Google usan más de 250 parámetros para posicionar por SEO las páginas web.

Según Víctor López, consultor SEO especializado con más de 10 años de experiencia, si quieres que la web sea de las primeras en aparecer en Google cuando los usuarios busquen algo relacionado con el sector que quieres posicionar, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

Dominio

Por mucho que se empeñen en contarnos que el dominio de una página no influye en el SEO, lo cierto es que si el dominio contiene alguna de las keywords que buscan los usuarios esto influirá positivamente en el posicionamiento.

Keywords

Es como denominamos a las palabras clave, aquellos términos que usan los clientes y usuarios de Internet para buscar un producto o servicio. Por ejemplo a la hora de buscar agencias de marketing y posicionamiento las palabras clave que podrían poner en buscadores como Google serían “agencia seo” o “agencia de marketing”.

Las keywords se consideran fundamentales para cualquier estrategia de posicionamiento en buscadores por lo tanto se deben tener estas palabras clave presentes tanto en las meta etiquetas, en los encabezados y sobre todo en el contenido.

Son las que usan los buscadores para encontrar el artículo y posicionarlo. Eso sí, no tengas la tentadora idea de abusar de ellas porque los buscadores castigan un uso excesivo y podrían penalizarte por sobreoptimización.

Categorías

Si un negocio cuenta con una página web con categorías, es decir, con diferentes apartados como los de una tienda online o un buscador de vuelos deberemos prestar atención a cómo realizarían los clientes la búsqueda para optimizar éstas correctamente y no mediante aglomeración de artículos pudiendo cometer el error de duplicar contenido.

URLs

Aquí hay que prestar atención a la longitud de la URL para el posicionamiento esta no debe superar los 110 caracteres, debe ser descriptiva y además contener las palabras clave que se quiera potenciar.

Siempre se deben añadir guiones medios y no usar caracteres extraños, tildes, ñ o números.

Meta etiquetas

Se trata de uno de los parámetros más antiguos del SEO On Page, en especial la la meta tag Title. Será esta la que aparezca en los resultados de búsqueda junto con la descripción.

Estos dos elementos son los principales focos para que el usuario se fije en el negocio al realizar la búsqueda, son el Trailer del SEO.

Headings

Los headings son los titulares de una página que se encuentran marcados como HTML h1, h2, h3... h6. Así, h1 es la etiqueta más importante y en la que se recomienda incluir las palabras clave más importantes, de forma natural y concisa, sin sobreoptimizarla y siempre ser única.

Contenido e Imágenes

Por muy bien que se tengan los parámetros anteriores no se debe olvidar que una vez el usuario haya llegado al contenido, este es el rey, será el que decida si el SEO ha tenido éxito o no.

Así el contenido tendrá que ser atractivo, fácil de leer y original además de contener información veraz y útil. Si los usuarios consideran que lo que han leído les es útil será mucho más fácil que vuelvan a visitar la página web, que la compartan en redes sociales y que permanezcan mayor tiempo en ésta.

Añadir imágenes al texto se ha vuelto casi obligatorio, ya que son un buen extra que ayuda a entender el texto y a captar la atención.

Responsive design

Se trata de un diseño de página web adaptable tanto a dispositivos móviles como a ordenadores, de hecho Google ya ha avisado que todas aquellas páginas que no dispongan de un diseño responsive bajarán en su posicionamiento.

Código

Se debe optimizar al máximo el código fuente, CSS y Javascript para que la web cargue más rápido y esto mejore la experiencia del usuario.

Estos son sólo algunos de los parámetros más importantes que tiene en cuenta Google, según Víctor López, consultor SEO en Victorloseo.com que puede ayudarte a posicionar la web en las primeras

posiciones de Google por las keywords que mayor negocio generen.

Datos de contacto:

Víctor López

695322938

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>