Preguntas y respuestas sobre SEO

Fecha de creación

22/09/2022

Tipo de publicación

Recomendaciones

Resumen

Antes de hacernos preguntas debemos entender que los resultados del SEO no son inmediatos. Las técnicas SEO necesitan constancia y el trabajo nunca termina. Se debe trabajar permanentemente en la optimización del sitio para aparecer en los primeros puestos de Google, y también para generar clicks.

Nuestro objetivo principal es que las personas que necesiten información del Estado, puedan encontrarla lo más rápido y clara posible. Si logramos crear contenidos claros que respondan necesidades de usuario y sean fáciles de encontrar, estamos aportando en la construcción de ciudadanía en entornos digitales.

¿Cuáles deben ser mis prioridades SEO para sitios gub.uy?

- Entendé los mecanismos de búsqueda de tus potenciales lectores.
- Realizá investigación de palabras clave por cada tema para el que quieras posicionarte (utilizar las sugerencias de Google y Answer The Public).
- Optimizá la redacción del contenido para responder necesidades de usuarios de forma clara.
- Redactá títulos (Campo "Título" del contenido) y descripciones (Campo "Descripción" del módulo Metatag) que aparecen en resultados de búsqueda de Google para que sean más clickeables. (Ambos textos cumplen la función de estimular el clic del usuario cuando tu página aparece en Google).
- No ofrezcas algo que luego no va a encontrar el usuario.
- Usá tus palabas clave en lugares estratégicos como el Título, un subtítulo (Encabezado), el texto de un hipervínculo, o el texto alternativo de una imagen. Todo es mejor que intentar repetir varias veces la palabra clave de forma sistemática.

¿Qué es la metadescription?

Es una propuesta que convence al usuario de que la página es exactamente lo que busca. Las metadescriptions no tienen ningún límite de longitud, pero hay que tener en cuenta que los fragmentos de los resultados de la Búsqueda de Google suelen cortarse, normalmente para ajustarse a la anchura de los dispositivos.

Deben convencer en pocas palabras (entre 130 y 160 caracteres.) de que es en su página donde el usuario encontrará la respuesta más relevante a su pregunta.

¿Cuál es la diferencia entre el copete (Campo Resumen) de un contenido y Metadescription (campo Descripción en Metatag)

- El copete describe el contenido que luego se va a desarrollar
- Se escribe procesando toda la información del contenido para resumir lo más importante
- Describe lo que ofrece “el inventario del comercio”
- Se hace para ayudar a las personas

- La metadescription se escribe pensando en la intención de búsqueda (Debe basarse en algunas de las opciones de palabras clave investigadas)
- Describe la “vidriera del comercio”
- Se hace para ayudar al buscador para que ayude a las personas a encontrar nuestro contenido

¿Cómo optimizar una metadescription para posicionar tu página?

La meta description debe ser única y no puede haber metadescriptions duplicadas en diferentes páginas de nuestro sitio.

No hay certeza de si incluir la palabra clave en el metadescription ayuda a mejorar el posicionamiento, pero seguro que sí nos ayudará a incrementar el CTR. Desde gub.uy recomendamos siempre añadir la palabra clave en la metadescription, siempre y cuando no afecte la fluidez la lectura; debe quedar un texto orgánico y no artificial. No hay necesidad de intentar sobrecargar el contenido de una metadescription con muchas palabras claves.

¿Por qué Google muestra textos en resultados de búsqueda que no son la metadescription?

Esto significa que en otra parte de tu contenido respondiste mejor a la necesidad de usuario que con la metadescription. Google utiliza diferentes fuentes para determinar el fragmento adecuado automáticamente, incluida la información descriptiva de la etiqueta de metadescripción de cada página. También puede utilizar información que hay en las páginas o crear resultados basados en el contenido de las páginas.

Lo que hace es intentar encontrar una parte de texto que mejor responde a la búsqueda del usuario en Google. Puede ser por su título, por el Resumen, por encabezados, por texto alternativo de las imágenes, un listado, etc.

Esos fragmentos de textos que toma Google están diseñados para destacar y mostrar una vista previa del contenido que está más relacionado con la búsqueda específica que hizo una persosa. Por lo tanto, es posible que la Búsqueda de Google muestre diferentes fragmentos de una misma página en búsquedas distintas.

¿Por qué no se pueden garantizar los resultados de SEO?

Primero debemos aceptar que no hay garantía de que Google pondrá las páginas de nuestro sitio antes que los demás, que tal vez trabajan tanto como nosotros en SEO.

Por otra parte, cuestiones como un rediseño de sitio mal que afecte la usabilidad o URLs no redirigidas o rotas, puede destruir un trabajo de largo plazo en pocos días.

No olvidemos que el objetivo siempre será posicionarnos de buena manera para la mayor cantidad de palabras claves posibles que tengan relación con las búsquedas de los usuarios. Pero nadie obligará a Google a mostrar tu sitio en la parte alta de las páginas de resultados.

No importa la posición de lo que creemos nosotros es una palabra clave sobre un tema: siempre debemos realizar la investigación de palabras claves. Estar posicionado en primera página para una sola palabra clave sólo servirá a nuestro ego, pero será inútil para la mayoría de los usuarios.

¿A qué métrica debo prestarle atención?

A la cantidad de personas que llegan al sitio a través de motores de búsqueda (vistas) y la cantidad de palabras claves que han generado tráfico y clicks a nuestro sitio. Ambos datos pueden recibirlos en la devolución de Calidad, en el módulo de Arquitectura.

¿Por qué puede demorar mi página en posicionarse?

Puede tardar más en posicionarse en primeros puestos si hay muchas páginas con más antigüedad que la tuya. O si otros sitios tienen webs con muchos backlinks, contenidos y mejor reputación. El tiempo real dependerá de factores como la cantidad, la calidad y la frecuencia de los contenidos que publiques; también de la calidad general de tu sitio web, por supuesto.

Además, todo está en constante cambio y Google actualiza sus algoritmos a lo largo del tiempo; incluso lanza algoritmos totalmente nuevos cada cierto tiempo.

¿Qué es el CTR?

Por siglas en inglés Clic Through Rate, y significa el porcentaje de veces que los usuarios, al mostrarle la lista de resultados donde también está tu web, opta por entrar en tu sitio web en vez de en los otros.

El CTR se calcula en porcentaje. Se obtiene al dividir el número de clics que consiguió una página entre el número de veces que que los usuarios vieron esa página multiplicado por 100.

¿Qué son backlinks?

Son enlaces que apuntan a tu sitio. Páginas externas que referencian a la tuya.

Los motores de búsqueda como Google utilizan la calidad y la cantidad de backlinks como un criterio de clasificación. Por lo tanto, adquirir backlinks es una estrategia fundamental para mejorar la visibilidad del sitio.

Google ve a los backlinks como si fueran una indicación; en definitiva, si otro sitio referencia el tuyo es porque creen que tu contenido es de calidad.

En el Estado, varios organismos comparten información sobre diversos temas, o tienen contenidos muy relacionados: esos escenarios son ideales para generar sinergia entre sitios distintos, al referenciar otro contenido.

Por otra parte, contar con referencias externas al Estado (periodistas y medios de prensa, instituciones privadas, asociaciones civiles, etc) es una buena señal de la calidad web de nuestro sitio.