



MASTERCLASS

CHECKLIST DE SEO BÁSICO

PARA PYMES

Por Isabel López



hola!

Soy Isabel López

Directora SEO en



Isabel.mk@webpositer.com





1

WEB OPTIMIZADA



¿Mi Web está optimizada?

¿Cómo se ve mi Web en Google?

¿Tengo posibilidad de superar a mis competidores?

¿Mi Web llega a mi público objetivo?



¿Qué puedo hacer para mejorar mi posicionamiento?



floristería en alicante

<https://arlettartesaniaflor.com>

Arlett | Floristerías Alicante - Tienda Online - Llámanos al ...

Floristerías Alicante Arlett, haz tu pedido en nuestra TIENDA ONLINE y te lo enviamos a tu domicilio. Estamos en la Av. Pintor Xavier Soler 13, CP 03015 ...

[Tienda Online](#) · [Ramo de flores](#) [archivos](#) · [Tocado de flores...](#) · [Centros de flores](#)

<https://www.interflora.es> › floristerías › alicante

Floristerías en Alicante con envío a domicilio | Interflora

Elige enviar flores a domicilio en Alicante con nuestras floristerías Interflora. Te asesorarán expertos con experiencia en el arte floral.

<https://www.lolaflora.es> › envie-flores-a-alicante-alacant

Enviar flores a domicilio en Alicante (Floristerías Alacant)

Enviar Flores a Domicilio en Alicante. Alicante floristería. Siempre que acabamos hablando de Alicante, una de las primeras cosas que se nos viene a la mente ...

<https://www.mayoflor.com> › enviar-flores-a-alicante

Envío de flores a domicilio a Alicante | Mayoflor

Tu floristería online. En mayoflor.com puedes mandar flores a España y Portugal península: Madrid, Barcelona, Lisboa, Valencia... ¡dónde quieras! Entregamos ...

<https://telerosa.com> › content › 33-floristerias-alicante

▷ FLORISTERIA para Ocasiones ESPECIALES Alicante ...

Floristería online Telerosa. Entrega de flores a domicilio en Alicante incluso el mismo día. Si hace el pedido con antelación conseguirá mejores precios y un ...

★★★★★ Valoración: 4,6 - 487 votos · Intervalo de precios: 17.90€ - 295€

floristería online

<https://www.mayoflor.com>

Flores a domicilio Mayoflor | floristería online

Regalos para cada ocasión. Flores a domicilio, rosas, plantas, orquídeas, cestas de frutas, dulces y vinos. Tus flores online con envío a domicilio.

[Online florist](#) · [Plantas online con entrega a...](#) · [Tu floristería online](#) · [Ramo Valencia](#)

<https://florbarata.es>

Envío de Flores Online Baratas a domicilio - Floristeria Online ...

Envío a domicilio de flores online al mejor precio. Entrega en cualquier punto de España en menos de 24h. La floristería online barata. ¡Haz tu pedido!

<https://www.aquarelle.es>

Aquarelle: Envío de flores a domicilio en toda España

De esta manera podrás estar seguro de que el destinatario recibirá exactamente el ramo que has elegido en nuestra floristería online. Ramos de flores, plantas ...

<https://www.floraqueen.es>

FloraQueen: Envía Flores Frescas a Domicilio | Floristería ...

Envía flores a domicilio en toda España y en más de 100 países en el mundo gracias a FloraQueen: tu floristería online. Compra ramos de flores frescas y los ...

<https://www.florclick.com>

Florclick: Comprar flores online - Enviar flores a domicilio

Enviar ramo de flores a domicilio, rosas rojas y mucho más con gastos de ENVÍO GRATIS, sólo en Florclick. Tu floristería online con envío a domicilio. ¡Precio ...

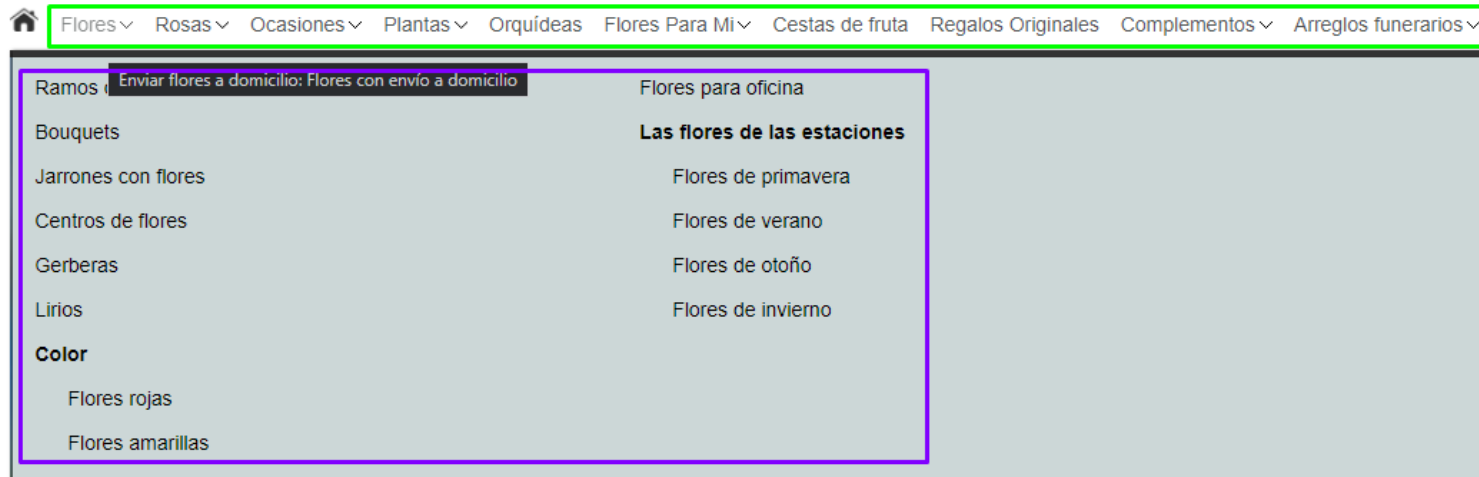
- Estudiar a la **competencia** para averiguar como posicionan, que tipologías de urls trabajan y como han diferenciado las intenciones transaccionales de las informacionales.
- Estudiarnos a nosotros mismos para **saber en que estamos bien posicionados, que se debe mantener** y que se debe corregir para poder superar a la competencia.
- En este momento, es cuando **elaboramos un estudio de palabras clave** completo, la finalidad es determinar las intenciones de búsqueda más adecuadas para cada url de mi proyecto.

1.1 Arquitectura Información



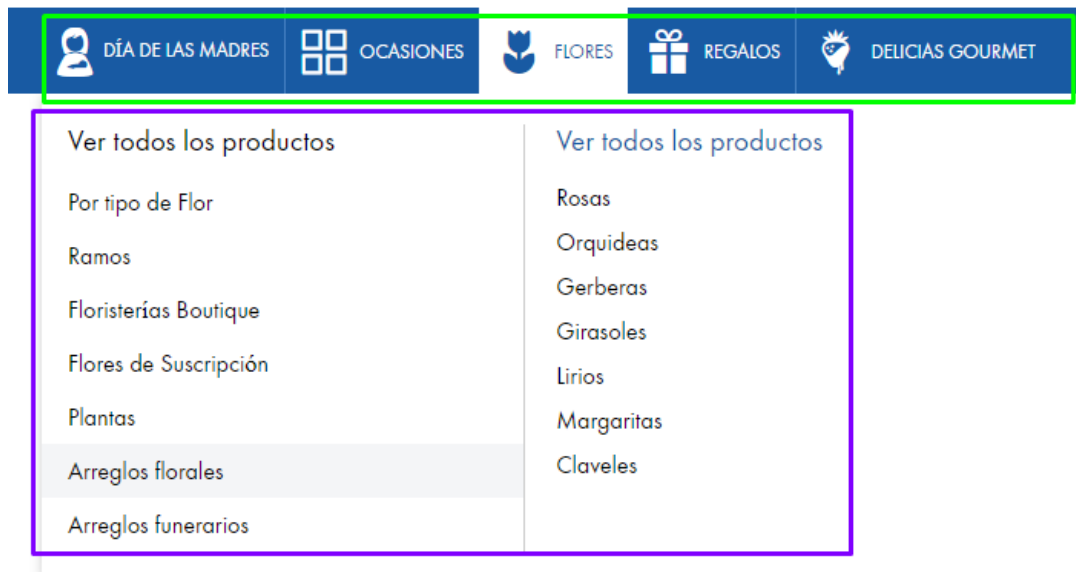
1.1 Arquitectura Información

- En este ejemplo de arquitectura de información, han mezclado las tipologías de flores, con las celebraciones a un mismo nivel, el ejemplo claro lo vemos con “orquídeas” que podría estar dentro de “flores” como una subhija, pero en este proyecto le han dado la misma importancia que “ocasiones” o “flores” en general.
- Un posible fallo de esta arquitectura, es que al estar todo enlazado desde el menú superior, tanto urls de categorías como subcategorías, todas están a un primer nivel de clic.



1.1 Arquitectura Información

- Este ejemplo es mucho más reducido, para este proyecto sólo contamos con 5 categorías, no se le da tanta importancia a nivel de enlazado interno mediante el menú superior a ningún tipo de flor, como evento, todas cuelgan de su categoría correspondiente.
- Es una arquitectura mas sencilla, pero carece de fuerza a la hora de potenciar sus urls más relevantes.



- En este ejemplo, contamos con 7 categorías, de las cuales sólo 2 trabajan con subcategorías, el resto, son urls generadas por resultados de filtros no indexables.
- Dentro de la categoría “rosas”, vemos a que un segundo nivel, clasifica por “tipos de ramos” y una vez que accedes a esa subcategoria, te muestra a un tercer nivel, colores, por lo que hay que hacer 3 clics en adelante, para llegar a las urls transaccionales del proyecto. .



1.2 Sintaxis URLs amigables

- Deben ser una **ayuda para organizar y entender** nuestra web.
- Lo correcto es **utilizar urls cortas y sencillas**, sin caracteres especiales y cuyas palabras se separen por guiones.
- No confundir **sintaxis de Url** con niveles de profundidad.

/cms/enviar-flores-a-domicilio-alicante-floristeria-alicante

r/etiqueta-producto,centro-funerario-barato/



n/enviar-flores-a-alicante

www.dominio.es/categoria
www.dominio.es/categoría/ficha.html o www.dominio.es/ficha.html

1.3 Datos estructurados

- Los datos estructurados son un **conjunto de etiquetas HTML que sirven para especificar el contenido** de la página web. De esta manera, trabajamos un **lenguaje semántico** que los buscadores entienden, ordenan y muestran en sus resultados de búsqueda.
- Su principal ventaja, es que puedes combinarlos como tú quieras y conseguir **mostrar la URL con la información que tú decidas**.
- El marcado Schema se muestra en más de **un tercio** de todos los resultados de búsqueda de Google.

Floristería Alicante - Flores a domicilio Alicante - Vanityflor.es

Vanity Flor es la mejor floristería de Alicante con envío de flores en toda la provincia. Disponemos de un amplísimo catálogo con más de 250 cestas, centros, ...

► FLORISTERIA para Ocasiones ESPECIALES Alicante ...

Floristería online Telerosa. Entrega de flores a domicilio en Alicante incluso el mismo día. Si hace el pedido con antelación conseguirá mejores precios y un ...

★★★★★ Valoración: 4,6 · 487 votos · Intervalo de precios: 17.90€ - 295€

□ Ventajas:

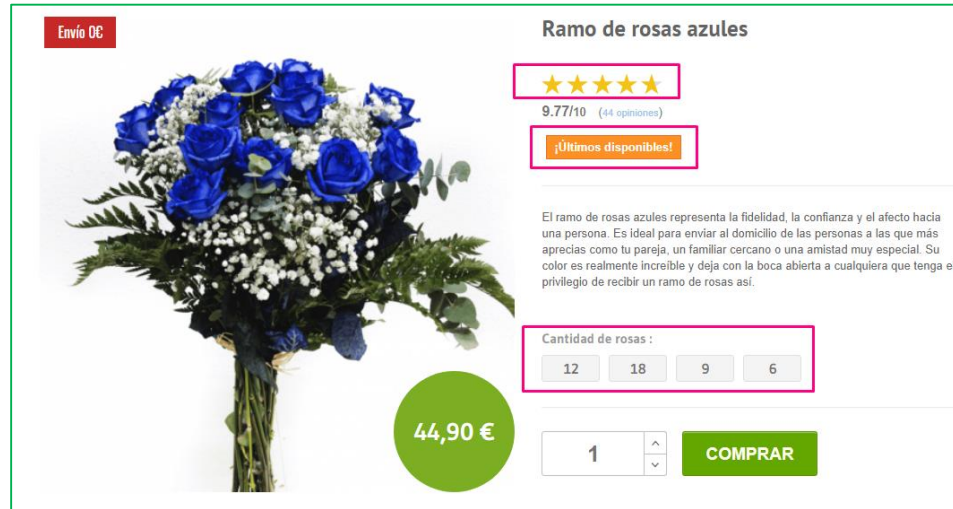
- Mejorar la **experiencia y satisfacción de los visitantes**.
- Lograr una mayor comunicación y feedback con el usuario.
- Conseguir más **tráfico cualificado**.
- Aumentar la duración de las visitas.
- Disminuir el porcentaje de rebote.
- **Fidelizar a los usuarios**.
- Aumentar los ingresos y las ventas a través de la página.

□ ¿Por dónde empezamos?

- No abusar de las ventanas emergentes (pop-ups).
- No abusar de las animaciones u otros elementos que puedan distraer al usuario.
- Mantener un **diseño coherente en toda la web** y sus distintos enlaces.
- Revisar y **adaptar la versión móvil** de todas las páginas de la web.

1.4 Usabilidad Web

- En este ejemplo, nos falta mucha información por mostrar, no se los plazos de entrega para mi localización, no tengo la posibilidad de ver otros productos relacionados que puedan “mejorar” mi compra.
- La ficha tiene dos aspectos positivos, las valoraciones de los usuarios y el mensaje de “últimas unidades disponibles” con lo que esta transmitiendo sensación de urgencia y escasez en la compra.



1.4 Usabilidad Web

- Vamos a fijarnos en esta ficha de producto, dónde están bien implementados los elementos de persuasión, botones destacados con otros colores, venta cruzada, disponibilidad y fecha de entrega del producto, comentarios de otros usuarios que pueden ayudar a la hora de la toma de decisión, etc.

The screenshot displays a product page for a bouquet of flowers. The main image shows a large bouquet of pink lilies and roses in a glass vase. To the left, there are four smaller thumbnail images of different flower arrangements. Below the main image, the product name "Frescura Sutil: Rosas y Lirios" is written in a red serif font, followed by a red star rating and the text "448 opiniones". Below this, the text "Por qué este ramo es especial" is displayed. To the right of the main image, there are two boxes: one for "España" with a location pin icon and a green checkmark, and another for "Elige fecha" with a calendar icon. Below these, there are three boxes for different bouquet types: "Classic" (4490€), "Premium" (4990€), and "Deluxe" (5490€), each with a corresponding icon. Below these, there is a section titled "Elige una tarjeta y añade tu dedicatoria antes del pago" with five options, each with a 5€ price tag. The options are: "I LOVE YOU" (with a family illustration), "All you need is love" (with a heart and flowers), "I LOVE YOU" (with a heart and flowers), "HAPPY BIRTHDAY" (with a bear illustration), and "YOU ARE THE BEST" (with a heart and flowers). A red "CONTINUAR" button is located at the bottom right of the product section.

Frescura Sutil: Rosas y Lirios ★★★★★ 448 opiniones

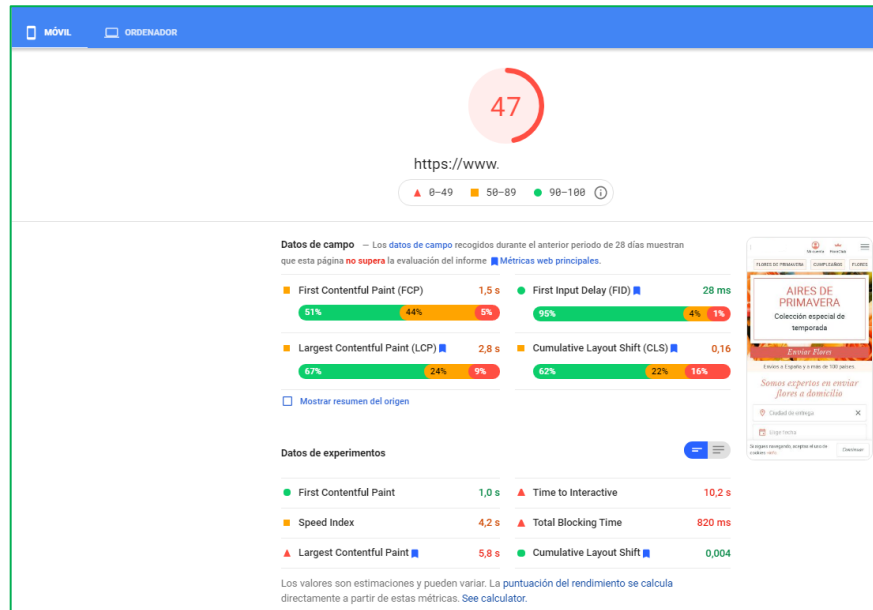
Por qué este ramo es especial

Elige una tarjeta y añade tu dedicatoria antes del pago

CONTINUAR

1.5 Dispositivo Móvil

- A fecha de hoy, el **85% de las consultas en España**, se hacen mediante un dispositivo móvil.
- Mayor cuota de usuarios: obtendrás más usuarios, sobretodo podrás acceder a esos usuarios que se conectan más desde el móvil que desde el ordenador.
- **Branding:** Es una forma de dar más visibilidad a la marca y de darle modernidad y accesibilidad.





2

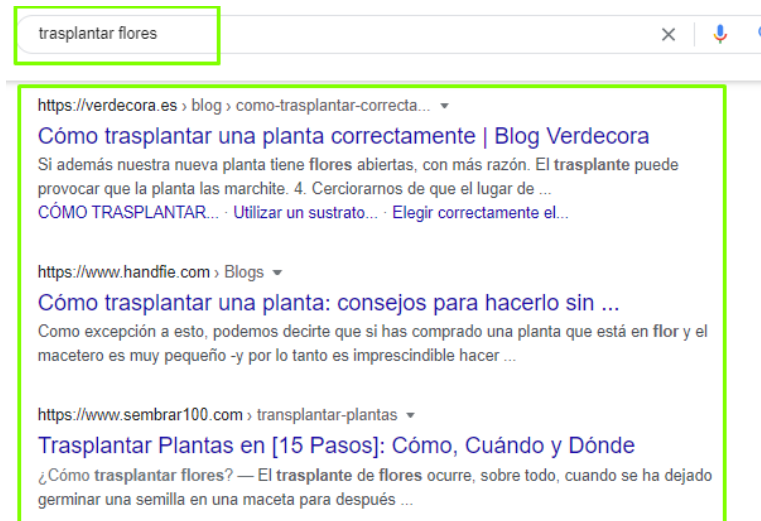
CONTENIDOS SEO

2.1 Contenidos SEO

- **Contenidos transaccionales:** Son aquellos **pensados en una transacción**, ejemplo: *“flores a domicilio”*



- **Contenidos Informativos:** Son aquellos que **responden a una consulta informativa**, pero no con intención de compra, por ejemplo:



TIPOS DE PALABRAS CLAVE

- **Palabras clave del producto:** Son keywords centradas en una categoría, marca o producto. Este tipo de palabras clave con intención de compra incluyen términos tales como “flores a domicilio”, “rosas baratas”, “envío de flores a “
- **Palabras clave antes de la compra final:** muy importantes para lograr las conversiones que necesitas. Son *keywords* que los usuarios utilizan minutos antes de realizar una compra. Son palabras con una alta tasa de conversión que no puedes ignorar. Algunas de ellas son: “comprar ahora”, “cupón descuento”, “envío gratis”, “comprar online”, etc.

con	<input type="button" value="Image"/>	<input type="button" value="Hide"/>
flores a domicilio con jarron		
flores a domicilio con peluche		
flores a domicilio con mensaje		
flores a domicilio con globos		
flores a domicilio con bombones		
flores a domicilio con tarjeta		
flores a domicilio con foto		
flores a domicilio con con		
para	<input type="button" value="Image"/>	<input type="button" value="Hide"/>
flores a domicilio para mañana		
flores a domicilio para el día de la madre		
flores a domicilio para hoy		
flores a domicilio para san valentin		
flores a domicilio para nacimiento		
flores a domicilio para cumpleaños		
flores a domicilio para hombres		
flores a domicilio para funeral		
sin	<input type="button" value="Image"/>	<input type="button" value="Hide"/>
flores a domicilio sin gastos de envio		
flores a domicilio meses sin intereses		

2.2 Contenidos Informacionales

- Primer paso, es analizar nuestra cartera de **productos** y determines cuáles son los **más rentables** para tu negocio.
- **Identificar** quién es nuestro cliente ideal o como se suele denominar en marketing, el **buyer persona**.
- **Palabras clave Tire Kicker**: Son los términos usados por las personas que buscan **mucha información** y hacen demasiadas preguntas, pero que al final no llevan a cabo la transacción, por ello, son conceptos susceptibles de trabajar en la zona del blog. Por ejemplo: “como enviar flores a domicilio”, “dónde pedir flores a domicilio” “mejores tipos de rosas para”

Producto

- Venta flores

Buyer Persona

- Particular
- Bodas
- Comuniones
- Funerales
- Otras celebraciones



3

POPULARIDAD EXTERNA

3.1 Popularidad Externa

- Es una estrategia de posicionamiento SEO, que se basa en **conseguir que otros medios con buenas métricas, nos enlacen de forma natural hacia nuestro proyecto.**
- El primer paso, es analizar nuestro propio perfil: **anchoring, porcentajes de follow, urls de destino, Tld de los dominios y media mensual de links conseguidos.**
- Antes de “conseguir” un enlace hay que revisar su métricas, cantidad de enlaces entrantes y salientes, como lo tiene “catalogado” Google, si es un dominio tematizado con el mío, frecuencia de enlaces mensuales, etc.

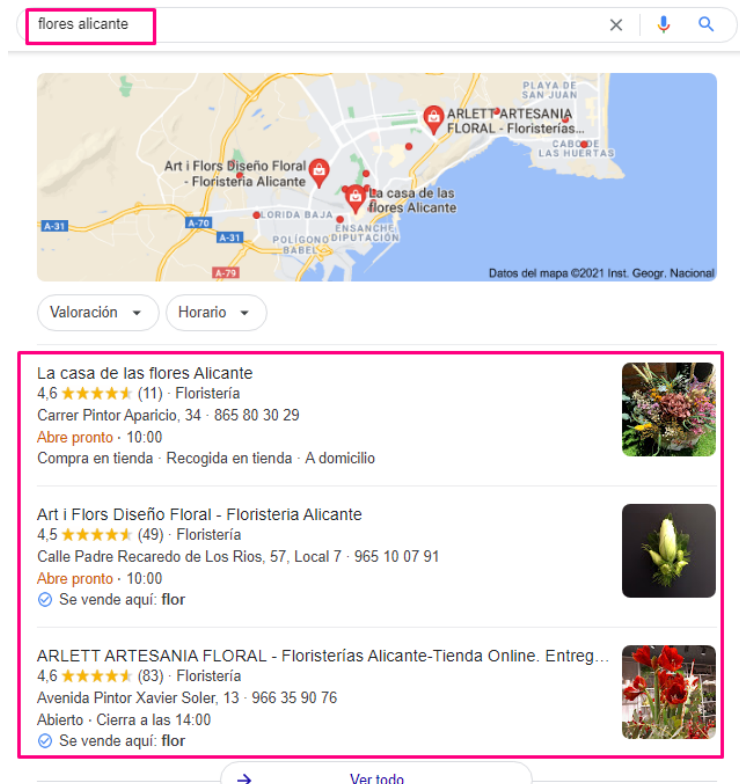
CÓMO PODEMOS CONSEGUIRLO
Difundir Infografías
Actividad en redes sociales
Comentarios con enlaces



4

SEO LOCAL

4. SEO Local



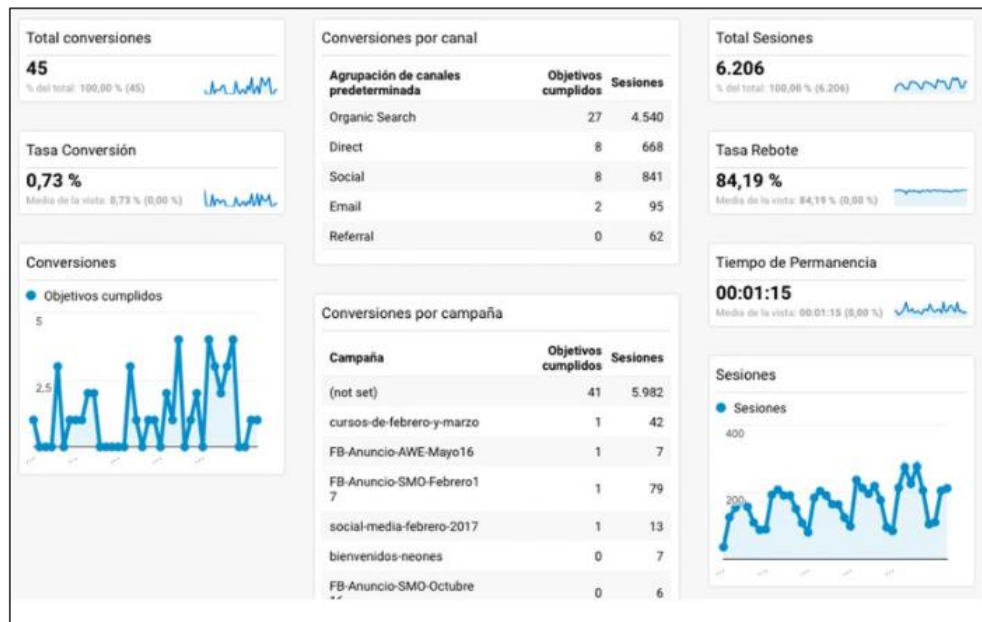
- Búsqueda local abarca **criterios geolocalizados**: “cerca de mí”, “restaurantes en” “flores en” dónde la intención de “compra” ya esta activada.
- Es fundamental **disponer de una ficha** my business de tu negocio, **actualizada y optimizada**.
- **Fomentar las reseñas** entre nuestros clientes, ya que es un factor determinante en el posicionamiento de nuestra ficha.



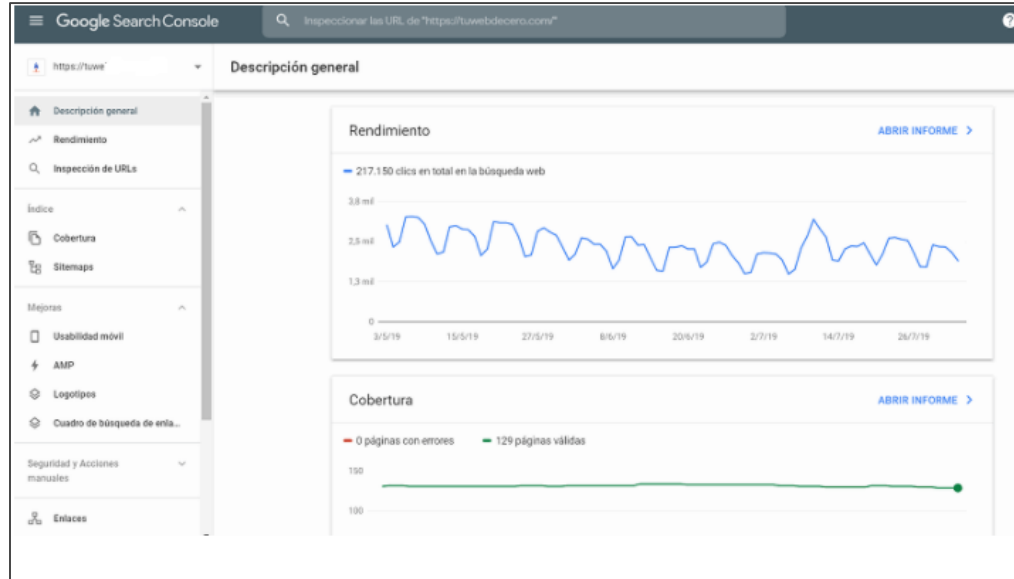
5

HERRAMIENTAS SEO

- Es la herramienta por excelencia para el buen conocimiento de un proyecto SEO, recuerda añadir el tracker de seguimiento en todas las urls del proyecto y **configurar bien los objetivos que se desean trackear**.
- No sólo **vas a obtener datos de sesiones, transacciones, ingresos, si no, vas a poder determinar** si tus contenidos son de calidad midiendo las tasas de rebote o porcentajes medios de permeancia, podrás identificar dentro de un proceso de compra, por dónde se están marchando los posibles clientes interesados entre otras funciones.



- **Google search console te muestra como Google ve a tu página web** y como debes tomar medidas para tenerla siempre perfecta.
- En esta herramienta, no sólo te indica Google dónde estas “fallando” si no que te muestra datos de como se están posicionando tus urls, por sus intenciones de búsqueda y el número de impresiones y clics que han recibido en un determinado periodo de tiempo.
- Ahora han incorporado métricas de usabilidad móvil y AMP entre otras funciones.





¡MUCHAS GRACIAS!