

Cómo rediseñar tu web sin perder el posicionamiento web

En [SEO Salamanca](#) te explicamos *cómo rediseñar tu web sin perder el posicionamiento web*. Sabemos que un cambio en el diseño puede sabotear tu ranking en Google, pero hay maneras de evitarlo y aquí te las enseñaremos. Sigue leyendo y aprende cómo.

Tabla de contenidos

- [Evalúa el SEO](#)
- [Después de la migración](#)

Nuevos aires a tu sitio web

La mayoría de las compañías decide hacer un rediseño de su web cada uno o dos años. La idea siempre es adaptarse a las tendencias, verse más contemporáneo. Sabemos que en la web todo está cambiando constantemente y nadie quiere quedarse atrás con un sitio con colores fuera de moda o incómodo para los visitantes.

Todos quieren estar a la moda, adaptarse a las tendencias de diseño, nuevos colores, etcétera. Creemos que eso se verá reflejado en más ganancias. Pero, ¿un cambio de la arquitectura y contenido de la web nos ayuda? En realidad, no y deberías evitarlo.

Los **rediseños de tu sitio web pueden salir mal** y perderías todo lo que has ganado en el posicionamiento de tu web.

¿Por qué un rediseño afecta tu SEO?

Aquí te daremos algunas razones por las que una redirección puede afectar tu SEO:

El cambio en la arquitectura del sitio afecta tus enlaces

Los enlaces son uno de los factores del ranking de Google más importantes. Los externos son vistos como votos de otros sitios. Se toma en cuenta la cantidad, diversidad, autoridad e influencia para posicionarte.

Los enlaces internos no añaden tanto valor. Pero sí tienen relación directa con la experiencia del usuario, y esta es otra métrica SEO. Porque Google no posiciona un sitio solo basándose en enlaces o contenido, sino en cómo lo usan las personas, que estos encuentren lo que buscan.

Por tanto, mientras mejor experiencia ofrezcas mejor ranking. Algunas cosas que afectan esto son los enlaces rotos y la mayoría de los rediseños terminan cambiando la arquitectura del sitio, creando páginas nuevas, cambios en el menú, navegación, etc.

Todo esto te parecerá que no afecta en nada, pero lo cierto es que sí. Aunque quizás para el usuario sea más cómodo, estarás **creando problemas SEO**. Por cambios en los enlaces, variaciones en los niveles de las páginas que resulten en enlaces rotos, errores 404, que quizás unos pocos no hacen daño, pero muchos sí.

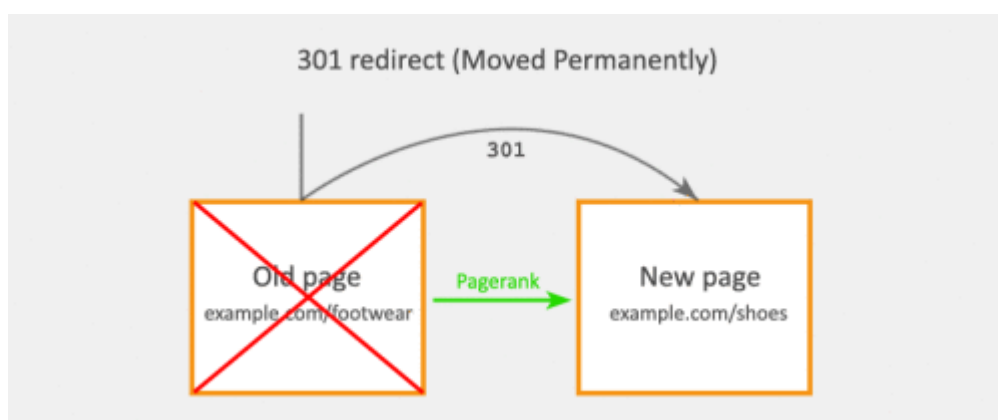
Cualquier cambio en la estructura del sitio puede crear cientos o miles de enlaces rotos. Puedes ayudarte con Google Search Console para ver los enlaces rotos, en rastreo -> Errores de rastreo. Screaming Frog también te servirá para ver las páginas con error 404.

Y solo nos hemos referido a enlaces internos. Con los externos el dolor de cabeza será mayor porque no puedes controlarlos y esos enlaces de influencers o sitios web de autoridad los perderías.

Lo mejor es no cambiar las URL de páginas viejas. Y si no tienes forma de evitarlo configura redirecciones 301, aunque estas podrían también dar problemas.

Muchas redirecciones afectan los tiempos de carga

Las **redirecciones 301** son de gran ayuda para el SEO, significan un cambio permanente de una URL a otra, mientras que las 302 son temporales. Estas redirecciones pasan todo el flujo SEO, pasan el total de la autoridad.



Estos cambios también se dan cuando se mueve de HTTP a HTTPS, pero podrías hacerlo a través de Google Search Console.

Se entiende que muchas redirecciones podrían ralentizar tu sitio. Una sola redirección afecta una página, si existe una tras otra es mucho peor. Podrías usar esta [herramienta de redirecciones](#) para determinar las redirecciones que tiene tu web.

Podrías tener problemas con las palabras clave

Puede ser que tengas posts que no tienen buen desempeño y los redirecciones a uno nuevo. Pero, en lugar de hacer eso lo que deberías hacer es mejorar estos posts, añadir contenido e imágenes. Así no te verás afectado por las redirecciones.

Pero, no todo es positivo, porque si [reciclas el contenido](#) de

una página varían las palabras clave y la optimización on-page. Debes revisar con herramientas como Screaming Frog, que no haya otras páginas con las mismas keyword o meta datos duplicados.

Los rediseños afectan el ritmo de los usuarios

Si tienes una web que funciona bien, quizás no sea buena idea cambiarla. Los rediseños que cambian la arquitectura de tu sitio o el contenido podrían dañar lo que ya tienes y que está sirviendo.

Si tienes una tienda online y cambias los pasos para la compra, podrías terminar con menos conversiones.

En resumen, sí debes hacer rediseños, pero debes tener mucho cuidado al hacerlos. Revisa que tu web funcione lo mejor posible y que no surjan estos problemas que hemos mencionado.

Cómo rediseñar tu web sin perder el posicionamiento web

Estos son algunos aspectos que tomar en cuenta **antes del rediseño de tu web**:

1. Conoce a tu audiencia: aprende sobre tu mercado y clientes. Crea un sitio web enfocado en ellos.
2. Haz pruebas: con herramientas como usertesting.com podrás tener una retroalimentación de tu web.
3. No olvides anunciar el lanzamiento: coméntales a las personas sobre el rediseño. Si los consumidores regulares regresan a tu web y no entienden qué pasó con tu web, cuéntalo de una forma distinta.

El mayor miedo de los usuarios es perder tráfico y ventas. Pero, podrás aprovechar la oportunidad de mejorar tu sitio

después de un rediseño y seguir posicionado si lo haces bien.

Evalúa el SEO

Para evitar tener cambios en el posicionamiento web con un rediseño deberías tener un [consultor SEO](#) experto. Porque el SEO debe ser parte del diseño de tu web desde el principio. Tienes que saber cómo está tu viejo sitio web en cuanto al posicionamiento, cada página del sitio, así podrás saber qué estrategias funcionan y cuáles no.

Analiza el sitio actual y guarda esa información. Aspectos como la estructura, meta datos y URL son vitales para determinar qué está cambiando y por qué. Esto podrás hacerlo con Screaming Frog.

Haz una auditoría del sitio viejo, con herramientas como Woorank, así sabrás qué está funcionando en tu sitio. Verás si hay problemas con meta datos, canonicalización, robots.txt, sitemap, contenido duplicado, tiempos de carga, estructura de las URL, entre otros detalles.

Después de la migración

Una vez que has mirado tu sitio debes **revisar las redirecciones**, ir a la carpeta redirecciones, al viejo sitemap y al análisis del sitio. Ahí asegúrate que todas las URL de ese viejo sitio se redireccionen a las nuevas. Ahí podrás ver si hay errores 404.

Querrás ver también que todas las páginas, contenido y optimización on-page se haya pasado de uno a otro. Los elementos audiovisuales o tablas pueden perderse en las migraciones. Podrías encontrar meta descripciones faltantes o duplicadas.

Prueba que el sitio sea amigable con los móviles, además que los tiempos de carga estén optimizados. Usa herramientas de validación del schema markup.

No te olvides de actualizar el sitemap, genera uno nuevo si estás utilizando uno estático y súbelo en Google. Revisa que no haya errores 404 en tu mapa del sitio.

No te olvides de monitorear el funcionamiento de tu sitio web luego del lanzamiento y la migración. En los próximos dos meses deberás estar constantemente monitoreando Google Search Console para saber si hay errores 404, de rastreo o cualquier problema HTML. Y ataca esos problemas rápidamente.

Recuerda siempre que el SEO es un trabajo continuo, por lo que deberás tener un plan, seguir optimizando, creando contenido y buscando palabras clave para el [posicionamiento web](#).

Es posible rediseñar tu web sin perder el posicionamiento web, pero debes tener mucho cuidado al hacerlo. Considera si vale la pena o no ese cambio en tu sitio. ¿Necesitas ayuda para tomar la decisión? [Contáctanos](#).

HOW TO REDESIGN YOUR WEBSITE WITHOUT LOSING TRAFFIC OR SALES

EXPECTATIONS

You will lose traffic regardless of what you do

TRAFFIC LOSS: 10% - 15%

ADDITIONAL TO WAIT COSTS: 50% TO 60% OF PAGEFARM IS LOST THROUGH 302 REDIRECTS

However, you can make up the loss by improving engagement with great design

CASE STUDY:

Engagement metrics have increased across the board for Plus after redesign, restructure, and

| PAGEVIEWS | PAGES/VISIT | VISIT DURATION | BOUNCE RATE |
|-----------|-------------|----------------|-------------|
| +80.9% | +12.14% | +12.06% | -12.5% |

PREPARATION

NEW OPPORTUNITIES

- Consider updating your CRM
- Reimagine sales and restructure
- Updating your content URL structure
- New keyword opportunities
- New keyword opportunities to implement during new design

MAP OUT CONTENT OPTIMIZATION FOR ALL PAGES

- ETICs are allowed
- Meta-descriptions are dropped
- Updated new keywords during content optimization

REDESIGN AND RESTRUCTURE

- Reimplemented tracking code
- Removed all ending redirections (302s, 301)
- Revised and restructured content to a new flow (moving to new page or new)

CASE STUDY:

Plus gave priority to "Users" section by moving the link from footer to header

UPDATE SITEMAPS

- Update and submit new sitemaps to Google
- Use multiple XML sitemaps

CASE STUDY:

After Plus implemented this, the # of pages sending traffic went from 400 to 510 and the # of keywords sending organic search traffic went from 500 to 510

OPTIMIZE 404 PAGES BY LINKING TO INTERNAL PAGES

CASE STUDY:

Increase TheCoCo's traffic by 9% in 28 days by creating a custom 404 page that links out to 25 to 30 random internal pages on the website

Steven Macdonald from eMarketers ran a test of restructuring 2 websites

| WEBSITE 1 | WEBSITE 2 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Did not update and submit XML sitemaps Missing 20% of incoming and outgoing links 300 pages were sending traffic to a path 404 error and not to 404 page Missing meta tags on landing page 1000+ meta descriptions causing duplicate content | <ul style="list-style-type: none"> Updated the XML sitemaps immediately after launch Mapped out all 10% of the site which included 404 errors with user-friendly URLs 300 redirects were implemented and tested Revised meta tags for both internal and organic traffic |
| <p>RESULT: -34% IN ORGANIC TRAFFIC</p> | <p>RESULT: -4% IN ORGANIC TRAFFIC</p> |

MONITOR THE FOLLOWING AFTER LAUNCH

- ORGANIC TRAFFIC DROPS
- SUDDEN 404 ERRORS
- KEYWORD RANKING LOSSES
- HOW GOOGLE IS INDEXING YOUR SITE

QUICKSPROUT

References

SearchEngineLand / 10/10/2016 by Mark
 The Moz Blog / 10/10/2016
 The Moz Blog / 10/10/2016
 The Moz Blog / 10/10/2017
 SearchEngineLand / 10/10/2016

Etiquetas: [diseño web](#), [Google](#), [Posicionamiento](#)

This content was originally published [here](#).