

# Las 10 Acciones que debes hacer para mejorar tu SEO en WordPress

En este momento hay unos [dos billones de sitios web en el mundo](#). Es verdad que la gran mayoría de ellos están inactivos (webs abandonadas, etc.), pero la cifra permite intuir el grado de **competencia** que hay en cualquier nicho relevante hoy en día.

Esta cifra también permite intuir que cada vez es más difícil conseguir visibilidad creando simplemente contenido y esperando que se posicione solo, sin trabajar **ex profeso** en su [posicionamiento](#).

Incluso en los sitios consolidados con mucho tráfico, como lo es este mismo blog, donde ya hemos conseguido una elevada visibilidad y lo tenemos mucho más fácil que un sitio recién creado, notamos mucho este aumento de la competencia.

Por eso, saber posicionar tu web en los buscadores o, lo que es lo mismo, saber hacer **SEO**, a estas alturas lo considero simplemente **obligatorio**. No esperes grandes resultados si no te tomas esto en serio.

Por otra parte, [más del 32% de los sitios web usan WordPress](#), tendencia al alza. Por tanto, aparte de tener que aprender SEO, si tienes WordPress, te toca aprender cómo hacerlo en WordPress.

Así que en esta guía te voy a contar **todo lo que necesitas conocer** para hacer un buen trabajo de SEO en tu sitio WordPress.

Y no te preocupes si eres un principiante total en todo esto: te guiaré de una manera que **lo entenderás todo, incluso si**

estás empezando desde cero.

## Las creencias falsas sobre el SEO para WordPress

El SEO (las siglas en inglés de “*Search Engine Optimization*”) es un ámbito con bastantes **creencias falsas** que se resisten a desaparecer del todo. Conviene que tengas las ideas claras de **cómo son las cosas en realidad**.

## Con WordPress vas a tener automáticamente un SEO mejor

Esto no es 100% falso, pero transmite la falsa idea de que el SEO consiste en tener un sitio web preparado para SEO y que con eso queda resuelto el problema.

Como verás en este post, es cierto que WordPress te lo pone fácil con el SEO porque cuenta con buenas herramientas de apoyo, pero nada más lejos de la realidad que el hecho de que usando WordPress vayas a tener **automáticamente** un SEO mejor.

## Un plugin de SEO para WordPress no te hace el trabajo

En línea con lo anterior, mucha gente sigue con la falsa creencia de que hacer SEO en WordPress consiste, básicamente, en **instalar un [plugin](#) de SEO**.

Nada más lejos de la realidad: los plugins de SEO **no son en absoluto el quid de la cuestión** en todo esto. El quid de la cuestión es el que tienes que centrar tu atención es **el contenido**. Si no elaboras el contenido pensando desde un principio en el SEO, el resto del trabajo **no sirve para nada**.

Los plugins de SEO son simples herramientas de apoyo, muy útiles, pero **de apoyo**. La clave del SEO es el trabajo que

realizas antes (análisis de [palabras clave](#)), durante (redacción y estructura del contenido) y después de la creación del contenido (acciones de difusión, conseguir enlaces, etc.).

## Los mejores SEOs son los que dominan los mejores trucos

El último punto del que te quiero hablar es esa aura del pelotazo, esa creencia del *“truco secreto y definitivo”* que solo conocen los mejores SEOs (profesionales del SEO), el Santo Grial del SEO, con el que vas a posicionar tu web en las más altas posiciones de Google de un día para otro.

Por suerte, el [marketing online](#) ha madurado y esto ha ido a menos, pero los trucos de SEO siguen desprendiendo mucha fascinación y sigue habiendo posts y vídeos en YouTube que siguen alimentando esa esperanza del *“truco SEO definitivo”*.

La realidad es que los trucos que realmente consiguen efectos importantes no están al alcance de una persona *“normal”*.

¿No consigues visitas en tu web?

Con este **eBook gratuito** llegarás a la cabeza de los resultados de Google:

Apúntate a nuestra **Zona VIP** y descárgate tu eBook ya

Acepto la [política de privacidad](#) (necesario)

El **responsable** de este sitio es Wenova Online S.L., cuya **finalidad** es el envío de información y formación sobre blogging y marketing online, con la **legitimación** de tu consentimiento otorgado en el formulario.

El **destinatario** de tus datos (la herramienta que usamos) es

[Mailrelay](#). Está ubicada en España y podrás ejercer tus **derechos de acceso, rectificación, limitación o supresión de tus datos** (ver la [política de privacidad](#)).

Estoy hablando de cosas que requieren **un esfuerzo muy grande**, por ejemplo, crear PBNs (redes de blogs “falsos”) que te exponen a **penalizaciones** de Google (que te borre de sus resultados) porque son SEO “ilegal” (prácticas que Google considera fraudulentas, conocidas como “Black Hat SEO”).

Mi consejo: el SEO “legal” (el que Google ve con buenos ojos) **tiene mucho recorrido** si te lo tomas en serio y es relativamente sencillo. Aprende el “oficio” desde abajo, echando las horas necesarias, sin atajos. Te garantizo que te compensará y mucho.

Esta misma web es un buen ejemplo, echa un vistazo a la gente que nos llega cada mes (+90% de Google), tendencia al alza, [aquí tienes las cifras](#).

## Cómo hacer SEO básico en WordPress

Ahora que hemos sentado las bases para que te tomes esto con la mentalidad adecuada, entremos en harina con todos los puntos concretos que debes tener en cuenta en WordPress.

De todos modos, permíteme el paréntesis de comentar que este post se centra en cómo hacer SEO en WordPress, **no en enseñar SEO en sí**. Por tanto, este post asume que ya tienes, al menos, unos conocimientos básicos en la materia.

Si no es así en tu caso, léete antes este post:

En este y muchos otros sitios, más del 90% del tráfico viene por SEO. □ Conoce qué es el SEO, por qué importa tanto y cómo empezar a usarlo ya.

Y si quieres aprender SEO un poco más a fondo, descárgate

también nuestra guía gratuita de SEO para principiantes que puedes ver un poco más arriba.

## El problema del SEO en WordPress.com

Mucho se ha escrito comparando la versión descargable de WordPress que se instala en un [hosting \(wordpress.org\)](#) frente a la versión de WordPress que la empresa [Automattic](#) (del creador de WordPress, Matt Mullenweg) ofrece como servicio en la nube, gratis o de pago, según el plan elegido ([WordPress.com](#)).

Entre otras publicaciones, nosotros mismos hemos tratado el tema en este post:

El 31,7% de las webs usan WordPress. Y no sólo blogs, todo tipo de webs. Aquí te explico qué es WordPress, cómo funciona y qué lo hace tan especial.

En nuestro caso, defendemos la postura de **preferir WordPress con hosting propio** porque, salvo en su plan más más avanzado, [el plan Business](#), la funcionalidad de [WordPress.com](#) se encuentra **severamente limitada** frente a WordPress instalado en un hosting.

Los planes de WordPress.com (haz clic en la imagen para ver los detalles en la web).

Pues bien, el SEO es **una de las facetas en las que más se hacen notar estas limitaciones** y por eso mismo uno de los criterios de más peso para inclinarnos a recomendar WordPress.org en los proyectos que vayan más allá de un simple entretenimiento.

El problema es que muchas cosas importantes del SEO, como un **título de página personalizada** o una **meta-descripción personalizada**, solo lo puedes hacer con plugins y los plugins solo se pueden usar en un sitio WordPress con hosting o el plan Business, en caso de usar WordPress.com.

Por lo tanto ten en cuenta que, como norma general, cuando hablemos aquí de usar el plugin X para hacer Y, si usas WordPress, salvo que tengas el plan caro de WordPress.com, **no los vas a poder implementar.**

## **La configuración básica para hacer SEO en WordPress**

Empecemos por el principio: la configuración inicial.

### **Crea y conecta tu cuenta en la Google Search Console**

Lo primero de lo que me preocuparía es de crear una cuenta en la [Google Search Console](#) (GSC), la herramienta de SEO gratuita que proporciona el propio Google.

Está diseñada para medir el rendimiento y el **tráfico de búsqueda de tu sitio web**, corregir problemas y con ello ayudar a optimizar el posicionamiento de tu web en Google.

La cuenta te la creas yendo a su web y dándote de alta igual que se hace en el resto de los [servicios](#) de Google (Gmail, Drive, etc.).

Tiene un montón de funciones, entre las más importantes y las que más uso en el día están:

Para conectar tu sitio WordPress con la GSC existen plugins como, por ejemplo, [Yoast SEO](#), que te hacen esta labor muy fácil. Hablaremos de este plugin muchas veces en este post...

Hay varios plugins SEO buenos, pero por cuestiones prácticas, te recomiendo usar Yoast. Es bueno, el más popular y, por tanto, para el que más ayuda (tutoriales, etc.) vas a encontrar.

Aquí te dejo un tutorial en el que puedes ver cómo conectar tu sitio WordPress con tu cuenta de Google Search Console y que

usa precisamente Yoast SEO para hacerlo:

Y aquí te dejo un tutorial reciente que da un repaso al nuevo interfaz de usuario que acaba de estrenar la herramienta y que te servirá para tener unas primeras pautas de cómo trabajar con ella:

## **Crea y conecta tu cuenta en Google Analytics**

Como ya te puedes imaginar por su nombre, [Google Analytics](#) también es de Google. Y también esta herramienta es **gratuita**. Es una herramienta de analítica web **potentísima** y la referencia en herramientas de analítica web.

[Google Analytics](#) es una herramienta potentísima e imprescindible.

Aquí vas a encontrar un tipo de diferente de información de la que encuentras en la GSC, pero también muy importante, porque te da información muy relevante.

Encontrarás cosas como:

Y con esto solamente he arañado un poco la superficie...

Como decía, es una herramienta potentísima, pero no dejes que esto te agobie. **No necesitas todo lo que esta herramienta puede hacer y menos aún al principio**. Incluso en mi caso, a día de hoy, aún no uso **ni un 10%** de lo que es capaz de hacer esta herramienta.

Por ahora, conecta tu cuenta de Analytics a WordPress, cosa que, de nuevo, puedes hacer muy fácilmente con el plugin de Yoast.

Aquí te dejo un pequeño tutorial de Google Analytics en español que te será útil para empezar con esta herramienta:

Con la información que te da la herramienta **por defecto** (visitas, sesiones, tasa de rebote, países, etc.) y que es la

que se repasa en este vídeo, será más que suficiente por un buen tiempo.

## Habilitar los enlaces permanentes

Vamos ahora a algo muy simple, pero importante: los **enlaces permanentes** o “*permalinks*” en inglés. Es la opción que vas a encontrar en el menú “*Ajustes/Enlaces permanentes*” de WordPress.

Aquí buscamos el SEO “*indirecto*” como lo es, por ejemplo, el simple hecho de que una URL amigable es una de las cosas que dan una mejor imagen de la página y pone su grano de arena para que **el usuario haga clic y se anime también a compartir el contenido**.

Es decir, que estas páginas, en vez de tener la fea estructura que puedes apreciar en la parte resaltada arriba en la imagen siguiente, tengan una estructura “*bonita*” como la que ves abajo en la misma imagen:

La opción resaltada en la parte inferior de la imagen es la que te recomiendo para tu configuración de enlaces permanentes.

Una última cosa: cuidado con esto si ya tienes un blog en marcha.

Si cambias las URLs, vas a necesitar **redirigir** esas páginas, si no, perderás el tráfico hacia ellas. Te explico “*de qué va*” esto más a fondo abajo en el apartado sobre **redirecciones 301**.

## Tratamiento de categorías y etiquetas

Las páginas de **categorías y de etiquetas** en WordPress pueden ser muy interesantes para el SEO, pero para eso hay que trabajarlas específicamente, lo que es todo un tema en sí mismo.

Sin embargo, si no las usas bien, pueden ser



**contraproducentes**. Por eso, mi recomendación es que, por defecto, mientras no les dediques un trabajo de SEO específico, **las hagas invisibles para Google** (configurarlas como páginas no indexadas).

Eso lo puedes hacer en el plugin de Yoast, en el menú *“Apariencia en el buscador/Taxonomías”*. Asegúrate de configurar que categorías y etiquetas no se muestren en los resultados de búsqueda:

En la pestaña de *“Taxonomías”* del menú de *“Apariencia en el buscador”* de Yoast puedes realizar los ajustes para categorías y etiquetas.

La razón es que, por una parte, estas páginas, si no te las trabajas un poco (y la información de los posts que muestran), son contenido *“pobre”* (conocido como *“thin content”*). No te aporta nada publicar este tipo de contenido y te arriesgas a cosas como contenido duplicado, que te perjudican.

Si quieres aprovechar más adelante las categorías y las etiquetas de WordPress para el SEO, te recomiendo que investigues este tema, hay mucho material específico publicado sobre esto.

## **Cómo hacer SEO On Page bien hecho en WordPress**

Hablemos ahora de la cuestión SEO, en mi opinión, con mucha diferencia, **más importante de todas: el SEO On Page**.

El SEO On Page se refiere al SEO que haces dentro de la página, a hacerle entender de qué habla tu contenido o dicho de otro modo: **a qué intención de búsqueda del usuario responde**.

Aquí tienes un post entero dedicado al SEO On Page:

Un buen SEO On Page es obligado si creas contenidos web. Es

una de las cosas más sencillas y rentables que puedes hacer para conseguir tráfico.

Dado lo importante que es, te recomiendo encarecidamente su lectura.

## **Ten clara la intención de búsqueda y averigua palabras clave interesantes**

Digo que esto es el aspecto SEO más importante porque **es la madre del cordero**, la base a partir de la cual se hila lo demás. **Sin esto, el resto de las acciones serán mucho menos efectivas.**

Si quieres posicionar un contenido en un buscador, es lógico que esto solo tiene sentido si das **una respuesta razonable a una o varias búsquedas** que los usuarios realizan en el buscador.

El SEO On Page trata de dejarle **lo más claro posible** a Google (y al resto de los buscadores) **a qué intención de búsqueda o intenciones estás respondiendo.**

Por eso, si quieres tráfico, es muy mala idea escribir los contenidos al *"tuntún"*. Google tratará de averiguar lo mejor posible a qué búsquedas responde tu contenido y llegará a sus propias conclusiones.

Pero piensa esto: si ni tan siquiera tú mismo has reflexionado lo suficiente sobre ello, ¿qué milagros va a hacer Google para acertar?

Por eso, medita primero bien a qué cuestiones responder con tu contenido que se buscan en Internet. Lo maravilloso es que existen herramientas que te lo ponen muy fácil, porque **con ellas puedes ver exactamente qué busca la gente en Google.**

Una de las mejores gratuitas es [Ubersuggest](#):

Ubersuggest es una herramienta SEO gratuita que es fantástica

para empezar.

Y, entre las profesionales, [SEMrush](#):

Accede Gratis a SEMrush sin limite de tiempo

En este blog usamos **SEMrush**. Es la herramienta **SEO** que más nos gusta.

Puedes probarla **gratis** (precio normal: \$99/mes) durante un **tiempo indefinido**. Simplemente tienes que abrirte una cuenta en su web y listo.

Y si quieres sacarle partido a tope, tampoco te pierdas nuestro [tutorial de SEMrush](#).

Estas herramientas te darán las **palabras clave** (las palabras exactas usadas en las búsquedas) que has de utilizar aunque, **a veces, no está claro la intención de búsqueda** detrás de ellas.

Por ejemplo: ¿a qué responde “*cerveza malta*”? ¿A **qué es** la cerveza malta? ¿**Dónde se puede tomar** cerveza malta? ¿**Dónde comprar** cerveza malta...?

El truco para averiguarlo es simple: haz una búsqueda con esas palabras clave y examina los resultados. Los primeros reflejarán lo que Google considera la **intención de búsqueda predominante** y a la que deberías orientar tu contenido si quieres posicionarte en esas búsquedas.

La intención de búsqueda que Google considera predominante es fácil de averiguar examinando los resultados existentes para esa búsqueda. Aquí vemos que cuando la gente busca “*cerveza malta*” lo que más le interesa es conocer mejor las características de este tipo específico de cerveza.

Una vez que tenemos esto claro, el resto es bastante simple: hay ciertos lugares “*sensibles*” en una página web, estos Google los examinará con especial atención y deben, por tanto, contener las palabras clave que has determinado usar en tu contenido.

## La metainformación (etiquetas `<title>` y `<description>`)

Los títulos y las descripciones que puedes ver arriba en la imagen de los resultados de búsqueda corresponden a una “*meta-información*” que es muy importante, precisamente por usarla Google de este modo: en sus SERPs.

En primer lugar, debes saber que los títulos que ves en los resultados de búsqueda (también conocidos como SERPs) no se corresponden a lo que es el título principal en [HTML](#) (etiqueta `<h1>`), sino al **título de la página** (etiqueta `<title>`).

WordPress genera el `<title>` automáticamente a partir del título principal de la entrada o página (es decir, `<h1>` del contenido).

Sin embargo, muchas veces te convendrá que sea diferente. Por ejemplo: cuando el título principal es muy largo y conviene que en las SERPs se vea una versión más corta.

Esto con WordPress, **en principio, no se puede hacer.**

Sin embargo, aquí viene a rescate el ya mencionado plugin de Yoast.

Yoast te permite, entre muchas otras cosas, editar el título de página (title) y su meta-descripción (description) y previsualizar (al final del editor de WordPress) cómo quedarán en los resultados de búsqueda.

Como puedes ver en la captura de arriba, con este plugin no solo puedes editar expresamente el `<title>`, junto con la meta-descripción (etiqueta `<description>`), sino que puedes incluso pre-visualizar el resultado de cómo quedará en Google.

Esta última etiqueta (`<description>`), por cierto, no tiene tanto peso directo para posicionar, pero corresponde muchas veces (según le dé la gana a Google...) a **la descripción que ves debajo del título** en un resultado de búsqueda.

Por tanto, sí es **un factor indirecto** de posicionamiento en tanto en cuanto puede contribuir a aumentar (o desalentar si está mal hecha) los clics en tu resultado, una señal importante para Google para posicionar ese contenido más arriba o más abajo.

## **La estructura de títulos y subtítulos (etiquetas <h1>...<h6>)**

Hablamos ahora del contenido de la página en sí.

HTML contempla **6 niveles de títulos y subtítulos** que corresponden a las etiquetas <h1> ... <h6>.

En WordPress puedes verlas en la pestaña HTML del editor clásico. En el editor visual (que es lo que la mayoría usa) debes saber que estos títulos corresponden a los estilos “*Título 1*” a “*Título 6*”.

Pero, además, el título principal de una entrada o página en WordPress corresponde al título que puedes ver arriba del todo en el editor:

El título principal del editor de WordPress se convierte en una etiqueta HTML h1 y en el resto del contenido se pueden insertar títulos de nivel 1 a 6 que corresponden a las etiquetas h1 a h6.

A nivel SEO es muy conveniente que uses solamente un título nivel 1 en tu contenido y ese nivel es el que se usa en **el título principal** que editas arriba del todo en WordPress.

En el resto del editor (en el texto del contenido) deberías usar desde “*Título 2*” hacia abajo, es decir, usar **subtítulos**, pero no “*Título 1*”.

**Muy importante:** aprovecha los subtítulos (<h2>, <h3>, ...) para añadir búsquedas de cola larga afines a la principal.

Por ejemplo: si tu búsqueda principal (a la que apunta <title>

y <h1>) es “cómo [conseguir seguidores en Instagram](#)”, puedes usar los subtítulos (<h2> en adelante) para “apuntar” a cosas afines a la intención de búsqueda principal que también se buscan, como:

Te recomiendo muchísimo emplear esta técnica, un trabajo exhaustivo en esto **puede hacer maravillas**, créeme...

Lo que te he contado es válido para el editor “clásico” de WordPress, el que venía con las versiones anteriores a WordPress 5.0 y que mucha gente sigue usando.

Pero con esta última versión también se ha introducido [Gutenberg](#), el nuevo editor por defecto de WordPress. En este editor las cosas cambian radicalmente, aunque los principios de SEO On Page que te acabo de explicar **se mantienen exactamente iguales**.

Ahora bien, si aún no has usado Gutenberg, requiere algo de aprendizaje. Te dejo un tutorial breve y bueno de Gutenberg:

Visto esto, no deberías tener ningún problema en hacer SEO On Page también en Gutenberg.

Y si realmente no te gusta Gutenberg y quieres seguir utilizando el editor clásico para tus contenidos (como es también mi caso hoy por hoy) te recomiendo el plugin [Classic Editor](#).

## **El texto del contenido**

Esto es simple: usa las palabras clave también en el contenido normal. Si las has usado en los títulos, esto normalmente ya lo harás de manera natural.

## **Las imágenes (atributos <alt> y <title> de la etiqueta <img>)**

Mucha gente se olvida de que en Google también se buscan **imágenes**. Aquí entra el SEO específico para imágenes.

En la edición de imágenes cuentas con **tres factores con peso** en el posicionamiento de las imágenes: el **atributo <alt>**, el **atributo <title>** y el **nombre del fichero**.

Cuadro de diálogo que sale al visualizar una imagen subida a WordPress en la biblioteca de medios. En las partes resaltadas puedes ver el nombre de fichero, resolución de la imagen, tamaño de fichero, su título y el texto alternativo.

A este respecto te recomiendo usar las palabras clave en las siguientes opciones de la edición de imágenes en WordPress:

## **Cómo optimizar la velocidad de tu sitio WordPress**

Vamos ahora a un último factor de SEO que tiene también bastante peso: **la velocidad de tu web**.

Como norma general, se contempla que una página web **no debería tardar más de 2 segundos en cargar**, por encima de ese valor es cuanto los usuarios empiezan a percibir lentitud y se empieza a disparar el % de gente que abandona la página.

Y no solo perderás visitas, a Google las webs tampoco le gustan y lo tiene en cuenta a la hora de posicionarlas.

Aquí tienes un post que te explica a fondo cómo optimizar tu sitio WordPress:

Descubre cómo optimizar WordPress y llevarlo a otro nivel de blogging. Tu blog cargará más rápido y tus lectores estarán mucho más contentos.

No obstante, quiero hablar también aquí de los tres aspectos más importantes y los que más le fallan a la gente para conseguir este objetivo de una web rápida:

### **Contrata un buen hosting**

Si usas una web en WordPress.com, olvídate de este punto, es

una de las ventajas que tiene crear tu sitio en esta plataforma. El hosting lo son ellos mismos y sus servidores son buenos.

Si usas un sitio WordPress con hosting propio (donde tú lo has tenido que contratar), dependerá del hosting que tengas contratado.

Especialmente en el hosting barato (10€ o menos al mes), tienes que tener **cuidado**: en España ya hay proveedores muy buenos y precios bajos como [Webempresa](#), [SiteGround](#) o [Raiola Networks](#), pero desafortunadamente también los sigue habiendo realmente malos en esa zona de precios.

Aquí tienes una lista de proveedores que hemos probado y que podemos recomendar siendo [land1 Ionos](#) y [Hostgator](#) opciones claramente inferiores a las anteriores, pero con ofertas de precios muy agresivas que, sin embargo, mantienen un nivel de calidad aceptable:

## Si necesitas un **hosting** para tu web o tu blog, ¡actúa!

Las mejores empresas y ofertas (**no las dejes caducar**):

**Aviso:** El 30% de Raiola Networks es **sólo durante marzo** (luego, un 20%).

Tienes instrucciones paso a paso en nuestra página de

Te dejo también una lectura sobre WordPress que profundiza en las diferencias entre WordPress.com y WordPress.org, junto con una comparativa más a fondo de hostings:

El 31,7% de las webs usan WordPress. Y no sólo blogs, todo tipo de webs. Aquí te explico qué es WordPress, cómo funciona y qué lo hace tan especial.



En España hay excelentes opciones de hosting barato de buena calidad. Sin embargo, la línea roja entre el hosting asequible, pero de buena calidad, y el hosting basura es muy fina. □ Aquí te explico cómo elegir bien, te revelo las mejores marcas y te explico cómo conseguir los máximos descuentos.

Recuerda que el tema de este post es precisamente uno de los más trascendentes para optar por una u otra versión de WordPress, ya que la mayoría de las cosas de las que hablamos aquí requieren usar plugins, cosa que no vas a poder hacer con los planes básicos de WordPress.com.

## Plugins de caché o caché de servidor

WordPress es una aplicación web implementada en el lenguaje de programación [PHP](#) y con una base de datos [MySQL](#) que genera sus páginas web (el código HTML de las mismas) de manera **dinámica**: cada vez que un usuario entra en una página se “*compone*” sobre la marcha.

Sin entrar en los detalles técnicos de lo que esto significa exactamente, baste decirte que esto le permite añadir muchísima **funcionalidad** a la web, desde cosas muy simples como comentarios a cosas avanzadas como la gestión de pedidos en una [tienda online](#).

El precio que pagas por esta potencia es el **nivel de carga del servidor**: un sistema como WordPress (que es lo normal en cualquier web hoy en día) exige mucho más a un servidor que una web HTML clásica (que ya caso nadie usa, por otra parte).

La idea de “*caché*” es un truco por el cual, cada vez que se genera una página dinámicamente, se guarda una “*foto*” en HTML que se usará en los siguientes accesos a la página mientras que el contenido de esa página no cambia. Si cambia, se vuelve a generar y se vuelve a hacer la “*foto*”.

Con el truco de la foto volvemos a tener ficheros HTML como

los clásicos, con las ventajas en menos carga para el servidor y velocidad que implica.

Esto lo hacen las cachés y por eso son tan importantes.

En los buenos proveedores de hosting (como los mencionados) tienes planes con **caché en servidor** (el propio servidor se hace cargo, que es la opción más eficiente). Si no es así, debes instalarte, al menos, un plugin de caché como, por ejemplo, [WP Fastest Caché](#).

## Optimización de imágenes

Las imágenes digitales son cada vez de mayor calidad. Pero eso hace que también tengan tamaños cada vez mayores y eso es un gran problema en WordPress, porque imágenes grandes del orden de mega-bytes **ralentizan una página web enormemente**.

Optimizar al máximo implica dos cosas:

Esto lo puedes hacer “*a mano*” en webs como éstas:

También existen plugins para hacer esto automáticamente, como [Resize Image After Upload](#) (reduce a las dimensiones máximas indicadas) y [Compress JPEG & PNG images](#) (optimiza el fichero con el servicio de TinyPNG).

En nuestro caso, por ejemplo, con esto es muy raro que cualquier imagen se quede por encima de los **150kb** y lo normal es que sea menor a **100kb**, que son tamaños **muy razonables**. Estamos hablando imágenes que en su versión original ocupan muchas veces varios megabytes.

## SEO avanzado en WordPress

Como ya te puedes imaginar, el SEO avanzado es un campo amplísimo sobre el que nos podemos pasar hablando decenas de horas.

Déjame que te mencione aquí **unos pocos aspectos que considero**

**claves** y donde WordPress te puede ayudar mucho:

## **Fragmentos enriquecidos (Rich Snippets) en WordPress**

Los fragmentos enriquecidos, por así decirlo, son la continuación del SEO a nivel del título de la página y la meta-información que aparecen en los SERPs.

Son información adicional, muchas veces gráfica, como estrellitas o fotos como las que puedes ver en los resultados de búsqueda de abajo:

Aspecto de resultados de búsqueda con fragmentos enriquecidos.

La idea de Google es dar una información más rica a primera vista, pero a nosotros lo que nos interesa en primer lugar es usar esto para **favorecer que hagan clic en nuestro resultado** a través de resultados llamativos.

Los rich snippets son todo un mundo, por eso te remito desde aquí a un post que habla de ellos mucho más a fondo:

Los rich snippets han llegado para quedarse. En esta guía te comento todo lo que debes saber sobre ellos, así como tips para conseguir un "Rank#0".

Comentarte aquí también que para implementarlos necesitas, de nuevo, **plugins**. Más abajo, en la sección de plugins, (y en el post encima de esta línea) te presento **el más popular en la actualidad**.

## **Páginas no encontradas (Error 404)**

Con el tiempo, es natural que tu sitio vaya acumulando más y más enlaces rotos que provocarán un error de "página no encontrada", conocido también como "error 404". Cambias la URL de contenidos o borras incluso contenidos y, si los has enlazado desde otros contenidos, los enlaces antiguos quedan

rotos.

El problema, aparte de mala imagen y restarle usabilidad a tu sitio, es que a Google tampoco le gustan demasiado los enlaces rotos: una gran cantidad de enlaces rotos los toma como una **señal de poca calidad del sitio**.

Además, consumen “*crawl budget*”, el tiempo que asigna Google para rastrear tu web y, por tanto, rastreará menos contenidos en X tiempo.

Por tanto, **vigila tus enlaces rotos**.

Puedes hacerlo con plugins como [Broken Link Checker](#) o el [Comprobador de enlaces](#). Estos plugins te permiten, además, editar cómodamente los enlaces rotos desde la lista de enlaces rotos que te proporciona el propio interfaz del plugin.

## Redirecciones 301

Muy relacionado con los enlaces rotos, tenemos a las **redirecciones 301**.

Este concepto es muy útil, sobre todo, por dos motivos:

En WordPress este tema, en parte, ya está solucionado porque cuando modificas la URL de un contenido en WordPress, WordPress realiza **automáticamente** una redirección 301.

Pero el quid de la cuestión es que, si trabajas en serio el SEO de tu web, te vas a encontrar **más de una ocasión en la que esto no es suficiente** y donde necesitarás crear una redirección 301 “*manualmente*”.

Por ejemplo: si unificas varios posts en uno y quieres reciclar la autoridad de los tres, la manera de hacerlo es redirigir los tres a la página nueva.

Veamos ahora cómo se hace una redirección 301.

Las redirecciones 301 se implementan en el **fichero .htaccess del directorio raíz de tu web**, puedes acceder fácilmente con el explorador de ficheros de tu hosting.

Cada redirección es una simple línea de texto como ésta:

```
redirect 301 /conseguir-enlaces-de-calidad/ /que-es-link-building/
```

Aquí puedes intuir fácilmente que la página “/conseguir-enlaces-de-calidad/” se está redirigiendo a la página “/que-es-link-building/”. Como ves, no hace falta incluir la parte del [dominio](#) de la URL, se asume la de tu dominio por defecto.

De hecho, el de arriba es un ejemplo real nuestro en el que hemos “*jubilado*” un antiguo post sobre cómo conseguir enlaces aprovechando su autoridad para un nuevo post sobre [link building](#) que publicamos recientemente. Así se posicionará mucho mejor desde el primer día.

Mi recomendación es que hagas esto directamente, tal como digo, en el fichero .htaccess. Pero si te da cierto respecto tocar este tipo de cosas en tu hosting, también puedes usar un plugin como el “clásico” [Simple 301 Redirects](#) para hacer lo mismo desde WordPress.

De nuevo, lamentablemente esto es algo que no puedes hacer en los planes “*pequeños*” de WordPress.com

## Configuración del robots.txt

El fichero robots.txt que se encuentra en el directorio raíz de tu web es otro tema relevante dentro del SEO.

En principio, te vale tal como viene por defecto con WordPress, pero se puede optimizar para arañar unas décimas a Google y, sobre todo, conviene **comprobar que no tengas errores graves en ese fichero** que te estén generando un problema SEO importante.

El problema es que su configuración **no es un tema trivial**, por eso te voy a remitir a este gran post de [Raiola Networks](#) que te explicará los detalles:

## Tutoriales de plugins de SEO para WordPress (gratis y de pago)

Hay muchos plugins de SEO para WordPress, algunos generalistas, otros más específicos.

Voy a listarte aquí, entre los generalistas, **algunos de los más populares** que deberías conocer sí o sí. Para encontrar plugins que respondan a necesidades más específicas, te recomiendo investigar por tu cuenta vía Google y en el repositorio de plugins WordPress.org.

## Configurar Yoast Seo para WordPress

Empezamos con el plugin SEO por excelencia. Ese es, sin duda, [Yoast SEO](#). No es casualidad que lo haya mencionado varias veces a lo largo de este post.

Con la versión gratuita vas a cubrir perfectamente **todos los aspectos básicos que he comentado aquí** y muchas cosas más.

En este vídeo puedes ver la configuración básica de Yoast explicado por nuestro amigo (ciertamente algo excéntrico...)

**Romuald Fons:**

Y este vídeo se centra en la otra pata fundamental del asunto que es el trabajo del día a día, es decir, la elaboración de contenidos:

**Importante:** recuerda lo que decía al principio de que el SEO *“de verdad”* lo vas a hacer **con el SEO On Page**.

Lo que se hace con Yoast es muy importante, pero **es solo una parte del trabajo** que hay que hacer.

## Configurar All in One SEO para WordPress

El competidor que más de cerca le sigue a Yoast es [All in One SEO para WordPress](#).

Así que te dejo también un vídeo en el que te puedes hacer una idea de cómo funciona esta alternativa a Yoast:

Ya decide tú con cual te sientes más cómodo ☐

## Configurar All in One Schema org Rich Snippets

Y, por último, aquí te dejo también un vídeo sobre el plugin más popular para crear **fragmentos enriquecidos**, los famosos “*rich Snippets*” de los que ya hablamos arriba:

## Plantillas WordPress optimizadas para SEO

La elección de tu [plantilla WordPress](#) es una decisión importante, pero mucha gente no es consciente de que no es importante solamente por su usabilidad y estética. También es importante por el SEO.

## Velocidad de la plantilla WordPress

Una buena plantilla debe ser ligera, es decir, el código HTML y JavaScript que genera debe ser lo más liviano posible para que la página cargue lo más rápido posible.

Por tanto, si comparas diferentes plantillas, compara también la velocidad de carga y tamaño de las páginas con diferentes plantillas.

Esto puedes hacerlo con páginas como [Pingdom Tools](#), [GTmetrix](#) y [PageSpeed Insights de Google](#).

Aparte de los tiempos, es muy interesante los problemas de las páginas que diagnostican, especialmente la herramienta de Google.

Y ojo con la ubicación que esté usando la herramienta para medir los tiempos, si está muy lejos de la ubicación de tu servidor, los tiempos pueden aumentar artificialmente.

## **Diseño responsive (adaptación a dispositivos móviles)**

Esto es muy sencillo: **no uses nunca una plantilla que no sea [responsive](#)**, es decir, que no esté adaptada a dispositivos móviles.

Hay dos razones para ello:

## **Plantillas diseñadas ex profeso para hacer SEO**

Aunque cualquier plantilla de calidad está razonablemente bien a nivel SEO, el SEO **no suele ser el criterio principal** en plantillas WordPress. Lo es su diseño. Por eso, es complicado que encuentres una plantilla realizada de forma óptima para el SEO.

Sin embargo, hoy existen plantillas que se han diseñado teniendo el SEO como criterio N<sup>º</sup>1, totalmente optimizadas para ello.

Dos de estas plantillas son [Orbital Theme](#) y [Adsensei Theme](#), creadas por los equipos de dos de los grandes del SEO en España: Romuald Fons y Dean Romero.

Para ser franco, no las he probado y no puedo opinar de ellas, pero debes saber que existen este tipo de plantillas.

Por otra parte, al ser plantillas donde prima el SEO es posible que no se adapten a todas tus necesidades, así que



aquí te dejo la referencia para que ya sigas investigando por tu cuenta.

## Checklist para optimizar el SEO en WordPress

Y como éste ha sido, una vez más, un post realmente largo, qué mejor forma de cerrarlo que con un **resumen de lo comentado en forma de lista de 10 puntos** que puedes usar a modo de checklist cuando trabajas el SEO en tu sitio WordPress:

### Conclusiones finales

Con respecto al SEO siempre doy el mismo consejo: es imprescindible, no concibo crear un sitio web sin hacer SEO.

Lo realmente importante no son tantas cosas:

Pero ojo: **tampoco te obsesiones.**

Habrá contenidos para los cuales en el análisis de palabras clave no vas a encontrar un nicho claro. Hay contenidos que son interesantes para tu audiencia, que ésta incluso te demanda, pero para los cuales no puedes encontrar búsquedas afines en Google.

No pasa nada, eso forma parte de la creación de contenidos. Que eso no sea una razón para no publicarlos.

Además, pasados unos meses, puedes echar un vistazo a la GSC para ver si hay búsquedas para las cuales, de manera natural, los haya posicionado Google. Si las hay, plantéate actualizar el contenido para reforzar las palabras clave de esas búsquedas en tu contenido.

Y tampoco te obsesiones con Yoast. Tiene cosas muy prescindibles.

Hay incluso cosas como, por ejemplo, la “*Frase clave objetivo*” o el “*Análisis de legibilidad*” con las que la gente se vuelve loca para conseguir puntuaciones máximas absurdas perdiendo ingentes cantidades de horas.

No lo hagas, estas cosas están bien como pista para revisar aspectos de tu contenido, pero nada más. Te diré incluso que la famosa “*frase clave objetivo*” ni la uso porque no le veo sentido: un buen contenido hay que tratar de posicionarlo para varias búsquedas afines, no una única.

En fin, con el tiempo y la práctica verás que todo esto es, en esencia, simplemente aplicar el sentido común valiéndose de las herramientas SEO adecuadas ☐

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