

# DRUPAL Y OPTIMIZACIÓN PARA BUSCADORES WEB (SEO)

Nestor Mata Cuthbert  
Senior Web Developer  
Up And Running Software



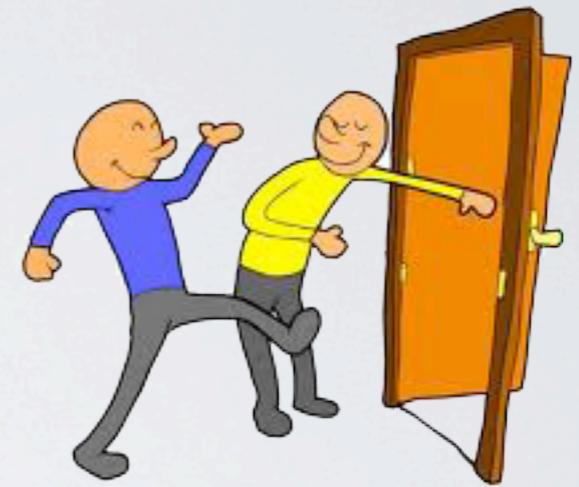
# SEO

Qué es y porqué es importante?



# QUÉ ES Y PORQUÉ ES IMPORTANTE

- De que manera encuentra un visitante un sitio
  - Directo
  - Referido
  - Buscador



# COMO EL BUSCADOR ENCUENTRA

- Determina tema e importancia
- A travéz de enlaces
- Por herramientas como Google Webaster Tools



# RANKING Y KEYWORDS

- Ser encontrado e indexado no garantiza ser considerado en las búsquedas
- Cada página se analiza por temas y se asigna nivel de importancia
- Basada en la importancia de las palabras y el ranking de la página será considerada para las búsquedas



# ASIGNACION Y TRANSFERENCIA DE RANKING

- Se asigna un valor inicial del ranking
- Se considera la antigüedad del enlace
- Se transfiere con los enlaces desde y hacia otros sitios
- Una estrategia es conseguir enlaces de otros sitios (como los foros)
- Enlaces internos



# LOS KEYWORDS

- El SEO es un arte
- Hacer las páginas amigables para el SEO
- Paciencia
- Correcta selección de keywords
- Contenido con valor



# CASO DE EJEMPLO

- Un sitio de bienes raices en Costa Rica
- Seleccionamos posibles keywords
  - compra de casa, compra propiedad, compra apartamento
- Utilizamos “Keword tool” de Google Ads



# BUSQUEDA DE KEYWORDS

## Find keywords

Based on one or more of the following:

Word or phrase	compra casa costa rica compra propiedad costa rica compra apartamento costa rica
Website	www.google.com/page.html
Category	Apparel

Only show ideas closely related to my search terms [?](#)

[Advanced Options and Filters](#)

## Locations and languages [?](#)

Congo  
Congo, Democratic Republic  
Cook Islands  
Costa Rica  
Cote d'Ivoire  
Croatia  
Cuba

Russian  
Serbian  
Slovak  
Slovenian  
Spanish  
Swedish  
Thai

- Hacer busqueda de keywords



# ESTADISTICA DE KEYWORDS

Download View as text More like these Sorted by Global Monthly Searches Columns

**Search terms (3)** 1 - 3 of 3

Keyword	Competition	Global Monthly Searches	Local Monthly Searches
<input type="checkbox"/> compra casa costa rica	High	1,600	880
<input type="checkbox"/> compra propiedad costa rica	-	-	-
<input type="checkbox"/> compra apartamento costa rica	-	-	-

**Keyword ideas (100)** 1 - 50 of 100

Keyword	Competition	Global Monthly Searches	Local Monthly Searches
<input type="checkbox"/> casa	Low	101,000,000	368,000
<input type="checkbox"/> casas	Low	55,600,000	246,000
<input type="checkbox"/> apartamentos	Medium	20,400,000	60,500
<input type="checkbox"/> propiedades	Low	13,600,000	135,000
<input type="checkbox"/> costa rica	Low	13,600,000	7,480,000
<input type="checkbox"/> inmobiliaria	Low	6,120,000	8,100
<input type="checkbox"/> inmobiliarias	Low	5,000,000	8,100
<input type="checkbox"/> casas en venta	Medium	4,090,000	40,500
<input type="checkbox"/> casas a la venta	Medium	4,090,000	40,500

- Analizar resultados



# SELECCION BASADO EN ESTADISTICA

- Seleccionar los keywords que:
  - Se ajusten a nuestro objetivo
  - Tengan altas busquedas
  - Tengan poca competencia



# METATAGS

- Google no se basa en metatags, y la mayoría ya no lo hace, pero se suele utilizar aún así por algunos buscadores.
- Son HTML tags en el header de la página
- Keywords: `<meta name="keywords" content="key1, key2" />`
- Descripción: `<meta name="description" content="bla" />`
- **Drupal 6: Nodewords Module**
- **Drupal 7: Metatag Module**



# TÍTULO DE PÁGINA

- El título se considera el elemento más sobresaliente
- Google considera importante aquello que usted demuestra como importante
- Colocar en el título los keywords
- **Drupal: Page Title Module**



# EL CONTENIDO



- Es importante que el contenido tenga valor y este bien desarrollado
- De nada nos sirve atraer al visitante si no hay nada de interes en nuestro sitio



# ENFASIS



- Darle importancia a las palabras y frases
- Uso de header tags, solo 1 H1 header, utilice H2 y H3 para secciones que valga resaltar
- Uso de EM (énfasis tag). Nota: Italic y Bold tags están descontinuados, se utiliza CSS ahora
- No dar énfasis a todo, sino a lo que vale la pena resaltar
- Esto enseña a Google sobre sus keywords



# EL VECINDARIO



- “Dime con quien andas y te diré quien eres” ...
- Google considera un sitio también por los links hacia los sitios y los links desde otros sitios
- Un sitio relacionado con sitios obscenos, inmorales o ilegales tenderán a una mala experiencia al visitante y se sancionará a su sitio en las búsquedas
- Buenos sitios y se recompensará en las búsquedas



# NO FOLLOW

- El no follow nos permite asegurarnos que nuestros usuarios no nos relacionen con sitios de “malos vecindarios”
- Se le indica al crawler que no considere ese link
- `<a href="www.ejemplo.com" rel="nofollow">Ej.</a>`



# REGLAS DE ETIQUETA

- No se debe intentar engañar a los buscadores, al intentarlo hay grandes probabilidades de ser descubierto y penalizado
- Un ejemplo es utilizar contenido no visible o del mismo color que el fondo



# MODULO GUIA SEO

- SEO Checklist
- Modulo que guia en lo que puede contribuir al SEO y ayuda a llevar un control de lo que se ha hecho al respecto



# TRABAJO CONSTANTE

- En el SEO la clave es paciencia y perseverancia
- Constantemente debemos revisar el uso de los usuarios en el sitio y ver si nuestro enfoque funciona o requiere modificaciones
- Analizar los datos
- Reajustar los keywords



# GOOGLE ANALYTICS

- Nos permite revisar:
  - Visitantes y visitantes exclusivos
  - Datos demograficos (ubicacion, idioma, variables personalizadas, etc)
  - Comportamiento (visitas recurrentes, # de páginas, tiempo en sitio, rebotes, etc)
  - Tecnología (SO, browser, color, resolución, etc)
  - Fuentes de tráfico
  - El contenido accedido
  - Publicidad y conversiones



# WEB MASTER TOOLS

- Permite:
  - Indicar parametros, y como indexar (mas o menos seguido)
  - Ignorar parametros en el URL (?page=2 o ?id=23435)
  - Analizar y probar robots.txt (restricción de crawling URLs)
  - Ver problemas que se dieron durante el crawling
  - Ver la velocidad durante el crawling
  - Ver recomendaciones y problemas en páginas específicas
  - Ver y analizar keywords de busquedas en google



# DEMOSTRACIÓN

- Buscar keywords
- Revisar el SEO checklist Module
- Revisar Google Analytics Module
- Revisar Google Analytics
- Revisar Web Master Tools
- Robots.txt
- Reporte de problemas por webmaster tools



# PREGUNTAS





# **UP AND RUNNING**

## **SOFTWARE DEVELOPMENT**

**GREAT PEOPLE + GREAT PROCESS = GREAT RESULTS**

### **Unase a la división Drupal**

**Nestor Mata Cuthbert**  
**Senior Web Developer**

nestor@profesional.co.cr

Twitter: @nestormata

Skype: nestor.mata

