

## Tema 6.

# Herramientas de análisis para optimizar el SEO de un sitio web

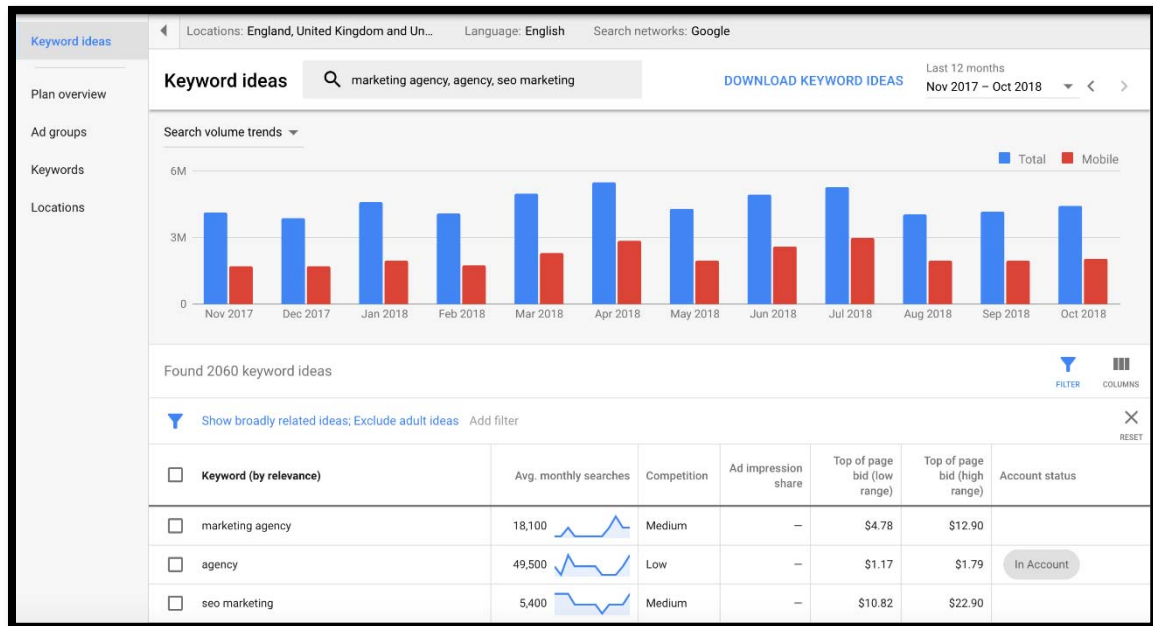
A continuación, se describe brevemente un conjunto de herramientas, algunas gratuitas y otras de pago, que permiten llevar a cabo casi cualquier tarea SEO. Se incluyen dos aplicaciones por subapartado. Aunque la mayoría de ellas sirven para realizar múltiples tareas SEO, aquí se recomienda cada una de ellas para una utilidad específica.

### 1. Para analizar las palabras clave

No todas las palabras generan el mismo volumen de búsquedas ni tienen la misma competitividad. Por eso, uno de los aspectos imprescindibles dentro de una estrategia de SEO consiste en identificar las palabras que ayudan a posicionar nuestro contenido o sitio web.

#### 1.1. Google Keyword Planner

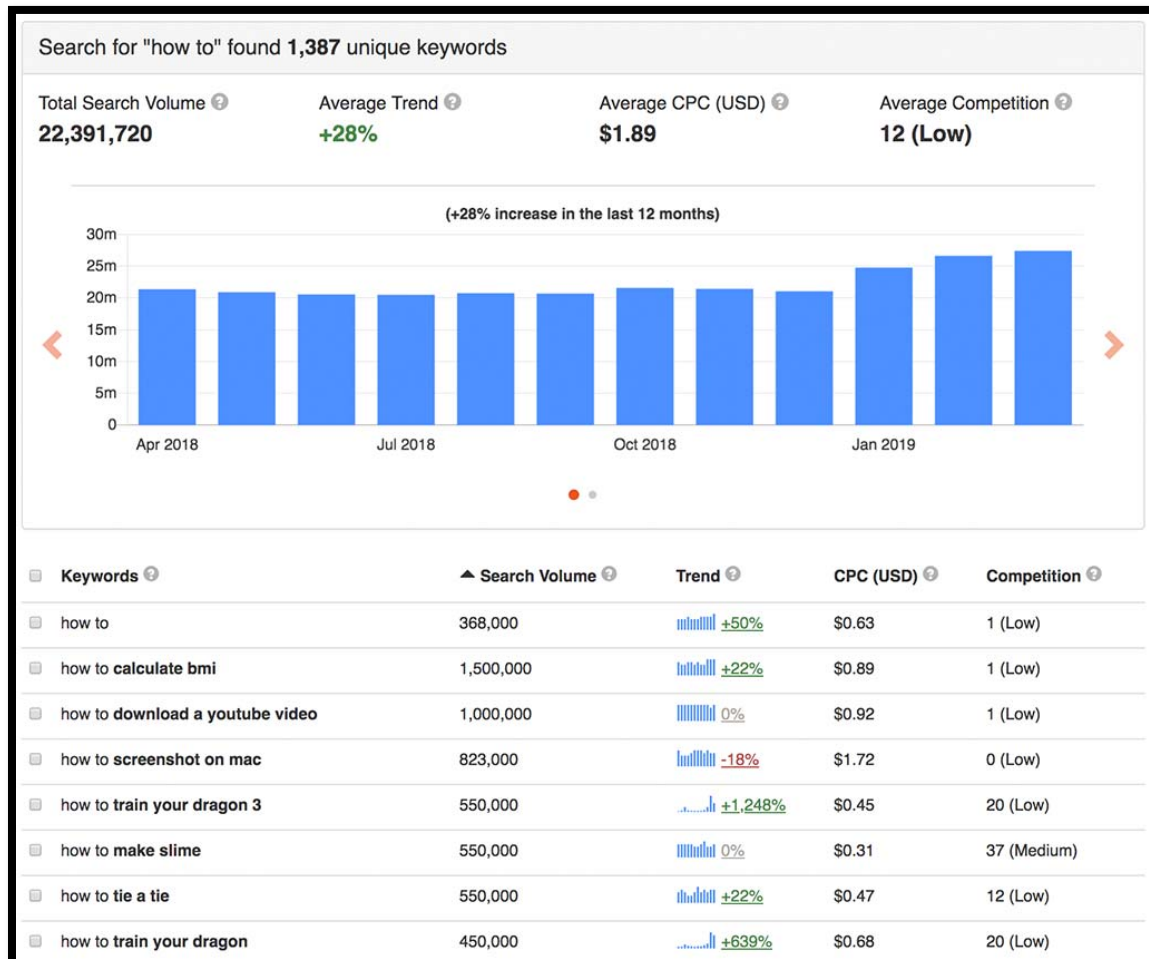
El Planificador de Palabras Clave de Google ([Keyword planner](#)) es una herramienta gratuita que permite descubrir los mejores términos asociados con nuestro contenido o producto. Ofrece sugerencias y, al mismo tiempo, proporciona información útil sobre las búsquedas que generan esas palabras que recomienda y sobre su coste en una campaña publicitaria en Google AdWords. El Planificador de Palabras Clave se emplea para obtener una previsión potencial del tráfico que genera un término. De esta manera, el usuario obtiene una serie de estadísticas detalladas que le ayudan a elegir la palabra más adecuada. Es decir, la previsión le permite estimar el rendimiento de cada palabra. Entre las métricas destacan el promedio de búsquedas mensuales, la competitividad, los intervalos de puja que los anunciantes han pagado anteriormente, la cuota de impresiones orgánicas o la cuota de impresiones de anuncio. Hoy día, no se puede aprovechar esta herramienta en su totalidad si no se posee una cuenta en Google AdWords.



Fuente: <https://blog.sinapsis.agency/>

## 1.2. Keyword tool

Es una buena alternativa al Planificador de Google ya que su versión gratuita genera más de 750 sugerencias de palabras clave 'long tail' para cada término de búsqueda. Extrae la información de la función autocompletar de Google (sugerencias de lo que están buscando los usuarios cuando escribimos algo en su cuadro de búsqueda) y la presenta en un diseño fácil de entender. La versión de pago proporciona el doble de palabras clave en comparación con la versión gratuita y permite valorarlas utilizando datos de volumen de búsqueda, nivel de competencia y coste por clic.



Fuente: <https://keywordtool.io/pro>

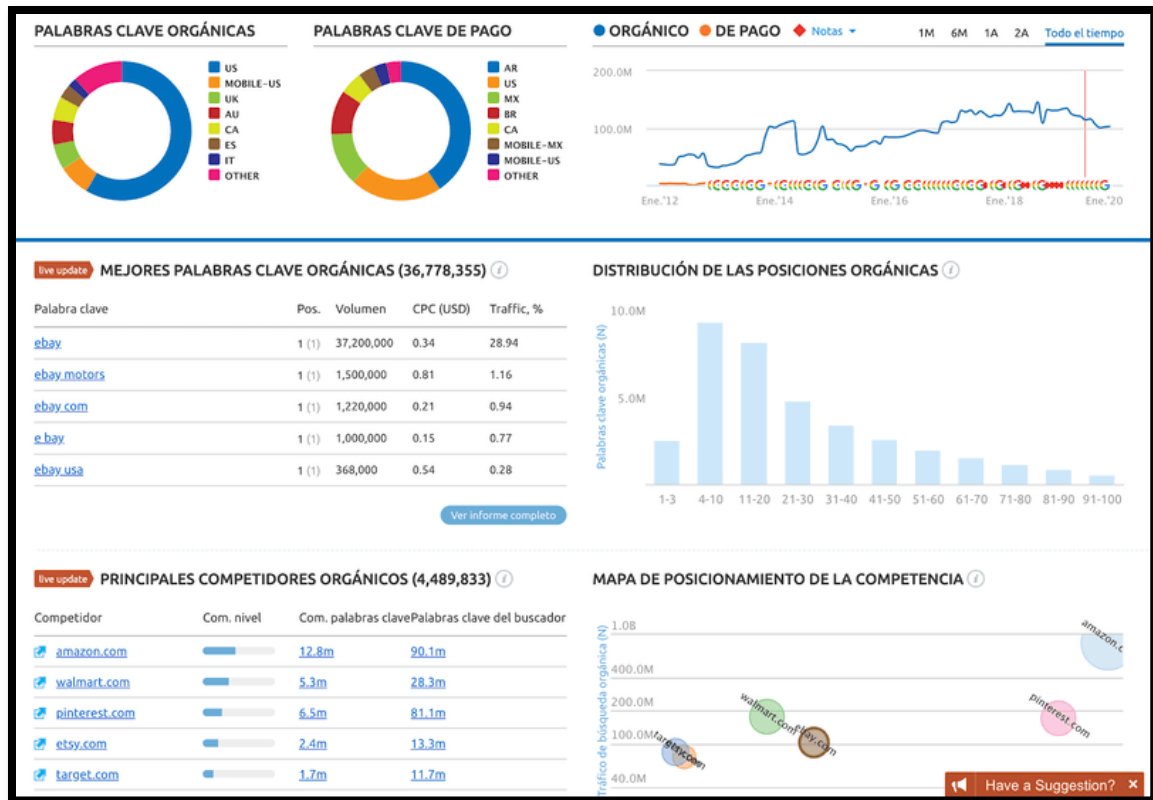
## 2. Para analizar a la competencia

Otro de los aspectos clave en una estrategia SEO consiste en conocer lo que hacen nuestros competidores para mejorar la experiencia que tienen los usuarios que visitan nuestro sitio web. Al ver qué es lo que le funciona a la competencia podemos evitar errores y perfeccionar nuestros contenidos para aparecer en los primeros puestos en los resultados de búsqueda de Google.

### 2.1. Semrush

Además de servir para analizar palabras clave, Semrush se puede emplear para analizar nuestro sitio web e identificar y conocer mejor a nuestros competidores. Ofrece un listado de quiénes son los principales contrincantes según las palabras clave con las que nos posicionamos, cuántos términos tienen en común con nosotros y qué estrategia emplean para conseguir más visitas. Captura las fuentes de tráfico como el tráfico directo, de motores de búsqueda o de redes sociales de la competencia y, de esta forma,

nos permite observar qué es lo que les genera mayor volumen de tráfico a nuestros adversarios.



Fuente: <https://www.ciudadano2cero.com/>

## 2.2. Mozbar

Actualmente solo está disponible para Chrome. Tiene una versión gratuita y es otra de las herramientas más utilizadas para estudiar las páginas de la competencia y aparecer entre los primeros puestos de los resultados de búsqueda de Google. Se trata de un complemento en forma de barra que se instala en nuestro navegador y permite conseguir métricas instantáneas mientras visitamos cualquier página o SERP. Por ejemplo, ofrece información sobre la Autoridad de Página y la Autoridad de Dominio de cualquier sitio web por el que naveguemos, comparativa de las métricas de los enlaces en las páginas mientras se visualiza cualquier SERP y/o acceso al código fuente de la página para ver las etiquetas (title, description, h1, etc.) que ha empleado.

The screenshot shows the Moz Search Profiles tool interface. At the top, it says 'MOZ Search Profiles' and 'Google ES'. The search query is 'tienda online murcia'. Below the search bar, there are navigation options: 'Todo', 'Imágenes', 'Shopping', 'Noticias', 'Maps', 'Más', 'Configuración', and 'Herramientas'. The results show approximately 48,700,000 results in 0.41 seconds.

The first result is 'tiendaonlinemurcia.es: Blog y cursos sobre tiendas online' with URL 'https://www.tiendaonlinemurcia.es'. The description says: 'Soy Joaquín Barberá, apasionado del diseño web, ecommerce y el bloguig. En mi blog encontrarás información sobre **tiendas online** y ecommerce.' Below the description, a Moz metrics bar shows: 1) PA: 30, 2721 links, DA: 27, and a 'Link Analysis' button.

The second result is 'Tienda Online Murcia' with URL 'https://www.tiendaonlinemurcia.es > precio-crear-tienda-online-avanzada'. The description says: 'Precio creación y montaje de **tienda online** AVANZADA PRESTASHOP por 650 € + IVA. **Tienda online** con funcionalidades ampliadas sobre la básica.' Below the description, a Moz metrics bar shows: 2) PA: 20, 239 links, DA: 27, and a 'Link Analysis' button.

The third result is 'PcComponentes.com | Tienda de Informática y Tecnología ...' with URL 'https://www.pccomponentes.com'. The description says: 'Informática, electrónica, tecnología al mejor precio, calidad y servicio. PcComponentes es tu **tienda online** líder de móviles, ordenadores, tablets y mucho más. Portátiles · Smartphones · Configurador de PCs · Ordenadores'. Below the description, a Moz metrics bar shows: 3) PA: 56, 113,882 links, DA: 85, and a 'Link Analysis' button.

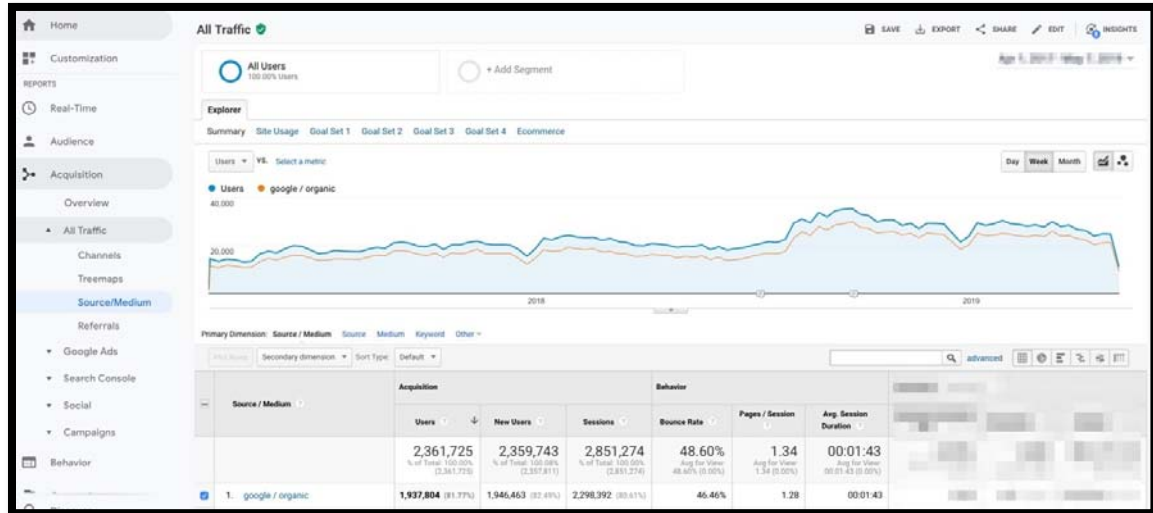
Fuente: <https://miposicionamientoweb.es>

### 3. Para analizar el tráfico y la conversión

Dentro de la estrategia de optimización de nuestra página también es importante estudiar las visitas. Saber desde dónde llegan, a través de qué palabras, cuánto tiempo pasan en ella y qué contenidos les gustan más nos permitirá aumentar la eficacia de nuestro sitio web.

#### 3.1. Google Analytics

Es una de las aplicaciones más utilizadas para conocer a los usuarios de un sitio web y el rendimiento de sus contenidos. Es gratuita y, gracias a ella, se obtiene información como el número de visitantes, duración media de la visita, la media de páginas vistas por cada usuario, lenguaje, ubicación y tasa de abandono, entre otros datos. Estas métricas ayudan a detectar errores porque nos descubren qué contenidos son relevantes para el usuario y cuáles son menos interesantes. De esta manera, podremos mejorar la eficacia de nuestros contenidos.



Fuente: <https://www.reliablesoft.net>

### 3.2. Vandex Métrica

Pertenece al buscador ruso Vandex y es otra de las aplicaciones de analítica web más conocidas. Es una herramienta gratuita que sirve para analizar el tráfico y el comportamiento de los usuarios que aterrizan en un sitio web. Entre sus puntos fuertes está la generación de mapas de calor y la grabación de sesiones que sirven para entender por qué falla la conversión en nuestro sitio web. Este software recopila datos como los clics, desplazamientos o movimientos del ratón de los visitantes y los complementa con mapas de calor que indican las partes de la página que atraen más la atención y dónde dejan de desplazarse los usuarios. Además, la grabación de sesiones de los usuarios deja almacenar cómo es la interacción de los usuarios individuales con nuestro sitio web.



Fuente: <https://metrica.yandex.com>

#### 4. Para examinar el SEO On Page del sitio Web

Gestionar una web implica contantes tareas de mantenimiento y de monitorización. Por una parte, para adecuar los contenidos a lo que buscan los usuarios. Por otra parte, para mejorar la eficacia del sitio web y seguir apareciendo en los primeros puestos en los resultados de búsqueda. Para ello, otra de las recomendaciones consiste en realizar una auditoría o diagnóstico a fondo de las URLs que conforman el sitio web para cerciorarse de que no contienen errores y de que gozan de "buena salud".

##### 4.1. Screaming Frog

Es un software para realizar auditorías SEO que se instala en el ordenador (no es online). Esta herramienta permite a un webmaster examinar todos los enlaces, imágenes o archivos de código de todas las URLs que componen una web y detectar errores (errores 404, si se repiten o faltan etiquetas title, etc.) para mejorar el SEO (también se puede emplear en una página de la competencia). La versión gratuita rastrea hasta 500 URLs.

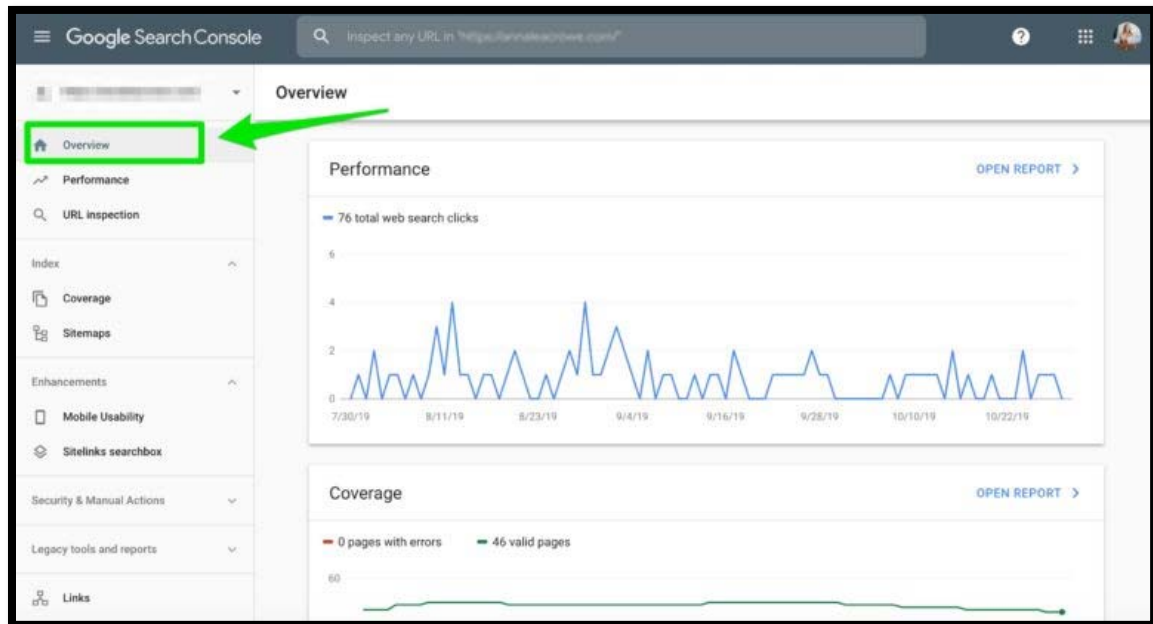
The screenshot displays the Screaming Frog SEO Spider interface. The main window shows a list of 20 crawled URLs from the domain https://www.screamingfrog.co.uk/. The table includes columns for Address, Content, Status Code, Status, Indiscoverability, Indiscoverability Status, and Title. The first URL is https://www.screamingfrog.co.uk/, which has a status code of 200 and is discoverable. Below the table, a detailed report for this URL is shown, including meta-information like Title, Meta Description, and Canonical Link. On the right side, there is a summary of the crawl, including the total number of URLs encountered (5228) and a donut chart showing the distribution of content types: HTML (100.00%), JavaScript (14.30%), CSS (0.37%), Images (1585.65.23%), PDF (0.00%), Flash (0.00%), Other (0.10%), and Unknown (0.47%).

Fuente: <https://www.screamingfrog.co.uk>

#### 4.2. Search Console de Google

Antes era conocida como la herramienta para administradores de sitios web de Google (Webmaster Tools). Es una herramienta gratuita para ayudar a los webmasters a supervisar y optimizar sus sitios web. "Permite entender y mejorar la manera en que Google ve tu sitio web", explican desde su página. Al mismo tiempo, ayuda al administrador a solucionar problemas de indexación, errores de servidor o problemas de carga, entre otros.





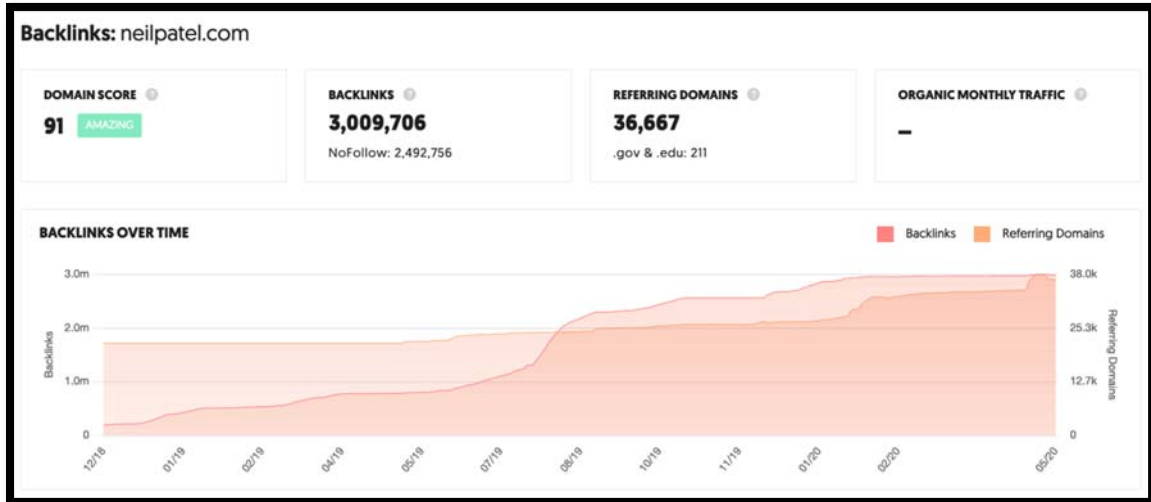
Fuente: <https://www.searchenginejournal.com/>

## 5. Para realizar un análisis de backlinks

Como es sabido, Google analiza el número de enlaces entrantes (backlinks) y la calidad de estos enlaces para determinar la importancia de un sitio web. Por lo tanto, monitorizar la calidad de los enlaces que apuntan a nuestro sitio web es una de las partes más importantes para optimizar el posicionamiento.

### 5.1. Ubersuggest

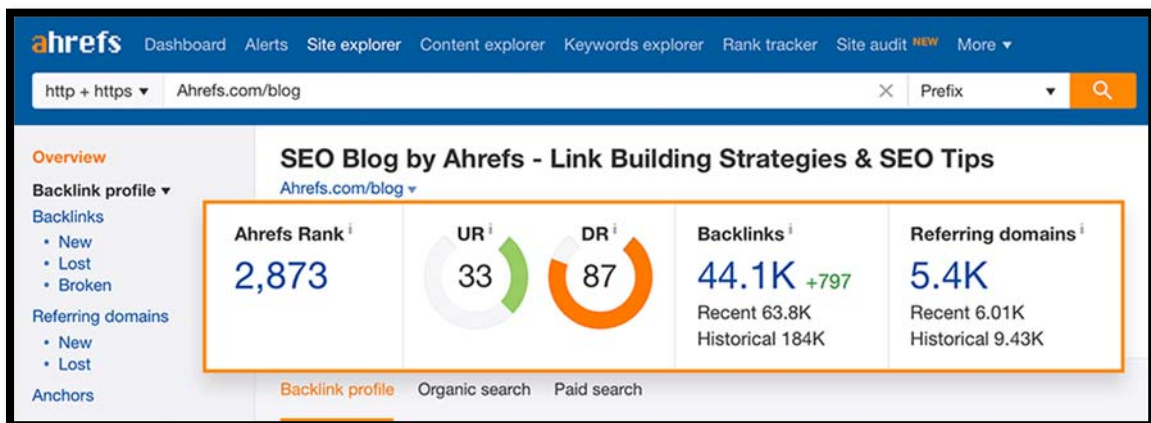
Esta herramienta, que pertenece a Neil Patel (según Forbes uno de los mayores expertos del mundo en SEO y marketing digital) permite ver qué contenidos reciben más enlaces de terceros y tomar medidas para mejorar el perfil de enlaces de nuestro sitio web (ej. cuántos son NoFollow, los dominios de referencia que nos apuntan o con qué frecuencia hemos adquirido backlinks, entre otros). Además, también deja analizar los datos de enlaces entrantes de nuestros competidores, lo que puede servir para mejorar la eficacia de nuestro perfil de enlaces, conseguir que 'le guste' más a Google, aumente la visibilidad de la página, y la posición por encima de los competidores.



Fuente: <https://neilpatel.com/>

## 5.2. Ahrefs

Es otra aplicación que ofrece información de utilidad sobre nuestro perfil de enlaces. Permite hacernos una idea aproximada del número de vínculos externos conseguidos, y descubrir la autoridad de la web (domain rating) que nos enlaza, el texto que enlaza a nuestra página (anchor text), la afinidad temática de los enlaces, la cantidad de enlaces DoFollow/NoFollow, la procedencia de los links, o las IPs desde las que nos enlazan, entre otros datos.



Fuente: <https://ahrefs.com>

## 6. Para analizar la visibilidad

En ocasiones, uno de los indicios de un problema SEO es que la visibilidad de un sitio web cae de forma repentina en pocos días. Cuando esto ocurre, hay que identificar con rapidez las causas y tomar las medidas necesarias.

## 6.1. Sistrix

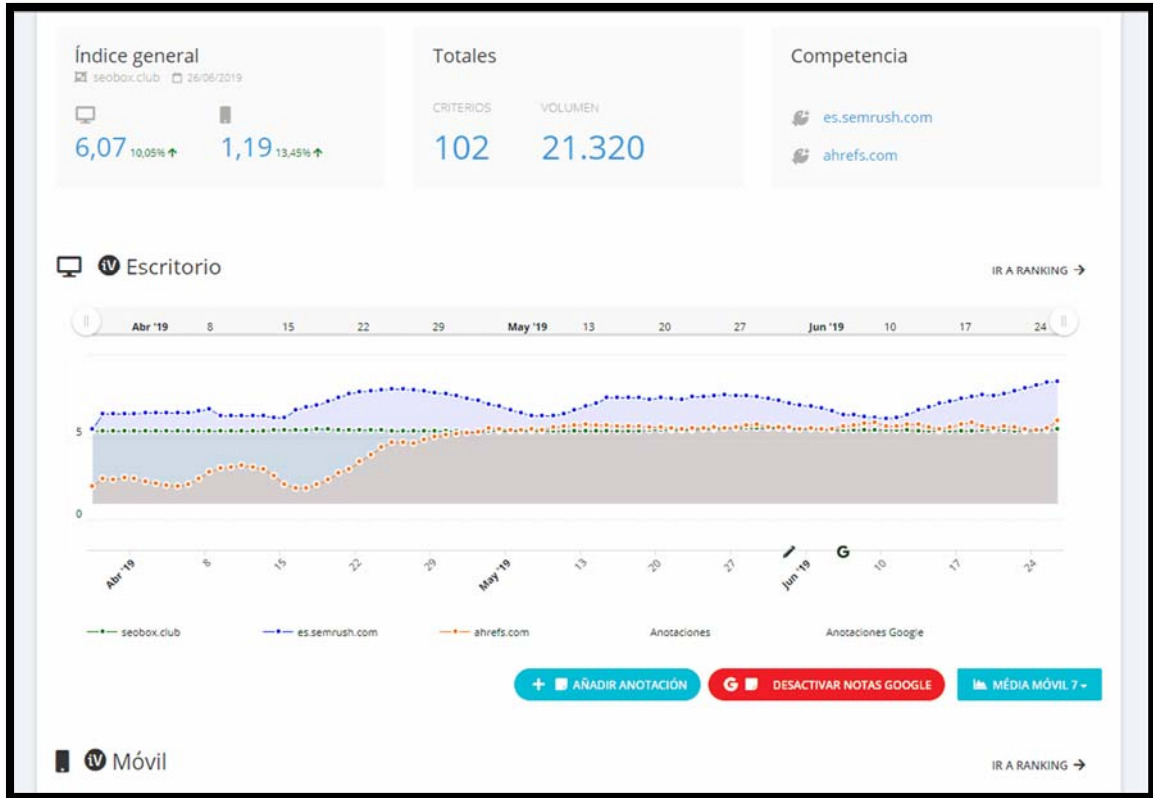
Es una herramienta para estudiar los aumentos o caídas de visibilidad. Entre sus puntos fuertes destaca la recopilación de una lista de las páginas que emplean de forma correcta las tácticas SEO y que suben su visibilidad. De esta manera, los administradores de sitios web pueden observar y aprender qué han hecho otras webs para mejorar su posicionamiento. Asimismo, también puede generar una gráfica comparativa de visibilidad SEO entre nuestro sitio web y la competencia (quién lo está haciendo mejor o peor).



Fuente: <https://www.sistrix.es>

## 6.2. Rankbox

El índice de visibilidad creado por este software se diferencia de los demás en que, además de una gráfica general de su evolución, permite la creación de clusters o universos de palabras clave personalizados según nuestros intereses.



Fuente: <https://rankbox.net>