

SEO Strategy Roadmap



Actionable SEO Strategy Roadmap

Fase 1: Fundamentos y Planificación (Mes 1)

Tarea 1: Definir Metas y Objetivos SEO Claros

- Identificar los principales objetivos comerciales (p. ej., aumentar las ventas, generar leads, mejorar el conocimiento de marca).
- Establecer metas SEO específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos (SMART) que respalden estos objetivos comerciales.
- Determinar los KPI que se utilizarán para monitorizar el progreso hacia sus objetivos (p. ej., volumen de tráfico orgánico, posicionamiento de palabras clave, tasa de clics, tasa de conversión).

Responsabilidad: Marketing, Especialista en SEO

Cronograma: Semana 1-2

Tarea 2: Realizar una auditoría web completa

- Auditoría técnica de SEO:
 - Realizar un rastreo del sitio web por secciones con Screaming Frog para identificar errores de rastreo, enlaces rotos y problemas de arquitectura del sitio.
 - Comprobar la indexabilidad del sitio web en Google Search Console para garantizar que se indexen todas las páginas importantes. Se puede combinar esta acción con el punto previo.
 - Analizar la velocidad de carga del sitio web y las Core Web Vitals con Google PageSpeed Insights e identificar áreas de mejora.
 - Probar la compatibilidad del sitio web con dispositivos móviles mediante la Prueba de compatibilidad con dispositivos móviles de Google y garantizar un diseño responsive (basado en datos de GA4).
 - Revisar el sitemap XML para comprobar su integridad y detectar errores.
 - Comprobar la configuración del archivo robots.txt.
 - Verificar la implementación de HTTPS.
 - Identificar oportunidades para implementar el marcado Schema para mejorar la comprensión de los motores de búsqueda.

- Organizacion
- Product
- Article
- NewsArticle

○ Auditoría de contenido:

- Crear un inventario completo de todo el contenido del sitio web (páginas, entradas de blog, imágenes, vídeos, etc.).
- Evaluar la calidad, la precisión y la relevancia del contenido existente para el público objetivo y las palabras clave.
- Identificar las deficiencias en tu cobertura de contenido en comparación con la oferta de la competencia y la intención de búsqueda del usuario.
- Comprobar si hay contenido duplicado o poco relevante. (Esta tarea ya está en ejecución)
- Analizar posibles problemas de canibalización de palabras clave.

○ Auditoría de backlinks:

- Utilizar herramientas como Google Search Console, Ahrefs o Semrush para analizar el perfil actual de backlinks de tu sitio web.
- Analiza los perfiles de backlinks de los principales competidores para identificar oportunidades de linkbuilding.

Responsabilidad: Especialista en SEO, Equipo de IT, Equipo de contenido

Cronograma: Semanas 2-4

Fase 2: Investigación y estrategia de palabras clave (Mes 2)

- Tarea 3: Realizar una investigación exhaustiva de palabras clave
- Generar una lista de palabras clave semilla relacionadas con el negocio y público objetivo.
- Utilizar herramientas de investigación de palabras clave para ampliar la lista de palabras clave, analizar el volumen de búsqueda y evaluar la dificultad de las palabras clave.
- Identificar palabras clave de long tail relevantes que indiquen una mayor intención de búsqueda.
- En SEO local, centrarse en palabras clave basadas en la ubicación relevantes para la zona objetivo (p. ej., "Barcelona", "Madrid", "Sevilla", "Cataluña").
- Analizar las palabras clave para las que se posicionan los competidores.

Responsabilidad: Especialista en SEO, Equipo de Contenido

Cronograma: Semanas 5-6

Tarea 4: Analizar la intención de búsqueda

- Para las palabras clave identificadas, determinar la intención de búsqueda subyacente (informativa, de navegación, comercial, transaccional).
- Analizar las (SERP) de las palabras clave objetivo para comprender el tipo de contenido que actualmente ocupa la posición.

Responsabilidad: Especialista en SEO, Equipo de Contenido

Cronograma: Semanas 6-7

Tarea 5: Desarrollar una estrategia de mapeo de palabras clave

- Asignar las palabras clave investigadas a páginas específicas de su sitio web, asegurándose de que cada página se dirija a una palabra clave principal y a un conjunto de palabras clave secundarias relacionadas.
- Identificar oportunidades para crear contenido nuevo basándose en la falta de palabras clave y el análisis de la intención de búsqueda.

Responsabilidad: Especialista en SEO, Equipo de Contenido

Cronograma: Semanas 7-8

Fase 3: Optimización en la página (Meses 3-4)

Tarea 6: Optimizar el contenido del sitio web

- Actualizar el contenido del sitio web existente para incorporar palabras clave objetivo de forma natural en el texto, los encabezados y los subtítulos.
- Crear contenido nuevo, de alta calidad y valioso que se alinee con la estrategia de mapeo de palabras clave y satisfaga la intención de búsqueda del usuario.
- Asegurarse de que el contenido esté bien redactado, sea fácil de leer y ofrezca información única.
- Para el SEO local, confirmar que el contenido incluya palabras clave locales relevantes.

Responsabilidad: Equipo de contenido, Especialista en SEO

Cronograma: Ongoing durante los meses 3-4

Tarea 7: Optimizar las metaetiquetas

- Escribir etiquetas de título atractivas y ricas en palabras clave para cada landing, manteniéndolas dentro del límite de caracteres recomendado.
- Elaborar metadescripciones únicas y atractivas que resuman el contenido de la landing, que incluyan palabras clave relevantes para fomentar los clics.

Responsabilidad: Equipo de contenido, Especialista en SEO

Cronograma: Ongoing durante los meses 3-4

Tarea 8: Optimizar las etiquetas de encabezado

- Usar etiquetas de encabezado (H1-H6) para estructurar el contenido de forma lógica e incorporar palabras clave relevantes en las landings & sección del blog.
- Asegurarse de que cada página tenga una etiqueta H1 única que refleje con precisión el tema principal.

Responsabilidad: Equipo de contenido, Especialista en SEO

Cronograma: Ongoing durante los meses 3-4

Tarea 9: Optimizar la estructura del sitio web y los enlaces internos

- Asegurar una estructura de navegación del sitio web clara y lógica, fácil de entender para los usuarios y los motores de búsqueda.
- Implementar una estrategia de enlaces internos, enlazando páginas relevantes entre sí mediante anchor texts ricos en palabras clave.
- Auditar las paginaciones

Responsabilidad: Equipo de IT, Especialista en SEO, Equipo de contenido

Cronograma: Mes 4

Tarea 10: Optimizar imágenes

- Usar nombres de archivo descriptivos para todas las imágenes.
- Añadir texto alternativo informativo a todas las imágenes, incorporando palabras clave relevantes.
- Validar la compresión de las imágenes en las landings, para reducir el tamaño del archivo y mejorar la velocidad de carga de la página.

Responsabilidad: Equipo de contenido, Web Desarrollador

Cronograma: Ongoing durante los meses 3 y 4

Fase 4: Optimización Off-Page y Mejoras Técnicas (Meses 5-6)

Tarea 11: Implementar Estrategias de Optimización Off-Page

- Desarrollar y ejecutar una estrategia de linkbuilding enfocada en la adquisición de backlinks de alta calidad de sitios web con autoridad y relevantes, en particular recursos locales (de ser posible, similar a Tarea 4).
- Promocionar contenido en redes sociales, aumentar el conocimiento de marca y, potencialmente, obtener backlinks.
- Gestionar activamente la reputación online monitorizando las menciones y reseñas online y fomentando los comentarios positivos, especialmente en plataformas locales relevantes (similar tarea 3).
- Explorar oportunidades de guest blogging en sitios web relevantes de su sector.

- Identificar y aprovechar las menciones de marca no enlazadas para adquirir backlinks.

Responsabilidad: Especialista en SEO, Equipo de Marketing, Relaciones Públicas

Tarea 12: Mejorar el SEO Técnico

- Implementar el marcado Schema en páginas relevantes para proporcionar a los motores de búsqueda más contexto sobre su contenido.
- Optimizar la velocidad del sitio web comprimiendo imágenes y minimizando CSS y JavaScript. Aprovechar el almacenamiento en caché del navegador y usar una red de entrega de contenido (CDN) si es necesario.
- Asegúrese de que el sitio web sea totalmente compatible con dispositivos móviles y ofrezca una excelente experiencia de usuario en todos los dispositivos. (viene de tarea 2)
- Verificar y optimizar el sitemap XML y enviarlo a los motores de búsqueda a través de Google Search Console y Bing Webmaster Tools. (viene de tarea 2)
- Revisar y optimizar su archivo robots.txt para guiar eficazmente a los rastreadores de los motores de búsqueda. (viene de tarea 2). Compaginar este punto, con un análisis de los log files)
- Crear e implementar una estrategia de paginaciones de listados de fichas

Fase 5: Monitoreo, Análisis e Iteración (En curso)

Tarea 13: Monitoreo y Seguimiento del Rendimiento

- Desarrollar un dashboard de looker, para monitorizar periódicamente el rendimiento del sitio web, utilizando datos de Google Analytics y Google Search Console.
 - Monitorizar el posicionamiento de las palabras clave objetivo, incluyendo las palabras clave locales relevantes. (viene de tarea 3)
 - Monitorizar tasas de clics (CTR) en los resultados de búsqueda.
 - Monitorizar las tasas de conversión del tráfico orgánico.
 - Monitorizar la tasa de rebote y las métricas de interacción del usuario.
 - Vigilar el perfil de backlinks para detectar nuevos enlaces y posibles problemas.
- Para el SEO local, monitorizar el rendimiento del perfil de Google Business (visitas, clics, solicitudes de dirección, etc.).

Responsabilidad: Especialista en SEO, Analista de Marketing

Cronograma: Semanal y mensual