

Herramientas para el análisis y desarrollo de estrategias SEO

Jorge Serrano-Cobos

21 octubre 2013

Serrano-Cobos, Jorge (2014) "Herramientas para el análisis y desarrollo de estrategias SEO". *Anuario ThinkEPI*, v. 8, pp. 349-353.



Resumen: Se repasan las necesidades más acuciantes de los profesionales de información en cuanto a posicionamiento en buscadores (SEO, *search engine optimization*) centrándose en la evolución de esta disciplina en los últimos años. Existe una gran variedad de factores a considerar en el cálculo del ranking de una pieza de información para una pregunta realizada a un motor de búsqueda de internet como *Google*. Fruto de la necesidad de tener más armas con las que mejorar un sitio web en más áreas del conocimiento, se clasifican 88 herramientas para trabajar en el sector del posicionamiento en buscadores, módulos para gestores de contenidos y artículos seminales sobre la materia.

Palabras clave: Gestión de contenidos, Posicionamiento en buscadores, SEO, Marketing de contenidos, Motores de búsqueda, Herramientas SEO.

Title: Tools for the analysis and development of strategies for search engine optimization

Abstract: The article reviews the most pressing needs of information professionals regarding search engine optimization (SEO), focusing on the evolution of the discipline in recent years. A wide range of factors need to be considered in ranking a piece of information in the calculation of its value to a question or query on a search engine like *Google*. Given the need for more weapons with which to improve websites in more diverse areas of knowledge, 88 tools for working in the field of search engine optimization are listed and classified, along with content management modules and seminal articles on the subject.

Keywords: Content management, SEO, Search Engine Optimization, Content marketing, Inbound marketing, Search engines, SEO tools.

Quienes gestionamos sitios web tenemos el deseo (si no la necesidad) de que la información contenida en ese sitio web sea encontrada, especialmente por los usuarios que realmente necesitan esa información.

Uno de los caminos más obvios para que esa información sea descubierta es a través de los motores de búsqueda. Para ello necesitaremos conocer técnicas de optimización para buscadores (SEO, *search engine optimization*), de forma que podamos posicionar lo mejor posible piezas de información relevantes de nuestro sitio web entre las primeras respuestas consideradas por *Google* como más interesantes para los usuarios interesados en ellas.

Si no nos movemos, otros lo harán, y nuestros contenidos quedarán enterrados entre los menos encontrados. Al igual que una tienda de moda sabe que debe posicionar su tienda en el barrio por donde pasa más público de la segmentación que busca, o que un científico sabe que debe publicar su artículo en la revista más leída de su te-

mática para que alguien sepa que existe, es aconsejable al menos preparar el sitio web para que los buscadores puedan decidir correctamente si el contenido ofrecido es el óptimo para el usuario adecuado.

“Lo primero que pide el recién iniciado en SEO es una introducción, una guía o una lista de recetas seguras que seguir paso a paso”

Lo primero que pide el recién iniciado en SEO es una introducción, una guía o más bien una lista de recetas seguras que seguir paso a paso. Diría que no hay una única receta fija, salvo tener un buen contenido (otra cosa es a qué le llamemos “buen contenido” en internet, que puede no ser lo que pensamos a priori) y mejorar constantemente la imagen de marca.



<http://www.topsy.com>

Además, cada caso es distinto, pues depende de multitud de factores. Mientras que en unos casos (unas palabras o frases clave) la optimización es muy sencilla, en otros casos puede conllevar diferentes acciones, relacionadas con disciplinas que se ven envueltas en un proceso de optimización de sitios web: desde la usabilidad al diseño gráfico, desde una óptima configuración de los servidores y el código de programación hasta un esfuerzo considerable en marketing de contenidos (*content marketing* o *inbound marketing*).

“Lo siguiente que el alumno aventajado pide son herramientas”

¿Por qué esta creciente complejidad? Porque la evolución histórica de los algoritmos de búsqueda camina de la mano de la cantidad y variedad de esfuerzos que los *spammers* realizan para engañar a esos algoritmos. De ahí que se incluyan más elementos que segmenten los resultados de búsqueda, para que los esfuerzos de los *spammers* resulten menos rentables. Así, se incorporan la sociabilización, la contextualización geográfica y la personalización de la información en función del histórico de interacciones y conductas de búsqueda, lo que hace más interesante si cabe esta disciplina.

Los buscadores barajan cada vez más elementos a valorar, probablemente incluyendo el análisis

de los grupos fuertes y débiles de usuarios con los que estamos relacionados (redes sociales, sí), la velocidad de navegación y la calidad de la experiencia del usuario (medida en ratios de conversiones, vueltas atrás a los resultados de búsqueda, etc.), la traducción humana del contenido o las relaciones (grafo) entre piezas concretas de contenidos, palabras clave, entidades (*entities*) y autores (*authorship*)...

Lo siguiente que el alumno aventajado pide son herramientas. Sin ánimo de ser exhaustivo, pues cada día aparece o desaparece alguna, a continuación va una posible lista de fuentes de referencia y herramientas para SEO. Sírvanse completarla, seguro que entre todos descubrimos

más gemas ocultas.

Fuentes de referencia

Como introducción viva y fuente de referencia global, siempre mejorándose a sí misma:

Learn SEO
<http://moz.com/learn/seo>

Google webmaster academy
<http://support.google.com/webmasters/bin/static.py?hl=en&page=checklist.cs&tab=1095542>

Posts del blog de **Matt Cutts** (portavoz oficial de Google sobre temas relativos a SEO).
<http://www.mattcutts.com/blog/type/googleseo>

Preguntas y respuestas sobre SEO recomendadas por **Matt Cutts** en *Google moderator*:
<https://www.google.com/moderator/#151e=adb4&t=adb4.40>

Webmaster help forum
<https://productforums.google.com/forum/#!forum/webmasters>

Posts de *Search quality* en el *Blog oficial de Google*
<http://googleblog.blogspot.com.es/search/label/search%20quality>

Vídeos de la cuenta oficial de Google
<http://www.youtube.com/user/Google?feature=watch>

Posts del blog oficial de *Google webmaster central*
<http://googlewebmastercentral.blogspot.com.es>

Vídeos de *Google webmaster central*
<http://www.youtube.com/user/GoogleWebmasterHelp/videos>

Factores SEO

<http://moz.com/blog/ranking-factors-2013>
<http://www.vaughns-1-pagers.com/internet/google-ranking-factors.htm>
<http://www.businessbolts.com/google-seo-study.html>
<http://www.performancemediaplacement.com/Google-Ranking-Factors.asp>

Modulos de SEO para gestores de contenido (CMS)

Drupal

<http://drupal.org/project/wpo>
<http://drupal.org/project/seotools>
<http://drupal.org/project/contentanalysis>
http://drupal.org/project/search_api_stanbol

Wordpress

[http://wordpress.org/extend/plugins/wordpress-seo\(Yoast\)](http://wordpress.org/extend/plugins/wordpress-seo(Yoast))
<http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack>
<http://es.slideshare.net/beslasalle/webperformance-wordpress>

Keyword hunting (búsqueda de palabras clave que posicionar)

Descubrimiento de temas y keywords, también benchmarking

Google keywords planner
<https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home>

Google trends
<http://www.google.es/trends>

Topsy
<http://topsy.com>

Übersuggest
<http://ubersuggest.org>

SEM rush
<http://es.semrush.com/es/?db=es>

SEOMoz
<http://www.seomoz.org>

Webseo analytics
<http://www.webseoanalytics.com/free/seo-tools/page-analyzer-keyword-density-tool.php>

Screaming frog SEO spider tool
<http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider>

Marketsamurai
<http://www.marketsamurai.com>

Analyticsdigger.org
<http://analyticsdigger.org>

Seobook
<http://tools.seobook.com/general/keyword-density>

Concatenación

Found ultimate keyword tool
<http://www.found.co.uk/ppc-keyword-tool>

Keyword lizard
<http://www.keywordlizard.com>

Microsoft Excel for SEO
<http://www.distilled.net/excel-for-seo>

Free search term suggestion tool
<http://www.keyworddiscovery.com/search.html>

Monitorización de posicionamiento en palabras clave

Authority labs
<http://authoritylabs.com>

Rank tracker
<http://www.link-assistant.com/rank-tracker>

SEO tools: keyword battle
<http://www.webseoanalytics.com/free/seo-tools/keyword-competition-checker.php>

Whoosh traffic
<http://lwhooshtraffic.com/?campaignid=85&mbsy=Hlq>

SERPs.com
<https://serps.com>

Selfseo
http://www.selfseo.com/serp_check.php

Auditoría SEO

Auditores SEO

Google webmaster tools
<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=en>



<http://www.seomoz.org>



<http://www.stawdis.net>

Robots.txt

<http://www.robotstxt.org/meta.html>

Website auditor

<http://www.link-assistant.com/website-auditor>

Screaming Frog SEO Spider

<http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/user-guide/general>

Seostats

<http://code.google.com/p/seostats>

Woorank

<http://www.woorank.com/es>

Webmeup

<http://webmeup.com>

Sucuri SiteCheck

<http://sitecheck.sucuri.net/scanner>

Search engine optimization toolkit

<http://www.iis.net/downloads/microsoft/search-engine-optimization-toolkit>

Linkvender

<http://www.linkvender.com/seo-tools/site-analysis.html>

Seobook

<http://tools.seobook.com/general/spider-test>

Simuladores de robots

Simulador de SERPs (páginas de respuesta de Google dependiendo del país desde el que se busca)

<http://goo.gl/9sr3jR>

PRTracking

<http://www.prtracking.com>

Bot Simulator

<http://www.botsimulator.com>

XML- Sitemaps.com

<http://www.xml-sitemaps.com/se-bot-simulator.html>

Feedthebot

<http://www.feedthebot.com/tools/spider>

MultipageRank checker

<http://multipagerank.com>

Accesibilidad

W3C markup validation service

<http://validator.w3.org>

TAW

<http://www.tawdis.net>

Addons para Firefox, para varias funciones

Rank Checker

<http://tools.seobook.com/firefox/rank-checker>

SEOMoz tool bar

<http://www.seomoz.org/seo-toolbar>

SEOquake

<http://www.seoquake.com>

SEO for Firefox

<http://tools.seobook.com/firefox/seo-for-firefox.html>

Firebug

<http://getfirebug.com>

Searchstatus

<https://addons.mozilla.org/en-us/firefox/addon/searchstatus>

IE tab plus

<http://ietabplus.com>

User agent switcher

<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/user-agent-switcher>

Velocidad de carga (WPO, web performance optimization)

Page speed tools

<https://developers.google.com/speed/pagespeed>

Pingdom website speed test

<http://tools.pingdom.com/fpt>

APM Cloud Monitor

<http://loads.in>

IP Checking

<http://www.ipchecking.com>

Webpagetest

<http://www.webpagetest.org>

YSlow

<http://yslow.org>

Análisis de enlaces

Ahrefs

<https://ahrefs.com>

MajesticSEO

<http://www.majesticseo.com>

CognitiveSEO

<http://cognitiveseo.com/blog/3068/automatic-unnatural-link-detection>

Xenu's link sleuth

<http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>

HubSpot

<http://www.hubspot.com>

Editor-Based Link Management Platform

<https://linksmanager.com>

Raven Link Manager

<http://raventools.com/tools/link-manager>

LinkResearchTools

<http://www.linkresearchtools.com>

Blue backlinks

<http://www.bluebacklinks.com>

<http://www.scrapebox.com>

CognitiveSEO

<http://cognitiveseo.com/index.php>

Link prospector

<http://linkprospector.citationlabs.com>

Broken Link Finder

<http://www.brokenlinkbuilding.com>

Ontolo

<http://ontolo.com>

SEOFrogs

<http://www.seofrogs.com> (orientado al mercado francés)

Generación y seguimiento de contenidos

Google alerts

<http://www.google.com/alerts>

InboundWriter

<http://www.enquisite.com>

Textbroker

<http://www.textbroker.com>

Copyscape

<http://www.copyscape.com>

<http://www.blogdash.com>

Social media optimization

Localización de contactos: bloggers e influenciadores

Grouphigh

<http://www.grouphigh.com>

Blogdash

<http://www.blogdash.com>

Rapportive

<http://rapportive.com>

Buzzstream

<http://www.buzzstream.com>

Trapit

<http://trap.it>

Simplymeasured. Free social media analytics in Excel & on the web

<http://simplymeasured.com/free-social-media-tools>

Twitter analytics

<http://followerwonk.com>

Otros temas de cibermetría (*data mining*, *text mining*, y *big data*), social media, analítica web y estadística predictiva, de usabilidad e investigación de mercados e inteligencia competitiva, tan relacionados con el SEO, dan para otros listados.