

PLANETA
JOY

INFORME SEO

22/02/2010

URLS

Redirección 301

- Cada página del sitio debería tener una, y solo una, url de acceso. Todas las demás variantes deben tener una redirección 301 (permanente) a la url elegida, o una limpieza vía htaccess. Por ejemplo, las siguientes direcciones tendrían que redirigir a <http://www.planetajoy.com/>:
 - <http://www.planetajoy.com/?page=Inicio>
 - <http://www.planetajoy.com/index.php>
 - Hoy en día estas páginas están rankeando como diferentes, y así dividiendo la fuerza de posicionamiento
- Es muy importante especialmente la redirección 301 para converger los dos dominios (.com y .com.ar) en uno solo. Al entrar a <http://www.planetajoy.com.ar/> o a cualquier subpágina dentro del sitio, el usuario debería ser automáticamente al respectivo .com
 - Recomendamos unificar todo en el .com

URLS

Formato de URL

- Se debería respetar el siguiente formato:
 - `http:// dominio elegido / categoría / subcategoría (opcional) / nombre item`
- Por ejemplo:
 - `http://www.planetajoy.com/style/Un-reloj-inspirado-en-las-burbujas-del-champagne`
 - `http://www.planetajoy.com/Inutilisima/Informacion-que-no-sirve-para-nada/jugo-de-carne-para-almorzar-de-un-trago`

URLS

Error 404

- El sitio no está arrojando errores 404 cuando se ingresa un parámetro no existente. Y al ingresar a una URL no existente, no muestra un error amigable para el usuario. Tomando como base el concepto de no tener más de una URL por contenido, esto es poco óptimo, a demás de confuso para los usuarios. Por ejemplo:
 - <http://www.planetajoy.com/?ldsdfs> te lleva a la home principal, y peor aún,
 - <http://www.planetajoy.com/ldsdfs> muestra un error 404 poco amigable.

HEAD

<title>

- Los títulos de las páginas dentro del <head> deben respetar el siguiente formato:
 - Título objeto | Título sección | Nombre sitio
 - Ej: 8 vinos recomendados para beber en tu casa, cuando llegás del trabajo | Beber | Planeta JOY
 - Única excepción, la home: Ahí se puede dejar como está actualmente.
- Es muy importante que todas las páginas tengan un título único, que represente claramente lo que hay dentro. No sirve atiborrar el título de keywords, y menos si el contenido de dicha página no tiene contenido relacionado. También es malo tener muchas páginas con el mismo título.
- Es muy importante que el title contenga 1 o 2 keywords principales de la nota.

HEAD

Meta Description

- **<META NAME="Description" CONTENT="Descripción detallada de la página, en un lenguaje amigable para el usuario. Utilizar buenas keywords relacionadas al contenido. Máximo 160 caracteres.">**
- Cada página del sitio debe tener un meta description único, y relacionado con su contenido.
- El description debe estar redactado en lenguaje amigable para el usuario, no ser un montón de keywords sumados.
- Debe contener dentro del texto los 2 o 3 keywords más importantes para esa página.
- Ejemplo, [http://www.planetajoy.com/?6 blancos para la gente a la que no le gusta el vino blanco&page=ampliada&id=797](http://www.planetajoy.com/?6%20blancos%20para%20la%20gente%20a%20la%20que%20no%20le%20gusta%20el%20vino%20blanco&page=ampliada&id=797)
 - “A la mayoría de los argentinos les decís por “vino” y te responden “tinto”. Si sos parte de ese grupo, deberías saber que tenés un mundo por descubrir entre los blancos que, aunque hoy te suene raro, durante muchos años fueron los más vendidos del país
- No repetir el título, la idea es complementarlo. En todo caso, para facilidad de carga (en las noticas), utilizar automáticamente el primer párrafo del texto como meta description.

BODY

H1, H2, H3

- **En la home principal**

- Poner un H1 oculto donde se encuentra el logo con el título del sitio. Se puede complementar con un H2 con la bajada (“Restaurantes, Bares, Salidas”, o el elegido).
- Los títulos de las notas destacadas, ponerlos con H3.

- **En cada home de sección**

- Poner un H3 oculto donde se encuentra el logo con el título del sitio.
- Las secciones actualmente no poseen título. Es muy importante poner un H1 con el título de cada una. Si se desea poner el título como imagen, poner el H1 oculto.
- Los títulos de cada nota deben ir entre H2.

- **En cada nota individual**

- Poner un H3 oculto donde se encuentra el logo con el título del sitio.
- El título del nota ponerlo dentro de un H1
- Si hubiera subtítulos, ponerlos en H2

BODY

Imágenes

- **El logo de Planeta Joy en el header**
 - Ponerle un ALT con el nombre del sitio y la frase elegida. Ej: “Planeta Joy: Restaurantes, Bares, Salidas”
- **En las imágenes de los contenidos**
 - El nombre del archivo debería tener los 2 o 3 keywords representativos.
 - Ponerle un ALT con una buena descripción. Si se quiere automatizar, ponerle de ALT el mismo texto que el título SEO (el que usamos para el <title> y la URL)
 - También ayuda tener epígrafes.

BODY

Links

- **Titles**

- Todos los links deberían tener un TITLE descriptivo sobre a donde apuntan. En el caso de apuntar a notas, deberían tener como TITLE el título de la nota destino.

- **Anchors**

- El anchor de cada link debería ser descriptivo. Los links con anchor “Leer más” o “Volver” no ayudan demasiado. Es mucho mejor un anchor estilo “Continuar leyendo ‘La noticia XXXX’...”

- **No follow**

- Los links (especialmente los que apuntan fuera del portal) que no sean necesariamente relevantes, deben tener no-follow. Por ejemplo, los de compartir en Facebook, etc.
- También los que apunten a páginas internas que no se tiene un interés especial por posicionar bien en buscadores, para aprovechar el link-juice lo mejor posible.

- **Breadcrumbs**

- Todo el sitio debería tener breadcrumbs, respetando el resto de las reglas de links (anchors, titles).

BODY

Textos

- **Densidad de Keywords**

- Google calcula el “Keyword Density”, buscando las palabras o frases que más aparecen dentro de una página, teniendo en cuenta su posición, peso, etc.
- Cada página debería tener una buena densidad de las keywords para las que se busca posicionar. **2% - 3%** aprox.
- ¡Ojo! Tampoco hacer spam. No sirve tener un texto de 2 párrafos con la frase “Vino blanco” 32 veces.
- Prestar mucha atención a la densidad de keywords en la home principal.
- Medir la densidad con alguna de las miles de herramientas gratuitas para tal fin.
 - Ej: <http://www.seochat.com/seo-tools/keyword-density/>
 - En este momento, el segundo keyword con más densidad en la home principal es “**adobe flash player**”

- **Bold**

- Los keywords principales de una página deberían estar con o

- **Ubicación**

- El primer párrafo es un poco más relevante que el resto del texto de una página (tanto para google como para los usuarios).
 - Hacer en el primer párrafo una especie de resumen del punto principal de la nota, y luego desarrollar.
 - ¡Atención al Keyword Density del primer párrafo!
 - Obviamente los títulos deben contener los keywords principales (sin abusar).

- **Seguir las reglas de redacción para la web**

ESTRATEGIA

1. Optimización general: Realizar los cambios propuestos en este documento.

2. Optimización puntual:

1. Generar una lista de keywords relevantes
2. Identificar las páginas mejor rankeadas para esas keywords
3. Hacer optimizaciones puntuales en esas páginas ya bien rankeadas para mejorar su posición. (En este momento, hay una oportunidad enorme de mejora para los keywords “Bares” (en página 5 de google) y “Restaurantes” (Página 6 de google)
4. Link-Building: Estrategia de generación de links entrantes para esas páginas.

3. Optimización para otros keywords relevantes:

1. Generar landing pages para el resto de los keyword relevantes y trabajar una estrategia de link-building.

4. Optimización long tail

1. La optimización para el long tail será dada por la suma de los cambios aplicados en los 3 puntos anteriores, y la generación de nuevos contenidos (páginas para restaurantes, bares, notas, etc).

ANEXO I

Usabilidad y Navegabilidad

A continuación hacemos algunas recomendaciones que consideramos útiles para futuras mejoras en el portal:

- Agregar la posibilidad de registrar usuarios, tanto dándose de alta como mediante los principales servicios actuales (Facebook Connect, Twitter Sing-in, etc.)
 - Una vez autenticados los usuarios permitir las funcionalidades que hoy son commodity: Comentar, guardar un item como favorito, votar, etc.
 - Esa información permitirá ir haciendo un perfil de los usuarios, para detectar targets específicos y sub grupos.
 - Utilizar esta información para viralizar contenidos... “Las 10 más votadas. Las 10 más recomendadas, etc”. Y b
- El acceso a la sección “Edición impresa” es confuso. El botón se pierde con el fondo. Haría un call-to-action mucho más definido.
- Los botones de “+ Leídas” y “+ Comentadas” no tienen un estado “activo”, entonces no se entiende cuál de los dos tengo seleccionado.