

## El podcast de “PrestAyuda vende más y más rápido” con Gert Mellak.

### Sesión #026

#### Transcripción:

Bienvenido al Podcast de **PrestAyuda.com**, donde te ayudamos con tu tienda de Prestashop y te enseñamos como vender más y más rápido.

Bienvenidos al cuarto episodio de la serie sobre **SEO**. Si no has escuchado los primeros tres, aunque la tentación es muy grande empezar con los temas prácticos, te recomiendo escuchar antes los anteriores para comprender qué es lo que hacemos aquí. Son los capítulos 23, 24 y 25, y luego estarás preparado para empezar a mejorar el **SEO** de tu **tienda de Prestashop**.

Hoy nos centraremos en 4 cosas que puedes hacer para mejorar el SEO de tu tienda de PrestaShop:

#### 1) **LA PÁGINA INICIAL:**

Hay que añadir **texto** como sea. Aunque muchos dicen que no, sabemos y tenemos las pruebas de varios proyectos que conseguir *rankings para la home* funciona para términos genéricos de tu sector. Es verdad que no serán los términos que más convierten, pero te dará mucha visibilidad para tu marca y añadiendo campañas de *ReMarketing* y demás, puedes aprovecharte y conseguir las ventas posteriormente. A parte del texto es importante vigilar, y eso en toda la tienda, las **imágenes**. Asegura que las imágenes tengan un nombre de archivo que diga algo. Que no sea solamente un archivo o el nombre que hayan dado en la biblioteca de imágenes donde has sacado la foto y asegúrate que todas las imágenes tengan un texto alternativo o el llamado atributo alt para que Google pueda leer más fácilmente la información de la imagen.

#### 2) **LAS PÁGINAS DE CATEGORÍAS:**

Muchas veces las categorías son las **Landing Pages**, las páginas de destino a donde queremos llevar a uno que busca por ejemplo “sillas para oficina”. Si alguien busca “sillas para oficina” poco sentido tiene llevarle o intentar llevarle a una silla en concreto, mejor llevarle a una lista de sillas, a la categoría de las sillas principal donde luego puede seguir navegando y coger la silla giratoria, la silla con ruedas, la silla fija, etc. En las páginas de categorías es importante, también, añadir texto. Google con una plena lista de productos hace muy poco.

Es más fácil para Google indexar una página si tiene texto. Y en el texto, es donde podemos integrar distintos formatos como H2 o negrita y demás para formatear el texto y resaltar ciertos términos, cierta terminología, sinónimos y demás y darle un poco más de chicha a Google para agarrar la página, indexarla. El H1 tiene que ser, lógicamente, el nombre de la categoría.

### 3) **LAS FICHAS DE LOS PRODUCTOS:**

Muchas búsquedas en Google son muy concretas porque la gente compara precios, busca más información sobre un producto en concreto. Entonces, las fichas de los productos cobra mucho sentido a la hora de indexarla o conseguir más posicionamiento, más visibilidad orgánica. En las fichas de producto queremos:

- el título en H1.
- Queremos texto que describe el producto.
- Queremos a lo mejor vídeos incrustados, imágenes.
- Y descripciones META y el TITLE también son muy importantes.

En las fichas de los productos también hay que vigilar mucho, mucho **las imágenes**. Asegurar que estén **optimizadas**. Hay que asegurar que tengan su nombre correctamente puestos. A lo mejor en relación también con el nombre del producto. Y tenemos que asegurar que tengan su texto alternativo para ver, indicar un poco que es lo que se ve. Muchos productos tienen varias imágenes y si tengo una vista desde delante, desde atrás pues puedo indicar esta información, por ejemplo, en el texto alternativo. Las fichas de producto lo más importante es presentarlas de la mejor manera posible. Así los usuarios lo agradecerán y **Google valora** que los usuarios se queden cierto tiempo en las fichas de producto en comparación, a lo mejor, con los competidores que solamente han hecho un copia y pega de su proveedor y no han cuidado las fichas.

### 4) **LAS ETIQUETAS META:**

Muchos todavía creen que las etiquetas META son lo único que hace falta para el **SEO** y añadir un montón de **keywords**, un montón de palabras clave ya es suficiente para el SEO. Eso fue hace mucho, mucho tiempo.

Hoy en día la etiqueta de las keywords prácticamente se puede ignorar. Google lleva 8 años o 10 diciendo que ni siquiera la tienen en cuenta. Yo en cuanto a las META y en la cabecera del HTML me centraría, en la **descripción META** que es el texto que luego de verdad sale en los resultados de búsqueda. Y allí, es donde podemos superar en tasa de clics a otras páginas que a lo mejor tienen un ranking más alto. Imagina que a lo mejor tienes un ranking de 8, un ranking de 10 pero en todos los resultados de búsqueda tu descripción META



es la que más convence, la que más invita a los usuarios a hacer clic. Entonces no importa que estés en posición 10 sino simplemente por tu descripción META atraerás los usuarios de la misma manera.

Luego, **el TITLE, SI es muy importante.** Es lo que sale en el navegador, en la pestaña arriba. Eso hay que cuidarlo mucho porque Google lo tiene en cuenta. Es el texto que suele salir en los resultados de búsqueda en azul. Y es lo que llama mucho la atención. Entonces, así cambiando el TITLE, si vemos a lo mejor por Search Console (las antiguas herramientas de webmaster) que un resultado de búsqueda tiene muy pocos clics, una tasa de clics muy baja cambiando el TITLE o modificando la descripción META podemos retocar un poco e intentar mejorar los valores.

Hemos llegado al final de nuestra serie sobre **SEO en PrestaShop.** Si te queda cualquier duda o pregunta, déjanos un comentario abajo, o envíanos un e-mail a [info@prestayuda.com](mailto:info@prestayuda.com), aquí estamos para ayudarte con tu prestashop.

Si te ha gustado la serie, te agradecería si nos pudieras dejar una valoración y un comentario en iTUNES, así nos ayudarás a conseguir más visibilidad para este podcast.

iSoy Gert Mellak, gracias por escuchar!