# Checklist para un proyecto de SEO

## SEO técnico

**Mejorar de la velocidad del sitio**

* Optimizar imágenes y videos (compresión, carga diferida)
* Habilitar el almacenamiento en caché del navegador para visitantes recurrentes
* Analizar la velocidad del sitio en PageSpeed ​​Insights después de las correcciones

**Corregir los errores de rastreo**

* Identificar errores 404 y crear redirecciones 301 a páginas relevantes
* Eliminar cadenas de redireccionamiento para agilizar el rastreo
* Actualizar y envíar el mapa del sitio XML a Google Search Console

**Optimizar Core Web Vitals**

* Mejorar el Largest Contentful Paint y los tiempos de respuesta del servidor
* Abordar el Cumulative Layout Shift (CLS) configurando las dimensiones de las imágenes

**Garantizar la compatibilidad con dispositivos móviles**

* Solucionar problemas de usabilidad móvil como el escalado de fuentes y los elementos en los que se puede hacer clic

**Garantizar la indexabilidad adecuada**

* Actualizar robots.txt y las etiquetas canónicas para garantizar que las páginas críticas sean indexables

## Estrategia de contenido

**Hacer la auditoría y optimización del contenido existente**

* Identificar páginas de bajo rendimiento mediante Google Analytics y Ahrefs
* Actualizar el contenido principal
* Añadir enlaces internos al contenido principal

**Desarrollar un mapa de palabras clave**

* Asignar las palabras clave informativas a los temas del blog y palabras clave transaccionales a las páginas de destino

**Crear contenido pilar y de grupo**

* Redactar contenido pilar para el tema principal
* Redactar 5 artículos de grupo de apoyo orientados a palabras clave ‘long tail’

**Crear diferentes tipos de contenido**

* Crear infografías, vídeos, publicaciones de autor invitado y newsletters.

## Backlinks

**Analizar el perfil de backlinks actual**

* Hacer auditoría para identificar enlaces tóxicos y enlaces de calidad
* Desautorizar los backlinks dañinos

**Analizar los backlinks de la competencia**

* Identificar las fuentes de backlinks de la competencia

**Crear contenido de calidad para los enlaces**

* Publicar un informe o investigación original
* Crear infografía para la difusión de contenido enlazable

**Hacer campañas de outreach**

* Desarrollar una lista de objetivos de difusión (por ejemplo, blogs invitados, páginas de recursos)
* Enviar correos electrónicos de difusión personalizados que ofrecen contenido enlazable