

Cómo optimizar tu sitio web con el plugin Yoast SEO



Ilustración: Pixel True

¿Cómo optimizar entradas o páginas de tu sitio web con el plugin Yoast SEO?

Si tu sitio web está hecho con WordPress, entonces debes saber todo sobre el plugin Yoast SEO, una herramienta muy potente e indispensable que te ayudará a optimizar tus artículos, páginas internas y publicaciones web.

¿Qué es Yoast SEO?

Yoast SEO es un plugin o herramienta que puedes instalar dentro de tu CMS (content management system) WordPress de forma gratuita; aunque también puedes adquirir su versión Premium para obtener más opciones de personalización.

Su función es analizar el contenido de tu artículo o página y verificar si estos cumplen con los parámetros correctos para que pueda posicionarse de forma orgánica (SEO) en los motores de búsqueda.

Hay dos elementos claves que analiza este plugin Yoast SEO. Uno es que el contenido sea legible para que cualquier persona pueda entenderlo y en segundo lugar, la aparición de palabras clave (keywords) a lo largo del artículo.

Estas palabras o frases claves son las que introducen los usuarios de Internet en los motores de búsqueda para encontrar un contenido concreto. Si tu página web, tus artículos o cualquiera de tus páginas internas no tienen estas palabras, los motores de búsqueda, entre ellos nuestro querido Google, tendrá problemas para indexar tu sitio correctamente en los resultados de búsqueda.

Y tú te preguntarás... ¿Qué es eso de indexar?

Pues no es más que añadir tu sitio web a una especie de índice o repositorio para que los usuarios puedan encontrarte, es como la tradicional guía telefónica de páginas amarillas, pues igual.

Pero volviendo al tema, cuando escribes los textos de su sitio web, debes seguir ciertas pautas para cumplir con los atributos que los buscadores utilizan y Yoast SEO te ayuda a cumplir con esas pautas.

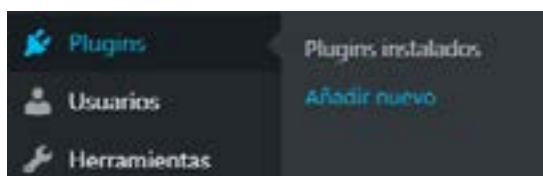
Esta herramienta hace una evaluación muy original e intuitiva mediante el sistema de colores de los semáforos donde el verde te indica que el contenido está optimizado para SEO.

El naranja te indica que hay elementos en el texto que deben mejorarse.

Y el rojo te advierte que debes hacer cambios más profundos.

¿Cómo se instala Yoast SEO?

Para instalar Yoast SEO, debes ingresar a tu WordPress y desde la barra lateral izquierda hacer clic en la opción llamada "Plugins" y seleccionar el botón "Añadir nuevo".



En respuesta, tu WordPress te llevará a la página de plugins y en la parte superior derecha en donde aparece el buscador, coloca "Yoast SEO" para encontrar más rápido la herramienta.

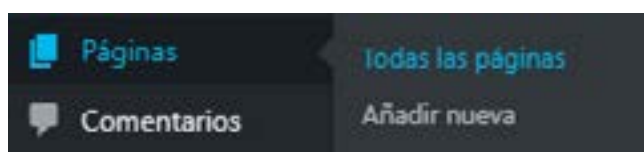


Selecciona la opción de "Instalar" y seguidamente "Activar" y... ¡Voilà! Así de fácil.

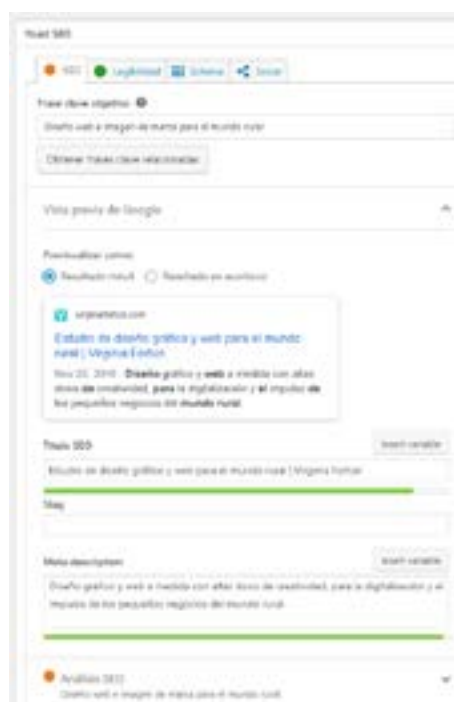
Ahora debes configurarlo con tu sitio web, pero no te asustes que es muy intuitivo. Sigue los pasos y en unos minutos lo tendrás listo.

¡Bien! el siguiente paso es configurar cada una de las páginas internas dentro de tu página web.

Para ello has de volver a la barra lateral izquierda de tu WordPress y hacer clic en la opción llamada “Páginas” y desde allí empezar a configurar cada una de las páginas que tenga tu sitio web.



Una vez dentro de la página, deberás ir hacia la parte inferior, donde encontrarás la ventana de contenido del plugin para empezar a rellenar y cumplimentar cada uno de los campos requeridos.



Parámetros de análisis del Yoast SEO

Análisis de legibilidad

Para que tu texto sea legible debes cumplir con reglas gramaticales y ortográficas. Conoce aquellas que el Yoast SEO

toma en consideración:



Flesch reading ease/ facilidad de lectura

Este parámetro evalúa qué tan fácil de comprender es tu contenido basándose en dos aspectos: cómo se relaciona la cantidad de palabras con la cantidad de oraciones y cómo se relaciona la cantidad de sílabas con la cantidad de palabras.

Para ello, el plugin establece una escala de evaluación del 0 al 100: mientras más bajo sea el número y se acerca al 0, menor legibilidad tendrá.

Passive voice/voz pasiva

¿Te acuerdas de las clases de lengua en el instituto y aquello de la voz pasiva y la voz activa? Igual con un ejemplo te refresco la memoria:

Voz activa: Virginia Pasea el gato.

Voz pasiva: El gato es paseado por Virginia

Si analizamos ambas frases “Virginia pasea el gato” se entiende con mayor facilidad que “el gato es paseado por Virginia”, en este sentido.

Así pues en este parámetro Yoast Seo te dice que si tus oraciones están redactadas en voz activa serán mucho más sencillas de leer.

Recuerda que son robots los que van a buscar todas esas oraciones. Por eso es recomendable redactar tus oraciones y

por qué no, tu contenido en voz activa y no en pasiva para así garantizar su legibilidad.

Consecutive sentences/ oraciones consecutivas

La verificación de oraciones consecutivas evalúa si tu texto contiene tres o más oraciones en una fila o en párrafos seguidos que comiencen todas con la misma palabra.

Para ello te aconsejo que inicies tus párrafos yendo directo al grano, es decir, no repetas tanto las palabras introductorias.

Subheading distribution/ distribución de subtítulos

Este parámetro comprueba si has utilizado suficientes subtítulos o no en tus textos. Si tu artículo contiene 300 palabras o más, lo mejor es utilizar subtítulos (h3) así separaras las ideas y ayudas a los lectores a comprender mejor el contenido de tu mensaje.

Un dato importante, añade alguna palabra clave en esos subtítulos, a Google le encanta y sobre todo no te olvides asignarle la etiqueta correspondiente si es un h2 o h3 importantísimo.

Paragraph length/ longitud del párrafo

Aquí se verifica si tus párrafos son demasiado largos. Para cumplirlo debes procurar escribir párrafos con menos de 4 o 5 oraciones. Así le facilitas a tus lectores visualizar y comprender mejor tus textos, además harás que tus textos sean visualmente más atractivos y menos pesados.

Sentence length/ longitud de oraciones

Este parámetro es similar al anterior, ya que evalúa la longitud de tus oraciones. Mi recomendación es que no uses palabras difíciles de comprender y con oraciones que no contengan más de 25 palabras.

Transition words/ palabras de transición

Estas palabras se utilizan para pasar de una idea a otra o conectarlas entre ellas. Te lo explico mejor con otro ejemplo. "Es

decir”, “Por lo tanto”, “Además de”... ¿mejor así, verdad?

Estas palabras de transición ayudan a que tus textos sean más legibles, por eso te aconsejo que las incorpores a lo a lo largo de todos tus artículos.

Identificación de frase o palabra clave principal

En esta sección debes colocar la palabra o frase clave que piensas destacar. Por ejemplo, «comida vegana». Así Yoast SEO te dará los resultados de su análisis, basándose en la cantidad de veces que utilices dicha palabra clave o principal, a lo largo de tus textos. Yo te recomiendo que introduzcas la palabra clave entre 3 y 5 veces.

Keyphrase in subheading/ palabra clave en subtítulos

Debes utilizar suficientes subtítulos dentro de tus textos, para poder cumplir con este parámetro. Lo recomendable que que utilices como mínimo 3 y recuerda que lo ideal es que puedan contener la palabra clave.

Image alt attributes/ Atributos “Alt” de imagen

Este parámetro es para mí uno de los más importantes pues comprueba algo que casi nadie hace, que es verificar si tus imágenes tienen una descripción y que además dicha descripción contenga la palabra clave.

¿Tus imágenes tienen descripción? A que no...

Keyphrase in title/ palabra o frase clave en el título

Si quieres que tu artículo se indexe como debe ser y que además se posicione, has de incluir la palabra clave dentro del título. ¿Cómo son tus títulos? ¿Has incluido la palabra clave?

Otros indicadores del análisis de las palabras clave (keywords) son:

Outbound links/ links externos

Enlaces externos a otros sitios web. Esto es muy importante y muy

valorado por Google, pero ojo, han de ser enlaces buenos o de lo contrario no se podrá validar tu contenido con otras fuentes de información. Puedes utilizarlos por ejemplo en el caso de que menciones alguna persona reconocida y destaca o incluso de alguna institución.

Internal links/links internos

Estos son más fáciles de cumplimentar. Se trata de los enlaces (links) internos de tu sitio web, es decir, enlaces que pones dentro de tus textos pero que llevarán a tus lectores a otra página de tu sitio web, puede ser otro artículo, a tu sección de servicios o a tu formulario de contacto.

Keyphrase in introduction/ frase clave en la introducción

Volvemos con la palabra clave, es muy importante incluirla al inicio de tu artículo o texto. Así dejarás clara la idea principal.

Keyphrase length/ longitud de frases claves

Esto quiere decir que hay palabras clave largas o cortas. ¿Has oído hablar de las long tail keywords? Pues es esto, palabras clave compuestas por 2 o más palabras. Por ejemplo: Comida vegana, para principiantes.

Keyphrase density/densidad de la frase clave

Este indicador comprueba que la cantidad de veces que tu palabra clave aparece en tus textos es la correcta, es decir que se repite de 5 a 10 veces.

Keyphrase in meta description / frase clave en la meta descripción

La “meta description” del artículo, ¿pero qué es eso Virginia? Es un texto breve, a modo resumen que se muestra en el motor de búsqueda para que las personas que te busquen, tengan una idea de lo que van a encontrar al hacer clic en tu página. En la meta descripción debes incluir la palabra clave principal.

Meta description length/longitud de la meta descripción

Este parámetro es para analizar si el texto en tu meta description es corto o largo. Para que sea correcto deberás hacer un texto de entre 140 a 150 caracteres.

Previously used keyphrase /uso previo de la frase clave

Con esto Yoast Seo analiza si estás utilizando la palabra clave como principal en otras entradas del blog.

Text length/longitud del texto

Este parámetro contabilizan la cantidad de palabras utilizadas en tus textos. Mi consejo es que generes artículos que tengan como mínimo 600 palabras. Recuerda que ha de ser contenido de calidad, no escribas cualquier cosa.

SEO title width/ Ancho de título SEO

Este parámetro debe contener el título de tu artículo, un separador y a continuación, el nombre de la página y/o empresa.

Keyphrase in slug/frase clave en el enlace principal

El slug es el URL que aparece en tu snippet (recuadro donde se ve el SEO title y la meta description).

Este es el enlace que tu WordPress genera de manera automática cuando creas el título de tu artículo solo que añade unos guiones a modo de separación entre palabra y palabra, seguido del dominio y el hosting de la página.

Y ya está!!!!

Has conseguido configurar tu página para tener un correcto SEO, ahora ya puedes aplicar SEO al resto de páginas de tu sitio web.

Si te ha sido útil, puedes compartir esta información, así ayudas a otros a resolver sus dudas y también me ayudas a mí.

Contacto

Si te interesan mis servicios puedes contactar conmigo enviándome un email a:

✉ contacto@virginiafortun.com

🏠 <https://virginiafortun.com/>

f [virginia.fortun.disenadora](#)

🐦 [@virginiafortun](#)

📷 [virginia_fortun](#)

in [virginiafortun](#)