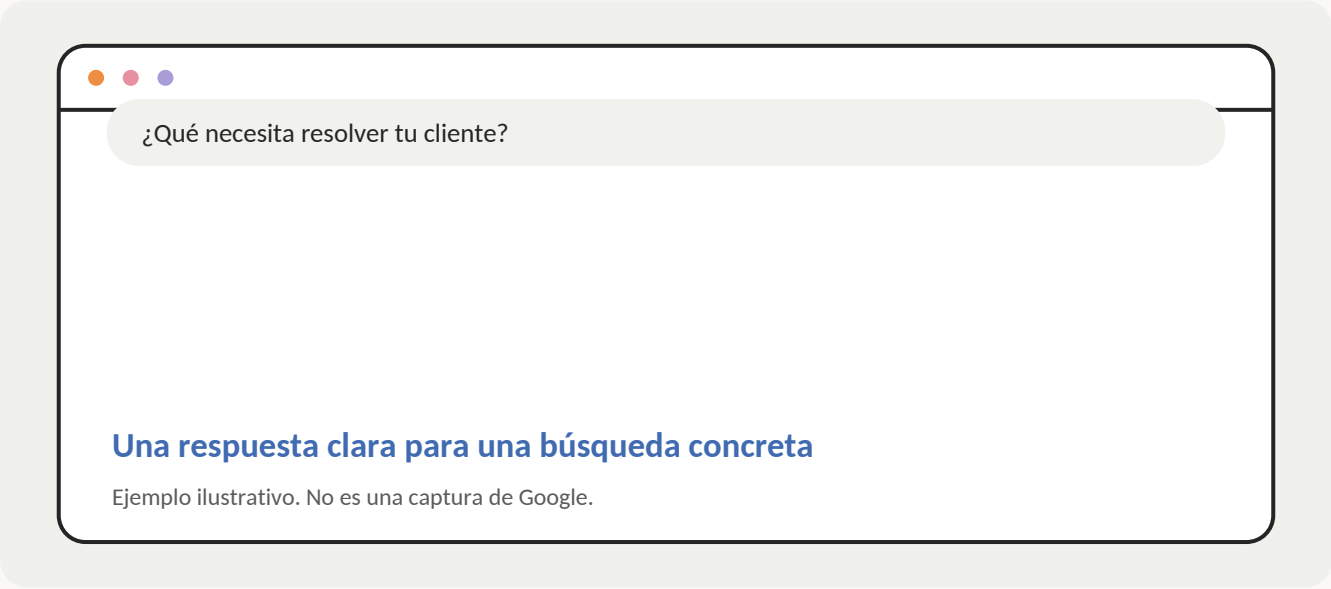
SEO PARA ENTENDERTE CON GOOGLE

SEO sin palabras raras.

Primeros pasos para que las personas adecuadas encuentren tu negocio.



Entender búsquedas · Mejorar páginas · Conectar contenidos
Mostrar experiencia · Medir lo que importa

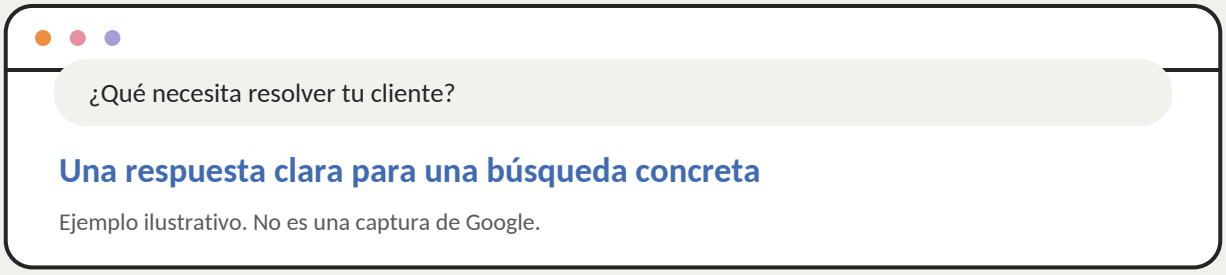
Para personas que quieren entender su web sin tener que hablar como un departamento de informática.

GUÍA GRATUITA · EDICIÓN OCTUBRE 2026

02 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Empieza por una pregunta: ¿a quién quieres ayudar?

El SEO consiste en facilitar que los buscadores comprendan tu web y que las personas encuentren una respuesta útil en ella.



Una visita útil tiene relación con tu negocio.

Antes de buscar palabras clave, apunta qué vendes, a quién y dónde prestas el servicio. No vale lo mismo una visita de alguien que busca una definición que la de alguien que quiere contratar lo que haces.

Distingue tres momentos.

Aprender: «cómo elegir una web para mi empresa». **Comparar:** «WordPress o una tienda a medida». **Contratar:** «empresa de diseño web en Valencia». Una guía, un artículo y una página de servicio pueden resolver necesidades distintas.

Elige por dónde empezar.

Escoge un servicio importante y reúne las preguntas reales que recibes por teléfono o email. Usa esas dudas para mejorar la página que ya lo explica. Crear varias páginas casi iguales suele complicar la navegación y el mantenimiento.

Un ejercicio sencillo: completa esta frase: «Ayudo a _____ a resolver _____ mediante _____». Será el punto de partida de tus contenidos.

03 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Una página clara para cada necesidad.

La persona debe entender qué ofreces, cómo funciona y por qué puede confiar en tu empresa.

H1 El tema principal

H2 Una sección importante

H3 Un apartado de esa sección

Ordena la información.

Usa un título principal que identifique el tema. Divide el contenido en secciones descriptivas: servicio, proceso, ejemplos, dudas y contacto. Los subtítulos H2 y H3 organizan el contenido; no son botones para hacer la letra más grande.

Enseña el trabajo que hay detrás.

Explica cómo resuelves un problema, muestra proyectos propios y añade detalles que solo tú puedes aportar. Una fotografía del resultado, un proceso explicado o una respuesta precisa valen más que repetir «somos los mejores» en cada bloque.

Escribe como habla tu cliente.

Usa los términos que necesita comprender. Define una expresión técnica la primera vez que aparezca. Cuando dos servicios sean realmente distintos, explica la diferencia y enlaza sus páginas; evita crear versiones idénticas cambiando únicamente la ciudad.

Prueba rápida: una persona ajena a tu empresa debería poder decir qué haces y cuál es el siguiente paso después de recorrer la página.

04 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

El resultado de búsqueda también se escribe.

El título SEO y la meta descripción ayudan a presentar la página. La vista previa de un plugin es orientativa.

tuempresa.es / servicio

Interiorismo para viviendas en Valencia | Tu marca

Proyectos de interiorismo adaptados a tu forma de vivir.
Conoce el proceso, descubre trabajos reales y cuéntanos tu idea.

Ejemplo de título y descripción; Google puede adaptarlos.

Título: identifica el servicio o la respuesta.

Escribe algo concreto, fácil de leer y propio de esa página. Pon lo importante al principio y la marca al final cuando encaje. Evita encadenar variantes de la misma palabra o llenar todo de mayúsculas.

Descripción: explica por qué visitar la página.

Resume lo que encontrará la persona: una solución, ejemplos, el proceso o una respuesta. Escribe una descripción distinta para cada página importante y asegúrate de que cumple lo que promete.

Google puede mostrar otro texto.

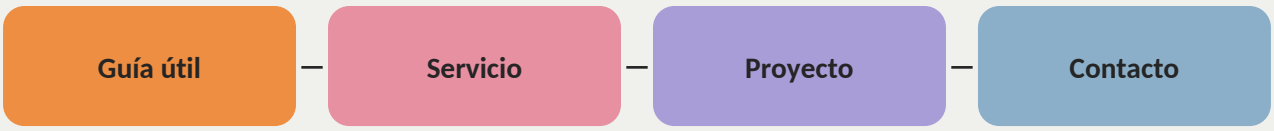
El título y el fragmento dependen también del contenido y de la búsqueda. No existe un número de caracteres que garantice que siempre se vea todo: influyen el dispositivo y el espacio disponible. Un texto claro y breve es un buen punto de partida.

En WordPress: un plugin SEO permite editar estos campos. Guardar cambios no hace que Google los muestre de inmediato; tendrá que volver a rastrear la página.

05 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Une las piezas de tu web.

Los enlaces ayudan a descubrir contenidos relacionados. Cada página importante necesita una forma lógica de llegar a ella.



Un recorrido sencillo, con un siguiente paso claro.

Enlaza con intención.

Desde un artículo puedes llevar a un servicio relacionado; desde el servicio, a un proyecto que lo demuestre. El texto del enlace debe explicar el destino: «proyecto de tienda online» orienta mejor que «más información» repetido por todas partes.

Da contexto a imágenes y vídeos.

Acompaña las imágenes con texto útil y una descripción alternativa cuando aporten información. Un vídeo propio puede explicar un proceso o enseñar un caso. Añade un resumen escrito para que la idea principal se entienda también sin reproducirlo.

Cuida la experiencia móvil.

Revisa que no haya textos cortados, botones diminutos o imágenes desproporcionadas. Ajusta el peso de los archivos y utiliza formatos adecuados. Si una página tarda demasiado o se rompe, pide una revisión técnica concreta.

Un PDF es un recurso, no un atajo. Puede ser útil para guardar o imprimir. Publica también una presentación y las ideas esenciales en la web para que se entiendan sin descargarlo.

06 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Que te encuentren.
Que puedan comprobarte.

Una web publicada no está necesariamente indexada. Y aparecer en una búsqueda no significa aparecer siempre en la misma posición.



Usa Search Console para comprobar tu web.

La inspección de URLs informa sobre una dirección concreta. El sitemap ayuda a comunicar las páginas que quieres que se conozcan, pero no garantiza indexación. Si hay una exclusión, revisa el motivo antes de cambiar ajustes.

Mantén coherente tu información de empresa.

Nombre, servicios, contacto y datos de ubicación deben explicar la misma realidad en la web y en tu Perfil de Empresa de Google, si corresponde. Revisa horarios y categorías. Pide reseñas reales a tus clientes y responde con naturalidad.

Facilita la decisión.

Muestra ejemplos, explica cómo se trabaja contigo y permite contactar con facilidad. Si ofreces un servicio local, di dónde lo prestas de verdad. La reputación se construye también fuera de tu web mediante experiencias y referencias verificables.

Si no apareces: puede haber motivos de rastreo, indexación, relevancia o competencia. Solicitar indexación repetidamente no sustituye el diagnóstico.

07 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Mide con perspectiva. Mejora con un plan.

Compara periodos similares y anota los cambios. Una oscilación de un día no cuenta toda la historia.



Semana 1 · Escoge una página.

Anota su objetivo, las dudas del cliente y una situación inicial. En Search Console revisa impresiones, clics, consultas y páginas; recuerda que la posición es un promedio que varía según el contexto de búsqueda.

Semanas 2 y 3 · Mejora y conecta.

Aclara el contenido, revisa título y descripción y añade un ejemplo propio. Comprueba móvil, imágenes y enlaces. Enlaza esa página desde otros contenidos relevantes de tu web.

Semana 4 · Evalúa y decide el siguiente paso.

Revisa si aparecen búsquedas relacionadas y si llegan visitas y consultas útiles. Anota qué has observado y qué quieres comprobar después. Algunos cambios necesitan más semanas o meses para poder valorar su efecto.

Tres preguntas: ¿me encuentran por lo que ofrezco?, ¿visitan la página adecuada?, ¿me contactan personas que encajan con mi servicio? Las posiciones son solo una parte del resultado.

08 / LO BÁSICO, BIEN EXPLICADO

Tu punto de partida está listo.

Una revisión breve, repetida con criterio, es más útil que cambiarlo todo sin saber qué funcionaba.

Antes de cerrar esta guía, comprueba:

Has elegido una página prioritaria; su servicio se entiende; muestra ejemplos propios; está enlazada; funciona en móvil; tiene título y descripción claros; y puedes saber si recibe consultas.

¿Prefieres trabajarlo con ayuda? En Marabelia unimos diseño, desarrollo y posicionamiento para que la web tenga sentido para tu negocio.
SEO y marketing · Proyectos · Contacto
Mar: 655 28 25 86 · WhatsApp

Para ampliar, fuentes oficiales consultadas en octubre de 2026:

Google: guía SEO para principiantes

Google: títulos de búsqueda

Google: descripciones de búsqueda

Google: enlaces

Google: imágenes

Search Console: informe de rendimiento

Google: información y posicionamiento local

Los ejemplos son ilustrativos. Las acciones propuestas no garantizan primeras posiciones ni resultados inmediatos.