

SEO – Checklist

A. KEYWORD Y FRASE OBJETIVO

- ☐ He definido una **keyword principal**
- ☐ He definido una **frase objetivo** natural y clara
- ☐ La frase objetivo refleja lo que el usuario busca

Keyword = concepto

Frase objetivo = búsqueda real del usuario

B. TÍTULO (H1)

- ☐ Contiene la **keyword principal**
- ☐ Aporta un **beneficio claro**
- ☐ Describe exactamente de qué trata el artículo
- ☐ No es creativo ni ambiguo
- ☐ Tiene menos de **60 caracteres**

C. ESTRUCTURA DEL CONTENIDO (H2 / H3)

- ☐ Uso correcto de **H2 y H3** (sin saltos)
- ☐ Cada **H2** responde a una **pregunta** que el usuario podría buscar
- ☐ Los H3 desarrollan subtemas concretos

Los encabezados son “marcadores” para Google y para el lector.

D. LENGUAJE Y FORMATO

- ☐ Lenguaje técnico pero comprensible

- ☐ Evito exceso de marketing
- ☐ Uso **negritas** solo para **conceptos** clave
- ☐ **Párrafos cortos (3–4 líneas)**
- ☐ Uso **listas con viñetas**
- ☐ Uso tablas cuando ayudan a explicar mejor
- ☐ **El contenido es fácil de leer en móvil**

E. ENLAZADO INTERNO

- ☐ He añadido **3–6 enlaces internos** relevantes
- ☐ Uso **textos ancla** variados y naturales

F. IMÁGENES Y MULTIMEDIA

- ☐ Las imágenes tienen nombre de archivo descriptivo
- ☐ Cada imagen tiene **alt text**
- ☐ Las imágenes no son demasiado pesadas
- ☐ El contenido visual aporta valor real

ERRORES SEO QUE DEBO EVITAR

- ☐ ✗ Títulos genéricos o “creativos”
- ☐ ✗ Varias keywords principales
- ☐ ✗ Falta de estructura
- ☐ ✗ Contenido duplicado
- ☐ ✗ Artículos sin enlaces

