

Auditoría web



¿Tu web está preparada para los tiempos que corren?

Guía práctica para auditar tu página web

Hay muchas formas y niveles de hacer una auditoría a tu sitio web, pero no vengo a agobiarte con tecnicismos ni complicaciones, lo que quiero es ayudarte, para que puedas hacer un diagnóstico y compruebes si **tu web cumple** no solo **con un buen diseño** y con **el lenguaje adecuado**, sino que además **sea funcional, efectiva** y **consiga los objetivos** para los que fue hecha.

Con esta auditoría, podrás identificar los posibles fallos que pueda tener tu sitio web, además te diré cómo podrás solucionarlos.

He organizado esta auditoría en 5 partes: **configuración, estructura, diseño, contenido** y **SEO**, pero quiero dejar claro que el orden es orientativo, lo realmente importante es que cumplas con todos y cada unos de los puntos que voy a explicarte.

¡Vamos a ello!

CONFIGURACIONES TÉCNICAS - SEGURIDAD

Hosting y certificados SSL:

Hoy día todas las empresas que ofrecen servicio de hospedaje, incluyen sistemas de seguridad que te garantizan que tu sitio estará protegido, sin embargo no está de más que te informes de qué medidas toma la empresa que has contratado para alojar tu web. Además, es muy importante que tengas activados los certificados SSL, sí lo sé, parece algo básico pero aunque no te lo creas aún hay muchas webs que no los tienen. Si necesitas más info puedes leer mi artículo sobre [Seguridad en Internet](#).

Utiliza Google reCAPTCHA para evitar spam:

El [reCAPTCHA de Google](#), es un sistema de seguridad que se utiliza para que los bots no puedan completar los formularios de tu sitio web de forma malintencionada, es decir que sirve para detectar tráfico de programas automatizados que solo causan basura y molestias.

Copias de seguridad:

Otra de las cosas que debes tener es una copia de seguridad de todo tu sitio web. Puedes programarla desde tu servidor o con algún plugin que instales en tu administrador de Wordpress. Si han conseguido hackear bancos, también podrían hacerlo a tu página web. En esta vida casi todo es posible. Por eso hazte con un respaldo de todos tus archivos, cada mes.

Velocidad de carga:

Si quieres conseguir una buena respuesta por parte de tus usuarios, tu sitio web debe cargar rápido, ni tus visitas ni a Google les gusta esperar para ver tus contenidos. [Google Page Speed](#) te hace un informe y te ayuda a mejorar la velocidad de tu página web. No es tan profesional como [Gtmetrix](#) pero puede darte alguna idea.

ESTRUCTURA



Arquitectura de la información:

Cómo está construida tu página web y cómo están enlazadas entre sí todas las secciones, es un factor determinante para que tus usuarios permanezcan por más tiempo viendo tu sitio o no. La experiencia que debes brindarles a tus visitas, ha de ser cómoda. Permíteles acceder a todo de forma rápida y que sea visualmente agradable.

Secciones básicas:

Las secciones que debe tener una web, dependerán de tu sector y de otros factores, pero indistintamente de las secciones que tenga, debes tener claro que cada una de ellas está allí para cumplir un

objetivo y que deben contener los elementos estratégicos que te ayudarán a cumplir ese objetivo.

La página de inicio o Homepage que será la que marque el estilo global de tu sitio con todas sus zonas claras y bien definidas, te estoy hablando de la cabecera o header, la zona de contenido, y el footer o pie de página que deberá repetirse en todas las secciones de tu sitio web.

También debe tener la página de tus **productos o servicios**, La página sobre mí, es importante dar la cara, a los usuarios les gusta saber quién está detrás de todo eso, además generas cercanía y confianza.

La página de **contacto**, ¿te has planteado para qué quieres que contacten contigo? Tu respuesta será la que definirá toda la información que deberás reflejar en esta página. La información debe ser clara para que puedan escribirte o llamarte, así que no te olvides de colocar un formulario para la captación de datos, el teléfono y el correo electrónico, hay usuarios que no les gusta rellenar formularios.

El blog, importante si quieres hacer marketing de contenidos y crear comunidad, además de ser un plus para eso del SEO.

La página de **error 404**, a los buscadores no les gusta encontrarse con páginas que no llevan a ningún lado y a tus usuarios tampoco, así que si no tienes esta página, ya estás tardando. Con [Brokenlinkcheck](#) puedes averiguar si tienes enlaces rotos.

La **redirección 301**, esto lo harás a través del archivo .htaccess. Con las redirecciones haces que un error 404 pase a ser un contenido existente y por lo tanto a una visita no perdida. [Search Console](#) puedes ayudarte a detectar los problemas de este punto y el anterior y así hacer un seguimiento de la evolución.

Además de todas las páginas correspondientes a los **términos de legalidad**, me refiero a la página de **política de cookies**, el **aviso legal**, la **política de privacidad** y la de **condiciones de uso o contratación**, según el caso.

Y por último, es aconsejable que tengas también una **landing page**. Si aún no sabes lo que es o no tienes ni idea de para qué sirve, te aconsejo que leas mi post [landing page](#), que es y por qué necesitas una.

DISEÑO

3 Composición y diseño:

Asegúrate que la imagen general que transmite tu sitio, vaya en la misma línea que tu marca y tus valores. Esto aplica también para tus redes sociales. El universo gráfico que define la imagen de tu marca, tus productos o servicios debe ser el mismo en todos lados, eso te hará fácilmente reconocible e inolvidable. Utiliza siempre los mismos colores, tipografías e imágenes, es decir, que apliques el mismo estilo en todo lo que comunicas o acaso ¿has visto a marcas como Coca Cola publicitarse en cada medio de manera totalmente distinta?

Tipografías:

No utilices más de tres tipos de fuentes, recuerda menos es más. Puedes utilizar diferentes tamaños o pesos (bold o regular) para destacar títulos o subtítulos. Y para los textos descriptivos utiliza entre 16 px y 18 px, así facilitas la lectura, sobre todo si son muy largos.

Colores:

Eso de: “para gustos, colores” no aplica en un buen diseño, y sé que esto puede generar mucha polémica, pero mi experiencia me ha demostrado que la elección correcta de los colores puede ayudarte a subir como la espuma o, todo lo contrario. El cerebro humano, tiene formas de interpretar y asociar formas y colores y

evocar percepciones inesperadas. He visto diseños de empaques de Software (programas informáticos) que parecían más bien empaques de juguetes sexuales, solo por la paleta de colores que utilizaron y la forma en que los combinaron. Así que, cuidadito con eso. Si te interesa saber sobre estos temas, puedes leer mi artículo [La importancia del color en tu web y cómo influye en tus usuarios](#).

Imágenes:

Asegúrate de que las imágenes, tengan buena calidad, sean actuales, que no pesen demasiado (por debajo de los 200kb), para comprobarlo puedes utilizar [Gtmetrix](#) que te va a decir el tiempo de carga de tu web (page load time), si el resultado está por encima de 2 segundos, empieza a preocuparte. Esta herramienta te da mucha información, pero en este caso deberás ir directamente al apartado "Optimize images" y analizar los resultados.

Además tus imágenes deben tener su texto alternativo, así ayudas a Google a entender lo que le estás mostrando, además te ayudará con el SEO. Para comprobarlo, puedes utilizar la herramienta [Seo Optimizer](#), es una herramienta muy sencilla de utilizar que te dice qué imágenes hay en tu página web y cómo están etiquetadas.

Espacios:

Este punto puede parecer una tontería, pero los espacios entre las distintas secciones de una página ayudan al lector a descansar, a diferenciar una zona de otra, a entender que se está cambiando de asunto y a hacer todo más agradable. También dependerá mucho de tu sector y tu mercado, no es lo mismo hacer una web de un interiorista que la de un cantante de rock.

Enlaces y botones:

Utilizar el mismo color para tus enlaces e incluso para tus botones (o similar) puede ayudar a tus usuarios a identificar casi de manera instintiva, dónde hacer clic a la hora de navegar por tu página web. También has de saber que es importante que tu web tenga muchos enlaces internos entre todas tus páginas ya que esto hará

que obtengas una mejor tasa de rebote y que aumente el tiempo de permanencia de tus visitantes. Esto es bueno también para tu SEO.

Menús:

Han de ser claros, visibles desde toda tu web y si es posible, con la menor cantidad de niveles posible. Está demostrado que todo lo que esté a más de 3 clicks de la página de inicio, no se ve.

Contacto:

Tus datos de contacto deben estar actualizados y funcionando, nada de enlaces rotos, eso da imagen de dejadez. Si un cliente quiere contactarte contigo, no tiene que estar investigando por todo tu sitio, dónde está tu teléfono o tu email, ha de estar en un sitio visible. Para ello mi recomendación es que además de tener la página de contacto como tal, coloques tu teléfono y tu correo en el pie de página o footer, o incluso en la cabecera, así se repetirá siempre en todas tus páginas y tus visitantes podrán contactarte más fácilmente.

Formularios:

Los formularios son de lo más importante, porque es la puerta de entrada de tus clientes a tu negocio. Por lo tanto, asegúrate de que están funcionando correctamente, que cumplen con todos los requisitos del RGPD, que están automatizados para dar respuesta automática en cuanto alguien lo rellene.

Redes sociales RRSS:

Ya sabes que es muy importante que tu empresa tenga sus propias redes sociales, pero de qué te sirven si no les sacas partido. Una buena práctica es colocar botones para que tus visitas puedan compartir tu contenido si les ha parecido interesante. Esto se utiliza sobre todo para el apartado del blog. Hay quien cree que cuanto más te compartan o más me gustas tengas, mejor será el SEO de tu sitio web, también están los que aseguran que no es cierto, pero lo que sí puedo asegurarte es que si comparten mucho tus

contenidos, vas a tener tráfico de calidad en tu sitio web.

Llamadas a la acción o CTA:

Son botones o enlaces que sirven para atraer clientes potenciales que pueden convertirse en clientes finales. Es un elemento indispensable si lo que buscas es hacer que tus visitantes o usuarios conecten contigo pero todo ello dependerá de tus objetivos. De cualquier manera, si tu página web no tiene llamadas a la acción te digo que estás perdiendo posibles clientes.

Versión para móvil:

En el mundo hay más de 7 mil millones de personas y un total de 6,1 mil millones de smartphones. Miramos nuestros teléfonos una media de 74 veces al día y este dato aumenta según la generación, Z, X o Y. Más del 50% de las consultas en Internet se hacen desde un dispositivo móvil, así que si tu web no se ve bien en cualquiera de estos dispositivos ya puedes ponerte a resolverlo. Con la herramienta [Responsinator](#) puedes ver cómo visualizan tus usuarios tu sitio web.

Sitemap:

El sitemap una lista de las páginas contenidas en tu sitio web. Es un archivo XML que le dice a los buscadores qué URLs tienes. Con [Google Search Console](#) podrás comprobar si tienes uno y si está actualizado.

4 CONTENIDO

Copy:

La gente cree que el copywriting es crear textos persuasivos pero lo cierto es que el copywriting además de persuadir, te ayuda a definir el tono de voz de tu marca, a crear una conexión con tu audiencia. Tus textos y todos tus contenidos son una poderosa arma de venta. Revisa el tono de voz que transmites a tu audiencia con tu página web, ¿está conectando con tu audiencia?

5

SEO

Indexación

Asegúrate de que la información que está saliendo en los buscadores, sea la correcta para que tu audiencia sepa inmediatamente lo que ofreces, qué haces, por qué deben clicar en tu dirección web.

Títulos SEO

Es lo más importante para el SEO, deben tener gancho, incluir las palabras clave con las que quieres posicionarte y no deben ser demasiado largos. Además deben estar muy bien definidos para todas y cada una de tus páginas. Cada página ha de posicionarse según su contenido y su palabra clave. Utiliza los H1, H2, H3 y H4 para definir la jerarquía de tus títulos según su importancia. Puedes tener una página web espectacular en cuanto a imagen pero si no está bien estructurada en cuanto a títulos (H) no te servirá de mucho.

Meta-descripciones SEO

Otro factor importante para decirle a Google qué quieres posicionar y a la vez convencer a tu audiencia a hacer click en tu resultado.

Palabras clave posicionadas

Estudia para qué búsquedas apareces en los 100 primeros resultados. Puedes ayudarte de [Search Console](#). También puedes aprovechar otras búsquedas interesantes que estén menos utilizadas pero que sean referentes para tu sector. Esto puede ayudarte a posicionarte mejor sobre tu competencia.

Contenidos optimizado

A Google le gusta encontrarse con contenido de calidad, para ello debes cuidar tus textos, utilizar las palabras clave y repetirlas entre el 0,5% y 1% de todo el texto. Además asegúrate que también las utilizas en las URLs, subtítulos, en las imágenes y su texto alternativo, primer párrafo, metadescripciones...

Enlaces entrantes

Asegúrate de enlazar bien el contenido de todo tu sitio web entre sí pero además has de saber que los buenos enlaces hacia tu página te van a dar autoridad y relevancia. Utiliza la herramienta [Majestic](#) o [RankSignals](#).

Asegúrate de tener un sitio web rápido

Es clave para conseguir una buena respuesta del usuario y a Google le gusta que tu página web cargue rápido. Con [Gtmatrix](#) o [Google Page Speed](#) puedes comprobar que tan rápida es tu web e incluso seguir los consejos que te dan para resolver posibles problemas de velocidad. Para medir la velocidad de tu web, versión móvil puedes utilizar [Testmysite](#) de Google. También puedes utilizar [Lighthouse](#). Es una extensión Google Chrome que puede ayudarte a hacer un auditoría general de tu página web de forma rápida y clara.

Ahora que ya tienes toda la información, comprueba si tu sitio web pasa la prueba...



AUDITORÍA WEB

¿Tu página web es segura?

¿Está protegida y preparada para soportar posibles hackeos?

¿Ofreces seguridad a tus usuarios?

¿El contenido de tu sitio web esté bien estructurado, para que tus usuarios tengan una buena experiencia y no salgan corriendo?

¿Tu página web carga rápido?

¿Tus usuarios pueden acceder a cualquier sección de tu web de forma rápida y fácil?

¿Tu sitio web tiene diseño actual y transmite los valores de tu marca?

¿Tus imágenes y contenidos, están actualizados?

¿Tu página web está optimizado para móviles

¿El diseño de tu sitio web es lo suficientemente impactante y funcional como para conseguir fidelizar a tus a tus visitantes?

¿El tono de voz de tu página web es acorde a la filosofía de tu negocio?

¿Tu sitio cumple con los requisitos básicos de SEO para agradar a Google?

¿Sabías que durante el 2020 hubo un aumento del consumo de Internet en España?

96% De los españoles con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años se conectaron a internet

Las búsquedas de productos para compras online aumentó un 85%

Las visualizaciones y búsquedas de contenidos a través dispositivos móviles fueron de un 52%

Con estos datos **tu sitio web debe sí o sí estar actualizado, optimizado y funcionar correctamente.**

Recuerda que tu página web debe ser una **poderosa herramienta de trabajo y no una máquina de problemas.**

Si te ha servido esta información, házmelo saber
contacto@virginiafortun.com

También puedes compartirla si crees que con ello puedes ayudar a otros.

Y si tienes cualquier duda, contacta conmigo, estaré encantada de ayudarte.

CONTACTAR