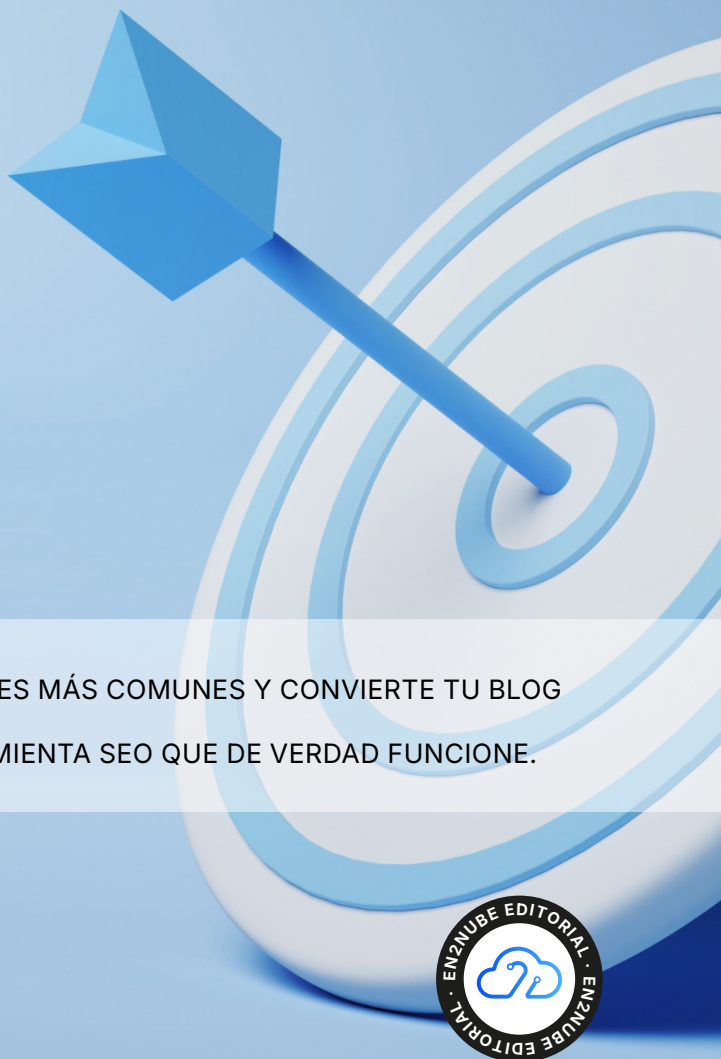


Sácale partido a tu blog:

Guía práctica para no perder tiempo escribiendo sin resultados.



**EVITA LOS ERRORES MÁS COMUNES Y CONVIERTE TU BLOG
EN UNA HERRAMIENTA SEO QUE DE VERDAD FUNCIONE.**



LUPE MORALES

Título: Sácale partido a tu blog: guía práctica para no perder tiempo escribiendo sin resultados.

Autora: Lupe Morales Carmona.

Diseño de cubierta: Pilar Martínez Mirón.

Maquetación: Pilar Martínez Mirón.

Editorial: En2nube Editorial.

Primera edición: Sevilla, junio 2025.

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio sin la autorización expresa del titular del copyright.

*Para todos aquellos que quieren darle
cariño a su blog profesional.*

Índice

<i>Introducción</i>	4
<i>Capítulo 1: El blog no es una carrera de velocidad.</i>	5
<i>Capítulo 2: La imagen importa (y pesa... ¡vaya si pesa!).</i>	7
<i>Capítulo 3: H1, H2, H3... ¿eso qué es?</i>	9
<i>Capítulo 4: Palabras clave sin canibalizarte.</i>	11
<i>Capítulo 5: Escribir sin enlazar es como escribir a medias.</i>	13
<i>Capítulo 6: Categorías, etiquetas y otras confusiones.</i>	16
<i>Capítulo 7: Metadatos... Esos grandes olvidados</i>	20
<i>Capítulo 8: El contenido también se maqueta.</i>	22
<i>Capítulo 9: Slugs kilométricos y sin sentido.</i>	24
<i>Capítulo 10: Un blog sin CTA es una conversación sin final.</i>	26
<i>Bonus: Blog y SEO, un matrimonio de conveniencia.</i>	27
<i>Recursos útiles y contacto.</i>	28
<i>¿Quieres que te echemos una mano?</i>	28

Introducción

Si has llegado hasta aquí, es porque te has lanzado a escribir en el blog de tu web. ¡Y eso es motivo de celebración! No todo el mundo se atreve a hacerlo, y menos aún a mantenerlo. Pero claro... después de todo el curro que supone escribir una entrada, subir imágenes, publicar... no ves resultados. Nadie lo lee, no apareces en Google, y poco a poco te vas desanimando.

Te entiendo. Lo veo todos los días con muchos de mis clientes. Y no, no es que estés haciendo todo mal (ni mucho menos), es que nadie te ha explicado cómo funciona realmente un blog cuando lo usas con fines estratégicos.

Escribir por escribir está bien si te gusta, pero si además quieres que eso te traiga visitas, clientes o posicionamiento en Google, necesitas tener claras unas cuantas cosas.

Este eBook es una guía práctica, directa y sin tecnicismos para ayudarte a sacar-le todo el partido a tu blog sin perder el tiempo. Vamos a ver de forma sencilla los errores más comunes que suelen cometer quienes gestionan su blog por su cuenta y, sobre todo, cómo solucionarlos.

Nada de teoría aburrida: ejemplos reales, consejos claros y algunas herramientas que te van a venir de lujo.

Ah, y tranquilidad: si te agobias o ves que prefieres delegarlo, en En2nube también podemos echarte un cable con la gestión de tu blog (pero no te preocupes, ya hablaremos de eso con calma más adelante).

¿Empezamos?

Capítulo 1: El blog no es una carrera de velocidad (ni un sprint de inspiración).

Uno de los errores más comunes que veo cuando un cliente empieza a escribir en su blog es este: se viene arriba.

Publica cinco entradas en una semana, luego tres más la siguiente... y después: silencio absoluto.

La motivación se esfuma porque no llegan visitas, nadie comenta, Google ni se entera de que has escrito algo. Y claro, te desanimas. Pero el problema no es que el blog no funcione, sino que no estás jugando con las reglas adecuadas.

La clave: planificación, no improvisación.

Un blog no es un diario personal ni una red social donde puedes publicar cuando te apetece. Es una herramienta de posicionamiento a largo plazo. Para que funcione, necesitas ritmo y constancia.

Y aquí entra el calendario editorial: tu nuevo mejor amigo.

Un calendario editorial no es más que una forma de organizar qué vas a publicar, cuándo y sobre qué tema. Te ayuda a mantener una frecuencia razonable (por ejemplo, una entrada al mes o cada 15 días) y a no depender de la inspiración divina.

Consejo de compi: mejor una entrada al mes durante todo el año, que 7 en enero y luego nada hasta agosto.



¿Cómo empiezo a crear mi calendario?

Te propongo algo sencillo:

1. Define tus temas base.

Piensa en los temas que interesan a tus clientes o que se relacionan con tus productos o servicios.

Por ejemplo, si tienes una tienda de alimentación saludable, podrías agrupar tus contenidos en categorías como:

- * *Recetas fáciles y sanas.*
- * *Propiedades de ciertos ingredientes.*
- * *Consejos de compra consciente.*
- * *Alimentación para deportistas.*
- * *Cómo leer etiquetas de productos.*

2. Apunta ideas sueltas.

No hace falta que las desarrolles aún. Solo títulos tentativos o preguntas frecuentes que te hacen tus clientes.

3. Reparte esas ideas en un calendario mensual.

Sé realista. ¿Puedes escribir una vez al mes? Perfecto. ¿Cada 15 días? Mejor aún. Pero lo importante es que puedas mantener ese ritmo sin agobiarte.

4. Reserva una hora al mes para escribir o revisar tu próxima entrada:.

Si ves que no te da la vida, plantéate delegarlo (sí, esto es una pista).

Extra tip: tener una lista de ideas siempre a mano (en el móvil, en Notion, en una libreta...) te salvará del temido "no sé de qué escribir". Yo tengo la mía en las notas de mi móvil, a veces la inspiración llega cuando menos te lo esperas.



Y si ves que realmente no te compensa el esfuerzo, recuerda que en En2nube podemos ayudarte con la planificación, redacción o directamente con la gestión integral de tu blog. Sin plantillas, sin textos genéricos y con cariño por tu marca.

Pero... ¿Y si no tengo tiempo, ni ideas, ni ganas? No pasa nada. Puedes empezar poco a poco, escribir menos o incluso centrarte en actualizar contenido ya publicado.

Plantilla básica de calendario

MES	TEMA	TÍTULO TENTATIVO	PALABRA CLAVE PRINCIPAL	FECHA DE PUBLICACIÓN
Junio	Recetas saludables	"3 cenas rápidas, sanas y con ingredientes de temporada"	Cenas saludables	10/06/2025
Julio	Ingredientes	"Beneficios de la quinoa y cómo usarla sin morir en el intento"	Quinoa	08/07/2025
Agosto	Alimentación consciente	"Cómo leer etiquetas y no caer en trampas de marketing"	Leer etiquetas	05/08/2025

Capítulo 2: La imagen importa (y pesa... ¡vaya si pesa!).

Sabemos que una imagen vale más que mil palabras... pero si no la preparas bien, también puede valer más que mil megas.

Y aquí es donde muchas webs (y blogs) se vienen abajo. Literalmente.

Porque un blog con imágenes mal optimizadas no solo tarda más en cargar, sino que también afecta negativamente al SEO, a la experiencia del usuario y, por si fuera poco, a tu cuota de alojamiento si tienes un hosting con espacio limitado.



Error típico: subir las fotos tal cual salen del móvil o de la cámara.

Es normal. Sacas una foto bonita de tu plato estrella, o te bajas una imagen desde Canva o de un banco gratuito, y la subes tal cual. Pero esa imagen puede pesar 2, 3... o incluso 8 MB. Y encima, a 4000 píxeles de ancho, cuando en tu web se ve en un espacio de 800px.

Ese exceso de peso es como intentar llevar una maleta gigante para una escapada de fin de semana: innecesario, incómodo y ralentiza todo el viaje.

¿Cómo optimizar tus imágenes sin ser diseñador ni técnico?

Aquí tienes lo básico para hacerlo bien, explicado de forma sencilla:

1. Ajusta el tamaño (dimensiones).

No necesitas imágenes gigantes. Si tu blog muestra las imágenes a 800px de ancho, con eso basta.

Recomendación básica:

- * Para imágenes dentro del contenido: entre 800 y 1200px de ancho está perfecto.
- * Para cabeceras grandes o banners: entre 1400 y 1920px, según el diseño de tu web.

2. Reduce el peso (compresión).

Antes de subir cualquier imagen, pásala por una herramienta que la comprima sin perder calidad visual.

Algunas herramientas gratuitas y fáciles de usar:

- * TinyPNG
- * Squoosh
- * Compressor.io

Objetivo ideal: que ninguna imagen pese más de 200 KB, y si puede ser menos, mejor.

3. Usa formatos adecuados.

- * JPG para fotos.
- * PNG para gráficos con transparencias o logotipos.
- * WebP si tu web lo soporta (es más ligero y mantiene buena calidad).

4. No olvides el texto alternativo (alt text).

Este es el texto que describe la imagen para Google (y para usuarios con dificultades visuales). No hace falta escribir un poema, solo algo útil y real:

 "IMG_8765.jpg"

 "Ensalada de quinoa con aguacate y tomate cherry"

Ejemplo real: La tienda de alimentación saludable.

Subes una foto de tu nueva receta: "Smoothie detox verde".

Original: 4032×3024 px, 5,6 MB

Optimizada: 1000×750 px, 120 KB, formato WebP, con nombre de archivo smoothie-detox-verde.webp y texto alternativo "Smoothie detox verde con espinacas, plátano y manzana"

Resultado:

-  La página carga más rápido.
-  Google entiende qué hay en la imagen.
-  Tus lectores no abandonan por desesperación.
-  Tu hosting no se ahoga.

En resumen:

- * No subas imágenes gigantes ni sin comprimir.
- * Usa herramientas sencillas para optimizarlas.
- * Añade siempre texto alternativo con sentido.
- * Usa nombres de archivo descriptivos y con guiones.

Y si todo esto te suena a lío o a algo que prefieres no hacer, en En2nube también podemos ayudarte a optimizar tu web y tu blog para que vuele. Literalmente

¿Quieres profundizar en el tema?

En nuestro blog tienes una guía completa donde te explicamos paso a paso cómo optimizar imágenes en WordPress con herramientas y plugins recomendados:

Cómo optimizar imágenes en WordPress para mejorar la velocidad.



Capítulo 3: H1, H2, H3... ¿eso qué es?

Imagina que entras en una receta para hacer hummus y te encuentras con un párrafo enorme que mezcla los ingredientes, los pasos, los consejos, los errores comunes, la historia del hummus y hasta el origen del garbanzo. ¿Qué haces? Exacto: cierras la página.

Pues eso mismo le pasa a Google (y a tus lectores) cuando tu entrada de blog no tiene una estructura clara de encabezados.

¿Qué son los encabezados (H1, H2, H3...) y para qué sirven?

Los encabezados son como los títulos y subtítulos de una entrada. Sirven para organizar el contenido, tanto visualmente como a nivel técnico.

Piensa en ellos como el esqueleto de la entrada. Google los usa para entender de qué va el contenido, y tus lectores los agradecen porque les ayudan a escanear la información rápidamente (sí, la mayoría solo escanea, no lee todo).

Jerarquía básica de encabezados:

- * H1: Título principal del post. Solo debe haber uno.
- * H2: Subtítulos que dividen las secciones importantes.
- * H3: Subtítulos dentro de un H2. Ideal para pasos, listados o ejemplos.
- * H4, H5, H6: Solo si estás escribiendo una tesis o un artículo técnico muy extenso (consejito: no suele hacer falta).

¿Cómo se ve esto en la práctica?

Vamos con el ejemplo de nuestra tienda de alimentación saludable que quiere escribir una entrada titulada:

“5 beneficios de incluir semillas en tu dieta diaria”.

Una buena estructura podría ser:

- * H1: *5 beneficios de incluir semillas en tu dieta diaria.*
- * H2: *1. Mejoran la digestión.*
- * H2: *2. Ayudan a controlar el colesterol.*
- * H2: *3. Son una fuente rica en antioxidantes.*
- * H2: *4. Contribuyen a la saciedad.*
- * H2: *5. Aportan ácidos grasos esenciales.*
- * H2: *Cómo introducirlas fácilmente en tus comidas.*
- * H3: *Desayunos con semillas.*
- * H3: *Snacks saludables.*
- * H3: *Ensaladas y platos principales.*
- * H2: *Conclusión.*
- * H2: *Preguntas frecuentes.*

Con esto, Google y tus lectores van felices. Tú organizas mejor tus ideas, el contenido es más escaneable y aumenta la probabilidad de aparecer en fragmentos destacados de Google.

Errores comunes (¡y cómo evitarlos!):

- ❌ Usar varios H1 en una misma entrada
- ✅ Usa solo uno: el título principal. Todo lo demás va en H2 o H3.
- ❌ Saltarte niveles (pasar de un H2 a un H4, por ejemplo)
- ✅ Mantén la jerarquía: si tienes un H2, los subtemas van con H3.
- ❌ Usar encabezados solo por estética.
- ✅ No pongas un H2 solo porque te gusta cómo se ve. Úsalo solo si ese contenido merece una jerarquía.

Bonus: el truco de la tabla de contenidos: ¿Has visto esos blogs con un índice al principio que te lleva directo a cada sección? Eso se hace automáticamente si usas bien los encabezados. Algunos temas de WordPress o plugins como Easy Table of Contents generan ese índice sin que tú tengas que hacer nada. Solo tienes que usar bien los H2 y H3.



¿Te lías con los encabezados o con la maquetación de tus entradas? En En2nube te echamos un cable. Podemos revisar tu blog, darte recomendaciones personalizadas o encargarnos directamente de la estructura y edición de tus contenidos. Así tú te centras en escribir, y nosotros en que funcione.

Encabezados: lo que sí y lo que no.

LO QUE SÍ DEBERÍAS HACER	LO QUE DEBERÍAS EVITAR
Usar un solo H1 para el título principal	Poner varios H1 a lo largo del texto
Organizar el contenido con H2, H3 según jerarquía	Saltarte niveles (ej. pasar de H2 a H4 directamente)
Utilizar los encabezados para dividir secciones reales	Usarlos solo para que el texto “se vea grande”
Añadir palabras clave relevantes en H2 y H3 (con naturalidad)	Rellenar los encabezados con keywords forzadas
Dejar que los encabezados estructuren la lectura	Usar párrafos enormes sin dividir

Capítulo 4: Palabras clave sin canibalizarte.

Una de las mejores cosas que puedes hacer por tu blog es pensar antes de escribir.

Y no hablamos de inspiración, sino de palabras clave.

Sí, esas que te suenan a cosa técnica, pero que en realidad son la forma en la que tus clientes te buscan en Google.

Ahora bien, un error muy común (y muy fácil de cometer) es usar la misma palabra clave en varias entradas distintas.

Y eso, amiga, se llama canibalización SEO.

¿Qué es la canibalización SEO?

La canibalización pasa cuando varios artículos de tu blog compiten entre sí por la misma palabra clave.

Ejemplo en la tienda de alimentación saludable:

- * *Entrada 1: Desayunos saludables para toda la familia.*
- * *Entrada 2: Desayunos saludables para niños.*
- * *Entrada 3: Recetas de desayunos saludables rápidos.*

Si todas están optimizadas para la misma keyword ("desayunos saludables"), Google no sabrá cuál mostrar... y en vez de posicionarte mejor, te haces la competencia a ti misma.

Cómo evitar la canibalización: planifica tus keywords

La clave está en tener una visión general de los temas que vas a tratar y ver qué palabra clave principal vas a usar en cada entrada.

Siguiendo el ejemplo anterior:

- * *Entrada pilar: Desayunos saludables → palabra clave principal.*
- * *Entrada específica: Desayunos saludables para niños → long tail distinta.*
- * *Entrada específica: Desayunos ricos en proteínas → enfoque diferente.*

Así, cada post tiene su lugar, su keyword, y se complementan entre ellos en vez de competir.

¿Cómo investigar palabras clave sin ser experta en SEO?

Tranquila. No necesitas herramientas de pago ni conocimientos técnicos. Aquí van algunas opciones gratuitas y muy útiles:

Herramientas para keywords

HERRAMIENTA	¿PARA QUÉ SIRVE?	ENLACE
Google Autocompletar	Escribe tu idea en Google y mira qué sugiere. Es oro puro.	google.com
Ubersuggest	Te da ideas relacionadas, volumen de búsqueda y dificultad.	ubersuggest.com
Answer the Public	Genera preguntas reales que la gente hace sobre tu tema.	answerthepublic.com
Google Trends	Te dice si una búsqueda está en auge o en decadencia.	trends.google.com

Si tienes poca experiencia, empieza por una hoja de cálculo simple donde vayas anotando:

- * Tema del post.
- * Keyword principal.
- * Enlace de ese post.
- * Si ya tienes otro post similar (para no repetir).

Así evitarás duplicidades y empezarás a crear una estructura más sólida sin darte cuenta.

Así evitarás duplicidades y empezarás a crear una estructura más sólida sin darte cuenta.

¿Y si ya tienes contenido duplicado?

No te preocupes. Si crees que tienes dos posts demasiado parecidos, lo mejor es:

- * Fusionarlos en uno solo más completo (y redirigir el otro).
- * O diferenciarlos de manera más clara (cambiando keyword y enfoque).

Si no sabes por dónde empezar, preguntanos. En En2nube revisamos tus entradas y te ayudamos a reconducir el contenido para que no se pise entre sí.

Capítulo 5: Escribir sin enlazar es como escribir a medias.

O por decirlo de otra forma: si publicas una entrada de blog y no enlazas nada dentro, te estás perdiendo más de la mitad de lo que un buen contenido puede ofrecer.

Cuando un lector llega a tu artículo, puede que le guste lo que lee, pero si no le das un camino claro para seguir explorando, se irá.

Y cuando Google lee tu web, si no encuentra una red bien construida de enlaces entre tus propios contenidos, entenderá mucho peor de qué va tu sitio y qué importancia tiene cada entrada.

Los enlaces internos (también llamados interlinking) son el pegamento que mantiene unido tu blog y mejora tanto la navegación como el SEO.

¿Qué es el interlinking?

Es tan sencillo como esto: poner enlaces dentro de tu artículo hacia otros contenidos de tu propia web que estén relacionados.

Ejemplo:

Si estás escribiendo una receta de bizcocho sin azúcar, puedes enlazar a tu post anterior sobre "Cómo sustituir el azúcar en repostería" o a tu entrada sobre "Harinas saludables para repostería casera".

Encabezados: lo que sí y lo que no.

BENEFICIOS	¿POR QUÉ IMPORTA?
Mejora el SEO	Google sigue los enlaces para descubrir qué páginas son más relevantes. Si muchas entradas enlazan a una, Google la verá como importante.
Mejora la experiencia de usuario	Ayuda a tus lectores a encontrar más contenido útil y a pasar más tiempo en tu web.
Reduce el rebote	Si alguien hace clic en otro post tuyo, ya no se va enseguida. ¡Punto para ti!
Guía la navegación	Puedes llevar al lector hacia contenidos clave o estratégicos sin ser intrusiva.

¿Cómo se enlaza bien?

BUENAS PRÁCTICAS	ERRORES COMUNES
Enlaza a artículos relacionados, no por enlazar sin más	Poner enlaces solo por meter enlaces, aunque no aporten valor
Usa textos ancla naturales y descriptivos (ej: ver receta sin azúcar)	Usar textos genéricos como haz clic aquí
Mantén una proporción razonable de enlaces internos	Saturar de enlaces cada párrafo (eso abruma y confunde)
Enlaza hacia contenido que quieras posicionar mejor	Enlaza hacia contenido que quieras posicionar mejor Ignorar entradas clave que podrían beneficiarse del impulso
Dejar que los encabezados estructuren la lectura	Usar párrafos enormes sin dividir
<i>Añade enlaces cuando actualices posts antiguos</i>	<i>Olvidarte de actualizar enlaces cuando publicas nuevos contenidos</i>

¿Cuántos enlaces debería poner por entrada?

No hay una cifra exacta, pero una buena práctica es incluir entre 2 y 5 enlaces internos relevantes en cada post, según la longitud y temática.

Consejo En2nube: Al terminar un artículo, revisa tu blog y piensa: "¿Tengo ya una entrada que complementa esto?"

Si la respuesta es sí, enlázala.

Y al revés: entra en tus entradas antiguas y mira si puedes añadir enlaces hacia tu nueva publicación.

Ejemplo práctico con nuestra tienda de alimentación saludable:

Post nuevo: "5 desayunos rápidos y saludables para llevar al trabajo"

Puedes enlazar hacia:

- * *Receta de granola casera sin azúcar.*
- * *Comparativa de leches vegetales.*
- * *Post sobre batch cooking saludable.*

Y desde esas entradas, también puedes enlazar de vuelta al post de desayunos. Así creas un círculo de contenido muy útil para el lector y fácil de rastrear para Google.

Consejo SEO adicional: Si hay una entrada que quieres que Google valore como muy importante (por ejemplo, tu guía estrella o un post que convierte bien), enlázala desde otros artículos relevantes de tu blog. ¡Así le das autoridad interna!

Y si esto de los enlaces te suena a lío o no sabes por dónde empezar a revisar los posts ya publicados...

En En2nube hacemos auditorías de contenidos para ayudarte a crear una estrategia de interlinking que tenga sentido, y te dejamos la estructura interna de tu blog organizada para que Google se entere bien de todo lo que cuentas.

Capítulo 6: Categorías, etiquetas y otras confusiones que te están liando el blog (sin que lo sepas).

Cuando entregamos una web nueva, uno de los errores que más vemos es este: el blog está recién estrenado, hay muchas ganas de escribir... pero nadie ha explicado qué demonios son las categorías, qué diferencia hay con las etiquetas, ni cómo usarlas bien.

Resultado: todos los posts acaban en la categoría Uncategorized que es la que WordPress trae por defecto, hay etiquetas que se llaman igual que las categorías, o se genera duplicidad de contenido por tener cien etiquetas con un solo post cada una.

Y claro, Google se vuelve loco. Y tú, también.

¿Categorías o etiquetas? No es lo mismo (ni se usan igual).

Categorías = grandes bloques temáticos del blog.

Etiquetas = palabras clave más específicas que describen de qué va cada post.

Ejemplo de nuestra tienda de alimentación saludable:

Categorías: Recetas saludables, Consejos de nutrición, Vida activa.

Etiquetas (en un post sobre desayunos): desayunos fáciles, avena, sin azúcar, veganos.

Las categorías ayudan al usuario (y a Google) a entender de qué va tu blog y cómo está organizado.

Las etiquetas, en cambio, permiten agrupar contenidos más concretos aunque estén en diferentes categorías.

Errores que se repiten más que el ajo.

BUENAS PRÁCTICAS	ERRORES COMUNES
Cambiarla por una categoría real que tenga sentido	Usar la categoría Uncategorized
No te pases. Piensa en 3-6 categorías generales para empezar	Crear una categoría para cada post
Evita duplicar. Si ya es categoría, no hace falta que sea etiqueta	Poner etiquetas que son iguales que las categorías
Las etiquetas sirven para relacionar contenidos, no para decorar	Crear etiquetas que solo usas una vez
Google se queda sin estructura... y el lector también	No usar ni categorías ni etiquetas

¿Y el famoso “cluster” de contenido?

Igual has oído hablar del “clusterizado” o “estrategia de contenido en clústeres”. No es más que una forma lógica y ordenada de escribir sobre un tema principal (una página pilar) y luego ir creando contenidos más específicos relacionados (contenidos satélite) que se enlazan entre sí.

Ejemplo práctico en nuestra tienda saludable:

- * *Página pilar: Desayunos saludables*
- * *Posts satélite: 5 ideas de desayuno con avena, Smoothies ricos en proteínas, Errores comunes en desayunos “fit”*

Todos enlazados entre sí... ¡y también apuntando a la página pilar!

Esto le dice a Google: “Oye, esta web sabe mucho de desayunos saludables”, y además mejora la experiencia del usuario.

Tip práctico.

- * Haz una lista de 3-6 categorías clave antes de escribir más posts.
- * Revisa las etiquetas que ya tienes y elimina las que no estés usando en al menos 2 o 3 entradas.
- * Usa un plugin como Yoast SEO o Rank Math para evitar contenidos duplicados y ajustar bien el enlazado entre posts.

¿Quieres saber si lo estás haciendo bien?

Pásate por tu blog y revisa cuántos posts tienes sin categoría, o con etiquetas tipo “varios”, “sin clasificar”, o directamente repetidas. Si tu respuesta es “¡ups!”, no pasa nada. Estás a tiempo de poner orden.

En En2Nube te podemos ayudar a hacer una auditoría básica de tu blog para que esté bien estructurado y no pierdas oportunidades de posicionamiento. Pregúntanos sin compromiso ;)

Cómo usar bien las categorías

1. Usa entre 3 y 6 categorías como máximo

Menos es más. Si tienes 12 categorías, probablemente algunas se pisan entre sí.

2. Cada entrada debe ir en una única categoría principal

Evita poner un post en varias categorías, porque eso puede generar contenido duplicado (Google lo odia).

3. Cambia el nombre de "Uncategorized" por una categoría útil

Y si ya tienes muchas entradas ahí metidas, reetiquétalas bien antes de que sea tarde.

Ejemplo:

Supón que tienes un blog de cocina saludable. Tus categorías podrían ser:

- * *Recetas.*
- * *Consejos de alimentación.*
- * *Batch cooking.*
- * *Alimentación infantil.*

Y listo. No hace falta más.

Cómo usar bien las etiquetas

1. Piensa en temas transversales que se repitan en varios posts

Por ejemplo: *sin azúcar, horno, vegano, 10 minutos, desayuno, microondas...*

2. No crees etiquetas que solo usarás una vez.

Si una etiqueta solo aparece en un post, no está cumpliendo su función.

3. Evita duplicados y variaciones absurdas

Ejemplo de lo que no debes hacer: *desayuno, desayunos, receta desayuno, desayuno fácil*

Quédate con una versión única, como *desayuno*.

4. Máximo 5 etiquetas por entrada

Elige solo las que realmente aportan contexto adicional.

Errores que vemos a menudo

- * Un blog con 200 etiquetas y 180 de ellas solo usadas una vez.
- * Entradas metidas en 3 o 4 categorías distintas (sin lógica).
- * Etiquetas que son frases completas o sinónimos entre sí.
- * Páginas de archivo de etiquetas/categorías sin contenido o mal organizadas (y encima, indexadas por Google).

¿Y el SEO qué opina de esto?

Si tus categorías y etiquetas están bien configuradas, mejoran el enlazado interno y ayudan a Google a entender de qué va tu sitio.

Si están mal configuradas, generan páginas vacías, contenido duplicado o estructura caótica.

Resultado: pérdida de posicionamiento.

Consejo técnico: Si usas etiquetas sin control, lo mejor es que desactives su indexación en el plugin SEO (Yoast o Rank Math). Así evitarás que Google se lleve una mala impresión.

Recomendación práctica

¿Ya tienes muchas entradas publicadas?

Haz una auditoría rápida:

- * Revisa cuántas categorías tienes y si todas tienen sentido.
- * Elimina o fusiona etiquetas duplicadas o irrelevantes.

* Aprovecha plugins como:

Term Management Tools (para fusionar o renombrar taxonomías).

WP Bulk Delete (para eliminar etiquetas sin entradas asignadas).

Ejemplo realista

Post: "Muffins de avena y plátano sin azúcar".

* *Categoría: Recetas.*

* *Etiquetas: sin azúcar, horno, desayuno, avena, niños.*

Post: "Cómo organizar un batch cooking semanal en 1 hora".

* *Categoría: Batch cooking.*

* *Etiquetas: organización, recetas rápidas, batch cooking, sin azúcar, horno.*

Como ves, las etiquetas se repiten y conectan entradas de distintas categorías. Eso es interconexión inteligente. Y a Google, eso le encanta.

Conclusión rápida:

Usa pocas categorías, bien definidas, y etiquetas reutilizables y coherentes.

Si organizas tu blog como una tienda ordenada, tus lectores y Google encontrarán lo que buscan.

Si no... acabarás con la papelería metida en la sección de congelados.

Capítulo 7: Metadatos... Esos grandes olvidados

Los metadatos no son cosa de frikis ni programadores. Son pequeños textos que no se ven en tu post, pero que deciden si alguien va a hacer clic o no en tu enlace cuando apareces en Google.

Puedes tener el mejor post del mundo, pero si el título que ve el usuario en Google no dice nada o está cortado a la mitad... te quedas sin visitas.



Error común: No escribir el título SEO ni la metadescripción... o dejar lo que WordPress ponga por defecto (¡horror!).

¿Qué son los metadatos?

Cuando hablamos de metadatos para una entrada de blog, nos referimos principalmente a dos cosas:

Título SEO

Es el título que se muestra en Google, y no tiene por qué ser exactamente igual al título visible en tu web.

Metadescripción

Es el pequeño texto que aparece debajo del título en los resultados de búsqueda. Su función es despertar interés y explicar de qué va la entrada.

¿Dónde se editan?

Si usas WordPress y tienes un plugin como Yoast SEO o Rank Math, verás al final del editor de cada entrada una caja como esta:

* Vista previa del snippet → ahí puedes rellenar el título SEO y la metadescripción.

Ojo: no basta con poner cualquier cosa. Vamos a ver cómo escribirlos bien.

Cómo escribir un buen título SEO

1. Incluye la palabra clave principal

Ejemplo: si tu keyword es receta pan integral, que no falte en el título.

2. Sé claro y directo

✓ Mejor: "Receta fácil de pan integral casero".

✗ Peor: "¿Te atreves con este pan que cambiará tu vida?".

3. No te pases de largo

Máximo recomendado: entre 50 y 60 caracteres.

Usa <https://serpsim.com/> para previsualizarlo.

Cómo escribir una metadescripción atractiva.

- * Resume en una frase clara de qué va el post.
- * Invita a hacer clic con una pequeña promesa o beneficio.
- * Máximo: 155-160 caracteres.

Ejemplo bueno:

✓ *"Aprende a preparar pan integral con masa madre en casa. Receta fácil, paso a paso, sin ingredientes raros. ¡Queda crujiente por fuera y tierno por dentro!"*

Ejemplo malo:

✗ *"Pan integral. Aprende a hacer pan. Ingredientes: harina, agua, masa madre. Hornea."*

¿Y la palabra clave va en los metadatos?

Sí, pero con naturalidad. Google valora que aparezca, pero sobre todo quiere que el texto tenga sentido para el lector humano.

No repitas la keyword a lo loco. Escribe para una persona que está a punto de hacer clic.

Herramientas útiles para no pasarte de largo.

- * SERPsim – vista previa de título y metadescripción.
- * Yoast SEO o Rank Math – para editar desde WordPress.

Conclusión rápida

- * No dejes los metadatos en blanco. Son tu escaparate en Google.
- * Dedicar 2 minutos a escribir un título y una metadescripción que den ganas de entrar en tu post.

Eso puede marcar la diferencia entre pasar desapercibido o conseguir una visita (y quién sabe, un cliente).

Capítulo 8: El contenido también se maqueta.

Piensa en la persona que llega a tu entrada desde Google. Tiene prisa, está en el móvil, y si al hacer scroll ve un bloque eterno de texto... se va.

La buena noticia: no necesitas ser diseñador ni saber código para que tus posts se vean bien. Solo necesitas aplicar un poco de sentido común y cariño visual.



Error común: escribir un post de 1.000 palabras como si fuera un bloque de mármol: sin párrafos, sin aire, sin gracia.

¿Qué significa "maquetar bien" una entrada?

No hablamos de efectos especiales ni tipografías raras. Hablamos de cosas básicas como:

- * Párrafos cortos (2-4 líneas).
- * Títulos y subtítulos (H2, H3...).
- * Listas con viñetas o números.
- * Negritas para destacar ideas clave.
- * Espacios en blanco para respirar.

Antes y después

ANTES

En este artículo vamos a hablar sobre cómo hacer pan integral con masa madre en casa. Es una receta laboriosa, pero si sigues los pasos verás que el resultado merece la pena. Primero necesitas preparar la masa madre, lo que requiere mezclar harina y agua durante varios días...

DESPUÉS

Cómo hacer pan integral con masa madre

¿Sabías que puedes hacer pan integral en casa sin complicarte la vida?

Aquí tienes una receta fácil (aunque lleva su tiempo) que puedes seguir paso a paso. El secreto está en la masa madre, y te explicamos cómo prepararla desde cero:

Ingredientes básicos:

- * Harina integral.
- * Agua.
- * Sal.
- * Masa madre (casera o comprada).

Paso a paso:

1. *Prepara la masa madre.*
2. *Mezcla los ingredientes.*
3. *Amasa con cariño.*
4. *Deja fermentar (¡paciencia!).*
5. *Hornea y disfruta del olor.*

Consejo: si es la primera vez que haces pan, prueba con media receta para practicar.

Pequeños trucos que mejoran la lectura.

- * Añade una frase resumen al principio de cada sección.
- * No pongas cinco negritas seguidas. Úsalas con intención.
- * Evita los párrafos de 8 líneas o más. En móvil son eternos.
- * Si das instrucciones, usa listas. Tu lector lo agradecerá.
- * ¿Citas o frases clave? Usa un estilo diferente o cursiva.

¿Y qué pasa con Elementor?

Si usas Elementor (como muchos clientes de En2nube), puedes maquetar todavía mejor:

- * Añade espaciadores entre secciones para no saturar.
- * Usa cajas de color para resaltar tips o citas.
- * Inserta iconos o emojis suaves para dividir bloques (sin pasarte).
- * Revisa siempre cómo se ve en modo móvil antes de publicar.

Maquetar bien ≠ complicarse

No necesitas convertirte en un editor profesional. Solo necesitas mirar tu post como si fueras un lector perezoso (porque lo somos todos).

Haz que sea fácil de escanear, agradable a la vista, y con las ideas clave visibles de un vistazo.

Conclusión rápida

Una buena maquetación no solo es estética: mejora el tiempo de lectura, el SEO y la experiencia del usuario.

Tu contenido vale mucho. Preséntalo bien.

Capítulo 9: Slugs kilométricos y sin sentido.



Error común. Dejar que WordPress convierta tu título completo en la URL del post. Resultado: enlaces larguísimos como este: tusitio.com/como-hacer-un-buen-curriculum-vitae-para-encontrar-trabajo-en-2024

¿Te suena?

Además de ser feo y poco práctico, eso no ayuda ni al SEO ni al usuario.

¿Qué es un slug?

Es la parte final de la URL de tu entrada.

Ejemplo: En www.tusitio.com/pan-integral-masa-madre, el slug es pan-integral-masa-madre.

Dato útil: WordPress genera automáticamente el slug a partir del título de tu entrada, pero tú puedes (y debes) editarlo antes de publicar.



¿Por qué importa?

1. Por SEO. Los buscadores prefieren URLs limpias, claras y con la palabra clave.

2. Por el usuario. Si alguien comparte tu post, mejor que el enlace sea corto y legible.

3. Por tu imagen. Un slug cuidado transmite profesionalidad, aunque no lo parezca.

Cómo optimizar tus slugs.

Haz esto:

- * Usa tu palabra clave principal
- * Sé breve (3-5 palabras máximo)
- * Separa con guiones medios, no subrayados
- * Usa minúsculas sin tildes ni ñ

Evita esto:

- * Incluir artículos y preposiciones ("el", "de", "para"...).
- * Dejarlo tal cual WordPress lo pone.
- * Usar números sin sentido.
- * Mantener títulos kilométricos como slug.

Ejemplo práctico

Título del post:

"Cómo hacer pan integral casero con masa madre en 5 pasos"

Slug automático de WordPress:

como-hacer-pan-integral-casero-con-masa-madre-en-5-pasos

Slug optimizado:

pan-integral-masa-madre

Mucho mejor, ¿verdad?

¿Dónde se cambia esto?

Si usas el editor de bloques de WordPress:

1. Haz clic en el título del post.
2. A la derecha, en la pestaña de "Documento", busca el apartado de URL / Enlace permanente.
3. Edita el slug manualmente antes de publicar.

Tip extra: si ya publicaste y cambias el slug, recuerda redirigir la URL anterior para no perder tráfico (puedes usar plugins como Redirection).



Conclusión rápida.

Un slug claro = una URL fácil de recordar, compartir y posicionar.

Aprovecha este pequeño detalle que marca una gran diferencia.

Capítulo 10: Un blog sin CTA es una conversación sin final.



Error común: Escribir entradas de blog sin invitar al lector a hacer algo después de leer.

Resultado: visitantes que se van y no vuelven, sin interacción ni conversiones.

¿Qué es un CTA?

CTA son las siglas de Call To Action, o llamada a la acción. Es esa pequeña invitación, frase o botón que anima a tu lector a hacer algo concreto, como:

- * Suscribirse a tu newsletter.
- * Descargar un recurso.
- * Contactarte para más info.
- * Leer otra entrada relacionada.
- * Comprar un producto o servicio.

¿Por qué no deben ser agresivos?

Un CTA efectivo no vende a gritos ni molesta, sino que acompaña suavemente al lector hacia el siguiente paso.

Debe ser natural, útil y acorde al tono de tu blog.

¿Dónde poner los CTA?

- * Al final de la entrada (clásico y efectivo).
- * En medio del texto, cuando encaja con la idea.
- * En la barra lateral o widgets (si tu tema lo permite).
- * En pop-ups o banners discretos (pero sin ser intrusivos).

Ejemplos de CTA sutiles y efectivos.

“¿Quieres aprender más sobre este tema? Echa un vistazo a nuestra guía completa aquí.”

“Si necesitas ayuda con tu web, no dudes en contactarnos.”

“¿Te ha gustado este post? Suscríbete para no perderte ninguno.”

“Descarga gratis nuestra plantilla para organizar tu calendario editorial.”

Cómo crear tu propio CTA

1. Define el objetivo. *¿Qué quieres que haga el lector?*

2. Sé claro y directo. *Usa verbos de acción.*

3. Ofrece valor. *Explica qué gana el lector.*

4. Facilita el paso. *Pon enlaces o botones visibles y fáciles de clicar.*

Resumen rápido

Un blog sin CTA es como una charla que se queda en el aire.

Invita siempre a tu lector a continuar la conversación o a dar el siguiente paso.

Bonus: Blog y SEO, un matrimonio de conveniencia.

¿Sabías que tu blog puede ser tu mejor aliado para escalar posiciones en Google? Aunque a veces no se note a corto plazo, un blog bien gestionado es la base para una estrategia SEO sólida y duradera.

¿Por qué el blog es clave en tu estrategia SEO?

1. Actualización constante.

Google ama el contenido fresco. Publicar entradas con regularidad le dice a Google que tu sitio está vivo y activo.

2. Más palabras clave.

Cada entrada es una oportunidad para posicionar nuevas keywords y atraer a diferentes tipos de usuarios.

3. Mejora del interlinking.

Con cada post nuevo puedes enlazar a otros contenidos, aumentando la navegación interna y el tiempo de permanencia.

4. Autoridad y confianza.

Un blog bien trabajado te posiciona como experto en tu sector, ganando confianza tanto de Google como de tus lectores.

La paciencia es clave.

El SEO es una carrera de fondo. No esperes milagros inmediatos; los resultados llegan con constancia, calidad y estrategia.

Calidad vs cantidad.

Publicar mucho sin cuidar la calidad puede ser contraproducente. Mejor pocas entradas bien hechas, útiles y optimizadas, que muchas superficiales.

¿Cómo combinar blog y SEO?

- * Planifica contenidos con keywords estratégicas (como vimos antes).
- * Optimiza cada post con títulos, metadatos, interlinking y CTA.
- * Cuida la velocidad y la experiencia del usuario.
- * Promociona tus entradas en redes y otros canales.

¿Sientes que haces todo esto pero no ves resultados? En2nube puede ayudarte a revisar, optimizar o incluso gestionar tu blog por ti y con mucho mimo.

Recursos útiles y contacto.

Antes de despedirnos, queremos dejarte una pequeña caja de herramientas para que puedas seguir mejorando tu blog y tu SEO sin perder el rumbo.

Enlaces y herramientas recomendadas.

1. **Plantilla calendario editorial.**

Descarga tu plantilla editable para planificar tus entradas.

2. [TinyPNG.](#)

Para comprimir imágenes fácilmente.

3. [Google PageSpeed Insights.](#)

Analiza la velocidad de tu web.

4. [Ubersuggest.](#)

Investiga palabras clave gratis.

5. [WebP Converter for Media.](#)

Plugin recomendado para imágenes WebP en WordPress.

6. [GTmetrix.](#)

Análisis avanzado de rendimiento.

¿Quieres que te echemos una mano?

Si gestionar tu blog se está convirtiendo en un lío o simplemente prefieres dedicar tu tiempo a lo que mejor sabes hacer, en En2nube estamos para ayudarte:

- * Auditorías SEO personalizadas.
- * Optimización técnica y de contenido.
- * Planificación y redacción de entradas.
- * Soporte y formación para que gestiones tu web con confianza.

Contáctanos sin compromiso y charlamos sobre cómo ayudarte a que tu blog brille:

hola@en2nube.es

www.en2nube.es

Síguenos y aprende más.

No olvides seguirnos en redes para tips, trucos y novedades que te ayudarán a sacar el máximo partido a tu web:

LinkedIn: [En2nube](#)

Instagram: [@en2nube](#)



en2nube
DISEÑO WEB & MARKETING

OBRA PROTEGIDA POR DERECHOS DE AUTOR