

# 10 Trucos SEO para Prestashop

Guía avanzada para mejorar el  
posicionamiento natural en tu  
eCommerce Prestashop

# Índice de contenidos

## Secciones en lenguaje técnico

1. Definiendo los keywords de tu negocio
2. Fichas de producto, categorías, descripción y jerarquía
3. Rich Snippets y Rel Author
4. Schema.org
5. RDA Data para Facebook
6. Responsive design (RWD)
7. El blog
8. Web Performance Optimization (WPO)
9. Dropshipping y descripciones copiadas
10. Saliendo al ruedo: htaccess, robots.txt y sitemap.xml

## Secciones en cristiano

1. O saber hacia dónde vamos
2. O el trabajo de chinos
3. O las estrellitas y mi cara
4. O todo estructuradito
5. O pon la foto que yo te diga
6. O el diseño adaptable
7. O alimentar al Señor Google
8. O la velocidad de página
9. O copiar ¡no! Copiar ¡caca!
10. O ¿qué hago con todo esto?

# Cómo funciona

En cada página encontrarás lo siguiente

Sí, la cuestión se reduce a eso:  
coger el catalejo y preguntarse “¿dónde está  
la pasta?”

Qué es esto

Título de sección

Texto

Texto importante

Recursos,  
herramientas, artículos  
relacionados

Publicidad  
descarada

## Sugerencias del chef:

- 1- Sensatez, no llegarás a todos los keywords
- 2- Analiza MUY BIEN el papel de tu competencia



# Preliminares

Doy más que por supuesto que, si estás leyendo esto, **tienes o vas a tener un Prestashop**, por lo que ya sabes lo que es. También es importante saber **lo que no es**:

- **Prestashop no es un CMS** preparado para poner contenidos que puedas utilizar para el SEO como si fuese un blog.
- **Prestashop está preparado para una optimización SEO muy básica**, pero no para la avanzada que se requiere hoy en día.
- La mayoría de las plantillas (themes) de Prestashop, incluso los de pago, **no están preparadas para el SEO**.

También doy por supuesto que vas a querer **posicionarte en Google España**, que concentra el mayor número de búsquedas en España.

Ok. Dicho esto, al turrón.

# 1. Definiendo los keywords de tu negocio

Para llegar a buen puerto hay que saber qué rumbo seguir.

Dicho de otro modo, de nada servirá que optimices tu Prestashop para SEO si no tienes unos **keywords a posicionar marcados** y, sobre todo, si no sabes **qué retorno** te van a dar esas palabras clave.

Sí, la cuestión se reduce a eso:  
coger el catalejo y preguntarse “¿dónde está la pasta?”

Es importante definir qué **mundo de keywords** tiene tu negocio. En este eBook pondremos el ejemplo de una **página dedicada a la venta de neumáticos**.

# 1. Definiendo los keywords de tu negocio

El razonamiento para definir nuestros keywords del mundo neumático sería:

¿Qué vendo?



Neumáticos

¿Cómo me buscará la gente?



Por genérico (neumáticos), por producto (neumáticos de carretera), por marca (neumáticos Pirelli), por preguntas (¿qué neumáticos son mejores para carretera?)

¿Es viable posicionarme por esos criterios?



Depende de la competencia y el esfuerzo que debas hacer para competir con ellos

Si voy a meterme en la batalla de “neumáticos de competición”



¿Me deja un buen margen cada venta? Lo que cuenta es la pasta.

Si no veo viable ninguna de estas keywords, ¿qué hago?



Pues buscar un nicho de mercado viable, por ejemplo “neumáticos de competición Pirelli Valladolid”

# 1. Definiendo los keywords de tu negocio

Pongamos por caso que de esas preguntas que nos hemos hecho, la conclusión es que **queremos posicionarnos por lo que mejor vendemos:**

neumáticos Firestone y neumáticos Pirelli.

Voy a vender en España. ¿Hay mercado?  
Probablemente, sí, pero, ¿hay demanda en Google?

Para saberlo, podemos usar la **herramienta de palabras clave de Google Adwords**. Debemos fijarnos en las búsquedas locales mensuales (España)

## Buscar palabras clave

Se basan en una o varias de estas opciones:

Campaña: Haga clic para seleccionar

Palabra o frase

neumáticos firestone  
neumáticos pirelli  
neumaticos firestone  
neumaticos pirelli

Sitio web

www.google.com/page.html

Categoría

Indumentaria

Solo mostrar ideas directamente relacionadas con mis términos de búsqueda ?

Opciones y filtros avanzados

Ubicaciones: España ✕

Idiomas: Todo

Dispositivos: equipos de sobremesa y portátiles

Buscar

# Definiendo los keywords de tu negocio

Utiliza la herramienta de sinónimos para ver qué palabras clave entran en tu “mundo” de keywords.

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales <small>?</small>	Búsquedas locales mensuales <small>?</small>
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos pirelli precios</a> ▾	Alta	2.900	590
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos pirelli moto</a> ▾	Alta	880	320
<input type="checkbox"/> <a href="#">precio neumaticos pirelli</a> ▾	Alta	2.900	590
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos pirelli pzero</a> ▾	Alta	140	110
<input type="checkbox"/> <a href="#">precios neumaticos pirelli</a> ▾	Alta	2.900	590
<input type="checkbox"/> <a href="#">pirelli</a> ▾	Baja	1.830.000	49.500
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumatico pirelli</a> ▾	Alta	12.100	3.600
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos pirelli f1</a> ▾	Baja	170	110
<input type="checkbox"/> <a href="#">pirelli scorpion</a> ▾	Medio	90.500	2.900
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos pirelli scorpion</a> ▾	Alta	590	170

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales <small>?</small>	Búsquedas locales mensuales <small>?</small>
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos firestone precios</a> ▾	Alta	1.000	320
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumatico firestone</a> ▾	Alta	4.400	1.600
<input type="checkbox"/> <a href="#">firestone</a> ▾	Medio	1.500.000	18.100
<input type="checkbox"/> <a href="#">precios neumaticos firestone</a> ▾	Alta	1.000	320
<input type="checkbox"/> <a href="#">firestone neumaticos</a> ▾	Alta	8.100	2.400
<input type="checkbox"/> <a href="#">precio neumaticos firestone</a> ▾	Alta	1.000	320
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos firestone tz300</a> ▾	Alta	58	58
<input type="checkbox"/> <a href="#">opinion neumaticos firestone</a> ▾	Medio	170	170
<input type="checkbox"/> <a href="#">neumaticos firestone opiniones</a> ▾	Medio	210	170
<input type="checkbox"/> <a href="#">cubiertas firestone</a> ▾	Alta	2.900	110



# Definiendo los keywords de tu negocio

Pongamos que el resultado final de nuestro ejemplo son **5 keywords** (trabajar y optimizar más palabras clave puede llevarnos a cantar como sospechosos en Google: sobre optimizar keywords, mal).

Nuestro mundo es, por orden:

- 1- neumático pirelli
- 2- neumático firestone
- 3- precio neumático pirelli
- 4- neumático firestone precio
- 5- neumáticos pirelli scorpion

Hemos optado por la opción “precio” porque somos competitivos en precio. Piensa con la cabeza: si no tienes un precio competitivo, olvídate de ese keyword.



## Sugerencias del chef:

- 1- Sensatez, no llegarás a todos los keywords
- 2- Analiza MUY BIEN el papel de tu competencia
- 3- <https://adwords.google.com> > herramientas y análisis > herramienta para palabras clave

# Fichas de producto, categorías, descripción y jerarquía

Lo primero que debemos hacer en Prestashop es **decirle tanto al usuario como a Google quién somos y qué hacemos.**

Los desarrolladores de plantillas de prestashop tienen la p\*\*a manía de asociar el <h1> a la imagen del logotipo. Eso es fatal.

Lo que deberíamos tener en nuestra home es:

**LOGO**  
**<h1> Qué hago**  
  
Contenido de la web  
<h2> Subsecciones  
<h3> Subapartados de h2

**OK**

**<h1> Venta de neumáticos Pirelli y Firestone</h1>**

**KO**

**<h1></h1>**

# Fichas de producto, categorías, descripción y jerarquía

En las fichas de producto y categorías debemos **tener siempre en cuenta los criterios que queremos posicionar**.

Por ejemplo, en la categoría “Neumáticos Pirelli” debemos contemplar en el título, descripción y keywords nuestro “mundo de keywords”

**Título:** Venta online de neumáticos Pirelli

**Descripción:** En elMundoDeLaRueda encontrarás la mayor variedad de neumáticos Pirelli al mejor precio. Gastos de envío gratis para España.

**Keywords:** neumático Pirelli, neumático Pirelli precio, neumático Pirelli gastos envío gratis, neumático Pirelli España, neumático Pirelli cuánto cuesta...

**Reescritura de URLs:** último paso, no olvides reescribirlas a manija en la ficha de producto y quitar los molestos IDs de producto y categoría con un módulo.

## 2. Fichas de producto, categorías, descripción y jerarquía

Este mismo ejemplo nos sirve, adaptándolo al específico de cada producto, para las fichas de producto.

Sobre todo, recuerda la jerarquía aplicada a la home para la ficha de producto:

```
<h1>Neumático Pirelli modelo Meloinvento</h1>  
<h2>Descripción</h2> blablablablabla  
<h3>Características</h3>  
<h3>Manual de usuario</h3>  
<h3>Vídeos</h3>
```

## 2. Fichas de producto, categorías, descripción y jerarquía

¡Ah! Y no descuides la **arquitectura de categorías, subcategorías y productos** de tu tiendas. Siempre que puedas, asocia una categoría a un producto, no 7 categorías por producto.

A mayor organización, más fácil indexación por parte de los buscadores y más facilidades para tu cliente para encontrar las cosas.

Y ni que decir tiene: **minimiza los errores 404** y, si eliminas páginas, redirígelas permanentemente con una redirección 301



### Sugerencias del chef:

- 1- No te pases de frenada poniendo 100 keywords, eso no sirve de nada
- 2- Ármate de paciencia, es un trabajo de chinos
- 3- Usa el módulo Pretty URL para eliminar IDs de las URLs <http://bit.ly/10uxiGm>
- 4- Pásate por Señor Muñoz “Creando una arquitectura SEO para eCommerce” <http://bit.ly/16Sx7fl>
- 5- Más información: <http://jordio.com/2012/07/mejorando-el-seo-de-tu-e-commerce-prestashop/>

## 3. Rich Snippets y Rel Author

Los Rich Snippets son **fragmentos enriquecidos de texto** que enviamos a Google para organizar mejor la información en los resultados de búsqueda.

### ¿Qué son?

Para el hombre mundano “lo de las estrellitas”, ya que nos permiten integrar opiniones de usuarios y puntuaciones/votos dentro de cada una de las fichas de producto de nuestro Prestashop.

[Promoción comida para loros - La tienda de arrobapark](#)  
[arrobaparktienda.com/.../promocion-16-18-noviembre-5-descuento-en-a...](#) ▼  
★★★★★ Valoración: 10/10 - 6 votos  
17/11/2012 – Promoción en arrobaparktienda el fin de semana del 16-18 de noviembre.  
Todos los productos de alimentación con un 5% de descuento.

Integrar los Rich Snippets nos permite destacar más en los resultados de búsqueda frente a la competencia.

## 3. Rich Snippets y Rel Author

Otra forma de destacar en los resultados de búsqueda es el “rel author”. El tag rel=“author” se vincula a tu **perfil personal** de Google+ y permite hacer “lo de las caritas”.

[seo prestashop Archivos | Consultor ecommerce | Experto ...](#)



[jordioib.com/tag/seo-prestashop/](http://jordioib.com/tag/seo-prestashop/)

de Jordi Ordóñez - en 123 círculos de Google+

02/01/2013 – Errores básicos en el SEO de un eCommerce. Excelente artículo, como siempre, de la gente de @kissmetrics sobre los errores clásicos del ...

Lo ideal es enlazar el rel author en el blog de tu tienda online, no en tu tienda.



### Sugerencias del chef:

- 1- Módulo de Rich Snippets para Prestashop <http://bit.ly/14HCVEZ>
- 2- Añadir rel=“author” en WordPress <http://bit.ly/zHwUHD>
- 3- How Optimizing My Ugly Google+ Pic Increased Free Traffic 35% <http://bit.ly/11g2MCx>

## 4.Schema.org

Schema.org es una directiva que ayuda a Google, Yahoo, Bing o Yandex a **clasificar el contenido de la web**.

¿Cómo? Diciéndole a estos buscadores qué es lo que están indexando a través del tag “itemtype”.

Para la home de nuestro Prestashop, podemos decirle al buscador que lo que está indexando es una WebPage. Las páginas de producto, un producto y las ofertas, ofertas.

De esta manera, los buscadores sabrán que **esa información que les estamos enviando** se refiere a productos, ofertas de nuestra página o la página en general.



### Sugerencias del chef:

- 1- Cómo integrar Schema.org en Prestashop: <http://bit.ly/17VfQsr>
- 2- Listado de types en Schema: <http://schema.org/docs/full.html>
- 3- FAQ sobre Schema.org en Google Webmasters <http://bit.ly/16dsmbL>



## 5.RDA Data para Facebook

Que levante la mano el que esté harto de publicar sus productos en Facebook y de que le salga la foto del logotipo asociada al link.

Eso es lo que queremos evitar con estos **microdatos RDA** que se sirven del protocolo **Open Graph de Facebook**. Sí, aquella cosa que habéis visto a veces en el código fuente de og:title, og:description.

Esos microdatos le están diciendo al amigo Facebook qué título, descripción e imagen de vuestra página tienen que enseñar cuando compartimos esa página en Facebook. No solo eso, si no que esos microdatos se enviarán a Don Facebook también cada vez que alguien **comparta o haga un like sobre nuestro contenido**, mejorando nuestro SEO dentro de esa red social.



### Sugerencias del chef:

- 1- Cómo integrar Open Graph en Prestashop: <http://bit.ly/17VfQsr>
- 2- Open Graph Protocol <https://developers.facebook.com/docs/opengraph/>

## 6.Responsive design (RWD)

Más conocido como el diseño chicleable. La retícula que se adapta a todos los dispositivos según su anchura y altura.

A Google le gusta que **tu contenido se adapte a todos los públicos y dispositivos** por lo que, siempre que puedas, debes buscar la “responsividad” en tu tienda Prestashop, ya sea haciendo el tema responsive desde cero, comprando una plantilla que sea responsive (en 1.5 hay muchas) o adquiriendo un módulo que introduzca un nuevo theme que se carga solo cuando los usuarios vienen desde smartphone o tablet.

Por defecto, la versión 1.5 de Prestashop ya lleva incorporado un theme responsive, por lo que ya tenemos el trabajo hecho.

### Sugerencias del chef:

- 1- Plantillas Prestashop responsive en ThemeForest <http://bit.ly/12KT4ty>
- 2- Módulo Prestashop Mobile Template para Prestashop 1.4 gratuito <http://bit.ly/15fBx9p>
- 3- Google Mobile Meter <http://www.howtogomo.com/en-gb/d/test-your-site/>



## 7.El blog

Desarrollar un blog para tu eCommerce es una de las **piezas clave para el SEO**.

Añadir contenidos nuevos a un eCommerce más allá de los productos o categorías es complicado, por lo que siempre es mejor **separar esa parte que le da vida a la web** de la tienda online.

Mi consejo es montar un blog separado sobre Wordpress en un directorio tipo `tutienda.com/blog` y **dotarlo de contenidos con una periodicidad semanal**

Esos contenidos no solo deben sumar para el SEO, si no que también le darán a los usuarios la impresión de que eres alguien que sabe de lo que vende, lo cual es súper importante para diferenciarse de la competencia en servicio y experiencia.

Recuerda que por el precio puede competir cualquiera. Puedo abrirme mañana una tienda de neumáticos y reventar los precios, pero si no tengo ni idea de lo que vendo, la gente lo notará.

## 7.El blog

### Qué no debe ser un blog de una tienda online

Lo que jamás debes hacer en el blog de tu tienda online es un **post sobre un producto buscando el enlace fácil** y que la gente lo compre. Eso es contenido porque tiene letras e imágenes, pero no es **contenido de valor**.

El contenido que generes debe aportar valor al usuario, ya sea orientándole, resolviéndole dudas, contestando a preguntas, hablando de casos prácticos que podrían ser el suyo, etc.

En el blog no vendes. En el blog hablas y generas debate y, de rebote, desvías a gente a la tienda, que es donde comprarán.

Repito: en el blog no vendes.

## 7.El blog

Ese contenido de valor es el que nos aportará visitas a medio/largo plazo y hará que los contenidos de nuestro blog tengan una cierta viralidad, ya que la gente los compartirá tanto en otras páginas/blogs como en redes sociales.



### Sugerencias del chef:

- 1- El blog como complemento del eCommerce: una herramienta de conversión y SEO <http://bit.ly/MgGprZ>
- 2- Alimentar al Señor Google y preparar tu eCommerce para el SEO <http://bit.ly/SEiq3U>
- 3- Blog de un eCommerce con posts que son un ejemplo a seguir <http://latiendadezinnia.com/blog/>

## 8. Web Performance Optimization (WPO)

La velocidad de carga es otro de los **factores que puede influir positiva y negativamente** en tu posicionamiento.

La deducción es fácil, cuanto más tarde en cargar tu página, peor.

Es por eso que es crítico optimizar tu site para que tarde en cargar lo mínimo posible. Más de 4 segundos de carga para la home, malo.

Debes optimizar tus imágenes a tope, usar las opciones de cacheado que te ofrece Prestashop y usar la compresión CCC, siempre que no se cargue ninguna funcionalidad (algunos CSS y Javascripts pueden dar problemas).



### Sugerencias del chef:

- 1- Acelerar tu Prestashop <http://jordioib.com/2012/03/acelerar-tu-tienda-prestashop/>
- 2- Google Page Speed Test <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>
- 3- Pingdom Website Speed Test <http://tools.pingdom.com/fpt/>

## 9. Dropshipping y descripciones copiadas

O lo que se conoce como cargar el CSV que me da el proveedor y quedarme tan ancho.

No hay nada peor para el SEO que subir una página entera con 5.000 productos en el catálogo y que **las 5.000 descripciones las tenga calcadas el de al lado** y el que está al lado del de al lado.

El copia/pega de contenidos está muy mal visto por Google, por lo que es muy importante que, si te dedicas al DropShipping, reescribas las descripciones de producto, como mínimo.

Sí, es así, es un trabajo de chinos y es una matada. Pero si aspiras a algún tipo de posicionamiento natural, no te queda otra.



### Sugerencias del chef:

- 1- Plag Splotter Duplicate Content Checker <http://www.plagspotter.com/>
- 2- Similar Page Checker <http://www.webconfs.com/similar-page-checker.php>

# 10.Saliendo al ruedo: htaccess, robots.txt y sitemap.xml

Una vez hayas cumplido todos los puntos anteriores, ya estás preparado para salir al ruedo. Solo quedan 3 cosas previas:

## **Htaccess**

Genera el htaccess a través de Herramientas > Generadores (en Prestashop 1.4) o guardando los cambios en la pestaña de SEO y URLs en Prestashop 1.5

## **Genera el archivo robots.txt**

Herramientas > Generadores (en Prestashop 1.4)

## **Genera el sitemap.xml**

En módulos > sitemap y envíalo a Google, Bing y Yahoo.



# 10.Saliendo al ruedo: htaccess, robots.txt y sitemap.xml

Cuando tengas todo online, verifica la propiedad del site en **Google Webmaster Tools** y sigue los consejos que te de la herramienta en cuanto a:

- Optimización / Sitemaps
- Optimización / Mejoras de HTML (contenidos duplicados)
- Estado / Errores de rastreo
- Y, si haces SEO externo generando backlinks, muy al loro de las advertencias que te envíen y de Tráfico / Enlaces a tu sitio. Y, si necesitas eliminar backlinks, usa la herramienta de Disavow



## Sugerencias del chef:

- 1- Google Webmaster Tools <https://www.google.com/webmasters/>
- 2- Google Disavow Links Tool <https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main?pli=1>
- 3- Bing / Yahoo Webmaster Tools <http://www.bing.com/toolbox/webmaster>
- 4- Robots.txt generation tool <http://www.mcanerin.com/EN/search-engine/robots-txt.asp>
- 5- Htaccess redirect generator <http://bit.ly/16EEymJ>

# Sobre el autor: Jordi Ordóñez

Me dedico a la consultoría en eCommerce y estoy especializado en la plataforma Prestashop.

## **Consultoría eCommerce**

Análisis de estadísticas, carritos abandonados, proceso de compra, experiencia de usuario, conversiones... Generación de informe con propuesta de mejoras

## **Diseño Prestashop**

Diseño de tu eCommerce Prestashop personalizado desde 0 o partiendo de una plantilla adaptada a tus necesidades

## **SEO Prestashop**

Análisis del posicionamiento de la página y propuesta de mejoras a nivel interno (mejoras en el catálogo y contenidos) y externo (generación de autoridad del dominio, backlinks, difusión en redes sociales...)

## **Desarrollo de módulos Prestashop**

Desarrollo de módulos a medida para Prestashop 1.4 y 1.5

## **SEM**

Creación de campañas de Coste Por Click en Google Adwords, mantenimiento y optimización.

## **Contenidos y redes sociales**

Generación y mantenimiento de los contenidos en tu eCommerce, blog y tus redes sociales.  
Generación de fans en Facebook, Twitter, Pinterest y LinkedIn y difusión de contenidos.

## **Blogs**

Diseño y desarrollo de blogs basados en WordPress.

Aquí puedes ver mis últimos trabajos <http://jordioib.com/portafolio-de-trabajos/>

# Y si te ha gustado

Compártelo todo lo que quieras.

¡Gracias! 😊