

SEO PARA TIENDAS ONLINE, 7 CONSEJOS PARA UN BUEN POSICIONAMIENTO EN GOOGLE



Posted on 24. septiembre 2025 by Mia

La [optimización para motores de búsqueda](#), en abreviatura SEO, garantiza que su sitio web aparezca en los codiciados puestos superiores de buscadores como Google. Para las tiendas online esto es especialmente importante y puede ser **decisivo para su facturación**. Con nuestros **7 consejos** aumentará la posibilidad de alcanzar una posición destacada en Google.

POR QUÉ SEO

Para dar a conocer con éxito un sitio web o una tienda online y ganar alcance, la optimización para buscadores es imprescindible. Los tiempos de los "textos de posicionamiento" puros ya han pasado, lo que cuenta para los buscadores es una combinación de **contenidos atractivos** que convenzan al usuario y satisfagan su [intención de búsqueda](#). Por supuesto, también entran en juego aspectos técnicos como el código fuente, a ello llegaremos más adelante.

Solo quien se encuentra en los primeros puestos de Google y otros buscadores recibe el tráfico, y en comercio electrónico, en el mejor de los casos, aumenta la facturación. Le damos 7 consejos con los que ya puede mejorar usted mismo el posicionamiento de su tienda online.

SEO PARA TIENDAS ONLINE, NUESTROS CONSEJOS

ENCONTRAR LAS PALABRAS CLAVE ADECUADAS

Antes de iniciar sus acciones de posicionamiento, piense bien en los **términos de búsqueda** que encajan con su tienda online y oriente su contenido en consecuencia. Los términos de búsqueda son las palabras o frases que los usuarios introducen en el buscador. Para determinarlos debe ponerse en el **lugar de sus posibles clientes y conocer sus necesidades**. Aquí resulta útil crear una llamada **persona compradora**, esta representa a su cliente en una sola persona y le facilita comprenderlo.

Un ejemplo, vende bolsos en su tienda online. Un usuario que introduce únicamente "bolsos" en el campo de búsqueda de Google no está necesariamente listo para comprar, es posible que, de momento, solo quiera informarse sobre nuevas tendencias. Además de que la competencia por esta palabra clave es, lógicamente, enorme, con palabras clave más precisas evitará la dispersión. Optimice por ello sus textos para términos como "comprar bolsos" o, aún mejor, "comprar bolsos online" o "tienda online de bolsos".

Cuanto más **específicas** sean sus palabras clave y, llegado el caso, más alcance a su público objetivo de nicho, mejor. ¿Solo ofrece determinadas marcas o diseños especiales? Encuentre palabras clave orientadas a ello. Quizá atraiga menos clics, pero con mayor probabilidad de **cierre de compra**. Para apoyarse dispone de **herramientas** como el [Planificador de Palabras Clave de Google](#) o [keywordtool.io](#), donde verá qué volumen de búsqueda hay detrás de los términos y obtendrá más ideas.

OPTIMIZAR METADATOS Y ETIQUETAS DE TÍTULO

Una vez definidas las palabras clave adecuadas para su público, hay que colocarlas en los lugares correctos. En primer lugar, su **palabra clave principal debe figurar en los metadatos**. Estos constan de un título y una descripción, aparecen en la página de resultados de Google y deben **invitar al usuario a hacer clic**.

Los metadatos son relevantes tanto para el posicionamiento en Google como para el usuario, que en este punto entra por primera vez en contacto con su tienda online. No obstante, no se puede garantizar que Google utilice siempre sus metadatos.



Wisea Marketing Digital, S.L.

<https://www.wisea.es> · [Translate this page](#) · [⋮](#)

Wisea Marketing Digital, S.L.: Agencia de publicidad Málaga

Todo lo que necesita, en una sola agencia · Concepción de **marketing** online, publicidad y desarrollo de estrategias · Diseño web orientado al público objetivo (...

Redacte un título y una descripción que resulten atractivos.

Además, etiquete sus imágenes. Junto a los metadatos debería optimizar las **etiquetas de título de las imágenes** de su tienda online. Cómo proceder de la mejor manera ya lo hemos resumido en nuestro artículo del blog sobre mejora del posicionamiento con textos alternativos y etiquetas de título.

Según cómo gestione su sitio web, por ejemplo con WordPress, Contao u otros, la edición de metadatos y etiquetas de título estará disponible en lugares distintos. [Estaremos encantados de ayudarle con la optimización.](#)

MANTENER BAJO EL TIEMPO DE CARGA

Si su tienda online no se carga en pocos segundos, una gran parte de los usuarios abandona de inmediato y se marcha a la competencia. Google también valora negativamente esta salida directa, lo que le hace bajar posiciones en el ranking.

Reduzca al mínimo el tiempo de carga de las páginas de su tienda. Puede lograrlo, por ejemplo, **comprimiendo**, es decir, reduciendo el tamaño de las imágenes de la tienda. Para probar la velocidad de carga de sus páginas dispone de la herramienta PageSpeed de Google, que le indica en qué puntos presenta carencias su tiempo de carga y ofrece consejos de optimización.

MOBILE FIRST Y CÓDIGO LIMPIO

Más de la mitad de las búsquedas se realizan desde **dispositivos móviles**, es decir, desde **teléfonos** y **tabletas**. Asegúrese de que su tienda online se muestre correctamente en estos dispositivos, con un [diseño web adaptable](#). Cada vez con más frecuencia, Google **clasifica** los sitios web y las tiendas online según el principio Mobile First. El posicionamiento de su sitio, tanto en escritorio como en móvil, se determina a partir de su **versión móvil**.

El código de su sitio web debe estar bien escrito y optimizado para dispositivos móviles. Si gestiona su sitio mediante un sistema de gestión de contenidos, tendrá poca influencia en el código; sin embargo, la mayoría de los proveedores trabajan conforme a los requisitos más recientes. Nuestros [expertos](#) estarán encantados de comprobarlo por usted.

GARANTIZAR CONTENIDO ÚNICO Y ENLACES INTERNOS

El **contenido de calidad** desempeñan un papel cada vez mayor, tanto para buscadores como Google como para sus usuarios y posibles compradores en su tienda online. No copie contenidos de la competencia o de fabricantes, Google considera esto contenido duplicado y puede penalizarlo con un posicionamiento más bajo. Ofrezca a sus usuarios valor añadido y textos de calidad que impulsen la compra. Redacte textos **precisos** y **comprensibles**, fáciles de leer y que incluyan toda la **información relevante**.

Incluya sus palabras clave seleccionadas de forma natural en los textos. Aquí rige lo siguiente, no se exceda. En el peor de los casos, Google puede considerar este "abuso de palabras clave" como una trampa y penalizar su tienda online con pérdidas de posicionamiento.

Para guiar de forma eficaz a sus posibles compradores por su tienda puede utilizar, entre otros, **enlaces internos**. Si en una categoría menciona un producto determinado u otra subpágina relacionada, enlázela.

Piense, además, en qué subpáginas ubicará sus contenidos, lo que nos conduce al siguiente consejo.

GARANTIZAR ESTRUCTURA Y CLARIDAD

Guíe a los usuarios de forma lógica por su tienda online. La estructura de su sitio y la claridad en la navegación son determinantes para el posicionamiento, junto con la **facilidad de uso** y la **experiencia de usuario**. Si los posibles compradores no se orientan, tenderán a marcharse a la competencia. Aumentará la **tasa de rebote** y Google interpretará señales negativas. La consecuencia es un peor posicionamiento.

REALIZAR ANÁLISIS PERIÓDICOS

¿Ha aplicado ya los consejos de posicionamiento? Es un excelente comienzo, ahora toca mantenerse. Google realiza cambios en el **algoritmo con regularidad y su competencia tampoco descansa**. Por lo tanto, **analice periódicamente los indicadores de su tienda online y realice optimizaciones cuando proceda**. Una herramienta importante en este punto es [Google Analytics](#), que le ofrece información clave sobre el rendimiento de su tienda.

MÁS OPCIONES PARA LOGRAR LOS PRIMEROS PUESTOS

Además del posicionamiento, existen más posibilidades para que su tienda esté bien situada en Google.

PUBLICIDAD EN SEO Y GOOGLE SHOPPING

Una excelente ampliación del posicionamiento es la publicidad en buscadores, es decir, anuncios de pago. **Google Ads** aumenta de forma dirigida su alcance, los clics y, en el mejor de los casos, su facturación. Cuanto mejor optimizada esté su tienda para posicionamiento, mejor repercutirá en sus posibles anuncios de Google. Mientras que las medidas de posicionamiento tardan un tiempo en hacer efecto, **con SEA puede obtener resultados de inmediato**, los anuncios de texto se muestran por encima de los resultados orgánicos y están situados de forma destacada en el campo de visión del usuario. Qué hay exactamente detrás de la publicidad en buscadores y qué ventajas ofrece ya lo hemos tratado en nuestro artículo sobre su uso.

Para su tienda online son especialmente adecuadas las llamadas **campañas de Shopping** dentro de los anuncios de Google. Sus productos se muestran en Google Shopping y, con una buena optimización, aumentan las visitas a su tienda.

The screenshot shows a Google Shopping search for "bolsos rebajas". The search bar is at the top with the Google logo. Below it are navigation tabs for "All", "Shopping", "Images", "Short videos", "Web", "Finance", "Videos", and "More". The search results are filtered by "Women's", "Cross-body", "Under €45", "Tote", "Men's", "Backpacks", "Clutch", and "Men's Bags". The "Sponsored" section displays a grid of products with images, brand names, titles, prices, and shipping information. Brands visible include GUESS, Misako, Tommy Jeans, Desigual, MANGO, COACH, and Parfois. Below the sponsored section, there are more product listings with images and titles.

Ponga sus artículos en Google Shopping.

Además de Google Ads, según su público objetivo también pueden ser adecuados los **anuncios de Facebook**. Al igual que en Google, aquí tiene la posibilidad de dirigirse directamente a usuarios potenciales. Puede ampliar información en nuestro artículo del blog sobre anuncios de Facebook.

Estaremos encantados de ayudarle a configurar su campaña de Google Shopping o sus anuncios de Facebook.

CREAR UN BLOG

Un blog es una estupenda manera de **consolidarse como experto en un área**. Sigamos con el ejemplo de los bolsos. Además de venderlos, ¿quiere informar sobre las últimas tendencias? Este tipo de contenido complementario no necesita incluirlo en su tienda, puede **externalizarlo en un blog**. Lo ideal es optimizar también los artículos del blog para palabras clave relevantes, de modo

que su público objetivo le encuentre. Así aumenta su alcance y mejora su notoriedad. Una vez consolidado con sus publicaciones en ese ámbito, su tienda también se beneficiará.

ENCARGAR EL TRABAJO A UN PROFESIONAL

Nuestros consejos de posicionamiento le dan un empujón inicial y le marcan el camino hacia un mejor ranking. No obstante, el posicionamiento para tiendas online no es una tarea que pueda resolver rápidamente en su trabajo diario. Requiere mucha **planificación, implementación y análisis periódico**. Solo quien se implica de verdad puede conseguir éxitos duraderos con la optimización para buscadores en comercio electrónico.

Para un posicionamiento sostenible en Google, cuente con un profesional que haga crecer su facturación mediante **marketing online**. Por supuesto, hay más factores que desempeñan un papel en tiendas online y optimización para buscadores. Como [agencia de publicidad](#) conocemos los requisitos y nos encargamos de aplicarlos de forma específica para usted.

CONCLUSIÓN

El posicionamiento para tiendas online no es un misterio, pero requiere **mucho trabajo y análisis periódico**. Solo quienes sitúan sus acciones de posicionamiento para comercio electrónico en los primeros puestos de Google recogen frutos. Su trabajo se basa en una **investigación exhaustiva de palabras clave para** llegar realmente a su cliente objetivo. Optimice sus contenidos, así como sus metadatos y etiquetas de imagen, para esos términos, no se exceda y encuentre **un buen equilibrio**. Sus textos deben ser únicos, contenido duplicado, y no tomados de competidores o fabricantes. Asegúrese de que su tienda online esté optimizada **para dispositivos móviles** y cuide una **estructura fácil de usar**.

Estaremos encantados de ayudarle en todo el proceso de creación y optimización de su tienda online y de alcanzar a su público objetivo. Póngase en contacto con nosotros.

[Contacto](#)