



WORDCAMP  
MADRID  
2023



Sara Fernández Carmona  
Consultora SEO Internacional

## ¿Qué es el SXO? Descubre cómo unir SEO y UX

X @sarafdez

SJ [speakerdeck.com/sarafernandezseo](https://speakerdeck.com/sarafernandezseo)

#WCMAD

# ¡Hola, Madrid! Soy Sara

- Consultora SEO Internacional
- Admin en SEO Barcelona
- Políglota (cotorra en múltiples idiomas)
- Friki de la IA e intento de bajista
- Background en Traducción y Localización
- Máster en Diseño UX/UI



¡Aquí me puedes cotillear! 🕵️



@sarafdez



/in/internationalseo



sara-fernandez.com

# Algunas definiciones básicas

## SEO



- Mejora la visibilidad en buscadores.
- Estrategias dentro y fuera de la página ("On-page" y "Off-page").
- Aumenta el tráfico orgánico.

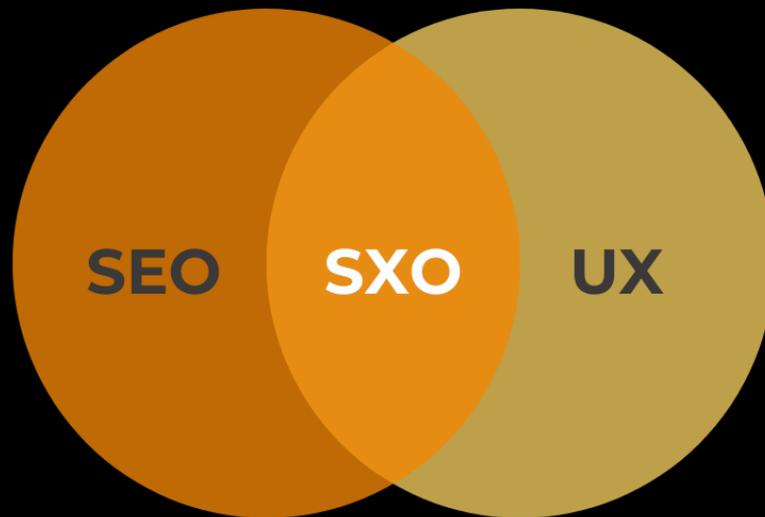
## UX



- Estudia usuarios para entender sus necesidades.
- Diseña soluciones adecuadas.
- Don Norman: "cubre toda interacción de una empresa y sus productos"

# ¿Y qué pasa si los juntamos?

## It's a Match!



# Search Experience Optimization

Combina el conocimiento técnico del SEO con el enfoque centrado en el usuario de la UX.

**Objetivo:** mejorar una web para los buscadores pero primordialmente para los usuarios.

# El usuario como centro de todo

## SEO



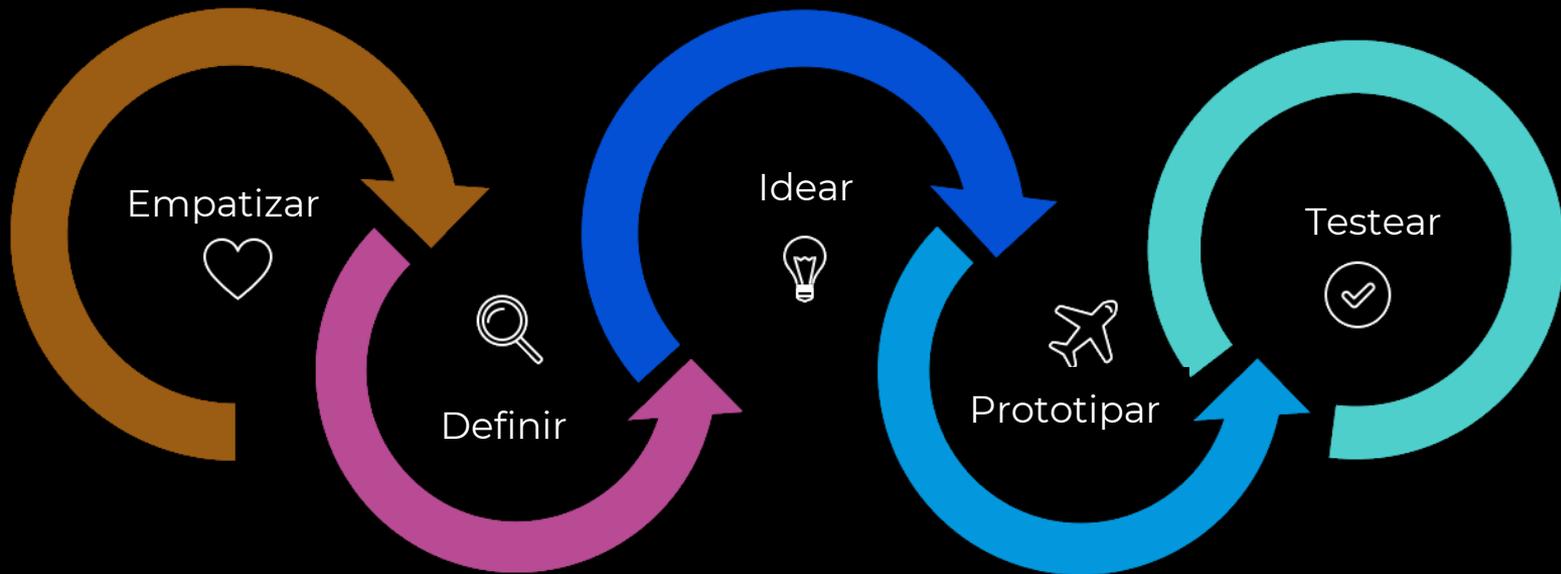
Optimizar para los buscadores poniendo como foco principal las expectativas del usuario y la intención de búsqueda detrás de las palabras clave.

## UX



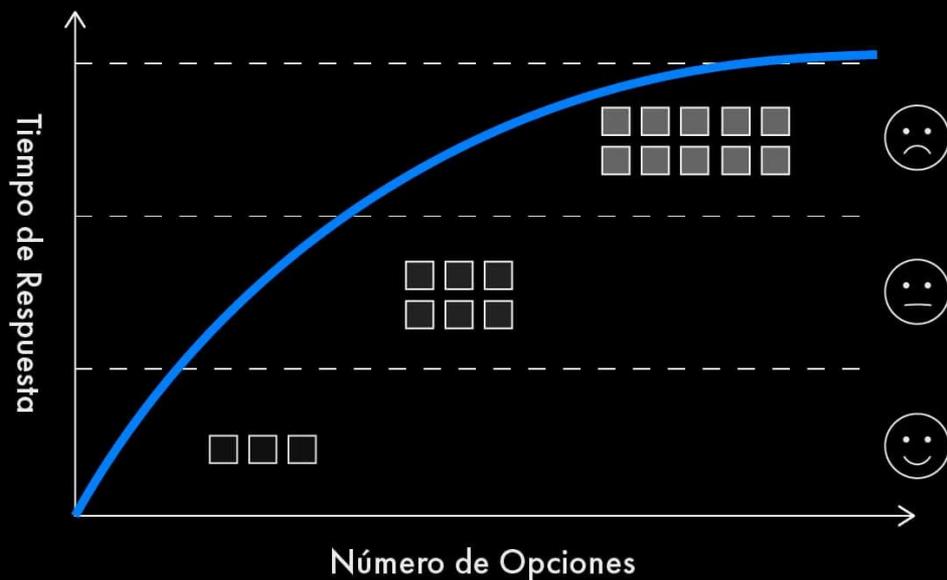
Diseñar una web haciendo una investigación previa, considerando las necesidades de los usuarios, sin limitarse a imitar lo que hace la competencia.

# El proceso de design thinking





# Ley de Hick



El tiempo de decisión es directamente proporcional al número de opciones disponibles.

Utilizada en diseño de interfaces y ergonomía para optimizar la presentación de opciones al usuario y mejorar tiempos de respuesta.



# Ley de Hick

ASOS MUJER HOMBRE

Buscar artículos y marcas

MUJER HOMBRE

¿ACABAS DE LLEGAR? ¡Consigue un -15% en todo!\*  
Con el código: ASOSNEW

**Esto es ASOS**  
ASOS DESIGN y +850 marcas

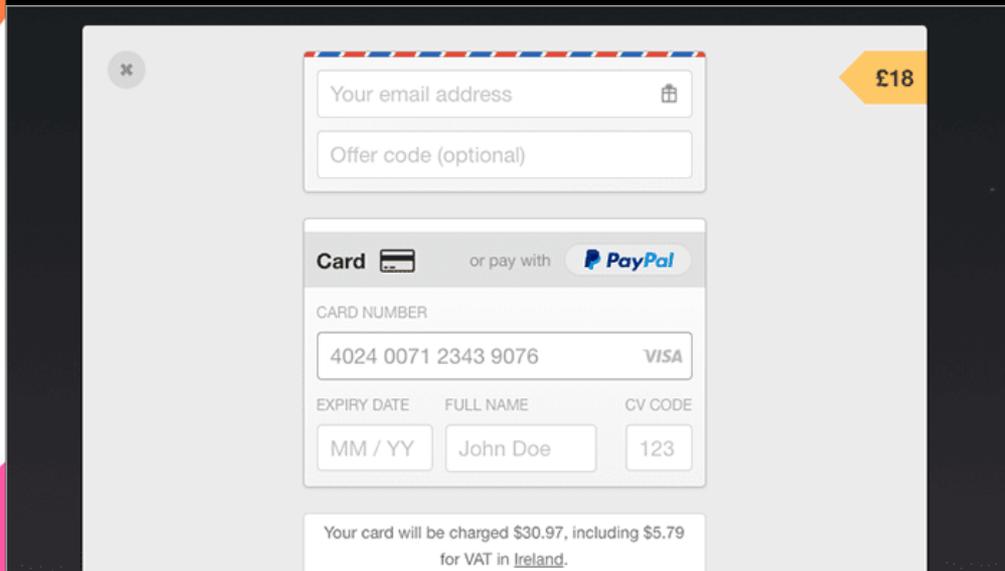
MODA MUJER MODA HOMBRE

ASOS PREMIER  
Envío al Siguiente Día Laborable gratuito e ilimitado durante todo un año por 29,99 €

ENVÍO Y DEVOLUCIÓN

Reducción de opciones en la home para optimizar el tiempo de decisión del usuario.

# Ley de Miller



A screenshot of a payment form illustrating the Miller Law principle. The form is divided into sections by dashed lines. At the top right, a yellow arrow points to the price '£18'. The form fields are: 'Your email address' (with a gift icon), 'Offer code (optional)', 'Card' (with a card icon) or 'PayPal' (with the PayPal logo), 'CARD NUMBER' (4024 0071 2343 9076 VISA), 'EXPIRY DATE' (MM / YY), 'FULL NAME' (John Doe), and 'CV CODE' (123). At the bottom, a summary line states: 'Your card will be charged \$30.97, including \$5.79 for VAT in Ireland.'

Una persona adulta es capaz de recordar en la memoria a corto plazo un máximo de siete elementos de manera simultánea.

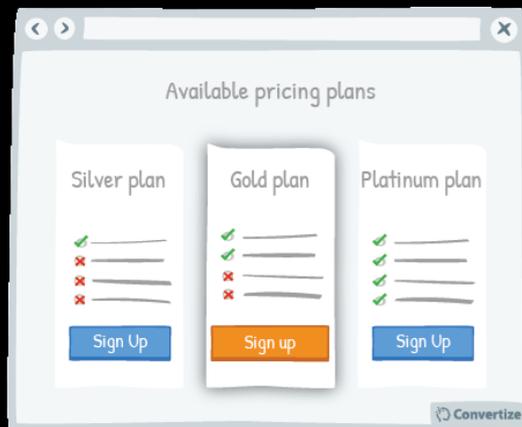
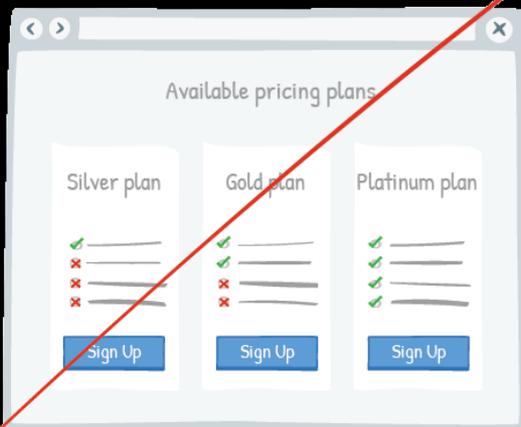
Agrupar los dígitos de las tarjetas en grupos de cuatro ayuda a los usuarios a comprobar que sus datos son correctos.

# Ley de Fitts



Un elemento es más fácil de seleccionar si es grande y no requiere mucho desplazamiento del cursor (o el dedo en dispositivos móviles).

# Efecto Von Restorff



También conocido como “efecto de aislamiento”.

Cuando hay varios objetos parecidos, es más probable recordar los que resaltan por su color o por su forma.

Es importante resaltar elementos como las CTAs para que el usuario los perciba con facilidad.

# Efecto bandwagon

## Leading product teams are already using Zeplin

Since day one, Zeplin focuses purely on improving the collaboration between designers and engineers, providing them the most accurate resources out there. **Just this March, 6,860,876 designs** from Sketch, Figma, Adobe XD and Photoshop CC were exported to Zeplin by thousands of product teams.



slack

MailChimp



Dropbox

ueno.

Pinterest

STARBUCKS™

[Explore why →](#)

También conocido como “efecto de arrastre”.

Se refiere a la tendencia de hacer y creer en cosas simplemente porque un gran número de personas también lo hacen y lo creen.

Lo mismo pasa si vemos que muchas marcas usan algo y nosotros no (¡el “FOMO” es real!)

# Sesgos cognitivos

¡Hay más de 200! 🧠

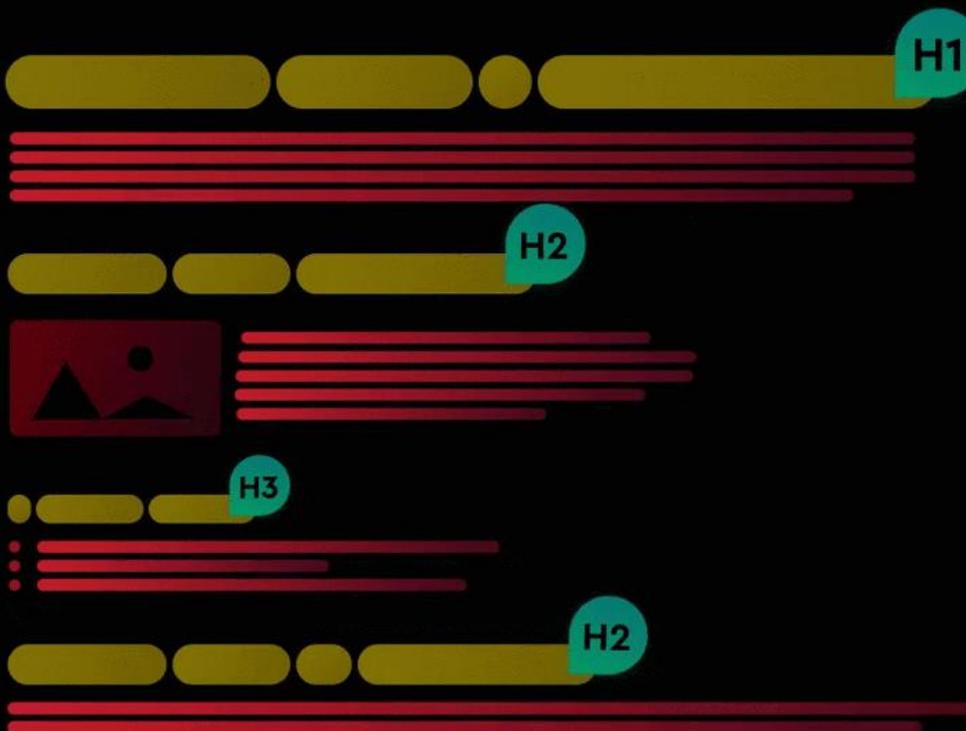
En lugar de luchar contra ellos, debemos reconocerlos y comprender su impacto en nuestras vidas.



[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_cognitive\\_biases](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases)



# Uso de los encabezados



H1

No podemos usarlos únicamente con fines estilísticos

H2

H1: Título principal de la página. Solo puede haber uno.

H3

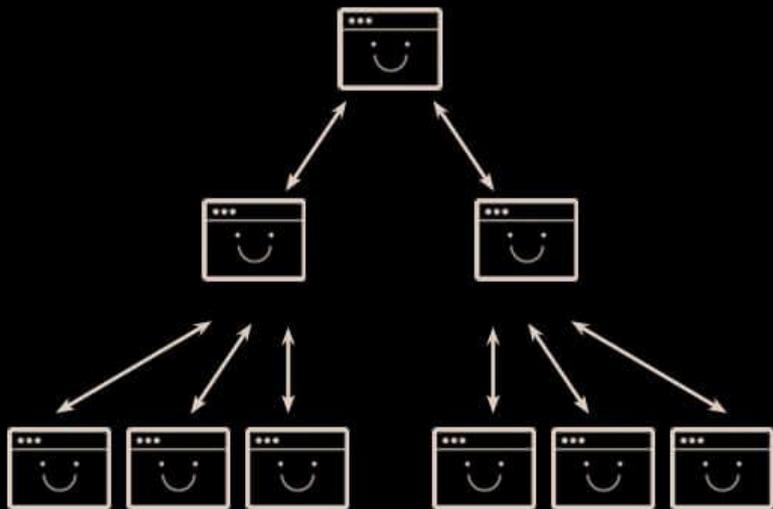
H2, H3, etc: Subtítulos y secciones secundarias.

H2

Organiza y resalta el contenido.

Claro para usuarios y buscadores.

# Enlazado interno y arquitectura web



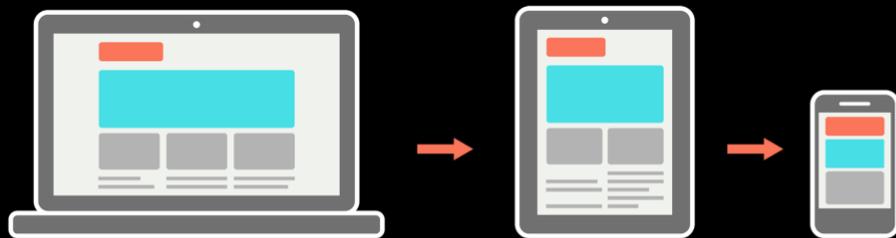
Facilita la navegación y mejora la usabilidad.

Ayuda a los buscadores a comprender la estructura de la web. Promueve la relevancia y la autoridad del contenido.

Cada página debe estar a menos de tres clics de la home.

Evitar páginas huérfanas (sin enlaces apuntando hacia ellas desde la misma web).

# Adaptación a mobile



Responsive Web Design

---

Mobile First Web Design



Los buscadores priorizan la versión móvil para la indexación.

No podemos eliminar contenido al adaptar a mobile.

Los usuarios buscan consistencia entre versiones.

# Uso de JavaScript



Contenido: debe ser fácilmente rastreable e indexable.

JavaScript excesivo → los buscadores no reconocen el contenido.

Solución:

- Usar JavaScript con moderación.
- Optar por tecnologías más compatibles y accesibles para mostrar y animar contenido, como HTML y CSS.

# Cloaking y técnicas “Black Hat”



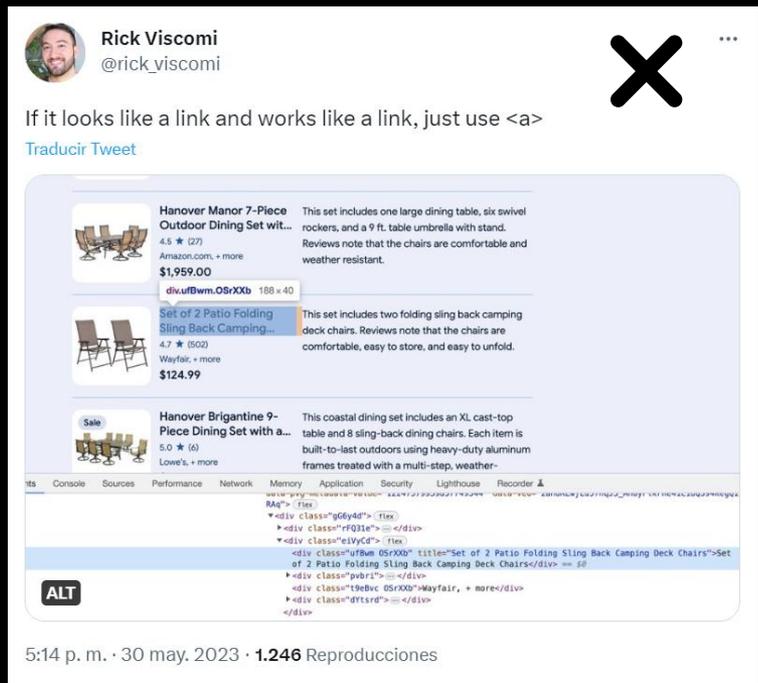
Ocultar contenido real a usuarios y muestra una versión diferente en el código HTML.

**Objetivo:** Manipulación desleal del posicionamiento.

Puede hacerse con CSS u otros métodos, a veces sin querer.

Probar en distintos dispositivos y navegadores. Corregir cualquier contenido oculto no intencional.

# Etiquetas para enlaces



**Rick Viscomi**  
@rick\_viscomi

If it looks like a link and works like a link, just use `<a>`

[Traducir Tweet](#)

**Hanover Manor 7-Piece Outdoor Dining Set with...**  
4.5 ★ (27)  
Amazon.com, + more  
\$1,959.00  
div.ufBwm.0SrXXb 168 x 40

**Set of 2 Patio Folding Sling Back Camping...**  
4.7 ★ (502)  
Wayfair, + more  
\$124.99

**Hanover Brigantine 9-Piece Dining Set with a...**  
5.0 ★ (6)  
Lowe's, + more

```

<div class="g6y4d">
  <div class="rF031e">
    <div class="e1VYcd">
      <div class="ufBwm 0SrXXb" title="Set of 2 Patio Folding Sling Back Camping Deck Chairs">Set
        of 2 Patio Folding Sling Back Camping Deck Chairs</div>
      <div class="pvbri">
        <div class="t9Bvc 0SrXXb">Wayfair, + more</div>
      <div class="drcsr">

```

5:14 p. m. · 30 may. 2023 · 1.246 Reproducciones

**Enlaces:** se crean con elemento `<a>`

**Atributo 'href':** especifica la URL de destino.

**Ejemplo:**

`<a href="https://www.ejemplo.com">Ejemplo</a>`

**Error:** Usar 'div' en vez de 'a': pierde significado semántico y genera problemas de accesibilidad.

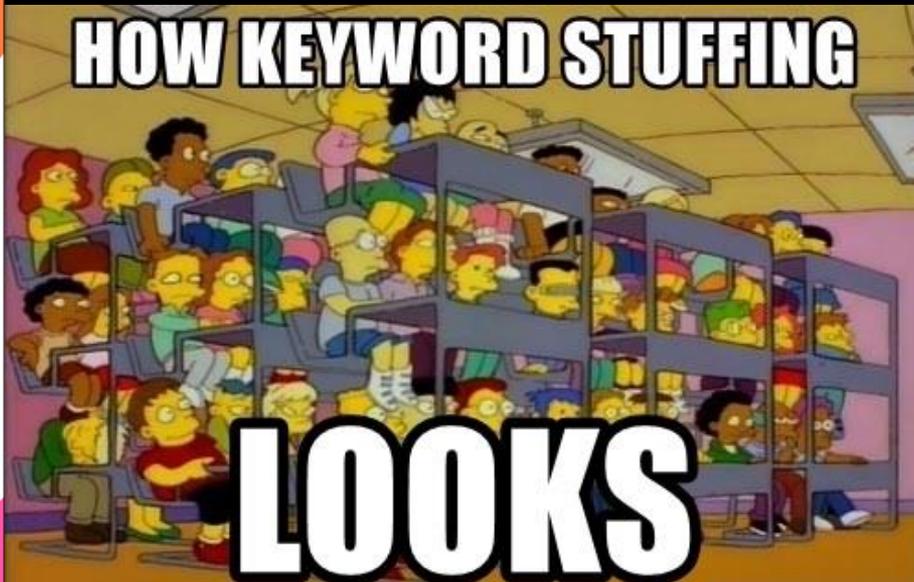
[https://twitter.com/rick\\_viscomi/status/1663564455047991297](https://twitter.com/rick_viscomi/status/1663564455047991297)

# Imágenes



- Comprimir y usar formatos adecuados.
- Incluir texto alternativo para accesibilidad y SEO.
- Usar nombres descriptivos:
  - ✗ "IMG1234.jpg"
  - ✓ "gatete-adorable.jpg"
- Evitar exceso de imágenes grandes, videos o animaciones.
- Minimizar código.
- Utilizar técnicas de almacenamiento en caché.

# Uso equilibrado de palabras clave



Incorpora palabras clave de forma natural, evitando la saturación innecesaria ("keyword stuffing").

Ejemplo: si escribes sobre "recetas saludables", considera también "alimentación equilibrada" o "nutrición".

# Scroll infinito



## Ventajas:

- Proporciona rapidez.
- Mejora la experiencia de navegación.

## Riesgos:

- Posibilidad de que los robots de búsqueda no rastreen todo el contenido.

## Recomendaciones:

- Estructurar y marcar adecuadamente el contenido.
- Asignar URL únicas para cada carga adicional.
- Evitar una carga excesiva de contenido. Proporcionar opciones de navegación y búsqueda.

# Lazy loading



Ayuda a cargar contenido multimedia gradualmente y optimizar la velocidad de carga.

Se recomienda utilizar métodos como la carga progresiva o bajo demanda, que permiten que el contenido sea indexable y rastreable.

**Importante:** no debemos olvidar el uso de las etiquetas "alt" para las imágenes.

# Uso de migas de pan



## Beneficios:

- Mejoran la experiencia de usuario.
- Clarifican la jerarquía y organización del contenido.
- Potencian el enlazado interno.

Sin ellas, los buscadores y los usuarios podrían tener dificultades para entender la estructura y encontrar el contenido.

# Evitar la canibalización



Con la canibalización de contenido, varias páginas compiten por las mismas palabras clave.

Confunde a usuarios y motores de búsqueda.

**Solución:** Evitar duplicación y usar la etiqueta `rel="canonical"` para identificar la página principal.

# E-E-A-T en diseño web

Google **EEAT**

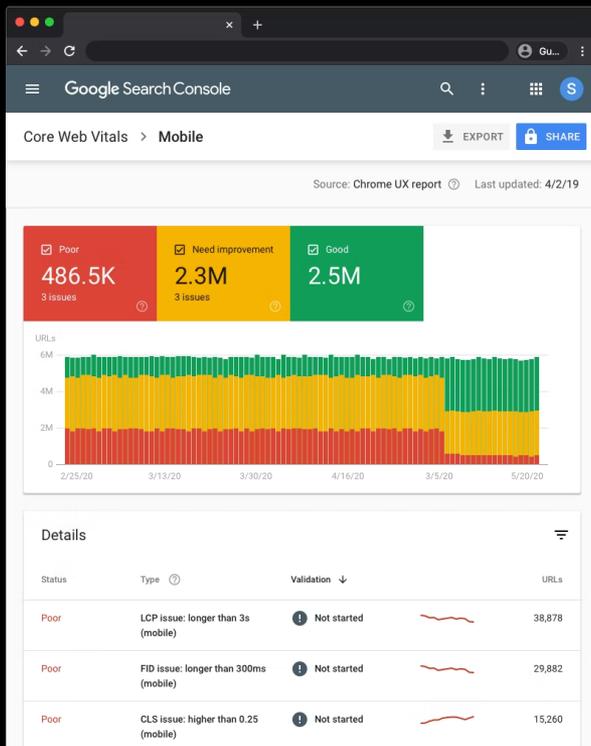


E-E-A-T: Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness.

Impacta en credibilidad, confianza y calidad.

**Elementos clave:** cajas de autor, biografías, perfiles sociales. "Acerca de", política de privacidad, testimonios y reseñas.

# Monitorización de la web



Google Search Console y Core Web Vitals: esenciales para SEOs y diseñadores.

Miden experiencia de usuario: velocidad, interactividad, estabilidad visual.

Nos ayudan a detectar y solucionar problemas en el rendimiento web.

# Cómo fomentar la colaboración entre equipos





**SEO**

**DESIGNERS/  
UX / CRO**

**FRONT END  
DEVELOPERS**

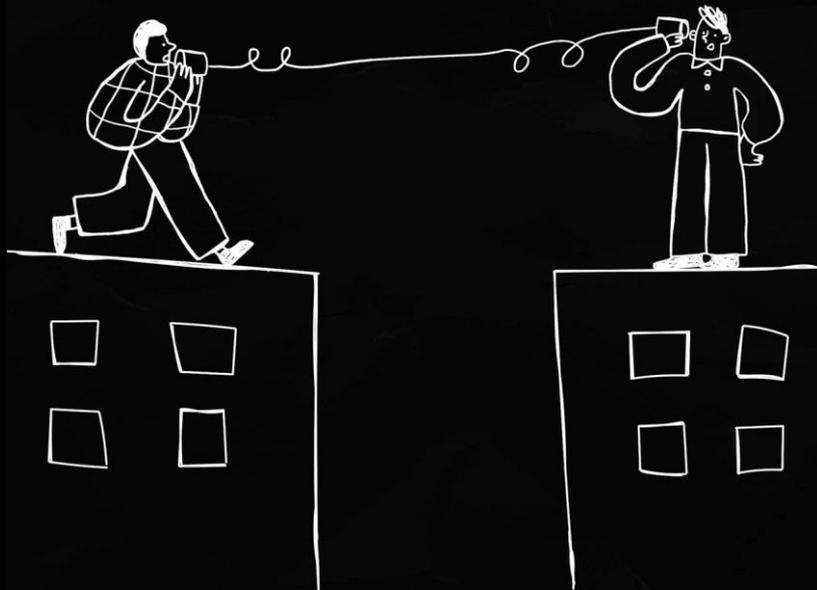


# Stop trabajar en silos



- Los equipos deben ser independientes pero transparentes en sus acciones.
- Es esencial que se comuniquen cambios que afecten al SEO o UX.
- Se deben promover espacios para que ambos equipos colaboren y comenten avances y oportunidades.

# Cread canales efectivos



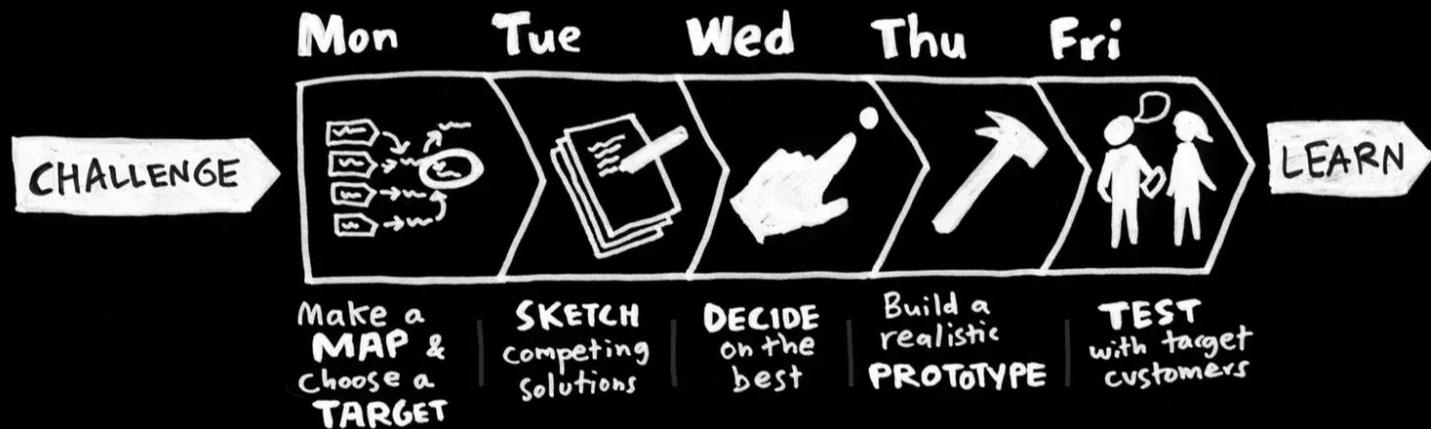
Cread canal para intercambio de ideas y actualizaciones.

Compartid canales relevantes: garantiza visibilidad total.

Reuniones quincenales/mensuales: Discusión de desafíos e información.

- **Agenda incluida:** maximiza la eficiencia y participación.

# Participación de SEO en sprints de diseño



Asegura que el expertise de SEO esté presente desde el inicio.  
Animadlos a participar en técnicas creativas: "Crazy 8's", creación de prototipos.

# Compartid datos y accesos



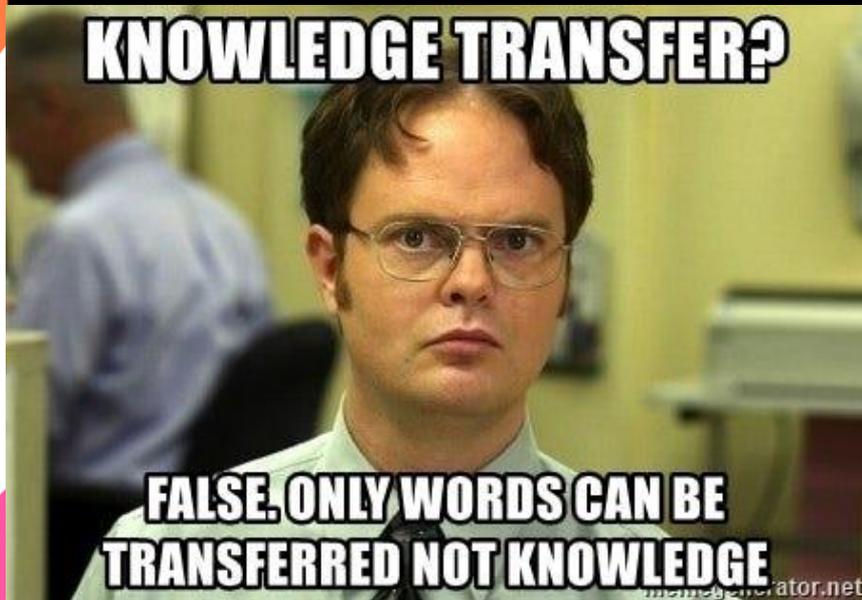
## UX:

- Includid a SEO en sesiones de investigación con usuarios.
- Compartid grabaciones y resultados de pruebas de usabilidad.
- Dad acceso a prototipos en Figma y archivos relevantes (Miro, Notion, etc).

## SEO:

- Compartid informes de rendimiento y tendencias de búsqueda.
- Informad sobre actualizaciones de algoritmo.
- Dad acceso a herramientas: Google Search Console, Google Analytics.

# Fomentad el intercambio de conocimiento



- **Objetivo:**

Sesiones conjuntas para compartir conocimientos, buenas prácticas y trucos de ambos equipos.

- **Frecuencia:**

Inicialmente una vez al mes o trimestral. Ajustar basándose en necesidades y disponibilidad del equipo.

- **Organización:**

Carpetas en Drive para almacenar grabaciones de cada sesión.

¡Muchas gracias  
por venir!

¿Alguna pregunta? 💡

---

