

Webinar

Auditoría SEO básica de tu tienda online

Sofía Calle

¡Hola! soy Sofía Calle

Consultora SEO enfocada en tiendas online

sofiacalle.es

|

[@soficalleprieto](https://twitter.com/soficalleprieto)



1. Proceso de compra

Realiza pruebas de compras y piensa lo fácil o difícil qué se lo pones a tus clientes.

Aspectos a evaluar

- ★ La tienda permite navegar y comprar fácilmente.
- ★ Categorías y subcategorías son claras y concisas.
- ★ Los productos agotados se reflejan como tal.
- ★ Los gastos de envío son claros desde el principio.
- ★ Existen varios métodos de pago.

2. Herramientas

2.1 Google Search Console

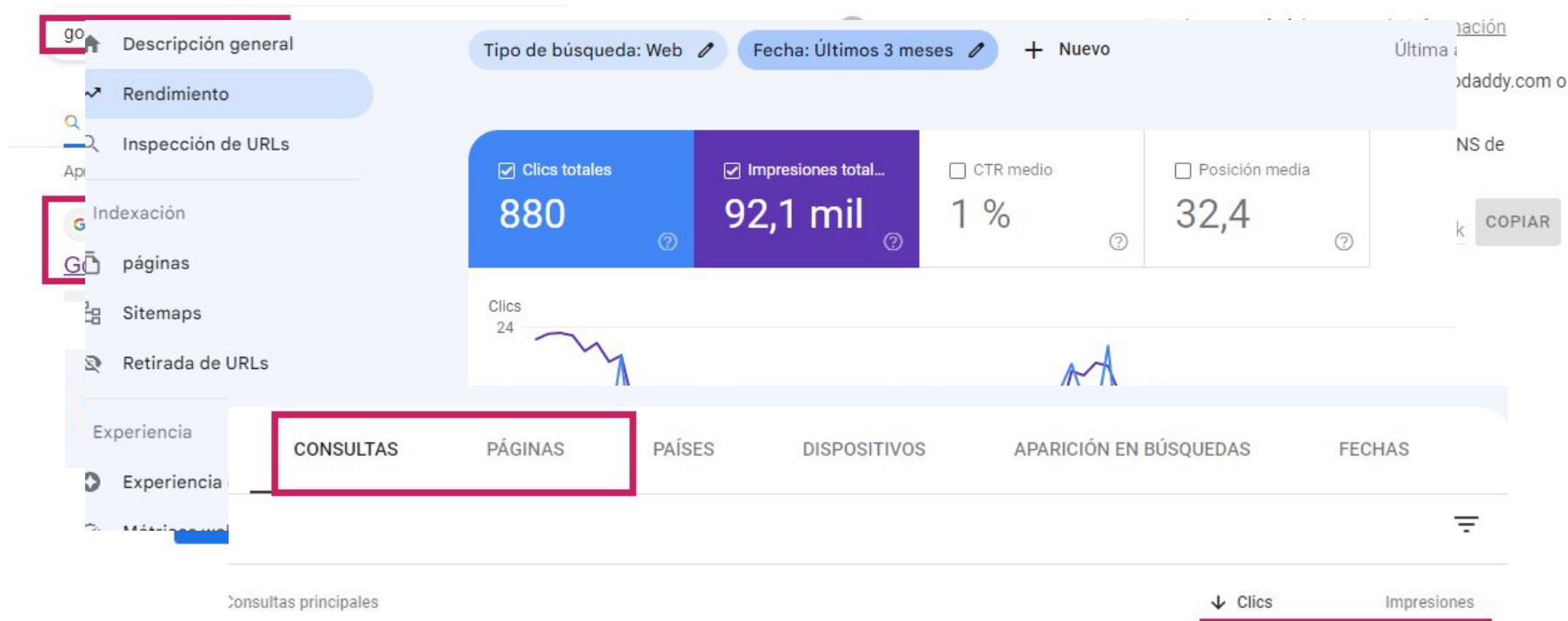
Es una de las herramientas más potentes de Google para ver cómo llegan los usuarios a tu web desde Google. Y además es gratuita.

Aspectos a evaluar

- ★ Se ha creado Cuenta en Google Search Console.
- ★ Se ha reclamado la propiedad para nuestro dominio.
- ★ Tenemos claro las páginas y palabras que más tráfico llevan a la web.
- ★ Sabemos la posición media de nuestro proyecto y lo que significa.
- ★ Se que palabras de marca estoy posicionando.
- ★ Tengo controlado el top 3 y 10 de URLs y palabras clave.

2.1 Google Search Console

Verificar la propiedad del dominio mediante registro DNS



2.2 Google Analytics

Otra herramienta imprescindible es una que nos permita conocer qué pasa con los usuarios que llegan a nuestra web y en este caso yo trabajo con Google Analytics.

Aspectos a evaluar

- ★ Está instalado el código que nos permite tener Google Analytics.
- ★ Hemos migrado ya a Google Analytics 4.
- ★ Tengo claro qué canales me traen más tráfico.
- ★ Se que páginas son las que traen más tráfico.
- ★ Tengo identificado el tráfico interno
- ★ He vinculado Google Analytics con Google Search Console.

2.2 Google Analytics

The screenshot displays the Google Analytics interface for the property **kidikids.es**. The top header shows the account path: **Todas las cuentas > Kidi Kids > kidikids.es**. The left sidebar contains the navigation menu, with the **En tiempo real** (Real-time) option highlighted. The main content area is titled **Resumen en tiempo real** (Real-time summary) and shows a map of the world with a red dot indicating the location of the user. Below the map, a table displays the number of users in real-time, with a large **0** indicating no users are currently active. The table also shows the number of users in the last 30 minutes and the number of users per minute. A red box highlights the **Adquisición** (Acquisition) tab in the sidebar. Another red box highlights the **Propiedades y aplicaciones** (Properties and applications) section, which lists the property **sofiacalle.es** and the application **sofiacalle.es - GA4**. A third red box highlights the **Instrucciones de etiquetado** (Tagging instructions) button.

2.2 Google Analytics

ADMINISTRAR USUARIO

Crear regla de tráfico interno

sotiacalle.es - GA4
G-EQSM4FPWEB

Defina el tráfico que debe estar marcado como interno. El tráfico entrante de las direcciones IP que coincidan llevará el parámetro "traffic" anexo al valor seleccionado. [Más información](#)

VISTAS

Configuración

Nombre de la regla ?

Ejemplo: Sede corporativa

Valor traffic_type ?

internal

Direcciones IP ?

Tipo de coincidencia

La dirección IP es igual a

Valor

tu.ip.que.puedes.ver.en.https://www.cual-es-mi-ip.net/

¿Cuál es mi dirección IP?

llas →

2.2 Google Analytics

Cuenta + Crear cuenta

Propiedad + Crear propiedad

Cuenta + Crear cuenta

Propiedad + Crear propiedad

Vinculaciones con Search Console

Buscar

Vincular

Nombre de propiedad de Search Console	Tipo de propiedad de Search Console	Flujo web	ID de flujo	Responsable de la vinculación	Fecha de vinculación
Aún no hay ninguna vinculación. Haga clic en Vincular para crear una.					

Vincular con propiedades de Search Console que gestiono

Elegir cuentas

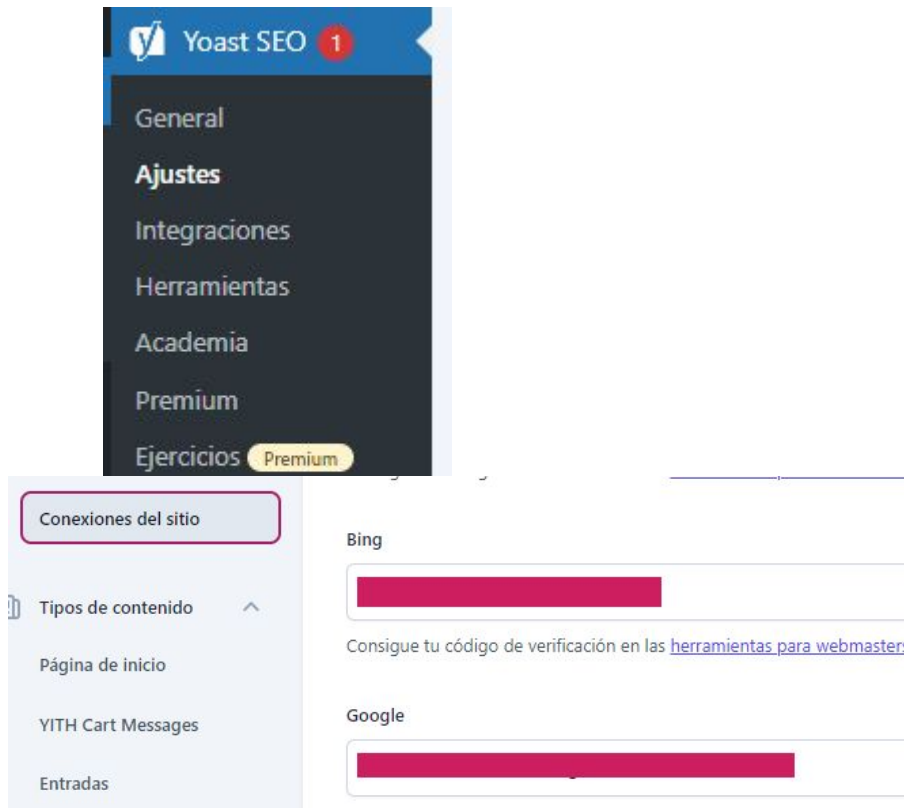
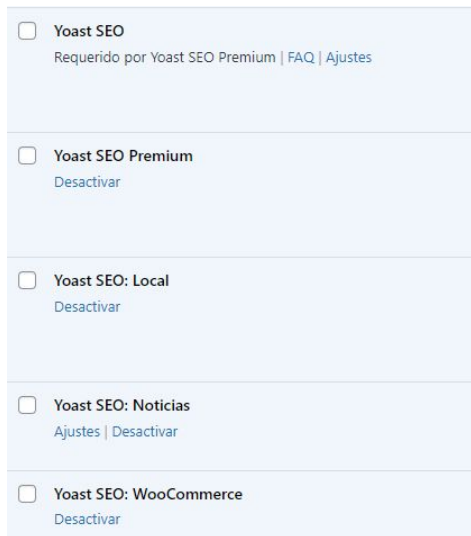
2.3 Plugin SEO

Una ayuda para trabajar el SEO de nuestra web, pero si lo usamos mal puede ser un verdadero lio.

Aspectos a evaluar

- ★ No hay más de 1 plugin SEO funcionando.
- ★ El plugin elegido es el idóneo para el proyecto y/o para el nivel del usuario.
- ★ El plugin está actualizado.
- ★ Se ha configurado el plugin correctamente.
- ★ No nos guiamos por el semáforo del plugin.
- ★ Tenemos claro que instalar un plugin seo NO es hacer SEO.

2.3 Plugin SEO



3. Indexación

3.1 Indexación y rastreo

Plantéate si tiene sentido qué alguien busque la información que tienes en la URL que quieres mostrar en Google.

También, si esa URL es la que mejor resuelve la intención de búsqueda.

Aspectos a evaluar

- ★ Está desmarcada la opción “disuadir a los motores de búsqueda de indexar este sitio”.
- ★ Están desindexadas las siguientes páginas:
 - Página de usuario | Páginas legales | Página de contacto
 - Páginas de formularios | Wp - content (carpetas de plugins por ejemplo).
 - Todo aquello que no sea relevante para una búsqueda desde Google.

3.1 Indexación y rastreo

Aspectos a evaluar

La estrategia de indexación con las siguientes páginas es clara:

- ★ Páginas de autores.
- ★ Categorías.
- ★ Tags.
- ★ Sobre mí o sobre nosotros.
- ★ Páginas.

3.1 Indexación y rastreo

Título SEO

 Insertar variable

Título

Separador

Título del sitio

Meta description

 Insertar variable


3.2 Sitemap


Antes decidiste qué cosas querías mostrar o no en Google. Ahora comprueba qué tu sitemap es un fiel reflejo de eso.

Aspectos a evaluar


- ★ Se ha creado el Sitemap.
- ★ El sitemap incluye todo lo que queremos que se muestre en Google y no tiene lo que no queremos mostrar.
- ★ El sitemap se ha enviado a Google Search Console.
- ★ El sitemap enviado a GSC es correcto.


3.2 Sitemap



<https://www.kidikid...>


Inspección de URLs


Indexación



páginas



Sitemaps


Retirada de URLs

Experiencia


Experiencia en la página


Métricas web principales


Usabilidad móvil

Sitemaps

Añadir un sitemap

<https://www.kidikids.es/>
Introduce la URL del sitemap

ENVIAR

Sitemaps enviados

Sitemap	Tipo	Enviado ↓	Última lectura	Estado	Páginas descubiertas	Videos descubierto
/sitemap_index.xml	Índice de sitemaps	22 abr 2023	8 may 2023	Correcto	610	
/product...	Sitaman	27 mar 2023	9 mar 2023	Correcto	61	

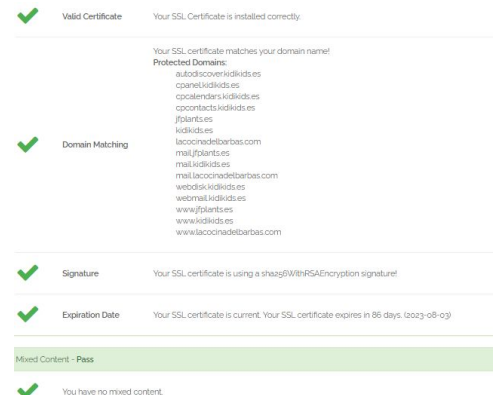
4. Arquitectura web

4.1 SSL (Secure Socket Layer)

Permite que toda la información desde y hacia tu sitio web vaya cifrada, de forma que se mantendrá segura cualquier información que tengas dentro de ella y también mantendrá a salvo los datos que los usuarios introduzcan en ella.

Aspectos a evaluar <https://www.whynopadlock.com/>

- ★ Se está forzando el SSL.
- ★ El certificado SSL es válido.
- ★ El certificado se aplica a dominios y subdominios.
- ★ La firma del SSL está encriptada
- ★ El sitio web no tiene contenido mixto.



4.2 Errores 404 y 5xx

404 es el error más común, indica que se ha podido establecer la conexión con el servidor, pero no se ha podido encontrar el elemento solicitado.

500: la web no se puede mostrar correctamente, pero no es posible concretar el error.

501: mala conexión con el hosting. **503:** sobrecarga temporal **504:** se agotó el tiempo al realizar la petición.

Aspectos a evaluar

- ★ No hay errores 404 (o los tienes controlados).
- ★ No hay errores 5XX (o los tienes controlados).
- ★ Tenemos las redirecciones principales bien hechas.

4.2 Errores 404 y 5xx

The screenshot displays the Screamingfrog SEO tool interface. The top navigation bar includes tabs for 'Internos', 'Externo', 'Seguridad', and 'Códigos de respuesta'. The 'Códigos de respuesta' tab is selected, showing a list of errors. The first error is a 'Error de cliente (4xx)' with a status of 404, occurring at the URL 'https://www.kidikids.es/'. The second error is a 'Error de servidor (5xx)' with a status of 500, occurring at the URL 'https://www.kidikids.es/'. The tool also shows a 'Redirección (meta refresh)' for the first error. The background shows the Kidikids website, which is a children's fashion club. The URL 'https://www.kidikids.es/' is visible in the browser's address bar. The tool's status bar at the bottom indicates 'SEO Pro Extension by MarketingSyrup'.

Internos Externo Seguridad Códigos de respuesta

Error de cliente (4xx)

Dirección

1 https://cookiedatabase.org/tcf/purposes/

kidikids.es

s - Moda Infantil Personalizar 2 0 + Añadir

Overview Headings Status Links Images Schema Quick links

https://www.kidikids.es/

https://www.kidikids.es/

Redirección (meta refresh) /tcf/purposes/

Error de cliente (4xx)

Error de servidor (5xx)

ent.com/a-/AD5-WCIHj81C

smarti-y-çuka

ba-bebe-nino-bodies-polok

SEO Pro Extension by MarketingSyrup™

4.3 Diseño responsive

Entra en tu web desde el móvil (y si es posible, desde varios dispositivos distintos), revisa qué la navegación también es fluida, qué el menú no estorba y qué todos los elementos que ves son necesarios.

Revisa también si el tamaño de letra te resulta suficientemente cómodo y qué hay suficiente espacio entre los elementos para dedos “gorditos”

Aspectos a evaluar

- ★ No hay problemas de usabilidad reflejados en Google Search Console.
- ★ No se refleja ningún problema en el test de Google.

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>


4.3 Diseño responsive

¿Tu página web está optimizada para móviles?


URL <> CÓDIGO

<https://www.kidikids.es/>

PROBAR URL

 <https://www.kidikids.es/>





Resultados de prueba

 **La página no tiene usabilidad en móviles**
Puede resultar complicado navegar por esta página en dispositivos móviles.
[Más información](#)

VER PÁGINA PROBADA

Detalles

¿Por qué no tiene usabilidad?

-  El texto es demasiado pequeño para leerlo
-  Los elementos en los que se puede hacer clic están demasiado cerca unos de otros 
-  El contenido es más ancho que la pantalla

4.4 Pocos clicks al destino

Vamos a medir la profundidad con clics, es decir qué tantas acciones (clics) tiene que realizar un usuario antes de llegar desde la página de inicio a un destino x.

Aspectos a evaluar

- ★ Las URLs están a una profundidad de 4 o menos clics desde el origen.

4.4 Pocos clicks al destino

Descripción general Problemas **Estructura del sitio**

Nivel: 2 Exportar Vista>>

Ruta URL

- https/
 - www.kidikids.es/
 - wp-content/
 - newness-kids/
 - for-funky-kids/
 - calamaro-baby/
 - canada-house/

Nivel máximo: 14

Nivel de profundidad Vista>>

Gráfico



Bloqueado por robots.txt Sin respuesta
 2xx 3xx

Exportar Vista: Tabla

Profundidad (clics desde la ...	URL	% del total
0	1	0.14
1	73	10.34
2	302	42.78
3	145	20.54
4	6	0.85

4.5 Robots.txt


Indica a los rastreadores de los buscadores a qué URLs de tu sitio pueden acceder. Principalmente, se utiliza para evitar que las solicitudes que recibe tu sitio lo sobrecarguen.

Los archivos robots.txt sirven principalmente para gestionar el tráfico de los rastreadores a tu sitio, aunque también suelen usarse para que Google no rastree determinados archivos.

Aspectos a evaluar

- ★ El robots.txt está generado y es correcto
- ★ Se incluye el sitemap en el robots

4.5 Robots.txt



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying `kidikids.es/robots.txt`. The main content area shows the text of the robots.txt file, which is enclosed in a red rectangular box. The file contains instructions for search engines regarding access to various parts of the website, including disallowing access to the wp-admin directory, certain file types, and specific WooCommerce-related pages. At the bottom of the browser window, a Sitemap link is visible, pointing to `https://www.kidikids.es/sitemap_index.xml`.

```
# Bloquear o permitir acceso a contenido adjunto. (Si la instalación es de WordPress)
User-agent: *
Disallow: /wp-admin/
Allow: /wp-admin/admin-ajax.php

# No rastrear copias de seguridad
Disallow: /*.git$
Disallow: /*.sql$
Disallow: /*.tgz$
Disallow: /*.gz$
Disallow: /*.tar$
Disallow: /*.svn$
Disallow: /*.bz2$
Disallow: /*.log$

# No rastrear enlaces de WooCommerce
User-agent: *
Disallow: /*add-to-cart=*
Disallow: /cart/
Disallow: /checkout/
Disallow: /my-account/
Disallow: /aviso-legal
Disallow: /carrito
Disallow: /condiciones-de-compra
Disallow: /finalizar-compra
Disallow: /lista-de-deseos
Disallow: /mi-cuenta
Disallow: /politica-de-cookies

Sitemap: https://www.kidikids.es/sitemap_index.xml
```

5. Intención de búsqueda

¿Qué quiere un usuario cuando hace una búsqueda en Google?

Puede incluir múltiples palabras clave que busquen resolver la misma intención; por ejemplo, la palabra clave tinte rojo y la palabra clave comprar tinte rojo buscan resolver la misma intención por parte del usuario.

Ir a: sitio concreto online o físico. Ejemplo: la búsqueda zara, nos dará resultados locales (ir al zara más cercano) y también nos dará la página de zara.com

hacer: queremos ver, escuchar, jugar, interactuar, etc. con los resultados. Ejemplo: tatuajes de trazo fino nos dará como resultado imágenes de ese tipo de tatuajes, por tanto aquí priman las imágenes.

5. Intención de búsqueda

¿Qué quiere un usuario cuando hace una búsqueda en Google?

Saber: queremos saber algo concreto, como la temperatura de hoy o algo más complejo como qué es el SEO, esto dentro de nuestra web debemos resolverlo siempre desde el blog

Comprar: queremos bien hacer algo de investigación comercial antes de la compra, por ejemplo mejores deportivas para correr, o queremos comprar directamente algo, por ejemplo deportivas para correr, aquí tendremos que resolver la búsqueda desde la parte de tienda que corresponda.

5 Intención de búsqueda

Aspectos a evaluar

- ★ Se ha definido una intención de búsqueda por URL.
- ★ Se resuelve la intención de búsqueda desde la URL correcta.
- ★ Se resuelve la intención de búsqueda desde una sola URL.
- ★ Se resuelve 1 sola intención de búsqueda por URL.

5 Intención de búsqueda

Hoja de cálculo		Query	Page	Clicks	Impressions	CTR	Position
Archivo	Editar	abrigo de niña azul marino	https://www.kidikids.es/ropa-nina-chaquetas	0	3	0,0%	1,7
		abrigo niña azul marino	https://www.kidikids.es/ropa-nina-chaquetas	0	9	0,0%	27,8
		abrigo rojo bebe	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nina	0	1	0,0%	81,0
		abrigos acolchados de niño	https://www.kidikids.es/ropa-nino-chaquetas	0	1	0,0%	100,0
		abrigos azul marino niña	https://www.kidikids.es/ropa-nina-chaquetas	0	3	0,0%	1,0
		abrigos bebe	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nino-chaquetas	0	40	0,0%	73,8
		abrigos bebe niña	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nina-chaquetas	0	11	0,0%	38,7
		abrigos bebe niña	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nino-chaquetas	0	19	0,0%	83,1
		abrigos bebé niña	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nina-chaquetas	0	4	0,0%	81,8
		abrigos bebé niña	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nino-chaquetas	0	14	0,0%	83,1
		abrigos bebe niña online	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nina	0	27	0,0%	31,2
		abrigos bebe niño	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nino-chaquetas	0	43	0,0%	46,4
		abrigos bebé niño	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nino-chaquetas	0	65	0,0%	50,4
		abrigos bebe online	https://www.kidikids.es/	0	13	0,0%	72,4
		abrigos bebe online	https://www.kidikids.es/ropa-bebe-nina	0	17	0,0%	81,0

6. SEO on page

6.1 URLs

Una URL es la dirección que es dada a un recurso único en la World Wide Web. Básicamente, la URL es la dirección que aparece cuando accedes a una URL de tu web.

Aspectos a evaluar

- ★ Las URLs son entendibles.
- ★ Están relacionadas con el contenido de la página.
- ★ Son fáciles de recordar.
- ★ Las URLs son cortas.
- ★ Incluyen la palabra clave si es posible

6.1 URLs

Aspectos a evaluar

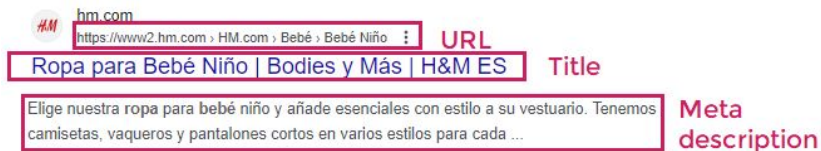
- ★ La palabra clave está lo más a la izquierda posible
- ★ La URL no tiene parámetros, o si los tiene son totalmente (se reconocen fácil por que vienen precedidos por # después del .html (ej. #/12-color-camel).
- ★ Las URL no tienen o tienen muy pocas stop words (preposiciones y artículos).
- ★ Las URLs no tienen caracteres raros (letra ñ y mayúsculas por ejemplo).
- ★ No hay guiones bajos.
- ★ Las URLs no muestran múltiples slash (/).
- ★ Las URLs no tienen espacios.
- ★ No tienen más de 100 caracteres (no es obligatorio pero sí recomendable).

6.2 Etiquetas meta

La **etiqueta título** (title) cuenta como uno de los factores de posicionamiento SEO y se tiene en cuenta por el algoritmo de Google a la hora de colocar un resultado u otro en x posición. Es importante que contenga la palabra clave. Longitud ideal entre 46 y 60 caracteres.

La **meta etiqueta descripción** (meta description) no cuenta como factor de posicionamiento, pero nos ayuda a convencer a los usuarios que realizan búsquedas para que entren en nuestro resultado y no en otro, y eso aumenta el CTR. La meta description debería contener el beneficio que conseguiré al entrar en esa URL y una llamada a la acción. Longitud ideal entre 141 y 160 caracteres.

6.2 Etiquetas meta



The image shows a form for entering SEO data. It has three main sections: 'Título SEO' with a 'Título' input field, 'Slug' with a 'todo-que-necesitas-saber-sobre-un-baby-shower' input field, and 'Meta description' with a 'Planificar un baby shower puede resultar abrumador, pero con esta guía paso a paso podrás crear la celebración para la futura mamá.' input field. Each section has a green progress bar below the input field and an 'Insertar variable' button to the right.

Aspectos a evaluar

- ★ No existen URLs sin title o meta description.
- ★ No hay URLs con etiquetas duplicadas.
- ★ Los titles están entre 40 y 62 caracteres (contando los espacios).
- ★ Las meta description están entre 140 y 162 caracteres (con los espacios).
- ★ No existen URLs en las que el title es igual que el H1.
- ★ Se incluye la palabra clave principal de la intención de búsqueda en el title y similares en la meta description.
- ★ La meta description habla del beneficio.
- ★ La meta description Incluyen llamadas a la acción que inviten a hacer clic

6.2 Etiquetas meta

Internos Externo Seguridad Códigos de respuesta URL Títulos de página **Meta**

Internos Externo Seguridad Códigos de respuesta URL Títulos de página **Meta description**

Todo Permite filtrar la tabla Exportar

Overview Headings Status Links Images Schema Quick links

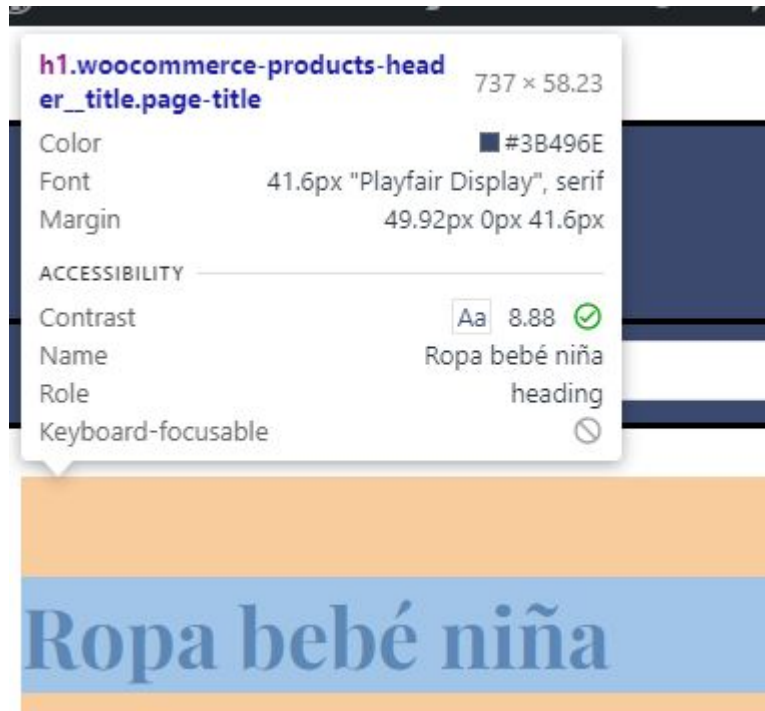
Falta

Dirección	TÍTULO	Meta description
1 https://www.kidikids.es/	Ropa bebé, niño y niña Tienda ropa infantil online Kidi Kids	
2 https://www.kidikids.es/		
3 https://www.kidikids.es/		
4 https://www.kidikids.es/		
5 https://www.kidikids.es/		
6 https://www.kidikids.es/		
7 https://www.kidikids.es/		
8 https://www.kidikids.es/		
9 https://www.kidikids.es/		
10 https://www.kidikids.es/ropa-nino-camisetitas-y-jeiseis		
11 https://www.kidikids.es/ropa-nino-chaquetas		
12 https://www.kidikids.es/ropa-nina-pantalones		

6.3 Encabezados

Son vitales para ayudar a Google a entender el contenido de nuestro sitio web. de modo que revisaremos la existencia o falta de ellos dentro de los apartados más importantes de la web, y veremos que estructura mantienen a lo largo de la web.

Van desde el H1 al H6, organizados de forma jerárquica. El <h1> se considera como el encabezado principal y más importante de una página y el <h6> como el menos importante. Los encabezados deben ordenarse por tamaño e importancia.



6.3 Encabezados

Aspectos a evaluar



- ★ Los títulos y subtítulos se diferencian bien del resto del texto.
- ★ Se mantiene una jerarquía coherente (h2 después de h1, h3 después de h2, etc).
- ★ No hay URLs sin H1 ni con más de 1 H1.
- ★ No existen URLs con H1 duplicados.
- ★ No hay URLs con H1 muy largos (más de 70 caracteres).
- ★ No hay URLs sin H2 o con H2 iguales.
- ★ No existen URLs con encabezados que no son visibles.
- ★ No hay URLs que estén usando los encabezados para otras cosas que no sea texto (cookies, newsletter, precios de productos, etc).

6.3 Encabezados



Webinar: Auditoría SEO básica de tu tienda online

Tipos de árboles h1



★★★★★ Valoración: 4.2 (25 votos) | 27 comentarios

Por Mª Belén Acosta, Técnica en jardinería y recursos naturales y paisajísticos. 29 julio 2020



Los árboles juegan un papel vital en la conforma de nuestro planeta tal y como lo conocemos y se responsables, en buena parte, de que muchos ecosistemas tengan el aspecto y el éxito que tienen. Son hogar para una gran cantidad de animales, funcionando como refugio y como protectores del terreno contra la erosión causada por los elementos, además de que producen oxígeno al realizar el proceso de la fotosíntesis. Por todo ello y más, lo

Tipos de árboles de hoja caduca h2

Los árboles de hoja caduca son aquellos que, en los meses fríos, habitualmente a lo largo de la estación del otoño, **pierden sus hojas**. Este es un mecanismo para ahorrar nutrientes en no mantener unas hojas que debido al frío podrían ser dañadas y que, además, debido a la menor luz solar por la estación no podrían cumplir de todas formas con su función de realizar la fotosíntesis con mucho éxito.

■ Cerezo h3

mantener unas hojas que debido al frío podrían ser dañadas y
luz solar por la estación no podrían cumplir de todas formas co

Tipos de árboles de hoja perenne h2

A diferencia de los árboles de hoja caduca, los de hoja perenne **mantienen sus hojas durante toda la temporada**, renovándolas y cambiándolas de forma gradual a lo largo de todo el año. **Las coníferas** son el principal grupo de árboles de hoja perenne, aunque no el único, y son los reconocidos como más altos y longevos, como el pino de Bristlecone, que

6.4 Contenido

Nada más horrible que un texto de 25 líneas todas juntitas y además todas con el mismo formato. Pregúntate ¿tú serías capaz de leer eso de corrido y enterarte de lo que pone?

Aspectos a evaluar

- ★ Hay espacio entre párrafo y párrafo.
- ★ Se trabajan las negritas y los contenidos multimedia.
- ★ Existe un buscador y está bien configurado.
- ★ Todas las categorías son claras y necesarias .
- ★ El contenido es relevante.
- ★ Hay la cantidad necesaria de texto para resolver la intención de búsqueda.
- ★ Hay llamados a la acción que indiquen al usuario que quieres que haga.

6.5 Imágenes

Las imágenes, y en general, los elementos multimedia ayudan a nuestros usuarios a comprender e interactuar mejor con el contenido escrito y ayudan a dividir bloques de texto grandes, mejorando la captación de atención dentro de nuestros contenidos y aumentando la retención del usuario en estos.

Recuerda que el atributo alt de las imágenes fue concebido para ayudar a que las imágenes fueran accesibles para las personas con discapacidad visual, pero además, proporcionan una alternativa en texto de una imagen para los motores de búsqueda.

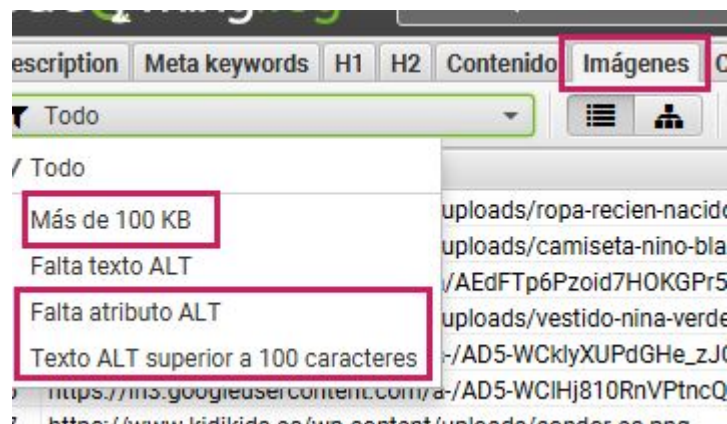
6.5 Imágenes

Aspectos a evaluar

- ★ No hay imágenes por encima de 170 kb de peso.
- ★ No tenemos imágenes sin meta etiqueta Alt.
- ★ No existen imágenes cuya meta etiqueta alt tenga más de 100 caracteres.
- ★ El formato de las imágenes es amigable (jpg o webp (avanzado)).
- ★ Las imágenes tienen nombres amigables para SEO.
- ★ ¿Hay un sitemap de imágenes? ¿Es necesario?

6.6 Imágenes

Aspectos a evaluar



	Descripción	Meta keywords	H1	H2	Contenido	Imágenes
						Falta texto ALT
	Dirección					
1	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/ropa-recien-nacido					
2	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/vestido-nina-azul					
3	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/ropa-nina-moda					
4	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/ropa-nino-moda					
5	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/complementos-					
6	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/ropa-bebe-nino-					
7	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/proteger.png					
8	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/ropa-bebe-nina-					
9	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/vestido-nina-hav					
10	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/vestido-nina-azul					
11	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/vestido-nina-ros					
12	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/vestido-nina-eth					
13	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/pelele-bebe-nino					
14	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/conjunto-bebe-n					
15	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/conjunto-bebe-n					
16	https://www.kidikids.es/wp-content/uploads/pack-2-polainas					



¡Muchas gracias!