

# seo<sup>day</sup>

organiza puntorojo



# ¡Cómo hacer tu Marie Kondo del contenido!



Eric Mercier - SEOday



seo<sup>day</sup>

organiza puntorojo





# **Content Pruning (Poda de contenido)**



seo<sup>day</sup>

organiza **puntorojo**



# Paso 1: la difícil aceptación de la separación

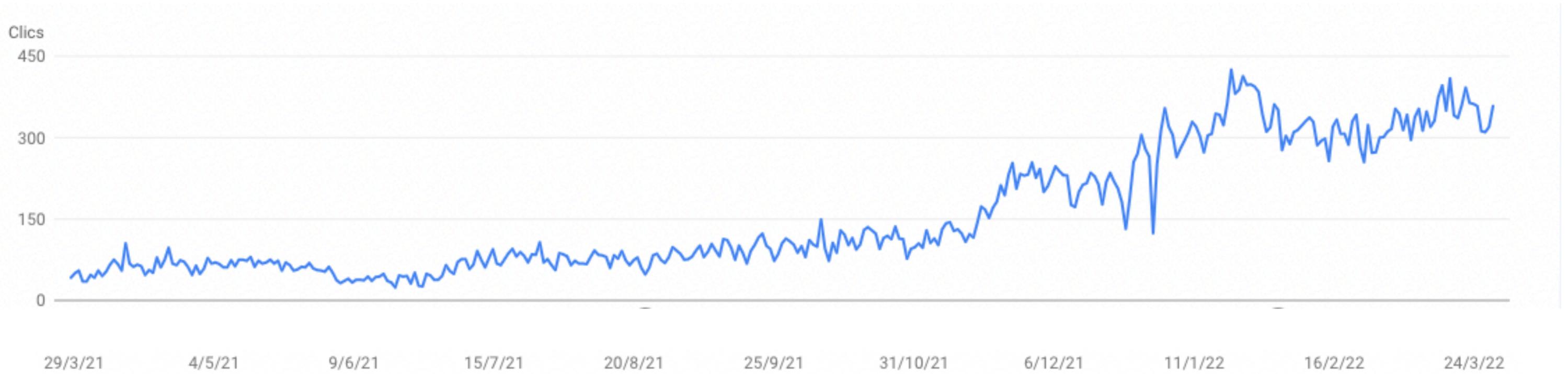




seo<sup>day</sup>

organiza **puntorojo**





  
**580 páginas**

  
**170 páginas**

# ¿Cuándo debes considerar una poda de contenido?

- Mucho contenido, sin indexar
- Muchos contenidos sobre el mismo tema
- Sin real estrategia de contenidos SEO
- KPI y ROI malos
- Sin conocimiento de los límites de tu territorio de contenidos



# Paso 2: el imprescindible inventario de contenidos inútiles



- Tamaño del texto, fecha de publicación, formato
- Número de sesiones y sus proporciones
- Porcentaje de visitas y CTA
- Índice de conversión y rentabilidad
- Tiempo de permanencia y tasa de rebote
- Cantidad de backlinks

- Engagment
- "Servicio prestado"
- La fase del túnel y su proporción
- Branding



<b>Optimizar</b>	Reenfocar KW en cómo diseñar, consejos. mejores prácticas y plantillas. Crea una guía definitiva
<b>Ignorar</b>	301
<b>No publicar</b>	No más artículos fuera del campo semántico
<b>No publicar</b>	Sin volumen de búsqueda ni potencial
<b>No publicar</b>	No sirve a la audiencia de su empresa
<b>Guest Post</b>	Ver si un experto quiere escribirlo
<b>Consolidar</b>	Redirección hacia el post X
<b>Rechazar</b>	buen contenido pero un poco redundante + sin potencial de KW
<b>No publicar</b>	Intento de búsqueda perdido, contenido redundante
<b>Volver a escribir</b>	Las tendencias de la tecnología minorista deberían ser la intención de enfoque aquí
<b>Guest Post</b>	Poco potencial KW pero tráfico de buena calidad
<b>Optimizar</b>	El tema tiene potencial
<b>No publicar</b>	Tiene 0 visitas en los 12 últimos meses

Eliminar

Actualizar

No tocar

# Paso 3: La supresión de los parásitos



- Ninguna intención de búsqueda
- Canibalización
- Sin palabras clave estratégicas
- No es relevante
- Mala calidad editorial
- Sin respaldo de los valores de marca

- Índice
- Sitemap
- Enlaces internos
- Redirección



```
<meta name="robots" content="noindex">
```



# Paso 4: El reciclaje de los que pueden hacerlo mejor



Optimizar el contenido

Consolidar el contenido



# Paso 5: la satisfacción de la renovación

- definir los contenidos
- identificar los contenidos
- lista de los criterios de contenido
- redefinir tu estrategia editorial
- reinventar nuevo contenido
- limpiar tus bases técnicas
- analizar tus métricas
- alinear la estrategia de contenidos
- deshacerse de los contenidos de la vergüenza



### Evolution of traffic



Gracias ;)