**TREM GROUP**

OPERACIONES DE CONTENIDO · ESTÁNDAR SEO

# Checklist SEO para nuevas páginas del CMS

Aplica este checklist a cada página nueva que se publique en WordPress: artículos de blog, páginas de servicios, landing pages y casos de éxito. Los puntos marcados como OBLIGATORIO no son negociables antes de publicar una página. Todo lo demás debe hacerse, salvo que exista una razón clara para no hacerlo.

**1 · ANTES DE REDACTAR**
Secciones 1 y 2. La palabra clave, la intención y la URL se acuerdan antes de que alguien redacte.

**2 · ANTES DE PUBLICAR**
Secciones 3 a 8. Las realiza dentro de WordPress y Yoast la persona que construye la página.

**3 · DESPUÉS DE PUBLICAR**
Secciones 9 y 10. Revisión de indexación a los 3 a 7 días y revisión de rendimiento a los 30 / 60 / 90 días.

## 01 Brief y palabra clave — ANTES DE REDACTAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Una palabra clave principal por página** OBLIGATORIO más 3 a 6 palabras clave secundarias y preguntas. | Tomadas del calendario SEO o de la investigación de palabras clave, con el volumen y la dificultad anotados. |
| ☐ **Sin solapamiento con páginas existentes** OBLIGATORIO Busca la palabra clave en el sitio (*site:tremgroup.com palabra clave*) y revisa la lista del blog. | Si ya existe una página enfocada en ella, actualiza esa página en lugar de crear otra. Dos páginas sobre el mismo tema compiten entre sí. |
| ☐ **La intención de búsqueda coincide con el formato.** Busca la palabra clave en Google y revisa los 5 primeros resultados. | Las guías posicionan como guías, las listas como listas, las páginas de servicios como páginas de servicios. Sigue el formato de lo que ya posiciona. |
| ☐ **Existe un brief por escrito** antes de cualquier borrador: palabra clave, intención, estructura (H2), página pilar a la que enlazar y CTA. | Ningún borrador con IA sin un brief. |

## 02 URL / slug — ANTES DE REDACTAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Slug corto, en minúsculas y con guiones** OBLIGATORIO que contenga la palabra clave principal. | De 3 a 5 palabras. Ejemplo: /real-estate-listing-presentation/ |
| ☐ **Sin fechas, números que vayan a cambiar ni palabras vacías** en el slug. | Evita /10-tips-2026/. El año va en el título, no en la URL, para que la página se pueda actualizar. |
| ☐ **Nunca cambies una URL publicada** sin una redirección 301 desde la anterior. | Cambiar un slug después de publicar hace perder posiciones y enlaces. |

## 03 Etiqueta de título y meta descripción (Yoast) — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Título SEO configurado en Yoast** OBLIGATORIO con la palabra clave principal cerca del inicio. | De 50 a 60 caracteres. Formato: Palabra clave: Beneficio \| TREM Group |
| ☐ **Meta descripción única** OBLIGATORIO redactada a mano, no generada automáticamente. | De 140 a 155 caracteres. Incluye la palabra clave y un motivo para hacer clic. |
| ☐ **Frase clave objetivo de Yoast** completada. | Usa la luz verde como guía, no como meta. |
| ☐ **Vista previa para redes sociales** (imagen y título Open Graph) revisada. | Imagen de 1200 × 630 px. |

## 04 Encabezados y estructura — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Exactamente un H1** OBLIGATORIO que contenga la palabra clave principal. | En WordPress, el título de la entrada suele ser el H1. No añadas un segundo H1 en el cuerpo. |
| ☐ **Jerarquía lógica de H2 / H3.** Sin saltarse niveles y sin usar encabezados solo por estilo. | H2 para las secciones principales, H3 para los subpuntos. |

| | |
|---|---|
| ☐ **Varios H2 redactados como preguntas** que la gente realmente busca. | Ayuda a que tanto Google como las respuestas de IA (ChatGPT, AI Overviews) tomen la página. |

## 05 Calidad del contenido — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Responde la búsqueda en las primeras 100 palabras** OBLIGATORIO Sin introducciones largas. | Una respuesta clara de 40 a 60 palabras justo debajo de un encabezado en forma de pregunta es lo que citan las herramientas de IA. |
| ☐ **Algo original:** datos de TREM, resultados de clientes, ejemplos, capturas de pantalla, una opinión real. | El contenido genérico que repite los 10 primeros resultados rara vez posiciona. |
| ☐ **Listas y tablas** donde aporten valor (pasos, comparativas, precios). | Más fáciles de escanear y con más probabilidad de aparecer destacadas. |
| ☐ **Firma del autor y fecha de publicación visibles**, con una página real de biografía del autor. | Señal de confianza para Google y para las herramientas de IA. |
| ☐ **Fuentes citadas** para cualquier estadística, con el año. | Enlaza a la fuente original (NAR, CoreLogic, etc.). |
| ☐ **Revisión de texto** OBLIGATORIO Ortografía en inglés de EE. UU., sin frases de relleno, sin patrones evidentes de IA, datos verificados. | Léelo en voz alta una vez. Si suena a plantilla, reescríbelo. |
| ☐ **Sección de preguntas frecuentes** con 3 a 5 preguntas reales (para blogs y páginas de servicios). | Preguntas de "Otras preguntas de los usuarios" de Google y de llamadas reales con clientes. |
| ☐ **Llamada a la acción clara** (demo, auditoría, contacto) acorde a la etapa del lector. | Una CTA principal, repetida al final. |

## 06 Imágenes y multimedia — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **Comprimidas antes de subirlas** OBLIGATORIO WebP o JPG, de menos de 200 KB cada una. | Ancho máximo de unos 1600 px. Una sola imagen de 13 MB puede ralentizar toda la página. |
| ☐ **Nombres de archivo descriptivos** con guiones. | real-estate-listing-presentation-example.webp, no IMG_2231.png |
| ☐ **Texto alternativo en cada imagen** OBLIGATORIO que describa lo que aparece en ella. | Incluye la palabra clave solo donde resulte natural. Las imágenes decorativas pueden llevar el alt vacío. |
| ☐ **Imagen destacada configurada** (aparece en la cuadrícula del blog y al compartir en redes). | Mismo tamaño y estilo que las demás entradas. |
| ☐ **Ninguna imagen rota** en la vista previa. | Revisa la página en vista previa antes de publicar. |

## 07 Enlaces internos y externos — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **De 3 a 5 enlaces internos salientes** OBLIGATORIO incluida la página pilar o la página de servicio correspondiente. | Texto ancla descriptivo ("guía de SEO inmobiliario"), nunca "haz clic aquí". |
| ☐ **Al menos 2 enlaces internos entrantes** OBLIGATORIO Añade enlaces a la nueva página desde páginas relacionadas existentes. | A una página sin enlaces que apunten a ella (huérfana) le cuesta que Google la encuentre y la posicione. |
| ☐ **Accesible en un máximo de 3 clics** desde la página de inicio (índice del blog, categoría o menú). | Las páginas más profundas se rastrean con menos frecuencia. |
| ☐ **De 1 a 3 enlaces externos** a fuentes de autoridad, que se abran en una pestaña nueva. | Sin enlaces a la competencia. |

## 08 Configuración técnica e indexación — ANTES DE PUBLICAR

| | |
|---|---|
| ☐ **La página es indexable** OBLIGATORIO Yoast › Avanzado › "¿Permitir que los motores de búsqueda muestren esta página?" = Sí. | Un noindex olvidado es la razón más común por la que una página nunca aparece en Google. |

| | |
|---|---|
| ☐ **La URL canónica es la propia página** (deja vacío el canónico de Yoast salvo indicación contraria). | Solo define un canónico distinto en caso de duplicados reales. |
| ☐ **Una sola categoría y solo etiquetas existentes.** No crees etiquetas nuevas por cada entrada. | Usa el conjunto fijo de 10 a 15 etiquetas. Las etiquetas nuevas generan páginas de archivo con poco contenido. |
| ☐ **Schema implementado:** BlogPosting (artículos), FAQPage (si hay preguntas frecuentes), BreadcrumbList. | Yoast añade la mayor parte. Compruébalo con la Prueba de resultados enriquecidos de Google. |
| ☐ **Revisión en móvil:** el diseño, las tablas, los botones y las imágenes se ven bien en un teléfono. | La mayoría de los visitantes navega desde el móvil. |
| ☐ **Revisión de velocidad** con PageSpeed Insights (puntuación en móvil). | Apunta a 70 o más. Normalmente las imágenes son las culpables. |

## 09 Después de publicar

DEL DÍA 0 AL DÍA 7

| | |
|---|---|
| ☐ **Solicita la indexación en Google Search Console** (Inspección de URLs › Solicitar indexación). | Acelera el descubrimiento. Envíala también a Bing mediante IndexNow si está activado. |
| ☐ **Confirma que la página está en el sitemap XML** (/sitemap_index.xml). | Yoast la añade automáticamente si la página es indexable. |
| ☐ **Revisión de indexación a los 3 a 7 días:** busca site:tremgroup.com/tu-slug/ | Si no aparece después de 2 semanas, avisa al equipo de SEO. |
| ☐ **Compártela:** newsletter, redes sociales y correos relevantes a clientes o socios. | Las primeras visitas y enlaces ayudan a que una página nueva sea detectada. |
| ☐ **Regístrala en el tracker de contenido:** URL, palabra clave, fecha de publicación, autor y cómo se redactó. | Necesario para comparar el rendimiento más adelante. |

## 10 Revisión de rendimiento

30 / 60 / 90 DÍAS

| | |
|---|---|
| ☐ **30 días:** ¿posiciona para alguna palabra clave? ¿Tiene impresiones en Search Console? | Cero impresiones a los 30 días suele indicar un problema de indexación o de enfoque. |
| ☐ **60 días:** posición de la palabra clave principal, sesiones orgánicas y sesiones con interacción (GA4). | Las posiciones 8 a 20 son las mejores candidatas para una actualización rápida. |
| ☐ **90 días:** actualiza la página si no avanza. Mejora el contenido, añade enlaces, mejora el título. | Cambia la fecha solo cuando el contenido realmente cambie. |

### Revisiones adicionales según el tipo de página

| Tipo de página | Asegúrate también de |
|---|---|
| **Artículo de blog** | Enlaza a su página pilar y la página pilar enlaza de vuelta. Sección de preguntas frecuentes. Biografía del autor enlazada. |
| **Página de servicio** | Oferta clara e indicación de precio en la parte visible sin desplazarse, testimonios o resultados de casos, formulario de contacto o CTA de demo, schema de tipo Service. Enlaces a 2 o 3 artículos de blog de apoyo. |
| **Landing page (anuncios / campañas)** | Decide primero: si es solo para tráfico de pago o duplica otra página, configúrala como noindex. Si debe posicionar, trátala como una página de servicio. |
| **Caso de éxito** | Cifras reales en el título y en el primer párrafo, permiso del cliente confirmado, enlaces al servicio utilizado y a la sección de casos de éxito. |
| **Página de ubicación / ciudad** | Contenido local único (no una copia con el nombre de la ciudad cambiado), ejemplos locales, enlaces desde la página de servicio principal. |

> **Regla rápida:** las tres cosas que causan la mayoría de los problemas en las páginas nuevas son un **noindex olvidado**, un **tema que se solapa con una página existente** y **ningún enlace interno que apunte a ella**. Si solo tienes dos minutos, revisa esas tres.

| URL de la página | Construida por / fecha | Revisión SEO por / fecha | Indexada (fecha) |
|---|---|---|---|
| | | | |