

CONSEJOS SOBRE POSICIONAMIENTO SEO IMAGENES

¿Como posicionar nuestras imagenes y webs en las busquedas de Google Images?

NOMBRE DEL ARCHIVO :

El nombre que vamos a darle a la imagen.

Emplear palabras clave separadas por guiones (máximo 2-3 guiones), aunque google también reconoce las palabras juntas sin guiones. Por ejemplo, en lugar de poner foto1.jpg poner moto-carreras.jpg o suzuki-gladius.jpg. De esta forma cuando el usuario busque algo específico se encontrará con nuestra imagen.

No emplear nombres genéricos sino específicos. Por ejemplo, en lugar de puestadesol.jpg, poner puestadesolbarcelona.jpg. Los nombres más generales tienen más problemas para posicionarse.

Es recomendable almacenar todas las imágenes dentro de una misma carpeta, por ejemplo en la carpeta images o imagenes. Esto hará que el robot de Google trabaje más fácilmente y más rápidamente y nos posicione mejor. Si la imagen forma parte de un extenso banco de imágenes, conviene no quitarle su numeración original. Por ejemplo: 12-suzuki-gladius.jpg, 13-honda-crv.jpg,... Es más fácil localizar una foto por su número.

Con el planificador de palabras clave de google puedes decidir qué nombre ponerle al archivo de imagen. Puedes elegir palabras más buscadas o que tengan poca competencia. Utilice también sinónimos o formas derivadas. Google relaciona sinónimos o palabras con algún vínculo entre sí. Por ejemplo: Google relaciona la palabra realista con la palabra realismo.

Si deseas posicionar tu imagen en seo local añade una palabra de localización. Por ejemplo: zapatos-señora-barcelona.jpg.

FORMATO IMAGEN :

Normalmente los motores de búsqueda asocian las imágenes con extensión .jpg con fotografías, mientras que la extensión .gif suele ser asociada a gráficos.

Google lee los formatos BMP, GIF, JPG, PNG, WebP y SVG.

Existen herramientas que te permiten cambiar la extensión de tu imagen como YouConvertIt.com.

ALT :

Este atributo del código html es el que más información dará a los motores de búsqueda.

Ejemplo: ``

Cuando la imagen no se puede ver por algún problema, en lugar de la imagen se mostrará el texto contenido en el Alt, de ahí que sea tan importante para los invidentes. Por tanto, el Alt ha de ser descriptivo y coherente con la imagen original y acorde al contexto en el que se encuentre la imagen y sin extenderse demasiado y usando espacios. Puede aprovecharse para incluir alguna palabra clave pero sin abusar.

No debe ponerse más de 8 palabras.

Emplear frases y expresiones y no palabras sueltas.

Incluir las palabras imagen o foto. Muchas búsquedas se hacen con estas palabras acompañadas de otra palabra y permite a los robots de los buscadores saber que el contenido es una imagen.

Las imágenes que tengan una función decorativa, es conveniente añadirles el atributo Alt vacío o bien vincularlas a la hoja de estilos css en vez de insertarlas.

Si usamos WordPress podemos añadirle el plugin llamado SEO Friendly Images

No emplear como Alt de la imagen el propio nombre pues Google notará que estamos haciendo Seo y eso no le gusta nada. Por ejemplo, no poner Suzuki-gladius.jpg y al mismo tiempo poner en alt lo mismo: Suzuki-gladius.

TITLE :

Este parámetro descriptivo es el que aparece en algunos navegadores, no todos, cuando ponemos el cursor encima de una imagen insertada.

Este atributo en imágenes no es tan importante, ya que los buscadores toman el atributo Alt como el alternativo a la imagen en caso de que no pueda ser mostrada, sin embargo, puede usarse para incluir palabras clave aportando información de ayuda que será interesante para la accesibilidad.

Ejemplo: ``

LONGDESC :

Este atributo, recuperado de nuevo en el html5, sirve para incluir una descripción más extensa que la contenida en Alt. Mientras que el atributo Alt contiene texto, el atributo longdesc contiene una url a otra página web donde hay una descripción más larga de la imagen. Longdesc suele emplearse cuando la descripción de la imagen es demasiado larga para ser incluida en el atributo Alt, por ejemplo, cuando la imagen es un cuadro o un gráfico. La descripción Longdesc debe también contener palabras clave.

Cuando insertamos una imagen con el editor web Dreamweaver aparece una ventana donde puedes escribir el atributo alt y el atributo longdesc (descripción larga: url).

Ejemplo: Ejemplo: ``

Claro está hay que crear la página Suzuki-gladius.html donde irá toda la extensa descripción.

He comprobado que los navegadores actuales de Firefox, internet explorer y Chrome no muestran la descripción londesc. Por tanto, no sé si vale la pena gastar tiempo en incluir este atributo. No sé hasta qué punto los buscadores tienen en cuenta las palabras clave de la página vinculada en el londesc.

Existe un complemento para Firefox llamado Longdesc que añade al menú contextual (botón derecho del ratón) la opción View Image Longdesc que permite navegar a la url del londesc. Al acceder al menú contextual aparece la opción: Ver descripción.

INFORMACION EXIF :

Exchangeable Image File Format (Formato de archivo de imagen intercambiable). Permite añadir hasta 30 metadatos diferentes a la imagen. Información sobre como se hizo la foto (modelo cámara, flash, apertura, fecha, dimensiones,...), titulo, descripción, palabras clave,...

Añadir como dato la pagina web donde irá la foto.

Los datos Exif de la ficha Descripción son procesados por Google y dicha información se puede mostrar en la barra lateral derecha que aparece al hacer clic en una imagen dándole mayor relevancia; sin embargo, actualmente el relleno de los datos exif no tiene ningún efecto sobre el seo de google images.

TAMAÑO :

Las imágenes de pequeño tamaño (90×90px o menos) tienen problemas para posicionarse, pero no es imposible. Utilizando el google images puedes ver a veces imágenes posicionadas en la primera pagina con dimensiones como 125x154px pero más pequeñas es muy raro ya que se consideran thumbnails o iconos y su tamaño puesto al original se vería muy poco.

Los formatos de imagen más grandes dan mejores resultados en google, sin pasarnos de peso.

Deben saber que la mayoría de los monitores actuales tienen una resolución de 1280x1024px. Por tanto, una foto con unas dimensiones similares o superiores a estas solo podrán verse en el navegador si mueves el scroll lo cual impide tener una visión completa de la imagen y eso es muy desagradable.

Herramientas como smushit.com (de yahoo) o Skitch permiten comprimir la imagen. Por tanto, antes de publicar la página comprobar que la imagen se verá entera en el navegador.

WordPress tiene un plugin que comprime las imágenes al mismo tiempo de cargarlas.

Indica el tamaño :

El tamaño de la imagen se puede poner de 3 formas distintas:

1. No ponerlo: por ej. ``. Evitar esto aunque no sea necesario técnicamente. Si no ponemos las medidas, durante la carga, si esta es lenta, el texto se moverá de un lado a otro.
2. Ponerlo en código html: ``.
3. Ponerlo en la regla css aplicada a la imagen: ``

Regla css: `.img1 { width="150px"; height="150px"; }`

He leído que es preferible dimensionar siempre en css y no mediante html, ya que esto último es penalizado por Seo. No sé si es verdad.

PESO :

Optimizar el peso de la imagen también es aconsejable hacerlo, ya que Google penaliza las páginas que tardan mucho en cargarse. Cuanto menos pesen nuestras imágenes, mejor; siempre manteniendo un criterio de calidad-peso idóneo.

La resolución siempre en 72pp que es la resolución de las pantallas de los ordenadores.

El peso de las imágenes no debe de excederse, excepto si es para mostrar su calidad en una web de fotografía.

No escalar la imagen en el editor web. Tendrá otro tamaño pero su peso seguirá siendo el mismo. Mejor antes redimensionarla con un editor de imágenes como Photoshop, Gimp u otro y luego insertarla.

URL DE LA IMAGEN :

Si la imagen es también enlace hacia una página donde se muestra la imagen ampliada o una descripción extensa, la url de dicho enlace debería de contener palabras clave.

Por ejemplo: ``

Junto con la etiqueta Alt, ambos le darán la información necesaria al buscador para que éste sepa cuál es el tema de la foto.

ANCHOR-TEXT :

Si tienes un texto-enlace que te dirige a una descarga de la imagen o una ampliación de mayor resolución, en dicho texto (anchor-text) incluye alguna palabra clave relevante relacionada con la imagen. Por ejemplo: moto Suzuki gladius.

NO PONER TEXTO EN LA IMAGEN :

No incluyas un texto dentro de la misma imagen ya que no lo lee el buscador. En su lugar, emplea una leyenda o texto cerca de la imagen. Además las imágenes que tienen texto encima tienden a aparecer menos en el Google Images.

CALIDAD :

Las imágenes de mejor calidad son más atractivas para el buscador.

Cuando google localiza dos imágenes idénticas, se queda con la de mejor calidad-tamaño. Si la imagen es grande que no sobrepase los 2/3 de la pantalla.

POSICION :

Google considera que las imágenes que hay en la 1ª mitad de la página son más importantes que las de la 2ª mitad. Por tanto, poner las imágenes relevantes para tus palabras clave en la 1ª mitad de la página.

Si por motivos de diseño no puedes hacerlo, coloca las imágenes en la parte superior del código html y luego posicónalas con el css más abajo. Google considerará que las imágenes están en la parte superior.

CONTENIDO PROPIO :

Intentar emplear imágenes creadas por nosotros mismos. Si usamos las de otras personas procurar que tengan licencia Creative Common. Si no hemos comprado o creado la licencia, no podemos publicar.

Podemos usar imágenes de webs (stock.xchng o flickr) que son bancos de imágenes siempre que utilicemos, mediante la búsqueda avanzada, las que tienen licencia creative common. Incluso, en algunos casos, te dejan modificarlas. En otras webs, de descarga no gratuita, podemos comprarlas, como iStockphoto.

SITEMAP :

Incluir en el archivo sitemap.xml también las urls de las imágenes. Este archivo será detectado por los buscadores y mejorarán nuestro posicionamiento. Con este archivo nos aseguramos que nuestras imágenes se indexan en los buscadores. Los sitemaps les dicen a google cual es el contenido de nuestra web para que no se le pase por alto.

En esta página lo explica:<https://support.google.com/webmasters/answer/178636?hl=es>

Para crear un sitemap de las imágenes de tu sitio debes añadir un tipo de etiquetas específicas de imágenes. Los sitemaps se pueden crear de forma manual o se pueden hacer a través de webs que tienen un generador de sitemap que incluye también las imágenes.

Por ejemplo: <http://xmlsitemapgenerator.org/free/sitemap.aspx> (lo he probado pero no me incluye las imágenes): ampliar More settings.

O bien en inspyder.com: de pago.

WordPress tiene su propio plugin para crear un sitemap de imágenes:<http://wordpress.org/plugins/google-image-sitemap/>

Puedes utilizar un sitemap independiente para incluir imágenes o añadir información sobre imágenes a un sitemap existente.

El siguiente ejemplo muestra una entrada de sitemap para la url <http://ejemplo.com/muestra.html>, que contiene dos imágenes. (Puedes incluir un máximo de 1.000 imágenes por cada página).

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
xmlns:image="http://www.google.com/schemas/sitemap-image/1.1">
<url>
  <loc>http://ejemplo.com/muestra.html</loc>
  <image:image>
    <image:loc>http://ejemplo.com/imagen1.jpg</image:loc>
  </image:image>
  <image:image>
    <image:loc>http://ejemplo.com/imagen2.jpg</image:loc>
  </image:image>
</url>
</urlset>
```

Definiciones de etiqueta de imagen:

Etiqueta	Obligatorio	Descripción
<image:image>	Sí	Contiene toda la información sobre una imagen única. Cada URL (etiqueta <loc>) puede incluir un máximo de 1.000 etiquetas <image:image>.
<image:loc>	Sí	Es la URL de la imagen. En algunos casos, la URL de la imagen puede encontrarse en un dominio diferente al de tu sitio principal. La imagen y el sitio principal pueden tener diferentes URL siempre que se haya verificado la propiedad de ambos dominios en las Herramientas para webmasters de Google. Por ejemplo, si tus imágenes están alojadas en una red de distribución de contenido (Content Delivery Network, CDN), debes asegurarte de que el sitio de alojamiento esté verificado en las Herramientas para webmasters de Google o de haber enviado tu sitemap a través de un archivo robots.txt. Asegúrate también de que el archivo robots.txt no impida el rastreo de ningún contenido que quieras que se indexe.
<image:caption>	Opcional	Es el pie de la imagen.
<image:geo_location>	Opcional	Es la ubicación geográfica de la imagen. Por ejemplo, <image:geo_location>Limerick, Irlanda</image:geo_location>.
<image:title>	Opcional	Es el título de la imagen.
<image:license>	Opcional	Es una URL para la licencia de la imagen.

Una vez que hayas enviado el sitemap, es aconsejable esperar hasta cinco días.

[[Resolución de problemas con sitemaps](#)]

LEYENDA :

La leyenda es el texto descriptivo que va debajo de la imagen. Es el pie de la foto.

Ha de contener palabras clave.

Los Caption son uno de los elementos que google tendrá en cuenta a la hora de asociar texto con las imágenes y le servirá para añadir meta-información.

Etiqueta de html5: Figcaption.

La etiqueta <figure> incluye la imagen y la leyenda.

La etiqueta figcaption incluye la leyenda de la imagen.

Ejemplo:

```
<figure>
  
  <figcaption>
    Leonardo da vinci fue un genio polifacético: geólogo, pintor, escultor, biólogo,
    ingeniero, músico, cocinero,... Retrato pintado por
    <a href="http://leonardo-da-vinci.com">Leonardo da vinci</a> en Florencia.
  </figcaption>
</figure>
```

El figcaption puede ir antes o después de la imagen. También se puede emplear más de una imagen, y poner varias con un mismo <figcaption> dentro.

También se puede emplear ambos tags (<figure> y <figcaption>), por ejemplo, con un <blockquote> en lugar de un , a modo de explicación del código insertado en el <blockquote>. El blockquote se usa para escribir un texto el cual aparece separado de los márgenes por un espacio. Si pones dos blockquote en lugar de uno, el espacio es el doble. De esta forma este texto se diferencia del resto. Esta etiqueta se comporta como un tabulador.

CONTEXTO :

Rodear a la imagen de buen contenido, incluyendo algunas palabras clave que coincidan con las contenidas en los atributos alt y title.

Con una regla css aplicada a la imagen y con atributo float (left o right) la imagen puede colocarse a la izquierda o derecha y rodearse por texto. Sin embargo, una imagen centrada y rodeada completamente por texto es imposible con Dreamweaver. Lo más parecido que se puede hacer lo encontramos explicado en esta

web: <http://vagabundia.blogspot.com/2011/04/colocar-texto-alrededor-de-una-imagen.html>

El texto que esté más cerca de la imagen será el más relevante para google, aunque también se tiene en cuenta otros atributos como el título de la página, los h1, h2...

Si dicho texto no tiene relación con la imagen Google nos podría penalizar por ello. El pie de foto, el cuerpo de la noticia, los encabezados y título de la página deben estar relacionados con nuestra imagen.

También es útil incluir texto en cursiva o negrita muy cerca de la imagen, ya que Google interpretará que se está describiendo la foto.

Los buscadores tienen en cuenta el signo de los dos puntos para posicionar imágenes y posiblemente para el texto. Así pues incluir texto relevante antes de la imagen y a continuación los dos puntos. Los dos puntos es una indicación de lo que viene a continuación.

No llenes tus artículos de imágenes. Basta con poner 1 o 2. Intenta alternarlas entre izquierda y derecha, de forma que no quede una columna de imágenes y otra de texto.

REUTILIZACIÓN :

Si utilizas una misma imagen en varios lugares de tu sitio, estás aumentando la relevancia de dicha imagen de cara a Google Images. Si lo haces utiliza exactamente la misma ruta de la imagen en lugar de poner la misma foto repetida en varias rutas. Es decir, debe haber en el servidor una foto y no varias copias de la misma foto.

HOTLINKING :

Es cuando alguien está usando un enlace a una imagen que está archivada en otro sitio web en lugar de guardar una copia de la imagen en el sitio web (servidor) en el que se mostrará la imagen.

Lo normal es indicarle al servidor que los demás no puedan hacer esto con tus imágenes ya que es un "robo" y además consume tu ancho de banda; sin embargo, de cara al Seo es preferible permitirlo ya que los buscadores tendrán menos problemas para presentar tus imágenes en los resultados y además estos enlaces externos a tu web mejoran tu linkbaiting. Si este backlink recibe muchos clics y tráfico a tu imagen, mejorará tu posicionamiento en Google.

Si aún así no quieres que los demás hagan hotlinking con tus imágenes puedes indicarle al servidor que solo se lo permita a los buscadores.

Si tus imágenes están bien posicionadas conseguirás un mejor posicionamiento para tu página.

RENUOVA :

A Google le gusta un alto índice de actualización del contenido de la web, entre ello, las imágenes.

Si la web que tiene no permite renovar las imágenes, considere abrir un blog y escribir en él al menos 3 artículos a la semana. Google valora mucho la novedad.

REDES SOCIALES :

Añadir tus imágenes en redes sociales temáticas sobre imágenes como Pinterest, Instagram, Flickr o Devianart, Tumbr. Enlazar dichas imágenes a tu web, con lo cual se conseguirá tráfico de los usuarios que realizan búsquedas de contenido en este tipo de webs.

Emplear palabras clave en estas imágenes.

Cuanto más links apunten a nuestras imágenes, conseguiremos más popularidad, y obtendremos un mejor posicionamiento.

PLUGINS :

Añadir a los gestores de contenido como wordpress un plugin que te ayude a mejorar el seo de tus imágenes como Seo Frinedly Images. Esto facilitará la labor del etiquetado y titulado de las imágenes optimizando pesos y formatos.

<http://wordpress.org/plugins/seo-image/>

FRAGMENTOS ENRIQUECIDOS :

Los fragmentos enriquecidos se emplean para dos cosas:

1. Para que el buscador interprete correctamente el dato y no dé lugar a confusión. Por ejemplo: Es importante que el buscador diferencie entre Levi Strauss como nombre de persona o como marca. Con los microdatos tú puedes indicarle al buscador si es una marca o un nombre.
2. Los datos de los fragmentos enriquecidos se muestran en el resultado del buscador incluso la foto de perfil de nuestra cuenta de google.

Pasos a realizar:

1º. Elegir el formato de marcado: para HTML5 (Microdatos), HTML(microformatos) o XHTML (RDFA).

Es preferible emplear los microdatos. Para ello hay que codificar la página para el html5. Se puede hacer accediendo a las propiedades de la página y luego a titulo/codificación y ponerlo en html5.

2º. Marcar el contenido correspondiente: personas, productos, empresas,....

3º. Comprobar el marcado en:<http://www.google.com/webmasters/tools/richsnippets>

Algunos contenidos tienen la propiedad para una imagen (photo) como persona o persona-contacto o productos o empresas.

Incluir microdatos en la web no supone mejorar la posición seo, sin embargo, estos fragmentos aumentan el ratio de click casi un 30% con respecto a los resultados normales.

Para añadir microformatos se puede hacer de varias formas:

1. Mediante el marcador de datos de google: Google webmasters – aspecto de la búsqueda – marcador de datos – iniciar marcado – introducir url y seleccionar tipo de contenido.
2. marcador html, es decir, hacerlo manualmente.

3. mediante el asistente de marcado de datos estructurados: es parecido al 1º: en Google webmasters- rastreo –otros recursos –

asistente...<https://www.google.com/webmasters/markup-helper/u/0/?hl=es>

4. A través de la web schema-creator.org: mediante formulario. Hay que copiar y pegarlo en el código de la pagina.

Ejemplo de microdato para un contenido Person:

```
<div itemscope itemtype=" http://schema.org/Person">
```

```
<p>Me llamo<span itemprop="name">Alfonso Costa Ortega</span> ,
```

```
pero me llaman <span itemprop="nickname">Alf</span>. </p>
```

```
<p>Mi web es:<a href="http:// www.alfonsocostaortega.com " itemprop="url">  
www.alfonsocostaortega.com </a>
```

```
</p>
```

```
<p>Trabajo como<span itemprop="title">artista</span></p>
```

```
en <span itemprop="affiliation">alfenix S.A.</span>.
```

```
<p></p>
```

```
</div>
```

IMÁGENES DECORATIVAS :

Las imágenes decorativas como un fondo no deben insertarse sino que deben vincularse a una regla css porque tendrían mucho peso a la hora de cargar la página.

ROBOTS.TXT :

Hay que verificar que en el archivo robots.txt no impide el acceso de los motores de búsqueda a los archivos de imágenes.

Tampoco emplear JavaScript en los archivos de imagen ya que los motores no pueden leer este formato.

FALTA ORTOGRÁFICA :

En algunos casos no es mala idea emplear palabras clave con faltas de ortografía en las imágenes ya que google todavía no las corrige en algunos casos, quizás relacionado con algunos idiomas. Sin embargo, actualmente es raro encontrar palabras no corregidas en las imágenes. Por ejemplo, si buscamos arte moderna (en lugar de arte moderno) en la página de resultados mostraran las webs con la frase correcta: arte moderno; sin embargo, las imágenes (y google images) aparecerán con la palabra errónea. Mientras google no corrija esto se puede sacar provecho en google images. Antes de hacerlo comprobar que dicha palabra clave aparece de forma incorrecta en el buscador, sino no vale la pena ponerla.

[Arte moderno - Wikipedia, la enciclopedia libre](#) ✓

es.wikipedia.org/wiki/Arte_moderno ▼

Arte moderno es un término propio de distintos ámbitos del mundo del arte (la historiografía del arte, la estética y teoría del arte y el mercado de arte), que ...

Museo de arte moderno - Semana de Arte Moderno - Categoría:Arte moderno

Cómo posicionar bien tus imágenes y tus webs en Google images gracias a consejos SEO.

[Imágenes de arte moderna](#) ✓ - Informar sobre las imágenes



Cómo posicionar bien tus imágenes y tus webs en Google images gracias a trucos SEO.

Google images, no Google web, reconoce algunas palabras como diferentes si se escriben de forma distinta. Por ejemplo, hay resultados para la palabra neorrealismo como también para la palabra neo-realismo o para neoimpresionismo así como para neo-impresionismo. Por tanto, es idóneo optimizar imágenes para las dos versiones, especialmente la que tiene menos competencia en Google images.

También google images distingue entre una palabra con acento y la misma sin acento. Por ejemplo mexico y México dan resultados diferentes en el resultado de google (Imágenes de) o de google images. Otro ejemplo: imagenes e imágenes. Por otro lado, los motores de búsqueda no hacen diferencia a las minúsculas y mayúsculas pero en cambio sí a los plurales; es decir, no es lo mismo casa que casas. Por este motivo, es interesante optimizar las palabras clave de la imagen con singular y plural, especialmente la que menos competencia tenga.

La optimización de imágenes para el seo de Google images es muy importante si se trata de productos específicos como un modelo de aparato o una moto o una obra de arte.

GEOLOCALIZAR IMÁGENES:

Al localizar una imagen en google plus local, informamos a google sobre el área geográfica a la que pertenece la foto. Google relaciona dicha ubicación con nuestro producto o negocio. Este tipo de búsquedas crece debido a que google rastrea las fotos para la búsqueda de productos o marcas a través del pc, móvil y en un futuro: Glass.

ANALISIS :

La herramienta Image seo tool analiza el nombre de la imagen, el atributo alt y las dimensiones. Así, podrás detectar si hay algún problema potencial.

<http://www.feedthebot.com/tools/alt/>