

Elección de palabras clave	Utilice herramientas para analizar las palabras clave más utilizadas, menos competidas y más rentables.
	Haga uso de Google Trends, Google Adwords External Tool y formularios de consulta.
	Consulte con el dpto. de Márketing la elección de las mejores palabras clave.
	Prepare contenido para cada una de las palabras clave elegidas

Conocimiento de la situación inicial	Al buscar por el nombre de la empresa, ¿aparece la web la número 1? Si no es así deberá dar de alta el Sitemap de la web en Google Webmaster Central, Yahoo Site Explorer y MSN Live.com Webmaster. También tiene que insertar el nombre de su empresa en el contenido de la web y conseguir enlaces hacia su web con el nombre de su empresa como palabras de enlace.
	Revise la posición de sus palabras clave. Utilizando Free Monitor for Google, Advanced Web Ranking o alguna otra herramienta de monitorización, compruebe - y apunte - la posición que obtienen sus palabras clave.
	¿Cuánto tráfico recibe de los buscadores con cada palabra clave? Con el uso de las herramientas de estadística y analítica web, tome nota del número y porcentaje % de visitas que le aporta cada palabra clave de manera semanal o mensual.

Estructura de páginas	Nombre de los archivos: procure que contengan alguna palabra clave y que sean descriptivos: mesa-cristal.html, silla-rustica-pino.html, etc.
	Estructura de carpetas: revise que las carpetas también se refieren a palabras clave: www.misitio.com/muebles/, www.misviajes.com/almeria/
	Paso de parámetros: si trabaja con bases de datos intente que las palabras clave formen parte de la dirección de enlace. No pase 2-4 parámetros en sus enlaces.
	Utilice de manera habitual el atributo rel="nofollow" para centrar la importancia en las páginas que contienen sus palabras clave y la información que le interesa destacar. Recuerde el concepto de Link Juice.

Factores Internos	Ponga un título distinto a cada página
	Revise el campo META DESCRIPTION y ampliélo a 30-40 palabras (2 líneas). Intente que sea distinto en cada página.
	Coloque etiquetas H1 y H2 en el contenido de las páginas, dividiendo el contenido en secciones.
	Exija que el código HTML cumpla los estándares (HTML Compliant)
	No olvide poner un campo TITLE y ALT a cada imagen de la página.
	Utilice las palabras clave como palabras de enlace
	Mantenga una densidad de palabra clave óptima de entre un 2 y un 4%
	Oriente el contenido de cada página a una o dos palabras clave. Si es necesario cree más páginas para las palabras clave.
	Todas las imágenes deben llevar el atributo TITLE y ALT con las keywords.
Evite los errores en el enlace de páginas: páginas no encontradas, páginas con errores del servidor, bases de datos que no ofrecen información, etc.	

Factores Externos	Exija que al enlazar con su página lo hagan utilizando sus palabras clave como enlace
	Intente obtener enlaces desde páginas relevantes: prensa, televisión, universidades, etc.
	Dé de alta su web en todos los directorios generales posibles y en aquellos de su mismo sector que sean relevantes.
	Aumente gradualmente el número de enlaces a su web, dedique un tiempo semanal a conseguir enlaces entrantes.