

[intro_text]Las páginas de preguntas frecuentes (cuando se hacen bien) pueden aportar una doble ventaja: (1) Proporcionan contenido valioso que los usuarios quieren ver y (2) Contenido que Google quiere posicionar.[/intro_text]

Sin embargo, cuando las cosas se hacen con prisas, las preguntas frecuentes pueden convertirse en contenido inútil con preguntas poco enlazadas y respuestas a medias.

No hagas eso. Crea páginas de preguntas frecuentes útiles para la gente y los motores de búsqueda.

En esta guía aprenderás lo siguiente:

- [Qué es una página de preguntas frecuentes](#)
- [Cinco ejemplos \(reales\) de páginas de preguntas frecuentes](#)
- [Tres formas para encontrar preguntas para tu página de preguntas frecuentes](#)
- [Mejores prácticas para páginas de preguntas frecuentes “amigables” con el SEO](#)
- [Cómo agregar un esquema de preguntas frecuentes en tres pasos](#)
- [Preguntas frecuentes sobre las preguntas frecuentes](#)

[post_nav_link link_text="¿Qué es una página de preguntas frecuentes (y por qué es útil para SEO)?" section="1-what-is-an-faq-page"]

¿Qué es una página de preguntas frecuentes y por qué es útil para SEO?

[/post_nav_link]

Una página de preguntas frecuentes es un lugar en una web donde se suele responder a las preguntas comunes relacionadas con tu nicho.

Suelen ser algo así:

Ayuda

LinkedIn

¿Cómo podemos ayudarte?

Inicia sesión

Páginas de LinkedIn: preguntas frecuentes

Última actualización: Hace 4 meses

Una página de LinkedIn ayuda a los miembros a saber más sobre la marca de la organización, las oportunidades de trabajo y los antiguos alumnos. También es una herramienta para que los administradores de la página compartan información sobre las actividades, las oportunidades de trabajo y la cultura de la organización.

Miembros

¿Qué son las páginas?

¿Cómo utilizan los miembros las páginas?

¿Cómo creo una página?

¿Cómo puedo convertirme en administrador de mi página?

Administradores

¿Qué pueden hacer los administradores de páginas y cómo nombro a uno?

¿Cómo accedo a la vista de administración de mi página?

¿Cómo puedo eliminar una página?

¿Cómo anuncio una actualización en mi página?

¿Cuánto tiempo se mostrará una actualización en el feed de mi página?

¿Cómo puedo aumentar el número de seguidores de mi página?

¿Qué especificaciones de imagen debo utilizar para mi página?

Etiquetado en

Conceptos básicos de páginas

Artículos relacionados

Seguir una página como tu página de LinkedIn

Encontrar la página de una organización en LinkedIn

Funciones de administrador de páginas de LinkedIn

Pero a veces algo así:

Twittear

¿Qué es Twitter?

Twitter es un servicio que permite que los grupos de amigos, familiares y compañeros de trabajo se comuniquen y estén en contacto a través de mensajes rápidos y frecuentes. Las personas publican Tweets, que pueden contener fotos, videos, enlaces y texto. Estos mensajes se publican en tu perfil, se envían a tus [seguidores](#) y también se pueden encontrar a través de la búsqueda de Twitter. Obtén más información sobre [cómo usar Twitter](#).

¿Necesito algo en especial para usar el servicio?

Todo lo que necesitas para usar Twitter es una conexión a internet o un teléfono móvil. ¡Únete a nosotros! Una vez que te hayas registrado, podrás comenzar a buscar y a seguir cuentas cuyos Tweets te interesen. Y nosotros también te recomendaremos cuentas estupendas que te pueden gustar.

¿Qué es un Tweet?

Un Tweet es un mensaje publicado en Twitter; puede contener fotos, videos, enlaces y texto. Pulsa o haz clic en el botón para **Twittear** cuando quieras publicar una actualización en tu perfil. Para obtener más información, consulta nuestro artículo [Publicar un Tweet](#).

¿Cómo puedo enviar actualizaciones a Twitter?

Lee nuestro artículo sobre [cómo publicar un Tweet](#). Puedes twittear desde twitter.com, desde un dispositivo móvil o desde una aplicación.

Una página de preguntas frecuentes bien hecha puede ayudar a la gente en las diferentes etapas del [buyer's journey](#), pudiendo actuar como primer punto de contacto para los clientes potenciales.

Pero, ¿qué pasa con el SEO? ¿Son beneficiosas las páginas de preguntas frecuentes?

¿Son las páginas de preguntas frecuentes buenas para el SEO?

Como con el 90% de las preguntas sobre SEO, la respuesta es... *depende*.

Una página de preguntas frecuentes mal hecha con preguntas sacadas de una herramienta de palabras claves no es la mejor forma de aprovechar su potencial de SEO. Sin embargo, cuando están optimizadas para palabras clave relevantes y bien diseñadas en términos de UX, las páginas de preguntas frecuentes pueden ser muy buenas para el SEO.

De hecho, el objetivo de una página de preguntas frecuentes es el mismo que el del SEO: ofrecer la mejor respuesta a una pregunta.

```
[post_nav_link link_text="Cinco ejemplos de páginas de preguntas frecuentes"
section="2-five-faq-page-examples"]
```

Cinco ejemplos de páginas de preguntas frecuentes

```
[/post_nav_link]
```

En realidad, hay bastantes formas de mostrar las páginas de preguntas frecuentes, aunque todas tienen el mismo objetivo: responder a preguntas comunes que pueda tener un usuario y presentarlas de forma clara.

En cuanto a las páginas de preguntas frecuentes para SEO, voy a dividirlos en cinco tipos diferentes:

1. *Homepage*
2. Página de producto/servicio
3. Página dedicada de preguntas frecuentes
4. Posts del blog
5. Dentro de un post del blog

Echemos un vistazo a cada uno de ellos:

1. Preguntas frecuentes sobre la página de inicio

Esta es una de las más obvias: una sección de preguntas frecuentes en la página de inicio, normalmente justo encima del pie de página:

[caption]

HÁBLAME DE MYCINESA	
¿Qué es myCINESA?	+
¿Tiene algún coste?	+
¿Cómo me suscribo?	+
¿Qué ventajas tiene?	+
¿Cómo acumulo puntos?	+
¿Qué puedo conseguir con los puntos?	+
¿Los puntos caducan?	+
¿Cómo me identifico en taquilla o en las nuevas máquinas de entradas de los cines?	+
El Área de Cliente ha cambiado. ¿Qué puedo encontrar allí?	+
Tengo problemas para solicitar myCINESA o cualquier otro problema con el programa de fidelización, ¿qué puedo hacer?	+
Quiero ejercer mis derechos ARCO acerca del tratamiento de datos personales o dar de baja mi cuenta myCINESA. ¿Dónde y cómo contacto?	+
¿Qué es la tarjeta myCINESA Mastercard BBVA? (Disponible Próximamente).	+

Fuente: [Cinesa](#). [caption]

Esto no solo añade información contextual a la página de inicio, sino que también crea un espacio útil para añadir enlaces internos:

¿Cómo me suscribo?

Encontrarás el formulario en la web www.cinesa.es/registro-mycinesa. Recuerda que si ya eras miembro de Cinesacard, no hará falta que hagas nada, te convertirás en miembro de myCINESA automáticamente.

Al hacer clic en el acordeón de preguntas, se abre la respuesta junto con enlaces internos a respuestas más detalladas.

2. Preguntas frecuentes sobre la página de productos/servicios

Esta vez, la sección de preguntas frecuentes se añade a una página de producto o servicio:

Preguntas frecuentes sobre el Renting de coches

*Cuotas sin IVA (variable según modelo, consultar aportación inicial con la compañía).

La foto puede no coincidir con el vehículo ofertado.

¿Qué es el renting?

El renting de coches es una alternativa a la movilidad tradicional que cada vez está más de moda en nuestro país, de hecho, se calcula que esta modalidad representa ya el 20% de las ventas de coches en España. Aún estando el mercado en plena recesión, este tipo de operaciones aumentan día tras día.

El renting consiste en el alquiler de un vehículo durante un plazo de entre 15 y 60 meses, siendo el plazo de 48 meses (cuatro años) la duración más habitual para este tipo de servicios. De esta manera, autónomos, empresas y últimamente los particulares, pueden disponer de un coche de renting sin necesidad de desembolsar “de primeras” una gran cantidad para la compra, ya que el pago se realiza en cómodas cuotas mensuales previamente acordadas en el contrato.

¿Qué ventajas ofrece el renting de coches?

Fuente: Coches.com.

Estas preguntas suelen estar relacionadas con la oferta y están pensadas para reducir las solicitudes de atención al cliente.

3. Página dedicada de preguntas frecuentes

Si tienes muchas preguntas que responder, o simplemente quieres mantener las preguntas frecuentes separadas, puede que te interese tener una página dedicada a ellas:

PREGUNTAS FRECUENTES

- ¿Cómo tengo que empaquetar mi donación?
- ¿Las prendas tienen que ser de Zara?
- ¿Se pueden entregar otros productos como calzado o complementos?
- ¿Puedo depositar prendas que no estén en perfecto estado?
- ¿Qué pasa con las prendas una vez que las entrego?
- ¿Cómo se controla el destino de las prendas donadas?
- ¿Cómo se seleccionan las organizaciones sin ánimo de lucro con las que colaboramos?

Fuente: [Zara](#).

Si tienes conocimientos de diseño, diseñar una página con buen gusto puede ser una buena táctica de *link building*, ya que la página puede recibir alguna mención en blogs de diseño:

185 backlinks										
Todos los enlaces TodosNuevoPerdido Mostrar histórico: Últimos 30 días APIExportar										
Página de referencia	DR	UR	Tráfico del dominio	Dominios de referencia	Dominios enlazados	Ext.	Tráfico de la página	P.c.	Texto de anclaje y URL objetivo	Primera vez visto Visto por última vez Perdido
How To Build a FAQ Page: Examples & FAQ Templates To Inspire You (2022) https://www.shopify.com/blog/120928069-how-to-create-faq-page	95	20	20.7M	383	38	46	1.7K	393	Cereal brand Magic Spoon makes it easy for shoppers to find information about shipping, CONTENT: NOFOLLOW https://magicspoon.com/pages/faq	11 dic. 2021 27 sep. 2022

Sacado del informe de **Enlaces** del [Site Explorer de Ahrefs](#).

4. Entradas de blog con preguntas frecuentes

Puedes hacerlo de forma sencilla y mostrar tus preguntas frecuentes en formato de entrada de blog, utilizando subtítulos para cada pregunta.

Haz una [investigación de palabras clave](#) para encontrar una lista de preguntas sobre un tema (más adelante hablaremos de ello) y publica las preguntas como su propia entrada de blog "preguntas frecuentes".

Is My Yard a Suitable Habitat for Bluebirds?

Bluebirds prefer open to semi-open areas. They feed mainly on insects, often watching from a low perch and then fluttering down to take bugs from the ground. A wide expanse of open, chemical-free lawn provides ideal habitat. A very small yard or one with little or no open space will probably not be suitable for attracting bluebirds to nest, but you may still see them at your feeders. If you see a bluebird, [here's what it means](#).

Check out the best [bluebird feeders and feeding tips](#).

What Food Attracts Bluebirds?

If you want to know how attract bluebirds in your own backyard, provide mealworms. Live mealworms are always best, but you can try [dried mealworms](#) as well. If you're feeling ambitious, raise your own mealworms for an unending supply.

To learn more, read our [guide to feeding mealworms](#) to birds.

Fuente: [Birds&Blooms](#).

Si buscas esta página en el [Site Explorer de Ahrefs](#), se puede ver que no le va nada mal:

How to Attract Bluebirds: Tips and FAQs - Birds and Blooms							How to use
www.birdsandblooms.com/birding/birding-basics/attracting-bluebirds-tips-faq/							
Ahrefs Rank ¹	UR ²	DR ³	Backlinks ⁴	Referring domains ⁵	Organic keywords ⁶	Organic traffic ⁷	Traffic value ⁸
119,473	23	69	65 -4	29	317	1.9K	\$3.4K
			Recent 77 Historical 310	Recent 38 Historical 105	PPC 0		PPC \$0

Este método funciona mejor cuando tienes pocas preguntas. Si tienes mucho contenido que cubrir, quizá no tiene mucho sentido tener un blog post super largo que responda a todo.

5. Sección dedicada de preguntas frecuentes al final de una post

Si quieres seguir el camino de los artículos de blog (*blog posts*), no tienes que crear uno nuevo. Puedes añadir la sección de preguntas frecuentes a un artículo existente (si tiene sentido hacerlo, por supuesto):

Preguntas y respuestas sobre buyer personas

Aquí tienes algunas preguntas habituales sobre los buyer persona.

1. ¿Cuántas entrevistas debería hacer?

Para arrancar tu proceso, trata de realizar al menos diez entrevistas. Pero ten en cuenta que las entrevistas para hacer buyer persona no son una “campana”. Idealmente, deberías hacer esto todos los meses; reunirte con compradores, entrevistarlos, conseguir citas e historias de la vida real y actualizar cuando sea necesario tu documentación de buyer persona.

2. ¿Qué debería preguntar en la entrevista?

No existe un conjunto de preguntas para hacer. La mayoría deberían ser espontáneas y naturales, ya que deberían ser preguntas de seguimiento que realices en función de lo que responda la persona que entrevistes.

Más allá de eso, deberías hacer preguntas en base a lo que quieras saber. Y eso depende mucho de tu empresa, producto, clientes y la información que tengas.

Sin embargo, si de verdad necesitas un conjunto de preguntas que realizar (o, al menos, algo de inspiración) me gusta [esta lista](#) de K. Rosgaby Medina.

Fuente: [Ahrefs](#).

Hablando de agrupaciones temáticas... esta también puede ser una forma natural de añadir más enlaces internos a contenidos relacionados.

Incluye una sección de preguntas frecuentes en tu artículo, responde a las preguntas brevemente y, a continuación, enlaza con artículos de apoyo en los que profundices más.

Así creas una página de preguntas frecuentes que sea útil y un grupo temático al mismo tiempo.

```
[post_nav_link link_text="Tres formas de encontrar preguntas para tu página de preguntas frecuentes" section="3-three-ways-to-find-questions-for-your-faq-page"]
```

Tres formas de encontrar preguntas para tu página de preguntas frecuentes

```
[/post_nav_link]
```

Antes de empezar a crear la página, hay que saber a qué preguntas responder. El objetivo de una página de preguntas frecuentes es ofrecer las mejores respuestas a dichas preguntas.

Estos son algunos métodos para encontrar preguntas frecuentes a las que responder:

1. Investiga qué preguntas hacen los usuarios

Algunas de las mejores fuentes de preguntas NO son las herramientas de palabras clave, sino las personas.

Lo ideal es que sean personas de tu audiencia.

Una de las formas más efectivas de investigar qué preguntas incluir es simplemente preguntando a tus clientes/usuarios/audiencia.

Aquí tienes algunas cosas que puedes probar:

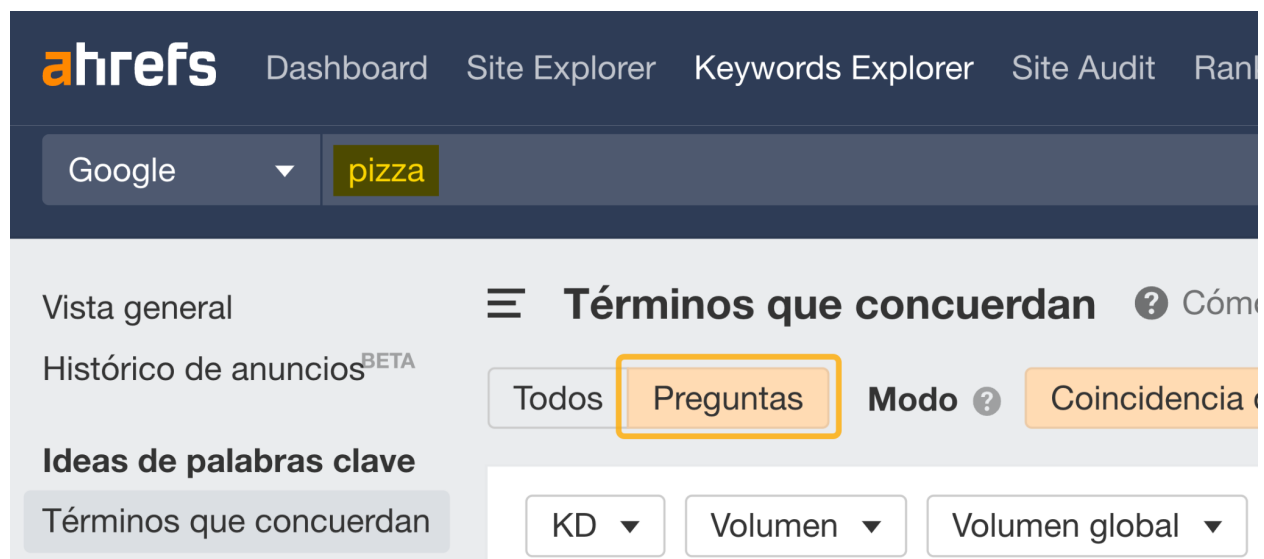
- **Servicio de atención al cliente:** Consulta a tus equipos de atención al cliente/ventas y pregúntales las dudas más frecuentes que plantean los clientes.
- **Búsqueda en la web:** Comprueba si tu web tiene una función de búsqueda interna. Si es así, comprueba qué tipo de cosas busca la gente.
- **Google Search Console:** Consulta las búsquedas en el GSC para ver qué frases basadas en preguntas obtienen clics.
- **Otras preguntas de los usuarios:** Comprueba las casillas "Otras preguntas de los usuarios" en las SERP.
- **Quora y Reddit:** Comprueba qué preguntas comunes se debaten en las comunidades online de tu nicho.

2. Encuentra preguntas con el Keyword Explorer de Ahrefs

Si estás construyendo una página de preguntas frecuentes para SEO, es inevitable no hacer una investigación de palabras clave.

Dirígete al [Keywords Explorer de Ahrefs](#) e introduce una palabra clave que sirva como semilla. Obviamente, tienes que elegir una que esté relacionada con el tema sobre el que quieres que responda a las preguntas.

A continuación, accede al informe de **Términos que concuerdan** y activa el filtro de **Preguntas**:



Aquí obtendrás una lista de preguntas relacionadas con el término “semilla”.

Si utilizas un término amplio como pizza, generarás muchas más preguntas potenciales:

☰ 6,606 palabras clave Volumen total: 87K

☐ Palabra clave	KD	Volumen ▼	GV	TP	CPC	CPS	Tema principal
☐ + mucho mas que pizza	0	9.2K	9.2K	12K	\$0.60	0.87	mucho mas que pizza
☐ + como hacer masa de pizza	12	5.3K	15K	38K	\$0.20	1.01	masa de pizza
☐ + mas que pizza	1	4.0K	4.0K	12K	\$0.70	0.80	mucho mas que pizza
☐ + mucho más que pizza	0	2.1K	2.1K	12K	\$0.20	0.73	mucho mas que pizza
☐ + non solo pizza	0	1.6K	26K	300	\$0.80	0.56	non solo pizza
☐ + como hacer pizza casera	15	1.4K	19K	4.2K	\$0.25	0.93	pizza casera
☐ + mucho mas que pizza albacete	0	1.1K	1.2K	1.2K	\$0.25	0.78	mucho mas que pizza albacete
☐ + mucho mas que pizza elda	0	1.0K	1.0K	800	\$0.06	0.90	mucho mas que pizza elda
☐ + pizza que	12	900	2.6K	600	\$0.00	0.64	pizza que
☐ + como hacer una pizza	12	800	6.5K	4.1K	\$0.50	0.85	pizza casera

Si quieres generar preguntas más específicas, utiliza una palabra clave más concreta. Por ejemplo, si sigues el mismo método para “Apple AirPods”, obtendrás menos resultados pero más preguntas relevantes:

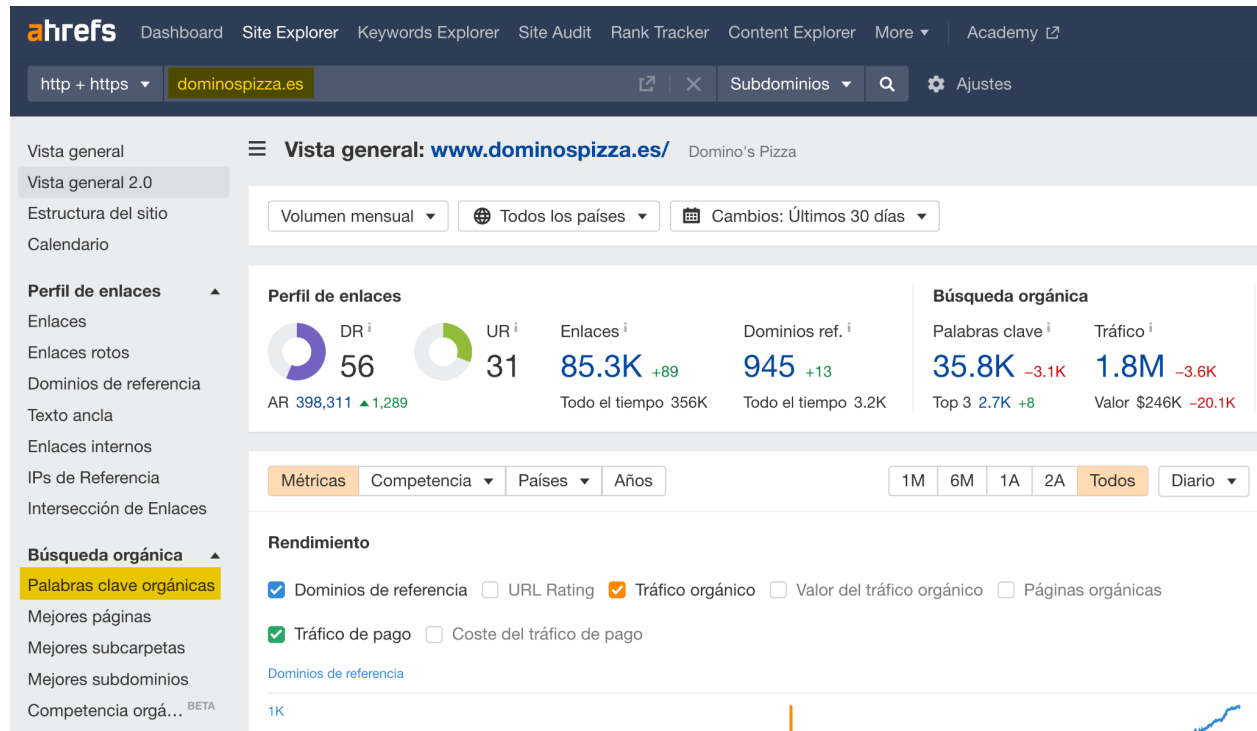
☰ 35 palabras clave Volumen total: 90

☐ Palabra clave	KD	Volumen ▼	GV	TP	CPC	CPS	Tema principal
☐ + como conectar los airpods al apple watch	N/A	20	70	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + airpods apple como funcionan	N/A	20	40	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + como conectar airpods a apple watch	N/A	20	90	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + como funcionan los airpods de apple	N/A	10	20	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + como escuchar musica con airpods y apple watch	N/A	10	10	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + como conectar airpods a apple tv	N/A	10	30	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + apple airpods on bajaj finserv	N/A	0–10	20	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + airpods que no sean de apple	N/A	0–10	10	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + que es el airpods de apple	N/A	0–10	0–10	N/A	N/A	N/A	N/A
☐ + como saber si los airpods apple son originales	N/A	0–10	40	N/A	N/A	N/A	N/A

3. Deconstruye a tus competidores con el Site Explorer de Ahrefs

Esta vez, vamos a utilizar las webs de la competencia como fuente de preguntas.

Dirígete al [Site Explorer de Ahrefs](#), introduce una URL de un competidor y, a continuación, accede al informe de **Palabras clave orgánicas**:



A partir de aquí, es necesario filtrar las palabras clave que no sean preguntas. Es bastante fácil utilizar los filtros integrados de Ahrefs.

Dentro del informe de **Palabras clave orgánicas**, haz clic en el filtro de **Palabras clave** y añade algunos modificadores.

Modificadores de pregunta: qué, dónde, cuándo, por qué, cuál, quién, cómo, etc.

Asegúrate de que el filtro está configurado como **Contiene** y **Cualquier valor**. A continuación, haz clic en "Aplicar".

The screenshot shows the Ahrefs keyword filter configuration interface. At the top, there is a search bar with the text 'Palabra clave: Contiene frase qué or dónde or cuánd...' and a close button. Below this, there are two tabs: 'Todas las reglas' and 'Cualquier regla'. Under 'Cualquier regla', there are four filter rules: 'Contiene', 'Concordan...', 'qué, dónde, cl', and 'Cualquiera'. A '+ Regla' button is located below these rules. At the bottom, there is a large 'Aplicar' button.

Ten en cuenta que es posible que tengas que escribir los modificadores sin tilde. [/caption]

Esto te va a generar una lista de palabras clave que contienen los modificadores de pregunta anteriores:

766 palabras clave

9 feb. 2023

Compare with: 9 ene. 2023

Solo posiciones principales

Solo

☐ Palabra clave	SF	Volumen	KD	CPC	Tráfico	Cambia	Posición	Cambia	URL
☐ + a que hora cierran dominos pizza	5	70	0	0.02	65	+11	2		https://www ▼ 12 más
☐ + masa hand tossed domino's que es	3	100	0	N/A	37		1		https://www
☐ + masa hand tossed que es	5	90	0	N/A	7	-2	4 → 5	▼1	https://www
☐ + que es dominos roll	6	80	0	N/A	1.0		6 → 7	▼1	https://www
☐ + mucho mas que pizza alicante	2	400	0	0.26	1.0	+1	23 → 18	▲5	https://www
☐ + mas que pollo arteixo	3	200	0	N/A	1.0		18 → 16	▲2	https://www
☐ + dominos roll que es	7	40	0	N/A	1.0		5 → 7	▼2	https://www https://www
☐ + pa que mas pizza	3	150	0	N/A	1.0	-3	10 → 18	▼8	https://www n-promocic https://www
☐ + mas que masas	3	250	0	N/A	1.0	-1	16 → 20	▼4	https://www

[post_nav_link link_text="Prácticas recomendadas para páginas de preguntas frecuentes optimizadas para SEO" section="4-best-practices-for-seo-friendly-faq-pages"]

Prácticas recomendadas para páginas de preguntas frecuentes optimizadas para SEO

[/post_nav_link]

La creación de una página de preguntas frecuentes que facilite el SEO no difiere de la creación de cualquier otra página con mucho contenido.

Tiene que ser fácil de navegar, con carga rápida, con SEO *on-page*, etc.

Dicho esto, incluimos aquí algunos puntos que tienes que tener en cuenta a la hora de crear tu propia página de preguntas frecuentes:

- **Agrupar las preguntas:** si organizas las preguntas por categorías, la experiencia del usuario será mejor.
- **Evita la jerga:** utiliza un lenguaje comprensible para tu público.

- **Utiliza tu personalidad de marca/tono de voz/guía de estilo:** una página de preguntas frecuentes no debería ser distinta a cualquier otro contenido de tu web. Mantén la coherencia.
- **Responde a las preguntas de forma clara y concisa:** tu página de preguntas frecuentes tiene que responder a las preguntas con rapidez. Si quieres profundizar más, genera *blog posts*.
- **Actualiza la página:** las preguntas frecuentes no son páginas estáticas. Asegúrate de añadir preguntas nuevas y actualizar las antiguas con regularidad.
- **Enlaces internos:** es importante añadir enlaces internos a cualquier contenido o recurso relacionado que pueda conducir al usuario por [el embudo de conversión](#).
- **Formato UX:** Una buena experiencia de usuario (UX) facilita que los usuarios encuentren las respuestas que buscan.
- **Optimiza las *title tags*:** Puedes hacer que los buscadores reconozcan las preguntas frecuentes.
- **Utiliza el [schema markup](#) de preguntas frecuentes:** Añadir el marcado *schema* a tu página puede ayudarte a ganar más espacio en las SERP.

Hablando del *schema* de preguntas frecuentes... Profundicemos en ello:

```
[post_nav_link link_text="Cómo agregar un schema de preguntas frecuentes en tres pasos"
section="5-how-to-add-faq-schema"]
```

Cómo agregar un *schema* de preguntas frecuentes en tres pasos

```
[/post_nav_link]
```

El marcado *schema* de preguntas frecuentes es un tipo de datos estructurados que hace que tus páginas sean elegibles para tener [fragmentos enriquecidos](#) en las SERP.

Estos fragmentos enriquecidos de preguntas frecuentes pueden [ayudar a aumentar la tasa de clics](#), ayudando a Google a rastrear tu web y reclamando más espacio en las SERP.

Añadir el marcado *schema* de preguntas frecuentes a tu web es muy fácil.

Paso 1: Crea tus preguntas frecuentes

En primer lugar, necesitas preguntas reales para “marcar”.

Crea una página dedicada a las preguntas frecuentes o una sección de preguntas frecuentes en una de tus páginas. A continuación, rellénala con preguntas y contéstalas.

Al marcar, asegúrate de seguir las pautas de Google:

Directrices de contenido

- Usa `FAQPage` solo si tu página tiene una sección de preguntas frecuentes en la que hay una única respuesta a cada pregunta. Si en tu página hay solo una pregunta y los usuarios pueden enviar varias respuestas, usa mejor `QAPage`. Ejemplos:

✓ Casos prácticos que son válidos:

- Páginas de preguntas frecuentes del mismo creador que el sitio web donde los usuarios no pueden enviar más respuestas.
- Páginas de asistencia de un producto en las que hay preguntas frecuentes, pero donde los usuarios no pueden enviar más respuestas.

✗ Casos prácticos que no son válidos:

- Página de foros donde los usuarios pueden enviar varias respuestas a una misma pregunta.
- Páginas de asistencia de un producto donde los usuarios pueden enviar varias respuestas a una misma pregunta.
- Páginas de productos en la que los usuarios pueden enviar varias preguntas y respuestas sin salir de la página.

Fuente: [Google](#).

Paso 2: Escribe y valida tu *schema* de preguntas frecuentes

Puede usar JSON-LD o Microdata para crear un marcado de preguntas frecuentes, pero [Google recomienda JSON-LD](#).

Si quieres hacerte la vida fácil, utiliza un [generador de esquemas de preguntas frecuentes gratuito](#):

The screenshot shows a web-based generator for JSON-LD FAQ Schema. On the left, under the heading "FAQs", there is a form with two input fields: "Question #1" and "Answer #1". Below these fields is a button that says "+ Add another FAQ". On the right, under the heading "JSON-LD FAQ Schema Code", there is a text area containing the following code:

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [
    {
      "@type": "Question",
      "name": "",
      "acceptedAnswer": {
        "@type": "Answer",
        "text": ""
      }
    }
  ]
}
```

Below the code area, there are three buttons: "Copy FAQ Schema", "Test in SDTT", and "Send to Tag Manager Fixer". At the bottom, there are radio buttons for "Minified" (selected) and "Prettified", followed by a link "(What is this?)".

Tan solo copia y pega tus preguntas y respuestas en el generador, y el código del esquema de preguntas frecuentes se generará automáticamente para ti.

Aprende de mis (muchos) errores con el esquema: **presta mucha atención al código.**

El código de tu página y el código de tu script tienen que ser iguales. Si son diferentes (incluso por una pequeña coma mal colocada), el marcado no funcionará.

Para comprobar tu esquema de preguntas frecuentes, simplemente copia y pega el código y ejecútalo en [la herramienta de prueba de resultados enriquecidos de Google](#).

Paso 3: Implementa y valida (de nuevo)

Ahora tienes que implementar tu marcado en tu página. Estas son algunas de las opciones:

1. Añade manualmente el script en la sección <head> de la página
2. Añádalo a través de un plugin de WordPress (como [Insert Headers and Footers](#) o [RankMath](#))
3. Agrégalo al Google Tag Manager
4. Añádalo al archivo function.php de tu tema de WordPress

[sidenote]Si no sabes lo que estás haciendo, ahórrate posibles dolores de cabeza y opta por las opciones 1 o 2.[/sidenote]

El último paso, una vez añadido el *schema* de preguntas frecuentes, es comprobar si funciona. Copia y pega la URL de tu página y ejecútala en [la herramienta de prueba de resultados enriquecidos de Google](#). Asimismo, comprueba tu página en el GSC para verificar si hay errores o advertencias.

[recommendation title="PRO TIP"]

Dos consejos de *schema* de preguntas frecuentes prácticos

En primer lugar, debo dar las gracias a [David Ojeda](#) por revisar el proceso de *schema* anterior y comprobar si había errores.

Por si eso no fuera suficiente, Dave "Schema Wizard" Ojeda también me dio no uno, sino dos consejos prácticos sobre el *schema* de preguntas frecuentes:

1. **Las respuestas de las preguntas frecuentes aceptan HTML:** Esto significa que puedes añadir enlaces internos a tus respuestas y enviar a la gente a páginas enfocadas a la conversión o a páginas de contenido clave.
2. **Seguimiento UTM:** Cuando enlazas una respuesta con HTML, también puedes añadir [seguimiento UTM](#) para ver quién hace clic desde las SERP.

[/recommendation]

[post_nav_link link_text="Preguntas frecuentes sobre las preguntas frecuentes" section="6-common-questions-about-faqs"]

Preguntas frecuentes sobre las preguntas frecuentes

[/post_nav_link]

Ahora es el momento de ponerse a ello. Aquí tienes algunas preguntas frecuentes *sobre las preguntas frecuentes*:

¿Cuántas preguntas debería tener una sección de preguntas frecuentes?

Las suficiente para que sean útiles.

Personalmente, creo que las preguntas frecuentes tienen que intentar responder a todas las preguntas que sean relevantes.

Esto dependerá de muchos factores, como el nicho en el que te encuentres. Pero, por muchas preguntas útiles que haya, deberías intentar responderlas todas en tu sección de preguntas frecuentes.

¿Qué debería incluirse en una página de preguntas frecuentes?

Las preguntas que se hagan con frecuencia... y su respuesta.

La definición (desde el comienzo de este artículo) es:

<blockquote>Una página de preguntas frecuentes es una zona de una web en la que se puede responder a preguntas habituales relacionadas con tu nicho.**</blockquote>**

Eso es lo que deberías incluir en una página de preguntas frecuentes.

¿Cuáles son los beneficios de las páginas de preguntas frecuentes?

¿No te convence? Aquí tiene más ventajas. Una página de preguntas frecuentes:

- Proporciona respuestas rápidas y concisas (para los usuarios y Google).
- Puede ayudar a empujar a los clientes potenciales hacia la compra/conversión.
- Ayuda a generar confianza.
- Disminuye la carga del servicio de atención al cliente (con suerte).

¿Cuál es la diferencia entre una pregunta frecuente y una base de conocimientos?

Las páginas de preguntas frecuentes suelen cubrir las preguntas más comunes. Por otro lado, una base de conocimientos abarca todo lo que se tiene que saber.

Una base de conocimientos o centro de ayuda ofrece recursos para todas las preguntas posibles sobre tu producto, servicio o web. Por ejemplo, facturación, resolución de problemas, tutoriales, etc.

Reflexiones finales

Cuando dedicas tiempo a investigar las preguntas que se hace la gente, las relacionas con palabras clave relevantes y las muestras en una página de preguntas frecuentes centrada en la experiencia del usuario, tienes la receta del éxito en SEO.

Puede parecer mucho, pero se puede resumir de la siguiente forma:

Para crear una página de preguntas frecuentes útil, responde a las preguntas relevantes que la gente y los motores de búsqueda puedan entender.

¿Tienes alguna pregunta sobre cómo crear páginas de preguntas frecuentes para SEO? Contáctanos por [X](#).

Meta title: SEO para páginas de preguntas frecuentes con ejemplos y prácticas recomendadas

Meta description: Las páginas de preguntas frecuentes proporcionan contenido valioso que los usuarios quieren ver y, al mismo tiempo, contenido que Google quiere posicionar. No obstante, si se hacen mal, terminan siendo contenido inútil con preguntas poco enlazadas y respuestas a medias.

URL slug: /preguntas-frecuentes-paginas-seo/

Ad Description:

Short article description: Las páginas de preguntas frecuentes proporcionan contenido valioso que los usuarios quieren ver y que Google quiere posicionar. Pero, si se hacen mal, terminan siendo contenido inútil con preguntas poco enlazadas y respuestas a medias.