SCHALL AI

Schall AI SEO Suite

Manual de usuario

> El sistema SEO que entiende su sitio web, recopila los datos por sí mismo y le dice qué hacer a continuación – con una IA que tiene que respaldar cada cifra.

Versión 0.93 · octubre de 2026

Índice

1. Qué es la AI SEO Suite 3
2. Requisitos 4
3. Instalación y licencia 5
4. La configuración 6
5. Proveedores de IA 8
6. Conectar Google Search Console 9
7. Cifras de visitantes y otras fuentes de datos 11
8. En el día a día 14
9. Chat y preguntas 22
10. Light, licencia y actualizaciones 23
11. Privacidad y desinstalación 25
12. Ayuda en caso de problemas 26
13. Trucos y consejos para la AI SEO Suite 28

Glosario 46

Índice alfabético 49

1. Qué es la AI SEO Suite

Schall AI SEO Suite es un controlador SEO para WordPress. Recopila datos, entiende su sitio web, detecta oportunidades, las ordena por importancia y prepara decisiones. Funciona íntegramente en la administración de WordPress; los visitantes de su sitio web no notan nada.



> Las capturas de pantalla proceden de un sitio web de demostración de la empresa ficticia Nordwind Logistics, con datos de ejemplo.

- **Conocimiento en lugar de avalancha de datos:** La suite no muestra cien métricas, sino las pocas oportunidades que merecen la pena ahora – cada una con la regla que la encontró y las cifras correspondientes.
- **Obligación de pruebas:** Cada cifra que menciona la IA procede de sus datos. No afirma causas: muestra lo que se ha medido y separa hallazgo y recomendación.
- **Multilingüe desde la base:** Con TranslatePress, la suite analiza cada versión lingüística como un mercado propio.
- **No sustituye a Yoast ni a Rank Math:** Los sitemaps, las metaetiquetas y los datos estructurados siguen en manos de esos plugins. La suite no cambia nada en su sitio web sin que usted lo indique.

2. Requisitos

WordPress	Versión 6.9 o posterior, como sitio único o multisitio
PHP	Versión 8.1 o posterior
Base de datos	MySQL o MariaDB
IA	Una clave propia de Anthropic, OpenAI, DeepSeek u Ollama Cloud – u Ollama en su servidor o, mediante el Schall AI Local Connector, en su propio ordenador. Su proveedor le factura directamente los costes de IA.
Google	Acceso a su sitio web en Google Search Console y un proyecto gratuito en Google Cloud Console
Opcional	TranslatePress para sitios web multilingües, Independent Analytics, Google Analytics 4 o Matomo para las cifras de visitantes, una clave de Serper.dev para la investigación

> La suite también funciona sin IA: recopila datos y encuentra oportunidades según reglas fijas. En ese caso faltan el borrador del perfil del sitio, las explicaciones de las oportunidades y el chat.

3. Instalación y licencia

1. Tras la compra recibe un correo electrónico con la dirección del área de cliente de Schall (*konto.schall-ai.de*). Inicie sesión allí con la misma dirección de correo mediante un enlace de acceso, descargue el archivo ZIP de la suite y copie la clave de licencia.
2. En WordPress, en Plugins › Añadir plugin › Subir plugin, seleccione el archivo ZIP de la suite e instálelo.
3. Active el plugin. La suite empieza de inmediato a rastrear sus contenidos en segundo plano y abre la configuración (capítulo 4).
4. Active la licencia: Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Licencia**, introduzca la clave en el campo **Clave de licencia** y elija **Activar licencia**.

La clave de licencia se envía una sola vez, directamente al servicio de licencias de Schall, y nunca se guarda en WordPress. Sin licencia, la suite funciona como versión Light, con visión completa y trabajo limitado (capítulo 10). Dondequiera que la versión Light pone un límite, **Introducir clave** lleva directamente a este campo.

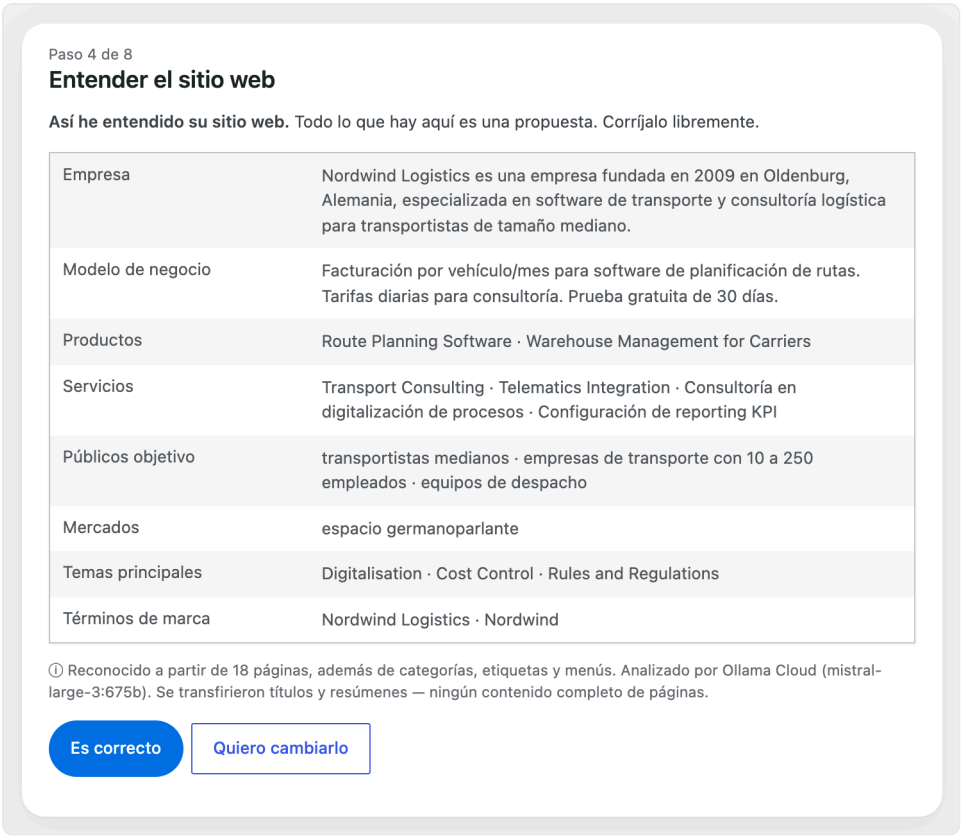
Varios sitios web y entornos de prueba

Según el plan, una licencia sirve para uno, tres o un número ilimitado de sitios web. Una copia de staging de su sitio web y hasta tres instalaciones locales de desarrollo no ocupan ninguna plaza adicional. Un multisitio cuenta como una sola instalación.

4. La configuración

La configuración está en la parte superior del menú, en **AI SEO Suite** › **Configuración**. Una marca de color indica si todavía falta algo. Dura unos diez minutos; cada paso, salvo el rastreo, se puede omitir y completar más tarde.

Bienvenida	Lo que hace la suite y lo que no. Con **Iniciar configuración** se empieza.
Proveedor de IA	Elección entre un proveedor de IA y Ollama en su servidor – o **Continuar sin IA**. Detalles en el capítulo 5.
Rastrear contenidos	La suite lee las entradas y páginas en todos los idiomas y los enlaces entre ellas. Según el tamaño, tarda unos minutos. Después rastrea las entradas nuevas y modificadas al guardarlas.
Entender el sitio web	A partir de títulos y resúmenes, la IA redacta un perfil del sitio: modelo de negocio, posicionamiento, públicos objetivo, oferta, objetivos y mercados. Usted confirma con **Es correcto** o corrige con **Quiero cambiarlo**.
Entrevista breve	De cinco a diez preguntas, una tras otra. Para cada una, la suite muestra lo que ya supone; usted confirma o corrige. Cada pregunta se puede omitir.
Search Console	La conexión con Google (capítulo 6). Después, la suite obtiene el historial de los últimos 16 meses.
Elegir palabras clave	La suite reúne las búsquedas por las que se encuentra su sitio web, las valora y propone palabras clave para seguir.
Listo	A partir de ahora, la suite trabaja en segundo plano. La vista general está en **Hoy**.



El paso **Entender el sitio web**: la IA ha elaborado un perfil a partir de títulos y extractos. Usted lo confirma con **Es correcto** o lo corrige.

> El perfil del sitio determina qué páginas y búsquedas se consideran importantes. Merece la pena revisar el borrador con atención. Puede cambiarlo en cualquier momento en **AI SEO Suite** › **Perfil del sitio**.

5. Proveedores de IA

Los ajustes de IA están en Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Proveedor de IA**.

Modo de funcionamiento

Económico	Modelos pequeños y rápidos. Los análisis son más superficiales.
Equilibrado	Modelos potentes para los análisis, económicos para las tareas masivas. La opción predeterminada.
Máxima calidad	Siempre los modelos más potentes disponibles, con un coste mayor.
Solo local	Exclusivamente Ollama en su servidor. Ninguna petición de IA sale de casa; los análisis resultan más sencillos.

Proveedores y claves

Introduzca la clave API del proveedor deseado, elija **Cargar modelos** y después **Comprobar conexión**. La clave se guarda cifrada. En **Privacidad y datos**, con **Compartir credenciales** la suite puede usar también las claves de otros plugins de Schall.

Modelo por tarea y presupuesto

Si lo desea, puede fijar un modelo para cada tarea; si no, decide el modo de funcionamiento. El **Presupuesto diario** limita, en caracteres, cuánto se envía cada día a la IA. Cuando se agota, el trabajo de la IA se detiene hasta el día siguiente; todos los demás análisis siguen funcionando.

IA en su propio ordenador

Con el Schall AI Local Connector, la suite también podrá utilizar Ollama en su propio Mac o PC con Windows – con cifrado de extremo a extremo y sin abrir puertos. El Connector llegará más adelante; en cuanto esté disponible para descargar, una actualización de la suite indicará su dirección en Ajustes › Schall AI › IA local. Será necesaria una licencia activa.

> Los modelos más grandes ofrecen mejores perfiles y respuestas. Los modelos locales pequeños responden notablemente peor a las preguntas sobre sus datos.

6. Conectar Google Search Console

Search Console es la fuente de datos más importante: es la única que proporciona datos de búsqueda reales – búsquedas, impresiones, clics y posiciones. La conexión está en **AI SEO Suite** › **Conexiones**. Hay dos opciones; la suite solo lee y no escribe nada en Search Console.

Opción 1: inicio de sesión con Google

1. Cree un proyecto en Google Cloud Console o elija uno existente.
2. En «API y servicios», active la «Google Search Console API».
3. Configure la pantalla de consentimiento de OAuth (en consolas recientes «Google Auth Platform»): con Google Workspace elija el tipo de usuario «Interno»; si no, «Externo», y después publique la aplicación (estado «En producción»).
4. En «Credenciales», cree un ID de cliente de OAuth del tipo «Aplicación web» e introduzca como dirección de redirección la que la suite muestra en **Conexiones**.
5. Guarde el ID de cliente y el secreto del cliente en la suite (**Guardar credenciales de aplicación**) y elija **Iniciar sesión con Google** – con la cuenta que tiene acceso al sitio web en Search Console.
6. Elija la propiedad de su sitio web y pulse **Usar propiedad**.

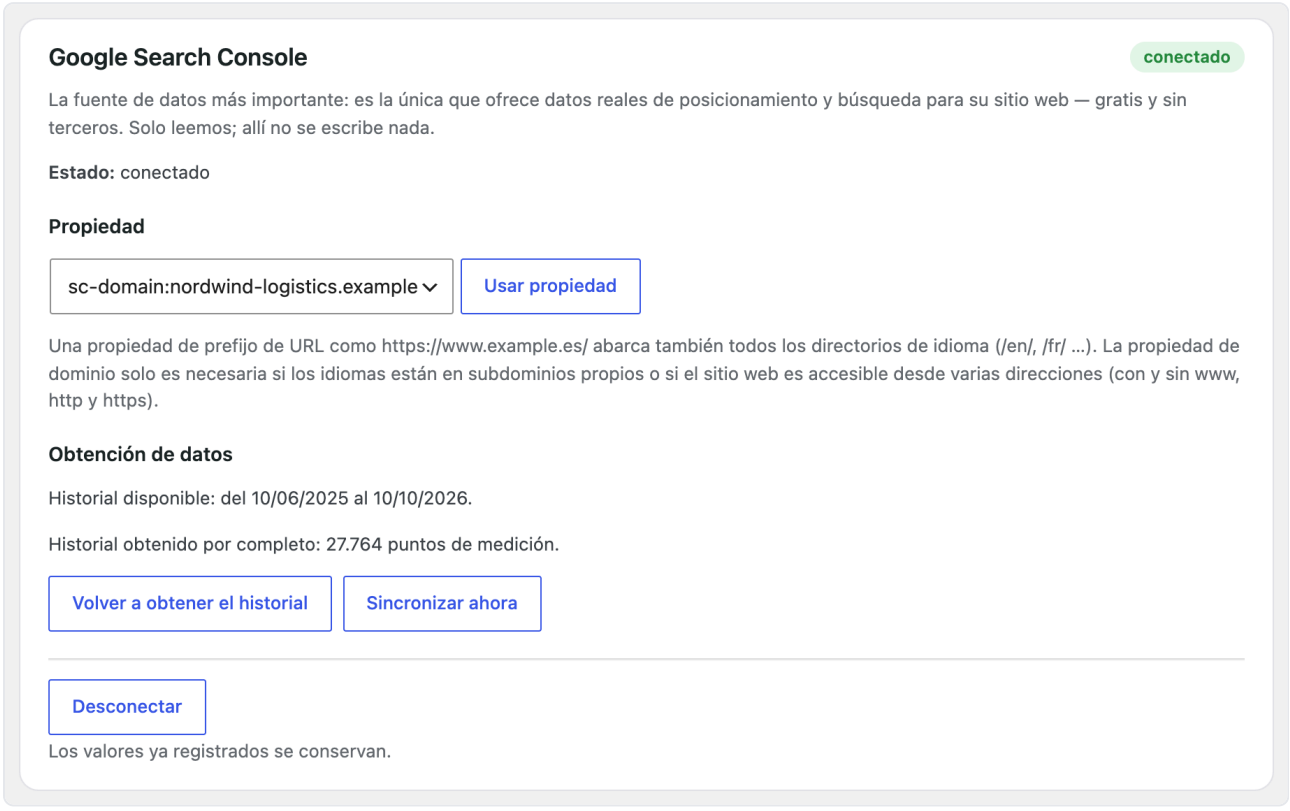
> Con una aplicación en estado «Prueba», el inicio de sesión caduca a los siete días. Por eso, publique la aplicación. El aviso «Google no ha verificado esta aplicación» al iniciar sesión es normal en una aplicación propia: continúe a través de «Configuración avanzada».

Opción 2: cuenta de servicio

1. En Google Cloud Console, active la «Google Search Console API» (como arriba).
2. En «IAM y administración» › «Cuentas de servicio», cree una cuenta de servicio y una clave en formato JSON.
3. Pegue el contenido del archivo JSON en la suite y elija **Guardar cuenta de servicio**.
4. En Search Console, en «Configuración» › «Usuarios y permisos», añada como usuario la dirección de la cuenta de servicio que se muestra.
5. Elija la propiedad y pulse **Usar propiedad**.

Después de la conexión

La suite obtiene una sola vez el historial de los últimos 16 meses y después, cada día, los días nuevos. Google entrega los datos con un retraso de dos a tres días. Lo que Google elimina pasados 16 meses se pierde – cuanto antes esté la conexión, más historial se conserva.



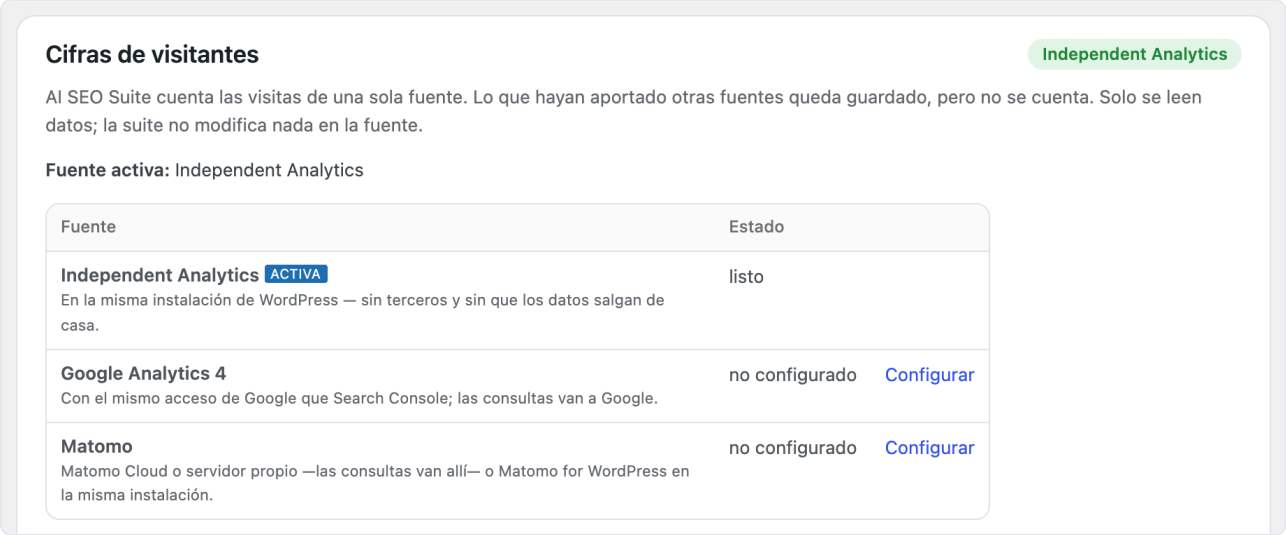
Conexiones tras la primera importación: la propiedad elegida y el historial obtenido por completo.

7. Cifras de visitantes y otras fuentes de datos

La suite cuenta las visitas de una sola fuente de visitas. Cuál es y en qué estado están las demás se muestra en **AI SEO Suite** › **Conexiones**, en la sección **Cifras de visitantes**. Allí la suite solo lee; no modifica nada en la fuente.

Independent Analytics	Un plugin en la misma instalación de WordPress, sin terceros. No hay nada que configurar: en cuanto registra visitas, la suite las recoge. Los objetivos cumplidos solo los aporta la versión Pro.
Google Analytics 4	Con el mismo acceso de Google que Search Console. Los objetivos cumplidos son los eventos clave, contados por página de entrada.
Matomo	Matomo Cloud, un servidor Matomo propio o el plugin Matomo for WordPress en la misma instalación. Los objetivos cumplidos son los objetivos de Matomo, contados por página de entrada.

Lo que haya aportado otra fuente queda guardado, pero no se cuenta. Así las visitas nunca se duplican, aunque dos fuentes conozcan los mismos días. Mientras no elija otra cosa, cuenta Independent Analytics en cuanto registra visitas. A partir de la procedencia de las visitas, **Páginas** › **Visitantes de IA** muestra cuántas vinieron de ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot o Claude.



Cifras de visitantes en **Conexiones**: cuenta Independent Analytics; Google Analytics 4 y Matomo se añaden con **Configurar**.

Configurar Google Analytics 4

Se requiere la conexión con Search Console (capítulo 6). En **Cifras de visitantes**, elija **Configurar** junto a Google Analytics 4; la suite muestra tres pasos:

1. Conceder el acceso. Con cuenta de servicio: en Google Analytics, añadir su dirección en Administrar › Gestión del acceso a la propiedad con el rol «Lector» y elegir **Configurar Google Analytics**. Con inicio de sesión con Google: elegir **Iniciar sesión con Google y permitir Google Analytics**; la

cuenta también necesita el rol «Lector» en la propiedad.

2. En Google Cloud Console, habilitar la «Google Analytics Data API» y, para la lista de propiedades, también la «Google Analytics Admin API». Sin ella, el ID de propiedad se introduce a mano.
3. Elegir la propiedad, decidir qué eventos clave cuentan como objetivos cumplidos y elegir **Guardar y comprobar**.

> El ID de propiedad es un número; se encuentra en Google Analytics en Administrar › Detalles de la propiedad – no es el ID de medición que empieza por «G-». Con un banner de cookies, Google Analytics suele contar solo las visitas con consentimiento; por eso sus cifras suelen ser inferiores a las de un recuento sin cookies.

Configurar Matomo

En **Cifras de visitantes**, elija **Configurar** junto a Matomo y determine la vía de acceso:

Matomo for WordPress en esta instalación	La suite lee directamente los informes del plugin – sin credenciales, y ningún dato sale del servidor. Esta opción solo aparece si el plugin está activo.
Matomo Cloud o servidor Matomo propio	La dirección en la que Matomo está disponible en el navegador, el ID del sitio web (en Matomo, en Administración › Sitios web › Gestionar) y un token (en Administración › Personal › Seguridad). Lo ideal es que el token pertenezca a un usuario propio que solo pueda ver este sitio web.

Después, **Guardar y comprobar**. Tras la primera comprobación puede elegir qué objetivos cuentan; por defecto, **Todos los objetivos del sitio web**. Se cuenta por página de entrada, como en Matomo en Objetivos › Páginas de entrada.

> El token se guarda cifrado y no se vuelve a mostrar nunca; un campo vacío conserva el guardado. Matomo solo entrega lo que ya ha archivado. Si el archivado desde el navegador está desactivado – lo habitual con Matomo for WordPress –, los días nuevos solo aparecen después de que se ejecute el programador de Matomo.

Comprobar, comparar, cambiar

Guardar y comprobar prueba el acceso paso a paso. Si falla un paso, la suite indica la solución – por ejemplo el rol que falta, la API deshabilitada con un enlace o un token rechazado. Si la comprobación tiene éxito, una vista previa muestra las visitas de los últimos 28 días junto a las de la fuente activa, además de **De ellas, asignadas a una página** y las páginas de entrada más frecuentes. Si esa proporción queda claramente por debajo del 90 %, las direcciones de la fuente no coinciden con sus páginas.

Solo entonces aparece **Cambiar a Google Analytics 4** o **Cambiar a Matomo**. Tras el cambio, la suite importa en segundo plano el historial de la nueva fuente, recalcula las oportunidades y los mercados lingüísticos y anota el cambio en la **Cronología**. Durante diez minutos, **Deshacer** lo revierte; más tarde, **Usar como fuente** devuelve a la fuente anterior.

> Cada herramienta cuenta de forma distinta – con o sin consentimiento, con sus propias reglas para bots y sesiones. Por eso, tras un cambio las cifras de visitas casi siempre varían. Compare antes en la vista previa.

Eliminar los datos de una fuente

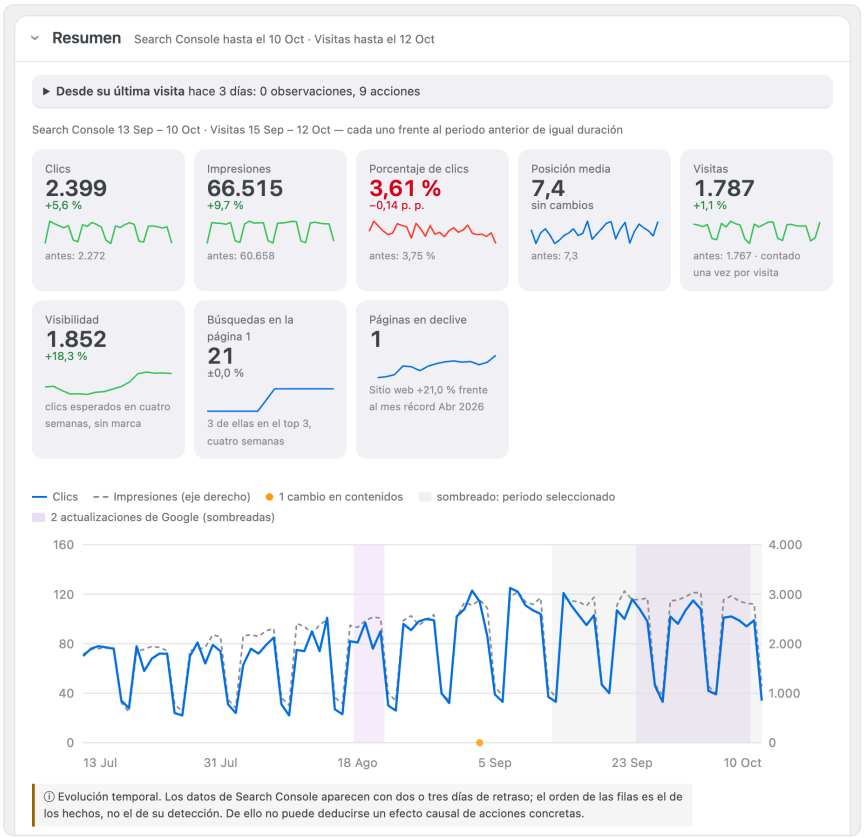
Lo que ha aportado una fuente que en este momento no cuenta se elimina de la suite con **Eliminar los datos de esta fuente**. En la propia fuente se conserva todo, al igual que sus ajustes; un cambio posterior vuelve a obtener el historial. Los datos de la fuente activa no se pueden eliminar.

Otras fuentes de datos

TranslatePress	La suite detecta los idiomas por sí misma y analiza cada versión lingüística como un mercado propio (**Mercados lingüísticos**). WPML y Polylang no son compatibles. Las visitas de Independent Analytics valen para todos los idiomas de una entrada, porque solo guarda una dirección por entrada.
Investigación	Con una clave de Serper.dev en Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Investigación**, el asistente puede incluir resultados de búsqueda y páginas públicas de terceros. Si lo desea, la suite muestra además una vez por semana quién está por delante de usted en sus palabras clave (Palabras clave › Competidores).
Schall Internal Links AI	Si el plugin está instalado, la suite puede solicitar sugerencias de enlaces internos para una página.
Schall AI Banner Studio	Si el plugin está instalado, **Crear un banner en Banner Studio** abre desde el dosier de página un banner nuevo con esta página como destino. Las versiones recientes de Banner Studio ya rellenan los textos, el tema y el idioma a partir de la página, desde la 0.18.0 también las categorías, las etiquetas y las búsquedas más fuertes, y crean enseguida tres borradores con IA. Solo se guarda allí.
Aplicaciones propias	En **Conexiones**, con **Crear clave** se crea una clave REST para la **Interfaz para SchallOS**.

8. En el día a día

Las vistas de trabajo están en el menú **AI SEO Suite**:



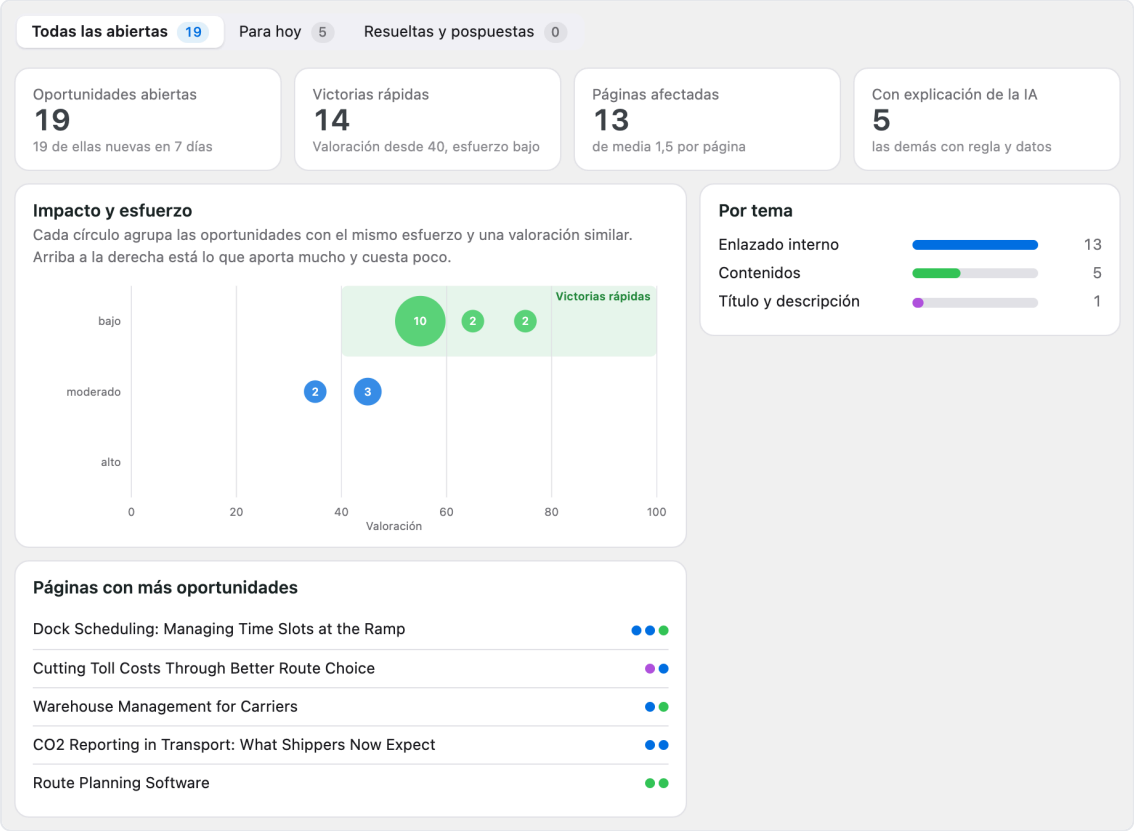
Hoy: las cifras clave del periodo elegido frente al periodo anterior, con la evolución debajo. El punto en el eje temporal señala un cambio de contenido.

Hoy	La vista general en tarjetas: métricas, gráficos y listas sobre clics, impresiones, visitas, visibilidad, oportunidades y acciones. Arriba a la derecha elige el periodo, de 7 días a 16 meses. Con **Personalizar** activa o desactiva tarjetas, las ordena y decide si se compara con el periodo anterior o con el año anterior; **Restablecer valores predeterminados** recupera la configuración original.
Oportunidades	Posibilidades encontradas con reglas fijas, cada una con sus pruebas, a menudo con una ganancia posible de clics, y una explicación de la IA. **Todas las abiertas** las muestra como lista con un panorama, filtros y búsqueda; **Para hoy**, las cinco elegidas para hoy; **Resueltas y pospuestas**, el resto. Con **Resuelta** o **Posponer** deja constancia de lo que hace con ellas, también con muchas a la vez mediante las casillas y **Seleccionar todo**; **Reabrir** recupera una. Debajo de la lista puede guardarla como archivo CSV con los mismos filtros.

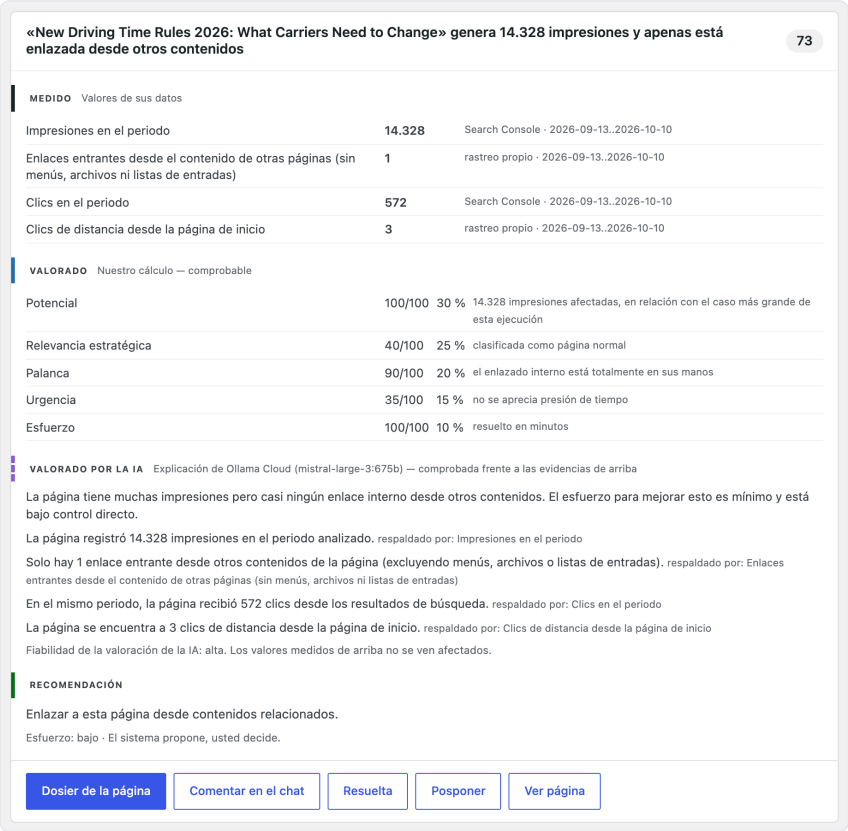
Páginas	Todas las páginas rastreadas con sus métricas y la evolución de las últimas 16 semanas; **pierde desde hace 3 meses** marca tres meses seguidos de descenso. Un clic abre el **Dosier de página** con 16 meses de evolución y el año anterior, búsquedas, versiones lingüísticas y enlaces.
Observar	Una pestaña en **Páginas**, solo con Content Radar: sus propias páginas cuyo tema merece la pena observar, cada una con su importancia y los motivos medidos. **Entregar para observación** crea un borrador en Content Radar; no se busca nada hasta que usted lo apruebe allí. Las sugerencias abiertas más importantes aparecen también en **Hoy**; **No mostrar más aquí** oculta una de ellas.
Palabras clave	Todas las búsquedas semana a semana —grupos de posición, visibilidad, porcentaje de clics por posición, marca, canibalización, competidores, ganadores y perdedores—, además de términos seguidos y candidatos. En **Todas las búsquedas** elige el idioma directamente junto a la lista.
Enlaces	El enlazado interno: enlaces editoriales y estructurales, páginas sin enlaces desde contenidos y la profundidad de clics; además, las pestañas **Vídeos** con todos los vídeos insertados y **Enlaces rotos** con los enlaces defectuosos.
Mercados lingüísticos	La comparación de las versiones lingüísticas, con la cuota de cada mercado en todos los clics por mes. Solo en sitios multilingües.
Cronología	La línea temporal de mediciones y acciones con la curva de clics; en cada acción, los clics de los 28 días anteriores y posteriores. Sus propias acciones las registra como nota.
Informes	Informe mensual con resumen de la IA, en PDF o por correo electrónico.
Perfil del sitio	El perfil de su sitio web y la entrevista.
Estado	El estado técnico: base de datos, cola, proveedor de IA y fuentes de datos.

En el **Cockpit**, en Ajustes › Schall AI, la suite muestra sus oportunidades abiertas y los defectos de enlaces confirmados. En **Requiere su atención** avisa de una caída en la búsqueda de Google, una configuración incompleta, enlaces rotos, oportunidades recomendadas con poco esfuerzo y un inicio de

sesión de Google caducado; un clic lleva a la página correspondiente. En **Ahora en curso** aparecen sus tareas en curso y en espera con el motivo de la espera; las ejecuciones de varios pasos, como la importación del historial de Search Console, aparecen como una sola tarea con su progreso.



Oportunidades con la pestaña **Todas las abiertas**: el panorama sobre la lista – oportunidades abiertas, ganancias rápidas, páginas afectadas, impacto y esfuerzo, temas y las páginas con más oportunidades. Un clic en cualquier parte filtra la lista de abajo.



Una oportunidad en **Oportunidades**: los valores medidos con su fuente, la valoración trazable, la explicación de la IA y la recomendación.

> La suite no señala causas. Si los clics bajan mientras, al mismo tiempo, se cambió un título, ambos hechos aparecen uno junto a otro en la cronología – si uno provocó el otro, lo decide usted.

Competidores

Con una clave de Serper.dev (capítulo 7), la suite consulta una vez por semana, para cada palabra clave seguida, quién está por delante de usted en Google – desde una ubicación en el país del idioma y sin iniciar sesión. Se activa en Palabras clave › Competidores con **Activar**. Las consultas se reparten entre las ejecuciones diarias de la semana, con un límite diario y espacio para otros plugins de Schall en la cuota compartida; una consulta cuesta unos 0,1 céntimos de dólar en Serper.dev, y el coste de la semana aparece en el panel de estado. **Quién está por delante de usted** muestra los dominios con su cuota del top 10 y el cambio respecto a la semana anterior. Si un dominio es suyo, por ejemplo una segunda web, **Excluir** lo retira – también con efecto retroactivo; todos figuran en **Dominios excluidos**.

Ordenar listas y favoritos

Un clic en el título de una columna ordena cualquier lista; un segundo clic invierte el orden y una flecha indica la dirección. Las filas sin valor quedan abajo en ambas direcciones, y las listas con varias páginas se ordenan en todas las páginas. En Palabras clave › **Seguidas**, la estrella ☆ de una fila marca una palabra clave como favorita: una pequeña ventana muestra las categorías como emojis, con la propuesta en borde discontinuo – **Marca**; en el top 3, **Defender**; en las posiciones 4 a 15, **Trampolín**;

si no, según la intención, **Negocio**, **Guía** u **Otros**. La barra sobre la tabla muestra solo **Favoritos** o una categoría; debajo de la tabla, con **Editar las categorías de favoritos** cambia emoji y nombre y añade las suyas. Los favoritos valen para todos los usuarios del sitio.

Vídeos

En Enlaces › **Vídeos**, la suite muestra todos los vídeos insertados de su sitio: YouTube con Shorts, directos y listas de reproducción, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF y 3sat, sus propios archivos de vídeo, otros reproductores en un iFrame e inserciones mediante WP YouTube Lyte. Cada vídeo aparece una sola vez en la lista, aunque esté en varias entradas; **Usado** cuenta sus lugares de uso. Active el módulo en Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Vídeos** con **Registrar vídeos**; la suite lee entonces una vez en segundo plano todas las entradas y páginas publicadas y, después, cada entrada que se guarda.

La suite obtiene el título de un vídeo, junto con el canal, de YouTube y Vimeo; si no, lo toma de la línea de créditos que hay debajo, por ejemplo «Título | Programa | Canal», o del pie de un bloque de inserción; el dato de la entrada se conserva aunque el vídeo desaparezca algún día. Un clic en el título muestra cada lugar de uso con el encabezado anterior y el texto alrededor del vídeo. **Dejar así** marca los vídeos que deben quedarse como están; **Descargar como CSV** guarda la lista filtrada. La suite no modifica ninguna entrada.

La columna **Vista previa** muestra la miniatura oficial de YouTube o Vimeo. La suite la obtiene en segundo plano, la guarda en dos tamaños en la carpeta de subidas y la actualiza cada semana; sus visitantes no cargan nada de ello desde YouTube. Debajo se indica el origen: «oficial», «fotograma» o «sin imagen». En la vista de detalle, **Ver en directo** muestra el reproductor real solo al hacer clic; así verá si el vídeo se reproduce hoy. **Actualizar la vista previa** vuelve a obtener la imagen y el título al instante. Para sus propios archivos de vídeo, **Crear fotograma** crea una miniatura a partir del vídeo. Si no desea ninguna solicitud a YouTube y Vimeo, vaya a Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Vídeos** y desmarque **Obtener títulos y miniaturas de YouTube y Vimeo**.

La suite comprueba en segundo plano si un vídeo aún se reproduce, a un intervalo fijo, por defecto cada semana: consulta YouTube y Vimeo mediante oEmbed y busca sus propios archivos de vídeo en la carpeta de subidas. La columna **Estado** muestra «disponible», «problemático» (el vídeo no se reproduce para todos, por ejemplo porque no se permite la inserción), «desaparecido» (eliminado, privado o retirado) o «aún no está claro». La suite solo acepta un resultado negativo cuando una segunda comprobación, como pronto 20 horas después, da lo mismo; hasta entonces la lista indica «Confirmación en curso». La vista de detalle indica el motivo, las últimas comprobaciones y cada cambio; **Volver a comprobar** consulta al instante. Si ha reproducido el vídeo con **Ver en directo**, deje constancia de lo que ha visto con **Se reproduce** o **No se reproduce**. La pestaña **Registro de comprobaciones** muestra cuántas comprobaciones se han hecho hoy y los últimos cambios de todos los vídeos; **Comprobar ahora los pendientes** inicia la siguiente ronda de inmediato. La cronología avisa de los vídeos desaparecidos y restringidos en «Desde su última visita», y en Enlaces › **Enlaces rotos** figuran en la sección **Vídeos rotos**.

En Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Vídeos** activa o desactiva la comprobación con **Comprobar los vídeos con regularidad** y elige el **Intervalo de comprobación** y las **Comprobaciones al día**. Si el presupuesto diario no basta para comprobar todos los vídeos en el intervalo elegido, esta página y la

página de estado indican el presupuesto necesario; las confirmaciones pendientes de vídeos desaparecidos siempre van primero. Sin clave, la suite no puede distinguir en YouTube si un vídeo es privado o si se ha prohibido la inserción. Con una clave gratuita de Google Cloud Console (activar YouTube Data API v3, crear una clave de API y limitarla a esta API) indica el motivo exacto y comprueba 50 vídeos con una sola consulta. Introdúzcala en **Clave de la YouTube Data API**; se guarda cifrada y no vuelve a mostrarse. No sale ningún dato de sus visitantes.

Vista previa en el sitio

En Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Vídeos** › **Vista previa en el sitio**, la suite sustituye los reproductores de YouTube y Vimeo de sus entradas por su miniatura con un botón de reproducción, igual que WP YouTube Lyte. La imagen procede de la carpeta de subidas de su sitio; solo un clic carga el reproductor, YouTube a través de youtube-nocookie.com. Antes no se establece ninguna conexión con YouTube, Google ni Vimeo. Se reconocen los iframes normales, las direcciones solas en una línea, los bloques de incrustación y las notaciones de Lyte, es decir, las líneas `httpv://` y el shortcode `[lyte]`. Un vídeo desaparecido muestra **Este vídeo ya no está disponible.** y un vídeo que no se puede incrustar se convierte en un enlace al proveedor. En el feed aparece la imagen con un enlace a la entrada; los extractos omiten el vídeo.

De fábrica, la vista previa está desactivada. En el modo de prueba solo la ven los administradores con sesión iniciada; todos los demás visitantes ven los vídeos como hasta ahora, así puede comparar en entradas reales. Si WP YouTube Lyte está activo, la suite asume su trabajo en cada visita con su vista previa; Lyte y sus ajustes no se tocan. Si los vídeos se ven bien, active la vista previa para todos, vacíe la caché de páginas y después desactive Lyte. En **Aviso bajo el vídeo** figura un breve aviso de privacidad; si en WordPress hay una política de privacidad definida, le sigue un enlace a ella. Para adoptar su texto anterior de Lyte, use **Adoptar el aviso de WP YouTube Lyte y guardar**.

Convertir las inserciones de Lyte

WP YouTube Lyte guarda los vídeos como línea `httpv://` o como shortcode `[lyte]`. La vista previa de la suite entiende ambos incluso sin Lyte, pero si algún día también se eliminara la suite, en la entrada solo quedaría texto. Si hay posiciones así, aparece la pestaña **Convertir Lyte** en Enlaces › **Vídeos**. La **Simulación** muestra cada posición de cada entrada, antes → después: en el editor de bloques, un bloque de párrafo, de shortcode o HTML que solo contiene la línea de Lyte pasa a ser un bloque de inserción; en el editor clásico, la línea pasa a ser la dirección de YouTube en una línea propia; se conservan el inicio y la lista de reproducción. Las posiciones en mitad del texto y las inserciones solo de sonido (`httpa://`) se quedan como están. Solo **Convertir las entradas elegidas** cambia las entradas elegidas —en segundo plano y antes con una revisión de cada una—, y la cronología anota «Inserciones de Lyte convertidas». Para los visitantes no cambia nada.

Mediatecas

La suite comprueba los vídeos de ARTE, de la ARD Mediathek, de la ZDF y de 3sat con la información de las cadenas: si un vídeo se puede ver e incrustar, si solo se emite por la noche o requiere iniciar sesión, y hasta cuándo sigue disponible. La lista muestra «hasta …», la vista de detalle **Disponible hasta** y las **Condiciones** de las cadenas: incrustar solo con fines no comerciales y solo con su código sin cambios. Catorce días antes de que caduque, el historial avisa del vídeo para que pueda buscar un

sustituto a tiempo. La suite también obtiene el título y la miniatura de la cadena; la vista previa en el sitio también cubre sus reproductores, y el clic carga el reproductor sin cambios de la cadena, que después inicia una vez más. En Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Vídeos** › **Mediatecas (beta)** activa cada cadena por separado. Las interfaces de las cadenas no están documentadas: si una responde tres veces seguidas en un formato desconocido, su comprobación se pausa hasta la próxima actualización.

Sustitutos para vídeos desaparecidos

Si un vídeo ha desaparecido o está restringido, su vista detallada muestra la sección **Sustituto**. **Buscar sustituto** hace que la IA determine primero qué función cumple el vídeo en el artículo – por ejemplo entrevista, discurso o tutorial – y qué debe conservar un sustituto. Después, la búsqueda web de la investigación (Serper.dev) busca en YouTube, ARTE, la ARD y la ZDF, la suite comprueba cada resultado como un vídeo insertado y la IA valora si puede asumir esa función. Los cinco mejores aparecen como sugerencias: con miniatura, canal, fecha, duración, idioma, una puntuación de 100 en cinco partes y la justificación. Las advertencias indican lo que debería comprobar antes de usarlo, por ejemplo un canal distinto del original o una fecha de caducidad en la mediateca. Una búsqueda necesita hasta tres búsquedas web y dos consultas de IA; nunca se ejecuta sola, y en la versión Light una vez al día. Puede elegir varios vídeos a la vez en la lista; la pestaña **Sugerencias de sustitutos** muestra todas las sugerencias abiertas.

Usar … muestra para cada entrada y cada posición lo que cambia; usted elige las posiciones y si también se ajusta la línea de créditos bajo el vídeo. Solo **Sustituir ahora** cambia la entrada: solo se cambia la inserción y su forma se mantiene – un iframe sigue siendo un iframe, una línea de Lyte una línea de Lyte. Antes, la suite guarda el estado anterior como revisión y la cronología registra «Vídeo sustituido». Si las revisiones no están activadas para el tipo de entrada o la entrada ha cambiado desde el registro, la suite no cambia nada. **Rechazar** quita una sugerencia de la lista; una nueva búsqueda no volverá a proponerla.

Los vídeos en toda la suite

En «Hoy» puede mostrar el mosaico **Vídeos**: los vídeos desaparecidos y restringidos como cifra y, debajo, los que llevan mucho tiempo sin comprobar y los que tienen sugerencias de sustitutos; un clic lleva al inventario. En «Oportunidades», las páginas con un vídeo que ya no se reproduce aparecen como «Sustituir vídeo» y las páginas con errores en el VideoObject como «Corregir VideoObject», ambas bajo el tema **Vídeos**. El informe mensual tiene la sección **Mantenimiento** con los vídeos desaparecidos en el mes, los vídeos de mediateca que caducan en los próximos 30 días y los enlaces rotos nuevos. Con **Aviso inmediato de mantenimiento por correo** en «Informes» llega un correo en cuanto un vídeo desaparece de forma confirmada o cinco enlaces se rompen de nuevo; como máximo uno al día.

En su sección **Vídeos**, el dosier de página muestra cada vídeo de la página con su estado y, debajo, cómo ve Google el vídeo: una vez por semana la suite lee la página tal como la obtiene un buscador y comprueba el VideoObject: campos obligatorios, dirección del reproductor, miniatura, caducidad y si describe un vídeo desaparecido. Si el vídeo complementa un texto más largo, indica que Google no muestra aquí ningún resultado de vídeo y que es normal. **Comprobar VideoObject ahora** repite la comprobación de inmediato. La lista de páginas tiene la columna **Avisos de vídeo**. En el escritorio de

WordPress, un widget muestra los clics del periodo que eligió por última vez en «Hoy», los avisos —o **Todo en orden**— y las tres **Oportunidades más importantes**; solo lee datos precalculados y no hace ninguna solicitud externa. En el chat, la suite responde a preguntas como «¿Qué vídeos han desaparecido?».

Enlaces rotos

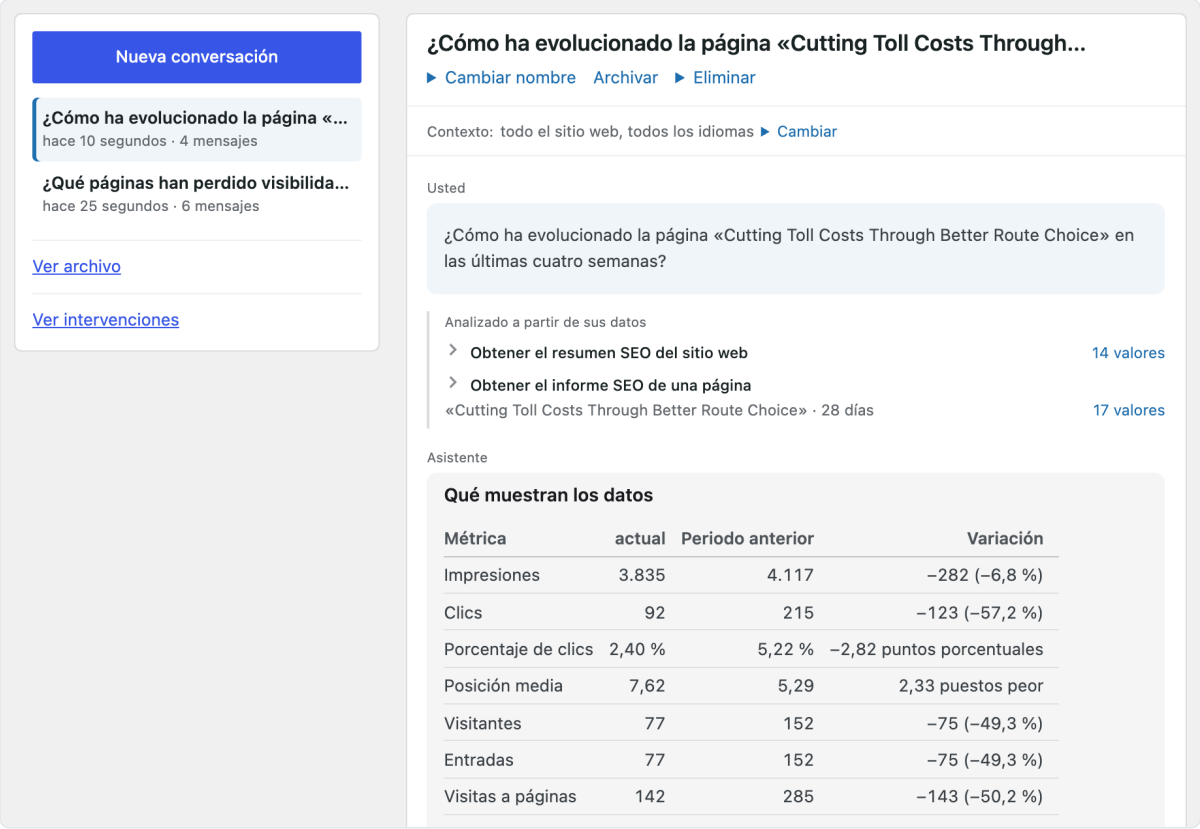
En Enlaces › **Enlaces rotos**, la suite comprueba por sí sola si las direcciones enlazadas siguen siendo accesibles: los enlaces sanos cada 30 días, los rotos y dudosos cada 3 días, los nuevos en la hora siguiente a guardar. Cada dirección aparece una sola vez, aunque figure en muchas entradas y versiones de idioma. **Rotos** significa confirmado: una página que no existe solo cuenta cuando una segunda comprobación, como pronto 24 horas después, da lo mismo; un servidor sin respuesta, solo tras tres días. Si un servidor no permite consultas automáticas, la dirección aparece en **Rechazados o dudosos**: ábrala usted mismo y márquela como **No está roto** si funciona. Las **Redirecciones** funcionan, pero el destino se ha movido; la nueva dirección aparece debajo.

Encontrado en muestra todas las entradas con el enlace. **Ver página** y **Abrir en el editor** abren una pestaña nueva. **Quitar el enlace** muestra primero los lugares con el texto anterior y posterior y, tras la confirmación, quita solo el enlace: el texto se mantiene; WordPress guarda el estado anterior como revisión. **Cambiar el enlace** muestra los mismos lugares y, tras la confirmación, pone una nueva dirección de destino; si el enlace redirige, su destino ya aparece en el campo. Ambas funciones sirven también en bloques de HTML personalizado, el cambio además en bloques de botón e imagen. Solo donde un bloque guarda la dirección en sus propios ajustes, por ejemplo una incrustación, cámbiela en el editor. En Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Comprobación de enlaces** ajusta los intervalos, desactiva la comprobación automática o introduce en **No comprobar nunca** los dominios que no deben consultarse nunca.

9. Chat y preguntas

En **AI SEO Suite** › **Chat** habla con el asistente sobre su sitio web. El asistente consulta los análisis de la suite y en cada respuesta indica en qué se basa: en sus datos, en conocimiento especializado o en ambos.

- **Desde cualquier vista:** El botón **Comentar en el chat** en Hoy, en las oportunidades, en el dosier de página y en los enlaces prepara una pregunta adecuada. Solo se envía cuando usted la envía.
- **Con la voz:** El micrófono del campo de entrada utiliza el reconocimiento de voz de su navegador.
- **Proponer, no actuar:** Si pide al asistente un cambio – por ejemplo, seguir una palabra clave –, este lo propone. Solo se ejecuta con **Ejecutar**; con **Descartar** todo queda como está. **Ver intervenciones** muestra todas las intervenciones.
- **Ordenar las conversaciones:** Las conversaciones se pueden renombrar, archivar y eliminar. Pertenecen a la cuenta de usuario que las mantuvo.



Una pregunta en el **Chat**: el asistente consulta el informe de la página y responde a partir de esos valores, como indica la nota «a partir de sus datos».

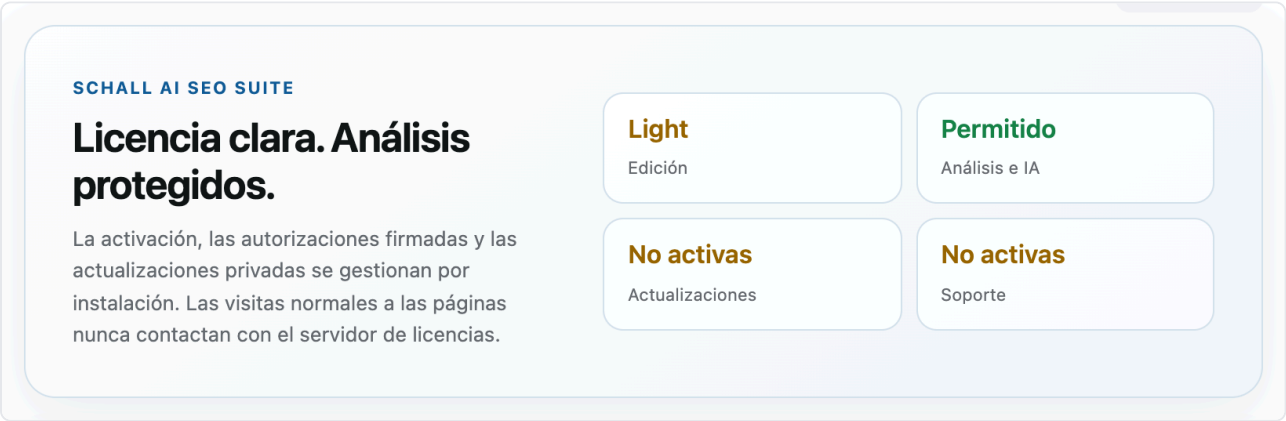
En **AI SEO Suite** › **Chat** › **Preguntas** hay ocho preguntas preparadas con un desarrollo fijo, por ejemplo qué páginas pierden visibilidad o por qué búsquedas se le encuentra. También puede plantear allí sus propias preguntas.

10. Light, licencia y actualizaciones

Sin licencia activa, la suite funciona como versión Light: lo muestra todo, pero limita el trabajo diario y lo que se acumula a lo largo de las semanas.

Área	Light	Con licencia
Visión general, análisis de páginas, sincronización	completos	completos
Preguntas al asistente	5 al día	ilimitado
Explicaciones de oportunidades	3 al día	todas
Palabras clave seguidas	10	200
Mercados lingüísticos	1	todos
Cronología	últimos 14 días visibles	completa
Vídeos comprobados	10	todos
Vídeos con vista previa en el sitio	10	todos
Enlaces comprobados	200	todos
Búsqueda de sustitutos para vídeos	1 al día	ilimitado

También en la versión Light se registra todo; tras la activación, toda la cronología está disponible con carácter retroactivo. No se elimina nada. Donde la versión Light marca un límite, **Comprar licencia** lleva a la página del producto. Al lado, **Introducir clave** lleva directamente al campo de la clave de licencia.



Parte superior de la página de licencia en la versión Light: análisis e IA permitidos, actualizaciones y soporte no activos.

Actualizaciones

Con una licencia activa, las actualizaciones aparecen como siempre en Escritorio › Actualizaciones. Cada paquete está firmado y se comprueba antes de la instalación. Las actualizaciones automáticas están desactivadas para la suite – usted decide cuándo se instala una actualización.

Al finalizar el periodo de vigencia

Cuando termina una licencia anual, la última versión a la que tenía derecho sigue funcionando sin los límites de la versión Light; terminan las nuevas actualizaciones y el soporte. Una licencia de por vida recibe actualizaciones de forma permanente y doce meses de soporte desde la compra. Si se reembolsa una compra, la suite vuelve a funcionar como versión Light; los datos recopilados se conservan.

Trasladar una licencia

Con **Desactivar la licencia en este sitio web** libera la plaza y después activa la licencia en el nuevo sitio web. **Comprobar licencia ahora** contrasta el estado de inmediato con el servicio de licencias; si no, esto ocurre una vez al día en segundo plano. En el área de cliente de Schall ve todos los sitios web que ocupan una plaza y también puede liberar una allí, por ejemplo si el sitio web antiguo ya no funciona. Allí están también la clave de licencia, la descarga y las facturas; en la suite, **Abrir área de cliente** lleva hasta allí.

11. Privacidad y desinstalación

La suite no recopila datos sobre los visitantes ni instala cookies. Al proveedor de IA elegido se envían títulos de página, resúmenes, métricas y búsquedas, además de las preguntas al asistente y las respuestas de la entrevista – ningún contenido completo de las páginas ni datos de visitantes. Si Google Analytics 4 o un servidor Matomo propio es la fuente de visitas, el sitio obtiene allí las cifras de visitas, agregadas por página y día; con Matomo for WordPress no sale nada del servidor. La relación completa figura en Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Privacidad y datos**. Solo envía correos si activa el informe mensual o la alarma de caída en **Informes**.

- **Política de privacidad:** La suite añade una propuesta para su política de privacidad a la Guía para la política de privacidad de WordPress (Ajustes › Privacidad).
- **Acceso y supresión:** Las herramientas de WordPress exportan o borran las conversaciones, las respuestas de la entrevista y las notas de cada usuario (Herramientas › Exportar los datos personales o Borrar los datos personales).
- **Manual:** En Ajustes › Schall AI › **SEO Suite** › **Documentación** muestra este manual en PDF, en once idiomas. Su servidor web lo carga desde schall-ai.de como máximo una vez al día y guarda una copia en la carpeta de subidas, sin la dirección del sitio ni datos personales. La desinstalación elimina siempre las copias.
- **Desinstalación:** De forma predeterminada se conservan todos los datos recopilados, porque los datos de búsqueda con más de 16 meses no se pueden volver a obtener. La desinstalación siempre elimina las credenciales – la conexión con Google, el token de Matomo, las claves de los proveedores de IA y las claves REST. Con **Eliminar de forma irrevocable todos los datos recopilados** en **Privacidad y datos** se elimina todo y se da de baja una licencia activa.

12. Ayuda en caso de problemas

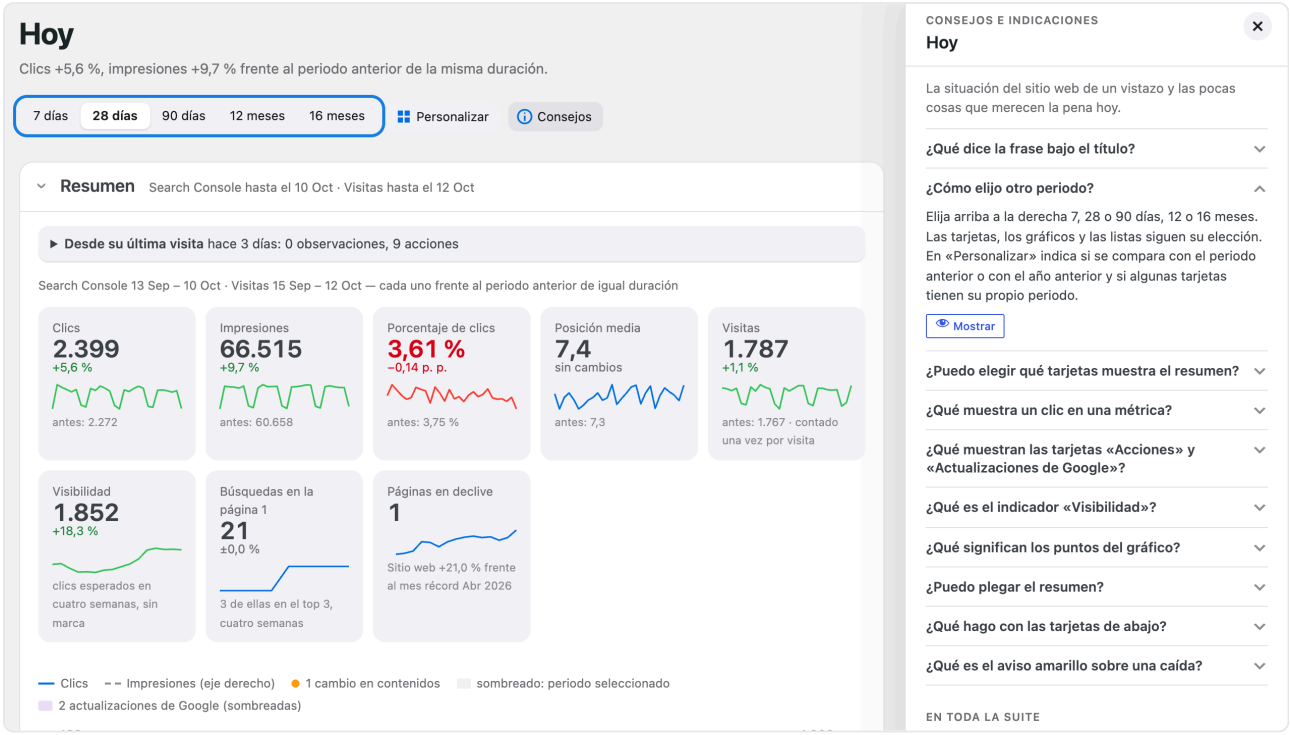
Observación	Solución
«Schall AI SEO Suite: el inicio de sesión en Google ha finalizado.»	Su aplicación de Google Cloud probablemente está en estado «Prueba». Publíquela y elija **Volver a iniciar sesión en Google** en **Conexiones**. Los valores recopilados hasta ahora se conservan.
No aparece ninguna propiedad después de iniciar sesión.	La cuenta con la que se inició sesión o la cuenta de servicio no tiene acceso al sitio web en Search Console. Añádala allí en «Usuarios y permisos».
El chat responde sin análisis.	En **Estado**, **Análisis para el chat** muestra dónde está el problema. La causa más frecuente es una versión de WordPress anterior a la 6.9.
No aparecen cifras de visitantes.	En **Conexiones** › **Cifras de visitantes** no hay ninguna fuente activa, o la activa informa de un error. La sección muestra el estado de cada fuente y la solución; la configuración se describe en el capítulo 7.
La comprobación de Google Analytics 4 informa de permisos que faltan.	La cuenta de servicio o la cuenta de Google con la que ha iniciado sesión necesita el rol «Lector» en la propiedad. Tras concederlo en Google, elija de nuevo **Guardar y comprobar**.
Matomo no acepta el token.	Cree un token nuevo en Matomo e introdúzcalo. El usuario del token necesita al menos el permiso «Ver» para el sitio web.
Las visitas de Matomo terminan unos días antes de hoy.	Matomo aún no ha archivado los últimos días. Compruebe que el programador de Matomo (la tarea cron de archivado) se está ejecutando.
Tras cambiar la fuente de visitas, las cifras son distintas.	Es lo esperado: cada herramienta cuenta de forma distinta (capítulo 7). **Deshacer** o **Usar como fuente** devuelve a la fuente anterior.
La IA ha dejado de funcionar.	Normalmente se ha agotado el **Presupuesto diario**. Auméntelo o espere al día siguiente. Con **Comprobar conexión** prueba la clave y el proveedor.

El rastreo y la sincronización no avanzan.	La suite funciona mediante el programador de tareas de WordPress. Algunos proveedores de alojamiento lo desactivan; en ese caso, configure un cron job real. La **Cola** en **Estado** muestra lo que está pendiente. En Ajustes › Schall AI › **Actividad** aparece cada proceso en segundo plano con su estado y su motivo, por ejemplo **En espera** o **Revisar**. En **Cola** aparece cada tarea por separado; las fallidas se pueden reintentar.
«Todas las plazas de sitio web de esta licencia ya están en uso.»	Desactive la licencia en un sitio web que ya no la necesite y vuelva a activarla.
No aparecen las actualizaciones.	Compruebe en **Licencia** si la licencia está activa y elija **Comprobar licencia ahora**.
El menú no muestra mercados lingüísticos.	La vista solo aparece si el sitio web tiene varios idiomas (TranslatePress).

Encontrará más ayuda, los planes y el registro de cambios en la página del producto: *schall-ai.de/en/plugins/seo-suite/*

13. Trucos y consejos para la AI SEO Suite

Encontrará los mismos consejos en la suite tras el botón **Consejos**, arriba a la derecha de cada pantalla; allí, **Mostrar** lleva directamente al lugar descrito. Primero aparece lo que vale en todas partes y después las pantallas en el orden del menú.



Consejos en **Hoy**: una pregunta está desplegada y **Mostrar** resalta la selección del periodo.

En toda la suite

Lo que funciona igual en todas las pantallas.

¿Qué significan los porcentajes en verde y en rojo?

Verde significa mejor y rojo, peor que en el periodo de comparación. En la posición, un número menor es mejor: pasar de la posición 8 a la 5 aparece por eso en verde, aunque la cifra baje.

¿Con qué se compara?

Si no se indica otra cosa, con el periodo de la misma duración inmediatamente anterior: 28 días frente a los 28 días previos. Declive compara con el mes récord, y el informe mensual, con el mes anterior y con el mismo mes del año pasado. Si la comparación se remonta a antes del inicio de los datos, se indica.

¿Por qué Search Console termina dos o tres días antes de hoy?

Google entrega los datos de búsqueda con dos o tres días de retraso. Hasta cuándo se ha medido se indica siempre debajo de las cifras. En las tendencias semanales, la primera y la última semana pueden estar incompletas: su suma es entonces menor sin que haya caído nada.

¿Qué es la posición media?

La media de todas las apariciones según Search Console, ponderada por impresiones. Una búsqueda con una media de 9,6 estuvo unas veces en la primera página y otras en la segunda: la cifra muestra

la tendencia, no cada posición.

¿Cómo ordeno una lista?
Haga clic en el título de una columna; un segundo clic invierte el orden y una flecha indica la dirección. Las filas sin valor quedan abajo en ambas direcciones. Las listas con varias páginas se ordenan en todas las páginas.

¿Cómo leo un gráfico con precisión?
Pase el ratón por el gráfico: junto a él aparecen los valores del día o de la semana, además del número de cambios en los contenidos y las actualizaciones confirmadas por Google. Todos los valores figuran también en una tabla para lectores de pantalla.

¿Cómo cambio el idioma?
En los sitios web multilingües, el menú de idiomas está arriba a la derecha. Se aplica a toda la pantalla; «Comparar idiomas» abre Mercados lingüísticos, con los idiomas uno junto a otro.

¿Quién ha calculado esta cifra? ¿La IA?
No. Los recuentos y los cálculos se hacen sin IA, con reglas fijas y a partir de sus datos. La IA explica y redacta; sus textos están marcados como tales y comprobados frente a las evidencias. La suite no afirma causas: muestra lo que se ha medido.

¿Cómo pregunto si algo no me queda claro?
«Comentar en el chat» abre una conversación que ya conoce el contexto de esta pantalla: página, idioma y periodo. El asistente indica en cada cifra de dónde procede.

¿Dónde veo si todo funciona?
En «Estado»: fuentes de datos, proveedor de IA, cola y mantenimiento diario. Si algo aparece en rojo, la forma de solucionarlo está justo al lado.

Hoy

La situación del sitio web de un vistazo y las pocas cosas que merecen la pena hoy.

¿Qué dice la frase bajo el título?
Resume la situación en una frase, calculada a partir de las mismas cifras que los indicadores, no escrita por una IA.

¿Cómo elijo otro periodo?
Elija arriba a la derecha 7, 28 o 90 días, 12 o 16 meses. Las tarjetas, los gráficos y las listas siguen su elección. En «Personalizar» indica si se compara con el periodo anterior o con el año anterior y si algunas tarjetas tienen su propio periodo.

¿Puedo elegir qué tarjetas muestra el resumen?
Sí, con «Personalizar» arriba a la derecha. Allí activa o desactiva cada tarjeta y las ordena con las flechas; como máximo se ven 12 métricas y 12 gráficos y listas. La selección solo se aplica a su usuario; «Restablecer valores predeterminados» recupera la configuración inicial.

¿Qué muestra un clic en una métrica?
Clics, impresiones, porcentaje de clics, posición y visitas se pueden pulsar: el gráfico muestra entonces solo esa línea, con la comparación discontinua. Un segundo clic o «Volver a clics e impresiones» muestra de nuevo ambas.

¿Qué muestran las tarjetas «Acciones» y «Actualizaciones de Google»?
«Acciones» enumera los cambios más recientes en su sitio web con clics e impresiones 28 días antes y después; «Actualizaciones de Google», todo el sitio web 28 días antes del inicio y después del final de las últimas actualizaciones confirmadas. Las cifras solo están una junto a otra: lo que ocurrió entretanto no figura en ellas. Puede activar ambas en «Personalizar».

¿Qué es el indicador «Visibilidad»?
Los clics que cabría esperar de sus impresiones en sus posiciones, con el porcentaje de clics que su sitio web suele alcanzar allí y sin búsquedas con su marca. Si baja, ha perdido posiciones o demanda; si solo bajan los clics, se clica menos.

¿Qué significan los puntos del gráfico?
Cada punto marca un día con cambios en los contenidos. Así ve si ocurrió algo tras una revisión, o si no ocurrió nada. Los cambios figuran uno a uno en «Cronología».

¿Puedo plegar el resumen?
Sí, con un clic en «Resumen». La suite lo recuerda para su usuario; debajo siguen visibles las tareas del día.

¿Qué hago con las tarjetas de abajo?
Están ordenadas por prioridad: lo más importante, primero. «Ver» lleva al lugar correspondiente; «Resuelta» y «Posponer» retiran la tarjeta. Lo nuevo aparece solo en cuanto cambian los datos.

¿Qué es el aviso amarillo sobre una caída?
Aparece cuando una semana queda claramente por debajo de la media de las cuatro semanas anteriores: en clics, a partir del 30 %; en impresiones, a partir del 40 %. En «Informes» puede activar la misma alarma por correo electrónico.

Configuración

Los pasos que la suite necesita para funcionar y hasta dónde han avanzado.

¿Tengo que completar todos los pasos?
No. Salvo el rastreo de los contenidos, cualquier paso puede omitirse y completarse más tarde. Eso sí: sin Search Console faltan la mayoría de las oportunidades.

¿Qué significa el semáforo de arriba?
Rojo: aún sin configurar. Amarillo: casi listo; qué puntos faltan se indica al lado y en la lista de abajo, con el camino para llegar a ellos. Verde: todo lo necesario está configurado.

¿Puedo repetir la configuración?
Sí, en cualquier momento con «Recorrer desde el principio». Sus datos se conservan.

Chat › Conversaciones

Hable con su sitio web: el asistente conoce sus datos y dice de dónde procede cada cifra.

¿Cómo sé si una respuesta procede de mis datos?
Cada respuesta está marcada: «a partir de sus datos», «a partir de conocimientos profesionales, no de sus datos» o «a partir de sus datos y de conocimientos profesionales».

¿Cómo limito una conversación a una página o un idioma?
Con «Contexto», en la parte superior de la conversación: «Cambiar» elige idioma y periodo. Quien llega desde una página u oportunidad a través de «Comentar en el chat» ya la trae como contexto.

¿Cómo pregunto con más detalle por una sugerencia?
Si el asistente propone varios pasos, debajo aparece un botón por paso, como «Profundizar en el paso 1». Un clic pregunta de forma concreta: cómo proceder, a qué prestar atención y cómo reconocer el efecto.

¿Cambia el asistente algo en mi sitio web?
Solo con su aprobación. Una intervención aparece como propuesta con «Ejecutar» y «Descartar»; hasta que usted la apruebe, no ocurre nada. Todas las propuestas están en «Ver intervenciones».

¿Puedo dictar?
Sí, con el micrófono junto al campo de entrada. El reconocimiento de voz lo realiza su navegador; no se envía nada hasta que usted lo envíe.

¿Dónde encuentro conversaciones antiguas?
A la izquierda, en la lista, con búsqueda. Las conversaciones archivadas están en «Ver archivo» y se pueden recuperar.

Chat › Preguntas

Análisis fijos para preguntas, sin conversación y con evidencias.

¿En qué se diferencia de la conversación?
Aquí cada pregunta ejecuta análisis predefinidos y muestra su resultado; la IA solo redacta el texto que lo acompaña. Las preguntas de ejemplo funcionan incluso sin proveedor de IA.

¿Qué ocurre con una pregunta formulada libremente?
Un modelo la asigna al análisis adecuado; el cálculo se sigue haciendo aquí. Con modelos pequeños se asigna a la pregunta de ejemplo más parecida.

Oportunidades

Lo que merece la pena en su sitio web: encontrado con reglas fijas, valorado y respaldado con evidencias.

¿Dónde veo todas las oportunidades?
En «Todas las abiertas»: como lista con búsqueda, tema, esfuerzo y orden. «Para hoy» muestra las cinco que el sistema elige para hoy, «Resueltas y pospuestas» sus decisiones; allí se puede reabrir cada una.

¿Puedo posponer muchas oportunidades a la vez?
Sí: marque las casillas en la lista y elija «Posponer» o «Resuelta» abajo; «para los resultados de esta selección» toma todo lo que muestran los filtros, no solo la página. Para muchas a la vez suele encajar mejor «Posponer»: el informe mensual cuenta «Resuelta» como trabajo hecho.

¿Puedo exportar la lista?
Sí, como CSV con el botón bajo la lista, con los mismos filtros que la lista y separado por punto y coma, para que Excel, Numbers y LibreOffice abran el archivo directamente.

¿Cómo se obtiene la valoración de 0 a 100?
De cinco componentes ponderados: potencial, relevancia estratégica de la página, palanca, urgencia y esfuerzo. La sección «Valorado» de cada tarjeta muestra el cálculo; si falta un valor, los demás componentes se redistribuyen sin bajar la puntuación.

¿Qué es la posible ganancia de clics?
Una estimación de cuántos clics al mes podría aportar ponerla en práctica, con los porcentajes de clics que su sitio web suele alcanzar en esas posiciones. Donde aún faltan datos para ello, se indica «estimado con una curva del sector».

¿Cómo leo una tarjeta?
De arriba abajo: «Medido» son sus datos; «Valorado», nuestro cálculo; «Valorado por la IA», la explicación; y abajo del todo, la recomendación. Lo que está medido, la IA no lo cambia.

¿Qué hago con una oportunidad resuelta?
Elija «Resuelta». El informe mensual incluye las oportunidades resueltas, y en Cronología se ve si después se movió algo. «Posponer» oculta una oportunidad por ahora.

¿Por qué la explicación está en el idioma del sitio web?
Los títulos, las evidencias y las explicaciones se generan en segundo plano antes de que nadie abra la página; por eso están en el idioma del sitio web y no en el suyo.

Páginas › Resumen

Todos los contenidos con sus métricas, por idioma.

¿Cómo encuentro rápidamente las páginas problemáticas?
El indicador «En descenso» o «Solo en descenso» muestra las páginas que llevan tres meses seguidos perdiendo clics o impresiones.

¿Puedo mostrar y ocultar columnas?
Sí, con «Columnas», encima de la tabla. La selección se aplica a su usuario.

¿Cómo ordeno?
Con un clic en el encabezado de una columna; un segundo clic invierte el orden.

¿Qué contiene el dosier de una página?
Se abre con un clic en el título: evolución de 16 meses con el año anterior, búsquedas, enlaces, versiones lingüísticas, oportunidades y la valoración de la IA.

Páginas › Declive

Páginas muy por debajo de su mejor mes.

¿Cuándo se considera que una página está en declive?
Cuando en su mes récord tuvo al menos 30 clics y ahora recibe como mucho la mitad. El mes récord es el mes completo más fuerte de los últimos 16 meses, y ahora son los últimos 28 días; ambos, calculados sobre 30 días.

¿Qué indica la columna «Tipo»?
«aparece menos»: también han caído las impresiones; se ha perdido posición o demanda. «se clica menos»: la página se sigue mostrando casi con la misma frecuencia, pero recibe menos clics; en ese

caso merece la pena revisar el título y la descripción.

¿Todo declive es un problema?
No. Los temas estacionales y de actualidad decaen por naturaleza. La comparación con el año anterior está en el dosier de la página.

Páginas › Visitantes de IA

Visitas procedentes de ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot o Claude.

¿Por qué las cifras son un mínimo?
Se cuenta lo que el recuento de visitantes registra como origen. Quien copia una dirección de una respuesta o usa una app que no indica el origen llega como visita directa.

¿De dónde proceden las cifras?
Del recuento de visitantes configurado en «Conexiones»: Independent Analytics, Google Analytics 4 o Matomo. La suite lee hasta 16 meses atrás.

¿Qué me dicen las páginas de entrada?
Qué contenidos suyos enlazan los asistentes de IA en sus respuestas. En ellos merece la pena mantener los datos actualizados y fáciles de citar.

Páginas › Rastreo

Hasta qué punto conoce la suite sus contenidos y direcciones.

¿Tengo que reiniciar el rastreo?
Rara vez. Las entradas nuevas y modificadas se incorporan solas al guardarlas; volver a rastrear solo merece la pena tras reformas importantes.

¿Qué son las URL pendientes?
Direcciones de los datos de medición que aún no se han podido asignar a ninguna página. La suite no adivina: las mantiene como pendientes. Los archivos, los feeds y los archivos multimedia se excluyen a propósito.

¿Es un error una laguna en la cobertura de idiomas?
No necesariamente: algunos contenidos solo deben aparecer en un idioma. La cobertura compara cada idioma con el idioma de origen.

Páginas › Observar

Páginas propias que merece la pena observar con Content Radar.

¿Cómo se obtiene la importancia?
A partir del alcance, el movimiento en la búsqueda, la actualidad de las búsquedas, la antigüedad del contenido y las oportunidades abiertas. «Cómo surgen las sugerencias» detalla cada uno de los puntos.

¿Qué ocurre al entregar?
Content Radar crea una observación con búsquedas como borrador. No se busca nada hasta que usted apruebe allí el borrador; sus contenidos no cambian.

Palabras clave › Búsquedas

Todas las búsquedas para las que Google muestra su sitio web, a partir de la instantánea semanal de Search Console.

¿Qué muestran los grupos de posición?
Cuántas búsquedas por semana están en las posiciones 1–3, 4–10 y más atrás. Si crece el grupo superior, el sitio web gana terreno, aunque los clics todavía no lo reflejen.

¿Qué revela la curva «Porcentaje de clics por posición»?
Con qué frecuencia se hace clic realmente en su sitio web en cada posición, junto al valor del sector. Si su curva queda por debajo, merece la pena revisar títulos y descripciones. Es además la referencia para la visibilidad y la ganancia de clics.

¿Para qué sirve marca frente a no marca?
Los clics a través de su nombre vienen de personas que ya le conocen; los demás, de quienes le encuentran por sus temas. Los términos de marca están en el perfil del sitio.

¿Cómo encuentro una búsqueda concreta?
Busque en «Todas las búsquedas», filtre por marca y ordene por clics, impresiones, porcentaje de clics, posición o variación.

¿Por qué faltan algunas búsquedas?
Google no nombra una a una las búsquedas poco frecuentes. Se cuentan las búsquedas a partir de tres impresiones por semana; qué parte de los clics hay detrás se indica debajo de los indicadores.

Palabras clave › Canibalización

Búsquedas para las que Google tiene en cuenta dos de sus páginas.

¿Cuándo se considera compartida una búsqueda?
Cuando, en el mismo idioma, al menos dos páginas tienen cada una al menos una quinta parte de sus impresiones y no están a más de 15 posiciones de distancia, sin contar su marca.

¿Qué es el índice de salud?
La proporción de búsquedas que sostiene una sola página. Un 100 % indica que no hay ningún solapamiento.

¿Qué hago con un par de páginas?
Decidir qué página debe abarcar el tema y, desde la otra, enlazar a ella, delimitar los contenidos o fusionar ambas. Compartida no significa perjudicada: solo la decisión deja las cosas claras.

Palabras clave › Competidores

Quién está por delante de usted en sus palabras clave más importantes.

¿Qué necesito para ello?
Una clave de Serper.dev en Ajustes › Schall AI › Investigación, y palabras clave seguidas. Después, aquí, «Activar».

¿Por qué la posición difiere de la de Search Console?
La consulta es una instantánea: Google una sola vez, desde una ubicación en el país del idioma, sin inicio de sesión. Search Console hace la media de todas las apariciones.

¿Cuánto cuesta?
Una consulta por palabra clave y semana. La suite respeta un límite diario y deja espacio en la cuota compartida para otros plugins de Schall; el coste de la semana figura en el panel de estado.

Mi segundo sitio web aparece como competidor: ¿qué hago?
«Excluir» en su fila, o introducirlo abajo en «Dominios excluidos», uno por línea. Así ya no cuenta como competidor, tampoco en semanas pasadas; su propia posición se mantiene.

Palabras clave › Seguidas

Los términos cuyas posiciones consulta la suite cada día.

¿Cómo añado una palabra clave a mano?
Con «Añadir palabra clave»: introduzca un término o varios separados por comas y elija el idioma. La suite obtiene en segundo plano el historial de los últimos 16 meses.

¿Cómo edito muchas a la vez?
Marque las filas o pulse «Seleccionar todo» y elija después la acción en «Con la selección».

¿Qué indica la valoración?
Lo bien que encaja una palabra clave con su empresa, según la demanda, la intención de búsqueda y la cercanía al perfil del sitio. «Justificación» muestra el cálculo.

¿Consume cuota cada palabra clave?
Sí, la consulta diaria por palabra clave. Lo que ya no necesite, devuélvalo a las candidatas con «Dejar de seguir».

¿Cómo marco una palabra clave como favorita?
Haga clic en la estrella ☆ de la fila y elija una categoría. La propuesta tiene un borde discontinuo: Marca; en el top 3, «Defender»; en las posiciones 4 a 15, «Trampolín»; si no, según la intención. La barra sobre la tabla muestra solo favoritos o una categoría.

¿Puedo cambiar las categorías?
Sí, debajo de la tabla con «Editar las categorías de favoritos»: cambiar emoji y nombre, añadir las suyas, eliminar las que no use. Los favoritos de una categoría eliminada pasan a «Otros». Los favoritos valen para todos los usuarios del sitio.

Palabras clave › Candidatas

Posibles palabras clave de Search Console, de los contenidos, del perfil del sitio y de los plugins SEO.

¿Qué diferencia hay entre «Sugerencias» y «Todas las candidatas»?
«Sugerencias» son las que la IA considera estratégicamente relevantes; «Todas las candidatas» muestra cada término recopilado.

¿Cómo se añaden nuevas candidatas?
Con «Volver a recopilar», arriba a la derecha. La recopilación se ejecuta en segundo plano; después, la IA clasifica los términos nuevos.

¿Qué significa «No relevante»?
El término pasa a «Ignoradas» y ya no entra en ninguna preselección. Desde allí se puede recuperar en cualquier momento.

Palabras clave › Ignoradas

Términos que no se siguen ni se sugieren.

¿Por qué aparece aquí algo que nunca he ignorado?
La suite clasifica aquí por sí sola las búsquedas que claramente no proceden de personas: las que usan operadores de búsqueda como «site:» o están formuladas como un encargo completo.

¿Cómo recupero un término?
Con «Volver a candidatas» en su fila.

Palabras clave › Intención divergente

Palabras clave para las que posiciona una página distinta de la prevista.

¿Cómo sabe la suite qué página está prevista?
Por las palabras clave principales de Yoast o Rank Math. Sin ellas y sin datos de Search Console, esta lista queda vacía.

¿Es un error?
No siempre: a veces la página que posiciona encaja mejor. Pero a menudo es señal de que dos páginas compiten por el mismo término; en ese caso también ayuda la pestaña «Canibalización».

Enlaces › Internos

Cómo se enlazan sus páginas entre sí.

¿Por qué cuentan más los enlaces editoriales que los menús?
La navegación y el pie de página aparecen en todas las páginas y no dicen nada sobre qué está relacionado. Un enlace desde el texto es una declaración; por eso es la cifra significativa.

¿Qué hago con las páginas sin enlaces editoriales?
Si son páginas importantes, enlácelas desde contenidos adecuados. Si Internal Links AI está activo, «Sugerencias de enlaces» busca allí lugares apropiados; no se inserta nada hasta que usted lo revise.

¿Qué es la profundidad de clics?
A cuántos clics está una página de la página de inicio, a través de enlaces rastreados. Los archivos y los listados de entradas del tema no cuentan; a través de ellos, una página puede ser accesible de todos modos.

Enlaces › Externos

Enlaces a sitios web ajenos y su comprobación.

¿Por qué tarda tanto la comprobación?
Es lenta a propósito, con al menos un segundo de pausa por servidor, para no cargar ni su servidor ni los ajenos. Puede pausarla y reanudarla en Enlaces rotos.

¿Tengo que iniciar la comprobación?
No. Desde la versión 1.10, la suite comprueba por sí sola: enlaces sanos cada 30 días, rotos y dudosos cada 3 días, nuevos poco después de guardar. Los intervalos están en Ajustes › Schall AI › SEO Suite › Comprobación de enlaces.

Enlaces › Vídeos

Todos los vídeos insertados de su sitio: una fila por vídeo con todos los lugares en los que aparece.

¿Qué vídeos encuentra la suite?
YouTube con Shorts, directos y listas de reproducción, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF y 3sat, sus propios archivos de vídeo y otros reproductores en un iFrame, ya sea como bloque de inserción, dirección en una línea propia, iFrame, shortcode o mediante WP YouTube Lyte. Los enlaces a vídeos también aparecen, marcados como «solo enlazado».

¿Qué significan los estados?
Disponible significa que el vídeo se reproduce. Problemático significa que no se reproduce para todos: por ejemplo, inserción no permitida, bloqueado en sus países o con restricción de edad. Desaparecido significa eliminado, privado o retirado. Aún no está claro significa que el proveedor no responde o lo hace de forma contradictoria; la suite sigue comprobando.

¿Por qué un vídeo aparece solo una vez aunque esté en varias entradas?
Cada vídeo es un registro; «Usado» cuenta sus lugares de uso. Un clic en el título muestra todas las entradas con el encabezado anterior y el texto alrededor del vídeo.

¿De dónde viene el título de un vídeo?
De YouTube o Vimeo en cuanto se obtiene la vista previa; si no, de la línea de créditos bajo el vídeo, por ejemplo «Título | Programa | Canal», o del pie de un bloque de inserción. El dato de la entrada se conserva aunque el vídeo desaparezca algún día.

¿De dónde proceden las miniaturas?
Son las miniaturas oficiales de YouTube y Vimeo, obtenidas en segundo plano, guardadas en dos tamaños en su servidor y actualizadas cada semana. Debajo se indica su origen. Nunca es una captura de pantalla del reproductor: YouTube no permite capturas automáticas.

¿Qué muestra «Ver en directo»?
En la vista de detalle de un vídeo, el reproductor real del proveedor, solo al hacer clic y en una ventana propia. Así verá si un vídeo se reproduce hoy. Para sus propios archivos de vídeo, «Crear fotograma» crea una miniatura a partir del vídeo.

¿El registro modifica mis entradas?
No. Solo se lee el contenido guardado; no se modifica nada. Para títulos y miniaturas, el sitio consulta a YouTube y Vimeo: sus visitantes no cargan nada de allí.

¿Qué significa «Dejar así»?
Usted marca un vídeo que debe quedarse como está. Sigue en la lista y se puede filtrar allí.

Enlaces › Vídeos › Registro de comprobaciones

Cómo va la comprobación de los vídeos y cuáles han cambiado de estado recientemente.

¿Con qué frecuencia comprueba la suite?
En el intervalo configurado, por defecto cada semana, repartido a lo largo de los días. Los vídeos nuevos los comprueba en menos de una hora, «Comprobar ahora los pendientes» de inmediato, y el presupuesto diario limita la cantidad.

¿Por qué un vídeo sigue mostrando su estado anterior?
Un resultado negativo solo cuenta cuando una segunda comprobación, como pronto 20 horas después, da lo mismo; hasta entonces aparece «Confirmación en curso». Cuenta de inmediato solo si coinciden dos pruebas independientes, por ejemplo cuando YouTube no conoce el vídeo y también falta su miniatura.

¿Qué significa «Pausa en» un proveedor?
El proveedor ha rechazado solicitudes, normalmente porque hubo demasiadas en poco tiempo. La suite espera el tiempo indicado y el estado de los vídeos sigue igual.

¿Qué cambia una clave de YouTube?
Con clave, la suite consulta hasta 50 vídeos a la vez en la YouTube Data API e indica el motivo exacto: privado, eliminado, inserción no permitida, bloqueado en sus países o con restricción de edad. Sin clave comprueba mediante oEmbed y no puede distinguir privado de no insertable.

¿Dónde más aparecen los vídeos desaparecidos?
En la cronología bajo «Desde su última visita», en la pestaña Enlaces rotos y en la vista de detalle del vídeo con su historial.

Enlaces › Vídeos › Sugerencias de sustitutos

Para vídeos desaparecidos o restringidos, la suite busca un sustituto equivalente con solo pulsar un botón; no se sustituye nada hasta que usted use una sugerencia.

¿Cómo busca la suite un sustituto?
La IA lee lo que se sabe del original y en qué posición está en el artículo, y determina su función, por ejemplo entrevista, discurso o tutorial. Después, la búsqueda web busca en YouTube, ARTE, la ARD y la ZDF, la suite comprueba cada resultado como un vídeo insertado y la IA valora si puede asumir esa función.

¿Cómo se calcula la puntuación?
De cinco partes: función en el artículo (35), significado conservado (25), idioma (15), disponible y se puede insertar (15) y fecha (10). La IA aporta las valoraciones parciales, la suite calcula la cifra. Una entrevista, un discurso o una noticia de otra ocasión alcanza como máximo 40 puntos, un vídeo que no se puede insertar como máximo 50.

¿Qué significan las advertencias?
Muestran lo que debería comprobar antes de usar una sugerencia: un canal distinto del original (los derechos son entonces poco claros), una duración claramente distinta, un vídeo de reacción o una recopilación, una fecha de caducidad en la mediateca o las condiciones de las cadenas.

¿Qué ocurre al usar una sugerencia?
Para cada entrada y posición ve lo que cambia y elige las posiciones. Solo se cambia la inserción, su forma se mantiene; si lo desea, también la línea de créditos de debajo. Antes, la suite guarda el estado como revisión y la cronología registra la acción.

¿Cuánto cuesta una búsqueda?
Hasta tres búsquedas web del cupo compartido de la investigación y dos consultas a su proveedor de IA. Nunca busca por sí sola; en la versión Light, una vez al día.

Enlaces › Vídeos › Convertir Lyte

Los vídeos guardados con WP YouTube Lyte están en la entrada como línea «httpv://» o shortcode [lyte]. Aquí los reescribe en inserciones que WordPress entiende por sí mismo: primero una simulación, luego entrada por entrada con revisión.

¿Por qué convertir si la vista previa ya funciona?
La vista previa de la suite entiende las líneas de Lyte incluso sin Lyte. Pero si algún día también se eliminara la suite, en la entrada solo quedaría «httpv://…» como texto. Tras la conversión, WordPress inserta los vídeos por sí mismo.

¿Qué se convierte en qué?
En el editor de bloques, un bloque de párrafo, de shortcode o HTML que solo contiene la línea de Lyte o el shortcode [lyte] se convierte en bloque de inserción. En el editor clásico, la línea pasa a ser la dirección de YouTube en una línea propia. Se conservan el inicio y la lista de reproducción.

¿Qué se queda como está?
Las líneas de Lyte en mitad del texto (una inserción necesita una línea propia), las inserciones solo de sonido (httpa://) y las entradas cuyo tipo no tiene revisiones. La simulación indica el motivo de cada posición.

¿Cómo recupero el estado anterior?
Antes de cambiar nada, la suite guarda cada entrada como revisión y anota la conversión en la cronología. Con las revisiones de la entrada restaura el estado anterior; al guardar, la suite vuelve a registrar los vídeos.

Enlaces › Enlaces rotos

Enlaces y vídeos rotos: cada dirección una sola vez, con las entradas en las que aparece.

¿Cuándo se considera roto un enlace?
Cuando la página no existe (404 o 410) y una segunda comprobación, como pronto 24 horas después, da lo mismo; cuando el dominio ya no se encuentra o el certificado no es válido; o cuando un servidor no responde, o solo con errores, durante tres días. Hasta entonces aparece «Confirmación en curso».

¿Qué significa «rechazado»?
El servidor no permite consultas automáticas (por ejemplo, una protección contra bots o «acceso denegado»). No es un fallo: abra el destino usted mismo. Si funciona, márquelo como «No está roto».

¿Cómo corrijo un enlace roto?
En «Encontrado en» aparece cada entrada con el enlace. «Cambiar el enlace» pone, tras una confirmación, una nueva dirección de destino; si el enlace redirige, su destino ya aparece propuesto. «Quitar el enlace» elimina solo el enlace: el texto se mantiene. En ambos casos el estado anterior queda como revisión.

¿Por qué una dirección aparece solo una vez aunque se repita a menudo?
Cada dirección se comprueba y se muestra una sola vez. «Encontrado en» cuenta las entradas; las versiones de idioma de la misma entrada no cuentan aparte, se indican al lado.

¿Qué es una redirección?
El enlace funciona, pero el destino se ha movido. Es mejor un enlace directo a la nueva dirección, que aparece bajo la antigua. «Solo accesible por https» significa: cambie http:// por https://.

Mercados lingüísticos

Sus idiomas uno junto a otro, comparados con el idioma de origen.

¿Qué aparece en «Lo que destaca»?
Mercados que difieren claramente del idioma de origen, por ejemplo con menos enlaces o en posiciones más bajas. Todo contado y calculado; a qué se debe una diferencia, las cifras no lo dicen.

¿Qué muestra la cuota de clics?
Qué parte de todos los clics aporta cada idioma, mes a mes durante 16 meses. Si un mercado crece, se ve aquí primero.

¿Por qué está vacía la tabla?
Los mercados lingüísticos se agregan a partir de valores diarios. «Agregar ahora», abajo, lo pone al día.

Tendencia

Clics y cambios en una línea temporal: qué ocurrió y qué vino después.

¿Qué diferencia hay entre acción y observación?
Las acciones las ha realizado usted o un plugin, por ejemplo revisar una entrada. Las observaciones las ha medido la suite, por ejemplo un descenso claro. Las actualizaciones confirmadas de Google aparecen como franjas sombreadas en el gráfico.

¿Qué significa «28 días antes y después»?
En un cambio, los clics de los 28 días anteriores y de los 28 posteriores aparecen uno junto a otro. Esto muestra una relación temporal, no una causa.

¿Cómo registro algo que ocurrió fuera de WordPress?
Abajo, en «Añadir algo que falta aquí»: la fecha, lo que ocurrió y, si lo desea, la página afectada. Una migración de servidor o una campaña aparece entonces en la misma línea temporal.

Informes

El informe mensual y los correos electrónicos de la suite.

¿Cuándo se crea el informe mensual?
Automáticamente, en cuanto Search Console ha medido un mes completo, pocos días después de fin de mes. Con «Crear ahora» se crea al instante.

¿Cómo obtengo un PDF?
«Guardar como PDF» abre el diálogo de impresión del navegador; elija allí «Guardar como PDF». Los menús y los botones no aparecen.

¿Quién recibe los correos electrónicos?
Los destinatarios indicados en «Por correo electrónico», varios separados por comas. Si está vacío, se usa la dirección de correo electrónico del sitio web. Si no llega nada, a menudo a WordPress le falta

un servicio de envío de correo.

¿El resumen lo escribe la IA?
Sí, y está marcado como tal. Las cifras de debajo están medidas y calculadas; el resumen se puede reescribir sin que cambie nada en ellas.

Dosier de página

Todo sobre una página en un solo lugar.

¿Cómo leo la cronología?
Clics e impresiones por semana durante 16 meses; la línea azul clara muestra los clics del año anterior. Así distingue la estacionalidad de una pérdida real.

¿Qué significa «nuevo» en una búsqueda?
La búsqueda no tuvo ninguna impresión en esta página en las doce semanas anteriores. Las búsquedas nuevas muestran para qué está descubriendo Google la página ahora.

¿Por qué difieren el análisis y los eventos?
Ambos comparan periodos de distinta duración. No es una contradicción; qué periodos son se indica en cada caso.

¿Puedo pedir a la IA una nueva valoración?
Sí, con «Volver a valorar». Los valores medidos y el análisis de arriba no se ven afectados.

Perfil del sitio › Perfil

Lo que la suite sabe de su empresa: la base de cada valoración.

¿Por qué merece la pena un perfil cuidado?
Determina qué palabras clave y qué páginas se consideran importantes. Cuanto más precisos sean la oferta, los públicos objetivo y los objetivos, más acertadas serán las sugerencias y las oportunidades.

¿Qué diferencia hay entre «Propuesta» y «Confirmado»?
Las propuestas proceden del análisis. Lo que usted confirma o cambia se mantiene y los análisis futuros no lo sobrescriben.

¿Dónde introduzco mis términos de marca?
En el grupo «Marca». Con ellos, la suite separa las búsquedas de su nombre de todas las demás.

Perfil del sitio › Entrevista

Una breve conversación sobre lo que no se puede deducir del sitio web.

¿Tengo que responder a todas las preguntas?
No: cada pregunta se puede omitir, y puede terminar en cualquier momento con las respuestas dadas hasta entonces.

¿Qué ocurre con mis respuestas?
Antes de trasladarlas, las verá una vez más. Al trasladarlas, la IA las asigna a los datos correspondientes; lo que usted ha dicho tiene prioridad sobre el análisis.

Perfil del sitio › Versiones

Cada cambio en el perfil, como versión propia.

¿Puedo recuperar una versión antigua?
Sí, con «Restaurar». Se crea una versión nueva con el estado antiguo: no se pierde nada.

Conexiones

De dónde obtiene la suite sus datos.

¿Qué vía de conexión con Google es la adecuada?
El inicio de sesión con Google es más cómodo. La cuenta de servicio es más laboriosa, pero ningún proceso de inicio de sesión pasa por servidores ajenos. Ambas proporcionan los mismos datos.

¿Por qué debería obtener el historial enseguida?
Search Console proporciona unos 16 meses hacia atrás. Lo que no se obtenga ahora se pierde después: cuanto antes, más se conserva.

¿Qué recuento de visitantes debo usar?
Se cuenta a partir de una única fuente. Independent Analytics se queda en casa; Google Analytics 4, con banner de consentimiento, suele contar solo una parte de las visitas. Un cambio se puede deshacer.

¿Para qué sirve la interfaz para SchallOS?
Permite a una IA de nivel superior leer sus análisis: solo en modo lectura y solo con una clave que usted crea y revoca aquí.

Estado

Si todo funciona y, si no, dónde está el problema.

La cola no avanza: ¿qué hago?
La suite funciona con el programador de tareas de WordPress. Si WP-Cron está desactivado, un servicio del sistema debe activarlo con regularidad; de lo contrario, todo se detiene.

¿Por qué responde el chat sin mis cifras?
En «Análisis para el chat» se indica lo que falta, a menudo una versión de WordPress anterior a la 6.9.

¿Qué hace el mantenimiento diario?
Elimina tareas y eventos antiguos y agrupa los valores diarios antiguos en semanas, para que la base de datos se mantenga ligera.

Ajustes › Resumen

Los ajustes de la suite, en Ajustes › Schall AI.

¿Por qué los ajustes no están en el menú de la suite?
Todos los plugins de Schall comparten una página de ajustes: el proveedor de IA, las claves y la investigación se configuran allí una sola vez para todos. Los análisis siguen en el menú «AI SEO Suite».

Ajustes › Proveedor de IA

Qué IA calcula y cuánto puede gastar.

¿Qué calidad debo elegir?
Siempre hay exactamente un proveedor activo; la suite elige un modelo adecuado para cada tarea. «Económico» usa modelos pequeños y rápidos; «Máxima calidad», los más potentes; «Equilibrado» queda en medio y suele ser lo adecuado.

¿Puedo asignar un modelo concreto a una tarea?
Sí, en «Por tarea»: por ejemplo, un modelo rápido para palabras clave y selección en el chat, y uno potente para oportunidades, dosieres y respuestas. «Medir modelos» muestra lo rápido que responde cada uno.

¿Qué ocurre cuando se agota el presupuesto diario?
Las ejecuciones de IA se pausan hasta el día siguiente; la recopilación de datos y todos los cálculos continúan.

¿Qué transmite la suite a un proveedor de IA?
Títulos, resúmenes y métricas; ni contenidos completos de páginas ni datos de visitantes. Con la IA local a través de Schall AI Local Connector, nada sale de casa.

Ajustes › Investigación

Búsqueda web y descarga de páginas para todos los plugins de Schall.

¿Para qué necesita la suite una clave de Serper.dev?
Para los competidores, en «Palabras clave». Una clave vale para todos los plugins de Schall de este sitio web, con una cuota diaria compartida.

¿Puede la clave quedar fuera de la base de datos?
Sí: si se define como constante en wp-config.php, no se usa una clave introducida aquí.

Ajustes › Índice de contenidos

Un índice de contenidos a partir de los encabezados de sus entradas.

¿Cómo inserto un índice de contenidos?
Escriba [toc] en el lugar deseado de la entrada. Solo aparece automáticamente si lo activa aquí para determinados tipos de contenido; un [toc] en el texto siempre tiene prioridad.

¿Cómo excluyo un encabezado?
Con la clase CSS no-toc en el encabezado. Lo que otros plugins añaden al mostrar la página, como los títulos de entradas de Display Post Types, queda fuera de todos modos.

¿Qué muestra la presentación con vista previa?
Cerrado al principio: las primeras entradas y luego «… mostrar todas». Cuántas son se ajusta en «Entradas en la vista previa».

¿Cómo excluyo páginas concretas?
Márquela en «Sin índice de contenidos»; las entradas, por dirección, título o ID, una por línea. La página de inicio nunca recibe índice por sí sola; un [toc] en el texto siempre funciona.

Ajustes › Comprobación de enlaces

Con qué frecuencia comprueba la suite los enlaces y qué direcciones nunca.

¿Qué sale durante la comprobación?
Una consulta por cada dirección enlazada. Los servidores de destino ven la dirección de su servidor y de su sitio, ningún dato de sus visitantes. Entre dos consultas al mismo servidor pasa al menos un segundo.

¿Para qué sirve «No comprobar nunca»?
Para dominios a los que no les gustan las consultas automáticas o que nunca son accesibles, como una red interna. La suite no consulta estos enlaces; aparecen como «excluidas» en la lista.

¿Cuánto comprueba la suite al día?
Lo que esté pendiente, como máximo 3.000 consultas al día. Los enlaces sanos se reparten a lo largo de su intervalo para que no venzan todos el mismo día.

Ajustes › Vídeos

Configurar el módulo de vídeo, sus miniaturas, la comprobación y la vista previa en el sitio.

¿Qué ocurre al activarlo?
La suite lee una vez en segundo plano todas las entradas y páginas publicadas y, después, cada entrada que se guarda. La lista está en AI SEO Suite › Enlaces › Vídeos.

¿Qué ocurre al desactivarlo?
El registro se detiene; el inventario se conserva. Si lo vuelve a activar, se actualiza.

¿Con qué frecuencia se comprueban los vídeos?
En el intervalo de comprobación, por defecto cada semana. Las comprobaciones se reparten a lo largo del periodo y el presupuesto diario las limita; lo que exceda se atiende al día siguiente.

¿Necesito una clave de YouTube?
No, pero hace la comprobación más precisa: indica el motivo por el que un vídeo no se reproduce y comprueba 50 vídeos con una sola consulta. La clave se guarda cifrada y no vuelve a mostrarse.

¿Qué sale del sitio para las miniaturas?
Una solicitud por vídeo a YouTube o Vimeo para el título, el canal y la imagen, y después una vez por semana. Los proveedores ven la dirección de su servidor y el identificador del vídeo, ningún dato de sus visitantes. Sin la casilla marcada, el inventario se mantiene, solo que sin imágenes ni títulos de los proveedores.

¿Qué muestra la vista previa en el sitio?
En lugar del reproductor de YouTube o Vimeo, la miniatura desde su propio servidor con un botón de reproducción. Solo un clic carga el reproductor; antes no se establece ninguna conexión con el proveedor. Esto también vale para iframes, líneas httpv:// y [lyte] de WP YouTube Lyte.

¿Qué comprueba la suite en ARTE, la ARD, la ZDF y 3sat?
Si el vídeo se puede ver e incrustar y hasta cuándo sigue en la mediateca. Catorce días antes de que caduque, el historial avisa del vídeo para que pueda buscar un sustituto a tiempo. Cada cadena tiene su propio interruptor.

¿Cuándo puedo desactivar WP YouTube Lyte?
Active primero el modo de prueba y mire algunas entradas como administrador con sesión iniciada. Si los vídeos se ven bien, cambie a «Activada», vacíe la caché de páginas y después desactive Lyte. La vista previa sigue entendiendo sus notaciones.

Ajustes › Privacidad y datos

Lo que sale de su servidor y lo que ocurre al desinstalar.

¿Se borran mis datos al desinstalar?
Solo si lo activa aquí; por defecto está desactivado, porque las series temporales no se pueden recuperar. La desinstalación siempre elimina las credenciales.

¿Qué escribo en la política de privacidad?
La suite añade una propuesta a la guía para la política de privacidad de WordPress.

Ajustes › Licencia

Edición, actualizaciones y vinculación a este sitio web.

¿Contacta la suite con el servidor de licencias en cada visita a una página?
No. La comprobación se hace una vez al día en segundo plano; si el servicio falla, el último estado confirmado sigue siendo válido hasta 14 días.

¿Dónde encuentro mi clave de licencia?
En el área de cliente de Schall, junto con la descarga, las plazas de sitios web y las facturas. La clave no se guarda en WordPress al activarla.

Me traslado a un sitio web nuevo: ¿qué hago?
Elija aquí «Desactivar la licencia en este sitio web»; la plaza queda libre y los datos recopilados se conservan. Después, active la licencia en el sitio web nuevo.

Ajustes › Documentación

Este manual en PDF, en once idiomas.

¿En qué idioma aparece el manual?
En el idioma de su perfil de WordPress si el manual existe en él; si no, en inglés. La selección sobre el manual solo cambia el manual, no la interfaz.

¿Cómo guardo o imprimo el manual?
«Descargar PDF» guarda el archivo, que luego se abre en su aplicación de PDF predeterminada. «Abrir en una pestaña nueva» lo muestra a tamaño completo en el navegador, donde también puede imprimirlo.

¿De dónde viene el manual?
Su servidor web carga el manual actual desde schall-ai.de como máximo una vez al día y guarda una copia; no se envían datos personales. Si no se puede acceder a schall-ai.de, se muestra la última copia.

Glosario

Los términos más importantes de la suite y de sus fuentes de datos, explicados brevemente.

Acción	Un cambio en el sitio web, por ejemplo un título nuevo. En la cronología aparece junto a las mediciones; sus propias acciones las registra como nota.
Búsqueda	Las palabras que alguien escribió en Google cuando su página apareció en los resultados.
Canibalización	Dos de sus páginas en el mismo idioma aparecen para la misma búsqueda y se reparten sus impresiones. La suite muestra estos pares en Palabras clave › Canibalización, con un índice de salud.
Clave REST	Una clave de acceso con la que sus propias aplicaciones, como SchallOS, leen los análisis de la suite (capítulo 7).
Clics	Cuántas veces alguien hizo clic en una página de su sitio en los resultados de búsqueda de Google.
Cola	Las tareas que la suite procesa en segundo plano, como la sincronización de datos y las explicaciones de la IA. Estado muestra cómo van.
Cronología	La línea temporal de su sitio con mediciones y acciones. Muestra qué ocurrió y en qué orden, no qué causó qué.
Cuenta de servicio	Una cuenta de Google para programas en lugar de personas. Una de las dos vías para conectar Search Console; allí se añade como usuario con acceso de lectura (capítulo 6).
Declive	Una página recibe como mucho la mitad de los clics de su mes récord de los últimos 16 meses: aparece menos o se clica menos (Páginas › Declive).
Light	La suite sin licencia activa: lo analiza todo, pero limita el trabajo diario de la IA y la cronología visible (capítulo 10).
Dosier de página	La vista detallada de una página: evolución, búsquedas, versiones lingüísticas, enlaces y oportunidades abiertas.
Entrevista	Entre cinco y diez preguntas durante la configuración con las que usted confirma o precisa el perfil del sitio (capítulo 4).
Evento clave	En Google Analytics 4, una acción que cuenta como éxito, por ejemplo un formulario enviado. Antes se llamaba conversión.
Fuente de visitas	La herramienta de la que la suite toma las visitas y los objetivos cumplidos: Independent Analytics, Google Analytics 4 o Matomo. Siempre cuenta exactamente una (capítulo 7).

Google Analytics 4	El servicio de Google para estadísticas de visitantes. La suite lee de él las visitas y los eventos clave con el mismo acceso de Google que Search Console (capítulo 7).
Google Search Console	El servicio gratuito de Google con los datos de búsqueda de su sitio: búsquedas, impresiones, clics y posiciones. La fuente de datos más importante de la suite (capítulo 6).
Impresiones	Cuántas veces se mostró una página en los resultados de búsqueda de Google, tanto si alguien hizo clic como si no.
Independent Analytics	Un plugin de WordPress para contar visitas respetando la privacidad. La suite toma de él las visitas (capítulo 7).
Índice de contenidos	Una lista de los encabezados de una entrada con enlaces de salto. Con [toc] en el texto, la suite lo coloca ahí; la presentación y la inserción automática se ajustan en la pestaña Índice de contenidos de los ajustes. Lo que otros plugins añaden al mostrar la página queda fuera. Allí excluye páginas y entradas concretas en «Sin índice de contenidos»; la página de inicio nunca lo recibe por sí sola.
Intervenciones	Cambios que el asistente propone en el chat, por ejemplo seguir una palabra clave. Solo surten efecto cuando usted los ejecuta; cada intervención queda registrada (capítulo 9).
Matomo	Una estadística de visitantes de código abierto, antes Piwik – como Matomo Cloud, en un servidor propio o como el plugin Matomo for WordPress (capítulo 7).
Mercado lingüístico	Una versión lingüística del sitio que la suite analiza como un mercado propio. Solo en sitios multilingües.
Modo de funcionamiento	Determina qué modelos elige la suite para cada tarea: desde económicos hasta la mejor calidad, o solo locales (capítulo 5).
OAuth	El procedimiento de inicio de sesión de Google. Con él concede a la suite acceso de lectura a Search Console sin entregar ninguna contraseña (capítulo 6).
Objetivo cumplido	Un objetivo alcanzado, por ejemplo un formulario enviado – de Independent Analytics (Pro), de los eventos clave de Google Analytics 4 o de los objetivos de Matomo, contado por página de entrada.
Ollama	Software que ejecuta modelos de lenguaje: en su propio servidor, en su ordenador o como servicio Ollama Cloud.
Oportunidad	Una posibilidad de mejora encontrada con reglas fijas, con pruebas, una valoración trazable, la explicación de la IA y una recomendación (capítulo 8).
Página de entrada	La página en la que empieza una visita. La suite le asigna las visitas y los objetivos cumplidos.

Palabra clave	Un término de búsqueda. La suite revisa a diario las palabras clave seguidas, con su historial; las candidatas son sugerencias a partir de las búsquedas de su sitio. Las propias se añaden en Palabras clave › Seguidas.
Perfil del sitio	La descripción de su sitio web – modelo de negocio, públicos objetivo, oferta, objetivos y mercados – en la que se basan la valoración y la IA (capítulo 4).
Porcentaje de clics	La proporción de impresiones que terminaron en un clic: clics divididos entre impresiones, en porcentaje.
Posición	La clasificación media de una página en los resultados de búsqueda de Google. 1 es el primer resultado; cuanto menor el valor, mejor.
Presupuesto diario	El límite, en caracteres, del texto que se envía cada día a la IA. Al alcanzarlo, el trabajo de la IA se detiene hasta el día siguiente.
Profundidad de clics	A cuántos clics está una página de la página de inicio. Las páginas muy escondidas se encuentran con menos frecuencia.
Propiedad	Un sitio web en Google Search Console, registrado como dominio o como prefijo de URL.
Proveedor de IA	El servicio que ofrece los modelos de lenguaje: Anthropic, OpenAI, DeepSeek u Ollama Cloud con su propia clave de API, Ollama en su servidor o el Local Connector en su ordenador (capítulo 5).
Prueba	Un valor medido con su fuente y su periodo, por ejemplo las impresiones de una página según Search Console. Las oportunidades y las explicaciones de la IA se basan solo en pruebas.
Salud de los enlaces	El estado de los enlaces de su sitio: enlaces a destinos que ya no existen y otros errores que llevan a los visitantes a ninguna parte.
Schall AI Local Connector	Una aplicación para Mac y Windows con la que la suite usa Ollama en su propio ordenador, con cifrado de extremo a extremo y sin abrir puertos (capítulo 5).
Visibilidad	Los clics que cabe esperar de las impresiones de una semana en sus posiciones, calculados con el porcentaje de clics que su sitio suele alcanzar allí. Baja cuando empeoran las posiciones o la demanda.
Visitas	Las visitas a su sitio web según la fuente de visitas activa, contadas una vez por visita. A diferencia de los clics, incluyen todas las vías de acceso al sitio, no solo la búsqueda de Google.

Índice alfabético

Los números de página en cursiva remiten al glosario.

A

Acción 15, 35, 38, 40, *46*
Análisis para el chat 26

B

Búsqueda 6–7, 9, 13–15, 20, 22–23, 25, 28, 30–36, 38, 41, 43, *46*

C

Canibalización 15, 34, 36, *46*
Cargar modelos 8
Chat 22
Cifras de visitantes 11–12, 26
Clave REST 13, *46*
Clics 9, 14–15, 17, 21, 29–30, 32, 34, 36, 40–41, *46*
Cola 15, 27, 29, 42, *46*
Comentar en el chat 22
Compartir credenciales 8
Comprar licencia 23
Comprobar conexión 8, 26
Comprobar licencia ahora 24, 27
Conexiones 9–11, 13, 26
Configuración 6
Crear clave 13
Cronología 13, 15, 17–20, 23, 30, 32, 38–39, 41, *46*
Cuenta de servicio 9, 11, 26, 42, *46*

D

Declive 28, 32–33, *46*
Desactivar la licencia en este sitio web 24
Deshacer 13, 26
Dosier de página 13, 15, 20, 22, 41, *46*

E

Eliminar los datos de esta fuente 13
Entender el sitio web 7
Entrevista 6, 15, 20, 25, 38, 41, *46*
Estado 18, 26–27
Evento clave 11–12, *46*

F

Fuente de visitas 11, 25–26, *46*

G

Google Analytics 4 4, 11, 13, 25–26, 33, 42, *47*
Google Search Console 4, 6, 9, 11, 16, 26, 28, 30, 34–36, 40, 42, *47*
Guardar credenciales de aplicación 9
Guardar cuenta de servicio 9
Guardar y comprobar 12, 26

H

Hoy 6, 14–15, 28

I

Impresiones 9, 14, 28–30, 32, 34, 41, *47*
Independent Analytics 4, 11, 13, 33, 42, *47*
Índice de contenidos 43, *47*
Interfaz para SchallOS 13
Intervenciones 22, 31, *47*
Investigación 13

L

Licencia 5, 27
Light 5, 20, 23–24, 38, *46*

M

Matomo 4, 11–13, 25–26, 33, *47*
Mercado lingüístico 13, 15, 23, 27, 29, 40, *47*
Modo de funcionamiento 8, *47*

O

OAuth 9, *47*
Objetivo cumplido 11–12, *47*
Ollama 4, 6, 8, *47*
Oportunidad 3–4, 13–17, 20–23, 30–33, 41, 43, *47*

P

Página de entrada 11–12, *47*
Páginas 11, 15
Palabra clave 6, 13, 15, 17, 22–23, 34–36, 41, 43, *48*
Perfil del sitio 4, 6–7, 15, 34–35, 41–42, *48*
Porcentaje de clics 15, 29–30, 34, *48*
Posición 15, 19–20, 28–29, 32, 34–35, 38–39, *48*
Preguntas 22
Presupuesto diario 8, 18, 26, 37, 43–44, *48*
Privacidad y datos 8, 25
Profundidad de clics 15, 36, *48*
Propiedad 9–12, 26, *48*
Proveedor de IA 6, 8, 15, 25, 29, 31, 38, 42–43, *48*
Prueba 3, 5, 9, 12, 14, 19, 26, 38, 45, *48*

S

Salud de los enlaces *48*
Schall AI Local Connector 4, 8, 43, *48*
Schall Internal Links AI 13
Serper.dev 4, 13, 17, 20, 34, 43

T

TranslatePress 3–4, 13, 27

U

Usar como fuente 13, 26
Usar propiedad 9

V

Visibilidad 14–15, 22, 30, 34, *48*

Visitas 11–14, 25–26, 29, 33, 42, *48*

Volver a iniciar sesión en Google 26