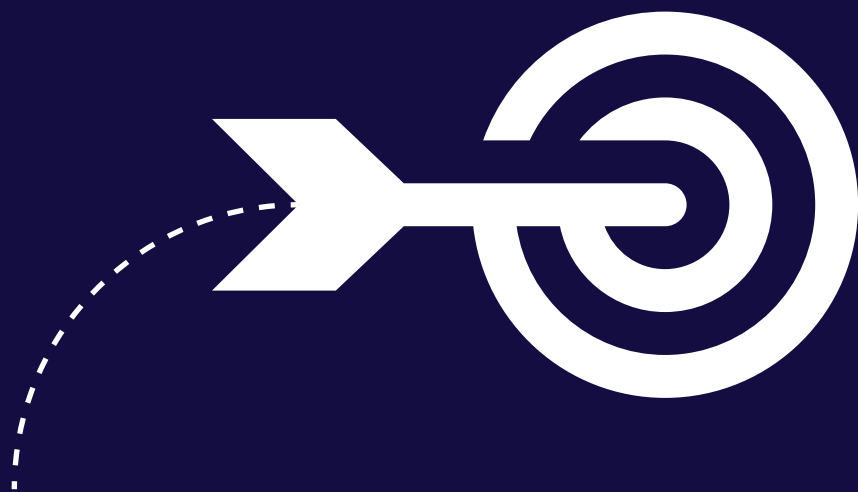




CÓMO DESARROLLAR  
UNA ESTRATEGIA DE

# **PALABRAS CLAVE**

PARA POSICIONAR  
MI PÁGINA





# Introducción

Las personas están buscando información en internet constantemente. Piense en cada vez que usted quiere satisfacer una necesidad y recurre a Google para encontrar alguna respuesta.

En esa disputa de información, las empresas quieren aparecer, al menos, en los tres primeros resultados de búsqueda. Una tarea que supone de varias estrategias que se conoce como SEO (Search Engine Optimization).

En este E-book lo guiaremos para que desarrolle una estrategia de keywords para posicionar su página en los motores de búsqueda.

**Ingrid Zúñiga Enríquez**  
**MBA en Marketing y Comunicación Integrada.**  
**@IngridMarketing**



# Índice

1. ¿Por qué es importante crear una estrategia de palabras clave?
2. Prepare una lista de palabras clave
3. Investigación de palabras clave
4. Escoja las palabras clave más relevantes
5. Evada las palabras genéricas
6. Optimice los factores internos
7. Utilice el listado de palabras clave en la producción de contenido
8. Mantenga el proceso activo



¿Por qué es importante  
crear una estrategia de  
palabras clave?

# ¿Por qué es importante crear una estrategia de palabras clave?

Porque para su negocio es importante ahorrar dinero y llegar, a través de su página web, a la audiencia correcta.

Por lo tanto, debe tomar ventaja sobre su competencia para que su público objetivo lo encuentre rápidamente en los motores de búsqueda, como Google.



A la hora de la verdad, no se trata simplemente de obtener un gran número de clics, se trata de obtener un gran número de clics de la audiencia correcta, pues usted está buscando convertir ese tráfico en Leads.



Prepare una lista de  
palabras clave

# Prepare una lista de palabras clave



Para crear una lista de palabras clave, que usted podrá usar para su campaña en Google Adwords, le daré una guía básica como fuente de inspiración para comenzar:



Escriba palabras clave que describan su empresa/producto/servicio.



Escriba palabras clave que describan lo que contiene su página web.



Si está usando Google Analytics, incluya las palabras que le generan tráfico orgánico.



Piense en cómo un visitante que tiene un problema, que sus productos o servicios resuelven, busca en internet. Ejemplo: “Dolor de diente”



# Investigación de palabras clave

# Investigación de palabras clave



Una de las más importantes estrategias de palabras clave es realizar una investigación:



Escriba una lista de palabras clave que describan la página web de su competencia o de alguna referencia del mercado.



Use aplicaciones gratuitas en internet para obtener ideas sobre palabras clave como [Ubbersuggest.org](http://Ubbersuggest.org) o la herramienta de Google, Keyword Tool.



Realice una pequeña encuesta, entre sus conocidos, para ver cómo ellos buscarían sus productos o servicios.



Escoja las palabras clave  
más relevantes

# Escoja las palabras clave más relevantes



Una vez tenga su lista completa de palabras clave, usted debe escoger las cinco más relevantes, de acuerdo con su investigación, piense en cómo las personas buscan en internet su producto.

**Para las Pymes, la marca o nombre de su empresa NO es una palabra clave.**





# Evada las palabras genéricas

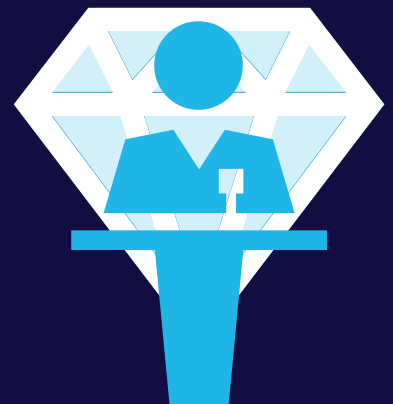


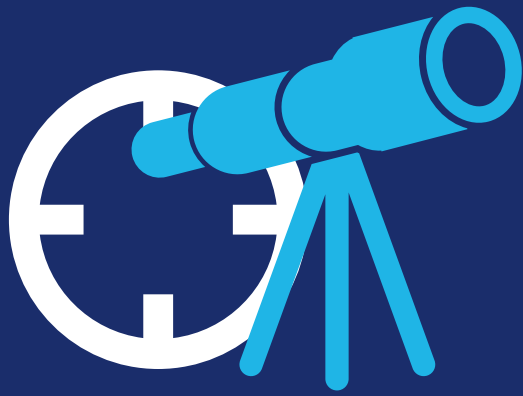
# Evada las palabras genéricas



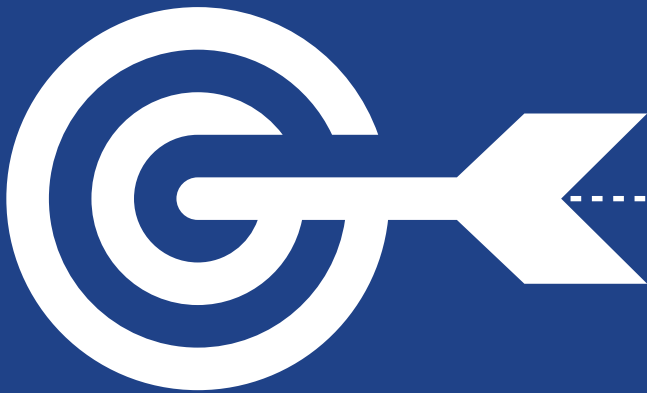
De nada sirve una palabra con un alto volumen de búsqueda y tasa de conversación, si es extremadamente disputada y está fuera del alcance de su empresa.

Hay palabras que ya son ocupadas por sites que están en el mercado hace mucho tiempo y tienen una autoridad imperante en Google.





Las palabras genéricas como “negocio”, “restaurante” tienen mucha competencia en los buscadores. Por lo tanto, si su negocio es una PYME debe escoger frases o palabras más específicas que estén relacionadas con su empresa y que estén basadas en la relevancia y en la dificultad.



Añadir la ciudad es una recomendación, pues muchas personas cuando buscan algún negocio en internet segmentan geográficamente la búsqueda. Por ejemplo: Restaurante italiano Cali; colegios Medellín; fotografía bodas Pasto.





# Optimice los factores internos

# Optimice los factores internos

## Page Title: \_\_\_\_\_

En términos de SEO es uno de los elementos más importantes de la página. Sin embargo, muchas veces su espacio es destinado para el slogan o frases que NO describen bien la página. Procure describir con precisión lo que la página aborda.

El orden de las palabras también importan: las primeras tienen mayor relevancia que las últimas. También la cantidad tiene relevancia: cuanto menos palabras, mayor es la importancia de las mismas.



Se recomienda un máximo de 63 caracteres que es la cantidad que suele aparecer en Google al exhibir los resultados de búsqueda.



## URL: \_\_\_\_\_



Se recomienda que tenga **una descripción en lugar de códigos**; y separar las palabras con guiones. Por ejemplo:  
`http://site.com /nombre-del-post.`

## Imágenes: \_\_\_\_\_

En caso de que su imagen no sea mostrada, hay una opción de configurar en el código HTML un texto sustitutivo.



## Textos sencillos: \_\_\_\_\_

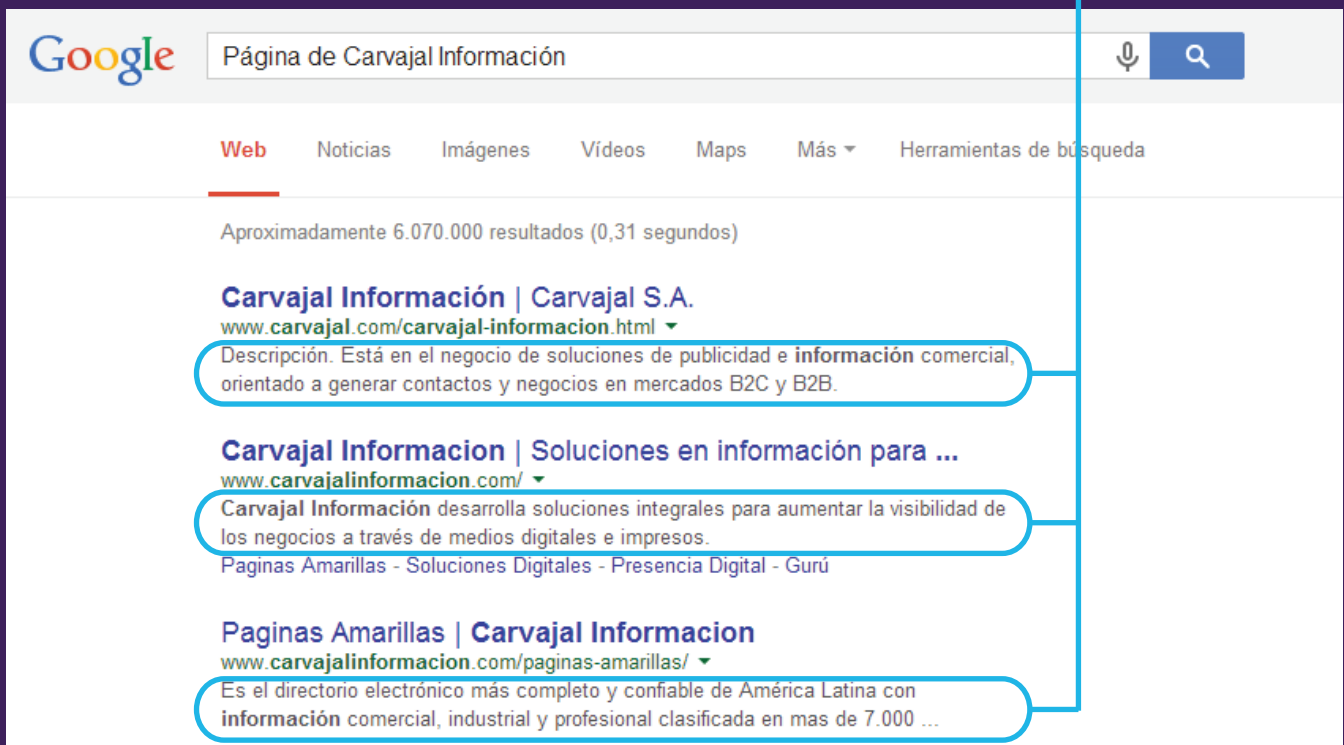


La palabra clave dentro del texto no va a ayudar mucho si los otros ítems no están optimizados. **Se recomienda que la palabra clave aparezca entre tres y cinco veces en el documento para mostrar relevancia.** Más que eso puede pasar como spammer.



## Meta description:

A pesar de que no es un factor de ranking, es aquel fragmento que suele aparecer en la página de resultados y sirve para mostrar al usuario lo que la página aborda y convencerlo de que vale la pena abrir para leer. De esta manera, escribir el Meta Description, con un texto atractivo, puede aumentar la tasa de clics cuando su site aparezca en los resultados.



## Links internos:



Deben ser utilizados con frecuencia con frecuencia en su página web.

Los links internos son una forma de mostrarle a Google la relación entre un tema y una página.



Intente ser descriptivo utilizando las palabras clave de la página a ser vinculada y evite los “click aquí”.



Utilice el listado de  
palabras clave en la  
producción de contenido

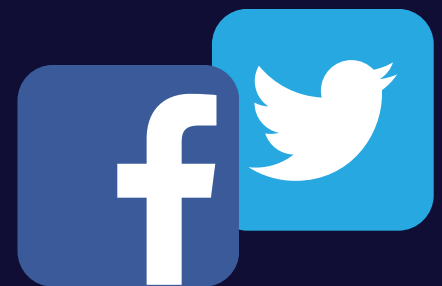
# Utilice el listado de palabras clave en la producción de contenido

La producción de contenido en su página web o blog puede aumentar considerablemente el espectro de palabras por las cuales su empresa lucha. Cada post tiene condición de apuntar a uno de los términos de la lista.



Si su empresa produce ese tipo de contenido, teniendo como punto de partida una lista de palabras con mayor potencial, las oportunidades de obtener mejores resultados, aumentan considerablemente.

Producir contenidos de calidad y de forma consistente es la manera más efectiva de recibir links externos y garantizar que sus páginas sean compartidas en las redes sociales.



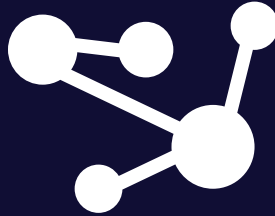


Tenga en cuenta que la mayoría de las páginas web sólo colocan hipervínculos de otras páginas sólo cuando encuentran algo que es realmente muy interesante, curioso, resuelve algún problema y trae información relevante.

Recuerde que lo importante es producir contenidos que agreguen valor y no artículos que auto-promocionen la empresa. Piense en el lenguaje que usan sus clientes para describir sus productos o su negocio y aplíquelos en la construcción de frases de su post.

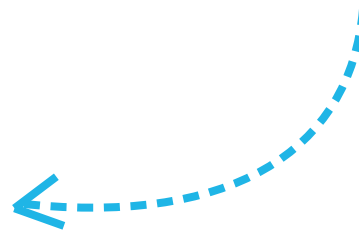


Escribir un blog es un excelente camino para generar más tráfico proveniente de búsquedas orgánicas, ya que cada post es una página más disputando una nueva palabra clave y el contenido, sin duda, atrae más links.



No obstante, un blog no es el único canal. Los [e-books](#), las [infografías](#) y los [videos](#), por ejemplo, también ayudan a aumentar que los posts sean compartidos en las redes sociales.

Si desea profundizar en este tema, descargue nuestro e-book sobre Marketing de contenidos.





Mantenga el proceso activo

# Mantenga el proceso activo



El panel de palabras clave debe ser tratado como algo dinámico. Su empresa va ganando autoridad a lo largo del tiempo y siempre surgen palabras nuevas para adherir a la listas. Para esto, es necesario estar al tanto de los niveles de dificultad que su empresa logra superar y siempre debe volver para re-trabajar las prioridades de la lista.

¡Empiece a trabajar y obtenga buenos resultados!



En Carvajal Información le brindamos la asesoría y el acompañamiento que su negocio necesita para conseguir contactos efectivos de negocio.

Estrategias de tráfico web

Soluciones web

Presencia en principales medios de consulta nacionales

e-commerce

**SOLICITE UNA ASESORÍA  
GRATUITA**





# ¡Gracias por Descargar nuestro ebook!



Ahora lo invitamos a suscribirse a  
nuestro blog para recibir el mejor  
contenido de Marketing Digital



**suscribirse a  
blog.carvajalinformacion.com**

