



Estrategia de Visibilidad Web: Palabras Clave

Cristhian Eder Alavez Barrita

MÉ
X
I
C
O

500

UNAM

- Palabras clave
- Importancia
- Atributos
- Investigación
- Proceso reducido
- Herramientas de apoyo

En SEO, las palabras clave son las frases o palabras que los usuarios escriben en los motores de búsqueda para encontrar los contenidos, productos o servicios que se ofrecen en un sitio web.

Importancia de las palabras clave

- Toda la estrategia de SEO surge de la base de una sólida investigación de palabras clave.
- Es difícil escribir contenido relevante si se desconocen las frases que la gente usará para encontrarlo, o las frases que Google asocia con el contenido.
- Es necesario saber qué frases se deben optimizar para cada página.

Atributos de las palabras clave

- **Relevancia**
 - La palabra clave debe describir los productos y servicios.
 - Tratar de comprender las intenciones de búsqueda de la palabra clave.
 - Ponerse en lugar del público objetivo.
- **Volumen de búsqueda**
 - Indica la cantidad de veces que una palabra clave es utilizada en el motor de búsqueda.
 - Considera la ubicación geográfica.
 - Las palabras genéricas poseen más volumen de búsqueda pero intención más ambigua.
 - Las palabras más específicas poseen menos volumen de búsqueda pero mayor relevancia.
- **Competencia**
 - Existen más sitios web en línea.
 - Es importante ver aquellos sitios que ya se encuentran posicionados.

Investigación de palabras clave

- Es parte fundamental de toda estrategia de visibilidad.
- Es el proceso de identificar los términos de búsqueda que utilizan los usuarios para buscar contenidos, productos o servicios.
- Podemos conocer el volumen de búsqueda y la competencia existente.
- Puede ayudarnos a desarrollar nuevos productos y servicios.
- Es útil conocer las tendencias de búsqueda.
- Cada profesional o entidad debe desarrollar su propio proceso.

1. Generar un listado priorizado de los contenidos del sitio.
2. Comenzar con una lluvia de ideas de palabras clave por cada contenido.
3. Explorar la página de resultados de búsqueda (SERP) para obtener más ideas.
4. Realizar un análisis de la competencia.
5. Analizar el volumen de búsquedas.
6. Seleccionar la(s) palabra(s) clave para cada contenido.
7. Seleccionar sinónimos y palabras estrechamente relacionadas.
8. Realizar la distribución.

- SEOquake
 - firefox: <https://addons.mozilla.org/es/firefox/addon/seoquake-seo-extension/>
 - chrome: <https://chrome.google.com/webstore/detail/seoquake/akdgnmcogleenhbclghghlkkdndkjdc?hl=es>
- Moz keyword explorer: <https://analytics.moz.com/pro/keyword-explorer/>
- Ubersuggest: <https://neilpatel.com/ubersuggest/>
- Google trends: <https://trends.google.com.mx/trends/?geo=MX>