

Curso SEO: Cómo Alcanzar la Cresta de Google

Cómo Optimizar tu Contenido si no eres un Experto en SEO

Optimizar el contenido de tu blog es un elemento fundamental para garantizar el éxito de estrategia de marketing de contenidos y para generar tráfico desde los motores de búsqueda.

No obstante, esta no es una tarea fácil para aquellos que no somos unos expertos en SEO. Además, con las últimas actualizaciones de Google todo lo referente al SEO y a la construcción de enlaces se ha complicado.

Tras Google Panda y Pingüino se ha evidenciado que a partir de ahora el SEO y el contenido deben formar parte de una misma estrategia. Las técnicas de generación de enlaces de baja calidad están siendo fuertemente castigadas por Google.

Dicho esto, vamos a hablar de cómo puedes optimizar tu contenido sin necesidad de que seas un maestro del SEO.

Palabras Clave

El objetivo del SEO es conseguir que tu contenido se muestre más “amigable” a los motores de búsqueda para que estos los posicionen mejor.

Una manera de conseguir esto es seleccionando las palabras clave adecuadas. Las palabras clave es la forma que tiene tu audiencia de referirse a sus problemas cuando realiza una búsqueda en Google.

Tu objetivo es utilizar aquellas palabras clave que te permitan alcanzar la primera página de Google y que tengan un nivel de búsquedas considerable.

Las palabras clave más genéricas tienen un nivel de búsquedas mensuales inmenso, pero si tratas posicionarte para esas palabras probablemente no lo logres nunca ya que las primeras posiciones estarán en manos de sitios web grandes y muy consolidados.

Por tanto céntrate en palabras clave más modestas por lo que se refiere al nivel de tráfico pero que consideres que tienes capacidad para alcanzar la primera página.

Para realizar esta tarea tienes la [herramienta de palabras clave de Google Adwords](#). Escribe una palabra que consideres relevante para tu contenido y la página te sugerirá una serie de palabras clave relacionadas con la que has escrito.

Para cada palabra clave te ofrecerá un conjunto de datos. Céntrate en el volumen de tráfico mensual y en la competencia. Si la competencia es elevada mejor no lo intentes a no ser que tengas un sitio web muy consolidado.

Para competencia media y baja busca una palabra con un nivel de tráfico aceptable. Para asegurarte de que la competencia no es elevada comprueba los resultados de la primera página de Google. El plugin para Mozilla [SEOquake](#) puede facilitarte esta tarea.

Una vez hayas seleccionado tu palabra clave asegúrate de incorporarla en los siguientes elementos para que tu contenido esté bien optimizado:

- El título de tu contenido
- La primera frase del contenido
- En algún encabezado
- En la URL de la página
- En la descripción
- En la etiqueta ALT de las imágenes

Intenta utilizar tu palabra clave al menos tres o cuatro veces en tu artículo para que los motores de búsqueda puedan identificarla más fácilmente.

SEO Yoast

Si estás utilizando WordPress (te lo recomiendo) instala el plugin [SEO Yoast](#). Este plugin te facilitará todo el trabajo de optimización de tu contenido mostrándote que requisitos cumples y cuáles no.

A parte de los elementos citados anteriormente, este plugin incluye otros factores importantes como pueden ser la extensión del artículo o la existencia de enlaces externos.

Por último decir que existen otros elementos importantes para posicionar tu contenido arriba en los motores de búsqueda. No obstante, si aplicas lo que te he explicado en este artículo y creas contenido de calidad con frecuencia, los resultados acabarán llegando.

3 Técnicas de Link Building para no “enfadar” a Google

Que el link building sea un tema que constantemente genere debate por algo será.

Y es que a pesar de todas las actualizaciones que Google ha introducido en los últimos tiempos para perseguir aquellas estrategias llamadas “Black Hat”, el link building sigue siendo una necesidad para todo aquel que quiera posicionarse en los buscadores y conseguir visibilidad.

Google está apostando fuerte por los enlaces de calidad y castigando todas las técnicas que permiten conseguir enlaces a través del spam.

Lo que esto significa para ti es que a partir de ahora el link building va a ser una tarea más complicada y costosa que como lo era hace unos años.

No tengas miedo a Google

Muchos bloggers han visto en los últimos meses cómo empeoraba el posicionamiento de su sitio web y por lo tanto han experimentado un descenso en el tráfico procedente desde los buscadores.

Esto ha provocado que muchos de ellos tengan miedo de seguir trabajando en la creación de enlaces y hayan decidido abandonar por completo su estrategia de link building.

Ese es un error que tú no puedes permitirte en ningún caso, ya que a pesar de todo, los enlaces continúan siendo el factor más determinante a la hora de determinar el posicionamiento de una página.

Puede que la influencia de otros factores como las redes sociales haya crecido, pero nunca nada comparado con los enlaces, así que si quieres visibilidad para tu sitio web ya sabes, tienes que empezar a pensar en tu estrategia de link building.

A continuación te muestro tres técnicas que puedes implementar para generar enlaces de calidad que seguro van a ser bien vistos por parte de Google.

#1: Invierte en marketing de contenidos

He hablado en múltiples ocasiones de la importancia del marketing de contenidos para hacer crecer tu negocio en Internet.

Con el marketing de contenidos puedes posicionarte como experto en tu nicho de mercado, promocionar tu marca personal, conseguir nuevos suscriptores y clientes, y además generar enlaces de calidad y de forma natural.

Ofrecer contenido de calidad es necesario para obtener el máximo provecho de tu estrategia de link building.

Es importante que te quede claro que sin contenido de calidad va a resultarte extremadamente difícil conseguir que otros sitios web te enlacen.

Por lo tanto, trabaja en crear contenido de alta calidad y publica de forma frecuente en tu blog.

#2: Construye relaciones con otros bloggers

Construir un círculo de amistades con otros bloggers es fundamental para poder prosperar en un entorno tan competitivo como es Internet.

Esfuézate por llamar la atención de los líderes de tu nicho de mercado.

Posiblemente vas a tener que ofrecer mucho para que empiecen a tenerte en cuenta, pero créeme, una vez lo hagan lo vas a notar mucho.

Es importante que no te limites a relacionarte con unos pocos bloggers, sino que intentes ir añadiendo más gente a tu círculo de colaboradores.

De este modo, siempre que publiques un artículo en tu blog podrás recurrir a estas amistades para que lo compartan en sus perfiles sociales y porque no, que lo enlacen desde su blog.

Como te he dicho en el punto anterior, si tu contenido no merece la pena estás perdido. Nadie va a tomarse la molestia de compartir tus posts.

#3: Colabora con blogs relevantes

En los últimos tiempos el “guest blogging” se ha convertido en una de las técnicas más utilizadas para generar enlaces, ya que permitía conseguir enlaces desde blogs importantes y además generar tráfico.

El problema es que eran tanto su potencial que al final se ha terminado por abusar hasta convertirse en algunos casos en una técnica “spam” para conseguir enlaces a base de publicar contenido de muy baja calidad.

En este sentido Google está empezando a tomar medidas y a quitarle peso a los enlaces procedentes de este tipo de artículos.

Sin embargo, escribir para otros blogs sigue siendo una excelente forma de conseguir enlaces de calidad si sabes cómo hacerlo correctamente.

Mi recomendación es que no escribas un único post para una gran cantidad de blogs. En lugar de eso, intenta identificar unos pocos blogs realmente consolidados y con una audiencia interesada en lo que tú ofreces, y publica en esos blogs periódicamente.

De este modo no sólo conseguirás enlaces, sino que además te integrarás en la comunidad de lectores de ese blog y muchos de ellos se interesarán por lo que ofreces en tu blog.

Otro elemento importante que tienes que tener en cuenta, es que Google le está quitando peso a los enlaces que aparecen en la biografía del autor que se suele incluir al final de un post de invitado.

Procura insertar el enlace hacia tu blog en el contenido, y a ser posible lo más arriba posible del artículo.

Conclusión

Los motores de búsqueda son la mejor forma de conseguir visibilidad para tu negocio en Internet, y el link building es la forma más eficaz de mejorar tu posicionamiento.

Por lo tanto, céntrate en aplicar técnicas seguras para construir tus enlaces y olvídate por completo de cualquier otro método que pueda dañar el posicionamiento de tu sitio web.

5 Errores de Link Building que No Puedes Permitirte Cometer

Las actualizaciones que Google ha llevado a cabo en los últimos meses han provocado un verdadero giro en la forma de conseguir enlaces, y en general, en todo lo referente a la optimización para los motores de búsqueda.

Muchas de las técnicas para conseguir enlaces que se utilizaban anteriormente y que permitían generar una gran cantidad de enlaces (con un efecto muy positivo en el posicionamiento), están siendo penalizadas por Google y los sitios web que las utilizaban están perdiendo prácticamente la totalidad del tráfico orgánico que recibían.

En este post te voy a mostrar 5 errores que mucha gente comete y que actualmente pueden tener unos efectos muy negativos para tu sitio web, por lo que deberías evitar cometerlos.

#1: No diversificar el anchor text

Google está poniendo muchos esfuerzos en penalizar a aquellos sitios web cuyos enlaces son sospechosos de no haberse conseguido de una forma “natural”. Uno de los motivos para que aparezca esta sospecha es crear enlaces utilizando siempre el mismo anchor text.

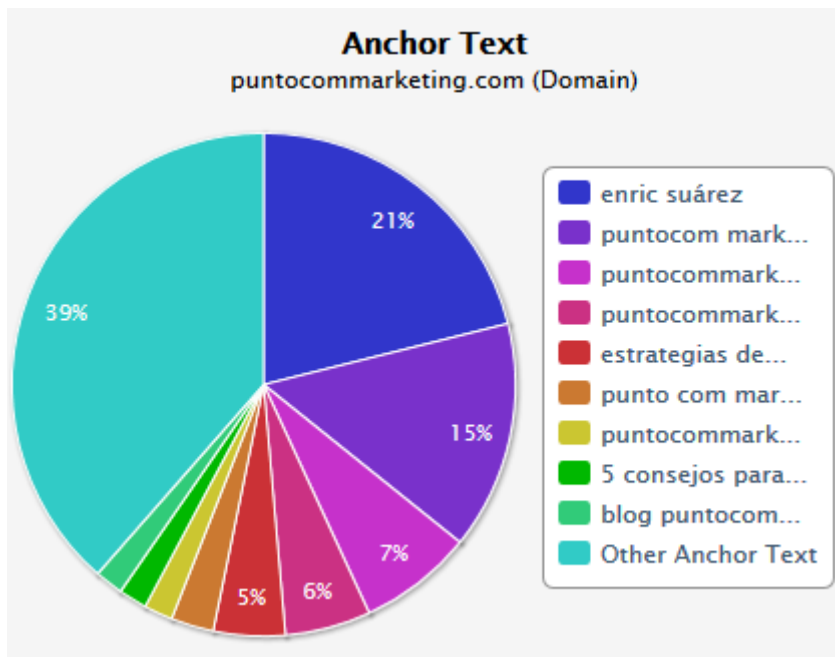
Por lo tanto, debes tratar de diversificar el máximo posible tu anchor text. Utiliza variaciones de tus palabras clave principales, utiliza tu nombre de marca y también expresiones del tipo “Clic aquí” o “Para saber más”.

#2: Pocos enlaces con tu nombre de marca

Enlazar a tu página web utilizando su nombre es sin duda una de las formas más lógicas de hacerlo y así lo considera Google.

De este modo, un porcentaje considerable de tus enlaces deberían ser variaciones de tu nombre de marca. Por ejemplo, para el caso de este blog algunas de las variaciones podrían ser “PuntoCom Marketing”, “Puntocommarketing” o “puntocommarketing.com”. También tu nombre personal es otra frase que debería aparecer con frecuencia en tus enlaces.

Aquí te muestro la distribución de los enlaces de mi sitio web:



#3: Poca influencia en las redes sociales

Las redes sociales son actualmente un factor que Google está teniendo mucho en cuenta para determinar si un artículo es relevante o no lo es, y por lo tanto, para determinar cuál debe ser su posicionamiento.

Publica contenido de calidad que capte la atención de tus lectores y consiga que estos lo compartan en las redes sociales. Incluye siempre en tus posts botones para que compartir tu contenido sea más sencillo.

#4: Comprar enlaces

Estoy de acuerdo en que comprar enlaces cuidadosamente, sin hacerlo de forma masiva y analizando en que sitios web van a ser creados es una técnica que puede traer buenos resultados.

No obstante, el tráfico que puedes recibir desde esos enlaces normalmente será de baja calidad, y sobretodo, corres el riesgo de ser penalizado por Google.

Por tanto, mi opinión es que invertir dinero en comprar enlaces no es en ningún caso una buena elección. Sin duda es más recomendable invertir tu dinero en otras estrategias que pueden ser más beneficiosas para tu sitio web, como por ejemplo el marketing de contenidos.

#5: Intercambio de enlaces

Ofrecer un enlace a cambio de otro es una estrategia que puede parecer legítima, pero en ningún caso lo es.

Esta acción toma especial relevancia cuando se hace de forma masiva. En este caso, realmente corres el riesgo de ser penalizado y perder tu posicionamiento en los motores de búsqueda.

Conclusión

Google está persiguiendo y castigando a todas aquellas páginas web que utilizan estrategias poco éticas para conseguir enlaces.

Para que esto no te suceda a ti, evita cometer cualquiera de los 5 errores que te he comentado anteriormente y centra tus esfuerzos en crear contenido de calidad que sea compartido por tus lectores y que genere enlaces de forma natural.

Las 3 Mejores Herramientas de Medición y Análisis SEO

La mejora del posicionamiento de tu web o blog pasa por conocer si tus estrategias SEO funcionan. De nada sirve por ejemplo promover tu web por las redes sociales si luego no “lees” los resultados obtenidos para analizar lo que estás haciendo mal y lo que puedes hacer mejor. Por eso es vital manejar herramientas de medición y análisis SEO que puedan ofrecerte los datos que necesitas para sacar tus propias conclusiones.

Aquí te muestro una lista de las 3 mejores herramientas SEO en cuanto a su facilidad de uso y a la precisión en los resultados que ofrecen. Todas cuentan con servicios de pago para obtener informes más completos y funcionalidades más complejas, pero verás que sus versiones gratuitas no tienen nada que envidiar a otras herramientas profesionales de pago.

Google Analytics

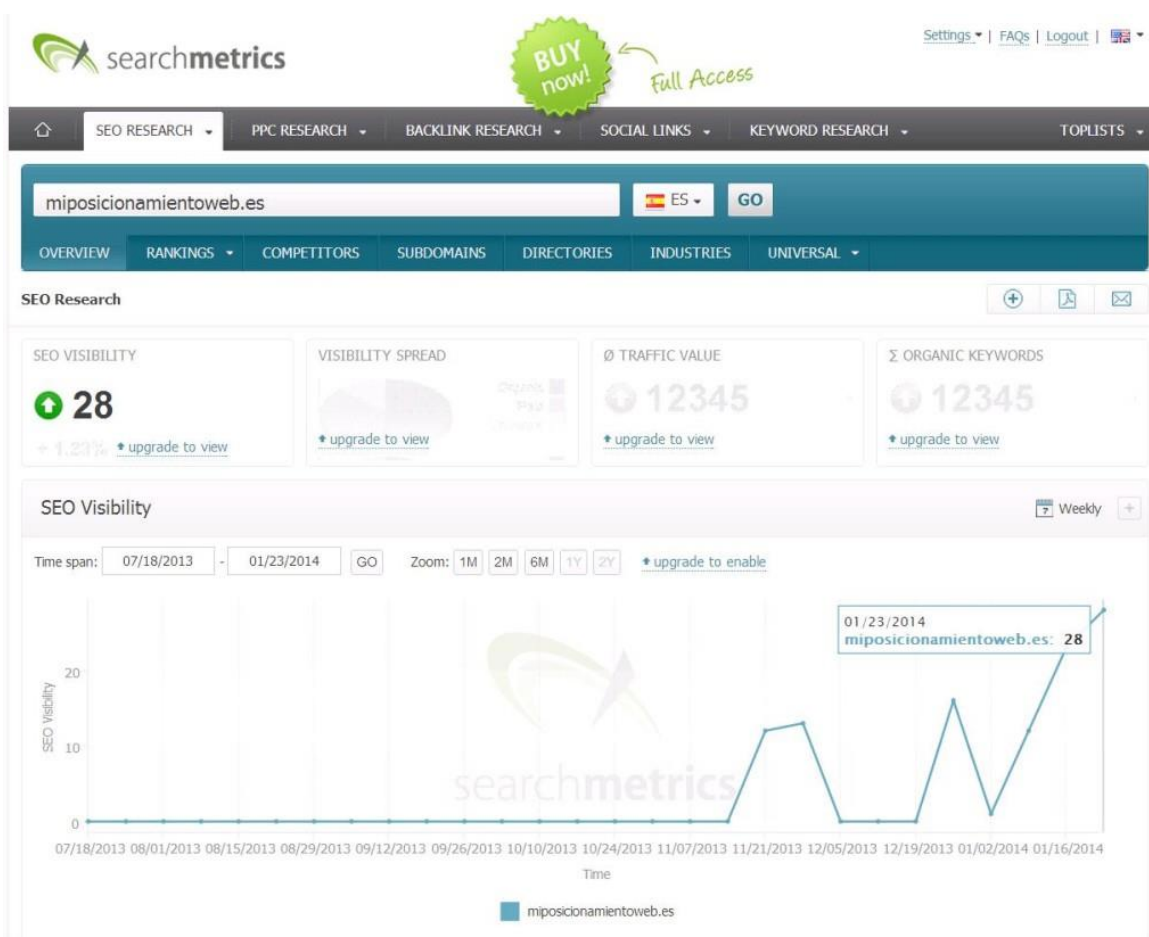
Es “LA herramienta” por definición. No es de extrañar que si buscas el mejor posicionamiento web en Google, sea [Google Analytics](#) una de las mejores herramientas para medir y analizar tu tráfico web entre otras muchas cosas.



No exagero si te digo que con Google Analytics lo puedes medir casi todo: ventas y conversiones (visitas que acaban en venta), de qué redes sociales proceden las visitas, qué páginas ven, en qué zonas es más rentable la publicidad para que hagan *click* sobre ella, quién está visitando tu web en tiempo real, etc. Sólo tienes que crearte una cuenta gratuita y agregar a tu web un código HTML que ellos mismos te dan. Así de sencillo.

Searchmetrics

Fuera del “entorno” Google, [searchmetrics](#) es para mí la mejor herramienta que existe para analizar infinidad de aspectos de tu web: nichos de mercado, detalles de tu posicionamiento web, enlaces entrantes y salientes, palabras clave por países y mucho más.



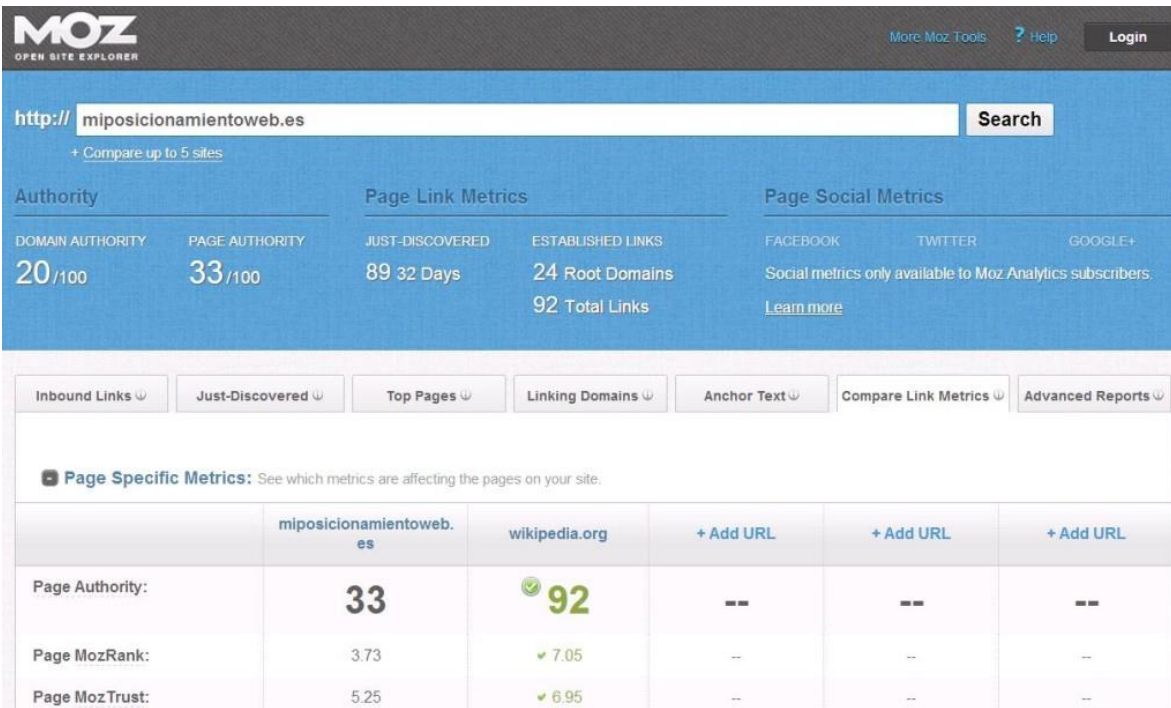
Aunque cuenta con servicio de pago, puedes acceder a muchos de los análisis registrándote gratis en la web de searchmetrics. La web “original” viene en alemán, pero verás que se puede cambiar a otros idiomas como al inglés. Una vez dentro basta con que escanees el dominio de tu web o blog y podrás navegar por los distintos informes de visibilidad SEO, enlaces entrantes, palabras clave, etc. Concretamente, para la búsqueda de nichos y palabras clave en las que enfocar tu web o negocio, verás que se trata de una herramienta imprescindible.

Moz

Otra gran opción a tener en cuenta para analizar el SEO de tu web. También tiene un servicio de pago, pero las herramientas gratuitas que ofrece la gente de [Moz](#) ya son muy buenas. Cabría destacar 2 de ellas:

1. Open Site Explorer

Con [opensiteexplorer](#) puedes obtener un informe muy detallado del [linkbuilding de tu web](#), la repercusión o “autoridad” de los dominios y páginas que te enlazan, etc.



The screenshot displays the Moz Open Site Explorer interface. At the top, the URL 'http:// miposicionamientoweb.es' is entered in the search bar. Below the search bar, the interface is divided into three main sections: Authority, Page Link Metrics, and Page Social Metrics.

Authority		Page Link Metrics		Page Social Metrics		
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS	FACEBOOK	TWITTER	GOOGLE+
20 /100	33 /100	89 32 Days	24 Root Domains 92 Total Links	Social metrics only available to Moz Analytics subscribers. Learn more		

Below these sections, there are several filter tabs: Inbound Links, Just-Discovered, Top Pages, Linking Domains, Anchor Text, Compare Link Metrics, and Advanced Reports. A section titled 'Page Specific Metrics' is visible, with a sub-header 'See which metrics are affecting the pages on your site.'

	miposicionamientoweb.es	wikipedia.org	+ Add URL	+ Add URL	+ Add URL
Page Authority:	33	92	--	--	--
Page MozRank:	3.73	7.05	--	--	--
Page MozTrust:	5.25	6.95	--	--	--

2. MozBar

Se trata de una extensión o aplicación que puedes instalar en tu propio navegador (Firefox o Chrome). [MozBar](#) te permite ver detalles SEO de la página que estés visitando en ese momento o en los resultados de búsqueda de Google. De esta forma puedes comparar muchos datos de tu web con los de otras web, como por ejemplo las de tus competidores, claro.

The screenshot shows the Moz Page Analysis interface for the URL <http://miposicionamientoweb.es/>. The page features a logo with a hot air balloon and the text "Mi Posicionamiento Web". The MozBar at the top shows metrics: Page Authority (PA) 33, MozRank (mR) 3.73, and 92 links. The Root Domain metrics are DA 20, Access more link metrics with PRO.

The Page Analysis panel on the right shows the following Link Metrics table:

	URL	Subdomain
Page Authority (PA)	33	miposicionamientoweb.es
MozRank (mR)	3.73	
MozTrust (mT)	-	
Total Links	92	
External Followed Links	49	
Domain Authority (DA)	--	
Domain MozRank (DmR)	3.19	
Domain MozTrust (DmT)	-	
Total Links	-	
External Followed Links	-	

At the bottom of the panel, there are options to "Hide MozBar" and "Hide SERP Overlay".

En definitiva, con estas 3 herramientas ya no tienes excusa para no saber todo lo que está pasando en tu web: si funcionan tus campañas de marketing, si tus artículos reciben las visitas esperadas o si te enlazan webs de gran autoridad que puedan mejorar tu posicionamiento. Porque tan importante es ejecutar tu estrategia SEO como analizar sus puntos fuertes y débiles.

¿Y Ahora Qué?

Este curso ha llegado ya a su fin.

Espero que la información que te he dado te sea de ayuda para empezar a construir tu lista de suscriptores o, si ya lo estás haciendo, para mejorar tus conversiones y aumentar el número de nuevos suscriptores día tras día. Recuerda que tu lista es el mayor activo del que dispones.

A partir de ahora, te mandaré una notificación a tu correo electrónico cada vez que publique un nuevo post en mi blog, además de contenido exclusivo para mis suscriptores.