

Cómo hacer un buen análisis de palabras clave para posicionar tu negocio



Financiado por:



Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a organizaciones y profesionales a adaptarse al entorno digital para ser más productivos y eficientes.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

Qué vamos a ver

1. ¿Para qué un estudio de palabras clave?
2. Tipología de palabras clave
3. Planificación del análisis
4. Herramientas imprescindibles

¿Para qué un estudio de palabras clave?

Para saber cómo te buscan

Descubrirás **cómo el usuario llega** a tu marca, tus productos y/o servicios; en lugar de basarte en lo que crees que está buscando

Para decidir qué términos usar

Tendrás una **visión más completa** sobre qué palabras clave debes añadir a tu sitio web, o con cuáles deberías generar contenidos en tu blog

Para conocer tu competencia

Sabrás **contra quién compites** en el terreno digital,
lo que te permitirá diseñar y poner en marcha
estrategias más concretas y eficientes

Para descubrir tendencias

Identificarás **ciclos de búsqueda** alrededor de ciertas palabras clave, pudiendo planificar campañas específicas que le saquen partido

Tipología de palabras clave

Tipología de palabras clave

1. Por tamaño o longitud

2. Por intención de búsqueda

3. Por utilidad estratégica

Por tamaño o longitud

Short tail

Muy genéricas

Volumen de búsquedas alto

Competencia alta

Conversión baja

Middle tail

Algo concretas

Volumen de búsquedas medio

Competencia media

Conversión media

Long tail

Más concretas

Volumen de búsquedas bajo

Competencia baja

Conversión alta

Por tamaño o longitud

Short tail

Zapatillas

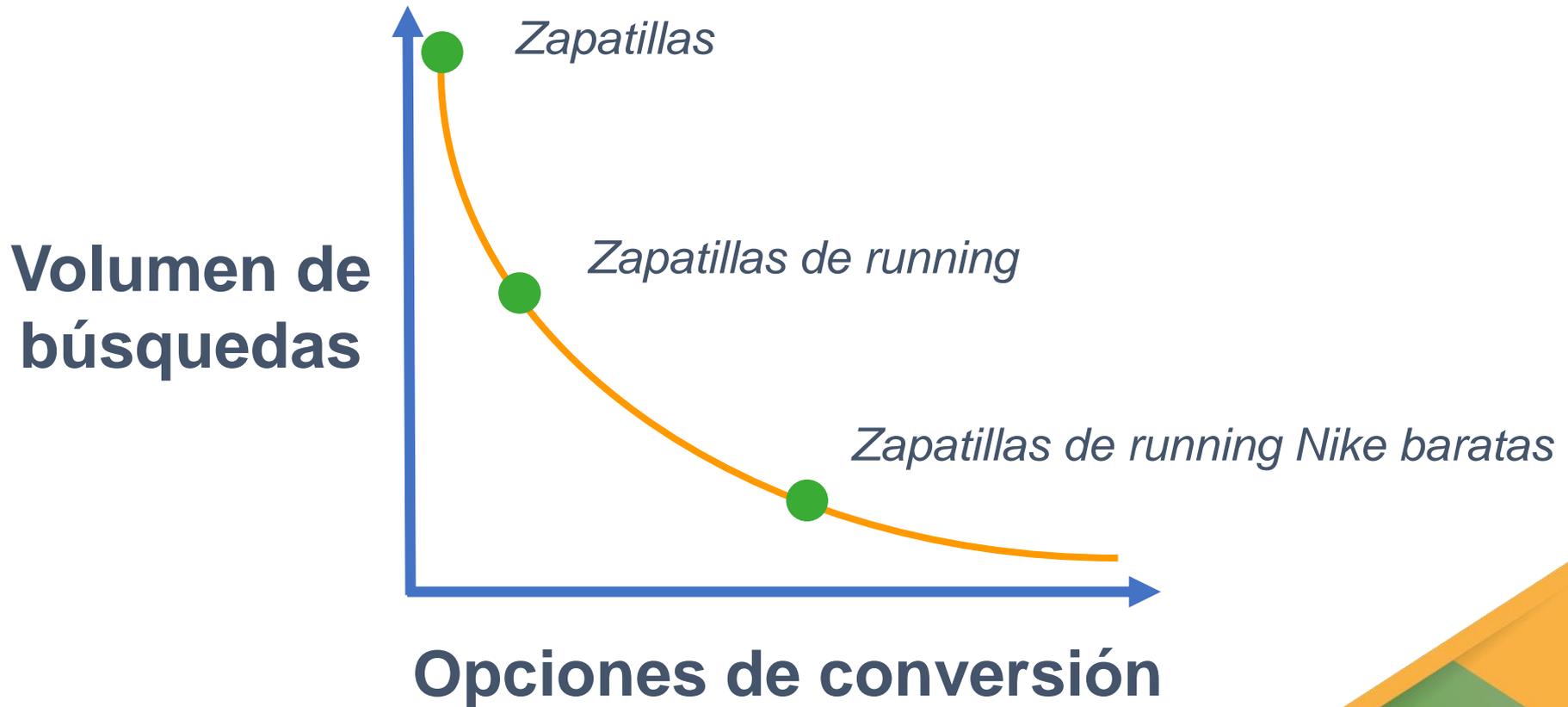
Middle tail

*Zapatillas de
running*

Long tail

*Zapatillas de
running Nike
baratas*

Por tamaño o longitud



Por intención de búsqueda

Informacionales

Búsquedas con finalidad informativa

Transaccionales

Búsquedas con objetivo de conversión

Geoposicionadas

Búsquedas con un componente local

Por intención de búsqueda

Informacionales

Mejores zapatillas para running

Transaccionales

Comprar zapatillas de running

Geoposicionadas

Zapatillas de running baratas en Sevilla

Por utilidad estratégica

Marca / Producto



Búsqueda general o específica por marca y/o producto o servicio

Descriptivas



Búsqueda por atributos de uso sin especificar marca o producto

Por utilidad estratégica

Marca / Producto



*Zapatillas de running Nike
Pegasus*

Descriptivas



*Zapatillas para correr por
ciudad*

Planificación del análisis

Estudio sobre el negocio

1

Estudia tu negocio y tu sitio web y decide qué tipo de búsquedas principales y secundarias quieres atraer

Estudio sobre el negocio

1

- ¿Dónde vas a usar las palabras clave?
- ¿Cómo busca el usuario lo que ofreces?
- ¿Qué objetivos de SEO/publicidad tienes?
- ¿Cómo se estructuran tus productos/servicios?
- ¿Qué grado de alcance buscas con tu estrategia?

Listado inicial de palabras clave

2

Crea un listado inicial de palabras clave incluyendo tanto términos generales como específicos (relativos a productos/servicios)

Listado inicial de palabras clave

2

- Empieza por un brainstorming
- ¿Cómo harías tú esa búsqueda?
- Consulta lo mismo a otras personas
- Incluye sinónimos y términos relacionados
- Intenta llegar al menos a unas diez o quince

Jerarquización del listado

3

Completa y ordena ese listado atendiendo a la longitud de las palabras clave y crea diferentes grupos por intención o utilidad

Jerarquización del listado

3

Zapatillas de running

Mejores zapatillas de running

... en 2021

... Nike

... para mujer

... para correr en ciudad

... por menos de 30 €

Comprar zapatillas de running

... Adidas

... Decathlon

... en Sevilla

... baratas

... para hombre

Utilización de herramientas

4

Comprueba el volumen de búsquedas, competencia, estacionalidad y coste de las palabras clave en tu lista

Selección final de términos

5

Depura el listado tras analizar los datos obtenidos y selecciona las palabras clave principales y secundarias para tu estrategia

Herramientas imprescindibles

Herramientas útiles



Enlaces de utilidad

Keyword Research: cómo hacer análisis de palabras clave like a PRO

nuriacamaras.com/como-hacer-keyword-research

Tipos de Keywords en SEO

albertofdez.com/blog/estudio-de-keywords/tipos-keywords-seo

Investigación y análisis de keywords en una agencia de marketing

semrush.com/blog/investigacion-analisis-de-keywords

Usar el Planificador de palabras clave

support.google.com/google-ads/answer/7337243

Las 20 mejores herramientas SEO para palabras clave

aulacm.com/mejores-herramientas-seo-buscar-palabras-clave

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Coraboran:



Financiado por:



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades



CEA

Confederación de
Empresarios de Andalucía