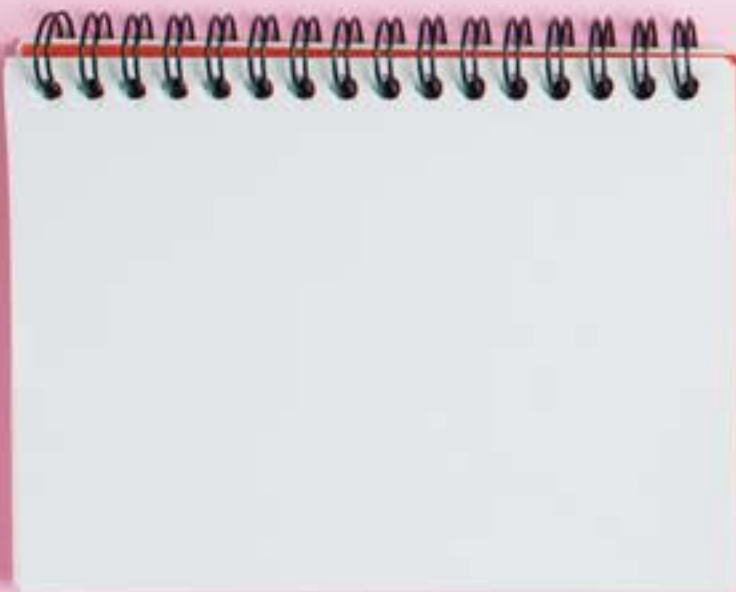




BTODigital  
www.btodigital.com

# Manual para escribir contenidos bien posicionados: 6 claves para mejorar el SEO





En la maquinaria del [Inbound Marketing](#), el contenido es el combustible que permite que todo funcione y avance. Escribir buenos contenidos para web tiene su ciencia, no basta con tener una buena idea o “escribir bien”, hace falta conocer qué pasa detrás del proceso: **qué hace que un contenido sea de los primeros resultados en los motores de búsqueda.**

Uno de los primeros pasos para posicionar bien un contenido en Google es conocer bien tus palabras claves.

## Cómo encontrar una palabra clave o keyword

La palabra clave o *keyword* juega un rol muy importante dentro de los contenidos, ya que es el ancla que permitirá que todo el texto sea más visible. Encontrar la palabra clave ideal dentro de tu texto requiere que conozcas muy bien a tu Buyer Persona y que sepas lo que esperan de tu marca, qué soluciones esperan encontrar en tu sitio. De igual forma, es importante que realices el **Keyword Research o búsqueda de palabra clave** para saber bien cómo proceder.

A la hora de elegir la palabra o frase clave de tu contenido es importante que analices qué soluciones estás brindando, por qué esa pieza es positiva para tus lectores y que tenga una relación con tu marca y el servicio que ofreces.

Existen herramientas que te ayudan a elegir la mejor palabra clave para tu texto. Una es [SemRush](#) y otra muy útil (y gratuita) es [UberSuggest](#).



## ¿Cómo funciona?

Introduces la palabra clave de tu texto y el lugar de tu negocio. La herramienta te arrojará el ranking de esa palabra, acompañado por frases que la utilizan así como los artículos más populares que la utilizan, el costo por clic y el volumen de búsquedas. Otra característica muy positiva de estas herramientas es que también arrojan ideas de contenido para que sepas qué contenidos son más atractivos alrededor de ese tema en particular.

De esta forma puedes incluir frases más buscadas y con más enganche que le den a tu contenido una mejor posición en Google. Nuestra recomendación: juega con la herramienta y encuentra todo lo que puede hacer por tus textos.



## Importancia de Google

Quizás pienses que tu interés es solo escribir sobre un tema que te apasiona y que la gente lo lea. Pero te contamos algo: las personas buscan TODO en Google. Antes de ir a un médico, un estilista, un restaurante, un parque... todas las personas googlean el nombre del lugar o la persona para saber qué dicen las otras personas sobre ellos, si están activos en redes sociales, si tiene una buena página web. Entonces, ¿cómo no estar en Google, cuando es la primera parada de tus posibles clientes?

Google es importantísimo. Estar bien posicionado en este motor le dará a tu marca credibilidad y autoridad.

## ¿Cómo llegar a una buena posición en Google a través del buen contenido?

La pregunta de oro: entonces ¿cuál es la clave para posicionarse bien en Google? Sí, es el contenido. **Un contenido bien redactado y optimizado te dará la oportunidad de aparecer entre los primeros resultados de Google,** y más probabilidades de que esos usuarios se conviertan en leads o contactos y, luego, en clientes satisfechos.

## Lo que no puede faltar en tus contenidos para posicionarse bien

Hoy en día todo se mide, todo se analiza y gracias a eso se han podido estandarizar algunas características que hacen de los contenidos, piezas doradas en Google:

**1. Un buen título:** un título atractivo es aquel que apunta a verdaderas dudas y necesidades de los usuarios. Haz siempre lo posible por que tus títulos incluyan palabras como "Qué", "Cómo", "Por qué". Para hacer esto puedes hacer el ejercicio de ponerte en los zapatos de tu cliente potencial y pensar "¿Qué googlea mi buyer persona?". Eso te dará más luces sobre el tipo de contenido que puede ser útil y valioso. Usar listas numeradas también es muy atractivo (Ejemplo: 10 cosas que debes hacer en Nueva York").

**2. Tu palabra o frase clave:** una vez que tengas claro el tema sobre el que quieres escribir, puedes decidir una palabra o frase clave (*Keyword*) y saber cómo está posicionada en los motores. Lo ideal es que uses palabras buscadas regularmente. Para saberlo, apóyate en las herramientas de Keyword Research que mencionamos antes: Semrush y UberSuggest.



**3. Análisis de SEO:** la mayoría de las plataformas de blogging como Wordpress, tienen herramientas que analizan los textos y te dan un diagnóstico de su posible posicionamiento en Google, el más popular se llama Yoast. Las recomendaciones de Yoast para tener un texto bien posicionado son:

- a.** Incluir la *keyword* o palabra clave en el título principal del artículo y en un subtítulo.
- b.** Incluir la *keyword* o palabra clave en el primer párrafo.
- c.** Tener una extensión de unas 1,300 palabras. Que la densidad de la palabra clave sean de 3%.
- d.** Es decir: en un texto de 1,300 palabras, usar la *keyword* unas 20 veces.
- e.** Usar frases cortas.
- f.** Usar negritas.
- g.** Incluir enlaces: hacia contenido interno y hacia otras fuentes respetables como enciclopedias, medios, entes, universidades o instituciones. Obviamente, no incluyas enlaces hacia páginas de la competencia.



**4. Metatítulo y Metadescripción:** son los textos que acompañan los resultados en Google y que deben darle una idea global al usuario de lo que encontrará en tu web, de igual forma, deben ser textos que inviten a ver más. Deben incluir la *keyword* o palabra clave. El meta-título debe ser de 65 a 70 caracteres, mientras que la meta-descripción debe contar con 155 a 165 caracteres.

**5. URL:** el enlace que identificará tu contenido debe incluir la *keyword* y palabra clave. Haz lo posible por que sea un enlace corto y fácil de recordar y entender.

**6. Imágenes principal y alternativa:** todos los artículos deben incluir imágenes que ilustren el contenido y faciliten la lectura. A la hora de incluirlas, deben contener la palabra clave en sus leyendas y textos alternativos.



## Cómo crear una buena estrategia SEO

Como ya dijimos, no basta con saber mucho de un tema y ponerse a escribir sobre él. Para tener contenidos exitosos en internet hace falta apoyarlos en una estrategia y cuando hablamos de Inbound Marketing, esta estrategia debe centrarse en brindar soluciones puntuales y específicas.

Al hacer Inbound es crucial conocer muy bien al [Buyer Persona](#) de tu marca, sus costumbres y necesidades para poder generar un contenido que encuentren valioso. Esto te permitirá convertirte en una fuente confiable y respetada de tu industria, lo que se convertirá en **más volumen de visitantes a tu web > más contactos o leads > más ventas.**





## Difusión de contenido

De nada servirá que tengas un excelente contenido si no lo difundes y promocionas. Mostrarle al mundo lo que estás produciendo y escribiendo, las soluciones que brinda tu marca y los beneficios de usarla es uno de los pasos más importantes. Existen 3 vías de difusión que no pueden faltar en tu estrategia:

### 1. Email marketing:

[Radicati Group](#) pronostica que **la cantidad de usuarios de email se incrementará a más de 3 mil millones de personas para 2020**. Esto significa que la cantidad de personas que utilizan su correo electrónico para recibir promociones, mantenerse informados y tomar decisiones de compra no solo es gigantesca, sino que va en ascenso. **Contar con un envío planificado y programado de correos electrónicos que apoyen la publicación de tus contenidos es fundamental para el éxito de tu estrategia.** Puedes utilizar plataformas como [Mailchimp](#), [Clientify](#) o [RD Station](#), todas con ventajas que te permitirán medir y analizar a tu audiencia para darles lo que necesitan cuando lo necesitan. Definitivamente el e-mail es y será siendo la forma más rápida y segura de conectar con los usuarios.



## 2. Redes sociales:

No tener perfil en al menos una red social es perder una oportunidad dorada de conectar, contactar y vender más. Cada vez son más las marcas que aprovechan cada beneficio de estas plataformas: **etiquetas, historias, GIFs, videos cortos o largos, encuestas. Esta puede ser la mejor forma de conectar y conocer mejor a tu público.** Además, es un chance de darle rienda suelta a la creatividad y difundir tu contenido de una forma diferente a la competencia. Las redes sociales pueden ser el oxígeno que tu marca necesita. Portales como [Facebook](#) además cuentan con estadísticas súper completas para que sepas qué posts conectan verdaderamente con tus seguidores para que sean atraídos al sitio web.

## 3. Notificaciones push del sitio web:

Las Notificaciones Push **son textos que se envían de forma directa a dispositivos móviles (Smartphones y/o tablets)** con sistema operativo iOS, Android, Blackberry o Windows Phone. Las notificaciones ayudan a los desarrolladores independientes y dueños de aplicaciones a mantener informados a sus usuarios. Gracias a ellas **las marcas pueden comunicar noticias sobre sus servicios** sin tener que esperar que sea el usuario quien refresque la bandeja de entrada, o abra la aplicación correspondiente.

**Recuerda: el buen contenido será el combustible para que tu estrategia avance.**



### Hay dos aspectos fundamentales que no nos cansamos de recordar:

la empatía, que te permitirá pensar como tus clientes y saber qué necesitan y buscan; y la buena redacción: cuidar la ortografía y el sentido de tus textos te ayudará a ser más respetable en la web y que tus contenidos sean cada vez más visitados. Recuerda: no basta con escribir sobre lo que sabes, es saber presentarlo y hacer que sean contenidos efectivos y útiles.

Escribir buenos contenidos va más allá de saber muchas palabras y escribirlas bien. Tener textos que se posicionen bien en Google puede marcar la diferencia en tu estrategia de Inbound Marketing y hacer que muchas más personas conozcan tu marca. Contar con un [equipo experto en contenidos](#) puede ser el mejor paso para que tu marca pase el siguiente nivel y sea vista por un gran volumen de personas y posibles clientes.

[Aprender sobre SEO](#), redacción de contenidos y formas de conectar con lectores y clientes es un proceso que no acaba. Cada día surgen nuevas tendencias y herramientas que buscan ayudarte. Investiga, lee, escucha, asiste a eventos y mantente al día para que puedas ofrecerle a tu marca mejores alternativas.