

Cómo elegir las mejores keywords para tu posicionamiento web

Para llegar a las personas actualmente, la digitalización es esencial. **Por eso hay que tener un buen posicionamiento web en Google para llamar la atención.** Los consumidores quieren rapidez y harán clic en el primer resultado de búsqueda que encuentren.

Si tu sitio web está en la parte inferior de Google, será más difícil llegar a tus clientes. **El primer paso para escalar en los rankings de Google es elegir las palabras clave adecuadas.** Dependiendo de lo que quieras buscar, puedes introducir palabras específicas en el motor de búsqueda. Veamos cómo elegir las mejores keywords.

Antes de darte los consejos con los que podrás mejorar tu posicionamiento en la web a través de la buena elección de las keywords o palabras clave, debes conocer muy bien en qué consisten.



¿Te interesa saber [cual es la mejor plataforma para crear tu tienda online?](#)

¿Qué son las palabras clave o keywords?

Cuando alguien busca algo en Internet, utiliza palabras clave. Por lo tanto, si buscan una campaña para teléfonos móviles por ejemplo, utilizarán esa palabra clave. Si buscan promociones de teléfonos móviles, utilizarán esas palabras clave, y si buscan una tienda de móviles, utilizarán palabras relacionadas con los teléfonos móviles y sus accesorios.

Las mejores palabras clave traerán tráfico de calidad a tu sitio web. Cuantos más visitantes tengas, más posibilidades tendrás de aumentar la rentabilidad de tu sitio web.

La calidad también es tan importante como la cantidad. Si tus visitantes no hacen lo que quieres que hagan en tu sitio web, no tiene sentido que lo visiten.

Lo que debes tener en cuenta para elegir las mejores keywords

Para aumentar tu visibilidad, tienes que saber qué palabras clave buscan tus clientes y trabajar duro para asegurarse de que tu sitio web aparece cuando se introducen esas palabras clave.

Por ello, y luego de saber qué son exactamente las palabras claves, como experto en el tema podría darte algunos consejos sobre cómo elegir las mejores palabras clave para aparecer en las búsquedas de interés para cada negocio:

Lleva a cabo una investigación preliminar

Las palabras clave siempre serán relevantes para la actividad o el sector de una empresa. Si tu empresa vende joyas, es natural que quieras aparecer cuando la gente busque "joyas" o "joyería".

Sin embargo, las palabras clave variarán en función de los objetivos de la empresa y del público al que se dirija. Por ejemplo, puedes querer destacar los bajos precios de tus productos ("Joyas baratas") o las zonas en las que ofreces tus servicios ("Joyas en Alicante").

Para saber qué palabras clave elegir, es importante ver lo que usan tus competidores. **Las empresas de tu sector que ya están bien posicionadas pueden darte muchas pistas sobre cómo proceder.**



Descubre [tips básicos para posicionar tu página web en Google 2021](#)

¿Cómo puedo saber si una palabra clave es altamente competitiva? En primer lugar, buscando en Google. Ten en cuenta que si navegas de incógnito o sin cookies, los resultados del buscador pueden no ser los mismos que los reales (Google se adapta a cada usuario).

Del mismo modo, antes de elegir las palabras clave, es interesante ver qué [contenido](#) muestra Google cuando se buscan esas palabras clave.

Esto te permitirá saber desde el principio si estas palabras clave están siendo redirigidas a sitios web similares al tuyo o, por el contrario, si están llevando a contenidos no relacionados con el tuyo.

Descarta las palabras clave muy comunes

Algunas palabras clave son muy difíciles de encontrar. Puede ser difícil para una pequeña empresa aparecer en los primeros puestos de Google para palabras clave como "hotel", "piso" y "zapatos" por ejemplo.

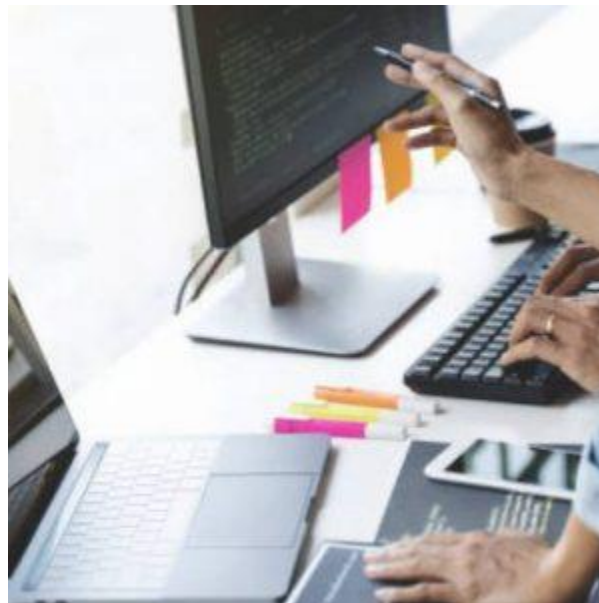
Para ello, es importante elegir términos que sean relevantes para tu empresa, fáciles de posicionar y al mismo tiempo útil para tu sitio web. Es posible que tengas que utilizar términos más específicos como "hoteles que admiten perros", "pisos con vistas al mar" o "zapatos made in Spain".

Lo importante es tener siempre en cuenta lo que tus clientes buscarían si estuvieran investigando un producto o servicio como el que ofreces.

Crea un buen contenido

Para obtener una buena posición en Google, se necesita un contenido que Google analice. Las palabras clave elegidas deben aparecer en el sitio web de la empresa y en sus publicaciones. **Por lo tanto, es muy importante crear contenido que contenga tus palabras clave.**

Es muy útil tener un blog corporativo en el que se suban contenidos de forma regular. Esto no sólo proporciona información útil que puede atraer a los consumidores potenciales, sino que también permite a las empresas posicionar términos de interés para futuras búsquedas.



¿Sabes por qué el [Inbound Marketing ha llegado para quedarse?](#)

Usa el planificador de palabras clave

Esta es la mejor manera de evitar trabajar completamente a ciegas. **Este planificador te ofrece información sobre el volumen de búsquedas y la dificultad de posicionamiento web de tus palabras clave.** Las mejores palabras clave son las que tienen un alto volumen de búsqueda y una baja dificultad de SEO.

Hay una gran variedad de planificadores en la web. Algunas son completamente gratuitas, mientras que otras permiten realizar varias consultas al día sin tener que acceder a una versión de pago. **Sólo para nombrar algunos: Ubersuggest, Google Trends, Keyword Planner Tool.**

Implementa el autocompletado de Google

Al escribir en la barra de búsqueda, la función de autocompletar te mostrará las opciones más buscadas para esa palabra.

Por ejemplo, si escribes "regalo", Google autocompletará "original" y "amigo invisible". Esto significa que los usuarios suelen buscar la palabra regalo junto a estas otras palabras. En los hoteles por ejemplo, "cerca de mí" es el término más buscado.

Utiliza Long-tail keywords

Las palabras clave Long-tail representan la mayor parte del tráfico de búsqueda en la web. Esto se debe a que los consumidores tienden a utilizar el lenguaje natural cuando buscan en Google, escribiendo frases largas y complejas.

La búsqueda por voz también ha experimentado un crecimiento significativo. Por ejemplo, muchas personas prefieren investigar "hoteles en Alicante con buenas reputaciones" en lugar de "hoteles en Alicante".

Además, las palabras clave de Long-tail pueden colocarse con menos competencia, siempre que sean palabras clave sencillas. Si trabajas con el término "hoteles en Alicante con buenas críticas", puedes posicionarte indirectamente como "hoteles Alicante".

Maneja un lenguaje natural

Los usuarios preguntan a Google de forma similar a como se preguntan a sí mismos. Preguntan por ejemplo: "¿Cómo puedo perder peso sin hacer dieta? (no simplemente "¿Cómo puedo perder peso?").

En definitiva, los términos elegidos deben formar una frase natural. Así, el resultado final es una palabra clave de Long-tail, es decir, una palabra clave más larga que es más efectiva para el posicionamiento que una más corta.



Conoce 4 Tips de Marketing digital que no te puedes perder

Añade buenas estrategias adicionales de SEO

Hay muchos otros factores que intervienen para que tu sitio web llegue a la cima de Google. Una buena estrategia de palabras clave y la creación de contenidos son esenciales, pero no son lo único necesario para el SEO.

Por lo tanto, es importante elegir las palabras clave adecuadas y luego complementarlas con otras tareas de SEO, como la optimización de tu sitio web y la mejora de tu SEO local.

Al igual que con cualquier táctica de SEO, las palabras clave son la base sobre la que se construye una estrategia a largo plazo y deben elegirse cuidadosamente para lograr todos los objetivos en cuanto al posicionamiento web.