

ESTRATEGIA SEO PARA ESTAR EL PRIMERO EN GOOGLE

1. Crea un buyer persona de acuerdo con tu negocio

Con el fin de tener una comprensión más acertada sobre a quién le vas a vender tus productos o servicios, es fundamental [desarrollar tu buyer persona](#), es decir, la representación ficticia y generalizada de tu cliente ideal. Este perfil nos ayuda a relacionarnos con nuestros clientes como seres humanos reales.

Por ejemplo, puedes saber que la mayoría de tus clientes son mujeres con perfil de ejecutivas, ¿pero sabes cuáles son sus necesidades e intereses específicos? ¿Sabes cuáles son sus retos y objetivos, tanto en el ámbito personal como profesional? Listo, pero ¿cómo se crea un buyer persona? Puedes recurrir a la investigación, encuestas y entrevistas de tu público objetivo. Se recomienda que, en la etapa inicial, se apoye en la base de clientes actual, ya que han comprado los productos o servicios en el pasado, y los entrevistes, ya sea en persona o por teléfono.

Algunas preguntas que les puedes hacer:

Datos demográficos (nombre, edad, sexo, educación, profesión, estado civil, etc.)
¿Cuáles son tus objetivos a corto, mediano y largo plazo? (Ámbito personal y profesional)
¿Cuáles son tus retos? (Ámbito personal y profesional)
¿Cuál es tu rutina diaria?
¿Qué medios de comunicación sueles leer y qué redes sociales usas?
¿Cuáles son tus cualidades y debilidades?

Es importante saber quién es tu buyer persona es un dato de información importante que debes tener en cuenta en cada paso de cualquier estrategia. Es una tarea a la que no muchos le dan la prioridad que se merece y, sin duda, puede determinar el éxito de tu estrategia de posicionamiento web.

2. Identifica las palabras clave

Cuando ya tengas a tu buyer persona identificado, el siguiente paso en tu estrategia es analizar qué tipo de búsquedas hace y cuáles son las mejores palabras para posicionar tu sitio web.

Puedes apoyarte en la herramienta de [Google Trends](#), la cual te permite ver lo que la gente está buscando en Google. Si tienes una cuenta de Google Adwords, también puedes usar la herramienta gratuita de [Keyword Planner](#), la cual ayuda a encontrar las palabras o frases que más buscan los usuarios de acuerdo con el idioma y el país.

Una buena regla a seguir para agilizar tu trabajo es organizar las palabras clave por categorías o servicios y en orden de importancia.

Tip: asegurar de utilizar tus keywords (palabras clave) en textos, URL, categorías, etiquetas y en tus metadescripciones, el texto que aparece debajo del título o enlace en los resultados de búsqueda (SERP).

Del mismo modo, se puede incluir palabras claves como temas en tus artículos, ya sea en el título, en los headings o en el texto (es importante no saturarlas ni parecer muy forzado). Otra técnica antigua, pero que aún sigue vigente, es resaltar las palabras clave usando negritas, cursiva o subrayado.

3. Analiza tu competencia

Después de identificar cuáles son las palabras clave que quieres que se relacionen con tu sitio web, es importante observar cuáles son las empresas que tienen autoridad en las búsquedas en donde quieres aparecer.

Una buena herramienta que puedes usar es [Screaming Frog](#), que te puede ayudar a conocer qué palabras usa la competencia y como está estructurado el contenido. Si quieres comenzar a analizar tu competencia, te recomiendo que [aprendas a usar Screaming Frog](#) para facilitar tu vida y tu estrategia SEO.

Por otro lado, también puedes recurrir a [MozBar](#), la herramienta gratuita de Moz, considerada como la empresa líder en el sector SEO, para analizar información relevante acerca de tu competencia. Esta herramienta es una barra que puedes instalar en tu navegador y que te brinda métricas instantáneas, como la autoridad de página y dominio, mientras estás en cualquier sitio web.

Tampoco deberíamos obviar la existencia de [Semrush](#), esta herramienta no sólo hace análisis de *keyword ranking* sino que también te permite analizar campañas SEM de tu competencia, hacer informes con muchísimo detalle y realizar búsquedas y analizar las posibilidades de tus keywords estrella.

BIBLIOGRAFIA

Hernández, Johanna. *Estrategia SEO: 10 pasos y claves para crearla.*

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/10-pasos-crear-estrategia-seo>.

Accessed 26 July 2021.