



MASTERCLASS

QUÉ PALABRAS O INTENCIONES ATRAEN MÁS CLIENTES DESDE GOOGLE

Por Manuel Pérez



hola!

Soy Manuel Pérez

Consultor SEO en **Webpositer**
w e s e o

@ManuPerez
manuel.perez@webpositer.com



¿Dispones de una web y no recibes apenas leads o reservas?

¿No sabes qué y cómo busca tu público objetivo?

¿Quieres llegar a todas las intenciones de búsqueda que tiene tu público?



“La elección de las palabras clave es la base
de toda Estrategia SEO”

¿Empezamos?

1

Importancia



¿Para qué sirve la elección de palabras clave?

1. Estructuración y Arquitectura Web (Importancia de secciones)
2. Optimización de contenidos
3. Detección de oportunidades
4. Situación Actual
5. Campañas de pago (SEM)

2

Presencia Online

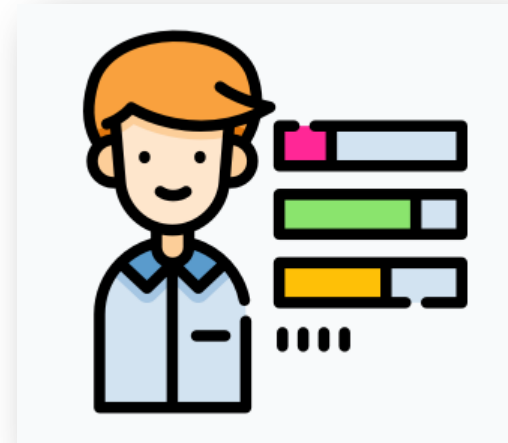
“



En Internet, tu escaparate puede **(DEBE)** ocupar toda la Quinta Avenida

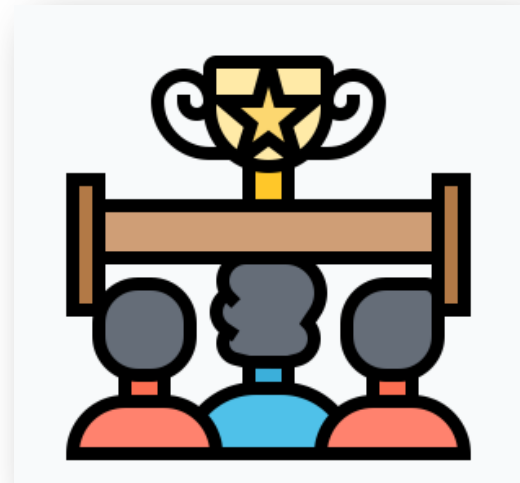


Conoce tu producto y descubrirás tu público objetivo





Conoce y aprende con tu competencia directa



3

Keywords e Intenciones de Búsqueda



Relevancia Vs Popularidad

Coches de lujo: 3.800 búsquedas mensuales

Coches baratos: 20.000 búsquedas mensuales



¿Cómo clasificamos las keywords?

1. Popularidad
2. Positivas o Negativas
3. La etapa del ciclo de compra



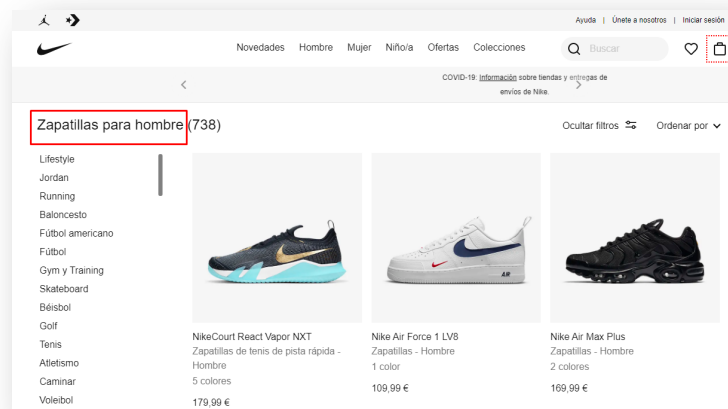


Popularidad (Chris Anderson):

Head Tail: Genéricas, poco Cualificadas y Competencia Alta

Middle Tail: + Específicas, + Cualificadas y Competencia Media

Long Tail: Muy Específicas, Mayor Cualificadas y Competencia Baja





Positivas / Negativas:

Caso: Concesionario Coches de Lujo

Positivas: “Coches de lujo”, “coches de alta gama”...

Negativas: “Coches baratos”, “coches económicos”...





Etapa del ciclo de compra

“Los ~~USUARIOS~~ **USUARIOS** CLIENTES realizan las búsquedas relacionadas con nuestro producto/servicio”

1. Informacionales Ejem. “hora en Las Vegas”
2. Navegacionales Ejem. “hosteltur”
3. Transaccionales Ejem. “comprar entrada para el seo plus”



Etapa del ciclo de compra



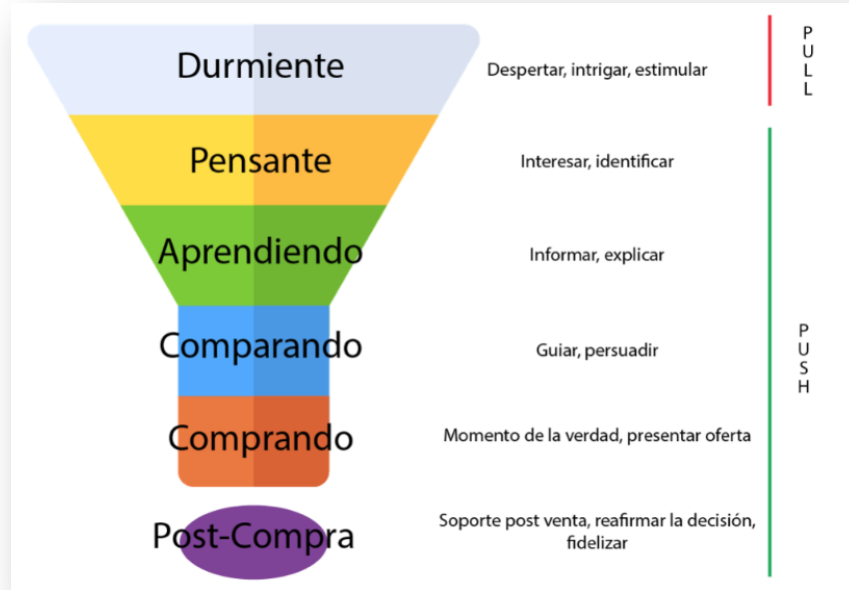


Etapa del ciclo de compra



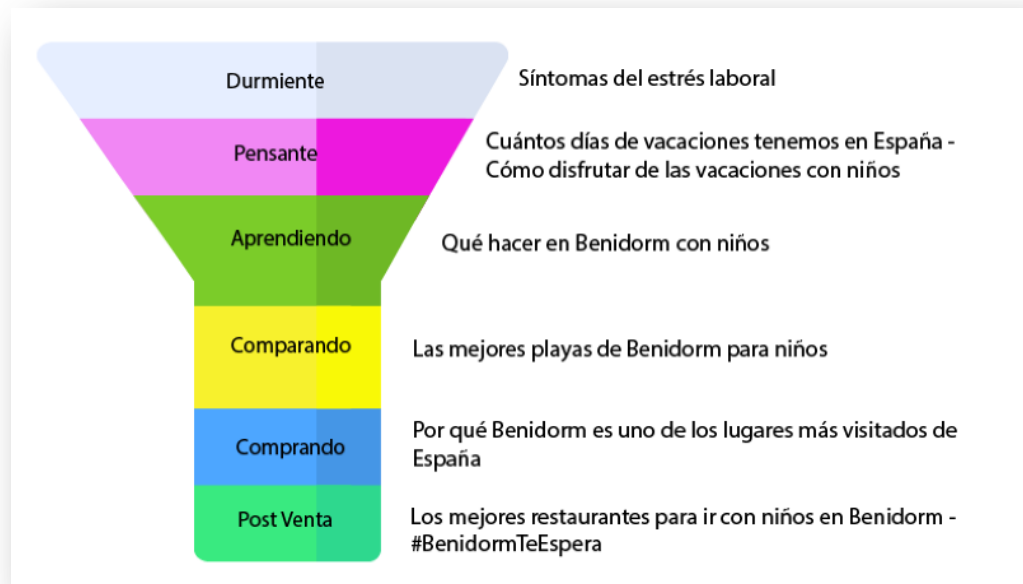


Etapa del ciclo de compra





Etapa del ciclo de compra
por **intenciones de búsqueda**



4

Investigación Palabras Clave / Keyword Research



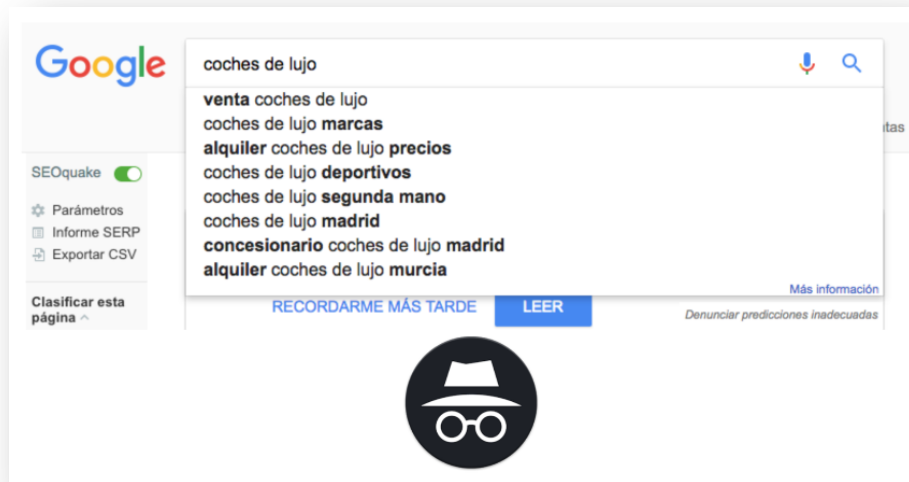
Brainstorming

1. Competencia
2. Producto/Servicio
3. Público Objetivo





Suggest





Búsquedas Relacionadas

Búsquedas relacionadas con coches de lujo

venta coches de lujo

coches de lujo **segunda mano**

coches de lujo **marcas**

coches de lujo **madrid**

alquiler coches de lujo **precios**

concesionario coches de lujo **madrid**

coches de lujo **deportivos**

alquiler coches de lujo **murcia**



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente



Google Trends

1. País
2. Período





KeywordBox

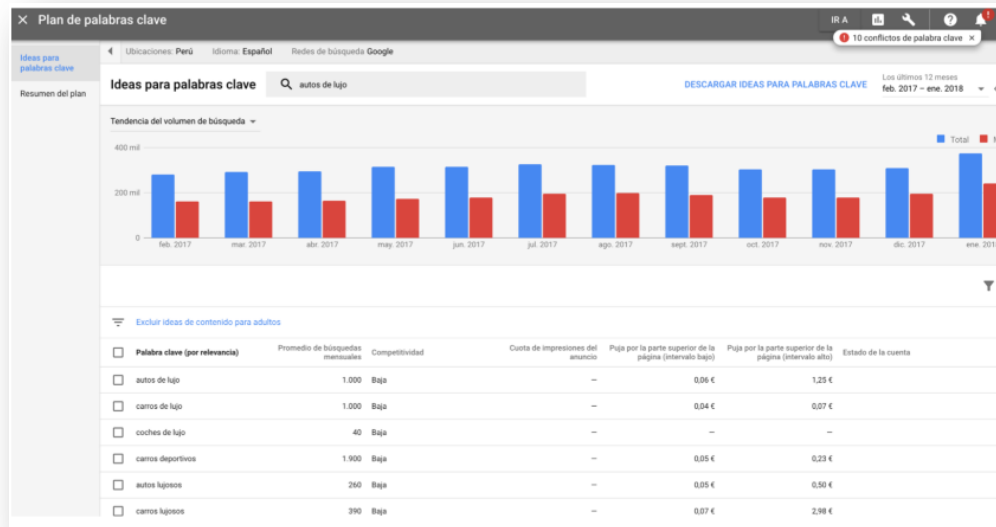
1. Relevancia
2. Popularidad

The screenshot displays the KeywordBox interface. On the left is a dark blue sidebar with navigation options: RankBox, KeywordBox (selected), CTRBox, PingBox, CacheBox, and Asistencia. The main area is titled 'BUSCADOR DE CRITERIOS' and shows a search for 'coches de lujo' with 599 results. A filter section allows users to refine results by location (Spain), volume, and other criteria. A table of results is shown on the right with columns for keyword, volume, CPC, ID, and interest.

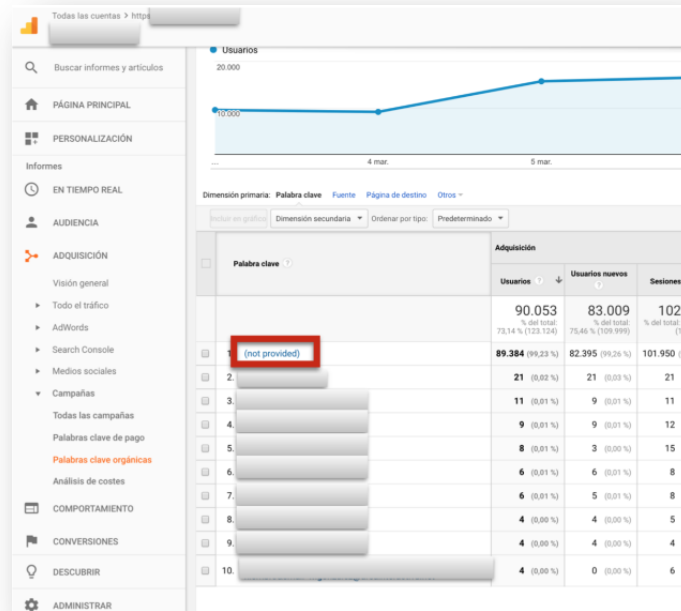
Palabra clave	Volumen	CPC	ID	Interés
Q coches de lujo	6600	\$0.48	32	
Q coches de lujo marcas	3600	\$2.83	4	
Q marcas coches de lujo	3600	\$2.83	4	
Q marcas de lujo coches	3600	\$2.83	4	
Q marcas de coches de lujo	2900	\$0.71	1	
Q alquiler de coches de lujo	1600	\$1.19	42	
Q coches de lujo alquiler	1600	\$1.19	42	



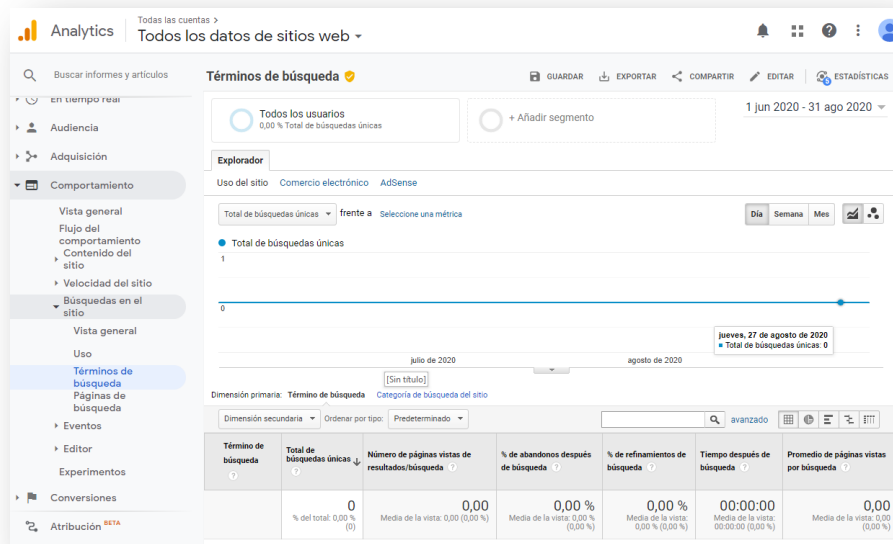
Adwords



Analytics

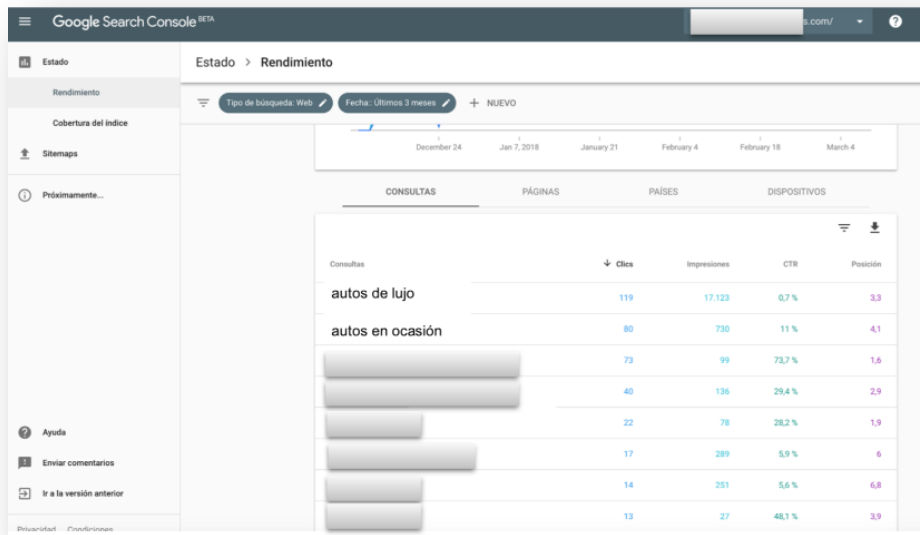


Analytics





Search Console





Search Console

Google Search Console BETA

Estado > Rendimiento

Tipo de búsqueda: Web Fecha: Últimos 3 meses + NUEVO

December 24 Jan 7, 2018 January 21 February 4 February 18 March 4

CONSULTAS PÁGINAS PAÍSES DISPOSITIVOS

Página	Clicks	Impresiones	CTR	Posición
https://www.noquierassaberquepaginaes.com	422	25.218	1,7 %	4,4
[Redacted]	209	1.342	15,6 %	5,5
[Redacted]	90	630	14,3 %	14,2
[Redacted]	68	1.253	5,4 %	24,2
[Redacted]	53	2.951	1,8 %	22,4
[Redacted]	43	435	9,9 %	17,7

Excel o Sheets



Keywords	Vol. Búsqueda	Categorización
regalos	40500	Genérica
regalos originales	135000	regalos + tipología
regalos para hombres	40500	regalos + facetas
regalos para hombre	40500	regalos + facetas
regalos personales	27100	regalos + tipología
regalos personalizados	27100	regalos + tipología
regalos amigo invisible	22200	regalos + evento
regalos dia del padre	22200	regalos + evento
regalos san valentin	18100	regalos + evento
regalos para mama	14800	regalos + facetas
regalos para mujeres	14800	regalos + facetas
regalos para madres	14800	regalos + facetas
regalos para novios	14800	
regalos para mujer	14800	regalos + facetas
regalos de cumpleaños	9900	regalos + evento
regalos de cumple	9900	regalos + evento
regalos de navidad	9900	regalos + evento
regalos para amigas	9900	regalos + facetas
regalos navidad	9900	regalos + evento
regalos originales para hombres	9900	regalos + tipología + facetas
regalos para padres	8100	regalos + facetas
regalos originales hombre	8100	regalos + tipología + facetas
regalos comunion	8100	regalos + evento
regalos experiencias	8100	regalos + tipología
regalos para bebes	8100	regalos + facetas
regalos originales para amigas	8100	regalos + tipología + facetas
regalos bautizo	8100	regalos + evento



Excel o Sheets

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Keyword	URL	quedadas r	SERPs	allintitle	allinurl	allinanchor	KEI (pop/serp)	KEI2	KFI (pop/title)	KFI2	KMI (pop/url)	KMI2	KOI (pop/anch.)	KOI2	Competencia allint		
turismo en alicante		260	8.730.000	3.940	1.410	6.110	0,0000	0,0069	0,0660	17,1574	0,1844	47,9433	0,0426	11,0638	1,5		
ocio alicante		880	668.000	10.300	16.900	4.100	0,0013	1,1593	0,0854	75,1845	0,0521	45,8225	0,2146	188,8780	158,8		
sitios para visitar en alicante	http://tict	480	1.730.000	7	1	2.420	0,0003	0,1332	68,5714	32914,2857	480,0000	230400,0000	0,1983	95,2066	0,0		
sueblas de alicante con playa	http://tict	320	435.000	1	1	243	0,0007	0,2354	320,0000	102400,0000	320,0000	102400,0000	1,3169	421,3992	0,0		
lugares para visitar en alicante	http://tict	260	2.270.000	76	7	327	0,0001	0,0298	3,4211	889,4737	37,1429	9657,1429	0,7951	206,7278	0,0		
cosas que hacer en alicante		480	482.000	10	84	4.480	0,0010	0,4780	48,0000	23040,0000	5,7143	2742,8571	0,1069	51,3140	0,0		
alicante turismo playas		70	628.000	283	348	1.220	0,0001	0,0078	0,2473	17,3145	0,2023	14,1618	0,0574	4,0164	0,1		
vacaciones alicante playa		50	569.000	544	2.880	1.850	0,0001	0,0044	0,0919	4,5956	0,0174	0,8681	0,0270	1,3514	0,5		
benidorm costa blanca		70	10.800.000	52.500	36.700	22.600	0,0000	0,0005	0,0013	0,0933	0,0019	0,1335	0,0031	0,2168	255,		
cosas que ver en benidorm	http://tict	210	567.000	3	2	195	0,0004	0,0778	70,0000	14700,0000	105,0000	22050,0000	1,0769	226,1538	0,		
que hacer en benidorm con niños		140	829.000	1	0,1	271	0,0002	0,0236	140,0000	19600,0000	1400,0000	196000,0000	0,5166	72,3247	0,		
que visitar en benidorm y alrededores		90	829.000	0,1	1	7	0,0001	0,0098	900,0000	81000,0000	90,0000	8100,0000	12,8571	1157,1429	0,		
que ver en benidorm con niños		70	1.220.000	0,1	0,1	212	0,0001	0,0040	700,0000	49000,0000	700,0000	49000,0000	0,3302	23,1132	0,		

5

Conclusiones



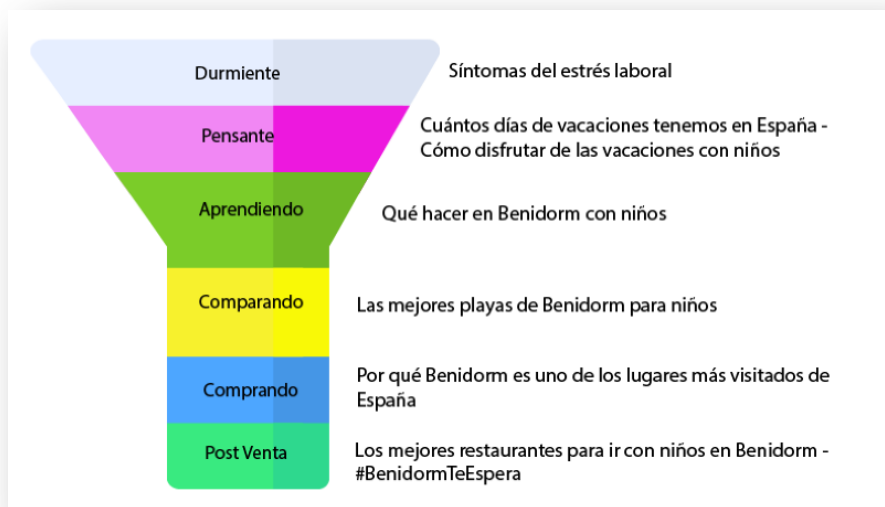
1. **Conoce a la perfección tu servicio/producto (USP)**
2. **Descubre qué busca y le interesa a tu público objetivo**

TODAS las FASES del FUNNEL de COMPRA

3. **Analiza a fondo a la competencia**
4. **No dejes de buscar oportunidades para aumentar tu presencia online**
5. **Optimiza tu página para todas las intenciones de búsqueda cualificadas**



¡Amplía tu escaparate y las reservas vendrán solas!





¡MUCHAS GRACIAS!