

Usar palabras clave que estén más arriba:

Un buen lugar para comenzar la búsqueda es con los informes de análisis. Haz una lista de las palabras clave más populares que la gente utiliza para encontrar su sitio web. A continuación, utilizar la lista en la Herramienta Google AdWord para palabras clave y encontrar palabras clave relacionadas.

Asegurarse de que las palabras clave que seleccionamos por lo menos tienen 1.000 búsquedas al mes. No tienen sentido las palabras clave que no tienen mucho tráfico.

Olvidate de los supuestos o lo que crees que debe de ser:

Muchos creemos saber qué palabras clave serán las mejores para encontrar clientes que pagan. Por regla general sus suposiciones se basan en lo que se usaría en una búsqueda, si fuera el cliente.

¿Sabes como es tu sitio web y cómo propietario del sitio puedes encontrarlo. Sin embargo, tus clientes no buscarán de la misma manera que lo haces tú. Probablemente ni siquiera trabajan en la industria que tú. Si lo hicieran, no tendrían necesidad de tus servicios.

Cualquier hipótesis que tengas por lo tanto, en el mejor de los casos es limitar la lista de palabras clave y en el peor estar totalmente equivocado.

Con lo que debes hacer la investigación de palabras clave si o si!

Estimación de los niveles de tráfico

Al elegir las palabras clave a utilizar para optimizar el sitio web es útil saber la cantidad de tráfico que puedes esperar. El estimador de tráfico de Google te da la frecuencia aproximada de gente que va a pinchar en tu anuncio de AdWords. También se mostrará el coste medio que podría tener una oferta para esa palabra clave.

Debes saber que en el análisis de los informes puedes ver el promedio de visitantes que necesitas para hacer una venta. Esto ayudará a ver si es posible tener ganancias sobre esta palabra clave.

La investigación muestra que los usuarios hacen clic en los resultados de búsqueda orgánica hasta tres veces más que el pagado por resultados.

El top 5 orgánico trae un tráfico promedio tres veces más alto que AdWords. Esto te dará una buena guía para ver la cantidad de esfuerzo que vale la pena poner en la optimización de contenido para cualquier palabras clave.

Crear una lista de palabras clave amplias, específicas y de respuesta puede parecer una tarea incómoda, sin embargo, con el tiempo y la ayuda de las estrategias que se muestran aquí, puedes crear rápida y fácilmente listas de palabras clave que son específicas y muy buenas.

www.madridwebdesign.es

info@madridwebdesign.es

Twitter: madridseo

Tlf: 697356696