

GUÍA de POSICIONAMIENTO

WEB: SEO On y Off Page

de la mano de Luis M. Villanueva



luismvillanueva

GUÍA de POSICIONAMIENTO WEB: SEO On Y Off Page de la mano de Luis M. Villanueva

1. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB
2. SEO ON PAGE
3. SEO OFF PAGE
 - 3.1 ESTRATEGIA DE LINK BUILDING
 - 3.2 ESTRATEGIA DE LINK BAITING
 - 3.3 ESTRATEGIA DE TIERED LINK BUILDING

1. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

Una de las cosas que más obsesiona a cualquier Webmaster o Persona que tenga un proyecto Online, es el tráfico que reciba dicho proyecto. La mejor manera de aumentar este tráfico tan ansiado por muchos, es mediante el **Posicionamiento SEO**.



Podríamos definir este término como un conjunto de técnicas que debemos realizar alrededor de nuestro proyecto Web con el fin de aumentar su visibilidad en los diferentes motores de búsqueda. Aunque a mi me gusta más definir el **posicionamiento en buscadores** de la siguiente manera:

“El arte de ser visibles en los primeros resultados de los diferentes Motores de Búsqueda”

Sí, has leído bien, ahora más que nunca y con los diferentes [cambios en los algoritmos de Google](#), el posicionamiento web se ha convertido en un arte.

Las 25 Claves del Posicionamiento SEO

Para que te sea más fácil entender este término, y ahora que ya sabes “*el que*”, aquí explico “*el como*”. He elaborado una pequeña lista de las 25 Claves más importantes a la hora de hacer un buen posicionamiento web a tu Site.

Existen muchísimas técnicas, trucos y factores dentro del mundo del SEO. En este listado expongo los que considero esenciales e importantes y, por supuesto, los que a mi me han funcionado y funcionan.

Elige Palabras Clave adecuadas

Una de las cosas más importantes a la hora de aumentar las visitas o el tráfico hacía tu proyecto es la elección **correcta de las palabras clave**. Un error muy común es elaborar secciones, escribir artículos y crear páginas orientadas a tus intereses, sin tener en cuenta los intereses de tu público objetivo, quienes son realmente los que van a aumentar tu tráfico.

“Deja de escribir lo que a ti te interesa y escribe lo que le interesa a los demás”

Para realizar una selección correcta de estas Palabras Clave te debes ayudar de las siguientes herramientas:

1. Planificador de Palabras Clave de Google Adwords:

Esta es la herramienta de Google, que **te permite obtener datos exactos basados en las búsquedas realizadas por los usuarios** en su buscador. Las funciones más interesantes que nos ofrece este programa son los datos exactos de búsqueda (**cantidad de personas que busca una palabra clave**), segmentación geográfica y por idioma y sugeridor de ideas. Esta última función es muy interesante ya que te dará ideas de otras palabras clave que están buscando los usuarios y están relacionadas con las que tu estás buscando.

2. Herramienta SEMrush: ¿No tienes ideas?, ¿Quieres saber a que sitios le llega más tráfico a tu competencia?. **SEMrush te permite saber a que sitios le llega más tráfico a tu competencia** y así podrás identificar nueva keywords o palabras clave a añadir en tu proyecto Online.

3. Ubersuggest: Una herramienta que te sugiere diferentes palabras Clave a partir de la palabra clave que tu introduzcas. Muy útil si quieres ampliar ideas. Te sugiere decenas de palabras clave que se están buscando.

4. Merge Words: Esta es una herramienta que te ayudará a **generar Keywords o Palabras Clave**. Funciona como un mezclador que a la vez nos permite segmentar varias palabras dentro de una misma palabra clave con el fin de ofrecer todas las posibilidades.

5. Google Trends: De sobra conocida por todos. Te permite analizar las tendencias de Búsqueda de Google, para **definir mejor tu estrategia de Posicionamiento en buscadores.**
Prepara tu sitio web para el Posicionamiento

Ahora tienes que conseguir trasladar tu análisis de palabras clave a tu Site. Para ello debes tener claro cuales son las prioridades, cuales son las palabras clave más importantes en tu negocio y que más tráfico cualificado te van a traer.

RECUERDA: Todas las páginas o subpáginas deben llevar Links rastreables por los buscadores.

6. URLs Amigables: Las urls deben contener las palabras clave a posicionar. Si usas WordPress, puedes configurar tu estructura de URL desde la sección *Ajustes >> Enlaces Permanentes*.

7. Etiquetas de Título y Descripción: Dos etiquetas importantes que debes rellenar, son las de Título y Descripción que puedes encontrar en el interior del <head> de cada una de tus páginas. Cuando realizas una búsqueda en Google, este te devuelve varios resultados, cada uno de esos resultados esta compuesto de un título, descripción y URL. Precisamente estas 2 etiquetas que te acabo de poner **son las que el buscador lee y recoge para mostrar en sus resultados.** Si usas WordPress puedes usar para esto y otras funciones avanzadas el [Plugin de SEO by Yoast](#).

8. Genera tu Sitemap y envíaselo a Google: Debes Generar un Sitemap para **comunicarle de manera fácil a los**

buscadores que páginas de tu web se pueden rastrear. Este es un archivo XML que lista las URLs de tu Sitio Web y añade diferentes parámetros de información adicional para los buscadores como frecuencia de actualización, importancia de cada página, etc. Si usas WordPress, un plugin que funciona genial para esto es [Google XML Sitemaps](#).

9. Contenido Duplicado: Debes cuidar tu Site y comprobar que no tenga contenido duplicado. Una forma sencilla de comprobar esto es con las herramientas de Google Webmaster Tools, que te ayudan a identificar este tipo de contenidos.

10. Implementa la etiqueta hreflang: Si tu web se dirige a diferente público en diferentes idiomas debes añadir esta etiqueta para ayudar a Google a ofrecer el idioma correcta al usuario correcto.

Estudia tu Estrategia de Contenidos

Tu estrategia de contenidos debe ir orientada hacia el usuario, aunque no puedes obviar a los motores de búsqueda.

11. Longitud de tus artículos: Debes elaborar artículos únicos y originales y el número de tus palabras debe ser, al menos, **superior a 300 palabras**.

12. Estructura Lógica: Tus artículos deben tener una estructura lógica. Para esto **debes introducir las diferentes etiquetas HTML como los H1, H2, H3, etc.**

13. Los Enlaces Internos: Debemos establecer una estrategia de enlaces internos, no solo para que los rastreadores de los buscadores tengan facilidad a la hora de encontrar nuestras diferentes páginas, sino para traspasar relevancia de unas a otras.

14. Redacta Contenidos de Calidad: Una pregunta muy frecuente es que son los contenidos de Calidad. Debes conseguir redactar contenidos que generen interés y que sirvan para algo. Este contenido debe servir para algo al usuario.

15. Cuida los títulos de tus páginas: En el título de tus artículos o páginas no solo tienes que incluir la palabra clave que quieras posicionar, sino que, a la vez, este título debe ser impactante y conseguir atraer o invitar a los usuarios a que lean el contenido completo.

“El buen contenido es aquel que un usuario marca como favorito”

Cuida el tiempo de carga de tu Web (WPO)

Dentro de toda estrategia SEO, se deben tener en cuenta los **factores que aumentan el tiempo de carga de un Site**. Aquí vamos a dar algunas claves indispensables para disminuir el tiempo de carga de tu proyecto Web. (Aquí te dejo una presentación sobre WPO de Pedro Martínez, SEO del mundo.es, quien explicó con detalle las claves del WPO en la 1ª Edición del Congreso SEO para SEOs. [Clic aquí.](#))

16. Mide la Velocidad de Carga de tu Web: Lo primero que debes hacer es medir el tiempo que tarda tu web en cargar.

Una vez analizado este tiempo, deberás tomar las medidas que te comento en los siguientes puntos. Puedes medir tu tiempo de carga con la herramienta de Google, [Page Speed](#) o con la herramienta de [Pingdom Tools](#).

17. Peticiones al Servidor: Es conveniente **hacer el mínimo de peticiones posibles a tu Servidor**. Lo recomendable es tener entre 20-30, si pasa de estas cifras deberás tomar medidas. Para medir esto una herramienta que funciona bastante bien es [GTMetrix](#).

18. Combinar Ficheros CSS y JavaScript: Con el fin de reducir las peticiones que realiza tu Web, una buena práctica es **combinar todos los archivos CSS y JavaScript en uno para unificarlos** y conseguir esa reducción de peticiones.

19. Usa un sistema de Cache: Un sistema de cache no es más que guardar una copia de tu web a un usuario que ya ha visitado tu Site. Si usas WordPress existen 2 plugins que funcionan a las 1.000 maravillas: [WP Super Cache](#) y [W3 Total Cache](#).

20. Comprime tus imágenes: Las imágenes también juegan un papel importante. Empieza por usar el formato correcto (png, gif, jpeg), continua indicando las dimensiones de la imagen en HTML y finaliza reduciendo lo máximo posible el peso de tu imagen. Con la [herramienta de Optimización de imágenes de Dynamic Drive](#) podrás hacerlo con facilidad y Online.

Elabora una estrategia de Link Building para un mejor Posicionamiento en Buscadores.

Para tener una presencia total en buscadores, **debes elaborar una estrategia de enlaces adecuada**. Estudia a tu competencia, descubre donde tienen los mejores enlaces e intenta conseguirlos tu también, pero no te quedes ahí, si quieres superar a tu competencia deberás hacer algo más que ellos.

21. Escucha a tu competencia: Debes analizar a tu competencia, a aquellas Webs que están bien posicionadas y revisar su perfil de enlaces. Una vez descubras cuales son estos enlaces, **detecta cuales son los mejores enlaces y más adecuados** y consíguelos tu también. Te pueden ayudar herramientas como [Ahrefs](#) o [Open Site Explorer](#).

22. No cometas errores que puedan llevarte a una penalización: Evita errores comunes como intercambio de enlaces, comentarios masivos en Blogs, enlaces en sitios de temáticas totalmente diferentes, obtener muchos enlaces de golpe, etc.

23. Crea un blog para ofrecerlo en caso de Intercambio: Crea un Blog y trabaja su autoridad, si quieres puedes [conseguir un dominio con autoridad usando esta técnica](#). Este Blog te lo debes crear con otro nombre diferente, en otro Hosting y no compartas ningún servicio de Google entre este blog y tu proyecto Web.

24. Utiliza la técnica del Guest Posting, pero con Cuidado: Una de las técnicas más de moda de la actualidad es la de hacer artículos como invitado de otros blogs para así **conseguir un enlace de calidad hacia tu proyecto Web**. Debes llevar

cuidado con esta técnica ya que tu contenido debe aportar e ir acorde con los contenidos que aporta normalmente el blog donde vas a escribir como invitado. Combina enlaces No-follow con Do-follow.

25. Ten una estrategia de Link Baiting: Combina tu estrategia de Link Building con **una buena estrategia de Link Baiting**. Esto hará que tu perfil de enlaces parezca más natural.

Hasta aquí las 25 Claves esenciales para tener un **Posicionamiento SEO** de éxito y poder estar entre los primeros resultados de Google.

2. SEO ON PAGE

Cuando hablamos de SEO e intentamos explicarlo y destriparlo, hablamos de **SEO On Page** y SEO Off Page.



Como ya sabéis el SEO Off Page son los factores que trabajas en fuera de tu web, donde entra el trabajo de Link Building, la presencia en Redes Sociales, las sinergias para obtener mayor visibilidad, la monitorización de tus enlaces y de la competencia, etc. Pero esto ya lo hablaremos más adelante.

En los siguientes apartados vamos aprender lo que debemos hacer en nuestra página para gustar a los motores de búsqueda (Sr. Google).

¿Qué es el SEO On Page?

Definimos este término como **la optimización de una página web de cara a los motores de búsqueda y a mejorar la experiencia de usuario.**

Esta optimización se centra en el código de programación, arquitectura Web, contenidos y otros factores que descubrirás a lo largo de este post. El objetivo de realizar este tipo de optimización Web es lograr aumentar el ranking en los diferentes buscadores.

“El objetivo no es estar, es destacar”

El Objetivo no es estar en las primeras posiciones por estar, el objetivo es destacar y conseguir llevarte el mayor porcentaje de clics en tus resultados para cada una de las búsquedas en las que intentes rankear.

Guía Completa de SEO On Page Pasos Previos

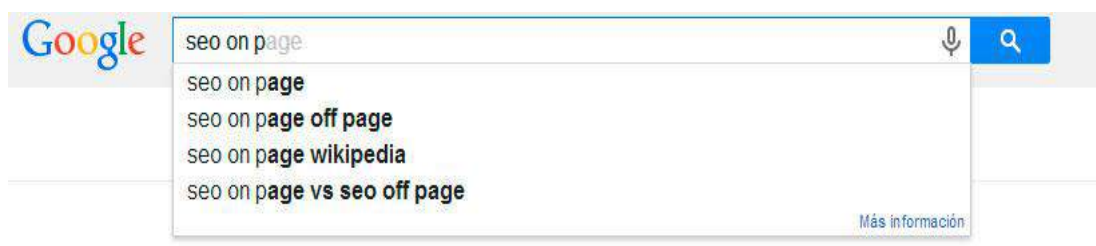
Antes de ponerte a realizar cualquier tipo de optimización de código y contenido es importante que realices un **estudio de tu competencia, de las palabras clave** más importantes de tu proyecto y, sobre todo, que consigas trasladar este estudio a tu proyecto Web y consigas estructurar tu proyecto de una manera adecuada tanto para facilitar la navegación a los usuarios como a los robots de Google y otros buscadores.

Keyword Research

Empieza de menos a más. Nadie mejor que tu conoce tu negocio, por lo tanto empieza a analizar tus productos, servicios, mejores artículos, da igual cual sea tu objetivo, debes priorizar y sacar las mejores palabras clave para tu negocio. Usa las herramientas que

te proporciona Google, estudia a tu competencia y saca conclusiones acertadas:

- **El Brainstorming:** Este es el primer paso que debes realizar. Puedes empezar con una hoja Excel, introduciendo **palabras o frases clave de como crees que los usuarios te buscarían en Google**. Cuando tengas una lista completa y no se te ocurran más formas de como la gente podría buscarte o buscar tus productos o servicios, pregúntale a tus amigos, familia, etc. verás que vas añadiendo más palabras clave que a ti no se te habían ocurrido.
- **El Sugeridor de Google:** Cuando buscas una palabra en Google, antes de que termines de escribir dicha palabra, el propio buscador ya te va mostrando diferentes palabras para completar la que estás escribiendo. Estas palabras también son importantes, ya que **el Gigante de los buscadores te está sugiriendo palabras que buscan mucho los usuarios** en su buscador. ¡Sigue completando tu lista!



- **Las Búsquedas Relacionadas:** Cuando realizas una búsqueda en Google, al final de la página del buscador, siempre te salen algunas palabras y Google lo titula **“Búsquedas Relacionadas”**, estas también son importantes, por el mismo motivo que en el caso anterior. ¡La lista se sigue completando!

Búsquedas relacionadas con seo on page

seo on page **off page**

análisis seo

seo **off page**

etiquetas meta seo

manual posicionamiento seo

meta tags seo

seo **basico**

tutorial seo

- **SEMRush**: Esta es mi herramienta favorita. Esta herramienta te permitirá añadir a tu Excel **más palabras clave gracias al análisis que vayas realizando de tu Competencia**.
- **Ubersuggest**: Otra fantástica herramienta. Esta te permitirá seguir descubriendo más palabras clave. Esta herramienta **ordena todas las frases clave del Sugeridor de Google** y te las muestra para las palabras o frases clave que introduzcas.
- **Long Tail Keyword-Tool**: Otra fantástica herramienta. Esta a diferencia de las anteriores es más específica, ya que te mostrará palabras clave de cola larga de 3-4 palabras.
- **Planificador de Palabras Clave de Google Adwords**: Esta es la herramienta que te proporciona Google y donde debes **medir el volumen de búsquedas mensuales** que tiene cada palabra clave que tienes anotadas. Además también te proporcionará ideas de palabras clave que puede que no tengas anotadas y tengan un volumen de búsquedas bastante alto.
- **Google Trends**: Esta herramienta es de sobra conocida. Con esta herramienta **investigaremos con el histórico de Google en cuanto a tendencias** y así poder saber que meses se

buscan más determinadas frases o palabras clave que te interesen.

Entrando de lleno en el SEO On Page

Ahora te explico algunos aspectos importantes del **SEO in Site**.

Para que sea sencillo de entender he separado en 3 apartados algunos de los trabajos que has de realizar para mejorar tu web respecto a los motores de Búsqueda:

Optimización de Código

Dos aspectos muy importantes de este apartado son las etiquetas Title y Description. No solo se trata de crear un título original y natural, recuerda que es complicado salir el primero en los buscadores, y es por ello que si sales segundo o tercero tu resultado debe destacar, llamar la atención y llevarte el mayor número de clics posibles sin salir el primero. Para esto [aquí tienes algunos trucos de cómo destacar en Google](#).

- **La etiqueta meta TITLE:** Esta es quizá, una de las partes más importantes en el SEO On Page. Crea un título original, que llame la atención y, sobretodo, donde **esté presente siempre la palabra clave a posicionar (Cuanto más a la izquierda mejor)**. No te obsesiones con que tiene que estar al principio, es mejor que tu título tenga sentido y sea natural, que introducir un título que carezca de sentido solo por intentar poner la palabra clave al principio.

- **La etiqueta meta DESCRIPTION:** El objetivo de esta etiqueta es convencer al usuario de que el tuyo es el resultado al que debe acceder.
- **El Sitemap.xml:** El objetivo del Sitemap es mejorar la indexación de tu página avisando a los buscadores de que pueden rastrear nuestras URLs. Además cuando actualizas determinadas URLs los motores de búsqueda también serán avisados.
- **El archivo Robot.txt:** Especial atención a este archivo. Se trata de un archivo en el que estas diciendo a Google que quieres que indexe y que no quieres que indexe. Aquí tienes toda la información sobre este tipo de archivos.

CONSEJO

Si quieres saber como quedará tu Snippet en los resultados de los buscadores, te recomiendo usar esta [aplicación de SEOmofó](#)

Contenido e Imágenes

Tus contenidos deben tener un solo objetivo por página, producto, landing o artículo. Además, también es recomendable usar formatos diferentes en lugar de siempre texto: Infografías, Vídeos, etc.

- **Formato de URLs (Amigables):** Las URLs tienen que ser Amigables SI o SI, deben tener la keyword principal a posicionar en dicha URL y lo más a la izquierda posible. Además **debes cuidar su formato obviando caracteres innecesarios o palabras que carecen de importancia en dicha página.** Además te recomiendo también evitar las STOP WORDS: Preposiciones, determinantes, artículos, etc.

- **Estructura correcta de etiquetas HTML:** Debes emplear bien las etiquetas H1, H2, H3... Usa estas etiquetas para estructurar tu contenido. **La etiqueta H1 es la más importante de estas** y debe ser siempre el título de tu página y contener la palabra clave. Usa también las H2, H3 para mejorar la estructura de tus contenidos y darle más valor a algunas palabras clave.
- **Hablemos de Keyword Density:** Seguro que ya habrás oído hablar muchas veces de la densidad de palabras clave. Por si no sabes muy bien como va esto, te cuento brevemente... **se trata del % de veces que se repite una determinada palabra clave en una misma página.** Esto es bueno para el SEO, pero cuidado, si te pasas repitiendo la palabra clave podrás entrar de lleno en el Keyword Stuffing. Lo que se suele decir en estos casos es que tu Keyword Density debe estar entre el 1% y 4%, aunque yo no estoy de acuerdo, ya que si escribes un artículo de forma natural, aportando valor al usuario y resulta que tienes un porcentaje superior al que se recomienda, ¿Qué pasa? NADA de NADA, de hecho seguramente esté mejor posicionados que otros que se centran en la densidad de palabras clave. Por lo tanto, escribe con naturalidad, usando sinónimos.
- **Optimiza tus Imágenes:** Nunca te olvides del **nombrar correctamente el archivo**, de colocar el ALT correctamente, el Title, etc.
- **Uso de los Sinónimos:** Hemos hablado de la densidad de palabras clave y que a Google no le gusta que repitamos elevado número de veces estas palabras para alterar sus resultados. Para que nuestro contenido tenga sentido y a la vez

a ojos de Google y otros buscadores sea bueno **debes de usar palabras parecidas, sinónimos**, etc para referirte a tu Keyword. ¡Esto será un plus para tu contenido!

- **Negrita y cursiva:** Más de lo mismo. Emplear tanto la negrita como la cursiva sirva para indicar a los motores de búsqueda que eso que estamos marcando tiene una importancia especial. Úsalas con cabeza.
- **Contenidos Multimedia:** Ya he comentado al principio de este apartado que **cuanta más información complementaria des a tus usuarios sobre un determinado producto, artículo, servicio, etc más te amaré Google**. Por lo tanto empieza a usar contenido en Audios, Vídeos, Infografías, etc.

*“Escribe para convecer al usuario
no a Google”*

Otros Factores Importantes

Otros aspectos interesantes e importantes que debes conocer del SEO On Site son los siguientes:

- **La Velocidad de Carga de tu Web (WPO):** Tu web tiene que ser rápida, cuanto más mejor. Si no lo es los usuarios se cansarán y antes de acceder a tu contenido volverán a la página de Google para buscar otro resultado. Esto generará un rebote y el Gigante de los buscadores se dará cuenta de que el tuyo, no es un buen resultado para estar arriba.

- **La estructura SILO:** Esta técnica de SEO On Page. Se trata de organizar tu contenido en palabras clave, dándole relevancia a estas mismas y haciendo más fácil a Google que localice tu contenido. [Aquí tienes un artículo completísimo y de los pocos en Español que hablan de esto.](#)
- **Enlaces Internos:** Los enlaces internos no se te pueden olvidar nunca. Con cada enlace interno estarás pasando autoridad a las páginas a las que enlaces. Por lo menos cada página de tu proyecto debe tener al menos un enlace interno hacia otra.
- **Enlaces Externos:** Hace muy poquito ya escribí sobre esto. Los enlaces hacia otras Webs relevantes de la misma temática son buenos siempre que sean para ampliar información sobre lo que estés hablando.

Finalizando y Analizando nuestra Web



Una vez tengas todos los factores más importantes que se han mencionado estructurados y realizados correctamente, no te quedes ahí. Debes analizar y mejorar:

- Analiza porque tu competencia está mejor posicionada que tu.
- Evita el contenido y los títulos duplicados. Para esto te recomiendo usar [Screaming Frog](#).
- Cuidado con la etiqueta rel=canonical. Debes comprender su uso. [Aquí tienes toda la información sobre esta etiqueta](#).
- Revisa tu cuenta de Google Webmaster Tools, por si hay duplicidades de contenido, alguna penalización o algún error de algún tipo.
- Cuidado con los [errores 404](#), debes revisarlos y solucionar los problemas, para esto te recomiendo una vez más Screaming Frog

3. SEO OFF PAGE

3.1 ESTRATEGIA DE LINK BUILDING

Todos los que nos dedicamos a esto del **SEO** hemos peleado siempre por conseguir el mayor número de enlaces entrantes, y si estos eran dofollow, mejor (**Link Building** de toda la vida xD). Así, hemos buceado por páginas de todo el mundo en busca de un hueco desde donde poder apuntar un enlace a nuestra web, hemos incluido nuestra keyword más competitiva como anchor en ruedas de enlaces, redes de blogs, directorios, etc; por lo hablar de los tan cotizados “Post Patrocinados”.



En cambio, **Panda llegó para cambiar el mundo del SEO**, y su sola presencia hizo peligrar el privilegiado status del que gozaban muchos Sites. Por si fuera poco, su amigo Penguin dio otra vuelta de tuerca, enarbolando la bandera del Link Building.

Ahora las reglas del juego han cambiado y los SEOs han de andar con pies de plomo, si no quieren sumergirse en el anonimato más absoluto de los resultados de búsqueda. La encuesta Link Building Survey, cuyos datos se recogen en esta infografía realizada por Skyrocket viene a decirnos cuáles son las **tendencias actuales de Link Building**.

Este estudio está basado en el mercado Estadounidense y la encuesta se realizó a Link Builders, Jefes de Equipo, Ejecutivos y Gerentes de empresa como muestra la imagen inferior.

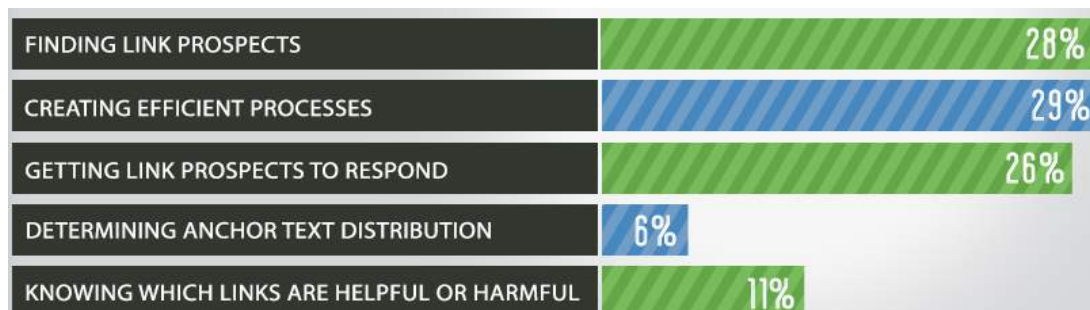


¿Cuánto invierten las empresas mensualmente en su estrategia de link Building?

El 44% de las empresas invierte entre 1000 y 10.000 dólares al mes en la compra e intercambio de enlaces. Un 11% de las encuestadas llega hasta los 50.000 dólares y un 18% los sobrepasa.

El estudio refleja que **las empresas apuestan fuerte por conseguir enlaces, lo que indica que sigue siendo lo que mejor funciona de cara a Google**. Sin embargo, no vale cualquier enlace, sino que todo ha de responder a una práctica lógica y natural.

¿Cuáles son sus principales problemas a la hora de conseguir enlaces?

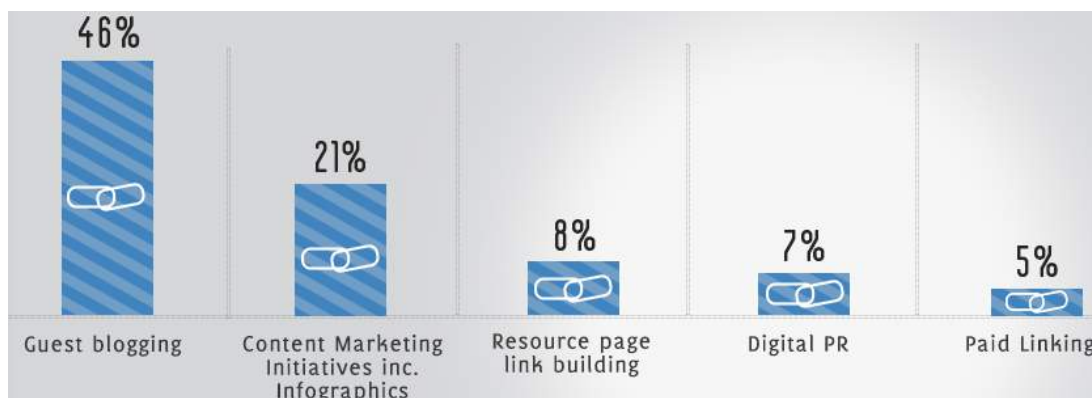


El Link Building ha evolucionado mucho en los últimos meses; las prácticas utilizadas hasta ahora ya no son solo ineficaces, sino que pueden dañar seriamente el posicionamiento de tu web. Las actualizaciones de Panda y Penguin (y... ahora [Penguin 2.0](#)) han hecho peligrar las adoradas posiciones de más de un Site, cuya estrategia utilizada se basaba en el uso de un mismo anchor principal, distribuido a través de miles de Sites de dudosa reputación. Ahora esos sitios han sido penalizados, arrastrando con ellos a todas las webs vinculadas. De otra parte, **la técnica “todos a una” basada en potenciar un único criterio va en contra de lo que denominaríamos “naturalidad” en la estrategia de enlaces,** un área don de Google también se ha mostrado implacable.

- El inconveniente más habitual con el que se encuentran actualmente los profesionales del posicionamiento en buscadores es encontrar Webs interesantes (28%), que permitan desarrollar una estrategia de Link Building efectiva (29%).
- Una vez identificado el objetivo, el siguiente reto es conseguir una respuesta positiva por su parte y, por consiguiente, el enlace en cuestión (26%).

- También es complicado determinar qué enlace van a ser realmente útiles, así como identificar a los que puedan perjudicar al Site (11%).
- Un 6% reconoció a su vez que **valoraba con mucho cuidado el “anchor text” a elegir en cada caso.**

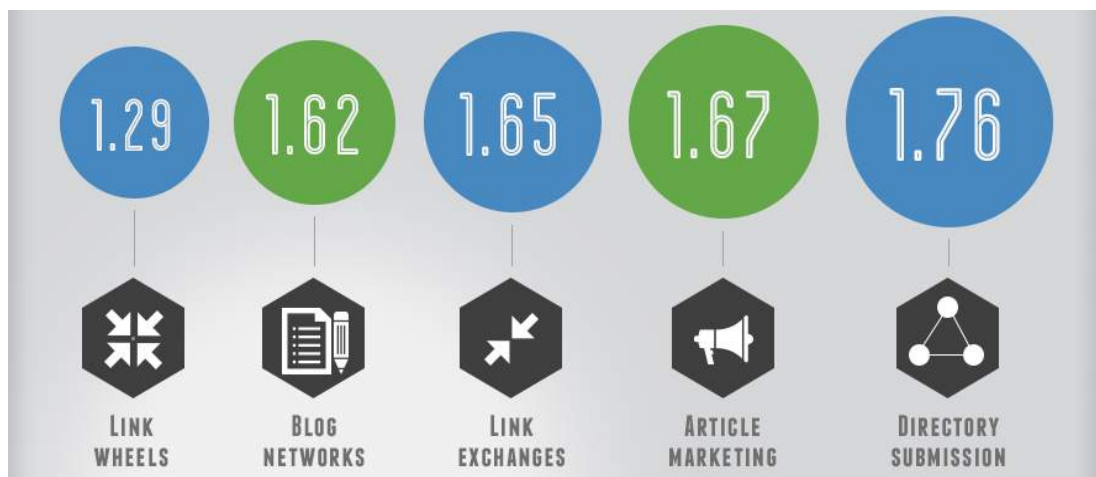
¿Cuáles son las técnicas de Link Building más utilizadas en la actualidad?



El Guest Posting es la práctica más habitual entre los 389 profesionales SEO encuestados (46%), seguidas de otras acciones relacionadas con la creación de contenido, como la **creación de infografías (21%). El 8% recurre a la tradicional inserción del enlace,** mientras que las RR.PP. todavía funcionan (7%). Por su parte, un 5% reconoció que practicaba la compra de enlaces (una cifra que se presume más elevada).

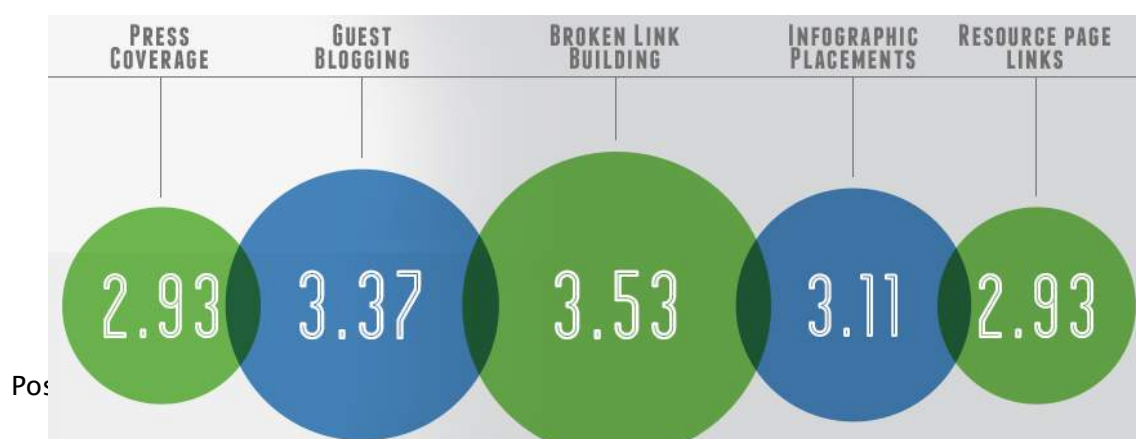
¿Qué técnicas son las más efectivas?

A la hora de valorar qué estrategias son las más efectivas para el posicionamiento, en una escala del 1 al 5, los responsables de la consecución de enlaces destacaron que **detectar y aprovechar enlaces rotos** era la que mejor les funcionaba (3,53), seguido del Guest Posting (3,37), cada vez más extendido. A continuación aparecían las infografías (3,11), mientras que las acciones derivadas de las RR.PP. y la inserción de enlaces (2,93).

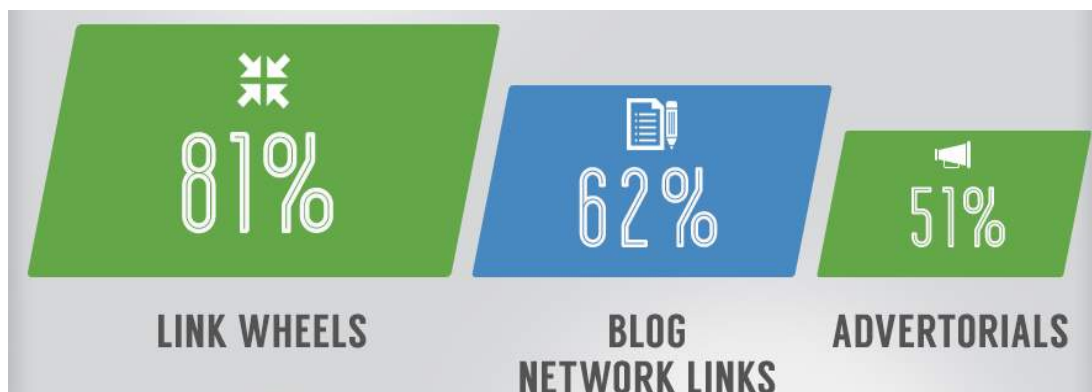


¿Qué técnicas son las menos efectivas?

Aunque todavía se practiquen, los Link Builders **no confían especialmente en las antaño tan útiles estrategias de construcción de enlaces, como son el alta en directorios (1,76), los artículos patrocinados (1,7); el intercambio de enlaces (1,65); las redes de blogs (1,62) o las ruedas de enlaces (1,29).**



¿Cuáles podrían perjudicar nuestro SEO?



Las prácticas arriba citadas podrían incluso ser perjudiciales. **El 81% de los encuestados recela especialmente de las ruedas de enlaces**; mientras que **el 62% apunta a las redes de blogs como un agujero negro donde enterrar tu SEO**. Por su parte, **el 51% rechaza los artículos pagados, una práctica que incluso Matt Cutts desaconsejaba recientemente**. El miedo a que cualquier práctica de Link Building puede perjudicar el SEO de la página lleva a un 5% de los participantes en el estudio a rechazar de pleno cualquier estrategia de construcción de enlaces. Las consecuencias se pagan, y la ira de Google puede ser implacable.

¿Dónde se ubica el enlace en los artículos de Guest Posting?

Se trata de una duda general entre los responsables de Link Building. **Los encuestados prefieren ubicar dicho enlace dentro del texto (33%), antes que en el apartado de bio del autor (12%)**. En cambio, en la mayoría de los casos, no es posible elegir dicho

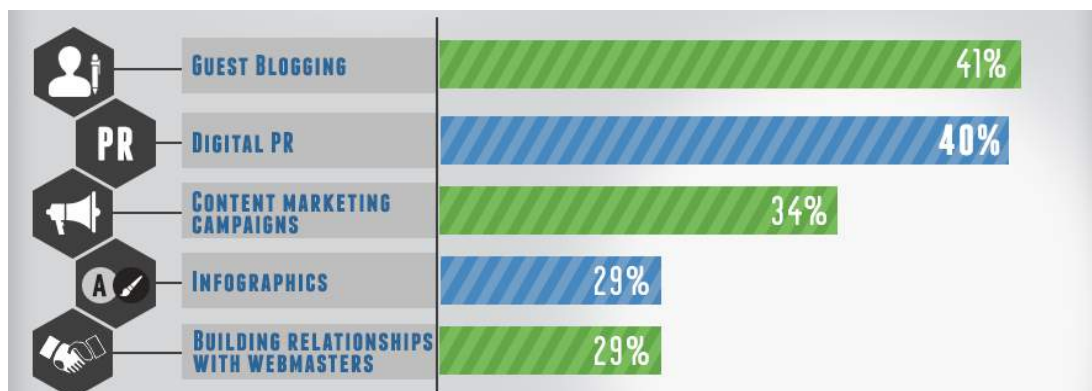
emplazamiento, sino que es una imposición de la web. Por tanto, lo habitual es realizar una estrategia combinada.

¿Directorios o blogs cualificados?

No creo que haya muchas dudas al respecto. **Un sitio de calidad, con información relacionada con la temática de nuestra web, que además cuente con una revisión previa del contenido siempre será mucho más efectiva que los tradicionales directorios u agregadores de información.** Aun así, no conviene despreciarlos, dado que hay grandes portales con gran relevancia para los usuarios, y pueden ayudar a difundir nuestro contenido, y con ello a ampliar la estrategia de Link Building. Es el caso de las galerías de infografías, que sirven de fuente para otros sitios, que buscan dicho contenido y lo enlazan voluntariamente a su web.

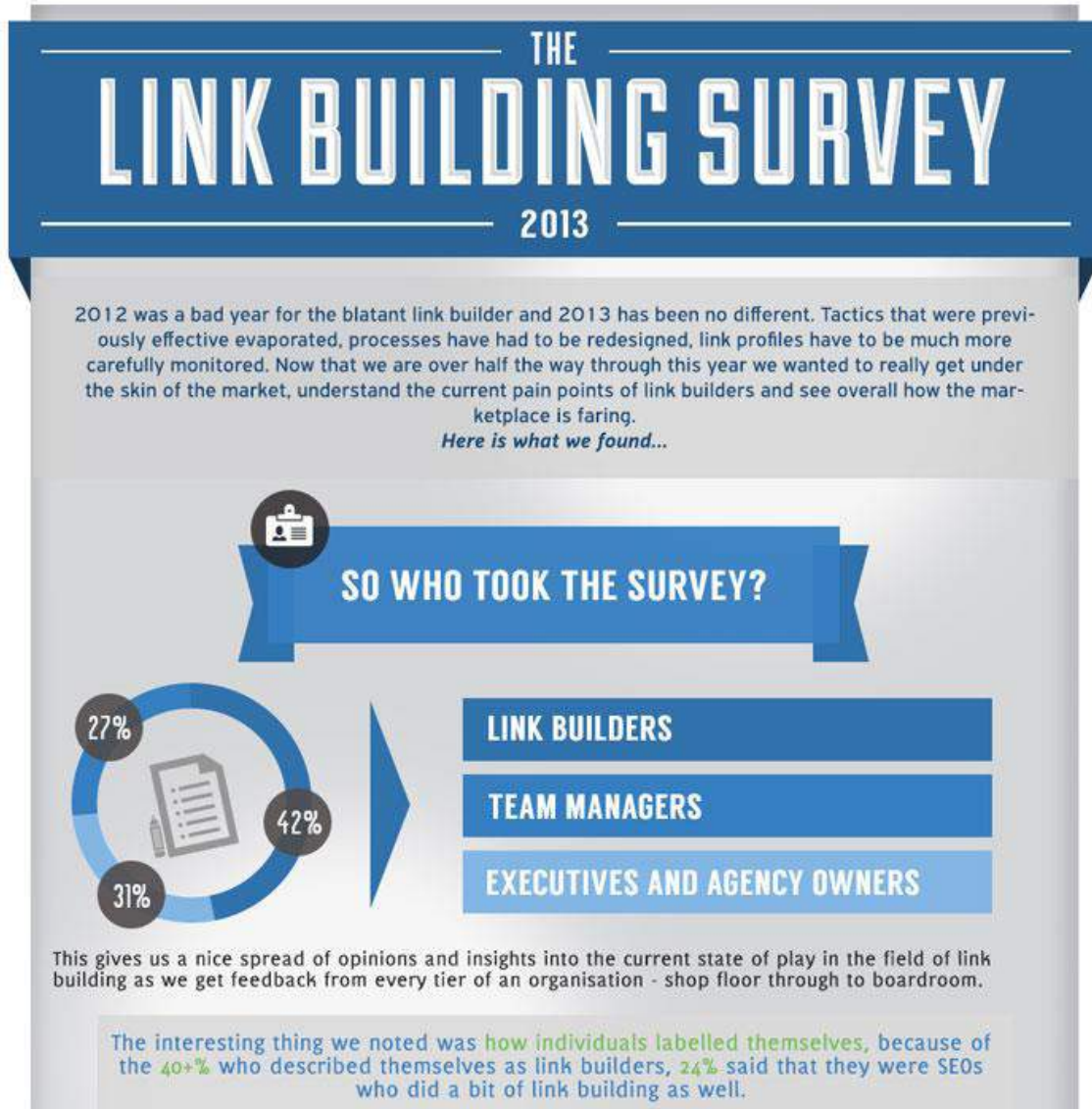
¿Cuál es la tendencia para los próximos 12 meses?

En un futuro próximo, todo apunta a que **los profesionales del posicionamiento en buscadores van a apostar por la creación de contenido de calidad**, en todas sus vertientes, y utilizarlo como moneda de cambio para conseguir enlaces entrantes.

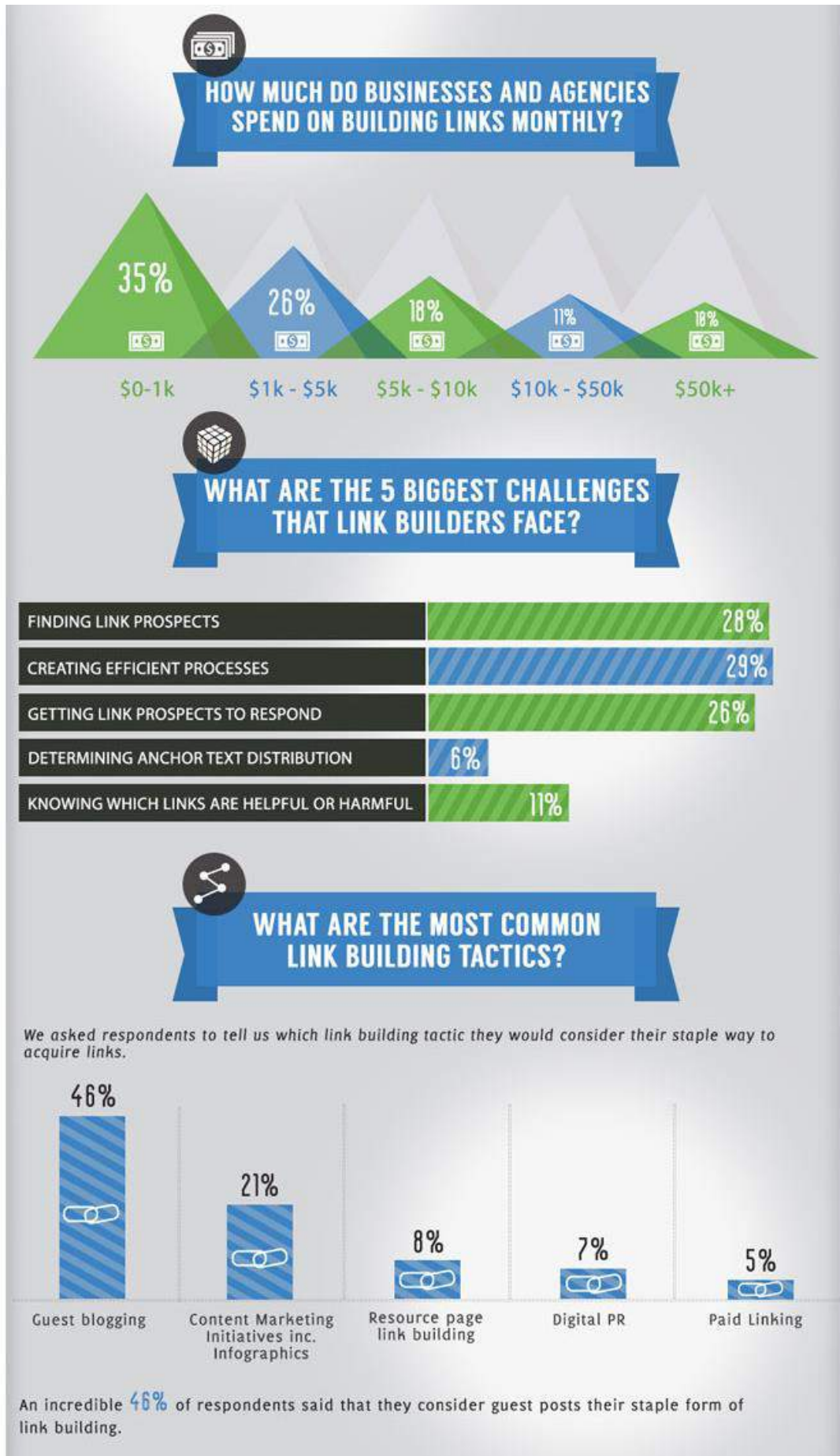


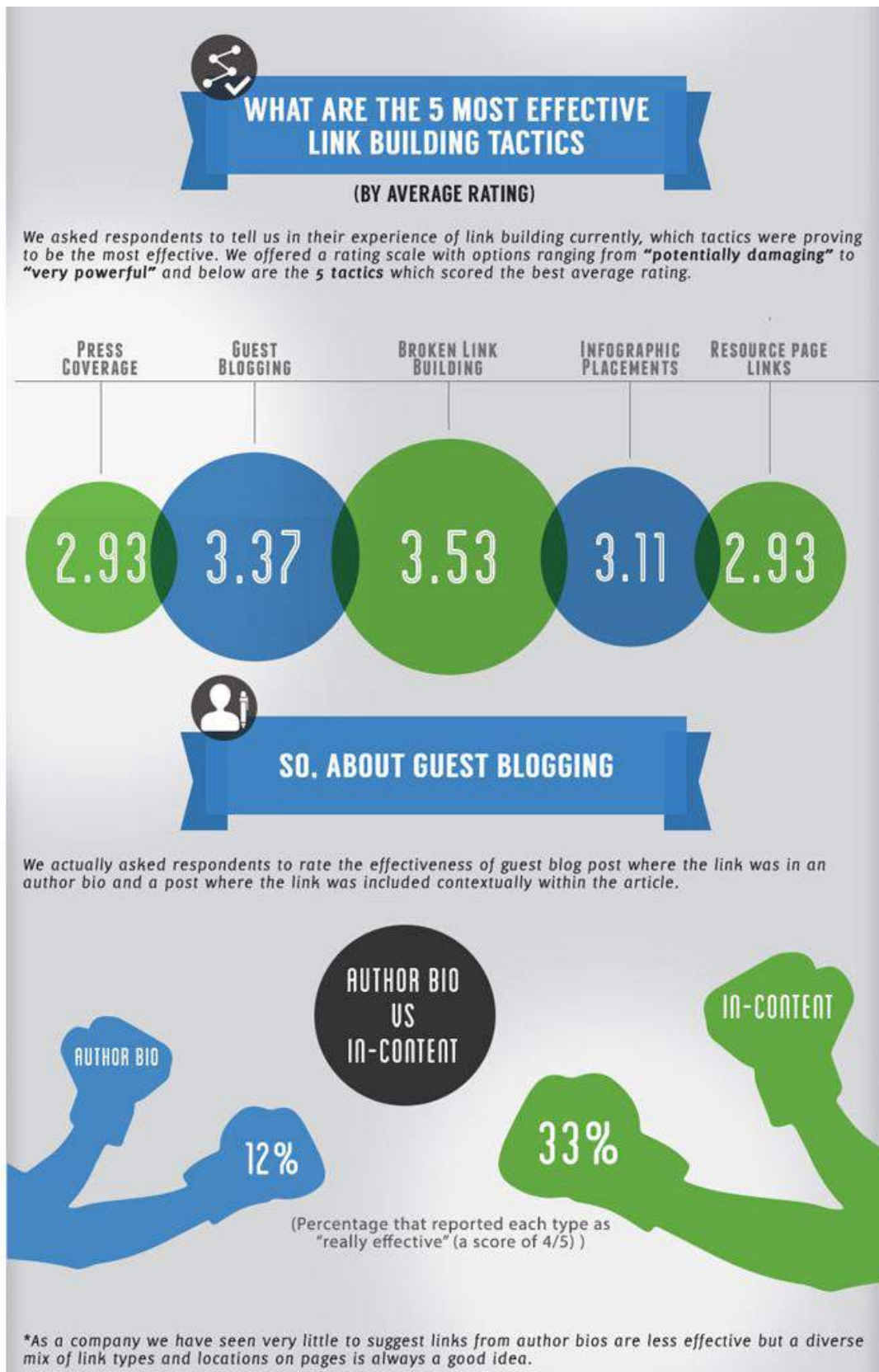
Así, **el Guest Posting se sitúa como la práctica más habitual**, según indica el 41% de los encuestados, seguido de las RR.PP. 2.0 (40%), las acciones de marketing de contenido propiamente dichas (34%) y el diseño de infografías (29%). El estudio también recoge la necesidad de **establecer sinergias con otras webs**, de tal modo que se recomienden mutuamente (29%).

Infografía del estudio de Link Building 2013–

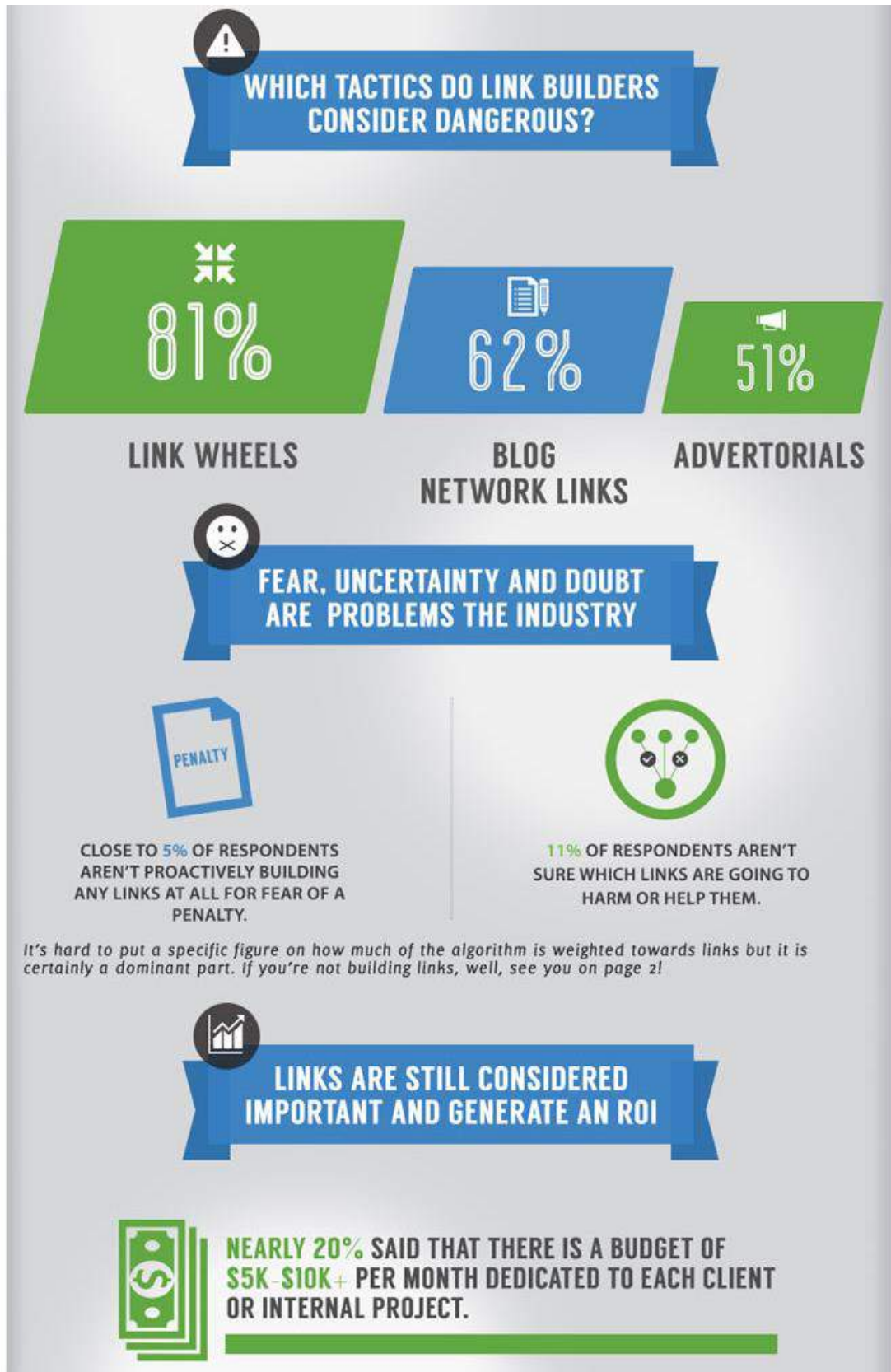


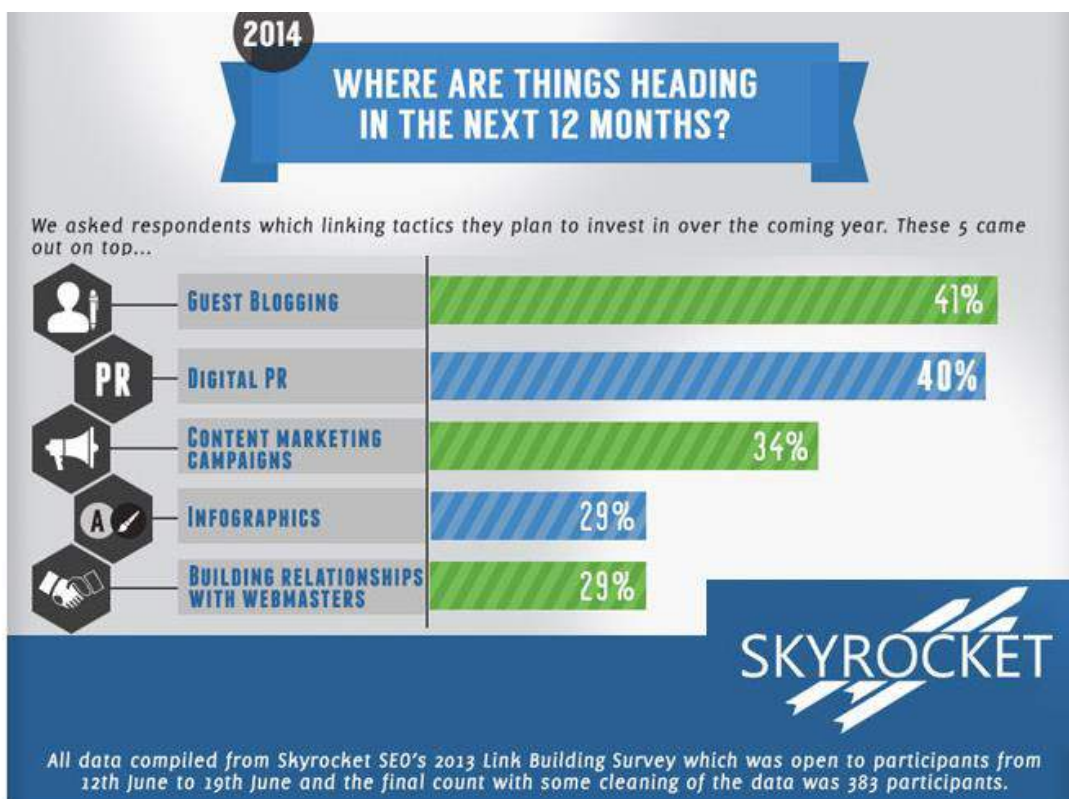
2014











Conclusiones generales...

Cómo ves, el **Link Building** está cambiando hacia un lado más **humano**, las Redes Sociales están tomando una gran importancia en este apartado y ya empezamos a ver artículos sobre “Social Link Building”, y no solo esto, parece que las ruedas de enlaces, los procesos automatizados y los directorios sin valor han perdido muchísima fuerza (ojo: esto no quiere decir que no sigan funcionando si se hace bien) incluso hasta el punto de que el uso inadecuado de estas estrategias dañen gravemente nuestra Web.

También cabe destacar la **práctica del Guest Posting** (Pero bien hecho, que los enlaces estén en el interior del artículo rodeado de texto relevante, nada de al final, en la biografía del autor. ¡Que no nos engañen! contratación de artículos de calidad redactados por profesionales y que aporten valor y originalidad.

3.2 ESTRATEGIA DE LINK BAITING

En su día Albert Einstein dijo:

“Si quieres resultados distintos haz cosas diferentes”

Si analizamos bien la frase, es ahí donde tenemos el primer consejo para que nuestra **estrategia de Link Baiting** tenga éxito.

Antes de los siguientes consejos, creo que hemos de tratar el termino en concreto, y ver su significado.

¿Qué es Link Baiting?

Es una técnica que consiste en generar contenido, del tipo que sea, tan altamente interesante como para captar la atención del usuario. Una vez que hemos captado su atención, nuestro contenido le resultará tan útil e interesante que no le quedará más remedio que enlazarlo, y de esta manera conseguiremos un enlace gracias a nuestro contenido (sin hacer Link Building).



Si queremos llevar la frase del anteriormente mencionado Einstein al mundo de Internet, podemos analizar la frase que escuché hace unos meses a [Arturo Marimón](#) en [SEOntheBeach](#):

“Tenemos que generar un Contenido tan bueno, que hasta nuestra propia competencia tenga que enlazarlo”

Ahora que ya tenemos más claro que es el **Link Baiting** y los beneficios que aporta esta **técnica para obtener enlaces**, ya podemos pasar a un listado que he elaborado de 10 consejos para que esta estrategia sea efectiva.

10 Consejos para realizar una estrategia de Link Baiting efectiva

Voy a comenzar por el consejo número 2, porque como he comentado al principio de este artículo, el primer consejo que debemos aprender es, que **para que este tipo de técnicas funcionen debemos de generar un contenido diferente, exclusivo, único, de valor y para todos los públicos**. ¿Sencillo?, Para nada, pero estos consejos quizá os ayuden a que vuestro contenido sea mejor:

2. Lanza una Exclusiva

Una de las mejores técnicas para que este tipo de estrategias sea efectiva es que seamos **los primeros en sacar a la luz una noticia** que va a ser muy importante en nuestro sector. Solo por el

hecho de ser los primeros en lanzarla todo el mundo nos enlazará y nos mencionara en las diferentes redes sociales.

- Ejemplo: Cuando Search Metrics lanzó su estudio sobre los factores de posicionamiento en 2013 basados en una correlación de datos, fui el primero en escribir un artículo en el que únicamente traducía este estudio y lo ponía a disposición de toda la gente de habla hispana.
- Resultados: Este artículo no solo se generaron cantidad de menciones sociales y me aporó muchísimas visitas en poco tiempo, sino que se logró generar algunos enlaces entrantes.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

3. Juega con la Creatividad

Esto ya lo sabemos todos, cualquier cosa diferente y a la vez creativa, no solo es viral, sino que también nos gusta enlazarla para que todo nuestro público se haga eco de ella. **Hagamos algo creativo y diferente que sea curioso y a la vez aporte valor al usuario.**

- Ejemplo: Un profesional Digital llamado Daniel Sternlicht, ha creado en su web un Juego para mostrar su Curriculum Vitae de una manera diferente e interactiva para lograr encontrar trabajo.
- Resultados: Ha conseguido tener **más de 5.000 menciones sociales**, enlaces hacía su web incontables y **más de 450 comentarios**. ¿Habría encontrado trabajo?... Apuesto a que sí.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

4. Aporta Datos

Los datos nos gustan a todos, sirvan o no sirvan, **un documento con datos contrastados**, con análisis de muchas webs, productos, etc. y con números por todos lados es, cuanto menos, algo que no pasa desapercibido nunca.

- Ejemplo: Hace un par de semanas escribí un artículo donde se trataban los clics que recibía cada resultado de Google dependiendo de su posición, tanto los que son resultados de Pago por Clic como los que son resultados Orgánicos.
- Resultados: Este artículo no solo genero debate y algunos comentarios, sino que también se obtuvieron numerosas menciones sociales y algún que otro BackLink
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

5. Realiza Experimentos

Otra buena forma de **conseguir que la gente te enlace gracias a tu contenido**, es contar experimentos realizados, sobre todo si han salido bien, aunque si han salido mal también tiene su repercusión. De una forma o de otra, realizar experimentos y luego contarlos es una buena manera de enganchar a tu público y hacer que tu contenido sea del todo viral.

- Ejemplo: Uno de los artículos que más me gusta es el que hice hace unos meses donde explicaba como conseguir que tus artículos tengan 5 estrellas en las Serps de Google. En este artículo explico como conseguir esto mediante un plugin que pocos conocían en aquel momento, que además de poner

estrellas en los resultados también nos da la opción de [implementar diferentes Rich Snippets](#).

- Resultados: Se generaron algunos comentarios, numerosas menciones sociales y varios BackLinks apuntando hacia este artículo en concreto.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

6. Genera Debate

Los debates, las opiniones opuestas y estas “pequeñas peleas online”, nos encantan, nos encanta mencionar y enlazar contenidos que generen opiniones. Un artículo que genere opiniones, debates y críticas es un anzuelo perfecto para captar enlaces hacia nuestra Web.

- Ejemplo: El artículo que escribí hace un tiempo donde explicaba como con un plugin y con algo de picardía podíamos aumentar nuestros seguidores de Facebook sin despeinarnos.
- Resultados: Tan solo unos minutos después de lanzar el artículo se generaron varios BackLinks y numerosas menciones sociales. Tan solo 24h después ya habían 23 comentarios en este artículo con diferentes opiniones y críticas.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

7. Usa la Expresión “GRATIS”

Un Curso Online, eBook, plantilla de trabajo o cualquier otra cosa interesante que aporte valor al usuario, si encima es *GRATIS*, será

la **excusa perfecta para que tu web reciba numerosos enlaces entrantes** y sea un contenido viral.

- Ejemplo: En Julio lancé un Curso Gratis de Google Adwords, que constaba de 10 video-tutoriales donde se explicaba desde cero, como crear, configurar y gestionar adecuadamente una campaña de Pago por Clic con Google Adwords.
- Resultados: Realmente este ha sido el contenido más viral que he generado en los 5 meses que llevo escribiendo en mi Blog. Con esta acción se ha logrado generar **más de 100 comentarios, más de 900 menciones Sociales** y cantidad de **enlaces incontables** que apuntan hacia dicho curso.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

8. Opina sobre los expertos de tu Sector

Sin duda alguna, mencionar en un artículo a expertos influyentes de tu sector **te hará llegar a muchísima más gente de la que llegas habitualmente** y este contenido será más viral que los que

- Ejemplo: Artículo donde muestro los 10 profesionales más influyentes del mundo Online. Listo 10 personas muy influyentes del mundo Online y comento que hace cada uno, porque lo está haciendo bien y porque tiene tanta reputación y es tan influyente.
- Resultados: Se generaron comentarios de expertos y gente que sigue a estos expertos. Estos mismos expertos compartieron mi contenido, lo que hizo que mi artículo llegara a muchísima más gente. Fue un artículo muy viral en muy poco tiempo.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

9. Lista los mejores Blogs de tu temática

Un consejo muy parecido al anterior, lo único que cambia es que en vez de mencionar a profesionales mencionamos Blogs relevantes del Sector.

- Ejemplo: Artículo que escribí hace un tiempo sobre *TOP de los 10 mejores Blogs de Marketing Digital*. En este Post mencioné los Blogs más relevantes del Sector Digital.
- Resultados: Este artículo fue muy viral y se difundió a través de varias redes sociales.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

10. Vuela con tus Vídeos

¿Hay algo más viral que un vídeo? Con el vídeo no solo vamos a conseguir captar la atención de nuestro público, sino que **subiéndolo a Youtube conseguiremos ya nuestro primer enlace desde la plataforma de vídeos de Google.**

- Ejemplo: Un artículo que redacté, acompañado de un Vídeo-Tutorial sobre el *Not Provided*, explicando una serie de pasos a seguir para poder tener una idea de como buscan nuestros usuarios para llegar a determinados artículos de nuestro Blog.
- Resultados: Obtuve un gran número de suscriptores a mi Canal de Youtube con este primer Vídeo, además de conseguir algunos enlaces entrantes y numerosas menciones sociales.
- [Clic aquí para ver el Ejemplo](#)

3.3 ESTRATEGIA DE TIERED LINK BUILDING

Antes de entrar de lleno en mi **Manual / Guía sobre Cómo realizar una estrategia SEO de Link Building de Niveles (Tiered Link Building)** quiero refrescaros la memoria.

Dentro de la estrategia de obtención de enlaces, hay diversas técnicas que podemos emplear:

- **Rueda de Enlaces:** Esta es una de las técnicas más conocidas. Consiste en crear una gran cantidad de webs, que apunten cada una a la siguiente formando un círculo que nunca llega a cerrarse (he aquí el gran secreto del éxito de esta técnica), que a su vez todas ellas apunten a nuestra Web a posicionar en cuestión. [Alex Navarro nos cuenta cómo realizar una rueda de enlaces.](#)
- **Link Baiting:** Se trata de obtener enlaces gracias a la creación de contenidos virales. No dudo que funcione... que seguro... pero es muy difícil lanzar artículos virales, a mi me gusta más llamarlo Link Luck, ya que la suerte juega un papel muy importante en este tipo de acciones.
- **Compra de Enlaces:** De esta mejor no hablar.
- **Guest Posting o Colaboración con Blogs:** De momento es una técnica que funciona bastante bien, pero ya sabéis [lo que dijo Matt Cutts sobre esta técnica.](#)

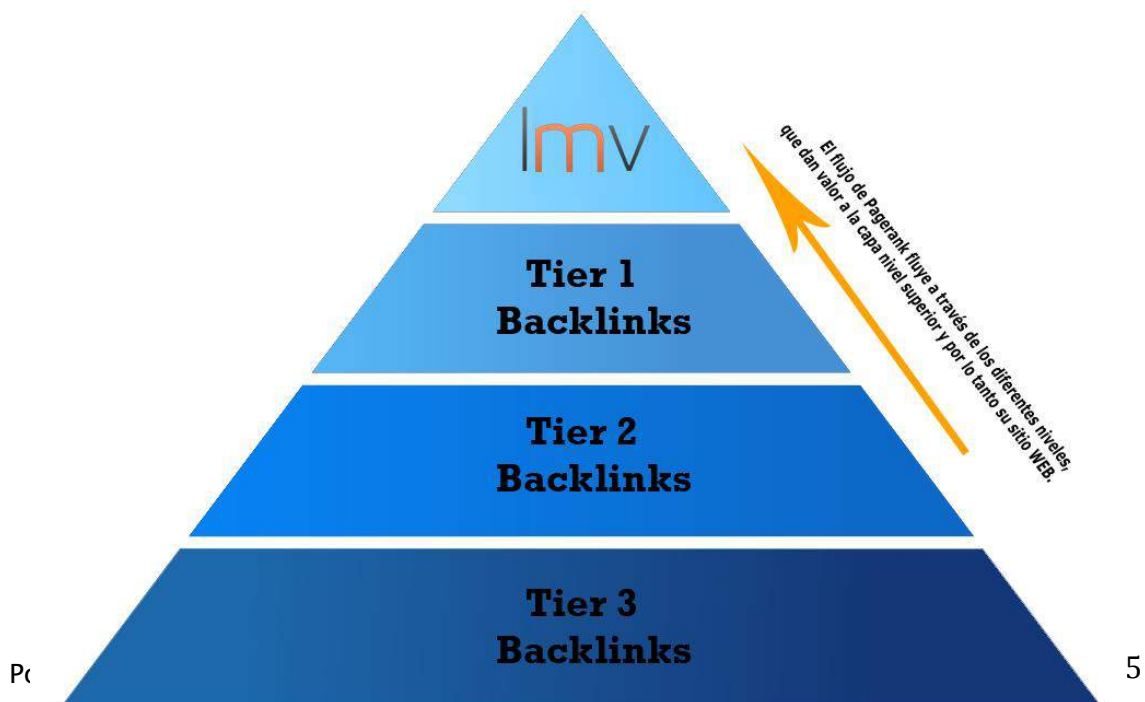
- **Intercambio de enlaces:** Aunque es una técnica que muchos expertos del sector rechazan tajantemente, en mi opinión, creo que es una técnica muy efectiva si estás empezando con tu blog. Nunca está de más realizar 3-4 intercambios con webs de tu misma temática que también estén empezando como tú.
- **Alta en Directorios:** Cuidado en que directorios metemos nuestro Proyecto Online, deben ser directorios que NO estén penalizados. Los hay gratuitos y los hay de pago (que sean de pago NO te garantiza que NO estén penalizados).
- **Comentarios en Blogs, Foros, etc:** Siempre que nuestros comentarios aporten valor y sean un apoyo adicional a dicho artículo, foro, etc. será bien visto a los ojos de Google.
- **Social Link Building:** Esta es una de las estrategias más recientes, cuantos más Shares de Facebook, más RTs, más nos compartan en Google +, etc. más enlaces sociales tendremos hacia nuestra Web, y cada día Google le da más importancia a este tipo de enlaces.
- **Otras:** Hay otras técnicas de obtención de enlaces más o menos recomendables.

Pero vamos al grano. Yo he venido a hablar de una técnica de Link Building muy poco conocida. Se trata de realizar una **estrategia de Enlaces por Niveles o Piramidal**.

Beneficios de una estrategia de Link Building de Niveles o Piramidal

Los beneficios que aporta esta técnica de obtención de enlaces es muy alta:

1. **No dependeremos de nadie para conseguir enlaces.** No tenemos que pagarle a nadie, ni suplicar a nadie por un enlace y sobre todo, controlamos siempre la calidad de nuestros enlaces.
2. **Evitamos penalizaciones por enlaces de terceros.** Si en su día nos pusieron un enlace hacía uno de nuestros niveles principales (TIER 1) una web relevante que ahora ha sido penalizada, esa penalización repercutirá en nuestro nivel (TIER 1), pero nunca en nuestra Web principal (la web que queremos potenciar).
3. **Controlas tus enlaces en todo momento.** Tu controlas todos los enlaces, sabes cuales son buenos, malos, mejores, perjudiciales y que y como debes cambiar las cosas.



Tiered Link Building. ¿Esto qué es?

Debo decir que esta es una técnica que empecé a practicar hace poco más de un año cuando *Matthew Woodward* realizó un [manual de cómo se hacía una estrategia de Link Building por Niveles](#). Está técnica que él explicó no la uso al pie de la letra. Con el paso del tiempo la he ido perfeccionando y modificando a mi gusto.

El **Tiered Link Building o Link Building de Niveles / Piramidal** es la realización de una estrategia de enlaces basada en la transmisión de fuerza y popularidad de un nivel a otro y de la calidad de los mismos, siendo el primer nivel de nuestra estrategia (TIER 3) el más descuidado, el que menos fuerza traspasa, y con los links de menos calidad; y siendo el último nivel (TIER 1) Blogs 2.0 cuidados y mimados con artículos de calidad, con dominios de autoridad y con pocos enlaces apuntando hacia nuestra Web a posicionar con las keywords adecuadas (recordar diversificar el “anchor text” para evitar posibles penalizaciones).



Si nos fijamos en la imagen de arriba, vemos como **se va pasando Link-juice (flujo de Page Rank), de unos niveles a otros hasta**

llegar al TIER o NIVEL 1, que es el Blog / Blogs 2.0 que tenemos mimados y cuidados y donde realizaremos artículos de calidad apuntando hacia nuestra Web en cuestión. En mi caso LMV.

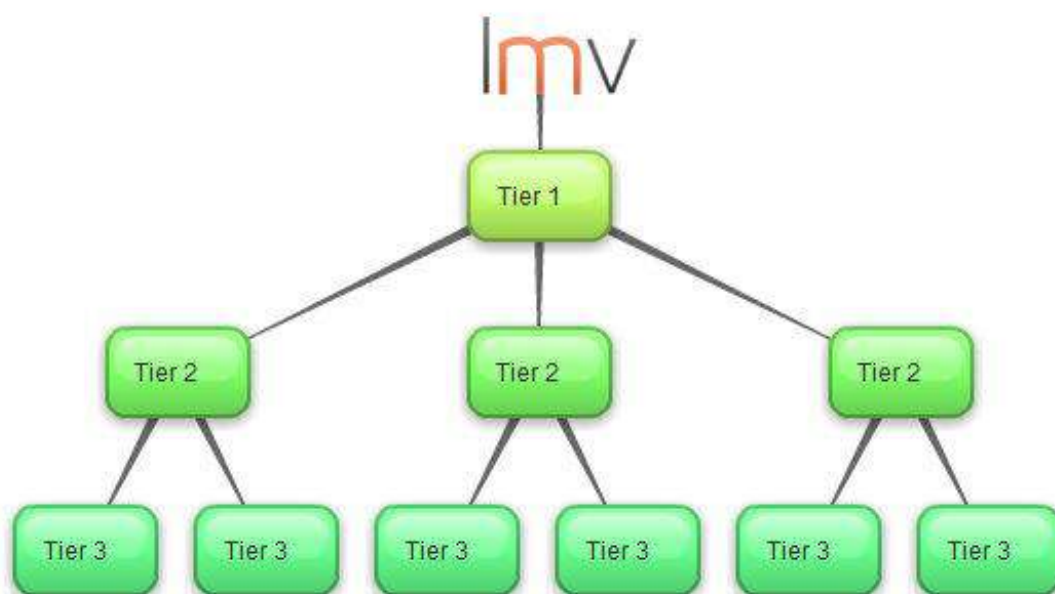
Diferencias entre Niveles o TIERS

Sirviendo de guía la imagen que he confeccionado, paso a explicar brevemente que tipos de enlaces irían en cada nivel:

- **TIER 3:** Debemos de tener claro que no nos importa la calidad. En este nivel... que yo incluso lo calificaría como **“TIER SPAM”**, **nuestra obsesión debe ser la Cantidad olvidando y dejando de lado a la calidad de los enlaces**. Como vemos en la imagen lo ideal serían comentarios en Blogs, Foros, directorios de Baja Calidad, Bookmarks...
- **TIER 2:** Aquí ya nos debemos de preocupar un poquito más en serio por la calidad del texto que rodee a los enlaces, por ejemplo, artículos de una Calidad Media (+ de 400 palabras) incrustados en Directorios, Blogs 2.0 de calidad y autoridad media, etc. (Hay gente que automatiza los textos de este nivel... yo personalmente NO lo haría, ni lo hago ;))
- **TIER 1:** Esta es la parte más importante, ya que este es el nivel más próximo a nuestra Web, y el que más deberemos cuidar. Aquí debemos **crear Blogs 2.0 en lugares de autoridad**. Además todos los artículos que estén dentro de estos blogs deben ser escritos por nosotros o por profesionales, que sean originales y únicos y solo con los enlaces salientes necesarios hacia nuestro proyecto Web a posicionar. Este tipo de Blogs con

autoridad, serían blogs en WordPress.com, Blogger, blogs de Universidades (ya sabemos la importancia y el aprecio que Google le tiene a este tipo de Blogs), incluso podemos crear un blog con un dominio que ya tenga autoridad y este libre porque su anterior dueño lo haya liberado.

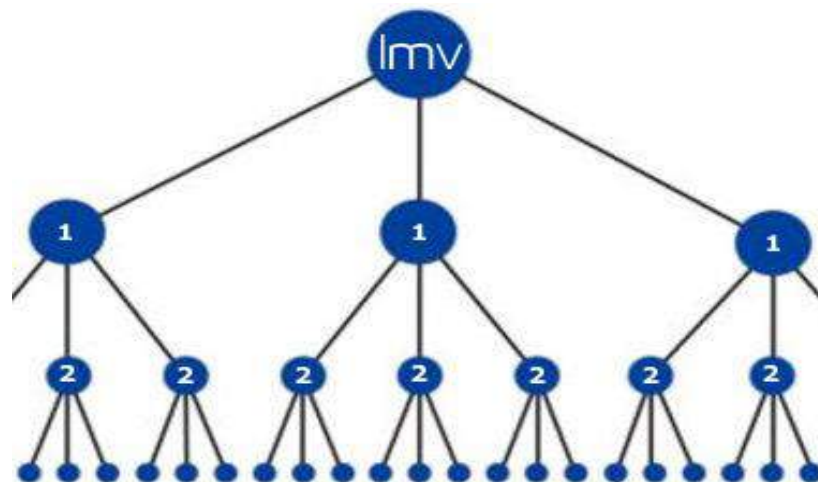
Pero... ¿Cómo conecto estos Niveles o TIERS?



Siguiendo la imagen superior, que he preparado para la ocasión, podemos ver como está todo perfectamente enlazado. **Los TIER 3 se conectan única y exclusivamente con los TIER 2**, y los mismo entre los TIER 2 y el TIER 1. Nunca, bajo ningún concepto os saltéis niveles, es decir, no pongáis un enlaces desde un TIER 3 a un TIER 1, porque sino el invento deja de funcionar y podemos ser penalizados. Esto solo sería una Pata de nuestra estrategia de

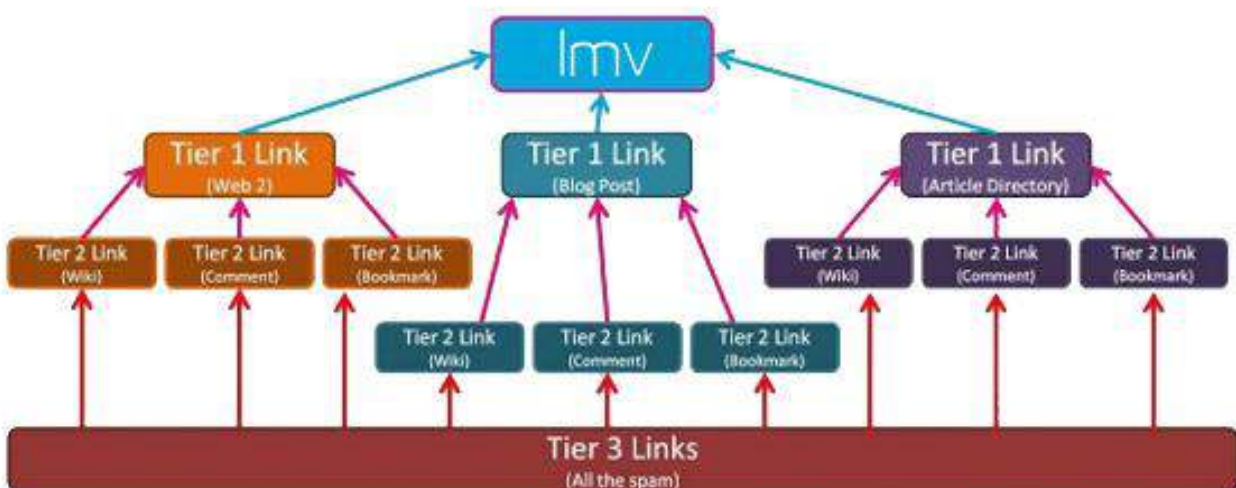
Niveles pero podemos tener tantas como queramos, Yo siempre recomiendo **entre 3-6 Blogs TIER 1 (Blogs 2.0 o Blogs satélites)**.

Aquí os dejo una imagen de una pirámide con más Blogs TIER 1:



Cómo veis esta Pirámide tiene buena pinta pero es algo laboriosa de hacer incluso puede llegar a ser un trabajo de chinos... :D.

Conclusión sobre Tiered Link Building



Cómo vemos en la imagen de arriba se trata de ir de menos a más, se trata de ir ganando calidad, popularidad, fuerza, Page Rank... mediante una estrategia laboriosa pero que una vez que la tenemos toda hecha, no solo nos aseguramos una estrategia de obtención de enlaces que controlamos nosotros al 100%... sino que a la larga da sus frutos. Recuerda que cuando empleamos técnicas de SEO Avanzadas de este tipo, debemos ser muy cuidadosos y certeros en nuestras decisiones. Esta técnica está muy perseguida por Google, por lo que debemos jugar con varios correos, proteger nuestra identidad y ser muy minuciosos a la hora de ejecutar cualquier paso.



Luis M. Villanueva es consultor de Marketing Online, especializado en SEO y Marketing Personal. CEO de luismvillanueva.com y de Wontalia. También es organizador de 2 de eventos de

Marketing Online, iDay Alicante y el [Congreso de Internet 3.0](#). Además ha sido conferenciante en más de 40 ocasiones y profesor habitual de Universidades y escuelas de negocio. En el último año ha sido finalista de los Premios Bitácoras y ganador del Concurso SEO Seoveinte organizado por Foro20.



facebook.com/luismvillanueva



twitter.com/lu1sma



plus.google.com/+LuisMVillanueva



linkedin.com/in/luismvillanueva

www.luismvillanueva.com

luismvillanueva