



Cómo trabajar una estrategia de contenidos para posicionar tu marca en buscadores

Marta Torné, responsable de contenidos en
InboundCycle
@martatornes

¿Qué son los contenidos en el marketing?

Blog de Inbound Marketing

Técnicas y recursos para ayudarte a generar oportunidades comerciales y branding basados en las experiencias de todo un equipo de profesionales del marketing digital.

Inboundización: casos prácticos de captación a corto plazo



por Dana Camps | 04/04/2018

[Tweet](#) [in](#) [Compartir](#)



Seguramente ya has oído hablar de la **inboundización**, de sus efectos en tu plan de marketing y de las ventajas de aprovechar su potencial para batir tus propias marcas de conversión. Sin embargo, del plan sobre papel a la acción hay una distancia que es preciso salvar.

Para conocer qué es la inboundización y entender sus beneficios te proponemos averiguar cómo aplicarla a tus estrategias de captación a corto plazo. ¿Quieres maximizar el aprovechamiento de tus recursos?

¿Necesitas exprimir el valor de tus activos? ¿Te hace falta impulsar la rentabilidad de tus acciones de marketing? ¡Pongámonos en marcha!

[Leer más](#)

Cómo llevar a cabo la transformación digital de tu departamento de marketing



por Manel Bassols | 21/03/2018

[Tweet](#) [in](#) [Compartir](#)



Desafío, cambio y riesgo están asociados a la transformación digital, aunque un proceso como la digitalización también cuenta con una cara mucho más positiva, la que habla de oportunidad y de innovación. El departamento de marketing necesita formar parte de la ola del cambio para poder explotar los nuevos activos y conectar mejor con un nuevo perfil de consumidor. No puede desconectarse del movimiento que empuja al resto de la organización hacia delante ni plantearse un futuro



1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing

1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing

Los contenidos son uno de los **principales pilares** de una estrategia de inbound marketing.

Gracias a los contenidos se pueden poner en marcha las **4 fases** de una estrategia de inbound.

1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing



1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing

El objetivo de los contenidos en cada fase del inbound marketing:

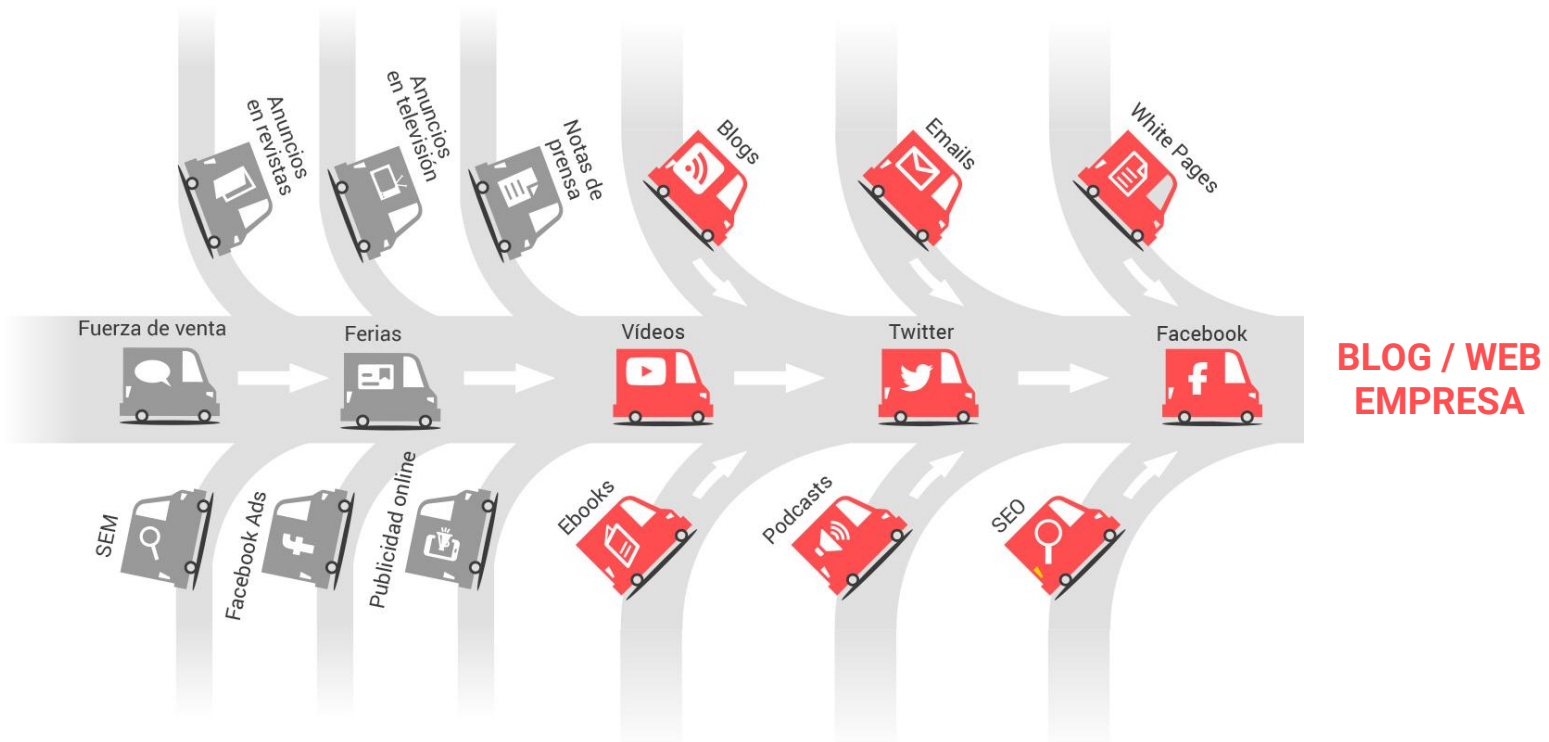
- **Atracción:** dirigir a los usuarios hacia los canales de la empresa: web, blog, landing page, redes sociales...
- **Conversión:** conseguir que los usuarios dejen sus datos y se convierten en leads de la base de datos de la empresa. → Descarga de contenidos.
- **Educación:** educar a los leads para que conozcan el servicio/producto y sus ventajas y se conviertan en futuros clientes. = Lead nurturing.
- **Cierre y fidelización:** cerrar la venta del producto/servicio y/o conseguir que los clientes compren otros productos de la empresa (*cross selling & up selling*).

1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing

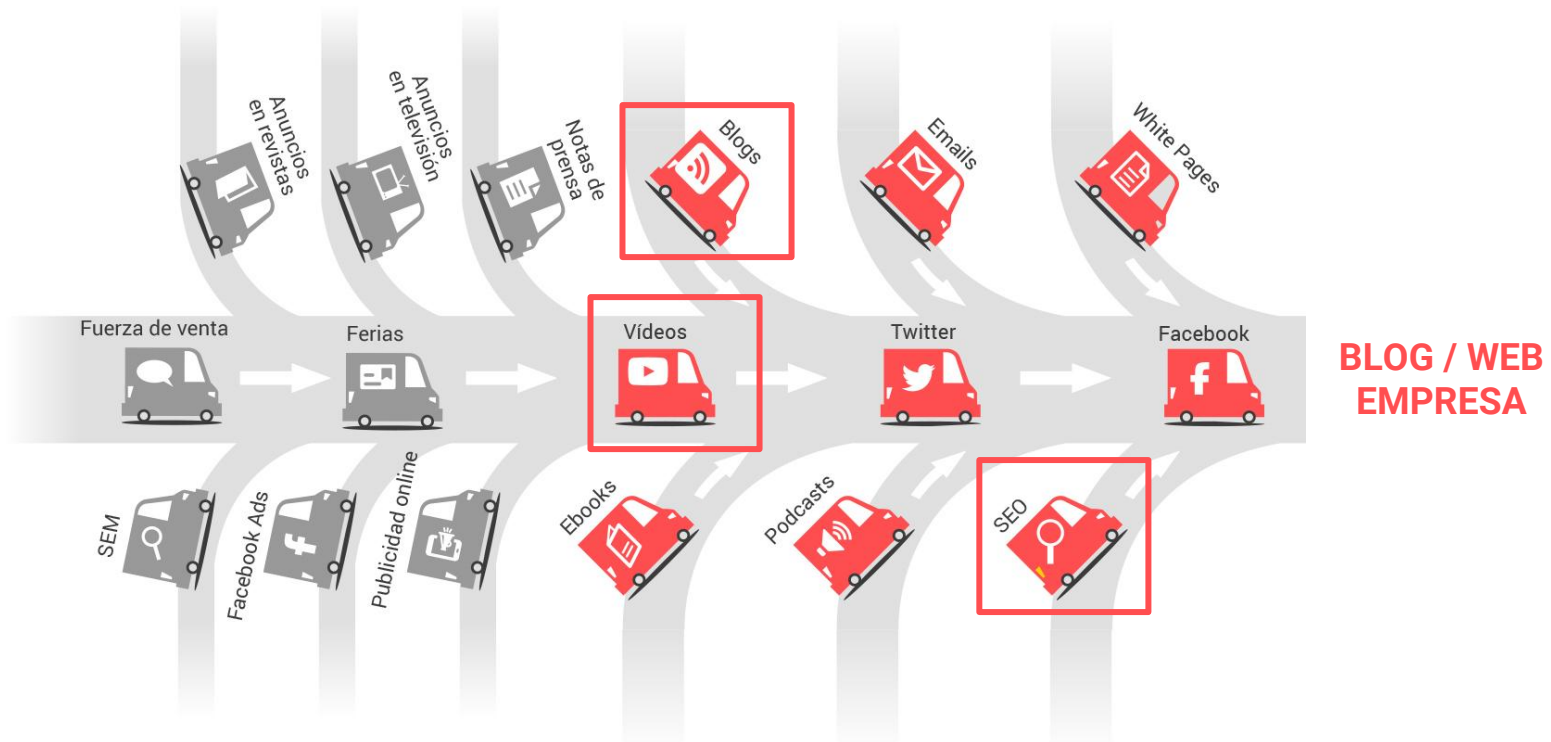
El objetivo de los contenidos en cada fase del inbound marketing:

- **Atracción:** dirigir a los usuarios hacia los canales de la empresa: web, blog, landing page, redes sociales...
- **Conversión:** conseguir que los usuarios dejen sus datos y se convierten en leads de la base de datos de la empresa. → Descarga de contenidos.
- **Educación:** educar a los leads para que conozcan el servicio/producto y sus ventajas y se conviertan en futuros clientes. → Lead nurturing.
- **Cierre y fidelización:** cerrar la venta del producto/servicio y/o conseguir que los clientes compren otros productos de la empresa (*cross selling & up selling*).

1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing



1. La importancia de los contenidos en el inbound marketing



2. La importancia del SEO en el inbound marketing

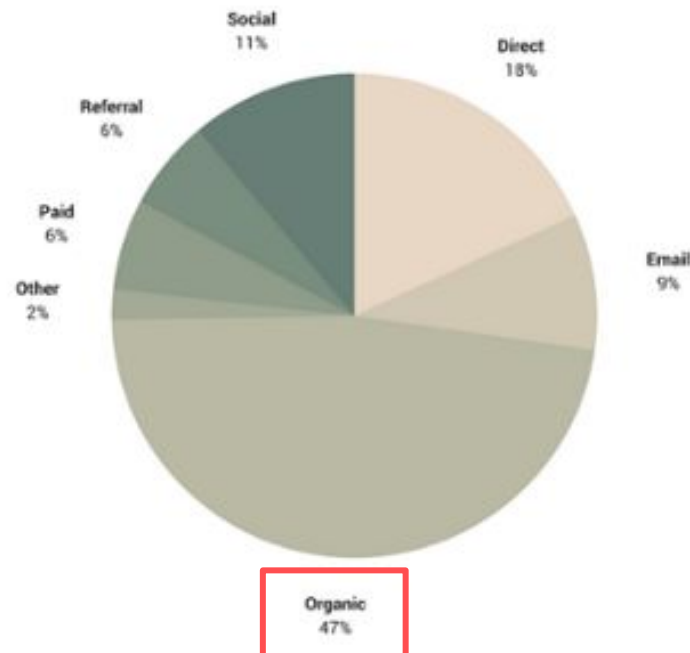
2. La importancia del SEO en el inbound marketing

El SEO nos permite posicionar los contenidos de nuestra web o blog en las **primeras posiciones de los buscadores**.

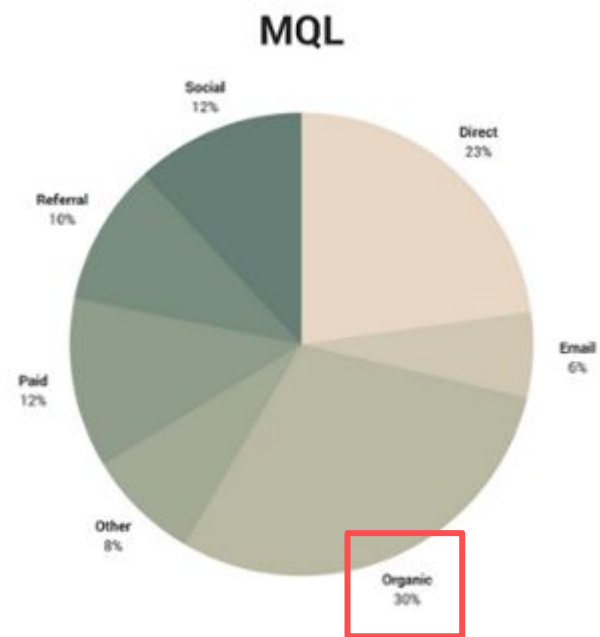
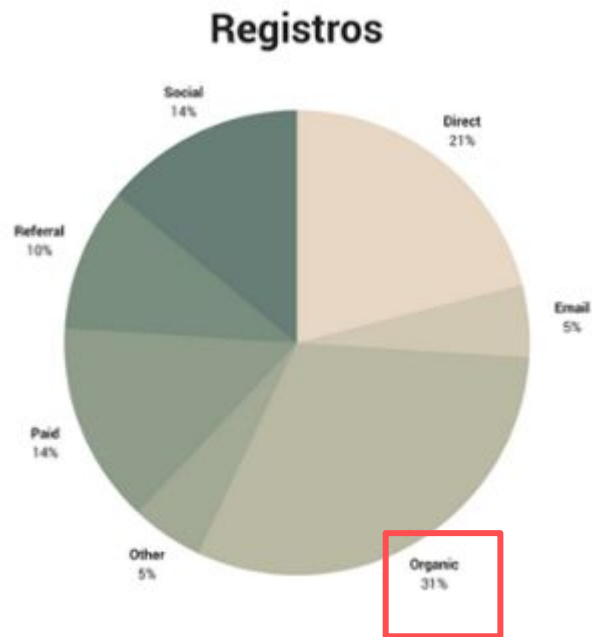
Como consecuencia, la web o blog aumentan visitas = tráfico orgánico.

2. La importancia del SEO en el inbound marketing

El tráfico orgánico es el **principal canal de tráfico, registros y MQLs** en un proyecto de inbound marketing.



2. La importancia del SEO en el inbound marketing



Fuente: [Estudio Los resultados del inbound marketing](#)

2. La importancia del SEO en el inbound marketing

Ventajas del tráfico orgánico

- Conseguir visitas de **forma orgánica** (natural) y a **largo plazo**.
- Registros
- MQLs
- Clientes y embajadores de marca
- Branding

¿Cómo conseguir un buen posicionamiento en los buscadores?

Contenidos de calidad
y centrados en el usuario
+
Optimización SEO

Contenidos de calidad
y centrados en el usuario

+

Optimización SEO

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

- Aporte valor
- Diferenciador
- Original (no copias ni “refritos”)
- Basado en los conocimientos de un experto
- Concreto y completo
- Claro
- Fácil lectura
- Guía de estilo corporativa
- Acompañado por imágenes y otros formatos audiovisuales (vídeos, podcasts, gráficos...)
- Mobile friendly

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Para poder conseguirlo recomiendo la combinación de la **figura de un experto con la de un redactor**.

Ejemplo: [Blog de inbound marketing de InboundCycle](#) →
Expertos en inbound marketing + redactores.

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Estrategia de contenidos: ¿estás gestionando tu blog por temáticas?



por Andrea Castañar | 11/04/2018

[Tweet](#) [in](#) [Compartir](#)



En una estrategia de contenidos, la calidad y la elección de las palabras clave son elementos determinantes para un buen posicionamiento del blog de tu empresa.

Sin embargo, **esto ya no es lo que más cuenta para trabajar el SEO y garantizarte las primeras posiciones**. La gestión de contenidos **por temáticas** es un aspecto que deberías tener en consideración tanto si vas a empezar un blog como si ya tienes uno.

¿Tienes pendiente esta implementación en tu estrategia de contenidos? ¡Sigue los pasos que te propongo en este post para poner al día tu content strategy!


[Leer más](#)

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

No es suficiente tener artículos de altísima calidad. Deben ser eficaces y permitirnos captar **visitas** de los buyer personas de la empresa.

Para ello es necesario realizar un trabajo previo de **análisis del buyer persona** y sus necesidades y motivaciones.

Este análisis puede esquematizarse con un **mapa de contenidos**.



3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Un mapa de contenidos es un esquema que permite **organizar los contenidos (mensajes) que ofrecerás al buyer persona de tu empresa en cada fase del inbound marketing y su proceso de compra.**

Con el SEO trabajarás especialmente la fase de Atracción / Consideración.

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

	FASES DEL PROCESO DE COMPRA		
	CONSIDERACIÓN	INVESTIGACIÓN	DECISIÓN
BUYER PERSONA X	Cómo mejorar el ambiente laboral	Cómo gamificar una empresa	Ventajas de la herramienta X para medir el desempeño de empleados
Berta Torné			
Directora de RRHH	Fomentar el espíritu de equipo en la empresa	Qué es el método de gestión Lean	Demo de 1 mes de la herramienta X
38 años			
Tiene un equipo de trabajo desmotivado	10 consejos para mantener felices a los empleados	Formas de medir el desempeño de los empleados	Diagnóstico gratuito de la adecuación de tu empresa al método Lean
“No sé cómo mejorar el espíritu de equipo”			

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

- **Contenidos para la fase de Consideración:**

Es una fase en la que el usuario descubre que tiene un problema o motivación.

El contenido en esta fase debe ser genérico y educativo y proporcionar al usuario información sobre su problema o motivación.

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

- **Contenidos para la fase de Investigación:**

Aquí el usuario ya sabe cuál es su problema o motivación y busca qué opciones hay para solucionarlo.

Aquí el contenido sigue siendo educativo y tiene que tratar sobre las soluciones para resolver el problema del usuario.

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

- **Contenidos para la fase de Decisión:**

En este momento el usuario ya sabe qué opciones hay en el mercado para solucionar su problema, y va a decidirse por una u otra en función de lo que encuentre.


El contenido ya puede mencionar nuestra marca y sus ventajas y ofrecer una comparativa entre nuestros precios o productos respecto a la competencia.

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

	FASES DEL PROCESO DE COMPRA		
	CONSIDERACIÓN	INVESTIGACIÓN	DECISIÓN
BUYER PERSONA X	Cómo mejorar el ambiente laboral	Cómo gamificar una empresa	Ventajas de la herramienta X para medir el desempeño de empleados
Berta Torné			
Directora de RRHH	Fomentar el espíritu de equipo en la empresa	Qué es el método de gestión Lean	Demo de 1 mes de la herramienta X
38 años			
Tiene un equipo de trabajo desmotivado	10 consejos para mantener felices a los empleados	Formas de medir el desempeño de los empleados	Diagnóstico gratuito de la adecuación de tu empresa al método Lean
“No sé cómo mejorar el espíritu de equipo”			

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Tipos de contenidos para cada fase del proceso:

1. **Descubrimiento:** contenido TOFU
 2. **Investigación:** contenido MOFU
 3. **Decisión:** contenido BOFU
- 

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Formatos de contenidos:

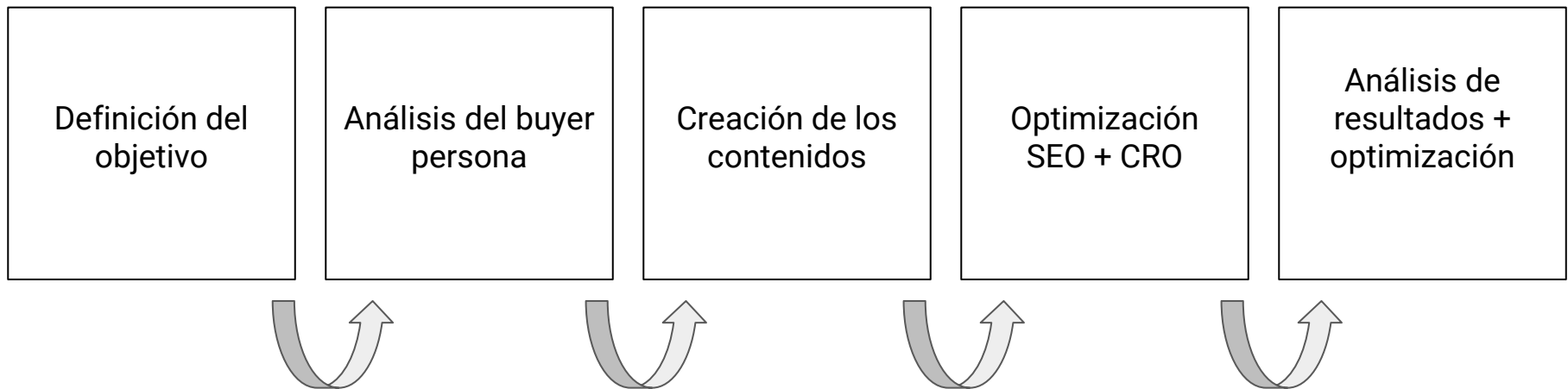


3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

Recuerda que, aparte de pensar en el usuario, para que los contenidos sean eficaces deben tener un **objetivo muy bien definido y estar optimizados para la consecución de este objetivo**: visitas, branding, leads, comunicación...

3. Cómo crear contenidos de calidad y centrados en el usuario

¿Cómo lo hacemos en InboundCycle?




4. SEO para un blog: consejos básicos

4. SEO para un blog: Consejos básicos

Selecciona **keywords relevantes** (muchas búsquedas, poca competencia y relacionadas con las motivaciones de los buyer personas) y crea el **calendario editorial** de tu blog.

Recomiendo una frecuencia mínima de 2-3 posts semanales para que Google se acostumbre a rastrear tu blog.

A large red triangle pointing upwards, located at the bottom right of the slide.

4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo optimizar un post?

1. Selecciona una **keyword** relevante.



Herramientas gratis para buscar palabras clave:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/buscar-palabras-clave-gratis>

4. SEO para un blog: Consejos básicos

2. Crea un **título** para el artículo de tu post:

- La keyword debe estar en el **inicio** (si es posible).
- El título debe tener un máximo de **600 píxeles**.

Inbound Marketing: qué es, origen, metodología y filosofía

<https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es> ▼

22 mar. 2018 - Todo lo que necesitas saber sobre el **Inbound Marketing**: qué es, en qué consiste, en qué se diferencia de otros métodos de marketing, cuáles son sus 4 fases y cómo se aplican con éxito, los resultados reales de esta metodología, casos de éxito, contenidos complementarios...

Los 6 activos del Inbound ... · Buyer persona · Marketing Automation

Herramientas para comprobar los píxeles de un título:

<https://www.portent.com/serp-preview-tool>

4. SEO para un blog: Consejos básicos

3. Utiliza la keyword y keywords sinónimas en los **primeros párrafos del artículo**.

4. Utiliza la keyword en alguno de los **subtítulos** (H2, H3) del artículo.

5. Utiliza la keyword en la **meta descripción** del artículo.



4. SEO para un blog: Consejos básicos

6. Estructura correctamente el artículo con **headers** (H1, H2, H3...).

7. Asegúrate que el artículo tenga, como mínimo, 1 **imagen**. Es recomendable que **alt-text** de la imagen contenga la keyword.

4. SEO para un blog: Consejos básicos

8. Revisa que el post **no tenga contenido duplicado** con la herramienta [Copyscape](#).

9. Añade el artículo en una de las **categorías** de tu blog.

10. Añade **links hacia el artículo** en otros artículos relacionados del blog (internal linking).

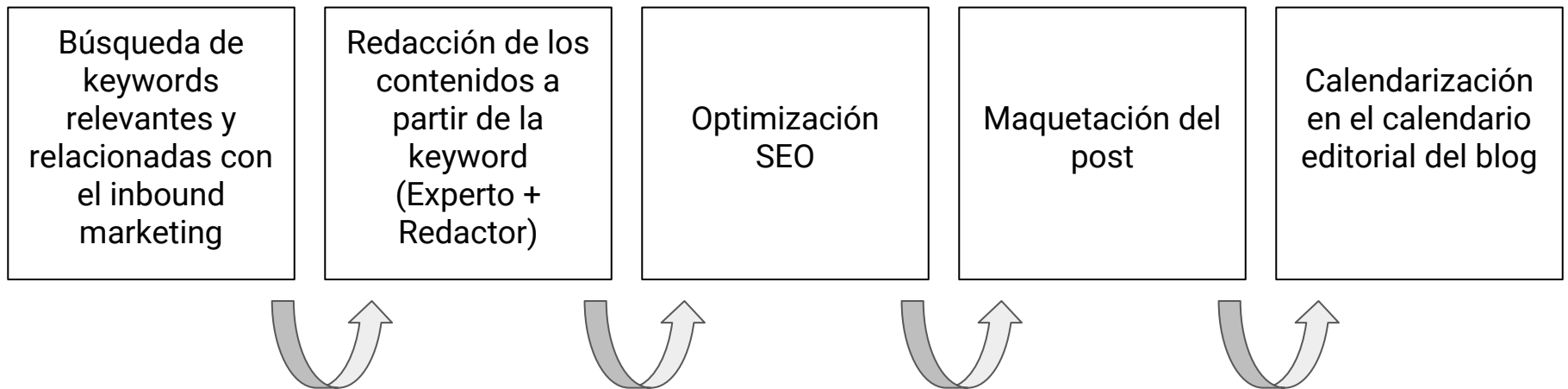
4. SEO para un blog: Consejos básicos

11. Difunde el contenido en tus redes sociales, newsletter, campañas de PPC, etc.

12. Consigue **enlaces externos** hacia el artículo (external linking).

4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?



4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?

Estrategia de contenidos: ¿estás gestionando tu blog por temáticas?



por Andrea Castañar | 11/04/2018



En una estrategia de contenidos, la calidad y la elección de las palabras clave son elementos determinantes para un buen posicionamiento del blog de tu empresa.

Sin embargo, **esto ya no es lo que más cuenta para trabajar el SEO y garantizarte las primeras posiciones**. La gestión de contenidos **por temáticas** es un aspecto que deberías tener en consideración tanto si vas a empezar un blog como si ya tienes uno.

¿Tienes pendiente esta implementación en tu estrategia de contenidos? ¡Sigue los pasos que te propongo en este post para poner al día tu content strategy!

[Leer más](#)

4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?

Día	Mes	Redactor	Fecha entrega	Keyword	Título	Autor	URL Draft	Video	URL Video	Post maquetado	Post optimizado Conversión	Video optimizado	Post editado	Post optimizado	URL definitiva	Revisión final	Imagen maquetada
1	Enero																
2	Enero	Francis Penalba			Cómo utilizar Twitter Ads en una estrategia de inbound marketing	Equipo de InboundCycle	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/5485331928con tent	No	X	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/twitter-ads-inbound-marketing	Si	Si
3	Enero	Andrea Castán		network marketing	Network marketing: qué es, ventajas y desventajas, ejemplos de empresas y estrategia de marketing	Andrea Castán	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54628789118con tent	Si	https://youtu.be/51BaisBeto0	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/marketing-lead-generation/marketing-lead-generation	Si	Si
3	Enero	Pau Valdés		roi inbound marketing	El ROI del inbound marketing: cómo calcular la rentabilidad de tus campañas	Pau Valdés	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54763637908con tent	Si	https://youtu.be/XbY3KwW-xdU	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/roi-inbound-marketing	Si	Si
4	Enero	Sarah Vercheval			CRO: el arte de optimizar la conversión y captación de leads	Sarah Vercheval	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54986317628con tent	No	X	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/cro-optimizar-conversion-cada-vez-mejor	Si	Si
5	Enero																
8	Enero																
9	Enero	Sonia Duro Limia			Qué son los brand lovers y cómo influyen en tu estrategia de marketing	Sonia Duro Limia	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54996254018con tent	No	X	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/brand-lovers-estrategia-marketing	Si	Si
10	Enero	Manel Bassols		transformacion digital	Cómo llevar a cabo la transformación digital de tu empresa	Manel Bassols	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54658481378con tent	No	X	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/marketing-lead-generation/transformacion-digital-departamento-marketing	Si	Si
10	Enero	Sarah Vercheval		landing page	Lo que Wikipedia no revela sobre la optimización de Landing Pages	Sarah Vercheval	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54568689708con tent	Si	https://youtu.be/lhmFISpK2w	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ideas-optimizacion-landing-page	Si	Si
11	Enero	Equipo de InboundCycle		indexación	Pasos para asegurarte una buena indexación en Google, Bing y Yahoo	Equipo de InboundCycle	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/508323108con tent	No	X	Si	Si		Si	Si	http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/16-7524-pasos-para-asegurar-una-buena-indexacion-en-google-y-bing	Si	Si
12	Enero																
15	Enero																
16	Enero	Raúl Florido (Guest post)			Adaptación legal para marketing digital en 2018	Raúl Florido (Guest post)	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/5511655888con tent	No		Si	Si		Si	Si	http://www.inboundcycle.com/novedades-legales-marketing-digital-2018	Si	Si
17	Enero	Dana Camps		KPIs marketing, KPIs marketing digital, KPI marketing online, roi marketing	Análisis en inbound marketing: medidas, métricas y KPIs de marketing empresariales	Dana Campe	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/5463277218con tent	Si	https://youtu.be/WFWxTMDIYY	Si	Si		Si	Si	http://www.inboundcycle.com/analisis-en-inbound-marketing	Si	Si
18	Enero	Carlo Faruoci			El gran cambio del algoritmo de Facebook: ¿adíos al alcance? ¡Soluciones!	Carlo Faruoci	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/5522372970	No		Si	Si		Si	Si	http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/16-7524-pasos-para-asegurar-una-buena-indexacion-en-google-y-bing	Si	Si
19	Enero																
22	Enero	Equipo de InboundCycle			Inbound marketing y eventos: cómo combinarlos (+Guía)	Equipo de InboundCycle	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/55161284308con tent	No		Si	Si		Si	Si	http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/inbound-marketing-y-eventos	Si	Si
23	Enero	Javier Cortés (Guest post)		estrategia email marketing	¿Cómo planear una estrategia para email marketing?	Javier Cortés (Guest post)	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/55093526828con tent	No		Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-planear-una-estrategia-para-email-marketing	Si	Si
24	Enero				7 videos sobre inbound sales. ¿Conoces esta metodología de venta?	Equipo de InboundCycle	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/55314637268con tent	Si, pero integrats		Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/videos-inbound-sales	Si	Si
26	Enero																
29	Enero																
30	Enero	Elena Torrent & Marta Torré		estrategia de contenidos	Cómo crear artículos excelentes para tu estrategia de contenidos	Elena Torrent & Marta Torré	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/54614912558con tent	Si	https://youtu.be/TkImULz-NrY	Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/articulos-excelentes-estrategia-contenidos	Si	Si
31	Enero	Lucas Emma (Guest post)			Estrategias de Twitter que funcionarían este 2018	Lucas Emma (Guest post)	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/5537672388con tent	No		Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-twitter-2018	Si	Si
31	Enero	Carlo Faruoci		expertos en marketing	Expertos en marketing: Informe de la dirección de marketing en 2018 (+Informe)	Carlo Faruoci	https://app.hubspot.com/blog/136661/edit-beta/55370566728con tent	No		Si	Si		Si	Si	https://www.inboundcycle.com/marketing-lead-generation/discusion-marketing-2018	Si	Si

4. SEO para un blog: Consejos básicos

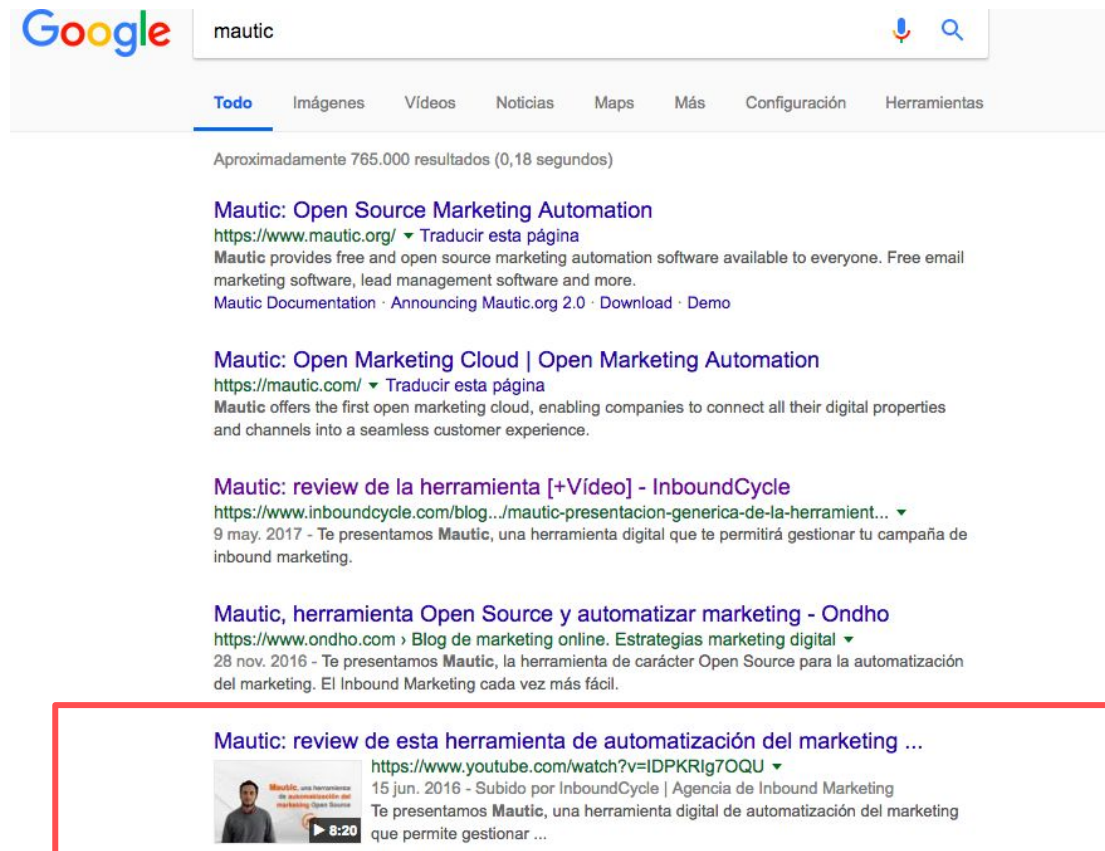
¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?

Para unos mejores resultados y abarcar más formatos trabajamos los **vídeos** en gran parte de nuestros posts.

Los vídeos también pueden optimizarse a nivel de SEO y nos permiten tener **mayor visibilidad en los buscadores** aparte de una **comunidad de usuarios** interesados en el inbound marketing.

4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?



4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en el blog de InboundCycle?

The screenshot shows the YouTube channel page for InboundCycle. At the top, there's a navigation bar with the YouTube logo, a search bar, and icons for video upload, grid view, notifications, and refresh. Below this is a banner for 'Academia de Inbound Marketing' with a graduation cap icon and the InboundCycle logo. To the right of the banner are social media icons for YouTube, Google+, Twitter, LinkedIn, Facebook, and Instagram. The channel name 'InboundCycle | Agencia de Inbound Marketing' is displayed with 10,269 subscribers. Below the name are two buttons: 'PERSONALIZAR CANAL' and 'CREATOR STUDIO'. A navigation menu includes 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'CANALES', 'COMENTARIOS', and 'MÁS INFORMACIÓN'. The 'VÍDEOS' tab is selected, showing a list of uploaded videos. The first video is '¿CÓMO HACER INBOUND MARKETING EN TU CAMPAÑA DE REBAJAS?' (5:43). The second is 'EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO: ADAPTA TUS ACCIONES A CADA FASE' (6:22). The third is 'INBOUND MARKETING VENTAJAS REALES DE SU IMPLEMENTACIÓN' (10:57). The fourth is '¿CÓMO MEJORAR TU BRANDING CORPORATIVO Y DARLE UN IMPULSO A TU MARCA?' (5:38). On the right, there are two related channels: 'Juan Merodio' and 'Marta Emerson', both with 'SUSCRIBIRSE' buttons.

YouTube ES

Buscar

Academia de Inbound Marketing

INBOUNDCYCLE

InboundCycle

10.269 suscriptores

PERSONALIZAR CANAL

CREATOR STUDIO

INICIO VÍDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES COMENTARIOS MÁS INFORMACIÓN

Vídeos subidos REPRODUCIR TODO

¿CÓMO HACER INBOUND MARKETING EN TU CAMPAÑA DE REBAJAS? 5:43

EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO: ADAPTA TUS ACCIONES A CADA FASE 6:22

INBOUND MARKETING VENTAJAS REALES DE SU IMPLEMENTACIÓN 10:57

¿CÓMO MEJORAR TU BRANDING CORPORATIVO Y DARLE UN IMPULSO A TU MARCA? 5:38

Cómo hacer inbound El ciclo de vida del producto: Inbound marketing: ventajas ¿Cómo mejorar tu branding

CANALES RELACIONADOS

Juan Merodio SUSCRIBIRSE

Marta Emerson SUSCRIBIRSE

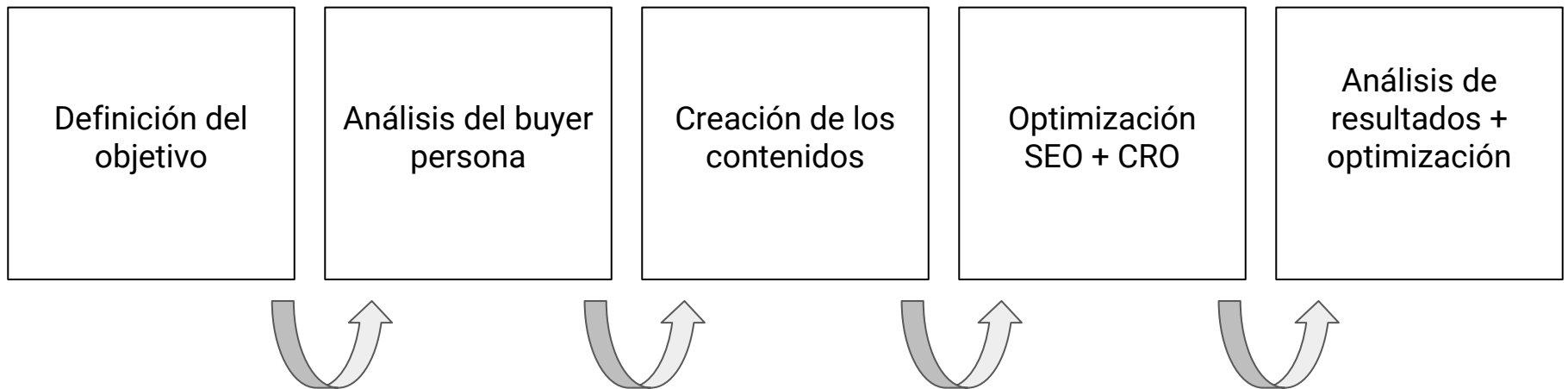
4. SEO para un blog: Consejos básicos

Más información sobre la optimización SEO de vídeos en Youtube:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/seo-youtube>


4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Cómo lo hacemos en InboundCycle?



4. SEO para un blog: Consejos básicos

¿Qué hemos conseguido en InboundCycle?

- Más de 250.000 visitas orgánicas mensuales
 - Más de 4.200 leads orgánicos mensuales
 - Más de 28.000 suscriptores mensuales
- 


5. SEO para un blog: consejos avanzados

5. SEO para un blog: consejos avanzados

¿Cómo posicionar las principales keywords de una empresa aunque tengan mucha competencia?

Los cornerstones (o contenidos pilar).

Son los **principales artículos de una empresa**. Trabajan las **keywords más importantes y más relacionadas con los productos de la empresa**.

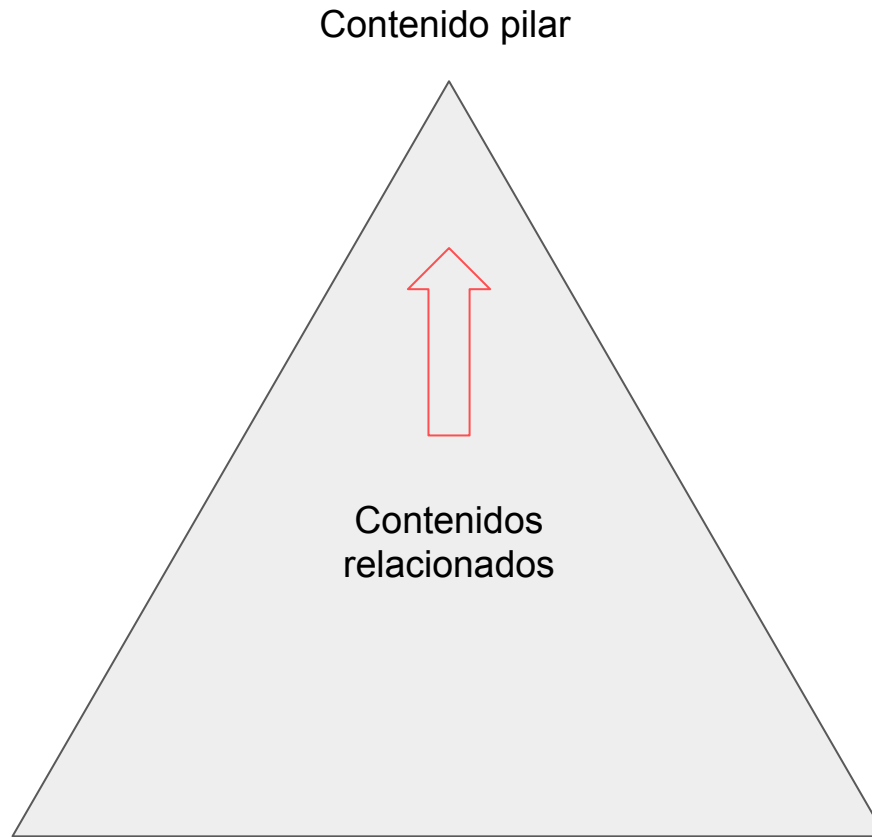
A large red triangle pointing upwards, located at the bottom right of the slide.

5. SEO para un blog: consejos avanzados

1. Contenidos muy completos y de una altísima calidad.
2. Optimización SEO.
3. Datos estructurados.
4. Estructura forma piramidal.
5. Actualización y difusión constante.

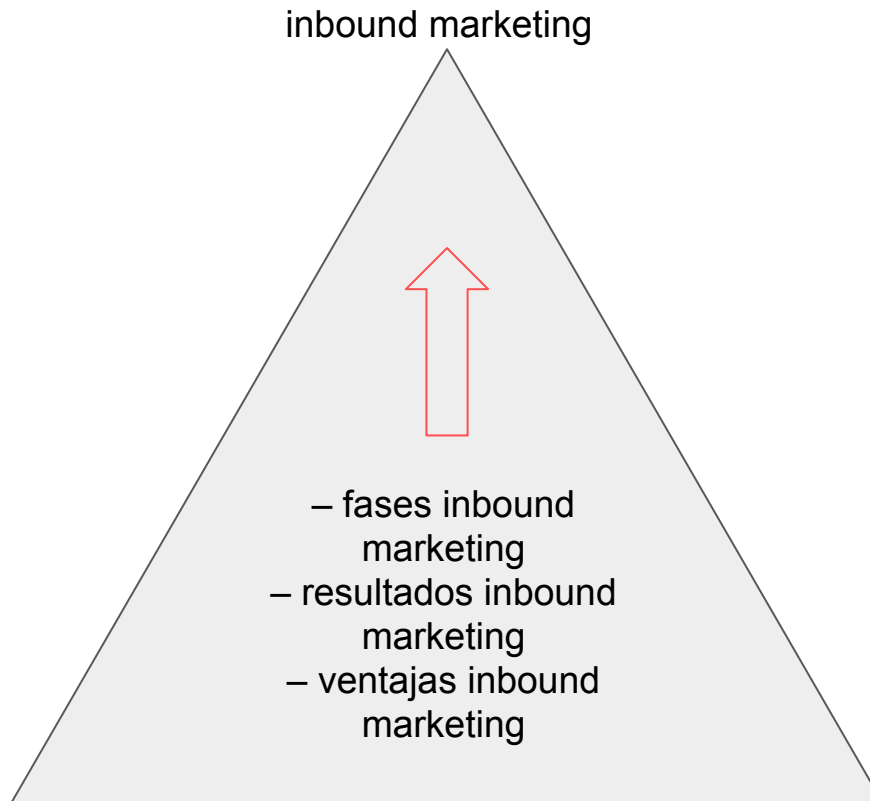
[Más información en este post](#)

5. SEO para un blog: consejos avanzados



5. SEO para un blog: consejos avanzados

Ejemplo de InboundCycle:



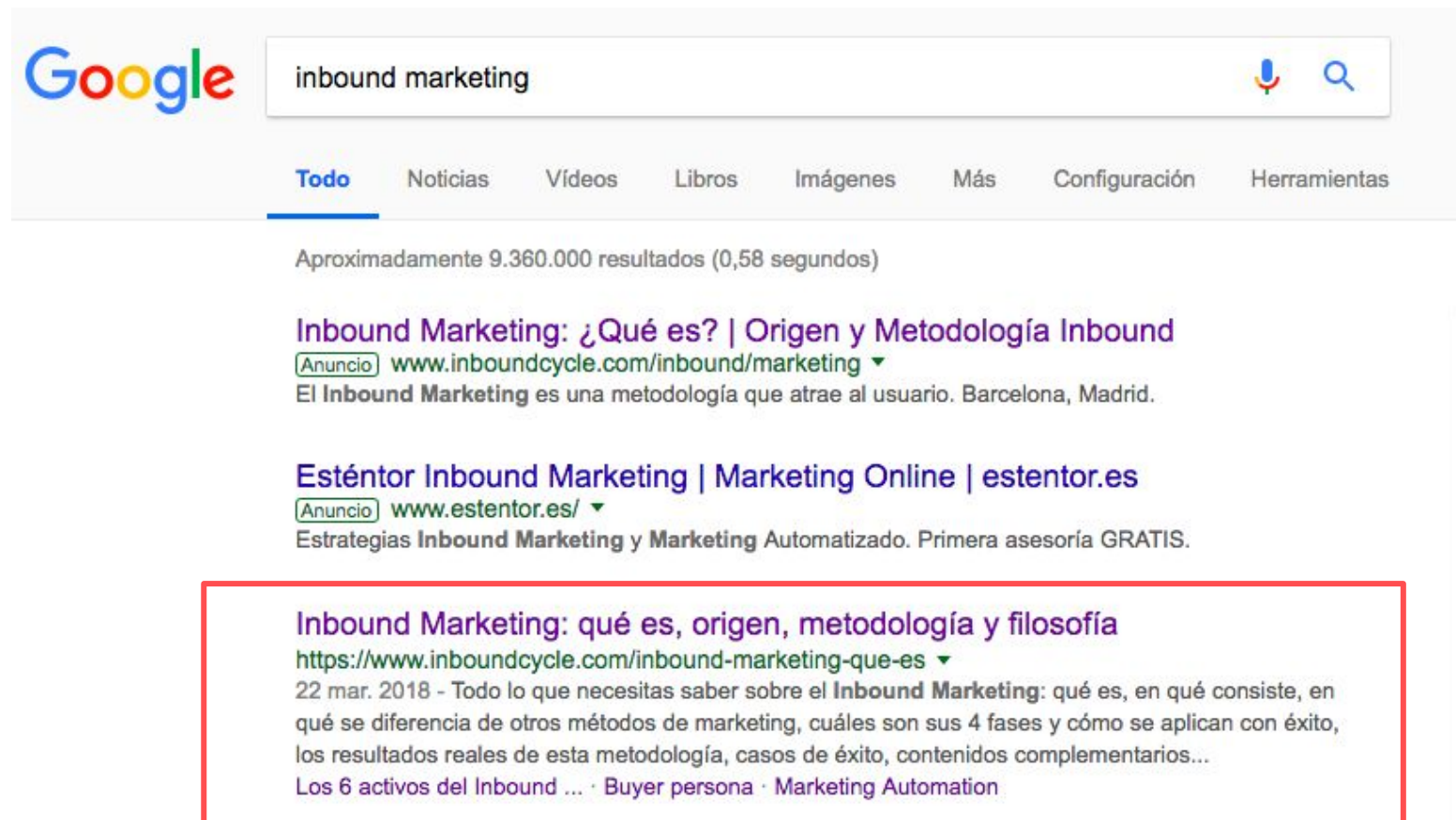
5. SEO para un blog: consejos avanzados

Ejemplo de InboundCycle:

TÍTULO	KEYWORD	URL
Inbound Marketing: ¿Qué es? Origen, metodología y filosofía	inbound marketing inbound marketing definicion inbound marketing que es qué es inbound marketing que es inbound marketing inbound marketing significado qué es el inbound marketing inbound marketing concepto que es el inbound marketing	https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es
Outbound marketing vs inbound marketing	inbound marketing outbound marketing inbound marketing versus outbound marketing inbound marketing vs outbound marketing	https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-vs-outbound-marketing
Marketing de Atracción versus Inbound Marketing		https://www.inboundcycle.com/marketing-de-atraccion-vs-inbound-marketing
Técnicas y herramientas de inbound marketing (+Video]	tecnicas inbound marketing herramientas inbound marketing inbound marketing herramientas	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/tecnicas-y-herramientas-de-inbound-marketing
Estrategia de inbound marketing: elementos necesarios	estrategia de inbound marketing estrategia inbound marketing	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/19739/c-mo-implementar-una-estrategia-de-inbound-marketing
Los 6 activos del Inbound Marketing	activos inbound marketing	https://www.inboundcycle.com/6-activos-del-inbound-marketing
Inbound marketing para pymes: ¿una buena idea? (+Video]	inbound marketing para pymes inbound marketing para pequeñas empresas	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/inbound-marketing-para-pymes-una-buena-idea
9 ebooks gratuitos sobre inbound marketing que no te puedes perder	ebooks inbound marketing	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ebooks-inbound-marketing
Inbound marketing turístico: 5 pasos para empezar tu proyecto	inbound marketing turístico inbound marketing para turismo inbound marketing turismo	https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/5-pasos-para-empezar-tu-proyecto-de-inbound-marketing-turistico

5. SEO para un blog: consejos avanzados

Ejemplo de InboundCycle:



The image is a screenshot of a Google search results page for the query "inbound marketing". The Google logo is on the left, and the search bar contains the text "inbound marketing". Below the search bar, there are tabs for "Todo", "Noticias", "Vídeos", "Libros", "Imágenes", "Más", "Configuración", and "Herramientas". The "Todo" tab is selected. Below the tabs, it says "Aproximadamente 9.360.000 resultados (0,58 segundos)". There are two search results shown. The first result is titled "Inbound Marketing: ¿Qué es? | Origen y Metodología Inbound" and is marked as an "Anuncio" (Ad). The URL is "www.inboundcycle.com/inbound/marketing". The description says "El Inbound Marketing es una metodología que atrae al usuario. Barcelona, Madrid." The second result is titled "Esténtor Inbound Marketing | Marketing Online | estentor.es" and is also marked as an "Anuncio". The URL is "www.estentor.es/". The description says "Estrategias Inbound Marketing y Marketing Automatizado. Primera asesoría GRATIS." Below these results, there is a red-bordered box containing a link to "Inbound Marketing: qué es, origen, metodología y filosofía" with the URL "https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es". Below the link, it says "22 mar. 2018 - Todo lo que necesitas saber sobre el Inbound Marketing: qué es, en qué consiste, en qué se diferencia de otros métodos de marketing, cuáles son sus 4 fases y cómo se aplican con éxito, los resultados reales de esta metodología, casos de éxito, contenidos complementarios... Los 6 activos del Inbound ... · Buyer persona · Marketing Automation".

Google inbound marketing

Todo Noticias Vídeos Libros Imágenes Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 9.360.000 resultados (0,58 segundos)

Inbound Marketing: ¿Qué es? | Origen y Metodología Inbound
Anuncio www.inboundcycle.com/inbound/marketing ▼
El **Inbound Marketing** es una metodología que atrae al usuario. Barcelona, Madrid.

Esténtor Inbound Marketing | Marketing Online | estentor.es
Anuncio www.estentor.es/ ▼
Estrategias **Inbound Marketing** y **Marketing** Automatizado. Primera asesoría GRATIS.

Inbound Marketing: qué es, origen, metodología y filosofía
<https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es> ▼
22 mar. 2018 - Todo lo que necesitas saber sobre el **Inbound Marketing**: qué es, en qué consiste, en qué se diferencia de otros métodos de marketing, cuáles son sus 4 fases y cómo se aplican con éxito, los resultados reales de esta metodología, casos de éxito, contenidos complementarios...
Los 6 activos del Inbound ... · Buyer persona · Marketing Automation

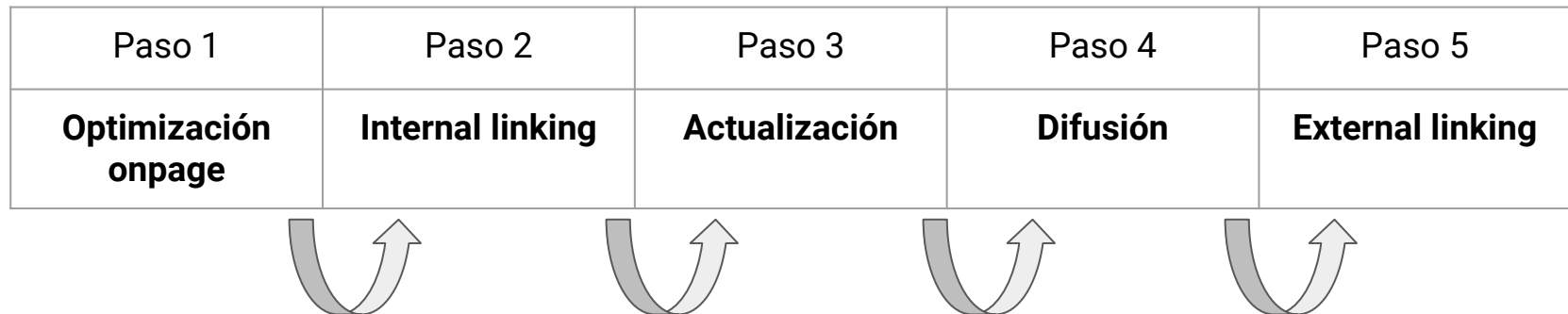
6. Cómo optimizar artículos antiguos para mejorar su posicionamiento

6. Cómo optimizar artículos antiguos para mejorar su posicionamiento

Recomiendo hacerlo con posts que ya reciben muchas visitas y generan muchos leads y aún pueden tener una mejor posición en Google.

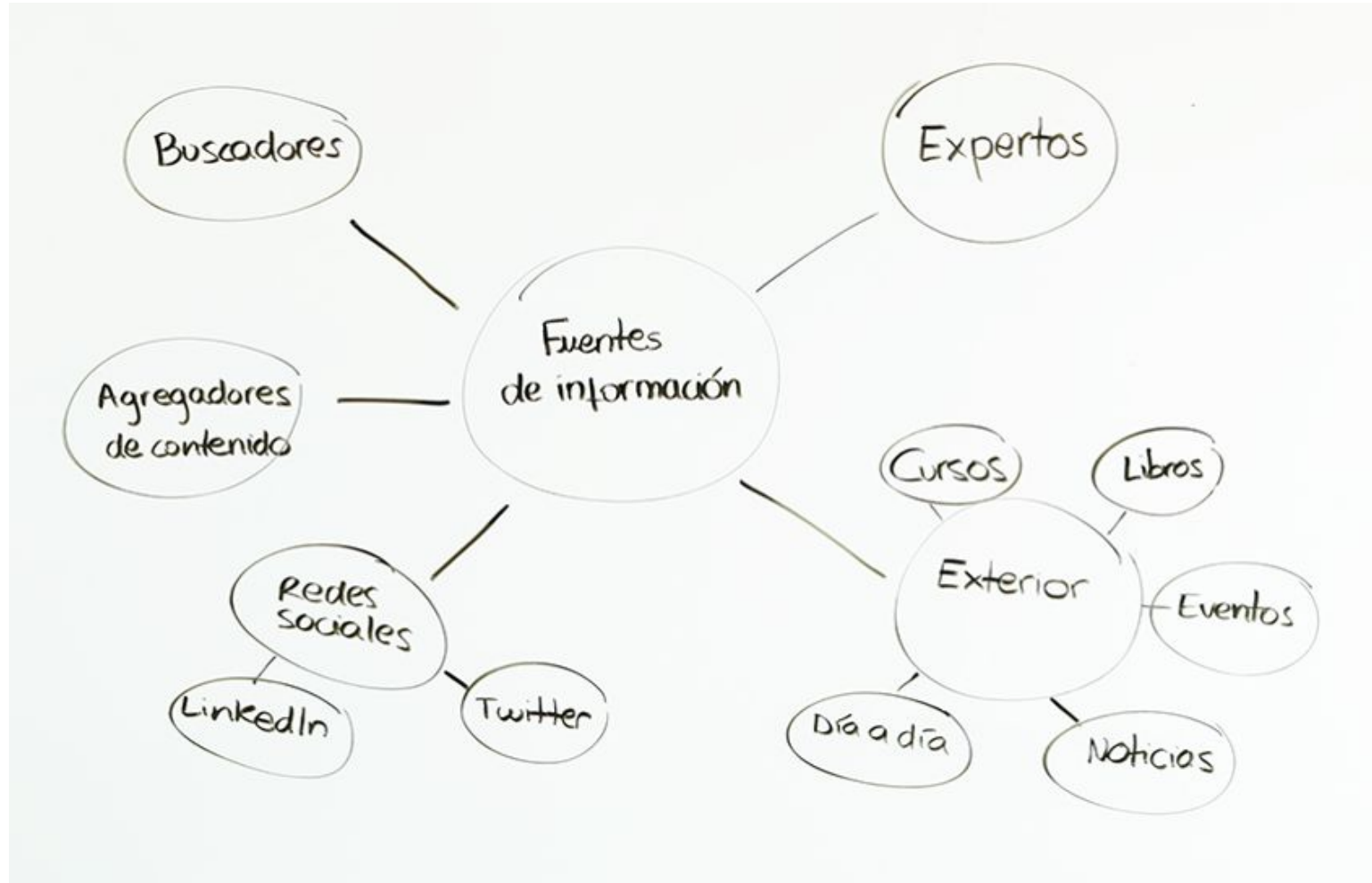
6. Cómo optimizar artículos antiguos para mejorar su posicionamiento

Pasos:



7. ¿Cómo encontrar temas para posts?

7. Cómo encontrar temas tus para posts



7. Cómo encontrar temas tus para posts

Agregadores de contenido:

- [Feedly](#)
- [Flipboard](#)
- [Paper.li](#)

Buscador interesante: [Qwant](#).

¿Cuándo empiezas?

INBOUNDCYCLE

Lectura recomendada



[Haz click aquí para leer el ebook](#)

INBOUNDCYCLE



Gerard Compte
FindThatLead



José Facchin
Webescuela



Alvaro Fontela
Raiola Networks



Nayara D'Alama
RD Station



Álex López
Sartia



Dana Camps
InboundCycle



Mireia Reixach
InboundCycle



Noemí Arjona
Australis

INBOUND LEADERS

El evento con **contenido selecto** sobre inbound y automatización del marketing para **líderes de marketing**

Madrid
10 mayo

BCN
11 mayo

¡Consigue tu
entrada!

#INLeaders18

Descuento: INLeaders18MartaTorne
www.inboundleaders.es

INBOUND CYCLE

¿Preguntas? :-)

mtorne@inboundcycle.com
@martatornes