

Bienvenidos a EN VIVO

El Mundo del SEO

Parte II



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot





Ana Sordo
Senior Marketing Manager
@HubSpot LatAm





No habrá EN VIVO la próxima
semana.



Agenda

1. Repaso El Mundo del SEO I
2. Intro a palabras clave (Temas)
3. Pasos para investigar palabras claves
4. SEO en HubSpot: Content Strategy
5. Q&A con Ana Sordo





Ingresa tus preguntas en la
herramienta de Q&A de zoom.



¿Qué aprenderás en este webinar?

1. Cómo escoger y usar palabras clave
2. Usar nuevas técnicas de SEO
3. Herramienta de Content Strategy





La Ruta Inbound

ATRAER



SEO



BLOG



WEBSITE



SOCIAL



ANUNCIOS

El **39%** de los usuarios en línea utiliza buscadores para hacer compras a través de Internet.

CONVERTIR



CTAs



LANDING-PAGES



FORMULARIOS

La publicación de contenidos genera **3 veces** más oportunidades de venta que el marketing tradicional y cuesta un **62%** menos.

CERRAR



EMAIL MARKETING



MARKETING AUTOMATION



CRM



BASE DE DATOS DE CONTACTOS



LEAD-SCORING

Las empresas que emplean la nutrición de oportunidades de venta generan un **50%** más de ventas a un coste un **33%** menor.

DELEITAR



HUBSPOT CONNECT PARA INTEGRACIONES



SMART CONTENT



CORREOS TRANSACCIONALES



REPORTING & ANALYTICS

El **83%** de los consumidores han leído comentarios en línea para determinar la calidad de tu empresa.



SEO

¿Que es **SEO**?



La “optimización en motores de búsqueda” (SEO) hace referencia a las técnicas que ayudan a tu sitio web a clasificar mejor en los resultados de búsquedas orgánicas.



La clave del SEO está
en optimizar para:



La motores de búsqueda



Tus visitantes



El SEO *on-page* se refiere a los elementos que los rastreadores de los motores de búsqueda perciben del contenido y la estructura de tu sitio.

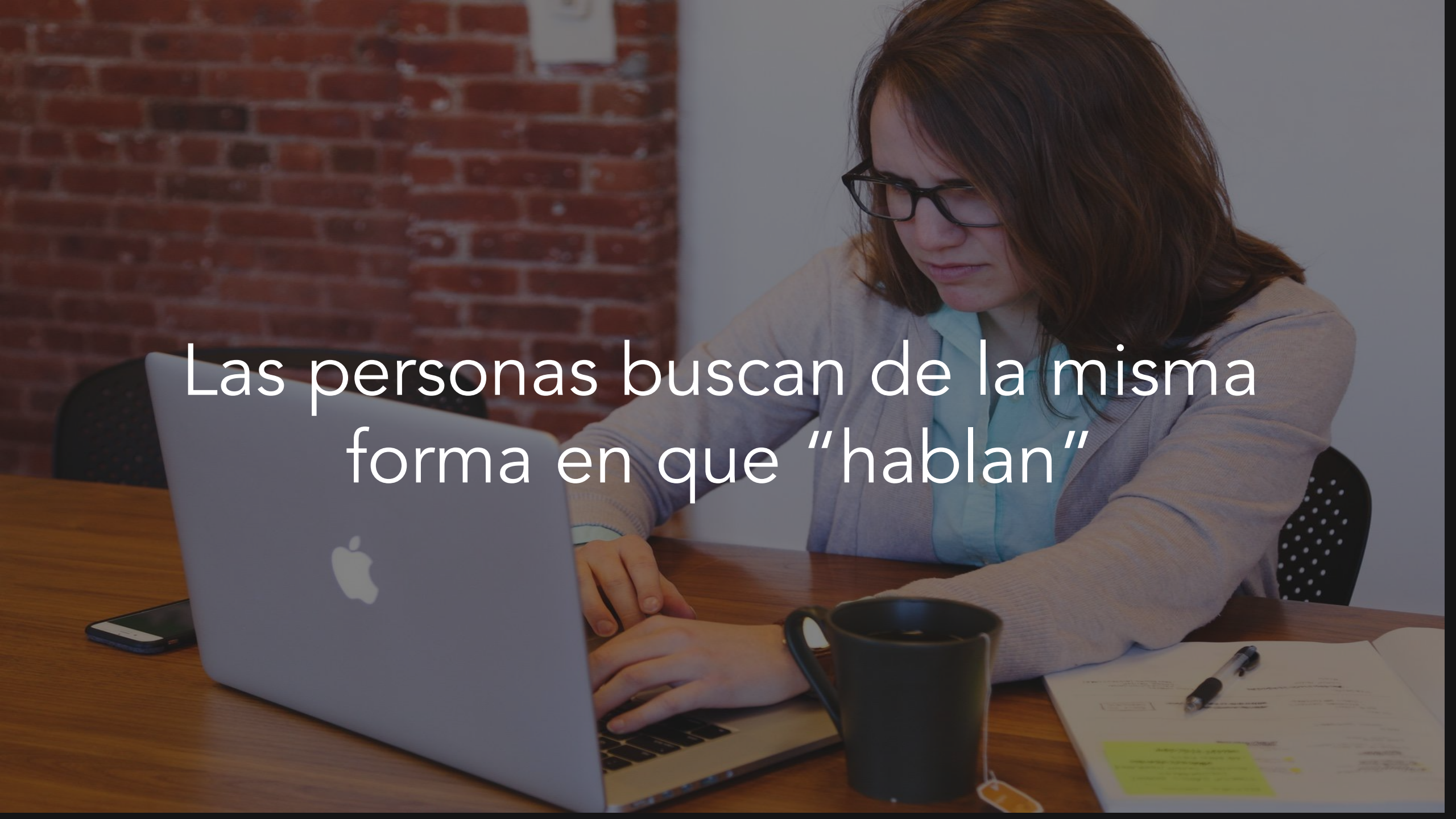
El SEO *off-page* se refiere a la optimización fuera de la página para mejorar la reputación y la autoridad de tu sitio web. La optimización fuera de la página incluye todas las medidas que garantizan la creación de enlaces de retroceso relevantes y de buena calidad a largo plazo.



Palabras Claves

Los motores de búsqueda no están buscando
tu contenido... **LAS PERSONAS SI...**



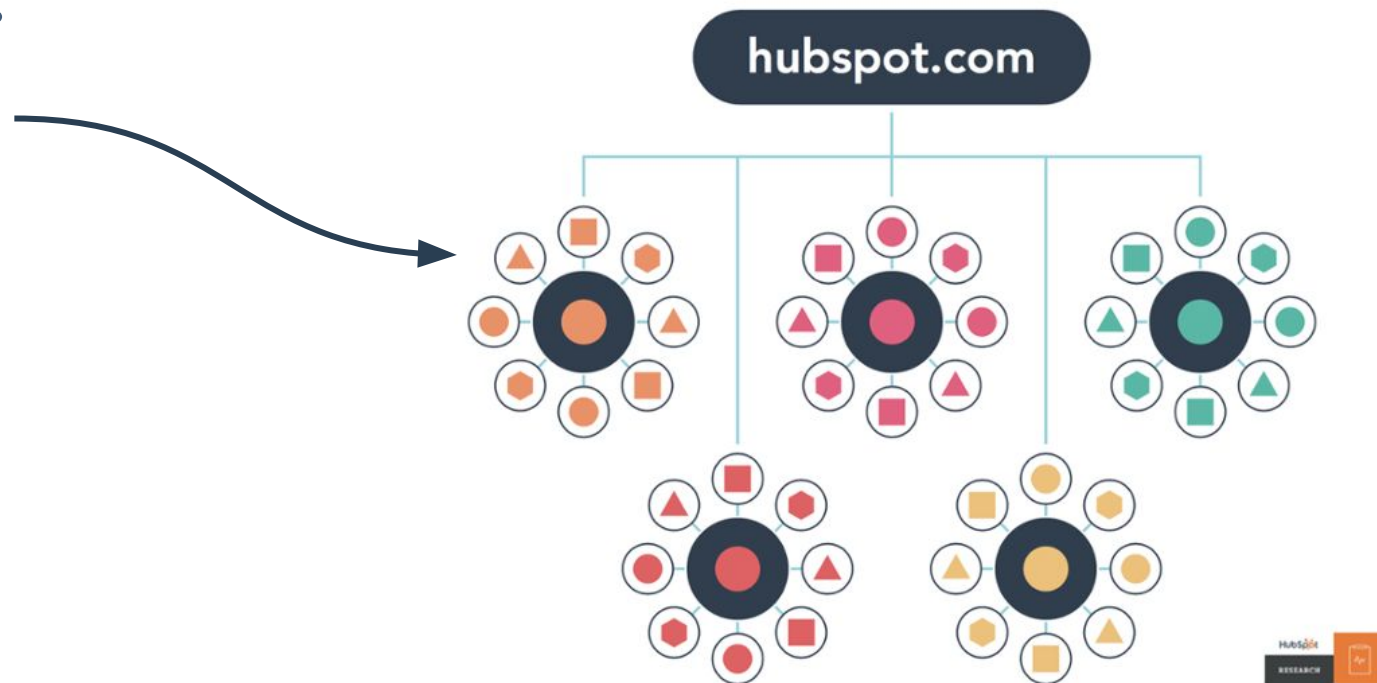
A woman with long brown hair and black-rimmed glasses is sitting at a wooden desk, focused on her work. She is wearing a light blue button-down shirt under a grey cardigan. Her hands are on the keyboard of a silver laptop, which has the Apple logo on its lid. To her left, a black smartphone lies on the desk. In front of her is a black mug with a white handle. To her right, there is an open notebook with a pen resting on it and a bright yellow sticky note. The background features a red brick wall on the left and a plain white wall on the right. The overall lighting is soft and warm, creating a professional yet cozy atmosphere.

Las personas buscan de la misma
forma en que “hablan”

Las búsquedas actuales ya no se basan exclusivamente en palabras claves, y tu estrategia de contenido debe **ajustarse a esta nueva realidad.**



De hecho, hoy en día los motores de búsqueda recompensan los sitios web que presentan contenido organizado por temas.



Google entiende mejor las búsquedas de manera semántica.

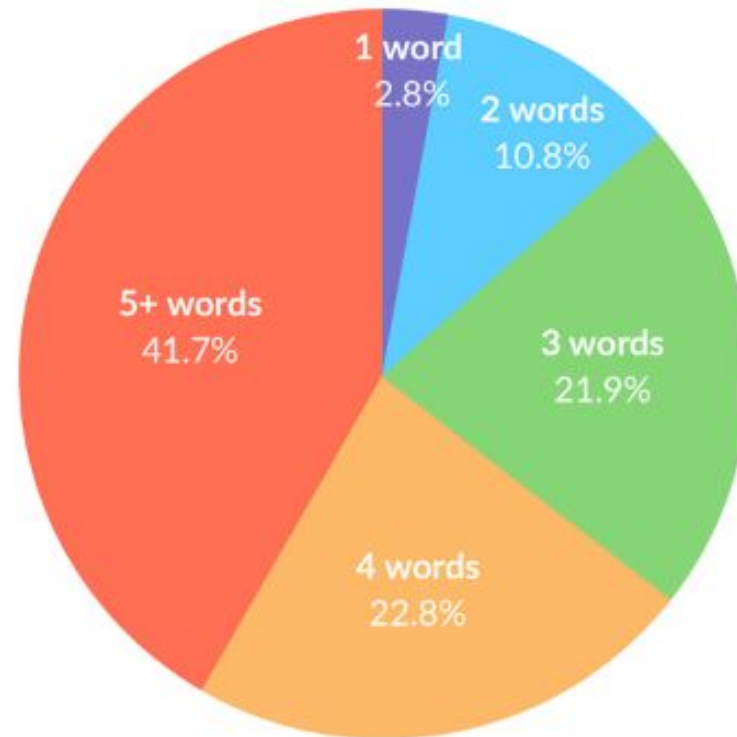
El enfoque ya no está en palabras claves sino en temas.



Gráfico Google 2016

Keyword length distribution

Total keywords = 1.4 Billion



Antes:

CORREO DE SEGUIMIENTO



INBOUND SALES



Ahora:

CUALES SON LOS MEJORES
CORREOS PARA ENVIAR DESPUÉS
DE UNA REUNIÓN?

CÓMO IMPLEMENTAR UN
PROCESO DE INBOUND SALES EN
MI EMPRESA?



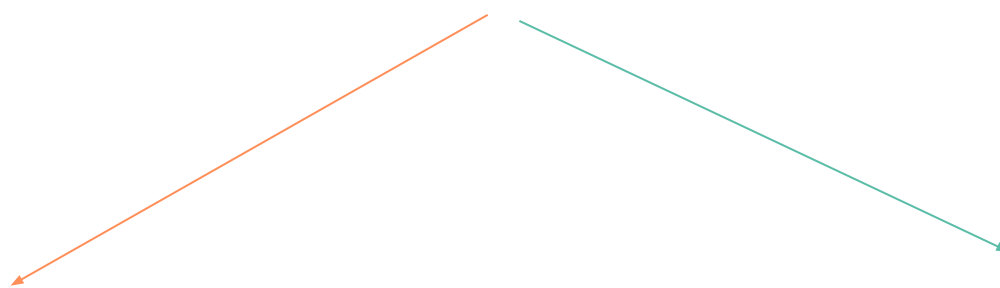
Los profesionales del marketing tienen muchas **más opciones** de palabras claves porque los términos de búsqueda son más amplios y enfocados en temas en vez de palabras específicas:

CORREO DE SEGUIMIENTO

PALABRAS CLAVES:

CORREO, EMAIL, PLANTILLA, EJEMPLO, DESPUÉS,
REUNION, RESUMEN, SEGUIMIENTO, CORREO
PROFESIONAL

Imaginemos que tienes una empresa que instala piscinas. ¿Qué palabras clave atraerán clientes potenciales más calificados a tu empresa?



Piscinas

Instalar una piscina de
fibra de vidrio.



Temas vs Palabras Claves

Podríamos usar cada palabra clave por separado o....

Tecnicas de inbound marketing
Inbound marketing vs Outbound marketing
Tacticas de marketing no-tradicionales
Que es Inbound Marketing
Aprender inbound marketing

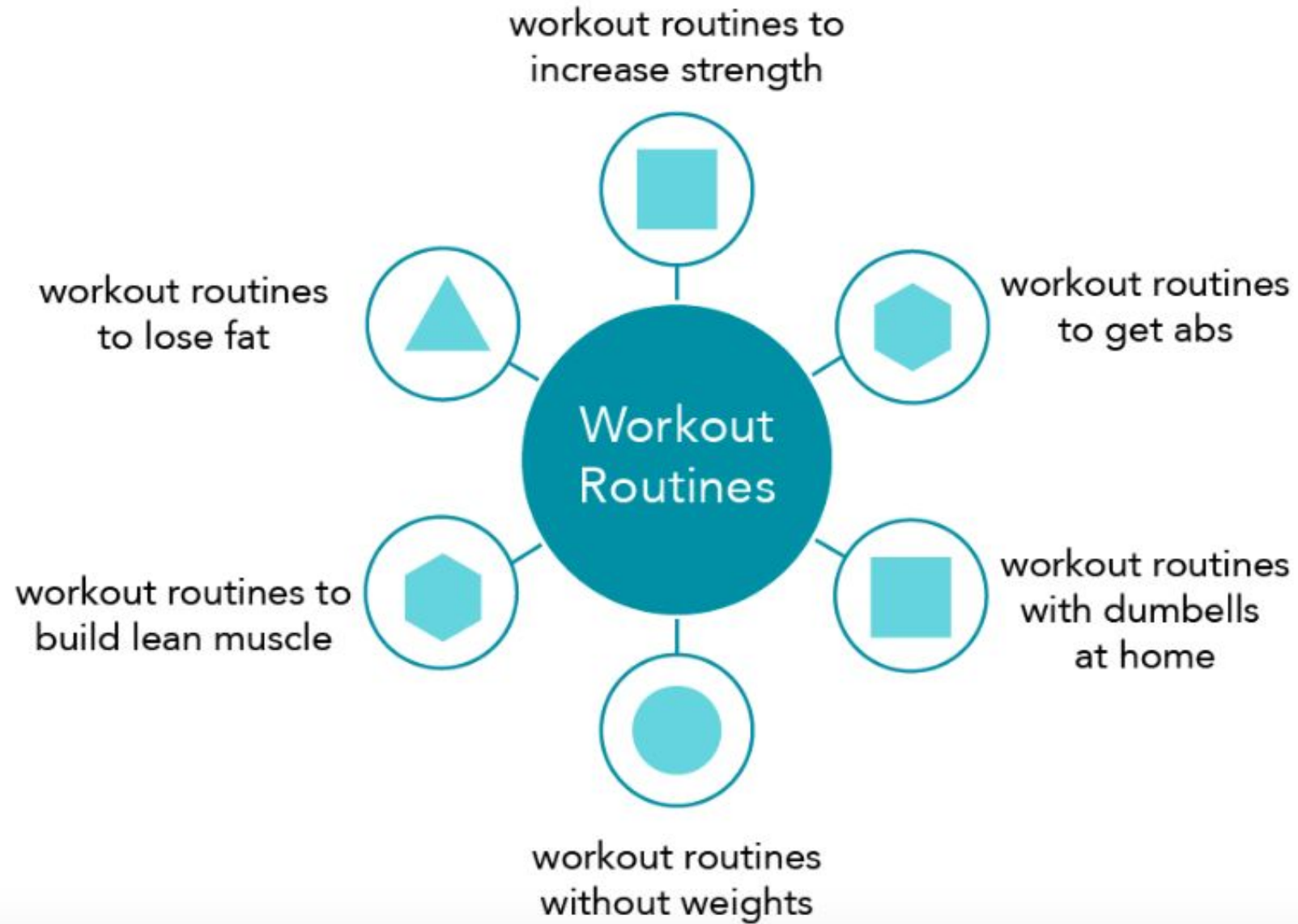
Podriamos agruparlas (Cluster)



Veamos la diferencia

PALABRAS CLAVES	TEMAS
● Rutinas de ejercicio para principiantes ● Ejercicios para perder peso ● Fortalecimiento sin pesas ● Ejercicios de fortalecimiento para atletas ● Gimnasio para la casa ● Gimnasio compacto para la casa ● Ejercicio de pesas para las piernas	● Rutinas de ejercicios ● Ejercicio de fortalecimiento para atletas ● Maquinas de pesas ● Gimnasio para casas





¿Cómo elegir **los temas**?





Pasos a seguir

Pasos para investigar palabras claves

1. Investigar tu Buyer Persona
 - a. Clientes y prospectos actuales
 - b. Tu equipo
2. Investigar los competidores y blogueros de la industria.
3. Busca palabras claves en foros y comunidades online.
4. Busca variaciones de la palabra clave en los motores de búsqueda.
5. Determina qué palabras están usando los usuarios para encontrarte en cada etapa del buyer's journey.
6. Crea una lista de posible Topic Cluster con las palabras que tengan más potencial.



Herramientas recomendadas

1. Keywordtool.io
2. Ubersuggest.org
3. KW Finder
4. Keyword Planner Tool de Google
5. Keyword Suggestion Tool de Smal SEO Tools
6. TunySuggest
7. Soolve
8. Google Keyword Tool
9. Google Auto Suggest



Para seleccionar los términos correctos, lo más importante es la relevancia. Ten en cuenta que cuanto **más específicas** y de nicho sean las palabras clave (temas), mejor.



Si estás buscando una manera fácil de realizar una investigación competitiva de palabras clave, **GrowthBot**, el chatbot gratuito de marketing y ventas con el que puedes conversar en Facebook Messenger o Slack, puede decirte fácilmente las palabras clave que los dominios clasifican.





<https://trends.google.com/trends>

De seguro ya tienes suficiente contenido on-page sobre tu servicio principal, no debe ser tan difícil descubrir ideas para contenido nuevo.



Piensa en los temas por lo que quieres ser
reconocido y no solamente los términos.





SEO en HubSpot: Content Strategy

TOPIC CLUSTER



TOPIC CLUSTER



Conjunto de contenidos creados específicamente para responder las preguntas más frecuentes y potenciales que el buyer persona se hace constantemente en cada etapa del buyer's journey.



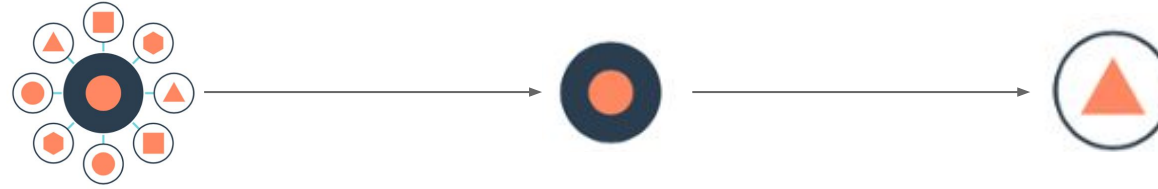
TEMA CENTRAL



Tema general basado en uno de los problema que el Buyer Persona enfrenta. La pagina pilar es 100% enfocada en este tema



SUBTEMAS



Los subtemas son piezas de contenido que responden preguntas específicas acerca del tema principal.



LINKS



Enlaces ubicados en los subtemas que deben llevar de vuelta a la pagina pilar y también al contrario, de la pagina pilar a los subtemas.



hubspot.com



blog.hubspot.com

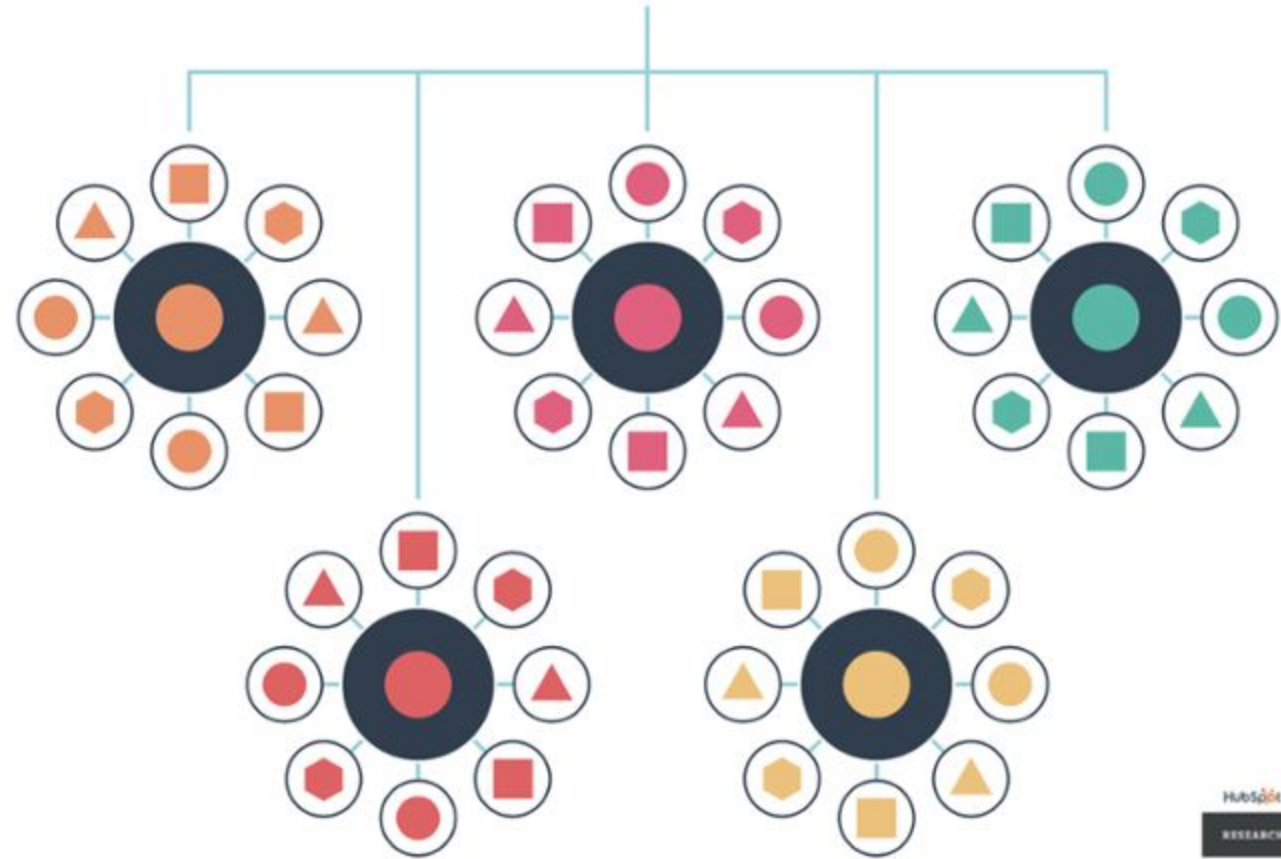
MARKETING

AGENCY

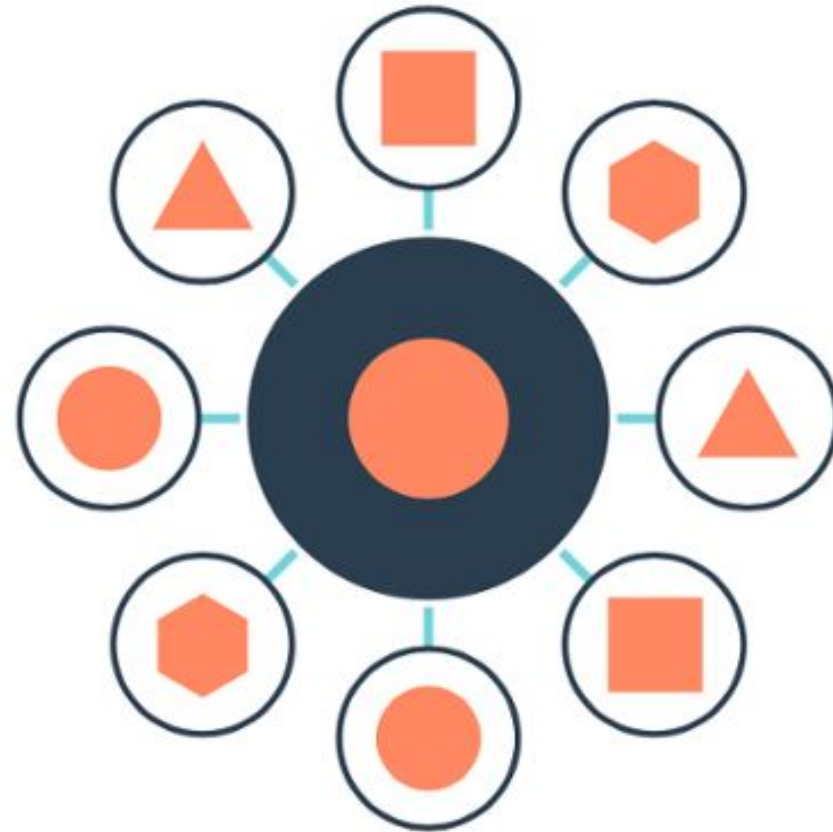
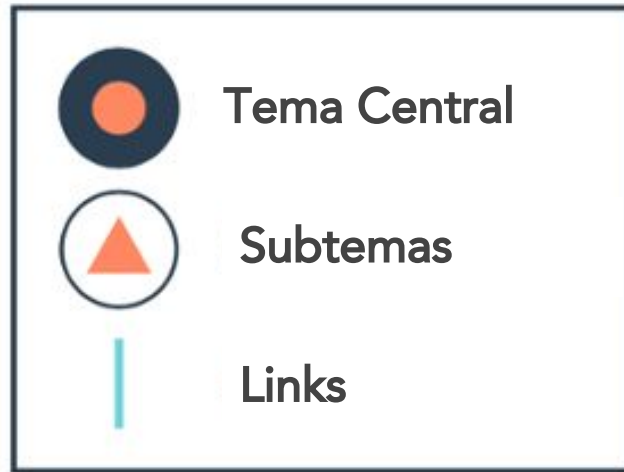
SALES



hubspot.com



Topic Clusters





¿Cómo crear **los temas?**



1. Identifica el tema principal
2. Construye el topic cluster
3. Desarrolla los subtemas
4. Optimiza el SEO de cada subtema
5. Enlaza todo el contenido
6. Crea el camino de conversión



1. IDENTIFICA EL TEMA PRINCIPAL

Al crear un topic cluster debemos identificar:

- ★ El tema principal y definirlo en un termino especifico.
- ★ Se debe definir el estado del buyer's journey el tema al que pertenece.
- ★ El tema debe estar directamente relacionado con uno de los servicios o productos de la empresa.





100%

Agregar tema principal

Agrega un nuevo tema principal

Selecciona un tema principal

Introduce tu propio tema principal

Tema principal seleccionado

Selecciona un tema para ver información al respecto aquí

AUTORIDAD DEL DOMINIO

BÚSQUEDAS MENSUALES

¿Necesitas algo de inspiración? Elige entre estas ideas de temas principales sugeridos en lugar de introducir las tuyas

TEMAS PRINCIPALES SUGERIDOS

☐ panama hats in hot weather

☐ how good are hats to protect from the sun

☐ boyero de berna



2. CONSTRUYE EL TOPIC CLUSTER

- ★ Identificar contenido existente relacionado con el tema principal.
- ★ Pensar en cada subtema como un capítulo de un libro, siendo el título del libro el tema principal.
- ★ Empezar con 6 -8 subtemas/contenido.



TOPIC CLUSTER

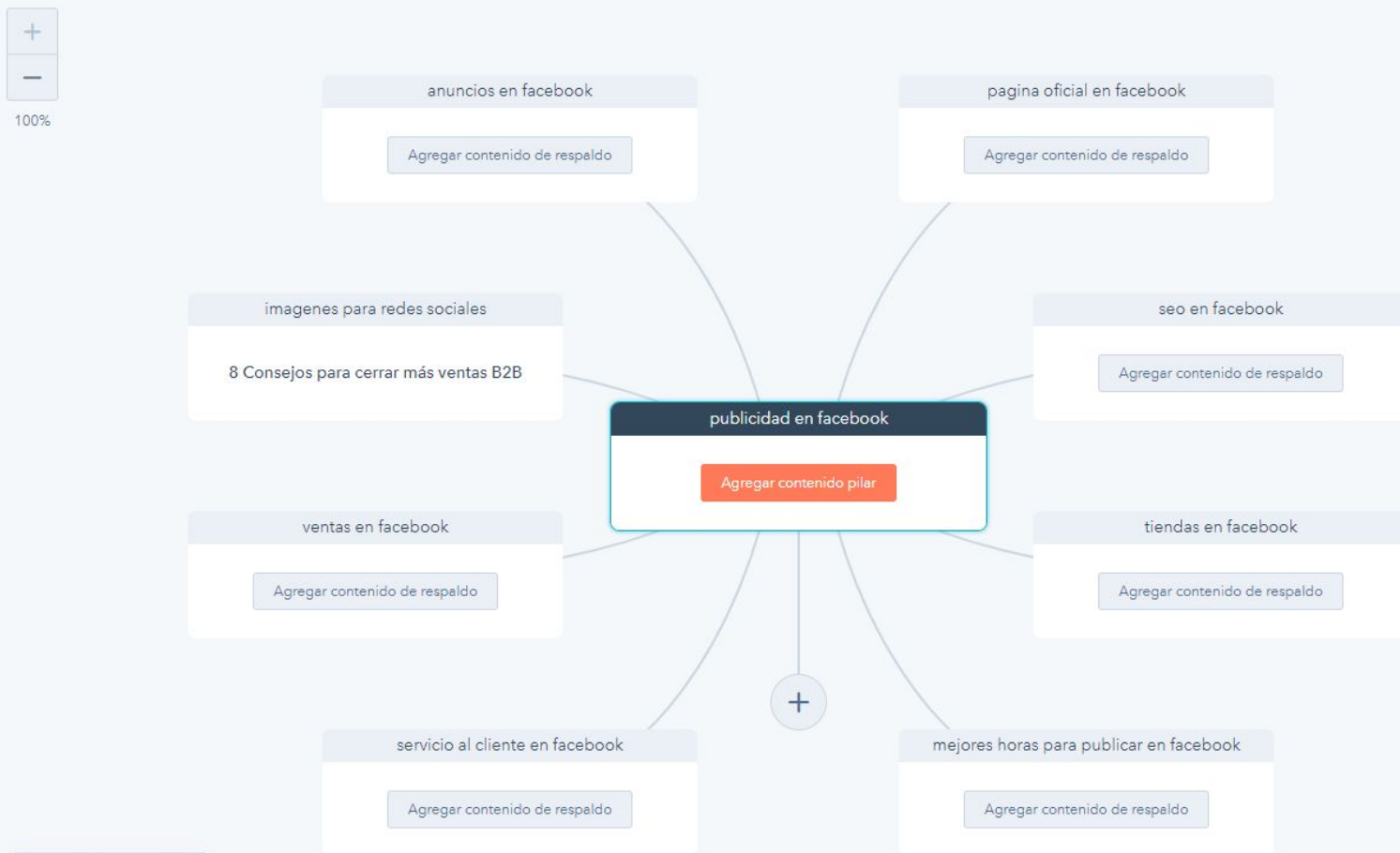


3.DESARROLLA LOS SUBTEMAS

- ★ Reusa y modifica el contenido que ya está creado
- ★ Artículos de blog o videos son los tipos de contenidos más usados para los subtemas
- ★ Conecta los subtemas en el cluster



País:  Ecuador ▾



What do you think?

publicidad en facebook

AUTORIDAD DEL DOMINIO

9,61

BÚSQUEDAS MENSUALES ⓘ

210

Seleccionar contenido pilar

+ Crea una página de destino | ⓘ Agregar URL externa

Buscar contenido



Contenido pilar ⓘ

El contenido pilar que seleccionaste aparecerá aquí.

CONTENIDO MÁS RELEVANTE

No tenemos ninguna idea.

No related content was found for this topic.

Guardar

Cancelar

Borrar tema principal



4.OPTIMIZA EL ON-PAGE SEO

- 1.Escoger los temas - palabras claves
- 2.Titulo de la página
- 3.Meta Descripción
- 4.URL
- 5.Etiquetas encabezado
- 6.Contenido de la página
- 7.CTA
8. Inbound Links
- 9.Imagenes



4.OPTIMIZA EL ON-PAGE SEO

En SEO de página

Palabras clave
clasificadas

Enlaces entrantes

CTA

Enlaces internos

En SEO de página 89%

ELEMENTO	ESTADO	DETALLES
Título de la página	Listo	Ver
Metadescripción	Listo	Ver
Etiquetas H1	Listo	Ver Restablecer todo
Imágenes	Listo	Ver Restablecer todo
Llamadas a la acción	Listo	Ver
Enlaces internos	Listo	Ver
Carga de página	Listo	Ver
Enlace a la página pilar	Listo	Ver





Necesito equipo nuevo

¿Qué opciones tengo para obtener nuevo equipo sin gastar mucho?

¿Qué proveedor de equipo es mejor?



Infografía:
Nuevo o de segunda mano:
Cuándo merece invertir y cuándo no en equipo nuevo.

Plantilla Excel:
Cómo crear un presupuesto para equipo de gimnasio.

Programador de llamadas:
Solicitar un presupuesto



Indicadores Content Strategy

VISITAS
TOTALES

VISITAS DE
CONTACTOS TOTALES

VISITAS DE CLIENTES
TOTALES

BACKLINKS

Estrategia de contenido

Crear conjunto de temas

Intervalo de fechas: Todo ▾

[Ver analíticas de conjunto](#)

TEMA	SESIONES ⓘ	NUEVOS CONTACTOS ⓘ	CLIENTES ⓘ	ENLACES INBOUND ⓘ
panama hats	150	1	0	0
publicidad en facebook	24	0	0	0
publicidad en instagram	0	0	0	0





Como marketers, depende de nosotros crear contenido valioso que la gente realmente quiere. Contenido que es útil, humano y fácil de encontrar.





No habrá EN VIVO la próxima
semana.





Alguna Pregunta?

¡Gracias!

