

Palabras clave o keywords

Una de las principales formas para generar tráfico en un blog es por medio de las palabras clave y de los denominados motores de búsqueda, en particular Google.

Es importante encontrar una manera fácil para aumentar el tráfico que llega a tu blog, desde los motores de búsqueda, mediante la implementación de varios trucos de optimización. Claro, para lograr esto, también hay que tener presente que el diseño y la escritura del blog es muy importante.

Es recomendable hacer primero una búsqueda de palabras clave y determinar cuáles de ellas permitirían la posibilidad de dirigir la mayor cantidad de tráfico hacia tu blog. Luego, solo queda incorporar dichas palabras clave en las publicaciones de tu blog. Las palabras clave son

palabras o frases cortas que se utilizan para obtener tráfico web de Google u otros motores de búsquedas.

¿Qué son las keywords?

Las palabras clave o keywords trabajan junto a los motores de búsqueda para dar a [conocer de qué se trata tu blog](#) y a que público está dirigido.

Pero, ¿Qué son las keywords y por qué debería saber sobre ellas? ¿En realidad son tan importantes para mí y para mi blog? Es decir, si partimos de la idea de que todo se trata de desarrollar un buen contenido, entonces ¿es válido si solo me dedico a escribir un buen artículo para captar atención de muchas personas? Quizá esto no sea de todo correcto. Como mucho de los aspectos que rodean a Internet, no todo es tan fácil como parece, se necesita ir un poco más allá. Para eso presentamos estas breves líneas. Te vamos a dar una orientación básica sobre el uso de las keywords, para que le saques el máximo provecho a esta valiosa herramienta.

En primer lugar, debemos recordar que **los títulos de nuestras publicaciones tienen una gran importancia** en la optimización del motor de búsqueda, por lo que incluir palabras clave en el título (y hacia el inicio del título, si es posible) ayudará a impulsar su clasificación, así como mostrar a al público de qué se trata la publicación.

Otro aspecto a tener en cuenta es que, debido al auge de **la búsqueda semántica, aquellos días donde se tenía que inundar una publicación de palabras clave han quedado en el pasado**. Por supuesto, siempre debe tomar en cuenta el uso de las palabras clave, pero se debe tratar, en la medida de lo posible, de que sean en su idioma nativo, y asegurarse de incluir frases que estén relacionadas, ya que esto le da a Google una comprensión más amplia de lo que trata su publicación.

Por último, si hablamos de la cantidad de palabras que debe poseer cada publicación de su blog, ésta debe ser, al menos, 300 palabras, pero no se debe tener temor de ir mucho más allá, siempre que el contenido lo justifique.

Keywords paso a paso

Desgraciadamente, convertir sus palabras clave en spam es una práctica bastante común, aunque en la mayoría de los casos es por simple desconocimiento en la materia. Para evitar esto se debe hacer lo siguiente:

Primero, determine cuáles son las palabras más buscadas según su target, posteriormente, inclúyelas en las entradas de su blog, tanto como sea posible, pero lo no haga de forma arbitraria. Ya que estaría incurriendo en lo que denomina “spamming de palabras clave” y muy seguramente no querrá tomar ese camino. La razón es muy sencilla: ¡A nadie le gustará!, especialmente a los motores de búsqueda a los que técnicamente está “enviando spam”. Y no es algo que realmente debas hacer de todos modos. Solo investiga mucho previamente, y luego escribe en tu blog pensando en las palabras clave más apropiadas. De seguro alcanzarás el éxito y el reconocimiento que tanto buscas.

Otro asunto a considerar es que cuando subimos una imagen a un blog para usarla en alguna publicación, por lo general se tiene la opción de agregarle algún tipo de texto alternativo. Esto se hace con el objetivo de que si, por ejemplo, un visitante no puede cargar la imagen en su navegador entonces podrá ver un texto que describa de alguna forma esa imagen.

Sin embargo, es posible que el texto alternativo que incorporemos también pueda ayudar de alguna forma a la optimización de los motores de búsqueda. La razón de ello es debido a que el texto alternativo está presente dentro del contenido de la publicación de tu blog, específicamente dentro del código HTML, como algo denominado etiqueta Alt.

Motores de búsqueda como Google hacen un rastreo de las etiquetas Alt., y la utilizan para proporcionar resultados de búsquedas de palabras clave. Se recomienda tomarse el tiempo para agregar las palabras clave que sean relevantes para la imagen e insertarlas en la etiqueta Alt. Esto debe hacerse para cada una de las imágenes que utilice y publique en su blog.

Se recomienda también usar palabras clave dentro y alrededor de los enlaces en cada publicación del blog.

Las personas que se dedican a realizar estudios sobre la optimización de los motores de búsqueda sostiene que, por ejemplo, **Google le dan más importancia al texto que está vinculado que al que no lo está cuando realiza la clasificación de los resultados del motor de búsqueda.**

Por lo tanto, es una excelente idea incluir las palabras clave junto con los enlaces de las publicaciones de su blog, claro cuando sea relevante hacerlo. Asegúrese de primero realizar, como se sostuvo anteriormente, una investigación exhaustiva sobre cuántos enlaces son demasiados para los motores de búsqueda antes de comenzar a agregar enlaces a sus publicaciones.

¿Existe diferencia entre las keywords y las etiquetas (tags)?

Esta es una duda que aún se debate mucho. En realidad no existe ninguna diferencia entre ellas. En resumidas cuentas, todas las palabras clave que se insertan en la parte inferior de un artículo de su blog o en publicación en WordPress, por ejemplo, se llaman etiquetas. Por tanto, se pueden usar como sinónimos sin ningún problema.

Una herramienta que puede ayudar a tener una idea más clara sobre cuáles son las palabras clave que debemos elegir para nuestro blog es la que nos ofrece Soovle.com. El sitio web

Soovle.com es básicamente una aplicación que permite visualizar al mismo tiempo los resultados que aparecen como "sugeridos" en motores de búsqueda como Google, Bing, YouTube, Wikipedia, Yahoo, Answers.com y Amazon.com. Una cosa que hay que recordar sobre los resultados de "sugerencias" es que se basan enteramente en el algoritmo del buscador y que los resultados que se muestren en la parte superior tienen más cantidad de búsqueda que los que se muestran después.

Tipos de keywords

Es posible clasificar las keywords en dos grandes grupos: Aquellas que están orientadas al usuario y las que están orientadas al posicionamiento. Vamos a continuación a describir con más detalles ambas: las que están orientadas al usuario se pueden a su vez dividir en dos grandes grupos:

Palabras clave generales.

Son las búsquedas que llevan a cabo todas aquellas personas que no cuentan con una gran experiencia en el uso de los buscadores de Internet o sencillamente no tienen una idea muy clara sobre lo que están buscando. Estas personas por lo general solo realizan búsquedas en Google. Gran parte de sus búsquedas son bastante predecibles y simples. Este tipo de usuario es el más típico.

Palabras clave concretas.

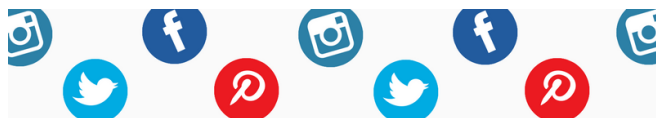
La contraparte de las palabras clave generales son las palabras clave concretas. Como su nombre indica, este tipo de keywords son las que permiten llevar a cabo búsquedas más elaboradas, en donde el usuario está más definido y es más concreto en lo que busca por la web. En la mayoría de los casos, se trata de personas que están empapadas de los temas a investigar y que, con el paso del tiempo, van refinando un poco más sus búsquedas. En algunos casos llegan a ser la consecuencia directa de estar por mucho tiempo realizando búsquedas generales y, en cierto punto, la persona termina escribiendo la frase justa sobre la que desean conocer más. En este caso, las palabras clave son mucho más precisas.

Palabras clave para posicionamiento

Son todas aquellas palabras por las que las personas pueden relacionar una compañía, un blog, una tienda online, etc. Gracias a este tipo de palabras clave es posible posicionar nuestro sitio web dentro de los primeros resultados en las búsquedas de usuarios que tienen una noción más clara sobre lo que buscan, en otras palabras, son aquellos que hacen búsquedas concretas.

En los últimos tiempos, Google ha adoptado un enfoque mucho más holístico para las palabras clave. Se muestran más interesados en el contexto presentado por las palabras y frases diferentes usadas en una publicación que en la presencia de una palabra clave en particular. En

algunas ocasiones, el contenido que se clasifica de manera adecuada para un cierto término de búsqueda ni siquiera contiene dicho término. Pero Google aún sobresale por poder combinar el contexto de una búsqueda con alguna información relevante. La optimización para esto se denomina "modelado de tema" y crea el contexto para su contenido por medio del uso de un varias de palabras clave interrelacionadas.



TIPOS DE **KEYWORDS** PARA POTENCIAR TU **TU CONTENIDO**



Palabras clave generales

Son las búsquedas que llevan a cabo todas aquellas personas que no cuentan con una gran experiencia en el uso de los buscadores de Internet.




Palabras clave concretas

Este tipo de keywords son las que permiten llevar a cabo búsquedas más elaboradas, en donde el usuario está más definido y es más concreto en lo que busca por la web.



Palabras clave para el posicionamiento

Son todas aquellas palabras por las que las personas pueden relacionar una compañía, un blog, una tienda online, etc. Gracias a este tipo de palabras clave es posible posicionar nuestro sitio web dentro de los primeros resultados en las búsquedas.



Una herramienta para saber cuáles son las palabras claves que debemos elegir para nuestro blog es la que nos ofrece **Soovle.com**. es una aplicación que muestra los resultados que aparecen como "sugeridos" en motores de búsqueda como Google, Bing, YouTube, Wikipedia, Yahoo, Answers.com y Amazon.com.