

15 trucos para mejorar el posicionamiento SEO con contenido

Decimos posicionamiento natural cuando lo que buscamos son trucos para posicionar. El posicionamiento natural es mejorar a base de cuidar el contenido.

Busquemos **posicionamiento natural** en Google. ¿Con qué nos encontramos?

Con personas que buscan posicionamiento SEO natural, pero que también están buscando hacerlo **a través de trucos** y no con naturalidad.

El SEO es generar **contenido de calidad** que suscite interés, con una web **que resuelva un problema o necesidad**, orientada a la forma en la que el usuario busca esa información concreta e indexable por los motores de búsqueda. Eso es el SEO.

Si buscas atajos para salir primero en Google, te doy una pista: no los hay. O mejor dicho, hay pocos, no son tan efectivos, son efímeros, suponen un riesgo importante para tu web y generalmente llevan más trabajo que hacerlo generando valor. Y **si quieres generar valor el contenido va a ser tu principal aliado** en esta misión.



Si sigues empeñado en buscar métodos rápidos que pueden funcionar o no, ya estás tardando en buscar en Google «SEO black hat», «intercambio de enlaces», «redes de blogs» o «artículos y notas de prensa gratis» porque este post no va de eso. Este post va de técnicas que funcionarán esta semana y la que viene, que te harán crecer de forma sostenida y que nunca jamás te harán recibir una penalización.

1. Conoce a tus usuarios

Lo primero es **saber a quién te diriges**. Cada público consume la información de forma diferente. Por ejemplo, este post podría llamarse «Tácticas de content marketing para SEO», pero estaría dirigido a un público más reducido y más especializado y los consejos serían diferentes.

Para saber **qué busca la gente** podéis ayudaros de las herramientas de búsquedas de Google, [Google Keyword Tool](#) y [Google Trends](#).

No todo te lo da una herramienta. Si tienes una web sobre gatos, te sugerirá las búsquedas similares: videos de gatos,

webs de gatos, fotos de gatos o incluso puede ir a sinónimos como felinos, por ejemplo. Pero quizás no hayas detectado nichos importantes como podrían ser «vídeos para animarte» o «vídeos para cuando estás triste». **Tus contenidos resuelven necesidades**, busca cuáles son, de qué formas pueden expresarse, y crea contenido específico.

En definitiva: **descubre qué necesidades satisfaces, cómo se buscan, qué competencia tienes y conviértete en la marca que querrían ver.**

Puedes ayudarte [creando personas](#) para que sea más sencillo personalizar el contenido dependiendo de los diferentes tipos de usuarios que puedas tener.

2. Ten un plan

El contenido debe planificarse. Debes tener un objetivo claro y numérico -nunca exclusivamente SEO- un público específico y un montón de ideas y ganas de probar.

Si no [planificas tu contenido con un calendario editorial](#), variando formatos, especificando a qué tipo de usuario está dirigido cada contenido y enfocando a que realice una acción determinada en su visita (darle un e-mail, leer más posts, seguirte en Twitter etc.) **será difícil saber si lo estás haciendo bien o mal** y dependerás solo de tu intuición para seguir adelante.

3. Utiliza tu blog

Tu blog no es solo una herramienta genial para crear contenido que atraiga a Google logrando posts con un gran posicionamiento natural, sino que te permite:

- **Generar enlaces:** Si generas un contenido fácil de compartir, los usuarios lo compartirán, links incluidos, lo que beneficiará al dominio en su

conjunto. No todo es que el post sea bueno, también ayuda que **tu blog sea una fuente fiable y reputada**.

- **Crear relaciones:** Es tan sencillo como enlazar a páginas de terceros. Millones de personas están generando contenido muy valioso sobre diferentes temas, y seguro que alguno de ellos ha creado un recurso que complementa tu post a la perfección: **enlázalo**. Luego, si quieres, menciónale en Twitter, que sepan que hablas de ellos y les suenes.
- **Reforzar tu marca:** Cuida el **aspecto estético de tu blog**, que refuerce la identidad de tu empresa o la tuya propia, utiliza los laterales, el header y el [footer](#) para cumplir tus objetivos de Branding y cuida aspectos como la paleta de colores, las imágenes, que todos los elementos estén traducidos...

4. Amigos hasta en el infierno

No nos engañemos, **conseguir links de calidad es cuestión de relaciones**. No solo de tener un nutrido grupo de amigos y conocidos en el medio online -que también- sino de saber generar un impacto en la persona a la que nos dirigimos para que quiera seguirnos, enlazarnos, hacerse amiga nuestra.

Como siempre, déjate ver en eventos, cañas, desayunos y cualquier otra excusa en la que os reunáis bloggers o personas de tu nicho. Te permitirá poner cara a la gente, construir relaciones, y esto te llevará a todo lo demás.

5. Profundiza en Redes Sociales

El posicionamiento natural depende en gran parte de la repercusión que obtengas en redes sociales, principalmente porque permite **establecer relaciones**, es un factor de posicionamiento en sí mismo, confirma el perfil de links y te da visibilidad y branding. No vas a conseguir links si nadie sabe de ti y si tu contenido no tiene una marca a la

que sea seguro enlazar.

Y no te quedes en Instagram, Twitter o Facebook: redes como **LinkedIn** o [TikTok](#) pueden ser muy útiles, depende para qué sectores y qué marcas. Incluso los **blogs y foros de nicho** pueden ser herramientas estupendas, aunque requieran más investigación. Te conseguirán visibilidad en tu target específico y serán fundamentales para captar tus primeros seguidores. No te olvides de ellos.

6. Crea iniciativas conjuntas

¿Lo que haces tú gusta? Prueba a combinarlo con lo que hacen otros. **Las aleaciones son más fuertes.**

Puede ser trabajar en una página estática sobre todos los influencers de un sector en blog España, o un de nicho adyacente al tuyo con una temática similar. Por ejemplo, si hablas de Social Media, ¿por qué no colaborar con 5 amigos para crear un Tumblr con las cagadas de distintas marcas en Social Media, o un WordPress con los tuits pagados más evidentes?

Te dará **visibilidad al margen de tu blog**, página y perfiles sociales y te permitirá salir de la rutina para experimentar con cosas nuevas.

7. Reserva los mejores contenidos para los demás

Si vas a hacer contenidos, premia aquellos que más visibilidad vayan a tener.

Si buscas blogs y medios en los que participar esporádicamente –[guest blogging](#)– intenta que **tengan un alcance mayor que tu plataforma**, o que alcances un nicho al que no podrías llegar de otra forma. Después, reserva el

mejor contenido para ellos. Si en tu blog puedes llegar a 1.000 personas y en otro a 10.000, esfuérzate en el contenido que te vaya a dar más visibilidad.

8. Respeta el branding como herramienta SEO

[El branding es fundamental en el SEO.](#) Si nadie te conoce, nadie va a buscar tu marca, recuerda que el tráfico SEO por términos con el nombre de tu marca también es posicionamiento natural. Tener una marca potente no solo hará que la gente te busque más, sino que **te convertirá en una fuente fiable** y aumentará la tasa de clics de tus resultados y las posibilidades de que se compartan y enlacen, es decir, **beneficio SEO everywhere.**

9. Vídeo, vídeo y vídeo

El contenido visual es el más consumido en Internet y el vídeo es el rey. Da igual que utilices [Instagram TV](#) o que [subas a Youtube vídeos de tus productos](#), tienes que probar continuamente formatos que aumenten tu visibilidad.

Principalmente, porque **los vídeos posicionan muy bien por sí mismos en búsquedas muy competitivas** y porque refuerzan un contenido textual como un post y generan mucho más branding, autoridad y confianza.

Un ejemplo que me encanta son las [Whiteboard Fridays de MOZ.](#)

10. Cambia de formato

No hay un único formato ganador. Cada tipo de target suele tener uno o dos formatos predilectos, pero aún así una persona puede consumir contenidos de muchas formas. Por ejemplo, los fines de semana compartes vídeos de Youtube con

tus amigos, de camino al trabajo lees un e-book, sueles consumir artículos interesantes para tu profesión, cuando llegas a casa miras Instagram -eminentemente visual- y Twitter -eminentemente textual- y antes de acostarte te ríes un rato con TikTok y Pinterest. Y si tú utilizas tantos formatos, tu público también.

Trabaja distintos formatos de contenido y prueba cuáles funcionan con tu audiencia: ¿publicar una viñeta de vez en cuando? ¿Los vídeos? ¿Imágenes impactantes? ¿O los textos como posts, Whitepapers, e-books y estudios?

Variar el formato te permitirá llegar a públicos nuevos, fidelizar a los que ya te leen y consolidar tu estrategia de contenidos descubriendo qué funciona y qué no y tu posicionamiento natural crecerá enormemente en cuanto des con ello.

11. Deja que los usuarios te ayuden

Los usuarios son la mejor forma de generar contenido sin que tengas que hacerlo tú directamente: hay que gestionar dicho contenido y requiere tiempo y dedicación, pero da unos resultados impresionantes.

- **Comentarios:** Los comentarios en blogs y, sobre todo, en productos, **aportan un valor SEO impagable** al añadir contenido semántico relacionado.
- **Blog:** Si tienes usuarios muy fieles con ganas de hablar sobre una temática, ¿por qué no permitirles crearse sus propios blogs? Estarás generando contenido indexable por los buscadores y captando tráfico [long tail](#) a la vez que les fidelizas.
- **Foro:** Para páginas con una comunidad grande un foro puede ser una estrategia ganadora. Páginas como Enfemenino posicionan estupendamente en una gran cantidad de temáticas gracias a una gran comunidad muy

activa que continuamente está planteando dudas, ofreciendo soluciones y generando temas de discusión.

- **Preguntas y respuestas:** Si no quieres gestionar un foro pero quieres permitir actividad de la comunidad, puedes aceptar el envío de preguntas y responderlas tú, siempre que seas una fuente con autoridad sobre una temática. Al fin y al cabo un **porcentaje importante de búsquedas en Google consisten en preguntas.**
- **Embajadores:** Si tienes usuarios que realmente están enamorados de ti, participan en todo lo que haces y son absolutamente fieles, busca **formas de premiarlos** y de permitirles cumplir con su labor de fidelizadores. Desde enviarles contenidos antes de lanzarlos oficialmente para que los viralicen hasta regalarles productos o mencionarles en RRSS.

12. Crea tus propias imágenes

Si puedes, utiliza imágenes propias y una licencia Creative Commons para que sean publicables con acreditación. En serio, es imposible encontrar buenas imágenes sobre algunas temáticas y **salir el primero en Google Imágenes** para el concepto de un post puede significar que haya varios bloggers enlazándote por los créditos de la imagen, que es la mejor que han encontrado para ilustrar su texto.

13. Piensa en el dominio

Oblígate a pensar de forma holística: el posicionamiento natural ya no va del contenido que hay en una página, sino **del dominio en su totalidad.** Si creas un post de unicornios en un blog dedicado al Death Metal, será mucho más difícil que posicione bien que ese mismo post en un blog de temática infantil, por muy bueno que sea el contenido y muy buenas métricas que tenga a nivel página.

Esto no significa que debas hablar de una sola temática, pero sirve para que seas consciente de **cuáles son tus puntos fuertes y débiles**.

14. Trabaja tu marca personal

Aunque inviertas en la marca de tu blog, tu propia marca también es importante. Invierte en ti mismo, porque quizás mañana tu blog o tu trabajo cambie o incluso estés en otra industria y te interesen otros temas, por lo que debes que esa reputación te beneficie a ti.

Darte visibilidad en tus publicaciones, convertir lectores en seguidores de Twitter, o utilizar tu reputación para aumentar tu red de contactos son algunas de las mejores formas de convertirte en una marca por ti mismo y hacer más relevante cualquier iniciativa futura.

15. Encuentra un buen balance entre calidad y cantidad

Todo el mundo te dirá que calidad por encima de cantidad, pero hay muchas ocasiones en que el contenido de gran calidad que puedas generar no va a tener el impacto suficiente, y por ello no merece la pena dedicarle demasiado tiempo.

Si todavía no tienes contactos, tráfico SEO o links es conveniente que te centres en contenido rápido y sencillo de hacer. Nunca mediocre, pero no pretendas hacer la capilla Sixtina en cada post, porque nadie te va a leer. Si te centras en palabras clave long tail, generar relaciones, pedir un par de links aquí y allá, e intercalar algunos posts excepcionales en guest blogging, en unos meses podrás tener una mayor capacidad y deberás tender hacia posts de mayor calidad incluso aunque signifique bajar la cantidad.

Encontrar **el equilibrio** es lo que distingue a un buen **blogger** de los demás.