

# Las 7 fases de una buena estrategia SEO | Toyoutome

Si bien muchos de los negocios que actualmente hay en Internet no cuentan con una estrategia de posicionamiento web definida, lo cierto es que si no marcamos unos objetivos y las acciones a seguir para conseguirlos, es imposible que nuestro proyecto alcance todo su potencial en los motores de búsqueda.

En este sentido, una óptima estrategia SEO abarca un proceso que comprende las siguientes fases:

## **1.- Definición de los objetivos de la página web, del público objetivo de la misma y de sus necesidades.**

En esta primera etapa, el experto en SEO deberá recopilar toda la información interna que pueda ser de utilidad. En este sentido, interesará conocer:

## **2.- Análisis del mercado, de las SERP y selección de 'keywords'.**

Tras el análisis interno, el consultor SEO debe analizar el mercado, los competidores y las SERP (Search Engine Results Page, es decir, las páginas de resultados de los buscadores), así como realizar una *keyword research*.

El análisis de los competidores nos permitirá identificar qué es lo que están haciendo bien en su estrategia de posicionamiento web y cómo podríamos implementar estas fortalezas en nuestro proyecto.

Respecto a la *keyword research*, su objetivo es identificar aquellas palabras clave que sean relevantes para nuestro negocio. Nos interesarán todos los términos que para el máximo

nivel de búsquedas (y el mínimo nivel de competencia) tengan las mayores probabilidades de convertir.

### **3.- Auditoría SEO.**

Una auditoría SEO chequeará todos los factores de SEO internos, identificando todos aquellos aspectos susceptibles de ser mejorados. Del mismo modo, esta fase marcará un calendario de implementación y asignará las tareas a realizar.

### **4.- Implementación de las mejoras internas identificadas en la auditoría.**

En esta etapa se implementarán todas las mejoras identificadas en la etapa anterior.

### **5.- Plan de contenidos y construcción de enlaces.**

Antaño, hacer *linkbuilding* (conseguir que otras páginas enlacen a la nuestra) era relativamente sencillo: bastaba con comprar o generar miles de enlaces con las palabras clave en el *anchor* (palabras del texto que incluyen el enlace) para posicionar las distintas páginas. Sin embargo, esto ha cambiado y ahora centrarse en la calidad es prioritario.

Por ello, la estrategia de construcción de enlaces debe estar inherentemente unida a un plan de contenidos que persiga crear y promocionar contenidos de calidad. Ya no se trata solo de construir un enlace, sino también de aumentar la visibilidad de la marca y la captación de tráfico. A grandes rasgos, se trabajarían los siguientes aspectos:

### **6.- Análisis de resultados y mejora continua.**

En esta etapa se realizará un seguimiento de las acciones

realizadas de cara a identificar qué está funcionando, qué no lo está haciendo y cómo podemos mejorarlo. Para ello conviene crear un cuadro de mando en el que se mida:

No obstante, el SEO se reinventa constantemente, por lo que resulta crítico seguir las plataformas relevantes del sector (en especial las de habla sajona) de cara a identificar rápidamente los cambios y las tendencias. En este sentido, conviene seguir los canales de comunicación del propio Google (en especial sus blogs propios y las cuentas de Twitter de los principales ingenieros) para identificar posibles cambios algorítmicos y tendencias.

## 7.- Prácticas desaconsejadas.

En cuanto a las prácticas que jamás implementaría en una estrategia SEO incluiría cualquiera que pueda violar las directrices de Google de forma directa y que sean claras al concepto de calidad. En este sentido, hay que destacar:



**Jorge González** es CMO de [Adrenalina](#), una agencia de marketing online, SEO, SEM, reputación y social media

This content was originally published [here](#).