

Todo lo que necesitas saber para aprender a escribir usando el SEO

4.3 (85%) 4 votes

Escribir en tu blog es algo que tienes claro que debes hacer porque es de vital importancia trabajar la marca personal.

¿Te suena?

Es el nuevo mantra.

Pues, chati te voy a dar una noticia:

No te va a servir de mucho si no haces unas acciones previas de análisis y posteriores de maquetación del artículo.

En este post vamos a ver como redactar un artículo de blog en modo **#SEOparadummies**.

Antes de meternos en faena lo mismo estás pensando que es eso de maquetación del artículo, que lo del análisis será lo de mirar las palabras clave o keywords (¿no?), que esto es muy difícil...

Haya paz, que vamos a ir paso a paso.

¿Qué es el contenido SEO?

El contenido SEO es aquel **texto que se escribe con intencionalidad**. Esto significa que tiene definidas una palabra o palabras clave objetivo a las que se quiere atactar.

No solo eso.

El artículo SEO siempre cumple una **funcionalidad**: ya sea atraer tráfico, ya sea fomentar la contratación de tus

servicios o ya sea convertir en “fans” a tus ya clientes (esto último hace unos años se llamaba fidelizar clientes).

La redacción SEO no solo se basa en escribir y repetir la palabra clave en cuestión. El artículo debe cumplir una serie de características que lo haga más atractivo a los ojos de Google.

Va mucho más allá de repetir la palabra clave.

Va mucho más allá de redactar textos hiperlargos.

¿Qué es un artículo SEO?

Se trata de un texto cuya redacción tiene en cuenta las premisas que, deducimos, tiene en cuenta el algoritmo de Google.

Y digo deducimos porque yo hasta el momento no tengo constancia de cuáles son los factores que a ciencia cierta tiene en cuenta este algoritmo.

Si estás leyendo esto y tienes la fórmula de la coca cola o la del algoritmo de Google, escíbeme y me cuentas.

Si hasta aquí lo tienes claro, vamos a ver algunos términos que si eres un dummie en esto del posicionamiento web debes de conocer

DICCIONARIO SEO BÁSICO PARA NOVATOS

Meta title

El meta título es el título de la página. Es el nombre que figura en la barra del navegador. Si miras ahora hacia arriba verás mi logotipo y el título de la página. En el caso de que se trate de un artículo de tu blog el Meta Title se corresponde con el título de tu post.

Slug o url

Se trata de la **dirección de tu artículo**. Es importante saber que las urls las podemos **modificar**. No solo las podemos, si no que debemos hacerlo. Tenemos que hacer que sean url's amigables.

Una url amigable es aquella que no es muy larga, que es fácil de recordar y que carece de elementos innecesarios:

Etiquetas H

Las etiquetas H son unas etiquetas que se utilizan en posicionamiento web para **jerarquizar el contenido**. Hay 6 etiquetas H y la de mayor importancia es la H1. Por tanto, la menos relevante es la H6.

Lo normal es no utilizar más de H3. Si apuramos mucho...H4.

Cada página debe tener una y solo una etiqueta H1, que se corresponde con el título del post. Por tanto, las que usemos dentro del artículo serán H2 y posteriores.

Imágenes.

Las imágenes posicionan en Google imágenes por tanto hemos de **optimizarlas** para aprovechar al máximo la potencialidad que nos ofrece el buscador.

Por tanto, antes de subir una imagen tenemos que:

Después de subir nuestra imagen optimizada en origen pasamos al siguiente término SEO de nuestro **glosario básico de posicionamiento web**.

Atributo alt

Atributo alt es un **nombre** que le ponemos a la imagen cuando ya la tenemos **subida a la web**. Debe contener las palabras clave

pero que tengan sentido, nada de ponerlas al buen tuntún.

Si no sabes que poner pon el nombre de tu marca, al menos así haces algo de **branding**.

¿Es importante poner el atributo alt?

Mucho más de los que nos pensamos.

He estado realizando tester relacionados con las búsquedas en Google imágenes y la conclusión ha sido la siguiente:

Y pensareis que si no **lleva tráfico a la web** no sirve de nada ¿verdad?

Pues yo creo que sí. No sirve a nivel de conversión (cierre de ventas y de contratos) pero a nivel de **imagen de marca** no viene nada mal.

Meta descripción

Snippet es el conjunto de **metadescripción** , meta **title** y **slug**. Es lo que nos muestra Google de cada página en cada resultado de búsqueda.

Semántica.

Esta es la nueva ola. La semántica (bonita palabra) se basa en **utilizar sinónimos y términos relacionados** en los artículos. Se busca la comprensión del usuario que llegue a la web más que el conseguir el posicionamiento a base de la repetición de una misma palabra clave.

Densidad de palabras clave

En 2009 Google anuncio que la densidad de palabras clave carecía de valor a la hora de posicionar. Sin embargo, estoy segura de que si bicheas un poco por la red en algún momento lo vas a ver aparecer y creo que debes saber lo que es.

La densidad de palabras clave es el número de veces que se **repite el término que queremos atacar** en un texto de 100 palabras. Se estimaba que lo beneficioso era repetirlo entre un 2 y un 3% pero lo dicho...En 2009 Google anunció que ya no era relevante de cara obtener un mejor posicionamiento el repetir las palabras clave.

Meta Keywords

Otro de los factores que le tocan un pie a Google pero, cosas de la vida, aún te encuentras en algunas webs que usan las meta Keywords.

Son una **etiqueta Html** en la que se introducen palabras clave con las que, antaño maricastaño, se le decía a Google de que trataba la página web.

Hoy por hoy pasa de ellas.

Enlace externo

Un enlace externo es aquel que **lleva** de tu post a **otro sitio** que no tiene que ver con tu web pero que aporta valor al usuario proporcionándole más información relacionada con lo que trata tu artículo.

Enlace interno

Un enlace Interno es un enlace dentro de tu post que apunta a **otra parte de tu página web**. La finalidad es enriquecer el artículo y seguir aportando valor al usuario.

Con estos términos ya tienes una buena base con la que poder entender como escribir artículos optimizados para SEO en tu blog.

Como ya hemos mencionado en este blog:

No solo va la cosa de escribir. Escribir será lo último que

hagas. Es como la muerte...

Como escribir un artículo de blog para que posicione mejor.

Escribir para SEO es algo sencillo una vez que lo interiorizas.

Tendrás más o menos éxito en tu posicionamiento en función de lo profundo que hayas hecho el **análisis previo**. Es en análisis dónde está la enjundia.

Google quiere personas que hablen con personas. Humanos con humanos, H2H...llámalo como quieras. Google quiere que escribas para una persona, no para un robot.

Antes de fliparte con una redacción SEO, con el SEO semántico, con los links...Si acabas de aterrizar en este mundillo mi recomendación es que sigas la **regla KISS de escritura SEO**.

¡Tírale una horda de besitos al SEO!

O lo que es lo mismo:

“Mantén las cosas sencillas, tontol’haba”

En moda dicen que menos es más.

Una regla básica en escritura, en oratoria o en comunicación en general, es conseguir que el menos “apto” de tus lectores u oyentes sea capaz de **entender el mensaje**.

Esto me recuerda a una obra obra de Teatro de [El brujo](#) a la que asistí. Interpretó [La Odisea](#).

Para quién no lo sepa **La Odisea** es una **tragedia épica griega** en la que cuenta las aventuras de Ulises cuando se pierde por el ancho mar y tarda como 20 años en llegar a casa. Poseidón se metió de por medio y el dios del mar...es el dios del mar.

Es una obra muy compleja.

En medio de la obra dijo que él se preparaba las obras contándoselas a su hija de 8 años. Que cuando ella la entendía sabía que su obra estaba lista para estrenar.

Lo que habrá aguantado esa chiquilla...

La idea es esa.

No que sufra un menor los desvaríos del flipamiento de uno de sus progenitores si no el que sea **capaz de entenderlo cualquier persona con independencia de sus conocimientos en esa área.**


8 trucos que te van a facilitar la escritura SEO

¿O no?

Como decía: Leemos en diagonal y **debes facilitarle la lectura a tu usuario.**

¿Cómo escribir para que se pueda leer tu artículo de forma sesgada?



 Te voy a dejar un pequeño vídeo en el que te voy a mostrar como maquetar un texto en wordpress. Así aprenderás a darle forma y a optimizarlo para SEO.

Conclusión sobre la escritura SEO en Blogs si eres un Dummie.

La experiencia me dice cuando vemos todo lo que nos queda por implementar o aprender sufrimos una cosa que se llama miedo.

El miedo, que nos ayuda a salvar la vida de los peligros que

nos pueden acechar pues es algo instintivo, también nos paraliza.

Hay una cosa que me gusta mantener siempre en la mente porque me permite mantener los pies bien pegados al suelo y mirar desde el corazón: **nadie nació siendo un experto sobre ninguna temática**. Teniendo en mente esto, podrás aprender muchas más cosas y con menos presión.

#TodosSomosNovatos

Y en Internet es muy fácil aparentar ser más de lo que se es...

Por eso es mejor empezar por las cosas sencillas y fáciles. Ya iremos llenándonos de barro hasta las rodillas.

Uno de las premisas de Lean StartUp (metodología que me encanta y que ya llevo en el ADN) es que “mejor hecho que perfecto”.

Hagamos las cosas. La siguiente vez ya saldrá mejor.

Y así...

Bueno...pues se ha hecho cortito el post, ¿eh?

¿Cómo optimizas tus artículos del blog?

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