

¿Cómo se elijen las palabras a optimizar?

¿Sabes como optimizar las palabras? No utilizar más de una frase o dos relacionadas por página individual. **Saber qué puede buscar tu cliente**, según el tipo que sea. Utilizar sinónimos o herramientas como **Keyword tools o Google Suggest**. Conocer las Keywords que usa la competencia. **Brainstorming**.

Las **estrategias efectivas de posicionamiento** de palabras clave tienen **dos caminos**, **el fuerte**, posicionándose en una palabra clave genérica muy competitiva; **o el inteligente**, posicionándose en el clúster de palabras menos competitivas.

El objetivo es utilizar **palabras clave, poco competitivas y con altos niveles de conversión**. Identificar patrones, volumen, estacionalidad,..., ideas para concatenaciones.

Con Google podemos buscar palabras clave conociendo el volumen de búsqueda de términos relevantes.

Herramientas

Herramienta para palabras clave

Estimador de tráfico

▼ Incluir términos (0)

▼ Excluir términos (0)

▼ Tipos de concordancia

- ☒ Amplia
☐ [Exacta]
☐ "Frase"

Ayuda

¿Por qué debería utilizar la
Herramienta para palabras
clave?

Ideas guardadas (0)

- ☐ Mis ideas para palabras clave
☐ Mis ideas para grupos de
anuncios

Buscar palabras clave

Se basan en una o varias de estas opciones:

Palabra o frase	Una por línea
Sitio web	www.google.com/page.html
Categoría	Indumentaria

☐ Solo mostrar ideas directamente relacionadas con mis términos de búsqueda☒ Opciones y filtros avanzados [Ubicaciones: España](#) [Idiomas: español](#) [Dispositivos: equipos de sobremesa y portátiles](#)

Introduce los caracteres que aparecen en la
imagen siguiente o más según en su cuenta para
obtener más ideas de palabras clave relevantes.

addition

baquo

En los letreros no se distingue entre mayúsculas y
minúsculas

Buscar

[Acerca de estos datos](#)

Descargar

Ver en formato de texto

Ver en el estimador de tráfico

Ordenado por Relevancia

Columnas

Especifique un sitio web, una palabra o frase, o una categoría para empezar.

Nota importante: no podemos garantizar que estas palabras clave mejoren el rendimiento de su campaña. Google se reserva el derecho de rechazar cualquier palabra clave que ofenda. Usted es el responsable de los términos que selecciona y de asegurarse de que el uso que haga de ellos no infrinja ninguna de las leyes aplicables.