**Tipos de estructuras de contenido que aprenderás a construir**

**Todo el contenido sobre cómo ganar dinero que producimos se divide en 3 categorías:**

Contenido afiliado estándar

Contenido afiliado de Amazon

Contenido de Adsense

En este vídeo, Te muestro algunos ejemplos de estos diferentes tipos de contenido y explica por qué es mejor construir sitios de autoridad:

2. <https://www.youtube.com/watch?v=Ez-YHblkCVU>

Bueno, con esto termina la introducción.

Ahora, **¡vamos a concentrarnos en el entrenamiento real de la Semana 1!**

**Encontrar una palabra clave semilla**

El término "Palabra clave semilla" va a ser un término que oirás mucho. Es el término principal en torno al cual estarás construyendo un conjunto de contenido alrededor de tu sitio.

Básicamente, es el **"mercado objetivo"** o **"nicho"** que hará de tus sitios un éxito o un fracaso.

Algunos ejemplos de palabras clave semilla son: "mejor cuchillo de supervivencia" y "mejor portátil barata". Sin una buena palabra clave semilla, tus campañas de SEO no llegarán muy lejos, en nuestro caso para crear el silo de cafeteras, nuestra palabra clave semilla será **“mejores cafeteras”**

La palabra clave semilla ya la tienes si sacaste el tiempo (si no la tienes te recomiendo que vuelvas a las lecciones de encontrar un nicho y hagas el proceso completo).

Si ya completaste el proceso de buscar un nicho de mercado debes de tener una idea clara de cómo lo diseñaras y tendrás muchas palabras claves a las cuales apuntar cuando hicimos los cuadros de contenido para nuestra web y organizamos la versión 1.0

En esta lección, lo que hare contigo es profundizar mucho más en la investigación de palabras claves y analizaremos mas a profundidad nuestro nicho para organizar de manera eficiente nuestra web y poder posicionar en los buscadores sin problemas.

En esta parte lo que haremos es sacar la palabra clave semilla del nicho que elegimos y a partir de ella crear la estructura de silo para nuestra web.

La palabra clave semilla es la que nos dejara más dinero para nuestro nicho escogido.

En el siguiente vídeo  repasaremos información de palabras clave de nivel superior. Si estás confundido, no te preocupes. Lo estudiaremos con mucho más detalle en breve:

3. https://www.youtube.com/watch?v=Bj6FSHO\_7CQ

**El meollo de la investigación de palabras clave semilla**.

¿El objetivo final? Encontrar un conjunto de palabras clave que sean de **"baja competencia y alta recompensa".**

Para ello, empezaremos por configurar un proyecto en Ahrefs, que como ya sabes es la herramienta más poderosa para la investigación de palabra clave actualmente en el mercado.

Te permite revisar grandes listas de palabras clave de forma rápida y sencilla y, lo más importante, es que tiene en cuenta lo fuerte que es la competencia por las palabras clave que estás analizando, teniendo en cuenta métricas más avanzadas como "SEO en la página". ¡Qué empiece esta fiesta!:

6. https://www.youtube.com/watch?v=POpT31HsQ\_M

En resumen, debes buscar palabras clave que tengan un puntaje promedio de Competitividad de Palabras Clave (DR) de 10 o menos (cuanto más bajo, mejor), y más de 1.000 búsquedas mensuales.

Observa los vídeos y el texto a continuación para más detalles sobre los criterios exactos que utilizamos para decidir si buscar una palabra clave o no.

Aquí hay algunos modificadores para usar con sus palabras clave de semillas en el cuadro de búsqueda de AHREFS para ayudar a filtrar los sitios de comercio electrónico: mejor reseña, reseñas mejor valoradas, dónde comprar, comprar, mejor, análisis, etc.

Validar palabras clave, Aciertos e Incógnitas definitivos. Algunas cosas raras sobre las incógnitas....

7. https://www.youtube.com/watch?v=mxJaSfL1YyI

**Algunas cosas raras sobre las incógnitas....**

8. https://www.youtube.com/watch?v=FEnjVsbFVAY

Siempre hay algunas excepciones extrañas a las reglas. En este vídeo, discutimos cómo identificar otros tipos de "incógnitas" en las SERP.

Múltiples resultados del mismo dominio raíz (sólo 1 de los resultados puede ser un AD, el resto son Incógnitas)

Para los subdominios, no use los dominios TF y CF en la raíz del dominio, simplemente utiliza la métrica KC.

**Todo lo que debes saber sobre las Incógnitas y No Incógnitas**

Introduce inclinaciones de SERP. A vece, Google "se inclina" o favorece un tipo específico de sitio web en los resultados. Si ves esto, entonces rechaza la palabra clave.

**Aquí están los tres tipos de inclinaciones de SERP**:

Inclinaciones de comercio electrónico (Amazon, Walmart, Target, marcas de tiendas especializadas, etc.)

Inclinaciones locales (donde haya un mapa que muestre resultados locales o Yelp)

Inclinaciones TLD (Múltiples TLD de .gov,.edu o país)

Necesitamos ver por lo menos 2 nichos de sitios clasificados para que no sea considerado una inclinación de SERP.

Por "sitios nicho”, nos referimos a sitios informativos y no a sitios de compras (es decir, sitios con un carrito de compras).

Queremos ver que Google está clasificando el contenido informativo para nuestras palabras clave de destino, ya que ese es el tipo de contenido que vamos a crear.

9. https://www.youtube.com/watch?time\_continue=1&v=4t\_N1QhCDeA

**Las inclinaciones de comercio electrónico no son buenas...**

En el vídeo de abajo, repasamos un tema increíblemente común. Debes evitar lo que llamamos "Inclinaciones de Comercio Electrónico", ya que existe la posibilidad de que puedas clasificar altamente en este tipo de SERP.

Sin embargo, es MUCHO MÁS PROBABLE que te quedes atascado en la segunda página…muy lejos, muy lejos de donde los buscadores de Google puedan encontrar tu sitio.

 Una inclinación de comercio electrónico es, básicamente, cuando un determinado SERP de Google está enfocada en el producto y PRINCIPALMENTE tiene tiendas de comercio electrónico (en lugar de sitios informativos) en la SERP. Estos son los tipos de SERP que debes evitar. Observa este vídeo para mayor información:

10. <https://www.youtube.com/watch?v=jGoFCENz01I>

**¡Encuentra sitios como el tuyo!**

Lo ideal sería encontrar un SERP con sitios como el que planeas construir. El objetivo es encontrar por lo menos 2 sitios similares al que deseas construir.

**Observa este vídeo para mayores detalles:**

11. https://www.youtube.com/watch?v=LI5YFg6d1mk

Estas son algunas preguntas que pueden ayudarte a determinar si un sitio web es "seo-y":

¿Hay palabras clave en el nombre de dominio?

¿Hay mucho contenido informativo en las páginas?

¿Utilizan palabras clave en sus etiquetas de encabezado? (es decir, E2: Encabezado 2, E3: Encabezado 3, etc.)

Lo más importante, ¿se vinculan a los programas de afiliados?

**Mucho que asimilar. Así que vamos a leer al respecto (es importante).**

El puntaje de **KC** no es lo único que debes tener en cuenta. Utilizamos un proceso propio para encontrar los "Aciertos Definitivos" e identificar las mejores palabras clave. A continuación, encontrarás el proceso de Aciertos Definitivos junto con un vídeo explicativo.

Para un nuevo sitio, debes ver 5 Aciertos Definitivos AD) basado en los criterios de abajo. Puedes encontrar los Aciertos Definitivos haciendo clic en una palabra clave en ahrefs, que revela los 10 mejores sitios web clasificados en Google para el término.

Esto también se conoce como SERP (Página de Resultados del Buscador).

¿Cuándo puedes bajar de 3 aciertos definitivos? Sólo hay tres situaciones en las que deberías reducir el criterio de 5 AD a 3 AD.

Cuando tienes un sitio web de autoridad y puedas llevar las riendas.

Cuando estés en un mercado competitivo y estés dispuesto a aceptar que puede tardar más tiempo en clasificar tu sitio web.

Cuando simplemente estás teniendo muchos problemas para encontrar una palabra clave con 5 AD, estás dispuesto a hacer más construcción de enlaces para compensarlo y esperar más tiempo para que tu sitio clasifique.

Los Aciertos Definitivos se calculan eliminando las "Incógnitas".

**Una Incógnita es cualquier resultado SERP que tenga alguno de los siguientes criterios:**

Páginas individuales con una Competitividad de Palabras Clave de Página superior a 50 (Aclaramos, no nos referimos al Promedio KC)

Flujo de Confianza de Dominio (TF) superior a 70

Flujo de citación de dominio (CF) superior a 70

Múltiples resultados del mismo dominio raíz (si pasa los filtros anteriores, el resultado es un Acierto Definitivo y el resto son Incógnitas).

Recibimos muchas preguntas sobre los AD, así que no dudes en volver a ver los vídeos o hacer preguntas en el grupo por whatsapp. Cuanto más mires los SERP, más rápido identificarás los AD. Estas son las preguntas más frecuentes sobre los AD:

¿Qué pasa si un sitio web tiene exactamente KC de 50, Dominio TF de 70? ¿o Dominio CF de 70?

Si el KC es menor o igual a 50, cuéntalo como un Acierto Definitivo. Si el Dominio TF o CF es menor o igual a 70, cuéntalo como una Acierto Definitivo.

**¿Qué pasa con los blogs de tipo subdominio?**

Estos también cuentan como Incógnitas:

Para subdominios (como: wordpress.com, tumblr.com, blogspot.com) ignora la regla TF/CF y sigue la regla KC de Página. Naturalmente, los blogs gratuitos tendrán un alto dominio TF/CF, pero no te dejes engañar por eso.

**¿Qué pasa si veo otros sitios de nicho de clasificando?**

 Es una señal muy positiva de que ¡tu sitio también puede ser clasificado! Nos encanta ir tras esto. "Deseables" en los SERP (signos adicionales de que un KW es bueno para el objetivo):

Clasificación de sitios nuevos, subdesarrollados o delgados

Clasificación de otros sitios afiliados o sitios de nicho

**¿Qué pasa con Amazon, YouTube, Pinterest, Facebook, Wikihow y otros 20 sitios principales?**

Sitios como estos comúnmente aparecen en los SERP y te encontrarás con ellos consistentemente. Muy a menudo, estos sitios se clasifican puramente en base a su dominio general CF/TF. Las páginas pueden no estar bien enfocadas desde una perspectiva SEO hasta la palabra clave para la que están clasificados.

Mientras algunas personas enseñan que el ranking de estos sitios es una señal de una SERP débil, nosotros los contamos como "incógnitas" en nuestro proceso de investigación (basado en que están por encima del Dominio CF/TF de 70).

 La razón es que nuestro sistema Definite Wins es un factor de ranking tan claro que, aunque parece que las páginas que se clasifican a menudo no están dirigidas a un público objetivo, Google sigue favoreciendo a estos sitios y, por lo tanto, no podemos decir con confianza que seremos capaces de superarlos.

**La regla general es:** Si no estás seguro de si puedes superar a un sitio, ¡es una Incógnita! ¿Todavía tienes problemas para encontrar palabras clave sólidas? Te cubrimos las espaldas...

**El arte del acecho de palabras clave**

Tenemos algunas ideas para palabras clave semilla, pero ¿qué es exactamente una buena palabra clave semilla?

 Este vídeo explica cómo utilizamos el puntaje KC (Competitividad de Palabras Clave) y una técnica que puedes utilizar para encontrar incluso MÁS palabras clave semilla y dejar atrás a tus competidores con ahrefs.

12. https://www.youtube.com/watch?v=XlK\_n\_NaP0I

13. https://youtu.be/6KkAdau5pUU

El sitio que utilicé para encontrar los links de retroceso es https://moz.com/researchtools/ose/

**Palabras clave secundarias y de cola larga**

Las palabras clave secundarias son palabras clave fuertemente relacionadas con tu palabra clave semilla.

 La diferencia es que tienen modificadores ligeramente diferentes o normalmente tienen un volumen de búsqueda más bajo.

 Además, las palabras clave secundarias suelen tener más palabras que la palabra clave semilla y son más largas (por ejemplo, "análisis de las mejores cafeteras automaticas" y "Las mejores cafeteras de menos de 1.000euros " son buenas palabras clave secundarias para la palabra clave semilla "la mejor cafetera nespresso").

15 - https://www.youtube.com/watch?v=YVs26JHez8A

**Error Común 1:**

Buscar palabras clave de comercio electrónico y no palabras clave informativas: Puedes clasificar con ellas, pero no es tan fácil con un sitio de información y puedes fácilmente quedarte atascado en la página 2-3 si las persigues.

 Si no tienes ninguno de los modificadores de los que hablamos antes, como por ejemplo "mejor", "de alta clasificación" o "revisiones", debes echar un vistazo al SERP para una inclinación de comercio electrónico.

Dato Curioso.......

Cuando mi equipo crea páginas de contenido para Amazon, ni siquiera intentamos apuntar a palabras clave que no tengan uno de esos modificadores en la palabra clave.

 Incluso si excluimos las palabras clave que pudieran tener una inclinación hacia el comercio electrónico, todavía podemos tener más de 40 páginas establecidas.

No me crees, ¿verdad? Entonces, observa el siguiente error común para ver cómo podemos encontrar tantas páginas.......

**Error Común 2:**

Apuntar a demasiadas palabras clave en una página. No dividir las palabras clave en suficientes páginas parece ser algo con lo que mucha gente lucha. Observa los siguientes vídeos en los que explico esto con un ejemplo.

**Error común 3:**

Apuntar a palabras clave similares en diferentes páginas. Puedes clasificar las palabras clave como: "mejor" y "reseñas" en la misma página. Si tienes alguna duda, consulta la SERP.

**Dato Curioso..........**

Sólo estás apuntando a 2 palabras clave mínimo por cada página de palabras clave de cola larga/secundaria con ganancias de $20. Mi equipo va mucho más allá con nuestro objetivo de palabras clave por página. A menudo, tendremos una página de cola larga con más de 5 palabras clave a medida que cavamos un poco más profundo y pasamos un poco más de tiempo.

Espero que de verdad te ayude. Si lo encuentras útil o necesitas más aclaraciones, házmelo saber en el chat de whatsapp o facebook. Si hay algún otro concepto que quieras aclarar, mi misión será hacer tantos vídeos como sea necesario para asegurarme de que todos ustedes lo logren.

**Cómo utilizar la hoja de cálculo como un contador Profesional**

18. https://www.youtube.com/watch?v=Shtfx8NZgYQ

¡Estas son las hojas de cálculo que necesitarás para ponerte en marcha! Incluso, tenemos algunos ejemplos de hojas de cálculo para que puedas ver cómo rellenarlas.

1. Haz clic en File -> Haz una copia de la plantilla de la hoja de cálculo apropiada para tu sitio (Amazon o Afiliado).

Silo de Amazon: Plantilla de hoja de cálculo en blanco

2. Comparte la hoja de cálculo con iniciatustartup@gmail.com para revisarla una vez que la tengas completa. Me comprometo a no borrar tu trabajo

3. Exporta las palabras clave favoritas de Ahrefs.

4. Ordena por LMS y copia las palabras clave, LMS y KC en la hoja de cálculo.

¡No te asustes por todas las columnas de la hoja! Basta con que nos limitemos a las primeras columnas en las que estamos trabajando ahora mismo y cubriremos todo lo demás más adelante.

Si te quedas atascado, pasa el ratón por encima de las cabeceras de las columnas de la hoja de cálculo. Cada encabezado de columna tiene notas detalladas y videos con una explicación de cada paso. (Recuerda, esta hoja de cálculo la consegui en un curso en ingles donde aprendía todo lo que se de investigación de palabras claves y sistematización de procesos, los videos que encontraras dentro están en ingles, si tienes alguna duda solo tienes que preguntarme.)

Espera, ¿qué deberías haber hecho al final de la semana?... Deberías haber encontrado:

Una palabra clave SEMILLA sólida y palabras clave de apoyo que agregarán al menos $500/mes a tu silo.

Dos palabras clave secundarias o de cola larga que agregarán al menos $20 cada una a tu silo. Observa este vídeo para un poco más de detalle:

18. https://www.youtube.com/watch?v=HJtyP4rHtYQ

Ejemplo de Semana 1:  Silo de Amazon

No te sientas mal si lo intentas más de una vez... De hecho, no es raro que alguien se tome toda la semana para encontrar una palabra clave de semilla sólida la primera vez.

Se trata de aprender y comprender el proceso.

La manera de llegar a ser bueno en esto es ganando mucha experiencia mirando diferentes palabras clave. Puedes ganar experiencia en una semana mirando tantas palabras clave como sea posible.

Puedo asegurarte que si analizas 200 palabras clave semilla, ¡serás capaz de distinguir lo bueno de lo malo! ¡Nos vemos en el chat de whatsapp!

Estas son algunas de las preguntas frecuentes que recibimos:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/12Qm_oCo0bIMPdByIT_CQ0z252T834HarPb23Qg5BnIE/edit?usp=sharing>