

CONSEJOS PROFESIONALES (EPISODIO N° 6): AUMENTA LA AUDIENCIA DE TU BLOG/SITIO WEB

De : Perles & Co



Este año le proponemos un reto: ¡duplica el número de visitantes de su sitio web! ¿Cómo aumentar su visibilidad en Internet? Con los consejos y sugerencias de Audrey, ¡seguro que lo conseguirás! Así que vamos a intentarlo.

1. Escriba regularmente

Cada mes, cada semana, cada día... Lo que quieras. Debes escribir a tu propio ritmo, pero tiene que ser regular. ¿Cómo determinar el número de artículos a publicar?

- En primer lugar, analice el número de visitantes que tiene actualmente en su sitio.
- A continuación, determine una tarifa que se adapte a su público actual. No tiene sentido hacer demasiado si no tiene un gran número de visitantes. ¡Tranquilo!
- Por último, ajústese a medida que crezca su audiencia. Por ahora, se trata simplemente de dar a su comunidad una cita regular. Si el número de visitantes aumenta, pase de una publicación mensual a dos mensuales, luego a una semanal, etc. Para saber cuándo pasar al siguiente nivel, basta con mirar el número de comentarios, likes, shares en tus redes sociales o en tu blog. Si te piden que hagas más, ¡haz más! El cliente es el rey, la comunidad es la reina: ¡hay que adaptarse a la demanda!



2. Escribir artículos, pero no de cualquier manera

¿ El secreto? Optimización de los motores de búsqueda o SEO. Elige las palabras clave o los grupos de palabras clave adecuados para escribir tu artículo.

¿ Cómo se hace esto? En primer lugar, mira lo que sale en Google. En la barra de búsqueda, escribes una palabra, aparece una lista desplegable, te fijas en las palabras que aparecen porque son las más populares. También tomamos nota de las sugerencias al final de la página de Google. Por último, también nos fijamos en las PAA (la gente también pregunta): son las preguntas que los usuarios hacen más a menudo a Google (generalmente se encuentran en el punto medio).

Para ayudarte a encontrar las palabras clave ideales, existen algunos generadores de palabras clave muy fáciles de usar, como [1.fr](#), [Answer the public](#) o [Keywordtool](#). Encontrará un montón de palabras clave para utilizar, un montón de universos semánticos alrededor de la palabra clave principal para utilizar en la redacción de su texto.

Una vez seleccionadas las palabras clave, pase a escribir el texto. Cuanto más posicionadas estén las palabras en la parte superior de su artículo, más serán leídas por Google y más se indexará correctamente. Cuanto más complazcas a Google, más te llevará a la primera página. Todos sabemos que cuanto más alto estés en las búsquedas, más probabilidades tendrás de que hagan clic en ti.

Tenga cuidado: no debe elaborar una lista de palabras clave sin coherencia. No olvides añadir significado y emoción para que tus textos sean leídos. Y si no tienes la ciencia de las palabras, pide ayuda a una persona de buen corazón de tu entorno.

3. Cuida tu etiqueta H1

¿ Qué es una etiqueta H1? La etiqueta H1 indica un nivel de título en el lenguaje HTML (hay seis niveles de título desde H1 hasta H6). En concreto, corresponde al título principal de su artículo. Debe ser único para cada artículo: no debe copiarse y pegarse en todas partes. Para



cada página, una nueva etiqueta H1. ¿Cómo se escribe un H1? Debe incluir el mayor número posible de palabras clave sin superar los 70 caracteres.

4. Perfeccionar los meta-títulos y las meta-descripciones

Son dos campos que hay que rellenar (y sobre todo no olvidar) cuando se quiere poner un artículo en línea. El meta-título es básicamente el título en azul que aparece en Google. La meta-descripción son las dos líneas descriptivas que se encuentran debajo del meta-título. Estos son dos elementos importantes para que los usuarios de Google quieran hacer clic en su artículo y, por extensión, visitar su sitio.

Si los dejas en blanco, por defecto, Google elegirá frases, grupos de palabras o palabras que encuentre en tu blog. Y a veces eso no es muy atractivo.

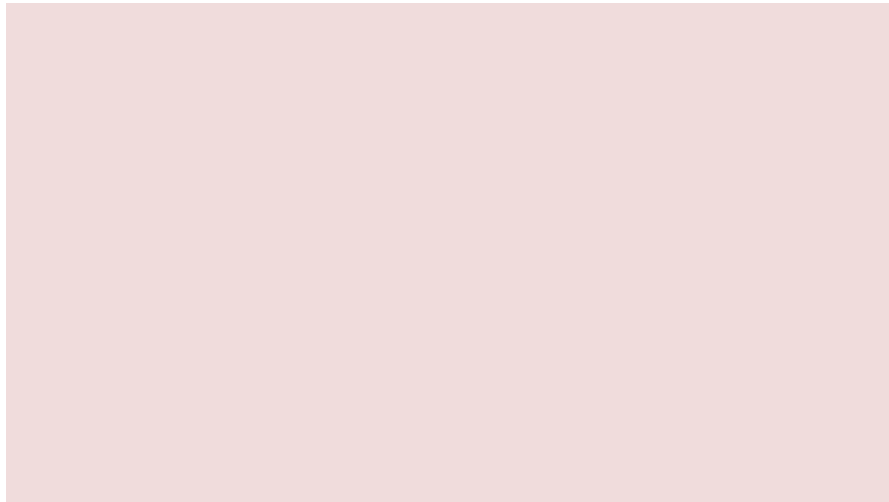
¿Entiendes lo importante que es pulirlos, mimarlos? Trabaja en tu meta-descripción para hacerla lo más atractiva posible con pequeños cuadros, emoticonos... De ti depende ser inteligente, creativo y fomentar los clics.

5. No olvides la etiqueta ALT

Este es el campo que más a menudo se pasa por alto. Y sin embargo, también es importante. Una etiqueta Alt es una alternativa textual a una imagen. O, básicamente, se trata de dar un nombre a una imagen. Es esta etiqueta la que permitirá al buscador de Google indexar en la sección de imágenes de Google (ya sabes, el pequeño icono debajo de la barra de búsqueda, donde nos gusta ir, especialmente cuando compramos).

Sabemos que en el mundo del bricolaje, la joyería, la moda, la belleza... lo visual tiene un fuerte impacto. Así que no dude en hacer que su etiqueta Alt sea lo más exhaustiva posible.

Otra utilidad de la etiqueta Alt, y no menor: le indicará a Pinterest el tema de tu imagen para que se correlacione con las peticiones de los visitantes. Si acostumbras a pinear imágenes en Pinterest para atraer tráfico a tu sitio, no olvides optimizar tu texto con la etiqueta H1, el meta título, la meta descripción y esa famosa etiqueta Alt.



6. Trabaja en tu popularidad

El hecho de que su sitio web esté en lo más alto, con una referenciación infalible, no significa que vaya a aparecer en la primera página de Google y duplicar su audiencia en un instante. En realidad, lo que más importa a Google, más allá del aspecto técnico, es la popularidad.

Acostúmbrase a dar citas, a crear un teaser... En resumen, cruce sus redes sociales, cruce sus canales de adquisición de visitantes. En cuanto escribas un artículo, habla de él en tus redes sociales, anima a la gente a suscribirse al boletín de noticias para esperar tu próximo artículo. De este modo, te asegurarás de que tus visitantes y seguidores no se lo pierdan. No dudes en crear un universo complementario que anuncie los inicios y haga que todo el mundo se "precipite" a este nuevo artículo. Cuidado, para que vuelvan, tu artículo debe ser de primera categoría.

Solicite a sus compañeros de cuentas que intercambien enlaces a sus respectivos sitios o a artículos que haya escrito. Cuanta más gente hable de ti en otros sitios web, más popular serás y mejor parecerás a Google.



