

## Práctica 1. Posicionamiento SEO

Para iniciar la práctica he consultado diversos blogs dirigidos a universitarios y he constatado que suelen mezclar temas académicos o ligados a los estudios con recomendaciones variadas de ámbitos como el ocio, la cultura o la gastronomía. También he visto que últimamente se escriben muchos posts relacionados con la salud mental y la educación y la identidad sexual, aspectos que aparecen entre las principales preocupaciones de los jóvenes en encuestas de población o en artículos de prensa. Como tratar de temas de salud me parece delicado (considero que es un ámbito para expertos que manejen una información fiable), he optado por un post para recomendar una oferta cultural, concretamente las mejores tiendas de manga de Barcelona: la selección se debe al éxito del cómic japonés entre los jóvenes.

El objetivo divulgativo del post liga con palabras clave de tipo informacional; pero si se analiza el interés de las personas que realizan esta búsqueda según Sistrix, su intención es sobre todo la de visitar el local (*Visit*), la de comprar (*Do*) o la de llegar a su página (*Web*). Para satisfacer esta demanda, se incluirá la información práctica necesaria (web y dirección, como es habitual en este tipo de posts). En términos de contenido, sin embargo, nuestra oferta no tiene ningún interés comercial. Como punto de partida, considero que la gente valora las selecciones y las recomendaciones (en los restaurantes es algo común dejarse guiar por las valoraciones de los usuarios, por ejemplo). Por último, pienso que ofrecer una buena selección, además de delimitar el ámbito temático, es en el fondo una apuesta por ofrecer un contenido más atractivo y de calidad, que considero aspectos básicos para poder posicionarlo.

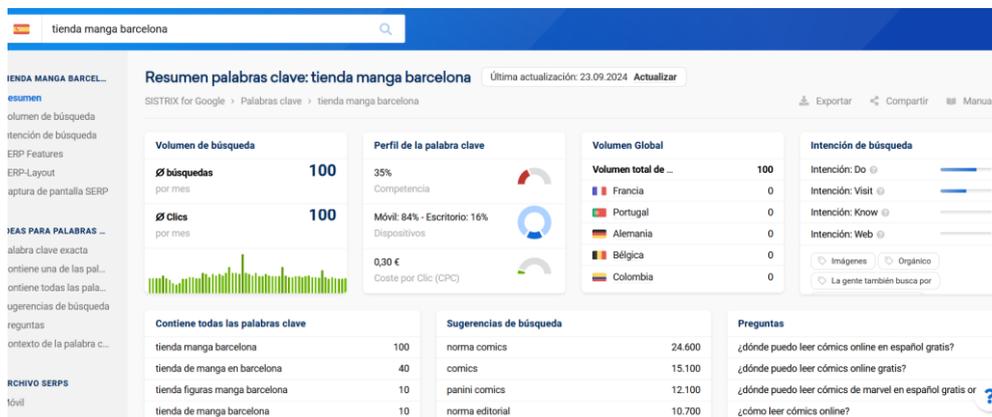
Antes de desarrollar la selección de palabras de clave, me gustaría aclarar que el post está pensado para universitarios o jóvenes de Cataluña por proximidad, pero utilizo el castellano porque así puede llegar a más gente e incrementar el posible número de visitas. Las tiendas que citaré en el post, como ya he mencionado, son todas de Barcelona y es posible que a un visitante ocasional de la ciudad también le pudiera interesar esta información. Se ha de pensar, por ejemplo, que Barcelona acoge el Salón del Manga o el Japan Weekend, acontecimientos que reciben numerosos visitantes jóvenes de otras partes del estado español (la selección de Barcelona también se debe al análisis realizado en Sistrix para encontrar un nicho interesante).

A continuación, sigue la tabla de la principal palabra clave, con la explicación del contenido y el título del post:

Palabra clave	Tipo	Justificación	Contenido
tienda de manga barcelona	Informacional (el post recoge una selección para señalar cuáles son las mejores tiendas, con los matices expuestos anteriormente y también en esta tabla).	Como se ve en la captura de pantalla de Sistrix siguiente, el nivel de competencia no es excesivo, un 35%, en comparación con otras opciones. Aunque el volumen de búsqueda no es muy elevado, 100 búsquedas por mes, entre las sugerencias hay valores interesantes para explotar palabras clave secundarias.	Título: Las 5 mejores tiendas de manga y anime de Barcelona  Consiste en un post dedicado a recomendar las 5 tiendas imprescindibles de cómic japonés de Barcelona, explicado de manera sencilla y con la información práctica para satisfacer también al usuario que busca visitar la tienda o para consultar la web.

--	--	--	--

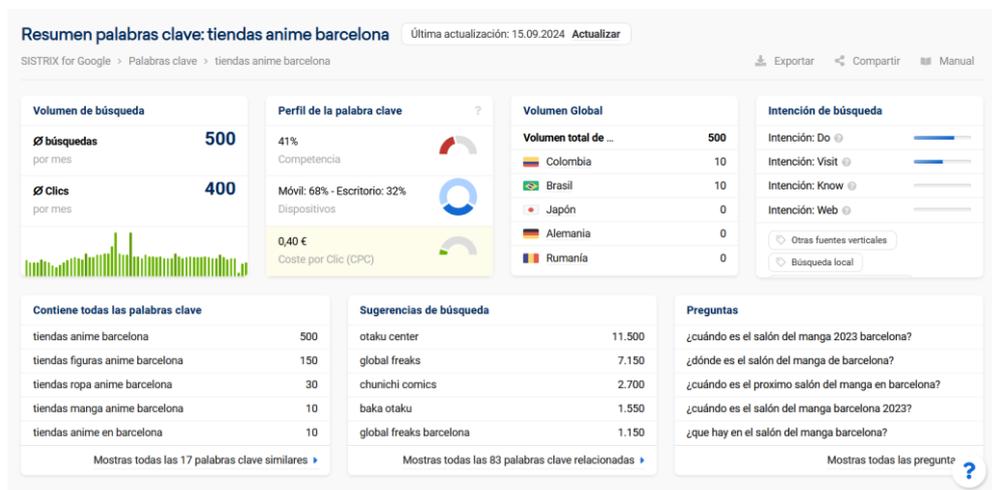
La captura de pantalla a la que nos referíamos en la tabla anterior es la siguiente:



Como se ve, el recurso ofrece información complementaria muy interesante. Por ejemplo, está claro que si tuviéramos una web generalista dedicada a la información sobre cómics, lo que parece interesar más a los que hacen búsquedas relacionadas, es saber dónde se pueden leer gratuitamente cómics *online*. En nuestro caso, este dato no nos hace replantearnos nuestra propuesta (que se podría promocionar de manera atractiva en redes sociales con audiencia joven, como TikTok o Instagram, para aumentar las visitas), pero sería anotada como candidata a un próximo post. Aunque el objetivo sea posicionar el contenido poniendo los intereses del usuario en el centro, creo que también se han de valorar aspectos ya mencionados como la calidad. Así, como autor del blog tengo más conocimiento del nicho elegido, que de otros como el de los cómics gratuitos *online*, donde solo podría ofrecer una información incompleta respecto a la de otros competidores más experimentados.

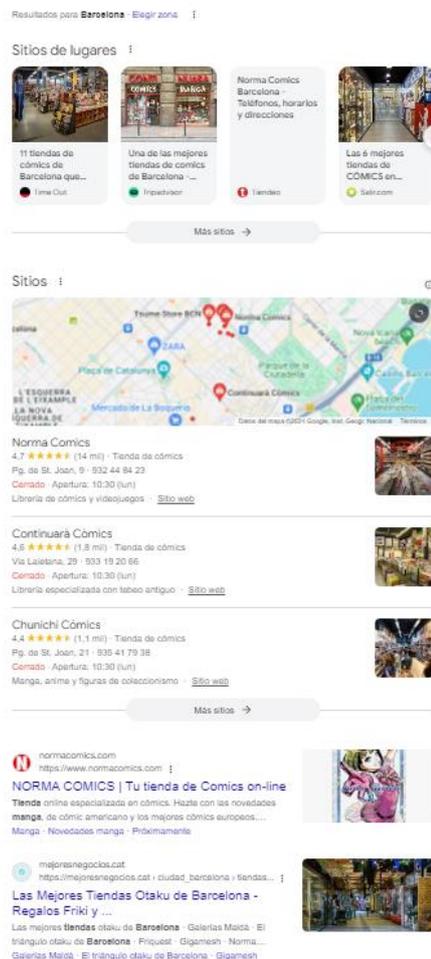
Por último, en el gráfico del histórico de visitas vemos que son muy constantes (excepto un pico en agosto de 2021), por lo que se podría lanzar en cualquier mes del año, si bien yo lo haría coincidiendo con las fechas del Salón del Manga de Barcelona o del Japan Weekend Barcelona, porque es cuando podría generar más búsquedas.

En el título del post he incluido, como se ve, la palabra *anime* (el audiovisual comiquero japonés), motivado por la siguiente información extraída nuevamente de Sistrix:



En esta captura de pantalla constatamos que el volumen de búsquedas de *tiendas anime barcelona* es más alto que el de *tiendas de manga Barcelona*, pero también se dispara la competencia (y otros índices como el coste por clic), algo perceptible por otro lado en la lista de resultados cuando se busca en Google. Éste es el motivo que me ha hecho descartarla como palabra clave principal (tampoco optamos por una del estilo *tiendas manga anime Barcelona* porque tienen un volumen de búsqueda menor: 10 en este caso en Sistrix). Como el escenario imaginado es el de un blog modesto, sin grandes recursos detrás, opté como ya se ha explicado por una palabra clave principal con menos competencia. Eso sí, la aprovecharemos como una de las palabras clave secundarias que enumeraremos posteriormente (como otras extraídas de este mismo resumen para intentar pescar más tráfico sin hacer trampas).

Sea como sea, queda claro que recursos como Sistrix aportan información muy valiosa a la hora de crear (y afinar) contenidos que interesen a nuestra audiencia y que nos aporten visitas. Por ejemplo, se nos informa que respecto a nuestra palabra clave principal, según vemos en la opción *SERP Features*, predomina la búsqueda local (seguido a distancia del tráfico orgánico), como es perceptible en la lista de resultados de Google (de ahí la importancia de incluir al menos como mencionábamos la dirección de las tiendas en nuestro post):



En nuestro caso, además, las URLs del apartado SERPs nos permitirán ajustar nuestra elección de tiendas a partir de las más buscadas por el usuario, utilizando palabras clave relacionadas con ellas cuando el análisis de los términos así lo aconseje. Como se ve en la captura de pantalla de

Google, aunque las localizaciones ocupan los primeros puestos, tampoco copan un espacio excesivo y enseguida aparecen contenidos similares al nuestro.

Aclarado lo anterior, sigue la lista de las 10 palabras clave descartadas y la explicación pertinente:

- *tiendas de manga en barcelona* | El volumen de búsquedas por mes, según Sistrix, es 0, y por tanto no nos interesa (aunque en otros recursos aparezca como sugerencia).
- *tiendas de merchandising manga en barcelona* | Pasa lo mismo que en el caso anterior.
- *manga anime barcelona* | Aunque reúna buena parte de los términos del título de nuestro blog también tiene un 0 en volumen de búsquedas.
- *tiendas manga* | El volumen de búsquedas (50) es menor que la elegida. Aunque se pueda considerar un genérico aprovechable como palabra clave secundaria, tampoco se corresponde exactamente con el contenido de post, centrado en Barcelona (aunque se han descartado también opciones muy similares a la seleccionada como palabra clave principal, como ocurre con *tiendas manga Barcelona*, con un volumen de 20 visitas, un tráfico menor al de *tiendas de manga de Barcelona*).
- Por la misma razón que en el punto anterior, como es lógico, se han descartado etiquetas de tiendas de otras localidades, como *tiendas de manga en madrid* (volumen de visitas al mes: 60), o del tipo *tiendas de manga España* (con 0% competencia, pero con un volumen de visitas igual a 10 e inadecuada al contenido).
- *manga* | El volumen de búsqueda es altísimo (15.000), pero la competencia se dispara al 60%. En nuestro caso, es mejor optar por palabras clave más concretas donde podamos tener algún margen competitivo.
- *anime* | Pasa lo mismo que en el caso anterior, cifras muy altas que hacen difícil competir: 47.600 búsquedas, 41.100 clics, pero con una competencia del 57% (el coste por clic aquí es de 1,20).
- *otakus* | Otro genérico relacionado temáticamente que presenta los mismos problemas que los casos anteriores (el alto nivel de competencia).
- *tiendas de cómic japonés barcelona* | Tiene un volumen de visitas igual a 0 en Sistrix. La pongo aquí porque descarto todas las etiquetas que incluyan cómic japonés como sinónimo de manga, que es el término consolidado (como *anime*, y no audiovisual japonés) que atrae las visitas.
- *manga online* | La incluyo como ejemplo de lo que podría ser una mala práctica. A pesar de la competencia (53%), nos podría tentar erróneamente el volumen de búsquedas (19.100 al mes). A parte de que no se adecua a nuestro contenido, no podemos caer en estrategias de *clickbait* que van en contra de nuestro propósito de ofrecer un contenido de calidad.

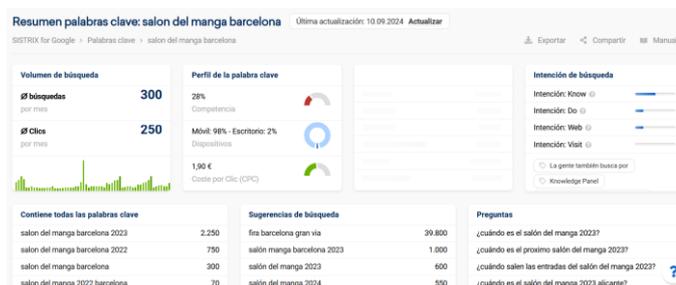
Las anteriores son solo algunas de las múltiples palabras clave descartadas. Básicamente, lo hemos hecho porque no son adecuadas al contenido, por el bajo (o inexistente) volumen de búsquedas, por estrategias de competencia (algunas nos harían prácticamente invisibles en la lista de resultados) o por suponer malas prácticas que nos podrían penalizar.

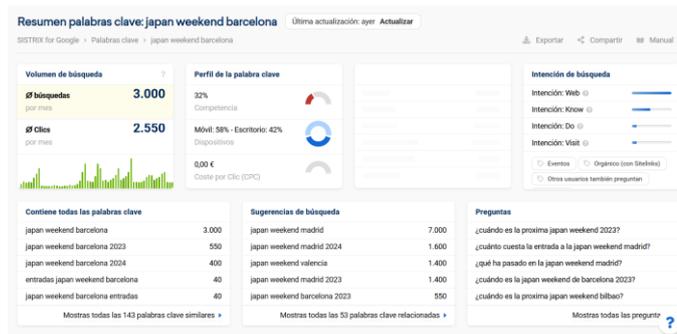
Una vez enumerada la palabra clave principal y las descartadas, paso a detallar y justificar la lista de palabras clave secundarias, con términos estrechamente relacionados con el contenido del post y con un volumen de búsquedas que pongan las necesidades informativas del usuario en el centro:

- *tiendas manga barcelona* | Incluida por tratarse del plural de la palabra clave principal. Tiene además unos valores muy similares a aquélla:



- *tienda de manga cerca de mi* | Como hemos visto, una intencionalidad destacada de los que buscan tiendas de manga es la de *Visit*, en términos del Sistrix, que define básicamente como los que buscan un negocio local y que reciben como respuesta Google Maps. Esta palabra clave tiene un volumen de búsquedas de 30 y un 0% de competencia. También incluiría el plural: *tiendas manga cerca de mi*.
- *tiendas anime barcelona* | La considero interesante como secundaria por el volumen de búsquedas (500) y por la relación directa. Ya explicamos con anterioridad porque no la utilizábamos como palabra clave principal al apostar por otra con menos competencia para intentar abrirnos un sitio. En cualquier caso, lo planteado aquí es una propuesta, que se podría revisar antes de emprender cualquier acción.
- *tiendas de anime cerca de mi* | Sigo el mismo criterio que el de *tienda de manga cerca de mi*.
- *salon del manga barcelona* y *japan weekend barcelona* | Estas palabras clave se refieren a dos eventos relacionados con la cultura *otaku* que son muy populares y con un alto volumen de visitas, como vemos en los siguientes resúmenes de Sistrix (ya dijimos que el lanzamiento ideal del post sería durante su celebración para aprovechar las posibles búsquedas con la ayuda de las redes sociales):





Como se ve en las dos capturas de pantalla anteriores, la intencionalidad de búsqueda difiere de la de nuestra palabra clave principal.

- *tiendas figuras anime barcelona* | Las figuras son uno de los principales reclamos de las tiendas de manga. La incluimos como palabra clave a partir de las sugerencias del recurso.
- *triangulo friki barcelona* | Se refiere a una denominación popular de la ubicación de la mayoría de las tiendas de cómics de Barcelona. Además, como se ve en el siguiente informe de Sistrix, tiene unos valores de búsqueda muy interesantes en nuestro contexto:



- *tiendas otaku Barcelona* | De nuevo aprovechamos un término relacionado, otaku (aficionado al manga y al anime), para atraer visitantes incluyéndola en una etiqueta adecuada y no como genérico, como ya se explicó anteriormente.
- Por último, a falta de concretar la lista definitiva, incluiría palabras clave sobre dos de las tiendas que figurarían sin lugar a duda en el post (y que tienen un alto tráfico de visitas): *chunichi comics* (2.700) y *norma comics Barcelona* (1.800).

En todos los casos expuestos se han probado las palabras clave en el buscador de Google para ver posibles sugerencias de búsquedas con posibles variantes y su funcionamiento. Aunque hablábamos de proximidad, no se han incluido las variantes en catalán porque según Sistrix no tienen impacto. Para la realización de esta práctica se han utilizado otros recursos. Google trends, por ejemplo, un buen punto de partida para conocer los temas que interesan a la gente.

Por otro lado, Sistrix ya ofrece un buen número de sugerencias y palabras clave relacionadas (o pistas en apartados como las preguntas habituales), pero he completado esa información con una búsqueda en Keyword Sheter, que ofrece un gran número de alternativas:



También se pueden extraer ideas similares en recursos como The Reddit Keyword Research Tool, pero en mi caso me ha sido más útil el anterior o KeywordTool.io, cuya parte gratuita también ha sido explorada. Me ha pasado lo mismo con Questiondb, de donde no he extraído información especialmente relevante respecto a los otros recursos utilizados, aunque su planteamiento sea también útil:

Question

---

como trabajan las tiendas de comics y manga

---

experiencias trabajando en comiquerías or tiendas de manga

---

tiendas de comics manga juegos de mesa en zona norte

---

tiendas de anime or manga

---

donde puedo encontrar tiendas de mangas en bogotá

---

donde hay tiendas de manga en panama

---

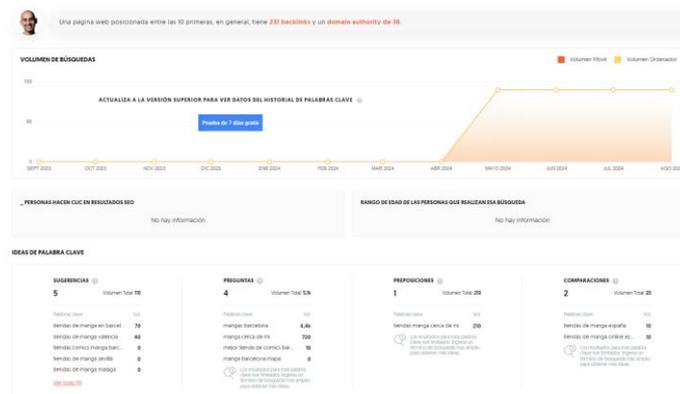
tiendas de comics or manga en montevideo

---

hay tiendas de anime or manga en lima

---

Por último, un recurso que me ha ofrecido una información muy similar a la de Sistrix es Ubersuggest:



Para consultar el volumen de visitas (algo más optimista que en el caso de Sistrix, lo que reafirmó mi opción) he utilizado la extensión de Google Keyword Surfer, donde se aprecia la importancia de recoger variantes como los singulares y plurales:

The screenshot shows the Keyword Surfer interface with a table of keyword ideas. The table has three columns: Keyword, Overlap, and Volume. There are 10 rows of data, each with a checkbox to the left of the keyword. At the bottom, there is a pagination control showing '20 per page' and '1-10 of 10' with navigation arrows.

<input type="checkbox"/> Keyword	Overlap	Volume
<input type="checkbox"/> tienda manga en barcelona >	85%	590
<input type="checkbox"/> tiendas manga barcelona >	85%	590
<input type="checkbox"/> tienda manga barcelona >	80%	590
<input type="checkbox"/> manga barcelona tienda >	70%	590
<input type="checkbox"/> tiendas comics barcelona >	60%	590
<input type="checkbox"/> tienda comics barcelona >	55%	590
<input type="checkbox"/> tiendas de comics barcelona >	65%	390
<input type="checkbox"/> tiendas de comics en barcelona >	65%	390
<input type="checkbox"/> tiendas de manga barcelona >	85%	90
<input type="checkbox"/> tienda de mangas barcelona >	65%	90

20 per page 1-10 of 10 < >

En definitiva, más allá de lo que se pueda aprovechar en cada caso, son todas herramientas que se han de tener presentes desde el inicio de la creación del post, porque permiten desde localizar nichos temáticos a completar las palabras clave necesarias para intentar posicionarlo.