

# TALLER DE SEO CON IA

GUIA DE HERRAMIENTAS



*Aprende a hacer que  
una marca o negocio  
aparezca en las  
búsquedas de  
**ChatGPT y Google***

aprendoseo.com



**Arianna Lupi**  
**Consultora SEO e Instructora SEO**  
7+ años posicionando negocios en Google





# OPTIMIZA PARA **BÚSQUEDAS** CONVERSACIONALES Y **PROMPTS** ESPECÍFICOS

## A. HAZ UNA INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE CONVERSACIONALES:



**CHATGPT**



**GEMINI**



**UBERSUGGEST**



**AHREFS FREE SEO TOOLS**



**SEMRUSH**

## **TALLER GRATIS DE INVESTIGACION DE PALABRAS CLAVE POR ARIANNA LUPI**



## PROMPT #1:

**“ACTÚA COMO UN ESTRATEGA SEO AVANZADO Y ANALIZA EL TEMA '[TEMA/INDUSTRIA]' PARA IDENTIFICAR PALABRAS CLAVE DE BAJA COMPETENCIA Y ALTA INTENCIÓN. PROPORCIONA UNA LISTA DETALLADA DE:**

- **PALABRA CLAVE PRINCIPAL** (CON VOLUMEN DE BÚSQUEDA Y PUNTUACIÓN DE DIFICULTAD)
- **PALABRAS CLAVE SECUNDARIAS** (CON VOLUMEN DE BÚSQUEDA Y PUNTUACIÓN DE DIFICULTAD)
- **PALABRAS CLAVE LSI** (LATENT SEMANTIC INDEXING) RELACIONADAS CON EL TEMA
- **PALABRAS CLAVE CONVERSACIONALES**
- **PALABRAS CLAVE** DE COLA LARGA CON INTENCIÓN DE COMPRA

**PREGUNTAS Y FRASES DE 'PEOPLE ALSO ASK' (PAA):**

**EXPLICA CÓMO INTEGRAR NATURALMENTE ESTAS PALABRAS CLAVE EN EL CONTENIDO, ASEGURÁNDOSE DE QUE LA PALABRA CLAVE PRINCIPAL APAREZCA EN EL TÍTULO, URL Y LOS PRIMEROS 100 CARACTERES. LUEGO, DAME EL VOLUMEN DE ESAS BÚSQUEDAS Y LA INTENCIÓN DEL USUARIO DETRÁS DE ELLAS. DAMELO TODO EN UNA TABLA”.**



## B. CREA CONTENIDO BASADO EN PREGUNTAS Y RESPUESTAS:



**ALSOASKED:**

PARA ENCONTRAR LAS PREGUNTAS QUE HACEN LAS PERSONAS EN **GOOGLE** AUTOCOMPLETE O PEOPLE ALSO ASK (PAA) Y DEMÁS.

## C. ESTRUCTURA LOS ENCABEZADOS DE TU WEB:

### PROMPT #2:

"CREA UNA ESTRUCTURA DETALLADA DE ENCABEZADOS PARA UN ARTÍCULO DIRIGIDO A LA PALABRA CLAVE '[PALABRA CLAVE PRINCIPAL]'. INCLUYE:

- **UN H1** PARA EL TÍTULO PRINCIPAL
- **AL MENOS 5 H2** PARA LOS SUBENCABEZADOS PRINCIPALES
- **ETIQUETAS H3** ANIDADAS BAJO CADA H2 PARA UNA ORGANIZACIÓN MÁS PROFUNDA
- **INTEGRACIÓN NATURAL DE LAS PALABRAS CLAVE** PRINCIPALES Y PALABRAS CLAVES SEMÁNTICAS EN LOS ENCABEZADOS

**ASEGÚRATE DE QUE LA ESTRUCTURA SEA LÓGICA, FÁCIL DE SEGUIR Y OPTIMIZADA TANTO PARA LOS LECTORES COMO PARA LOS MOTORES DE BÚSQUEDA. PROPORCIONA UNA BREVE EXPLICACIÓN DE CÓMO ESTA ESTRUCTURA MEJORA EL SEO Y LA EXPERIENCIA DEL USUARIO."**



# CREA PÁGINAS DE PALABRAS CLAVE DE COLA LARGA PARA Y ENCUENTRA TUS “MANGO BAJITOS”

## B. CREA CONTENIDO BASADO EN PREGUNTAS Y RESPUESTAS:



**ANSWER THE PUBLIC:** PARA GENERAR IDEAS DE CONTENIDO BASADAS EN PREGUNTAS QUE LA GENTE ESTÁ HACIENDO EN LÍNEA.



**UBERSUGGEST:** TE AYUDARÁ A ENCONTRAR IDEAS DE PALABRAS CLAVE Y EL VOLUMEN DE BÚSQUEDA DE COLA LARGA.

## PROMPT :

“GENERA UNA LISTA DE **10 PALABRAS CLAVE** DE COLA LARGA RELACIONADAS CON [PALABRA CLAVE 1] QUE SEAN ESPECÍFICAS, DETALLADAS Y TENGAN MENOR COMPETENCIA, ENFOCÁNDOSE EN LA INTENCIÓN DEL USUARIO”.



# AUMENTAR LAS MENCIONES DE TU MARCA EN PLATAFORMAS RELEVANTES

## HERRAMIENTAS:



**GOOGLE ALERTS:** PARA MONITOREAR MENCIONES DE TU MARCA EN LA WEB Y ESTAR AL TANTO DE LAS OPORTUNIDADES DE **GENERAR PRESENCIA.**



**GOOGLE MY BUSINESS:** MANTÉN Y OPTIMIZA TU PERFIL EN GOOGLE MY BUSINESS PARA **AUMENTAR LAS MENCIONES** DE TU NEGOCIO EN BÚSQUEDAS LOCALES.



**X, REDDIT Y QUORA:** ESTAS PLATAFORMAS PERMITEN QUE BUSQUES Y PARTICIPES EN CONVERSACIONES DONDE SE PUEDEN **MENCIONAR TEMAS RELACIONADOS CON TU MARCA.**



**HUBSPOT AI SEARCH GRADER**



# AUMENTAR LAS MENCIONES DE TU MARCA EN PLATAFORMAS RELEVANTES

## TABLA DE PLATAFORMAS



Tipo de Negocio	Plataformas Clave para Gemini (Google)	Plataformas Clave para ChatGPT (OpenAI)
Negocios Locales	Google Business Profile, Google Maps	Yelp, Foursquare
E-commerce	Google Shopping, Sitio Web Propio	Amazon, Instagram
Servicios Profesionales	Google Business Profile, Sitio Web Propio	LinkedIn, Directorios Profesionales
Software como Servicio (SaaS)	Sitio Web Propio, LinkedIn	G2, Capterra
Creadores de Contenido	YouTube, Sitio Web Propio	Instagram, Plataformas de Nicho Especificas
Hostelería y Turismo	Google Business Profile, Google Travel	TripAdvisor, Booking.com
Salud y Bienestar	Google Business Profile, Sitio Web Propio	Doctoralia, Sitios de Reseñas de Salud
Educación	Google Business Profile, YouTube	Coursera/Udemy, Sitios Educativos
Organizaciones Sin Fines de Lucro	Google Business Profile, Sitio Web Propio	Guidestar, LinkedIn
Empresas B2B Industriales / Manufactureras	Sitio Web Propio, LinkedIn	Thomasnet, Directorios Industriales



# HAZ QUE TU WEB SEA AI FRIENDLY

## ✓ ARCHIVO LLM.TXT

ES UN DOCUMENTO ESTRUCTURADO EN MARKDOWN QUE PROPORCIONA INFORMACIÓN CONCISA, ORGANIZADA Y CLARA PARA MODELOS DE IA



**CREA UN ARCHIVO LLM.TXT CON :**

[HTTPS://LLMSTXT.FIRECRAWL.DEV/](https://llmstxt.firecrawl.dev/)

**COLOCA EL ARCHIVO LLMS.TXT EN EL DIRECTORIO RAÍZ DE TU SITIO WEB**

([POR EJEMPLO, SUSITIOWEB.COM/LLMS.TXT](https://susitioweb.com/llms.txt)).

## ✓ DATOS ESTRUCTURADOS (SCHEMA MARKUP)

SON UN VOCABULARIO ESTANDARIZADO QUE AGREGAS AL CÓDIGO HTML DE TU SITIO WEB. LE DAN A LOS MOTORES DE BÚSQUEDA Y A LAS IAS CONTEXTO EXPLÍCITO SOBRE EL SIGNIFICADO Y FORMATO DE TU CONTENIDO

**REVISAS TUS DATOS ESTRUCTURADOS POR CADA PÁGINA EN [HTTPS://SEARCH.GOOGLE.COM/TEST/RICH-RESULTS](https://search.google.com/test/rich-results)**

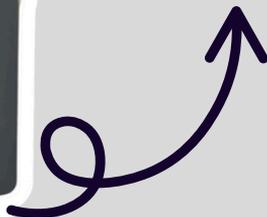
**GENERA TUS DATOS ESTRUCTURADOS EN TECHNICALSEO.COM O UTILIZA UN PLUGIN COMO YOAST SEO PARA GENERARLOS**



¿TE INTERESA CONOCER MÁS SOBRE  
**LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL,  
GOOGLE Y APRENDER A  
POSICIONAR TU MARCA CON  
PROGRAMAS Y CURSOS?**



**¡HABLEMOS!** 



aprendo seo