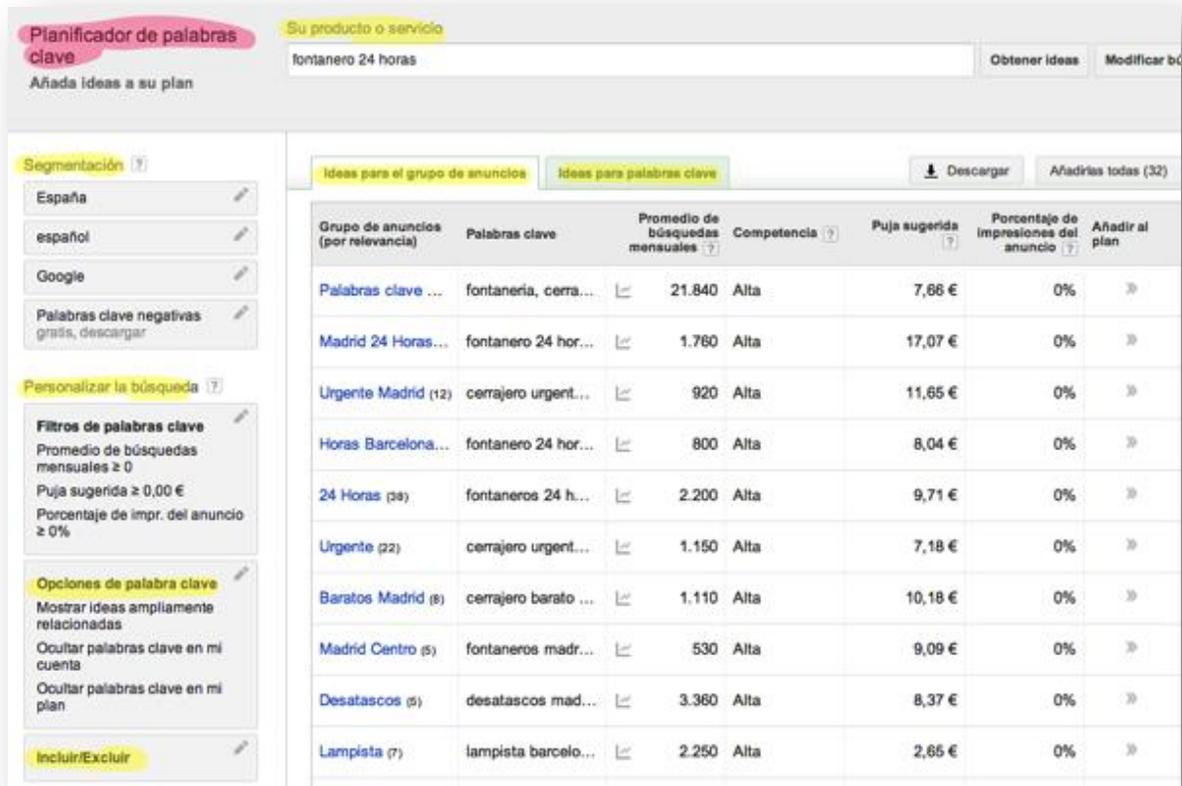


CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



¿Cuales son las novedades de Keyword Planner?¹



Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones del anuncio	Añadir al plan
Palabras clave ...	fontanería, cerra...	21.840	Alta	7,86 €	0%	»
Madrid 24 Horas...	fontanero 24 hor...	1.760	Alta	17,07 €	0%	»
Urgente Madrid (12)	cerrajero urgent...	920	Alta	11,65 €	0%	»
Horas Barcelona...	fontanero 24 hor...	800	Alta	8,04 €	0%	»
24 Horas (34)	fontaneros 24 h...	2.200	Alta	9,71 €	0%	»
Urgente (22)	cerrajero urgent...	1.150	Alta	7,18 €	0%	»
Baratos Madrid (8)	cerrajero barato ...	1.110	Alta	10,18 €	0%	»
Madrid Centro (5)	fontaneros madr...	530	Alta	9,09 €	0%	»
Desatascos (5)	desatascos mad...	3.360	Alta	8,37 €	0%	»
Lampista (7)	lampista barcelo...	2.250	Alta	2,65 €	0%	»

Esta herramienta, que combina la funcionalidad de la antigua Herramienta de palabras Clave y el Estimador de Tráfico, está especialmente diseñada para simplificar la creación de campañas de Google Adwords.

Aunque tú no la vas a utilizar para comprar anuncios, sino para buscar Palabras Clave ;-)

ADVERTENCIA: Google te obliga a que tengas una cuenta de Google Adwords, con tus datos completos, incluyendo un medio de pago (tu tarjeta de crédito) para poder acceder al Planificador de Palabras Clave, aunque no es obligatorio que tengas una campaña activa. Lee el final del artículo si tienes

¹ Fuente: <http://ninjaseo.es/planificador-de-palabras-clave/>

dudas sobre esto.

Diferencias entre Keyword Planner y la antigua Keyword Tool



Si ya eras usuario de Google Keyword Tool te resumo a continuación las principales diferencias con la nueva herramienta.

- + **El volumen de tráfico se muestra ahora siempre en Concordancia Exacta.** Si no sabes que es esto, no te preocupes, es así como debería ser.
- + **Puedes restringir el área de búsqueda con más precisión.** Por ejemplo en España puedes ver datos a nivel de comunidades, regiones o ciudades. En algunos países la segmentación puedes ser todavía más precisa.
- + **Puedes filtrar el listado de palabras clave** para no mostrar las que estén por encima o debajo de un cierto volumen de búsqueda, o de una "puja sugerida" (lo que viene siendo el CPC)

- + Aunque no todo son buenas noticias, ahora **no puedes filtrar los resultados por tipo de dispositivo**. Ya no puedes saber cuantas búsquedas se hacen desde un dispositivo móvil o de escritorio...
- + Y además **no puedes ver al mismo tiempo el volumen de búsquedas locales y globales** para cada palabra clave. Tienes que elegir entre ver el volumen global (todos los países e idiomas) o segmentar por países/idiomas. Está claro que siempre puedes hacer varias consultas para ver estos datos, pero a veces era útil ver las búsquedas globales y locales al mismo tiempo.



Encuentra keywords gracias al Planificador de Palabras Clave

1

1

Entra en Adwords o registra una cuenta

1. Abre tu navegador y visita <https://adwords.google.es>
2. Si tienes una cuenta, introduce tus datos, de lo contrario pincha en "Regístrate ahora"

2

Ve a "Herramientas y Análisis"



1. Pincha en "Herramientas y análisis" en el menú superior

2. Y luego en "Planificador de palabras clave" en el submenú que se desplegará.

3

Elige el tipo de búsqueda que más te convenga

¿Qué desea hacer?

- ▶ Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios
- ▶ Obtener el volumen de búsquedas de una lista de palabras clave o incluirlas en grupos de anuncios
- ▶ Obtener estimaciones de tráfico para una lista de palabras clave
- ▶ Multiplicar las listas de palabras clave para obtener nuevas ideas para palabras clave

En realidad la mayor parte del tiempo utilizarás la primera o la segunda opción:

- Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios
- Obtener el volumen de búsquedas de una lista de palabras clave o incluirlas en grupos de anuncios

4

Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios: filtros, segmentación y personalización

▼ **Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios**

Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

Su página de destino

Categoría del producto

Segmentación ?

- Todas las ubicaciones
- español
- Google
- Palabras clave negativas gratis, descargar

Personalizar la búsqueda ?

Filtros de palabras clave

- Promedio de búsquedas mensuales ≥ 0
- Puja sugerida $\geq 0,00$ €
- Porcentaje de impr. del anuncio $\geq 0\%$

Opciones de palabra clave

- Mostrar ideas ampliamente relacionadas
- Ocultar palabras clave en mi cuenta
- Ocultar palabras clave en mi plan

Incluir/Excluir

Obtener ideas

Esta es la selección que utilizarás más a menudo, para evaluar ideas de palabras clave y comenzar a investigar otras.

Al elegir esta opción se desplegará un formulario que debes rellenar según tus necesidades.

A continuación te detallo qué significa cada campo.



5

Su producto o servicio

Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

fontanero 24 horas
fontanero de urgencia

Aquí debes introducir una o varias palabra/frases para las que deseas averiguar su volumen de búsquedas... o explorar posibles variantes.

Por ejemplo: "coches de segunda mano", "fontanero 24 horas", etc.

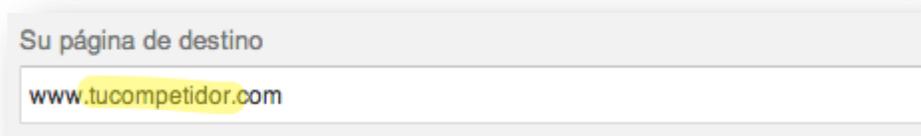
Cuando hayas utilizado mucho esta herramienta, o si ya tenías bastante experiencia con Keyword Tool, te darás cuenta de que en realidad hay muchas palabras clave que nunca salen en las sugerencias.

Afortunadamente, con un poco de práctica y algún que otro truco, puedes conseguir que esta herramienta te muestre "mejores" palabras clave.

6

Página de destino

¡Esta opción te será muy útil para analizar las páginas de tus competidores!



Al introducir la dirección de un competidor verás las palabras clave por las que intenta posicionarse.

¿A que es interesante?

Algunas cosas que debes saber sobre esta opción:

- No siempre te interesará analizar el dominio principal de un competidor.
- En ocasiones conseguirás palabra clave más elaboradas y fáciles de posicionar en páginas interiores.
- Busca y analiza la página que compita más directamente con tus keywords.

TRUCO NINJA: puedes utilizar esta opción para saber qué keywords piensa Google que son relevantes para tu página ;-)

Un ejemplo: Si Google piensa que tu sitio es relevante para cierta palabra clave que te interesa, pero que no estás optimizando, puedes crear artículos o páginas que la promocionen. Lo tendrás más fácil, porque Google ya piensa que eres adecuado para posicionar por esta keyword.

EJEMPLO

EJEMPLO

¿Sigues sin tener claro cómo utilizar la "Página de destino"?

Como he comentado hace un momento, Keyword Planner te permite comprobar fácilmente cuales son las palabras clave para las cuales Google piensa que tu página es relevante.

En ese caso repito: las palabras clave para las cuales Google piensa que tu página es relevante.

NO aquellas que estás intentando convencerle de que eres relevante, sino las que YA está convencido de que lo eres.

Te voy a mostrar un ejemplo real, tomado de una de las páginas de esta web, y espero darte así una pista que te ayude a pensar en otras formas de aprovecharte de esta herramienta.

Inicia una nueva consulta en el Planificador de Palabras Clave y elige la primera opción: "Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios."

Introduce la página de tu web que deseas analizar. Puede ser el dominio principal o una página interior.

En este ejemplo elijo una de mis páginas interiores: [Herramientas SEO](#)

En el cuadro de Segmentación digo que quiero limitar las búsquedas a España, y que sean sólo en español.

▼ **Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios**

Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

Su página de destino

 ←

Categoría del producto

Segmentación ?

España	←	✎
español	←	✎
Google		✎
Palabras clave negativas		✎

Personalizar la búsqueda ?

Filtros de palabras clave ✎

- Promedio de búsquedas mensuales ≥ 0
- Puja sugerida $\geq 0,00$ €
- Porcentaje de impr. del anuncio $\geq 0\%$

Realizo la consulta y me voy a la pestaña "Ideas para palabras clave".
Ordeno por el Promedio de búsquedas mensuales, y obtengo una lista de las palabras clave para las cuales Google piensa que esta página de mi web es relevante.

Su página de destino

http://ninjaseo.es/herramientas-seo-para-posicionar-en-google/

Ideas para el grupo de anuncios Ideas para palabras clave Desc

ordenar por búsquedas →

Palabra clave (por relevancia)		Promedio de búsquedas mensuales	Competencia ?	Puja sugerida ?
posicionamiento web	↗	8.100	Alta	2,93 €
crear pagina web gratis	↗	8.100	Alta	2,45 €
posicionamiento seo	↗	4.400	Alta	2,75 €
<u>marketing online</u>	↗	<u>4.400</u>	Alta	<u>3,65 €</u>
desarrollo web	↗	3.600	Alta	1,97 €
<u>crear una pagina web</u>	↗	<u>2.900</u>	Alta	<u>3,75 €</u>
web gratis	↗	2.900	Alta	3,72 €
plantillas web	↗	2.900	Alta	1,27 €
posicionamiento	↗	2.400	Media	2,09 €
crear web gratis	↗	2.400	Alta	3,53 €

Como verás en la captura de pantalla he subrayado dos keywords que tienen un número de búsquedas mensuales atractivo y alto CPC.

Pero si analizas la página de destino que acabamos de examinar verás que no está optimizada para ninguna de esas dos frases clave, ni están presentes en el texto, ni en el código, nada de nada.

Así que, si quisiera, tan sólo tendría que optimizar mi página de destino para una de estas frases clave (o las dos) y teóricamente las podría posicionar fácilmente porque Google ya las asocia de alguna forma a esta página.

¿Te ha parecido interesante este truco? Puedes encontrar más contenidos ocultos en el blogs, sigue buscando ;-)

7

Categoría del producto



Categoría del producto

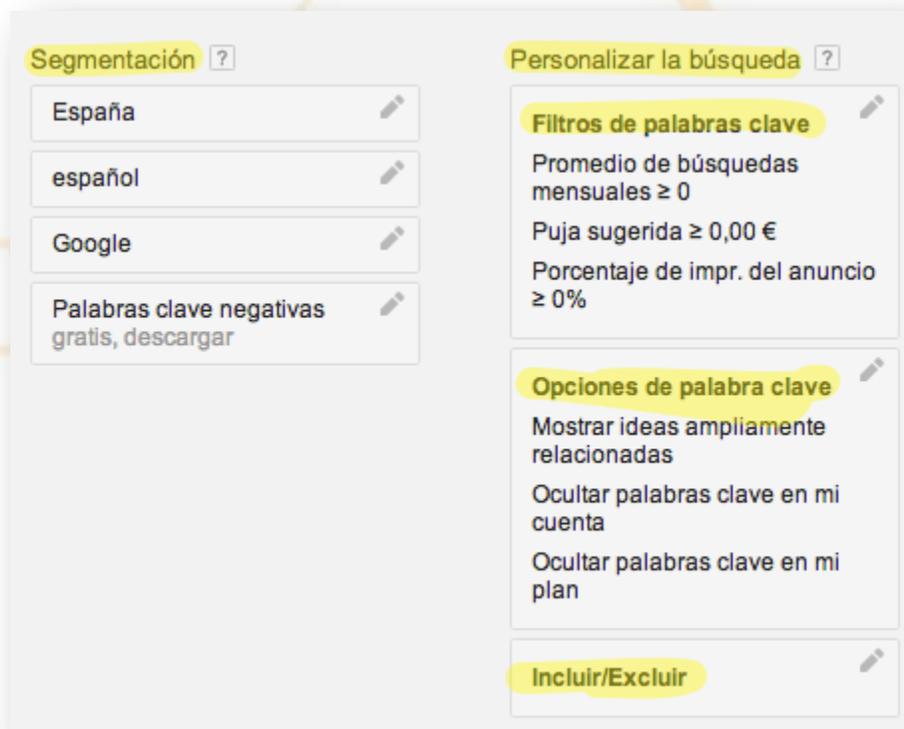
Deporte y fitness
Todas las categorías
Deporte y fitness
Todo
Barcos y actividades acuáticas recreativas
Campamentos y programas deportivos
Deportes
Entrenamiento deportivo
Equipamiento deportivo y de fitness

No suelo utilizar este tipo de búsqueda, ya que es demasiado amplia. Pero precisamente por eso, por ser tan generalizada, puede serte útil cuando estés buscando un nicho y haciendo brainstorming.

Por ejemplo: imagina que le das vueltas a la idea de comenzar un blog sobre deportes, y quieres ver qué es lo que le interesa a la gente. Puedes probar con la categoría "Deporte y fitness" y verás los nichos más comunes (Cricket, Fútbol...) a partir de los cuales puedes seguir profundizando.

8

Filtros Segmentación, Personalizar, Opciones e Incluir/Excluir



The screenshot shows a search filter interface with two main sections:

- Segmentación** (with a help icon):
 - España
 - español
 - Google
 - Palabras clave negativas gratis, descargar
- Personalizar la búsqueda** (with a help icon):
 - Filtros de palabras clave** (with an edit icon):
 - Promedio de búsquedas mensuales ≥ 0
 - Puja sugerida $\geq 0,00$ €
 - Porcentaje de impr. del anuncio $\geq 0\%$
 - Opciones de palabra clave** (with an edit icon):
 - Mostrar ideas ampliamente relacionadas
 - Ocultar palabras clave en mi cuenta
 - Ocultar palabras clave en mi plan
 - Incluir/Excluir** (with an edit icon)

Puedes dejar todo estos filtros como están y ajustarlos para más adelante, o hacerlo antes de realizar la consulta.

En principio lo más útil es segmentar la búsqueda por el idioma que desees y, dependiendo de tu público objetivo, también por ubicación.

9

Obtener estimaciones de tráfico para una lista de palabras clave

Sólo utilizarás esto si te anuncias en AdWords, y como NinjaSEO suelo tratar únicamente de posicionamiento orgánico, no utilizo esta opción.

10

Multiplicar las listas de palabras clave para obtener nuevas ideas para palabras clave

▼ Multiplicar las listas de palabras clave para obtener nuevas ideas para palabras clave

Lista 1		Lista 2
Introduzca palabras clave, una por línea o separadas por comas, para combinarlas con las otras listas.	×	Introduzca palabras clave, una por línea o separadas por comas, para combinarlas con las otras listas.

Aunque podía ser más completa, esta opción supone un paso adelante en la introducción de utilidades que faciliten la vida al sufrido anunciante (o blogger)

Unas ideas para ayudarte a comenzar: prueba a introducir en la primera columna tus frases clave, y en la segunda colores, tamaños, calificativos, localizaciones...

Por ejemplo:

- Introduce en la segunda columna las ciudades o pueblos en los que quieras verificar el volumen de búsquedas.
- Prueba con cualidades: caro, barato, gratis...

TRUCO NINJA: Si ya dominas esta opción y se te queda corta, es hora de probar [MergeWords](#)

Resultados de búsquedas con el Planificador de Palabras Clave

Ya sea que elijas la primera o segunda opción de búsqueda te encontrarás con una tabla de resultados y dos pestañas.

Pestaña 1: Ideas para el grupo de anuncios.

En esta pestaña verás agrupadas todas las Palabras Clave **en categorías semánticas**, teóricamente para utilizarlas en grupos de anuncios en Adwords.

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave		
Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave		Promedio de búsquedas mensuales ?	Competencia ?
Fontaneros (55)	fontanero, fontan...	↙	15.310	Media
Cerrajeros (47)	cerrajero 24 horas...	↙	16.900	Alta
Fontanería (20)	fontanería, herra...	↙	6.550	Media
Madrid 24 Horas (8)	fontanero 24 hora...	↙	1.650	Alta
Cerrajería (15)	cerrajería 24 hora...	↙	3.230	Alta
Horas Barcelona (8)	fontanero 24 hora...	↙	750	Alta
Electricista (5)	electricistas 24 h...	↙	360	Alta
Palabras clave co...	fontanero 24 hora...	↙	150	Alta

Si eres seguidor de NinjaSEO ya sabrás que yo no soy de los que contratan anuncios, pero también puedes utilizar esta información para el posicionamiento orgánico.

TRUCO NINJA: Puedes basarte en las Ideas que salen en el "grupo de anuncios" para crear las categorías o secciones de tu web, ya que son agrupaciones lógicas recomendadas por Google.

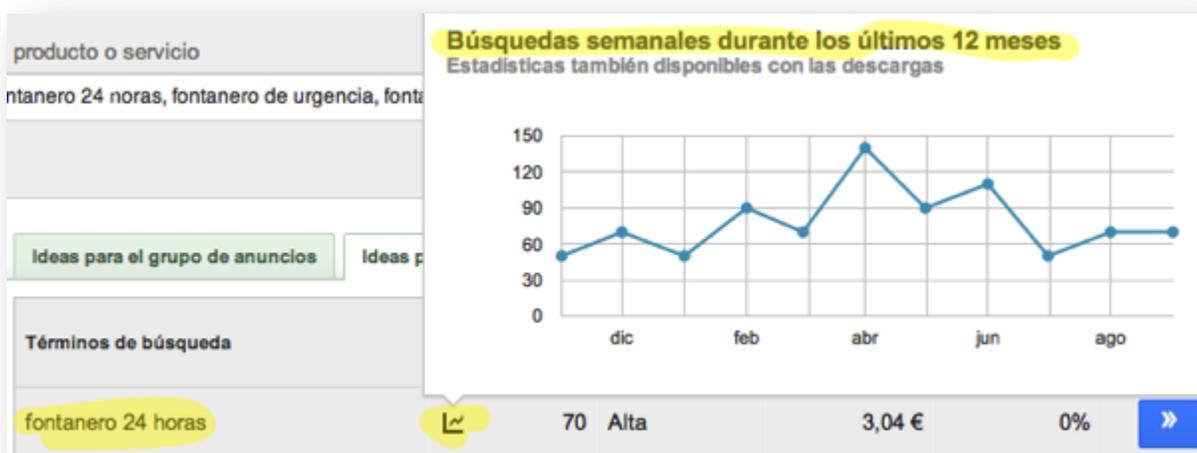
Pestaña 2: Ideas para palabras clave.

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave	
Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	
fontanero 24 horas	70	Alta	
fontanero de urgencia	-	-	
fontanero de guardia	-	-	

Esta es la pestaña que más vas a utilizar y en la que puedes ver, de izquierda a derecha:

La palabra o frase clave y al lado un icono en forma de gráfico

Pasa el puntero de tu ratón por encima y verás la evolución de la popularidad de búsquedas en los últimos 12 meses.



Esta información siempre es conveniente revisarla, sobre todo si estás trabajando con keywords estacionales (productos para la Navidad, Cruceros de verano, etc.)

Salvo excepciones, o que persigas keywords estacionales, deberías evitar las palabras clave cuya popularidad haya ido decreciendo en los últimos meses.

Promedio de búsquedas mensuales

Este es el promedio (aproximado) de las búsquedas que se han realizado en los últimos 12 meses, para la palabra clave exacta.

Es decir para lo que solemos llamar *concordancia exacta*, equivalente a buscar la frase "tal cual" la hemos introducido.

Si quieres saber más acerca de la concordancia en keywords puedes leer este [excelente artículo de Victoria Muñoz](#).

Competencia

En esta columna verás tres opciones posibles: "Media", "Alta" o "Baja"

Es importante aclarar este concepto, porque algunos principiantes (a mi por lo menos me pasó) suelen pensar que representa la dificultad para posicionar la palabra clave. Y como consecuencia de este malentendido tienden a elegir palabras clave con competencia "Baja"

En realidad estos valores indican, a grandes rasgos, si la palabra clave es muy interesante para los anunciantes y hay muchas pujas para conseguir anunciarse con ella (competencia Alta), no tantas (Media) o muy pocos (Baja)

Por regla general (especialmente si quieres ganar dinero con AdWords) es más fácil monetizar las palabras clave con competencia Media y Alta, pues teóricamente serán más rentables.

EJEMPLO

EJEMPLO

Como sé que esto puede resultar un poco confuso te pongo un ejemplo:

La palabra clave "fontanero" tiene una Competencia "Baja": y es lógico porque la intención de la búsqueda no es clara... ¿qué busca el usuario? ¿la definición de fontanero? ¿información general? ¿un fontanero económico? ¿un directorio?

En cambio "cerrajeros madrid" aparece con Competencia "Alta": y también es lógico que haya más gente interesada en anunciarse por esta búsqueda, puesto que la intención está más clara, "encontrar un cerrajero en Madrid", y todos los que ofrezcan este servicio estarán interesados en captar a este posible cliente.

Puja sugerida

Esta información está destinada al anunciante de AdWords, pero también es muy útil para el posicionamiento orgánico.

Esta cifra es el promedio de lo que *se podría llegar a pagar* por cada usuario que haga clic en un anuncio que contiene esta keyword. Por lo tanto cuanto más alta sea, más fácilmente se podrá monetizar.

Un ejemplo sencillo: El CPC (coste por clic) de "fontanero" se cotiza a 2,98€ y el de "cerrajeros madrid" a 17,4€. Si alguna vez te has dejado las llaves dentro de casa, seguramente ya sabes porqué ;-)

Porcentajes de impresiones y Añadir al plan

En principio estos datos no te interesan si no buscas anunciarte.

Importante: ten en cuenta que todos los datos que ves en Keyword Planner (o cualquier otra herramienta) son siempre aproximaciones y estimaciones. Es decir que puedes utilizarlos como referencia, porque en mi experiencia estos datos varían bastante en la realidad.

Segmentar y filtrar datos en Keyword Planner

Mi proceso habitual es descargar la información y trabajar con ella posteriormente, pero puede que tu prefieras filtrar los datos antes de descargarlos, o que no desees descargarlos en absoluto.

Si quieres trabajar con los resultado directamente en la herramienta, o filtrarlos antes de descargarlos, es la hora de que experimentes con los controles que están a la izquierda del listado.

Recuerda que también puedes utilizar los filtros antes de iniciar la búsqueda.

Cuadro "Segmentación"

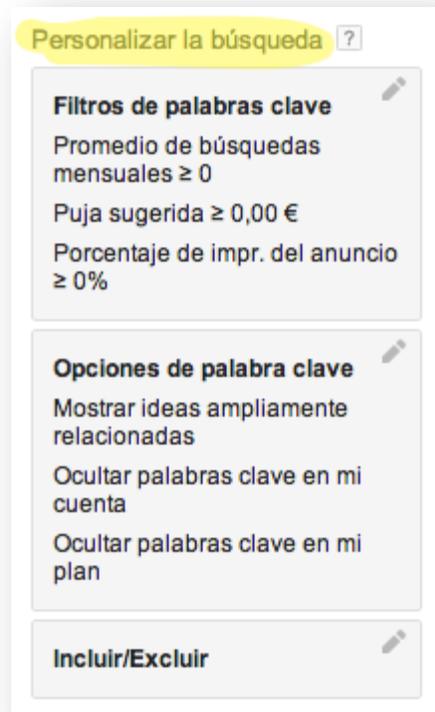
Aquí puedes filtrar el volumen de búsquedas por país, idioma, origen de los datos (normalmente no toco esta opción) y palabras clave que no te sean útiles.



Por ejemplo: puedes elegir mostrar sólo los datos de búsquedas en España, en idioma Español y no mostrar palabras clave que indiquen bajo o nulo interés de compra (gratis, descargar, etc.)

Cuadro "Personalizar la búsqueda"

A excepción del cuadro de segmentación (para elegir idioma o ubicación) normalmente no utilizo más filtros. Prefiero descargar la información para trabajarla después en Excel u otro programa más especializado.



Pero aún así hay las veces que los utilizo, y esto es lo que suelo hacer:

- Indico un **promedio mínimo o máximo de búsquedas mensuales**, con la intención de descartar las palabras clave que (en principio) serían menos interesantes por tener pocas búsquedas, o las que teóricamente serían demasiado complicadas de posicionar por tener demasiadas.
- Si tengo muy claro lo que quiero posicionar dejo marcado el control "**Mostrar solo ideas directamente relacionadas con mis términos de búsqueda**". Si estoy buscando ideas o nichos no lo toco porque ayuda a encontrar keywords menos comunes.
- En ocasiones utilizo el **filtro "Incluir/Excluir"** cuando trabajo con una lista muy larga. Por ejemplo al analizar fontanero 24 horas" podría incluir la

preposición "en" para filtrar únicamente las frases clave que incluyan una ubicación ("fontaneros en madrid")

- Si pretendo monetizar la palabra clave indico una **cifra máxima o mínima para la Puja Sugerida**.

Descarga de datos de Keyword Planner

Una vez tienes los datos que buscabas, puedes optar por utilizarlos directamente en tu artículo, apuntar en algún sitio las frases clave que te interesan, o (lo que yo hago) descargar los datos para poder trabajar con ellos como me parezca oportuno.



Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones por anuncio
palabras clave ...	fontaneria, cerra...	21.840	Alta	7,66 €	

Para descargarlos simplemente haz clic en el botón "Descargar", y podrás elegir entre tres opciones:

- **Segmentar estadísticas por mes:** tendrás los datos en columnas para cada uno de los 12 meses del historial de búsqueda. Es útil para ver tendencias en la popularidad de las búsquedas, pero no lo suelo utilizar.
- **CSV para el Editor de Adwords:** útil si te anuncias con Adwords. No lo utilizo.
- **CSV para Excel:** lo que yo quiero, y lo que seguramente también querrás tú, así que elige esta opción.

Descargar estadísticas del historial

Palabras clave: 639

Segmentación Segmentar estadísticas por mes

Formato del archivo CSV para el Editor de AdWords

Podrá importar este formato a AdWords como una hoja de cálculo. [Más información](#)

CSV para Excel

Verás un mensaje que dice que tu descarga está lista, pero **no le des al botón cerrar**.

La descarga no comenzará hasta que hagas clic en el texto "La descarga ya está disponible. Haga clic aquí para recuperarla."

Cuando el fichero comience a descargarse ya puedes hacer clic en el botón "Cerrar".

Y en un momento tendrás un fichero que puedes abrir en Excel y comenzar a trabajar... pero esto lo hablaremos en otro artículo ;-)

¿Tienes problemas para acceder al Planificador?

Como verás en los comentarios algunos visitantes tienen problemas para utilizar esta herramienta: no ven el menú de acceso ni el Planificador aunque accedan directamente.

Esto es debido a que Adwords exige que introduzcas tus datos de facturación (una tarjeta de crédito válida) y que crees una campaña de anuncios.

Aunque los datos de pago que introduzcas deben ser válidos, no es necesario que crees una campaña verdadera y que la pongas en marcha, con lo que

evitarás pagar por el uso de Adwords. Una vez hecho esto tendrás acceso a la herramienta.

