

Factores SEO

Título: cuánto más a la izquierda/inicio mejor

Debe responder a las preguntas:

- ¿De qué trata?
- ¿Aparece alguien / algo famoso / relevante?
- ¿Se puede etiquetar? (Challenge, reacción...)
- Sembrar la duda!!

Normas de oro:

- 60 caracteres máximo para que no se corte
- a veces el corte es nuestro aliado para crear la duda
- No sobreoptimices la palabra clave (la utilices repetidas veces)
- Lo más importante al principio: poner la keyword a la izquierda no es un mito falso del SEO.
- Utiliza números o corchetes cuando sea posible, aumenta el CTR (número de clicks según impresiones conseguidas)

Antes de escribir el título, analiza cómo lo hace la competencia (si es que existen vídeos para analizar)

Conoce las búsquedas más populares :

- Youtube suggest: escribe la palabra clave en el buscador de youtube y mira qué resultados se despliegan

dinámicas cla|

dinámicas clase

dinamicas clase de ingles

dinamicas clase universitarias

dinamicas clase de musica

clases dinamicas para niños

clases dinamicas para jovenes

clases dinamicas para adolescentes

clases dinamicas para universitarios

clases dinamicas de ingles para niños

clases dinamicas de ingles para secundaria

- TRUCO: para ampliar el listado de búsquedas relacionadas, ve probando con la palabra clave y las letras del abecedario, ya verás como la lista se va ampliando.

dinámicas a|

dinámicas antes de empezar una clase

dinámicas asertividad

dinámicas autoestima

dinámicas asertividad para adultos

dinámicas adolescentes

dinámicas autoconocimiento

dinámicas adultos mayores

dinámicas adventistas

dinámicas al aire libre

dinámicas adventistas para jóvenes

- Keywordtool.io: tiene pestaña para búsqueda de palabras clave en youtube



Google **YouTube** Bing Amazon eBay Play Store Instagram Twitter

dinamicas grupo Spain / Spanish - Español

Filter Results ^

Negative Keywords ^

Keyword Suggestions Questions Prepositions Hashtags

Sort by Keywords - ascending

Search for "dinamicas grupo" found 150 unique keywords

Want More YouTube Views? Use **Keyword Tool Pro** To Find The Most Popular YouTube Keywords!

Keywords	Search Volume	Trend	CPC	Competition
<input type="checkbox"/> dinamicas grupos grandes	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo niños	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupos pequeños	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupos juveniles	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupos pequeños divertidas	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo divertidas	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo adultos	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo para trabajo sobre miedo	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo adolescentes	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo pequeño	15,000	95%	1.00	1.00
<input type="checkbox"/> dinamicas grupo adultos divertidas	15,000	95%	1.00	1.00

Do You Need This Information?
Keyword Tool Pro Provides Search Volume
Data For Spanish Keywords. Try It Now!

Para conocer el volumen de búsqueda tienes que aplicar el mismo método que te he enseñado antes para conocer el volumen de las keywords para google. El Planificador de palabras clave va a ser un gran aliado.

Otros factores para generar los títulos de los vídeos:

- Usa a tu favor elementos como: mayúsculas, emojis, iconos.. Úsalos mientras puedas, que no penalizan, y siempre y cuando encaje con tu público objetivo y el contenido que muestras.
- emojis: si utilizas Google Chrome, añade esta extensión y así tendrás los emojis siempre a mano <https://chrome.google.com/webstore/detail/emoji-keyboard-emojis-for/fbcgkphadgmbalmlklhbdagcicajenei?hl=es>
- ¡Ojo!: a la hora de confeccionar los títulos hay que tener claro quién es el público objetivo, esto es, a quién te diriges con tus vídeos.

Por ejemplo, no tiene sentido poner iconos, exclamaciones, emojis, etc. en un vídeo de una entrevista con un médico

Se pueden crear titulares generando duda. Por ejemplo:

Con esta dinámica de grupo consigues que el 80%.... - no hay que abusar, pero es una estrategia que se puede utilizar.

Descripción

- Palabra clave al inicio.
- Debe ser única. Aunque los enlaces a tus RRSS dentro de la descripción pueden ser iguales, varía el resto del contenido
- La extensión máxima es de 5000 caracteres para la descripción completa. Asegúrate de que el extracto se lee correctamente, incluye la palabra clave y es atractivo para que el usuario quiera seguir leyendo o viendo el vídeo.
- Extensión: una descripción corta puede posicionar, pero siempre que puedas aprovéchala mejor para reforzar las keywords (sin caer en la sobreoptimización. Cuando la leas tiene que ser natural)
- Si el vídeo es muy largo, siempre que puedas divídelo en minutajes:
- ejemplo: vídeo de dinámicas de grupo. En descripción poner:
 - 2'32 introducción a las dinámicas
 - 3'22 crear grupos para las dinámicas
 - 5'15 listado de dinámicas para primaria

Esta práctica mejora la usabilidad con el usuario * ¡hashtags! #Keyword . Convierte la palabra o palabras clave en un hashtag. Prácticamente nadie lo hace y funciona * por ejemplo: Utiliza #dinámicas de #grupo en clases de #secundaria

Palabras a utilizar en la descripción de manera natural: utiliza palabras principales, sinónimos, semánticas relacionadas...

Ejemplo de descripción:

**Rgalgora**

Publicado el 3 jul. 2018

ESTADÍSTICAS

EDITAR VÍDEO

La intención de búsqueda viene a decir que no importa tanto lo que buscamos como lo que queremos encontrar cuando buscamos, o en palabras de Google "Learning meaning behind the words".

Continuar realizando un estudio de palabras clave atendiendo solo a volumen y competencia es un grave error. No se debe dejar fuera ni la intención de búsqueda ni la cantidad de tipologías de resultados de que han surgido a partir del machine learning.

Rankbrain y hummingbird son dos algoritmos clave basados en machine learning que han tenido que aprender a marchas forzadas lo que queremos encontrar cuando realizamos una búsqueda.

¿Sabías que el 15% de las búsquedas que se realizan a diario son completamente nuevas y nunca se habían realizado antes? Wow!!

En este vídeo te hablo de la intención de búsqueda, qué aporta cada tipo a nuestro negocio y cómo podemos optimizar nuestro contenido para satisfacer al usuario, a google y así mejorar en los rankings.

► Post: <http://bit.ly/intencion-busqueda-seo>

Si te ha gustado el vídeo:

- Suscríbete a mi canal
- Activa la campana
- Comenta, me encantará leerte
- ¡y comparte! ya sabes que compartir es vivir :D

Cada martes un nuevo vídeo de Marketing y/o SEO en mi canal ¡únete al poder de la hormiga!

Etiquetas

- **Variedad:** no pasa nada por ser un poco repetitivo, pero tampoco abusos de ellas - utiliza palabras con las que tú explicarías a tu amigo de qué trata el video.
- **Ortografía:** el usuario no ve estas etiquetas, por lo que si detectas que hay búsquedas con errores ortográficos que se repiten, puedes escribir etiquetas con errores para captar estas búsquedas.

- **Truco:** Usa palabras clave de la competencia. Fíjate en los videos que mejor posicionan para la palabra clave que quieres y amplía tus etiquetas con las suyas. Utiliza también nombres de canales de competidores (observación propia)

Tarea 1: crea un listado con vídeos de la competencia y analiza qué títulos utilizan, descripciones, cuál es su duración, si las personas comentan o no... la información de la competencia nos debe servir de “inspiración” para nuestros propios vídeos.

Tarea 2: añade la extensión de VIDIQ, está tanto para chrome como para firefox. Su sitio web es <https://vidiq.com/>

Esta herramienta es gratuita, y entre otras muchas posibilidades, permite analizar los vídeos de la competencia y descubrir qué etiquetas utilizan.

<https://www.youtube.com/embed/F3kbcEo20oI>

Algunos datos que vas a poder ver de cualquier vídeo y no solo de los tuyos con VidIQ

Copyright 2025

Si te gustan las herramientas, te dejo otra que también ofrece muchas funcionalidades para youtube. En este caso, es para Chrome: <https://www.tubebuddy.com/>

Miniaturas

No es un factor directo de posicionamiento SEO, aunque la creación y elección de una buena miniatura aumenta el porcentaje de click.

Además, permite dar coherencia visual a tu canal.

A grandes rasgos, las miniaturas que mejor funcionan:

- las imágenes luminosas y de alto contraste destacan más
- los planos cercanos de rostros captan la atención
- sigue siempre una identidad visual distintiva



Duración

Hace años, youtube daba mucha importancia al número de visitas; hoy en día el foco está puesto en la retención de cada visita, esto es:

- el tiempo de permanencia individual, en cada vídeo
- reconocimiento de tiempo de permanencia, es decir, la acumulación de minutos visionados o tiempo que pasa en tu canal

“La cantidad de tiempo total que pasa una persona en YouTube durante una sola visita se denomina "sesión de visualización". Si uno de los vídeos del canal de tu marca consigue que los espectadores sigan viendo vídeos, el canal obtendrá reconocimiento de tiempo de visualización por los minutos acumulados que hayas conseguido.”, Youtube.

Conociendo esta información, ¿qué duración tiene que tener el vídeo?

No hay una respuesta definitiva. En este caso hay que observar y probar.



- Observar: analiza la duración de los vídeos de la competencia que están bien posicionados y que tratan sobre la temática que tú quieres abordar.
- Probar: prueba con diferentes duraciones y saca una conclusión. Si retienes al espectador, hazlo largo. Si no, corto
- ten en cuenta la palabra clave que estás atacando, ya que unas darán más juego que otras.

Si tienes redes sociales, ten en cuenta que los vídeos cortos funcionan muy bien en estas plataformas.

- Práctica adecuada: crear vídeos más cortos y montar una playlist o lista de reproducción con una palabra clave principal. Las playlist posicionan muy bien y no tienen que estar creadas exclusivamente con tus vídeos, sino que puedes incluir vídeos de terceros.

Subtítulos

Prácticamente nadie utiliza la funcionalidad de traducir los vídeos y sin embargo, youtube lo tiene en cuenta.

Tienes dos opciones:

Opción 1: activar subtítulos por la comunidad

Opción 2: hacer tú los subtítulos. En esta opción, puedes incluir palabras clave.

“Los subtítulos pueden aportar más información sobre tu vídeo a los sistemas de visibilidad de YouTube.”

EXTRA 1: lectura obligatoria. Aunque es de 2017, en general los datos reflejan la realidad de 2019.
<http://backlinko.com/youtube-ranking-factors>

EXTRA 2: Conoce la página secreta de youtube: <https://www.youtube.com/testtube>

Revision #1

Created 3 March 2022 10:02:52 by Equipo CATEDU

Updated 3 March 2022 10:46:24 by Equipo CATEDU