

Análisis de la competencia online con Xovi

Introducción

Un aspecto importante de toda optimización en motores de búsqueda es el análisis de la competencia. Mediante un sólido análisis podrás identificar, en primer lugar, quiénes son tus competidores directos y a continuación, obtendrás una visión global de cuáles son tus puntos fuertes y débiles.

Descubre cómo generan tráfico tus competidores y valora correctamente tu propia posición en el mercado. Este documento te ayudará a plantear las preguntas correctas acerca de tu competencia y a estar en condiciones de responderlas con ayuda de la herramienta Xovi.

Si tienes preguntas o dudas, puedes contactar con nosotros en cualquier momento:

Capítulo de ejemplo ^①

1.1 ¿Por qué debería trabajar en profundidad con esta lista de comprobación? ^②

^③

 Aquí encontrarás recomendaciones, información adicional y consejos útiles sobre cómo puedes responder a las preguntas con ayuda de Xovi. ^④



^⑥

- 1 – Título del capítulo.
- 2 – Planteamiento.
- 3 – Marcar las casillas una vez que se haya trabajado en el planteamiento. Puede editarse en el propio PDF.
- 4 – Recomendaciones, información e indicaciones para contestar a la pregunta.
- 5 – Secuencia de clics en la herramienta Xovi para obtener los datos relevantes para el planteamiento.
- 6 – Espacio para anotaciones. Puedes redactar tus anotaciones en el propio PDF.

Índice de contenidos

Prólogo

1. Consideraciones previas

- 1.1 ¿Quiénes son mis competidores?
- 1.2 ¿Cuáles son los términos de búsqueda más importantes?

2. Palabras clave

- 2.1 ¿Con qué palabras clave se clasifican mis competidores?
- 2.2 ¿En qué categorías está especialmente bien posicionada mi competencia?
- 2.3 ¿Qué palabras clave son las más importantes para mis competidores?
- 2.4 ¿Qué estrategia de palabras clave sigue su competencia?

3. SEA

- 3.1 ¿Mi competencia publica anuncios publicitarios?
- 3.2 ¿Para qué palabras clave publica anuncios mi competencia?
- 3.3 ¿Cómo están estructurados los anuncios de mi competencia?
- 3.4 ¿Cómo puedo identificar posibles palabras clave para mis anuncios publicitarios?
- 3.5 ¿Cómo se identifican las páginas de inicio de mi competencia?
- 3.6 ¿Cómo se identifican los anuncios publicitarios estacionales?

4. Afiliados

- 4.1 ¿Utiliza mi competencia afiliados como canal adicional de ventas?
- 4.2 ¿Dónde se encuentran los enlaces de los afiliados de mi competencia?

5. Marcas de aceptación en redes sociales

- 5.1 ¿En qué redes sociales está activa mi competencia?
- 5.2 ¿Hay desviaciones llamativas en los gráficos «Evolución de las redes sociales»?

6. Enlaces

- 6.1 ¿Cuántos backlinks tiene el dominio de su competencia?
- 6.2 ¿Cuántos enlaces crea o elimina su competencia a lo largo del tiempo?
- 6.3 ¿Mi competencia optimiza prioritariamente para el mercado local?
- 6.4 ¿Tiene mi competencia backlinks que yo pudiera aprovechar?

7. On-page

- 7.1 ¿Qué contenidos ofrece su competencia en su página web?
- 7.2 ¿Cómo son los tiempos de carga de las páginas web de la competencia?
- 7.3 ¿La página web de su competencia dispone de un diseño receptivo?
- 7.4 ¿Cómo están estructurados los textos de mi competencia?

Análisis de la competencia online con **XOVI**

Consideraciones previas

1.1 ¿ Quiénes son mis competidores?

i Introduce los 5 términos de búsqueda más importantes para tu empresa en el buscador de Google. Los dominios que estén mejor posicionados son tus competidores SEO más fuertes.

1.2 ¿Cuáles son los términos de búsqueda más importantes?

i La palabra clave debería a) coincidir con el contenido de tu página web, b) disponer de un volumen de búsquedas lo más alto posible, c) en el mejor de los casos, presentar un nivel de competencia bajo. Con el análisis de palabras clave de XOVI puedes explorar todos los términos de búsqueda. Obtendrás todos los datos relevantes, tales como el volumen de búsqueda, la competencia o el coste por clic y nuevas combinaciones de palabras. Además, también puedes obtener todas las palabras clave de tu competencia (Keywords-> Todas las keywords) y buscar allí palabras clave que te resulten adecuadas.

 Keywords

→

Todas las keywords

Análisis de la competencia online con **XOVI**

Keywords

2.1 ¿Con qué palabras clave se clasifican mis competidores?

i Introduce el nombre del dominio de tu competencia en la barra y haz clic sobre «Go». A continuación, puedes comprobar todos los posicionamientos de tu competencia en «Keywords -> Todas las keywords».



2.2 ¿En qué categorías está especialmente bien posicionada mi competencia?

i Por medio de etiquetas, con XOVI puedes dividir las palabras clave en «categorías» y valorar estos por separado. Por ejemplo, en el caso de una zapatería online, se podrían analizar por separado todos las keywords relativas a las botas de goma categorizando las palabras con las etiquetas de XOVI.

Análisis de la competencia online con **XOVI**

2.3 ¿Qué palabras clave son las más importantes para mis competidores?

i Con ayuda de la función «Valor del ranking» de XOVI, puedes determinar el valor de las palabras clave o dominios concretos. El «Valor del Ranking» es un ratio que se calcula a partir de la posición, el volumen de búsqueda y el CPC del momento. Con este ratio obtendrás una información aproximada acerca de cuánto deberías invertir en el presupuesto de Adwords para conseguir un flujo de visitantes similar.



2.4 ¿Qué estrategia de palabras clave sigue la competencia?

i Dentro de las palabras clave se pueden distinguir las de cola larga o long tail y las normales o short tail. Por ejemplo: «Hotel» es una palabra clave short tail, «Hotel Madrid Latina » es una palabra clave long tail. Por lo general, las palabras clave long tail resultan más sencillas de optimizar y cabe esperar de ellas un mejor índice de conversión. Identifica dichas palabras clave de tu competencia aplicando un filtro con el atributo «Número de palabras» dentro del apartado «Keywords -> Todas las keywords». A través del número de palabras pueden filtrarse con precisión las palabras clave long tail de la competencia.

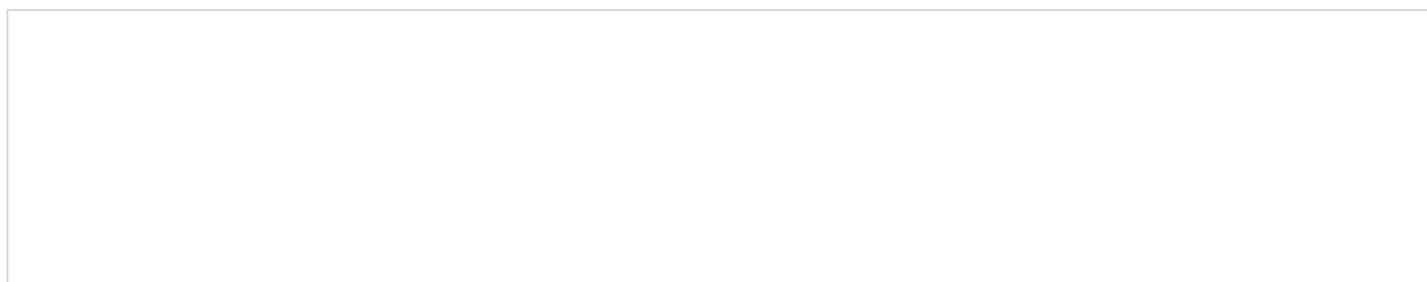


Análisis de la competencia online con **XOVI**

SEA

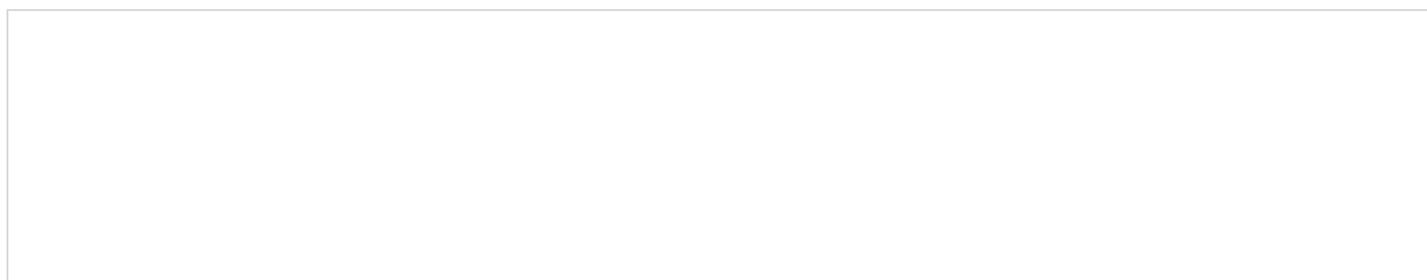
3.1 ¿Mi competencia publica anuncios en Google Adwords?

i Compruébalo en el apartado «SEA» en XOVI. En primer lugar introduce el nombre del dominio de tu competencia en la máscara de la URL y haz clic sobre «Go». A continuación obtendrás una primera visión global de los anuncios que publique tu competencia.



3.2 ¿Para qué palabras clave publica anuncios mi competencia?

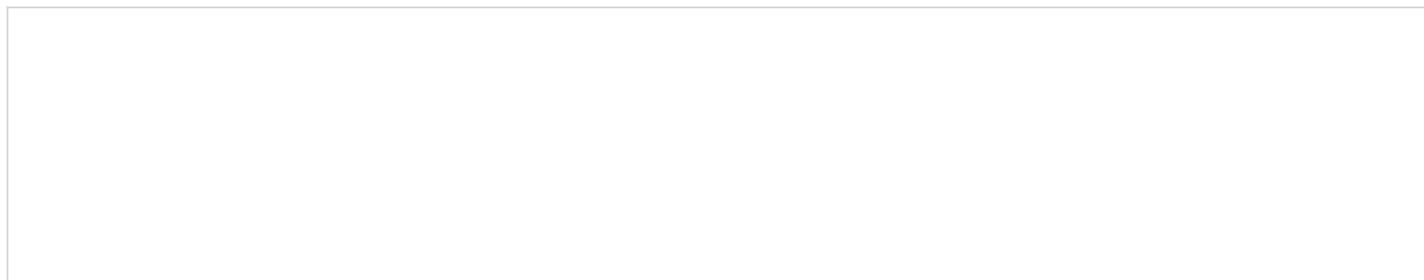
i Con XOVI puedes obtener las palabras clave con las que tu competencia publica anuncios en el apartado «SEA > Keywords para anuncios».



Análisis de la competencia online con **XOVI**

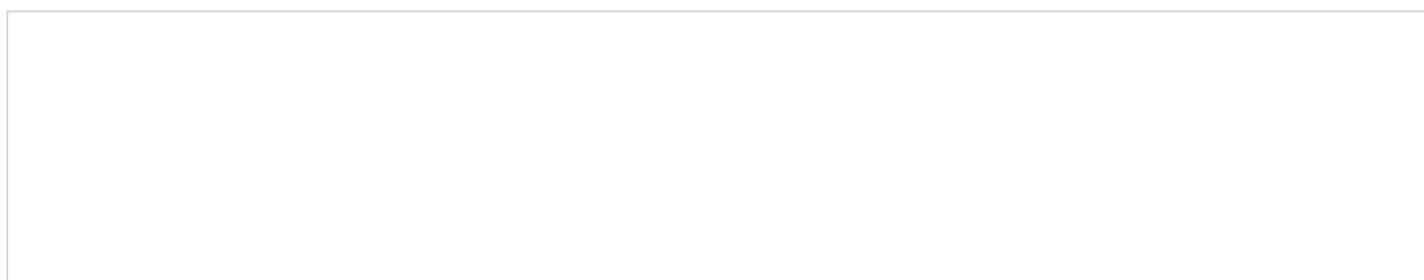
3.3 ¿Cómo están estructurados los anuncios de mi competencia?

i Con XOVI puedes observar aspectos como, el título, la descripción, la URL, las palabras clave y la posición actual, en el apartado «SEA > Anuncios visibles».



3.4 ¿Cómo puedo identificar posibles palabras clave para mis anuncios publicitarios?

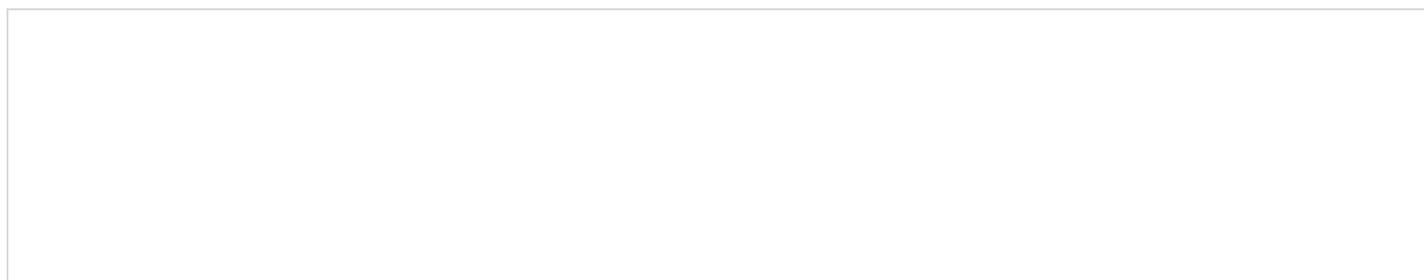
i Compara tu dominio con el de tu competencia en «SEA > Comparación de dominios». XOVI compara las palabras clave y crea una lista para tu dominio. Por lo general, las palabras clave con buenas posibilidades tienen un elevado volumen de búsqueda con un CPC lo más bajo posible y un volumen de competencia reducido.



Análisis de la competencia online con **XOVI**

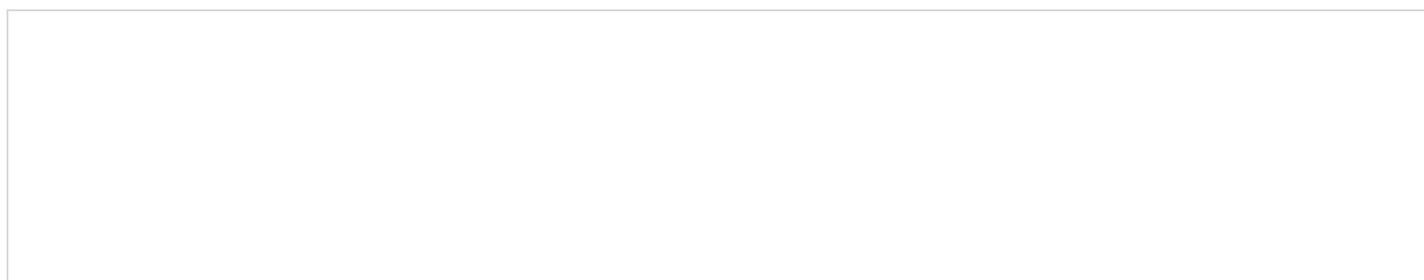
3.5 ¿Cómo se identifican las páginas de inicio de mi competencia?

i Las páginas de inicio son páginas web que están especialmente optimizadas hacia un grupo objetivo y hacia un producto. En XOVI, en el apartado «SEA > Mostrar URL», verás a qué páginas de inicio remiten los anuncios publicitarios.



3.6 ¿Cómo se identifican los anuncios publicitarios estacionales?

i Mira con más detenimiento la evolución de los anuncios visibles en «SEA -> Información general». Mediante la gráfica podrás identificar en qué momentos la competencia ha publicado más o menos anuncios.



Análisis de la competencia online con **XOVI**

Afiliados

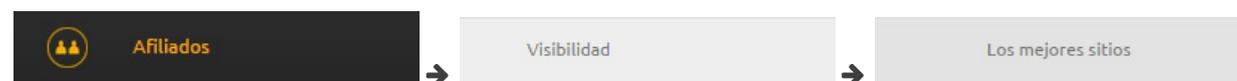
4.1 ¿Utiliza mi competencia redes de afiliación como canal adicional de ventas?

i Compruébalo en el apartado «Afiliados» de XOVI. En primer lugar, introduce el nombre del dominio de la competencia en la máscara de la URL y haz clic sobre «Go». En la visión global del apartado «Afiliados» obtendrás todos los datos relevantes de los programas de socios de tu competencia.



4.2 ¿Dónde se encuentran los enlaces de los afiliados de mi competencia?

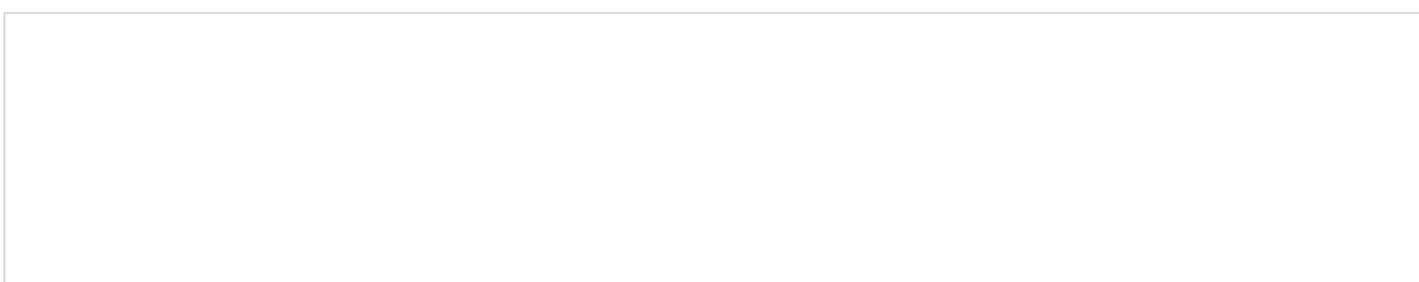
i En el apartado «afiliados > Visibilidad» encontrarás todas aquellas páginas en las que haya vínculos de enlaces de afiliados. Utilízalo en tu propio beneficio y encuentra de este modo páginas web interesantes para tus propios afiliados. Por lo general: cuanto mayor sea la visibilidad de una página web, tanto mayor será el volumen de visitas de la web.



Marcas de aceptación en redes sociales

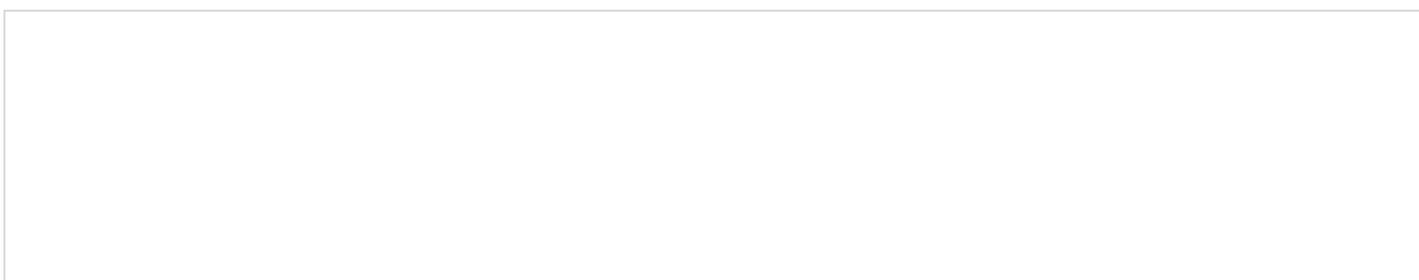
5.1 ¿En qué redes sociales está activa mi competencia?

i Introduce el nombre del dominio de tu competencia en la herramienta de Social signals en la barra del buscador y haz clic sobre «Go». A continuación podrás ver un resumen de las URLs en las principales redes sociales.



5.2 ¿ Hay desviaciones llamativas en los gráficos «Evolución de las redes sociales»?

i En caso afirmativo, toma nota de la fecha y comprueba seguidamente los canales sociales de tu competencia. ¿Han presentado un nuevo producto que haya tenido una buena acogida en las redes sociales? ¿Han organizado un concurso? ¿Que temática del blog es la que más se comparte? De este modo puedes reaccionar a tiempo ante las acciones de tu competencia y adoptar las medidas adecuadas. ¡Nuevo! Ahora también puedes utilizar Social Analytics para analizar en detalle la actividad en Social Media, así como el tipo de audiencia de la competencia.



Análisis de la competencia online con **XOVI**

Links

6.1 ¿Cuántos backlinks tiene el dominio de tu competencia?

i Comprueba la cantidad de enlaces en los indicadores de rendimiento del apartado «Links». Para la visibilidad general de un dominio, la calidad de los enlaces y la variedad de dominios, IPs y subnets juegan un papel muy importante.



6.2 ¿Cuántos enlaces crea o elimina mi competencia a lo largo del tiempo?

i Comprueba el gráfico «evolución de backlinks» en información general ¿Aparecen grandes diferencias? ¿Se trata de un incremento continuado? La evolución te proporcionará una impresión sobre la cantidad de enlaces que la competencia ha creado o eliminado.



6.3 ¿Mi competencia optimiza prioritariamente para el mercado local?

i Consulta, por ejemplo, en la información de contacto dónde se encuentra la sede de tu competencia. Seguidamente, consulta con más atención el apartado «Links -> Todos los links». ¿Aparece el nombre del emplazamiento con frecuencia en el texto de anclaje? ¿Aparece la ubicación en la URL (por ejemplo, www.nombredeldominio.de/xy-sede/)? ¿Tiene tu competencia un perfil de Google Places?



6.4 ¿Tiene mi competencia backlinks que yo pudiera aprovechar?

i ¡Es muy posible! Compara tu propio perfil de enlaces con los de tu competidor. Para ello XOVI dispone de la «Comparación de dominios» dentro del apartado «Links», así como del «Hubfinder». La comparación permite mostrar los backlinks exclusivos de la competencia y en consecuencia, analizarlos con mayor exactitud.



On-page

7.1 ¿Qué contenidos ofrece la competencia en su página web?

i ¿De qué contenidos se trata? ¿Textos? ¿Imágenes? ¿Vídeos? ¿Cómo están estos estructurados? ¿Compara los contenidos y la estructura con tus propios contenidos! Si tu competencia ofrece información sobre un tema que encaje con los de tu propia audiencia, puedes obtener ideas para tus propios contenidos. Si quieres ver la estructura web de tu competencia, también puedes ejecutar un análisis on-page con Xovi. Encontrarás este en el apartado «On-page > Análisis».



7.2 ¿Cómo son los tiempos de carga de las páginas web de la competencia?

i Los tiempos de carga de una página web son un factor importante para el posicionamiento y no son menos importantes para la experiencia del usuario. Analiza los tiempos de carga de tu propia página web y de la competencia. La regla a aplicar es la siguiente: El tiempo de carga de una página web no debería exceder de 1 a 2 segundos. Cuanto mayor sea el tiempo de carga, tantos más usuarios abandonarán en algún momento. La herramienta Pagespeed monitoring de Xovi puede examinar y controlar los tiempos de carga de cualquier página web. De este modo pueden ponerse en evidencia puntos débiles y adoptar las medidas adecuadas.



Análisis de la competencia online con XOVI

7.3 ¿La página web de tu competencia dispone de un diseño responsive?

i Por diseño responsive se entiende la cualidad por la que una página web se adapta al tamaño de la pantalla de un dispositivo en cuestión. El visitante de la página web dispone de una vista optimizada para smartphone, tableta u ordenador de sobremesa. Con este diseño mejorarás la experiencia del usuario y disminuirás la tasa de abandono (bounce rate). Comprueba el diseño responsive de la página web abriendo distintos terminales o modificando el ancho de la ventana del navegador. Comprueba que la representación de los contenidos se ajuste al ancho de la ventana.

7.4 ¿Cómo están estructurados los textos de mi competencia?

i Por medio de la optimización de textos WDF*IDF, con XOVI pueden analizarse los textos más relevantes para una palabra clave. Con la fórmula WDF*IDF puedes añadir al texto los términos que resulten semánticamente importantes. De ese modo convencerás a los motores de búsqueda de la relevancia temática de tus contenidos. En el apartado «On-page > Optimización de textos (WDF*IDF)» encontrarás el editor WDF*IDF de XOVI. Introduce aquí la palabra clave que deseas optimizar y la URL a analizar para obtener todos aquellos datos importantes con los que en adelante podrás optimizar tus textos para los motores de búsqueda desde el principio.

