



KWFinder: el mejor planificador de palabras clave para conseguir tráfico continuo en tu web

Si te dedicas al [blogging](#) o los negocios online te interesa conocer [KWFinder](#): un planificador de palabras clave para atraer el tráfico cualificado que tu negocio necesita.

¿Por qué te interesa atraer tráfico cualificado?

Sea cual sea tu negocio, físico o digital, necesitas una cosa ante todo y ésta no es otra sino público, gente. Puede que compren o no, que consuman o no, pero lo primero es contar con la afluencia o visita de las personas potencialmente interesadas en lo que haces.

Si vendes algo en una tienda física, ¿qué necesitas para que te compren? En primer lugar, que vaya gente a la tienda.

Si prestas servicios o vendes [infoproductos](#) en un blog, ¿qué es lo primero que necesitas? Que te visiten, que tengas visitas cualificadas de posibles compradores interesados en lo que ofreces. Público interesado, en definitiva.

La herramienta que vamos a estudiar en este post, [KWFinder](#), te permite atraer ese público interesado. ¿Cómo lo hace? Mediante una sencilla estrategia: permitiéndote planificar palabras clave.



¿Qué es un planificador de palabras clave?

Para conocer el planificador primero tenemos que saber **qué son las palabras clave**.

Las **palabras clave** son aquellas que configuran el núcleo central de tu temática, aquellas sobre las que versa lo que haces, lo que vendes o lo que dices.

También podría decirse que son aquellas por las que te reconocen tus usuarios, aquellas que, en el ámbito de los negocios online, introducen tus clientes en Google cuando quieren buscar algo relacionado con tu temática.



Por ejemplo, si tienes una tienda online de productos para mascotas, tus palabras clave pueden ser mascotas, perros, gatos, comida para animales, juguetes para perros, juguetes para gatos... Todas aquellas que los usuarios escriben en Google cuando buscan algo relacionado con lo que vendes.

Un **planificador de palabras clave** es la herramienta que te permite conocer y estudiar esas palabras clave, concretamente conocer cuáles son las que utilizan los usuarios potenciales de tus productos en internet.

Un buen planificador permite conocer, además, volúmenes concretos de búsquedas y seleccionar por países, idiomas u otros criterios, así como estudiar sinónimos y alternativas.

Fíjate la trascendencia de lo que estamos hablando. Yo siempre he dicho que la clave de los negocios consiste en darle a la gente lo que quiere. Pues bien, si con una herramienta de este tipo puedes conocer qué es lo que quiere la gente (y en qué cuantías y en qué grado de interés), pues no dudarás de que contamos con la estrategia definitiva.

¿Es KWFinder el mejor planificador de palabras clave?

A fecha de hoy, y para mí, sí, pero matizo.

Quizá el mejor planificador de palabras clave sea [el de Google Adwords](#). Es el que se ha utilizado siempre y el más conocido.

Lo que ocurre es que Google, como Facebook y como todo el mundo, quiere dinero, y mientras antes utilizar su herramienta era gratuita para todos, hoy en día necesitas contratar una campaña de anuncios en Google Adwords para que el buscador te permita utilizar la herramienta ofreciéndote datos precisos y concretos. Caso contrario, puedes utilizarla pero arroja resultados imprecisos, entre franjas, por ejemplo no te dice “24.000 búsquedas mes”, sino “entre 10.000 y 40.000”, y a partir de ahí tú supones, o deduces o te las apañas.

No es exacto, claro. Puede que sea la mejor, sí, pero siempre que pagues 😊.

Alternativas gratuitas existen además de [KWFinder](#), por ejemplo [Wordze](#), pero a mi juicio es más lento y menos intuitivo.

De lo que se deduce que, a consecuencia de todo lo anterior, y a fecha de hoy, [KWFinder](#) es para mí el mejor planificador de palabras clave.

¿Por qué debes usar KWFinder?

Básicamente por tiempo, concretamente para no perderlo.

Estamos hablando siempre de que te dedicas al [blogging](#) y al mundo digital en plan profesional, es decir como [una auténtica profesión \(que además es de futuro\)](#), haciendo cosas para ganar dinero, resolviendo problemas e impactando en el mundo. Si lo tuyo es un hobby o un entretenimiento, y lo mismo te da que te lean

más o que te lean menos, pues claro, ni que decir tiene que no necesitas ni KWFinder ni ninguna otra herramienta.

Pero si lo tuyo es hacer cosas con tu PC para ganarte la vida, entonces esta es tu herramienta, y como decimos debes utilizarla para rentabilizar tu tiempo.



Con ella vas a mejorar tu visibilidad online.

¿Cuántas veces te pasado esto: dedicar horas y horas a hacer un súper post, investigar, buscar fotos, redactar con mimo, esmero y cariño, corregir, publicar... y encontrarte que solo le te lee la vecina, y porque le has avisado que has publicado? Antoñita... ¡que ya tengo el post!

Es francamente desesperante y yo, para perder el tiempo, no he venido.

Algunos bloggers principiantes incluso lo hacen peor: publican no uno, sino varios posts a la semana, estudiadísimos y elaboradísimos, que tienen tantas visitas como veces ellos los releen, y poco más.

Por supuesto, esos posts aparecen alejadísimos en los rankings de los motores de búsquedas y no te reportan ni visitas ni muchos menos suscriptores o ingresos.

Para evitar eso tienes que hacer un **análisis de palabras clave**. Conocer las palabras que definen tu negocio y elegir, de entre las varias posibles, cuáles son las que más interés suscitan entre tu público potencial.

Y eso suscita un interesante debate, tanto a la hora de escribir posts, como [libros](#), como de montar un negocio... :

El debate es: ¿Hago lo que yo quiero hacer, porque yo soy yo, libre, soberano, independiente y hago lo que me da la gana, o hago lo que la gente quiere que haga y escribo lo que la gente quiere que escriba?



Bueno, yo lo tengo claro. Uno puede hacer lo que quiera, de hecho a veces yo lo hago, pero no puede obligar a los demás a que le sigan en el viaje. Y si lo que quieres es venderle a la gente pues no tienes más remedio que darles lo que ellos quieren, porque la gente es libre, al igual que tú, de elegir lo que quiere y se lo compra a quien se lo da, seas tú o sea otro. Para mí está claro.

Dicho lo cual, seguimos con nuestro tema y entramos en materia.

¿Es KWFinder gratuita 100%?

Sí y no.

Es una herramienta freemium, es decir, que la puedes usar gratis, pero si quieres sacarle todo el partido debes suscribirte a un plan.

Los 3 planes son:

- Plan Free: 3 búsquedas al día de 3 palabras clave, con 25 resultados por cada búsqueda. Gratuito, 0\$.
- Plan Basic: 100 búsquedas al día, con 200 resultados por cada búsqueda. 149\$ al año
- Plan Premium: 500 búsquedas al día, con 700 resultados por búsqueda. 299\$ al año.

Yo tengo contratado el Plan Basic. ¿Podría usar el gratuito? Sí, pero hacerlo revelaría una mentalidad de escasez y yo me tomo mi negocio en serio.

Hace ya algún tiempo tuve una gran revelación: siempre me preguntaba [en qué invertir o cómo invertir el dinero que ganaba](#). Y la respuesta eran cosas externas: negocios de otros y cosas así, hasta que tuve una toma de conciencia y vi que donde mejor podía invertir era en mi propio negocio. Tan simple como eso. ¿Tienes un negocio, te va bien, quieres escalarlo, quieres llegar a un nuevo nivel? Pues invierte en él, compra herramientas, contrata gente, [apaláncate](#)...



Otro día tuve otra revelación que también viene al caso: no vayas con el freno echado. Ábrete al futuro, a la abundancia... no vayas con el freno echado. Si de todo el artículo tan solo te quedaras con esto (y te sirviera, y te hiciera reflexionar...) me sentiría totalmente satisfecho.

¡Pero cómo me enrollo!, madre mía.

Sigo.

Darte de alta en la herramienta

Para darte de alta en la plataforma, tan solo debes entrar en la [web de KWFinder](#) y hacer clic en “Register”.



A continuación, debes introducir tu email y una contraseña (por duplicado).

Cómo utilizar KWFinder

Vamos a ver con un ejemplo todo lo que [KWFinder](#) puede hacer por ti. Y vas a ver con toda claridad cómo te permite no solo ahorrar tiempo sino acertar plenamente en lo que hagas con resultados positivos.

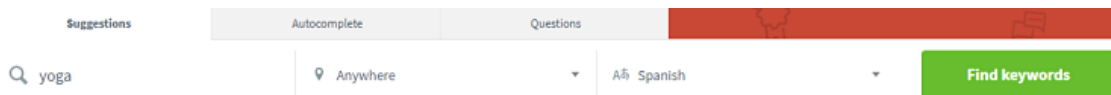
Imagina que eres un apasionado del yoga. Conoces la materia, lo practicas... Te encanta. Y como sabes que los negocios online son el [futuro laboral](#) (con la que está cayendo), pues te decides a abrir un sitio web en el que escribir sobre esto, subir vídeos, crear infoproductos con tu [talento](#), y tu [conocimiento](#)...

A la hora de hacer todo eso (escribir, crear producto...) puedes hacer una de dos: optar por lo que a ti te dé la gana o averiguar los intereses de la gente.

Si optas por lo segundo, lo primero es esto:

Hacer la búsqueda

Para eso te vas al buscador, escribes “yoga”, en ubicaciones le das a “anywhere” (porque a ti te da igual dónde esté la gente, mientras te lea y te compre...) y en idioma le das a “spanish” (porque sí te interesa que hablen español, si no no haces nada).



Y le das a “Find keywords”. Te saldrá algo así como esto:

Keyword	Volume	Cost	Competition	Opportunity
yoga	1,500,000	\$0.70	18	63
kundalini yoga	89,945	\$1.20	20	46
hatha yoga	135,000	\$0.87	12	38
bikram yoga	201,000	\$1.03	9	43
ashtanga yoga	89,945	\$0.79	10	48
hot yoga	49,705	\$1.16	11	38

Pero con muchos más resultados.

Y entonces, ¿qué tienes que hacer?

Estudiar los resultados

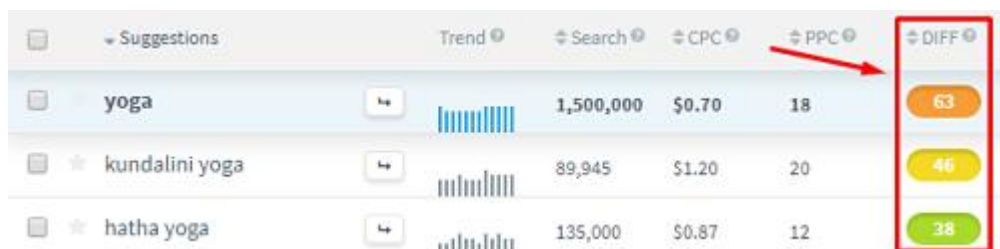
Por ejemplo, la keyword principal, “Yoga”, es la que más búsquedas mensuales tiene: 1.500.000. Eso significa que cada mes un millón y medio de hispanohablantes, en todo el orbe, entran a Google y buscan información sobre “Yoga”.

Un principiante acometería esa palabra clave porque es la que más búsquedas tiene. Escribiría sobre ella, crearía un producto sobre ella... y se la pegaría. Porque tantas búsquedas, tanto interés, revela también una cara oculta: hay mucha competencia. Muchos, como tú, quieren hincarle el diente a ese sabroso pastel y tú, bonito, bonita, además acabas de llegar.

Aquí hay una balanza y hay que valorar dos cosas: el volumen de búsquedas (cuánta gente quiere saber sobre eso, si es mucha o poca) y el nivel de competencia (¿Hay muchos como yo que ofrecen lo mismo, o parecido, y que además han llegado antes que yo?)

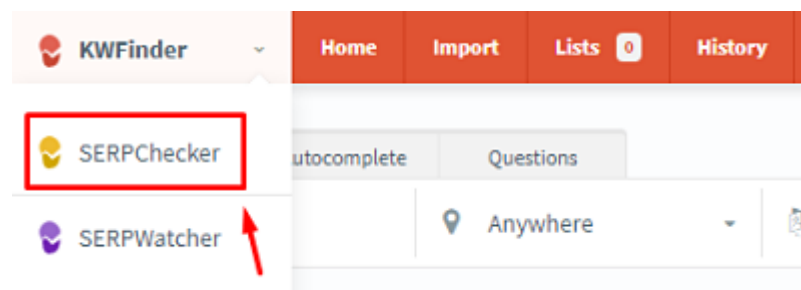
La competencia que tiene una palabra se puede saber de tres formas:

- Por un lado, escribes en el buscador normal de Google la palabra y ves los resultados que arroja. Por ejemplo, de “Yoga” hay 779 millones de resultados. Eso significa que hay 779 millones de entradas con las que vas a competir, porque tú serás la 779.000.001. Te recomiendo paciencia y proveerte de libros, películas, palomitas de maíz... 😊
- Por otro lado, el propio [KWFinder](#) te ayuda. La última pestaña de la derecha, donde dice “Diff” (difficulty), te indica el grado de dificultad, entre 0 y 100. Cuanto más bajo, más fácil lo tienes. Cuanto más alto, más te lo tienes que trabajar. Ya depende de las ganas que tengas.



Suggestions	Trend	Search	CPC	PPC	DIFF
yoga		1,500,000	\$0.70	18	63
kundalini yoga		89,945	\$1.20	20	46
hatha yoga		135,000	\$0.87	12	38

- Y finalmente, si estás ya super puesto en la materia y vas a por todas, puedes hacer click en la pestaña de la izquierda, donde dice “KWFinder” y se abrirá un desplegable.



Seleccionas “Serpchecker” y te mostrará los grados concretos de dificultad (la competencia con la que tendrás que lidiar) de las páginas mejor posicionadas en la materia.

Esos últimos son tus competidores, los que han llegado antes que tú y ya han hecho su trabajo. Tendrás que valorar tus fuerzas para ver si te interesa acometer esa palabra clave u otra. Recuerda que hay muchas relacionadas con tu temática, o con tu palabra clave principal, y valorarlas y estudiarlas forma parte del juego. Ese es el siguiente paso.

Contemplar alternativas relacionadas

Aunque en el propio apartado de “Suggestions” ya se te muestran las principales palabras clave de la familia, con sus resultados de búsquedas, en el apartado de “Autocomplete” puedes ver una especie de autocompletador.

Es como el autocomplete de Google, cuando comienzas a escribir una palabra y se te van mostrando sugerencias, pero más completo.

En el caso del “yoga”, por ejemplo, encuentras “yoga en casa”, “yoga para niños”, “yoga para principiantes”, “yoga aéreo”... Este último, por ejemplo, que no tengo ni idea de lo que es, arroja un resultado de 1.600 búsquedas mes, con un grado de competencia más que asumible. Quizá sea una buena opción si estás comenzando, mucho mejor que la de “yoga” en general, por muchas más búsquedas que tenga.



Y llegados a este punto quizá estés ya removiéndote en el asiento porque digas: pero es que yo quiero hablar de... yo qué sé... “yoga con extraterrestres”, y ves que no hay resultados para esa palabra clave. Pues significa que nadie tiene interés en ese tema, salvo tú. Que a pesar de eso quieres escribir sobre él, o crear un producto sobre él, perfecto, eres libre, pero quizá tengas que esperar a que vengan de las Pléyades a comprártelo 😊 (Soy francamente malo, lo reconozco).

O quieres escribir sobre “Yoga en red”, que ofrece 480 búsquedas mensuales, es decir muy pocas. Pues bueno, significa que hay algún interés, pero poco, a todas luces insuficiente.

Y con ese estudio que vas realizando sacas tus conclusiones y decides lo que quieres hacer.

Pero hay algo también importante, y es:

No confundir lo que significan los resultados

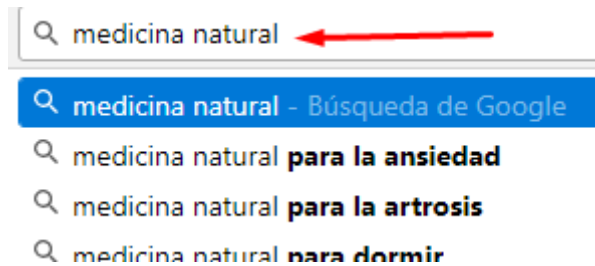
Me explico:

No hay que alucinar, lo cual significa lo siguiente:

Si “medicina natural” ofrece 10.000 búsquedas mes, por ejemplo, NO significa que 10.000 personas vayan a leer tu artículo cada mes, ni que más o menos la mitad comprarán tu producto.

Eso es alucinar.

Que 10.000 personas al mes busquen eso significa eso: que lo buscan, que escriben en Google “medicina natural”, así:



Y cuando lo hacen el buscador les ofrece una retahíla infinita de páginas con resultados varios en cada una de ellas. Si tú has posicionado para algo muy difícil pues aparecerás... no sé... en la página 25, o en la 40... y no te verán ni tus ex.

Haciendo los deberes muy bien, con tiempo y paciencia, puedes aparecer en la primera página.

Pero mientras no aparezcas en la primera posición de la primera página pocas posibilidades hay de que te vean. La gente hace click en el primero y luego ya se cansa. Somos así...

Con esto no quiero desilusionarte, sino simplemente hacer hincapié en que hagas las cosas bien. Yo ni soy experto tecnológico ni llevo decenas de años en la red, y sin embargo tengo posicionadas en primera posición bastantes palabras con miles de búsquedas al mes. Y cuando empecé nadie me enseñó un post como este, o sea que tuve que aprender solito.

Otras cosas para las que también te ayuda KWFinder como planificador de palabras clave

La herramienta te ofrece otras utilidades complementarias que también puedes utilizar, por ejemplo:

En "Trend" te ofrece las tendencias de búsqueda de los últimos 12 meses. Por ejemplo, si cada vez interesa más o menos algo, o si en verano decae el interés o aumenta... Genial para valorar el periodo de publicación o lanzamiento de algo.

En "Questions" te ofrece posibles preguntas relacionadas con tu palabra, para darte ideas: cómo hacer yoga, cómo empezar, cómo respirar... Que estás atascado y no te sale el artículo, pues te vas a las questions 😊.

Te ofrece datos estadísticos de tus competidores: Su DA (Domain Authority), PA (Page authority), los enlaces externos hacia la página, el número de comparticiones en redes sociales, las visitas mensuales aproximadas que tiene, etc. Así te compras y decides si es mucho para ti o no.

Finalmente, puedes crear listas con tus palabras clave y exportarlas. Así te organizas mejor el trabajo.

Conclusión: KWFinder + marketing de contenidos, la combinación perfecta

De lo visto hasta aquí habrás visto que la combinación perfecta para tu negocio on line es [KWFinder](#) + marketing de contenidos. Eso significa crear contenido estratégico, que interese a tu cliente ideal, a Google, a los buscadores en general, y te sirva para el posicionamiento web y tu posicionamiento como experto.

Por eso mi consejo sin ninguna duda, antes de empezar a hacer nada, es realizar un buen **estudio de palabras clave** para no perder el tiempo. Ya has visto que [KWFinder](#) es un **estupendo planificador**, no te va a costar nada hacer la planificación; en cambio no hacerla sí te va a suponer no obtener la visibilidad que necesitas. Por tanto, si de verdad quieres [hacer dinero](#), si te interesa tu [independencia económica](#), y por ende y por supuesto, tu [libertad personal](#), ¡no te lo pienses más!



¿Me vas a hacer caso?

Si quieres otro tutorial sobre otra herramienta estupenda para vender productos en internet, [aquí te hablo de SendOwl](#).

Y finalmente, por favor, si te ha gustado el artículo compártelo en alguna red que te guste, ok? Así todos pueden beneficiarse de la información.

Un abrazo y cuídate mucho.