

LZ
PILS

Checklist

PARA
EL POST
PERFECTO.



LANZADERA

Antes de escribir

✓ Objetivo del post

¿Quieres posicionar una keyword? ¿O prefieres publicar algo llamativo en redes? Elige tu objetivo principal y prepara todo en base a eso: títulos, texto, imágenes, etc.

✓ Qué quieres contar

Ten claro cuál es el aporte de valor de tu post. Si no merece la pena leerlo, no lo hagas. Recuerda que escribes para personas, no para los robots de Google.

✓Cuál es el enfoque

Un tema puede tener muchos puntos de vista. Elige un enfoque que no se haya tratado o busca algo que haga tu post especial... ¿Por qué deberían leer el tuyo y no otro?

✓Contenidos extra

Un post no es solo texto. Hay parte del contenido que puedes ofrecer en forma de gráficos, tablas o infografía, y será más fácil de consumir. Si vas a contar con material extra, planifícalo con tiempo.

Antes de publicar

✓ Extensión adecuada

Aquí no hay normas. Un post tiene que ser tan largo como lo que se quiera contar, ni más ni menos. Si interesa, sigue. Sino, no “pongas paja” para rellenar.

✓ Jerarquía de encabezados

Es muy importante respetar el orden de los headings. Son la columna vertebral semántica de tu post, y tienes que usarlos de acuerdo a su jerarquía. Esto ayudará al lector y a los motores de búsqueda.

✓ Keyword principal

La palabra clave principal tiene que estar en el título, en la URL, en la metadescripción y en al menos un h2. Además, tiene que repetirse con una densidad de aproximadamente 1/100. Es decir, si tu post tiene 800 palabras, es interesante que esa keyword (o sinónimos) esté 8 veces presente en el texto.

✓ Keywords secundarias

Incluye en tu texto otras palabras clave que te interesen y estén relacionadas con la principal. Esto le dará riqueza semántica a tu post y te ayudará a posicionarte.

✓ Enlazado interno

Enlaza desde tu post a otros contenidos relacionados, y lo mismo pero al revés: busca otros contenidos para enlazar desde ahí a tu nuevo post. Cuando pongas el enlace, decide si va a ser follow o no, y elige el texto de ancla teniendo en cuenta la keyword a posicionar.

✓ Imágenes

Lo más normal es que pongas una imagen destacada y otra para redes. Pero además, puedes usarlas en medio del texto. ¡Eso sí! Añádelas solo cuando aporte valor. Si vas a usar imágenes de stock, busca un buen banco de imágenes donde encontrar las que vayan con el look and feel de tu web.

✓ Bloques diferentes

Además de las imágenes, existen numerosos bloques en los CMS que puedes usar para romper la masa de texto y hacer la lectura más agradable. Usa textos destacados, citas, espaciadores, incrustados, click to tweets, etc.

✓ Negritas y enumeraciones

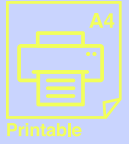
Estos elementos le gustan a los motores de búsqueda, así que te ayudará a mejorar el SEO de tu post. Usa negritas en tus keywords y utiliza enumeraciones para listados.

✓ CTA

“No hay tweet sin hashtag ni post sin CTA”. Añade una llamada a la acción que quieras que realicen tus lectores. Lo normal es que esté relacionado con tu servicio/producto o que sea un lead magnet.

✓ Metadescription

Esta es la gran olvidada, pero antes de publicar un post tienes que añadir una descripción aquí, que será la que salga cuando se comparta el post o aparezca en los motores de búsqueda.



Antes de escribir

- Objetivo del post
- Qué quieres contar
- Cuál es el enfoque
- Contenidos extra

Antes de publicar

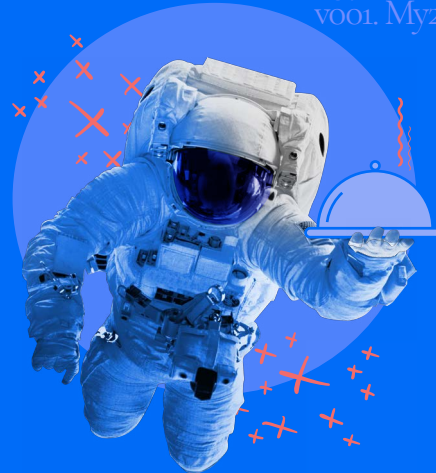
- Extensión adecuada
- Jerarquía de encabezados
- Keyword principal
- Keywords secundarias
- Enlazado interno
- Imágenes
- Bloques diferentes
- Negritas y enumeraciones
- CTA
- Metadescription

¿Quieres más?

Aprende sobre emprendimiento,
marketing, finanzas y producto en el
[blog de Lanzadera](#) y encuentra más
[descargables](#).

LZ
PILS

Ed.1
v001. My2021



LANZ^DERA

Checklist para el
post perfecto