



WWW.NEETWORK.COM

ESCUELA DE NEGOCIOS DIGITALES

Hoja de trabajo para el análisis de competidores

Utilice la lista de verificación que se le brinda a continuación para asegurarse de que está analizando a sus competidores en la mayor medida posible. Sus 10 mayores competidores en Google.

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)
- 6)
- 7)
- 8)
- 9)
- 10)

Factores “off-site” fuera del sitio

Examine la estrategia que su competidor utiliza fuera del sitio:

Use SEM Rush para encontrar las palabras clave que sus competidores están utilizando para clasificar:

- ✓ Utilice Ahrefs, Majestic o el Explorador de sitios abiertos para analizar la calidad de los enlaces de sus competidores
- ✓ Marque cuántos enlaces están relacionados con los dominios de sus competidores
- ✓ Averigüe cuáles son sus competidores
- ✓ Marque lo que sus competidores Page Authority (PA) y Domain Authority (DA) son
- ✓ Averigüe cuál es la edad del dominio de sus competidores
- ✓ Examine la campaña de marketing de sus competidores en medios sociales
- ✓ Examine la campaña de video marketing de sus competidores
- ✓ Averigua si tu competidor tiene una página de Google+ y analízala si es así.

Factores “on-site” en el sitio

Examine los factores de su competidor en el sitio:

- ✓ Densidad de palabras clave
- ✓ Información META
- ✓ Enlaces internos / Arquitectura del sitio
- ✓ Calidad del contenido
- ✓ Página de contacto
- ✓ Diseño

7 puntos de control para analizar los enlaces de su competidor:

1. ¿Cuál es su página principal a la relación con los enlaces profundos?

2. ¿Cuál es su relación NoFollow a DoFollow?
3. ¿Cuál es su distribución de texto de anclaje?
4. ¿Utilizan re direccionamientos?
5. ¿Tienen enlaces a todo el sitio?
6. ¿Están ocultando sus vínculos?
7. ¿Tienen enlaces de sitios web extranjeros?