

COM FER

# LINKBUILDING

DE MANERA LEGITIMA | EFECTIVA

OLEOSHOP

# Aprèn a fer linkbuilding sense enserronades

El desenvolupament d'una estratègia de backlinks és un ítem clau en la teva estratègia de SEO off page. Però si no s'implementa correctament pot portar-te problemes.

## En aquest eBook veuràs:

- Els conceptes bàsics del linkbuilding
- Quines accions de linkbuilding no són recomanables
- Quines accions de linkbuilding estan recomanades
- Un cas pràctic

Segur que saps de sobres que tota web o botiga online necessita treballar el posicionament orgànic. És a dir, necessita optimitzar una sèrie de paràmetres dins i fora de la pàgina perquè **Google la mostri més amunt** en els resultats de cerca.

La feina de posicionament orgànic consta de **3 potes essencials**:

- SEO on page
- Continguts
- SEO off page

El SEO off page es compon de totes les accions realitzades fora de la web o botiga online a posicionar. Una de les accions off page més importants és el linkbuilding.

## Què és el linkbuilding?

El linkbuilding és la feina de **cerca d'enllaços** d'autoritat fora de la nostra pàgina que tinguin el potencial de **derivar autoritat cap al nostre domini**. Aquests enllaços externs poden ser **gratuits o de pagament**.

La feina de buscar i pactar aquests enllaços **sempre l'ha de fer un professional**. Per què? Perquè la línia entre fer una estratègia de linkbuilding legítima (i per tant efectiva a llarg termini) i una de tramposa i penalitzable és molt fina.

Cal anar amb molt de compte a l'hora de desenvolupar una estratègia de backlinks. En aquest eBook t'ensenyarem **com desenvolupar-la correctament**. És a dir, de tal manera que et porti autoritat i un millor posicionament i no penalitzacions.

## Autoritat de domini i autoritat de pàgina

L'autoritat de domini (DA o Domain Authority) és un índex de 0 a 100 que ens indica **quin pes té el nostre domini** a ulls dels cercadors. Es tracta d'una mètrica definida per la companyia de software per a SEO MOZ.com.

Per altra banda, està el Page Authority (PA), que és l'autoritat que tenen **cadascuna de les pàgines del site**. Aquesta mètrica pot ser comprovada a través de l'eina [Open Site Explorer](#) de [MOZ.com](#).

Podriem escollir altres mètriques per valorar el nostre site. Cada software especialitzat en SEO té **el seu propi índex** de popularitat. [Majestic](#) té el Trust Flow i Citation Flow, [Ahrefs](#) té l'Ahrefs Rank...



Però a nosaltres ens agrada especialment l'autoritat de domini de MOZ.com perquè és **una suma d'aspectes rellevants** per establir el pes SEO del nostre domini:

- Enllaços externs apuntant al site i la seva qualitat
- Antiguitat del domini
- Indicadors socials del domini
- Etc.

Per aquest motiu, aquesta és la mètrica estàndard en la què nosaltres ens basem.

Com a exemples de pàgines amb autoritat de domini = 0, qualsevol que acabi de començar i no tingui **cap enllaç extern apuntant cap a ella**.

I com a exemples de DA = 100, Facebook, Twitter, Google, YouTube, Wordpress, Wikipedia... Pàgines amb una antiguitat destacada i una ingent quantitat d'**enllaços rellevants apuntant a la seva pàgina**.

Per orientar-nos, una bona mètrica de DA seria qualsevol que estigués **per sobre de 20** i, per descomptat, com més s'aproximi a 100, millor.

## Com NO aconseguir enllaços externs

Hi ha **diverses estratègies** per fer linkbuilding, però no totes són bones. Començarem amb **les dolentes**, per aïllar el que no ens interessa i desenvolupar, més endavant, el que sí.

Les estratègies de les que hauries de fugir són:

- Comprar links a pes
- Comprar desenes, centenars o milers de links
- Generar enllaços a llocs fàcils: comentaris de blogs, fòrums...
- Comprar packs d'enllaços tipus "he aconseguit 5 links de PageRank 9/10 per 100€"
- Comprar links a brokers d'enllaços
- Estratègies de black hat SEO
- Comprar enllaços a PBN (Private Blog Networks)

Aquest tipus d'enllaços acostumen a ser tòxics o enllaços escombraria i **acaben sent penalitzats per Google**. Google Penguin és l'algoritme que filtra els enllaços escombraria i et podem assegurar que netejar una penalització de Penguin és molt complicat.



## Ara sí: com aconseguir enllaços externs

En general, hi ha 4 tipus d'accions de linkbuilding recomanades:

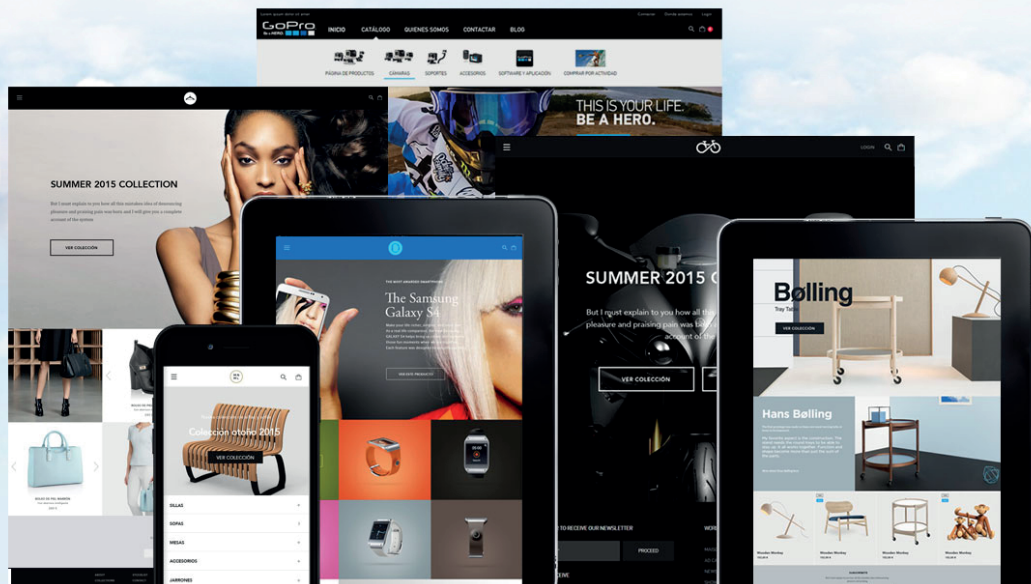
- Enllaços de pagament
- Enllaços a través de contingut
- Enllaços a través de sorteigs i d'afiliació
- Enllaços a canvi d'ajuda a webmasters

Hi ha **més estratègies**: podem buscar dominis expirats, buscar enllaços a un error 404 a la Wikipedia i redirigir al nostre site comprant el domini... Però aquestes 4 estratègies són **les de més quant blanc** que existeixen.

# Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



“La plataforma és molt fàcil de fer servir,  
fins i tot per a algú que no domini  
el tema”

Belén de [www.aixo.es](http://www.aixo.es)

“Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad  
y la facilidad de gestión y el resultado ha  
sido superior a las expectativas”

Toni Aragón de [www.aragaza.com](http://www.aragaza.com)

 **Microsoft** Partner

 **PayPal** Partner

 **Microsoft**  
.NET

  
**oleoshop**

la teva plataforma e-commerce

# #1 – Enllaços de pagament

Algú va dir que comprar links és dolent. Bé, depèn de com es miri i sobretot de com es posi en pràctica.

El dolent no és comprar enllaços, sinó **comprar-los sense seny**. Per posar un exemple, és possible que hagi sentit a dir: "Acabo de comprar 1.000 enllaços a un broker de links, m'agradaria analitzar quins són naturals i quins no."

La resposta correcta a aquest dubte seria: **cap d'aquests enllaços és natural**. Com dèiem més amunt, cal fugir de les compres d'enllaços a pes o de brokers de links que venen quantitats ingents d'enllaços sense detallar què hi ha dins del pack.

De manera que **es poden comprar enllaços**, sense cap dubte. Però sempre tenint en compte certes coses:

- Comprar-los a sites amb una **bona autoritat** de domini.
- Comprar-los a sites que **no es dediquin només** a vendre links, és a dir, que no siguin blogs que només publiquin posts patrocinats.
- Comprar-los a sites de la **nostra temàtica**. Per a què vols links en una revista online dedicada a la pesca si tens una botiga online de costura?
- Buscar, sempre que es pugui, links a **sites .edu o .gov** (díficils d'aconseguir, però els de més autoritat).
- Buscar, sempre que es pugui, enllaços a **diaris i revistes**, els segons amb més autoritat.
- Mantenir una freqüència estable de nous enllaços: si comprem 5 al mes, no ens despenquem un mes comprant-ne 20 o 100.
- Que aquests enllaços tinguin **anchor texts rellevants** per al nostre negoci. Per exemple, si som una merceria online, que l'anchor sigui una cosa com "botiga de costura online" i no una cosa que no tingui res a veure.
- Que aquests anchors, sumats en total, no tinguin la mateixa paraula o frase amb una **densitat superior al 5%**. Dit d'una altra manera, si un dels anchor texts escollits és "botiga de costura online", que aquest anchor no aparegui més del 5% en el nostre total de backlinks.

Totes aquestes estratègies, portades correctament a terme, poden ajudar-nos amb el SEO off page. I el més important, **no cridaran l'atenció dels cercadors**. No semblarà que la nostra botiga online o web estigui comprant enllaços per intentar manipular el seu posicionament en cercadors.

Com **trobar aquests enllaços** de pagament?

Hi ha **agències o empreses dedicades professionalment** a aquest tipus de vendes, és qüestió de posar-se en mans de professionals. Però compte amb agències que et proposin fer un linkbuilding barat de 100 o 300€ al mes. **Els enllaços bons es paguen**.

## #2 – Enllaços a través de contingut

En aquesta categoria hi ha bàsicament **2 tàctiques**:

- Crear un contingut rellevant i esperar que a la gent li agradi i l'enllaci.
- Crear un contingut rellevant i motivar perquè ens enllacin mitjançant tècniques com el **linkbaiting** o l'egobaiting.

Quan creem un post al nostre blog, estem creant **un contingut rellevant**. Aquest post podem capitalitzar-lo com a contingut que sumi per al SEO on page. Però, si aconseguim que **sigui enllaçat des de fora**, pot sumar-nos també per al SEO off page.

Compartir un bon post (o una infografia, o un informe) en xarxes socials pot ser el primer pas perquè la gent ens descobreixi i **enllaci a aquest post** o a la nostra pàgina principal o al nostre blog.

Però aquesta feina acostuma a donar **resultats a mig-llarg termini** i acostuma a venir donat per la reputació i el coneixement que la gent tingui de nosaltres. Si el que busquem són enllaços que donin resultats a més curt termini, podem **motivar perquè ens enllacin**.

Com?

Per exemple, **comunicant a les webs o pàgines que volem que ens enllacin**, via xarxes socials o email, que hem llançat un estudi o un post que pot ser del seu interès.

O **citant a aquestes webs** o a les persones que sabem que les administren dins del nostre contingut (egobaiting).

Un dels posts que sol funcionar molt bé per aconseguir enllaços a través de contingut són **estudis sobre tendències**. També funcionen molt bé **les infografies**, amb les que podem aconseguir que publicacions online del sector d'interès ens enllacin després de compartir-les amb la seva audiència.

Un altre format interessant és fer un **Top 10 dels blogs més importants d'Espanya** sobre el nostre sector d'interès. De manera que probablement aconseguíssim que algun d'aquests 10 blogs ens cités a xarxes socials o que, fins i tot, **ens enllacés**.

Com es pot veure, aconseguir enllaços a través de contingut és una estratègia molt factible i **totalment de quant blanc**. De manera que és una de les més utilitzades per les empreses que volen fer linkbuilding sense fer trampes.



# Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: [www.oleoshop.com](http://www.oleoshop.com)



OLEOSHOP  
RADIO



*la teva plataforma ecommerce*

## #3 – Enllaços a través de sorteigs i d'afiliació

Aquest tipus d'enllaços no són "de pagament" en si mateixos, però el temps i l'expertise per aconseguir-los és el que costa diners.

Si tenim una botiga online i venem productes, una bona manera d'aconseguir que ens enllacin altres webs és realitzar un sorteig a canvi d'alguna cosa. Si el sorteig és interessant i el premi és xulo, és possible aconseguir bastants enllaços externs.

Una altra estratègia efectiva és regalar producte: contacta blogs o revistes especialitzades en el teu sector i ofereix-los producte gratis a canvi que parlin de la teva botiga o que n'escriuin una ressenya.

Aquesta és una estratègia efectiva però amb la qual **cal anar amb compte**, ja que si n'abusem podem tenir problemes.

**EXEMPLE:** com li va passar a Interflora. L'empresa va regalar flors a centenars de bloggers i Google va acabar detectant un patró (habitualment anomenat suborn amb regal) de compra d'enllaços. Arran d'això, Interflora va patir una penalització.

Una altra estratègia que podem fer servir és crear un **programa d'afiliació**.

Quan guanyem un afiliat, podem establir diferents relacions amb ell, però la manera més habitual d'afiliació sol ser **un enllaç**: X site enllaça al nostre amb un codi de seguiment que inclou el seu ID d'afiliat i el nostre sistema l'identifica com a tal.

El perill que tenen aquest tipus d'enllaços és que els altres sites sempre intentaràn treure'n el màxim profit. Amb la qual cosa és possible que ens **enllacin des de totes i cadascuna de les pàgines** de la seva web i això no ens interessa.

Per això és important **controlar els enllaços d'afiliació** i, en cas que una web en tingui massa, demanar-li que tots els enllaços, menys 1, siguin "no follow".



## #4 – Enllaços ajudant a altres webs

Imagina't que tens un enllaç trencat a la teva pàgina o que no et funciona el formulari d'enviament. Algú ho descobreix i t'envia un email per avisar-te.

**Estàs agraït.** Si aquest algú et demana que, a canvi de l'ajuda oferida, li **posis un enllaç**, no estaries més disposat a posar-l'hi que si et contacta sense motiu?

Aquest tipus d'estratègies funcionen, la gent és més agraïda del que sembla, o sigui que no dubtis a posar-ho en pràctica tot i que d'entrada pugui fer-te vergonya.

# CAS PRÀCTIC

El nostre cas pràctic se centra en una botiga online dedicada a la venda de joies, un producte **no especialment fàcil** de vendre per Internet.

La nostra estratègia és arribar a un públic conformat per **dones d'entre 25 i 45 anys** que puguin gastar entre 300€ i 600€ per cadascuna de les nostres joies, que d'altra banda són modernes, de disseny i marquen tendència.

Quines estratègies de linkbuilding podríem utilitzar?

Recordem **les bones pràctiques**:

- 1) Enllaços de pagament
- 2) Enllaços a través de contingut
- 3) Enllaços a través de sorteigs i afiliació
- 4) Enllaços obtinguts a canvi d'ajuda a webmasters

En el cas pràctic que ens ocupa, probablement **no sigui bona idea vendre a través d'afiliació**. Els nostres productes tenen una certa exclusivitat i no ens interessa deixar la nostra imatge de marca en mans de sites que, en el fons, busquen la venda sigui com sigui per aconseguir la comissió.

Així doncs, en aquest cas ens centrarem en:

- Els enllaços de pagament
- Els enllaços a través de continguts

## #1 – Enllaços de pagament

A la categoria d'enllaços de pagament, buscarem 3 tipus de links:

- Pàgines de la nostra **temàtica** (joieria i tendències)
- **Mitjans generals** on es mogui el nostre target: Vanity Fair, Elle, Vogue...
- **Influencers**: buscarem enllaços a webs de persones que puguin ser prescriptores dels nostres productes, bloggers, Instagramers o Youtubers de tendències, de moda...

Dins d'aquests 3 perfils, hem de seleccionar **els que millor s'ajustin al nostre target**. No s'ha d'aconseguir el link pel link.

**EXEMPLE:** És possible que trobem blogs de moda als que segueixen 70.000 persones a Instagram, 10.000 a Twitter i amb una autoritat de domini de 30/100. Si en aquest blog que tenim al punt de mira, el 70% de les publicacions són patrocinades o el nostre target no es mou dins d'aquest blog, és millor buscar una altra alternativa.

Hi ha autèntics **professionals dels blogs patrocinats**. Parlem de persones que fan servir el seu blog només per publicar posts pagats o posts amb regals.

**Cal fugir d'aquest tipus de publicacions**, per molt bo que sigui l'enllaç, perquè aquesta publicació acabarà sent "poc de fiar" a ulls del cercador i dels usuaris.

A l'hora de triar un blog on publicar, a part de les dades d'autoritat de domini i rellevància que pugui tenir a xarxes socials, tingues en compte **quants comentaris té cada post d'aquest blog**. Això ens donarà una idea de la interacció que pot arribar a tenir. Si un blog té un DA molt alt, però no comenta ningú res, probablement **no t'interessi tant** com et pensaves.

## #2 – Enllaços a través de contingut

Pel que fa als enllaços a través de contingut, la idea és **crear contingut rellevant per aconseguir backlinks**. En el nostre cas, haurem de desenvolupar contingut de valor per als nostres usuaris, **un contingut que motivi** a compartir-lo i a enllaçar-lo des de sites externs.

Podem combinar posts **més informatius** i d'altres que busquin més la **viralitat** per calibrar resultats.

### Exemples de posts informatius:

- Com triar la mida del meu anell (i adjuntar una guia de talles, informació molt útil i enllaçable).
- Quines joies regalar per Sant Valentí.
- Guia de regals de Nadal per a la teva sogra (el típic regal que costa de trobar).

### Exemples de posts virals:

- 10 anells de pel·lícula (repàs a 10 anells xulos que hagin aparegut a la història del cinema).
- Proposicions de matrimoni difícils de creure (post explicant peticions de mà rares: en directe a la televisió, en un concert...).
- Les joies de les famoses que van desfilars als Globus d'Or.

Amb aquest tipus de continguts, aconseguirem **no només visites sinó també enllaços**.

Una bona font d'inspiració que ens pot donar pistes sobre quins continguts fer són **els diaris**. Els diaris viuen de les visites, de les URLs compartides a xarxes socials o en apps com Whatsapp o Telegram... És per això que **acostumen a innovar en tot tipus de formats de notícia**: Top 10s, titulars tipus "el que passa a continuació et sorprendrà"... I sens dubte t'ajudaran a **detectar quines són les tendències** en matèria de continguts.

A part de com aconseguir els enllaços de contingut, pensem també en **la freqüència amb què els adquirim**.

Recordem que la freqüència d'adquisició d'enllaços ha de ser estable per no cridar massa l'atenció dels cercadors, o sigui que cal establir un **pla incremental moderat**.

Podem començar amb 5 enllaços al mes d'una autoritat normal (20-30/100) i anar incrementant **tant el nombre d'enllaços com la seva autoritat** cada 2-3 mesos.

Pensem en el que **és la naturalitat** a la web:

- Llances una pàgina
- La gent la coneix
- T'enllacen pàgines de reputació mitjana-baixa
- Et vas fent popular amb el temps
- T'enllacen pàgines de reputació mitjana-alta
- Et coneix molta més gent
- T'enllacen pàgines de reputació alta

Aquest seria un pla natural, i el que hem d'evitar és precisament començar pel final:

- Llances una pàgina
- T'enllacen pàgines de reputació alta
- La gent et coneix

A ulls d'un cercador, el fet d'aconseguir enllaços molt bons poc després de llançar la nostra pàgina serà **sospitós de no natural**. De manera que la nostra estratègia hauria de ser sempre **incremental**.

I fins aquí arriba el nostre eBook sobre com fer linkbuilding amb èxit. Com pots veure, és simplement qüestió de **posar-hi cap** i de no ser impacient.

T'animeu a que posis en pràctica els nostres consells i que **comparteixis aquest ebook** amb tot aquell a qui consideris que li pot interessar.