

KEYWORD RESEARCH · B2B

Cómo hacer Keyword Research en B2B Industrial

Por qué el volumen de búsqueda no lo es todo
y cómo construir un mapa de keywords alineado
con el ciclo de compra industrial

EL ERROR MÁS FRECUENTE

Filtrar keywords por volumen en B2B industrial

✘ Enfoque incorrecto

- Abrir la herramienta y filtrar > 500 búsquedas/mes
- Descartar todo lo de bajo volumen
- Optimizar para términos genéricos de alto tráfico
- Atraer visitas masivas sin intención de compra real

✓ Lo que realmente importa

- ✓ Intención de búsqueda del profesional técnico
- ✓ Especificidad técnica de la nomenclatura
- ✓ Posición en el ciclo de compra B2B
- ✓ Competencia real en la SERP (no en la herramienta)

Una empresa B2B industrial no necesita 100.000 visitas/mes — necesita ser encontrada por el responsable de compra exacto.

Según la fase del ciclo de compra B2B industrial

01 · DESCUBRIMIENTO

Keywords de Problema o Síntoma

El usuario identifica su problema. No busca un producto todavía. Valor: autoridad de marca y primer contacto.

Ejemplos de búsqueda:

«causas fallo prematuro rodamientos»

«cómo reducir consumo aire comprimido»

«normativa equipos a presión España»

Intención informativa

02 · EVALUACIÓN

Keywords de Solución o Tecnología

El usuario compara tecnologías y enfoques. Busca argumentos técnicos para justificar la decisión.

Ejemplos de búsqueda:

«variador frecuencia vs arrancador suave»

«filtración membrana vs convencional»

«visión artificial control de calidad»

Intención comparativa

03 · SELECCIÓN

Keywords de Proveedor o Producto

El usuario sabe lo que necesita. Busca proveedor, referencia técnica o condiciones de compra. Máxima intención.

Ejemplos de búsqueda:

«proveedor válvulas ATEX España»

«ficha técnica rodamiento FAG 6205-2Z»

«distribuidor Siemens Barcelona»

Intención transaccional

5 pasos para construir un keyword research industrial sólido

01

Entrevistas internas

Equipo comercial, técnicos de preventa y clientes actuales. Captura el vocabulario real del sector antes de abrir ninguna herramienta.

02

Mapa de temas por fase

Organizar los temas por categoría y fase del ciclo de compra. Produce el esquema que guiará la búsqueda de keywords.

03

Herramientas SEO con inputs técnicos

Ahrefs/Semrush con términos específicos extraídos de entrevistas. KD <20 = oportunidad real en B2B industrial.

04

Validación con GSC

Posiciones 6-20 = victorias rápidas. Impresiones sin clic = problema de meta. Términos no cubiertos = gap de contenido.

05

Análisis de competencia en SERP

¿El contenido que posiciona es genérico o técnico? En industria española, el nivel medio es bajo: una ventaja competitiva real.

Cómo evaluar y priorizar keywords en entorno industrial

Dificultad de Keyword (KD)

KD < 20

En B2B industrial, una KD inferior a 20 es una oportunidad real, incluso con volumen bajo. La competencia de contenido técnico especializado es generalmente menor que en mercados de consumo.

Tip: Analiza las páginas del top 5 manualmente, no solo el dato de la herramienta.

Variantes de nomenclatura

3 registros

En industrial, el mismo concepto tiene varias denominaciones: marca registrada vs nombre genérico, abreviatura técnica vs nombre completo, español vs anglicismo técnico.

Tip: Cubre los 3 registros: fabricante, distribuidor y usuario final de planta.

Intención de la SERP

¿Blog o producto?

Si hay artículos de blog en el top 5, el término admite contenido editorial. Si solo aparecen páginas de producto o e-commerce, necesitas otro tipo de página.

Tip: La intención de SERP define el formato de contenido, no solo el texto.

Potencial comercial

Ciclo de compra

Las keywords de selección de proveedor tienen prioridad sobre las de descubrimiento desde la perspectiva de conversión. Prioriza lo que convierte, no solo lo que atrae tráfico.

Tip: Una ficha de producto bien optimizada puede superar en ROI a un artículo de 2.000 palabras.

Keywords de número de pieza y referencia técnica

¿Por qué son las más ignoradas y más valiosas?

→ **Intención de compra máxima:** El usuario ya tiene la referencia, sabe lo que quiere y tiene presupuesto asignado.

→ **No investigan:** Cuando buscan «rodamiento FAG 6205-2Z» ya tomaron la decisión de compra.

→ **Más ignoradas por el sector:** Casi ningún competidor crea fichas técnicas optimizadas con la referencia exacta.

→ **Mayor ROI por esfuerzo:** Optimizar la URL, el H1 y el title con la referencia exacta puede generar leads directos.

Estructura de URL óptima:

`/catalogo/[familia]/[referencia-exacta]`

Ejemplos de búsqueda:

 rodamiento FAG 6205-2Z

 filtro Baldwin BT839

 ficha técnica compresor tornillo 75 kW

 variador Danfoss VLT 2.2kW ficha

Las 4 variables para ordenar el listado final de keywords

1

Potencial comercial

¿A qué fase del ciclo corresponde? Selección > Evaluación > Descubrimiento desde el punto de vista de conversión directa.

Alta prioridad

2

Dificultad real en SERP

No el KD de la herramienta: el análisis manual de las páginas que posicionan. En industrial, un KD de 30 puede ser superable con contenido técnico de calidad.

Análisis manual

3

Alineación con catálogo

Las keywords que se pueden vincular a páginas de producto o servicio existentes generan más conversión que las que solo alimentan contenido de blog.

Prioriza páginas producto

4

Volumen de contenido necesario

Priorizar en fases iniciales las keywords que se resuelven con fichas de 400 palabras vs artículos de 2.000. Mayor ROI a corto plazo.

ROI a corto plazo

Clasificación estratégica del contenido B2B industrial

Fase del ciclo	Tipo de contenido	Formato	Ejemplo de keyword
Fase 1 · Descubrimiento	Informacional / guía técnica	Blog post, guía	«normativa directiva equipos a presión»
Fase 1 · Descubrimiento	Normativa / conceptos	Artículo técnico	«causas fallo rodamientos industriales»
Fase 2 · Evaluación	Comparativa de tecnologías	Comparativa blog	«variador frecuencia vs arrancador suave»
Fase 2 · Evaluación	Casos de uso técnico	Caso de uso	«visión artificial control calidad línea»
Fase 3 · Selección	Ficha de producto/categoría	Página de producto	«proveedor válvulas ATEX España»
Fase 3 · Selección	Referencia técnica exacta	Ficha de producto	«rodamiento FAG 6205-2Z»



En España, el nivel técnico del contenido que posiciona actualmente en sectores industriales es bajo — una ventaja competitiva real para quien lo aprovecha.

Respuestas directas sobre keyword research en B2B industrial



¿Cuántas keywords debería trabajar una empresa industrial?

No hay un número fijo. Lo importante es cubrir las tres fases del ciclo de compra con contenido adecuado para cada una. Mejor 30 keywords bien trabajadas que 200 sin estrategia de contenido.



¿Sirven Ahrefs o Semrush para el keyword research en B2B industrial?

Sí, pero con matices. Los datos de volumen en nichos técnicos suelen estar subestimados o ser inexistentes. Úsalas como punto de partida, no como criterio definitivo. La ausencia de datos no significa ausencia de demanda.



¿Debo usar los términos técnicos del fabricante o los del usuario final?

Los dos. Los tres registros (fabricante, distribuidor y usuario de planta) se buscan en Google por personas distintas. El mapa de keywords debe cubrirlos todos con variantes en el contenido.



¿Con qué frecuencia hay que actualizar el mapa de keywords?

Revisión trimestral en sectores con innovación tecnológica activa. Anual como mínimo en sectores más estables. Siempre tras cambios de catálogo o normativa del sector.

Conclusión clave

Lo que encuentres en la investigación determina todo lo que viene después

El keyword research en B2B industrial no es una fase preliminar: es la decisión estratégica que determina qué contenido se crea, qué páginas se optimizan y qué clientes se capturan.

seoinhouse.es | Agencia SEO para empresas B2B industriales