

GUIA SEO PARA EMPRESAS INDUSTRIALES B2B

Captacion de leads tecnicos con SEO,
contenido especializado y visibilidad en IA generativa

SEO In House · seoinhouse.es · Edicion 2025-2026

Indice de contenidos

INTRODUCCION	Por que el marketing B2B industrial necesita una estrategia diferente
MODULO 1	Keyword research: del problema tecnico al lead cualificado
MODULO 2	Arquitectura web en silo para B2B industrial
MODULO 3	HTML vs PDF: por que el PDF te esta quitando leads
MODULO 4	E-E-A-T en webs industriales: como demostrar autoridad tecnica
MODULO 5	Como escribir un caso de uso tecnico que rankee y convierta
MODULO 6	Actualizar vs publicar: gestion del contenido tecnico industrial
MODULO 7	GEO: visibilidad en IA generativa para empresas industriales
ANEXO A	Matriz de 18 keywords industriales por fase del ciclo de compra
ANEXO B	Mapa de interlinking del cluster B2B industrial
ANEXO C	Benchmarking: presencia digital de webs industriales espanolas
CIERRE	Plan de accion a 90 dias y contacto con SEO In House

INTRODUCCION

Por que el marketing B2B industrial necesita una estrategia diferente

El canal digital ha redefinido como las empresas industriales buscan y seleccionan proveedores. Esta guía describe el metodo que aplicamos en SEO In House.

60-80%	3,2	70%
del proceso de compra B2B ocurre antes del primer contacto	decisores participan de media en una compra industrial	compradores B2B empiezan en Google, no en ferias

El comprador industrial ha cambiado

Hace quince años, el proceso de selección de un proveedor industrial comenzaba en una feria sectorial o con una llamada de un comercial. Hoy empieza en Google. El responsable de compras teclea un problema y evalúa opciones antes de hablar con nadie.

Si tu empresa no aparece en ese proceso de búsqueda inicial, no existe en la lista del comprador. Da igual el producto, el precio o el equipo comercial.

El problema del marketing generico en industrial B2B

Las estrategias diseñadas para B2C no funcionan en entornos industriales B2B. El ciclo de compra es mas largo, los decisores son multiples y la relevancia tecnica del contenido es determinante.

Que encontraras en esta guía

- **Modulos 1-2:** Estrategia: keywords industriales y arquitectura web para el ciclo de compra B2B.
- **Modulos 3-4:** Contenido: fichas tecnicas HTML vs PDF, y como demostrar autoridad E-E-A-T.
- **Modulos 5-6:** Produccion: casos de uso tecnicos y gestion del contenido existente.
- **Modulo 7:** IA generativa: como aparecer en ChatGPT, Perplexity y Google AI Overviews.
- **Anexos A-C:** Matriz de keywords, mapa de interlinking y benchmark de webs industriales espanolas.

MODULO 1

Keyword research para empresas industriales

Identificar las palabras clave correctas en B2B industrial no es buscar volumen. Es mapear el lenguaje del comprador tecnico en cada fase de su proceso de decision.

El error mas comun en keyword research industrial

La mayoría de empresas industriales construyen su estrategia alrededor del lenguaje interno que usan para describir sus productos. Ese vocabulario tecnico interno rara vez coincide con las búsquedas reales de los compradores.

Un fabricante de sistemas de filtracion puede describir su producto como 'sistemas de microfiltracion tangencial de membrana ceramica'. Su cliente potencial busca 'filtro para liquidos viscosos alimentarios'. La distancia entre ambos vocabularios es la distancia entre ser encontrado y ser invisible.

Principio fundamental

En B2B industrial, una keyword con 30 busquedas mensuales puede representar un contrato de 80.000 euros/ano. El objetivo no es maximizar trafico, sino maximizar relevancia del trafico.

Las 3 fases del ciclo de busqueda industrial

FASE 1 - Exploracion del problema

El comprador identifica que tiene un problema pero no sabe la solucion. Busca sintomas: 'como reducir mermas en linea de envasado'. Contenido adecuado: articulos tecnicos explicativos.

FASE 2 - Evaluacion de soluciones

Conoce las categorias de solucion y evalua opciones. Busca tipos de producto o tecnologia: 'comparativa sistemas automatizacion envasado'. Contenido adecuado: guias comparativas, fichas tecnicas HTML.

FASE 3 - Seleccion de proveedor

Ha decidido la solucion y busca quien se la da. Busca empresa + ubicacion + producto especifico. Contenido adecuado: paginas de servicio, casos de exito.

Proceso de keyword research en 5 pasos

PASO	DESCRIPCION
1. Inventario de problemas	Entrevista a tu equipo comercial: que problemas describen los clientes en el primer contacto? Esas frases son keywords potenciales de Fase 1.
2. Analisis de competidores digitales	Identifica que empresas aparecen en las busquedas de tu sector. Pueden ser portales sectoriales o distribuidores, no solo tus competidores directos.
3. Expansion con herramientas SEO	Usa SE Ranking, Semrush o Ahrefs para expandir cada termino semilla. Filtra por intencion: informacional a blog; comercial a paginas de servicio.

4. Validacion por valor del lead	En B2B industrial, muchas keywords tienen volumen 10-50 pero intencion de compra muy alta. No descartes ninguna por volumen bajo sin evaluar el valor potencial del lead.
5. Mapeo a URL	Cada cluster tematico de keywords debe mapearse a una URL especifica. Nunca dos paginas compitiendo por el mismo grupo de keywords.

Artículo completo — Keyword research para empresas industriales B2B: seoinhouse.es/investigacion-palabras-clave-empresas-industriales/

MODULO 2

Arquitectura web en silo para B2B industrial

La forma en que organizas las paginas de tu web determina si Google puede entender de que sector eres experto. Un silo bien construido concentra la autoridad tematica donde mas importa.

Estructura recomendada para web industrial B2B

NIVEL	FUNCION Y EJEMPLO
Nivel 0 - Home	Pagina raiz. Enlaza a los silos principales. No intenta rankear por keywords especificas de producto.
Nivel 1 - Pilar page	Una por cada area de negocio principal. Ejemplo: /sistemas-filtracion-industrial/. Apunta a todas las paginas del silo.
Nivel 2 - Producto/servicio	Una por cada producto o servicio especifico dentro del silo. Enlaza a la pillar y a articulos relacionados.
Nivel 3 - Blog tecnico	Articulos que responden preguntas de Fase 1 y Fase 2. Enlazan hacia las paginas de producto relevantes.
Paginas de soporte	Casos de exito, fichas tecnicas, FAQ tecnica. Se vinculan horizontalmente dentro del silo.

Reglas de interlinking en silo industrial

- Cada pagina del silo enlaza hacia la pillar con texto ancla que incluye la keyword principal del silo.
- La pillar enlaza hacia todas las paginas de producto/servicio, pero no hacia articulos de blog directamente.
- Los articulos de blog enlazan hacia paginas de producto relevantes y hacia la pillar.
- No crear enlaces entre silos diferentes a nivel de pagina de producto.
- Las fichas tecnicas en PDF **no acumulan PageRank**. El contenido que debe transferir autoridad debe estar en HTML.

Una web industrial con arquitectura de silo correcta puede rankear con menos backlinks que un competidor con mas links pero arquitectura desordenada. La estructura interna es el activo SEO mas infravalorado en el sector industrial.

Articulo relacionado — Marketing industrial B2B y SEO: guia para captar leads tecnicos:
seoinhouse.es/marketing-industrial-b2b-y-seo-guia-para-captar-leads-tecnicos/

MODULO 3

HTML vs PDF: por que el PDF te esta quitando leads

El PDF es el formato por defecto de la documentacion tecnica industrial. Tambien es un agujero negro para el SEO. Aqui explicamos que hacer con el.

CRITERIO	HTML	PDF
Indexacion SEO	Alta. Google indexa y rankea HTML de forma nativa.	Parcial. Google puede indexar PDFs pero con limitaciones de autoridad.
PageRank / autoridad	Si. Los enlaces transfieren autoridad a la pagina HTML.	No acumula autoridad. Un PDF enlazado no distribuye PageRank.
Experiencia movil	Perfecta si el diseno es responsive.	Mala. Requiere descarga o visor externo.
CTA y conversion	Permite botones, formularios, chat, WhatsApp.	Sin elementos de conversion dinamicos.
Actualizacion	Instantanea desde el CMS.	Requiere regenerar el archivo y actualizar todos los enlaces.
Analytics	Datos completos: tiempo en pagina, scroll, clics.	Solo descarga contabilizada. Sin datos de lectura.
Ideal para	Paginas de producto, fichas tecnicas web, especificaciones.	Certificados, planos, documentos legales, guias como esta.

Cuando si usar PDF (y como hacerlo bien)

- Certificados de conformidad y documentos de calidad (ISO, CE, etc.).
- Planos tecnicos y documentacion de instalacion con geometria precisa.
- Contratos, condiciones generales y documentos legales.
- Whitepapers y guias disenadas para distribucion y descarga, como esta.

Articulo completo — Ficha tecnica HTML vs PDF en web industrial B2B: seoinhouse.es/ficha-tecnica-html-vs-pdf-web-industrial-b2b/

MODULO 4

E-E-A-T en webs industriales: como demostrar autoridad tecnica

Google evalua la fiabilidad del contenido tecnico con criterios de Experiencia, Pericia, Autoridad y Confianza. En B2B industrial, estos criterios son mas determinantes que en cualquier otro sector.

DIMENSION E-E-A-T	COMO DEMOSTRARLO EN WEB INDUSTRIAL
Experience - Experiencia	Demostrar que la empresa ha aplicado lo que explica. Casos de exito reales, fotos de instalaciones, testimonios verificables de clientes.
Expertise - Pericia	Credenciales del autor o del equipo. Titulaciones, certificaciones sectoriales, anos de experiencia documentados, publicaciones tecnicas.
Authoritativeness - Autoridad	Menciones en medios sectoriales de referencia. Ponencias en ferias o congresos. Backlinks desde portales industriales reconocidos.
Trustworthiness - Confianza	HTTPS activo, politica de privacidad, datos de contacto verificables, CIF visible, resenas de Google Business Profile, presencia en LinkedIn corporativo.

Las 5 senales E-E-A-T mas infravaloradas en webs industriales

- **Pagina de equipo tecnico con nombres reales y LinkedIn:** Google no confia en webs que esconden quien hay detras del contenido tecnico.
- **Certificaciones visibles con numero verificable:** ISO 9001, CE, ATEX, FDA, REACH con numero de certificado, no solo el logotipo.
- **Casos de exito con datos reales:** 'Reducimos el consumo energetico un 23% en 4 meses' es infinitamente mas valioso que 'mejoramos la eficiencia'.
- **Menciones en portales sectoriales:** Interempresas, Tecniplast, Quiminet. Un articulo de opinion con enlace construye autoridad directamente.
- **Fecha de ultima revision del contenido:** Demuestra que la informacion se mantiene al dia, senyal de fiabilidad especialmente valorada en fichas tecnicas.

Articulo relacionado — E-E-A-T: como actuara Google frente a IA: seoinhouse.es/como-actuara-google-frente-a-ia-mejora-tu-eeat-por-si-acaso/

MODULO 5

Como escribir un caso de uso tecnico que rankee y convierta

El caso de uso tecnico es el formato de contenido con mayor ROI en marketing B2B industrial. Bien estructurado, trabaja como herramienta de prospeccion, prueba de autoridad y activo SEO al mismo tiempo.

Estructura de un caso de uso tecnico SEO-optimizado

SECCION	CONTENIDO Y CRITERIO
H1 - Titulo orientado al problema	Incluye el problema especifico, el sector y el contexto tecnico. Ejemplo: 'Reduccion de perdidas de producto en llenado de liquidos viscosos: solucion con dosificacion por piston'.
Contexto tecnico (150-200 palabras)	Describe el entorno tecnico: parametros del proceso, condiciones de operacion, restricciones. Establece la relevancia semantica para busquedas tecnicas especificas.
Definicion del problema	El problema concreto, sus causas tecnicas y las consecuencias operativas y economicas. Datos cuantificables cuando sea posible.
Alternativas evaluadas	Que otras soluciones se consideraron y por que no fueron adecuadas. Esta seccion convence al comprador tecnico de que la solucion elegida fue la mejor opcion disponible.
Solucion implementada	Descripcion tecnica con especificaciones, parametros y justificacion de cada decision tecnica. Fotografias de la instalacion si es posible.
Resultados medibles	KPIs antes/despues con valores reales. Sin datos concretos, el caso de uso pierde credibilidad.
CTA especifico del caso	No 'contactanos'. Sino: 'Tienes un proceso similar? Cuéntanos los detalles tecnicos y te preparamos una propuesta preliminar sin compromiso.'

ROI del caso de uso tecnico

Un caso de uso tecnico bien posicionado sigue captando leads cualificados 3, 5 y 10 anos despues de su publicacion. Es el activo de contenido con mayor vida util en marketing industrial B2B.

Articulo completo — Como escribir casos de uso tecnico optimizado para SEO B2B:

seoinhouse.es/escribir-caso-uso-tecnico-industrial-optimizado/

MODULO 6

Actualizar vs publicar: gestion del contenido tecnico industrial

Publicar mas contenido no siempre es la mejor estrategia. Saber cuando actualizar una pagina existente es tan importante como saber que paginas nuevas crear.

Matriz de decision: actualizar vs publicar nuevo

SITUACION	ACCION RECOMENDADA
La pagina rankea para la keyword (posicion 4-20)	ACTUALIZAR: Mejorar el contenido existente para subir de posicion.
La pagina rankea pero el contenido tiene mas de 2 anos	ACTUALIZAR: Anadir datos recientes, verificar especificaciones tecnicas.
Nueva variante o nueva aplicacion del mismo producto	NUEVO: Crear una URL especifica para no canibalizar la existente.
La normativa tecnica de referencia ha cambiado	ACTUALIZAR: Actualizar cifras, anadir aviso de cambio normativo.
Queremos atacar una keyword sin URL existente en el sitio	NUEVO: La keyword necesita su propia URL para rankear.
Dos paginas compiten por las mismas keywords (canibalizacion)	FUSIONAR: Consolidar en la URL mas fuerte con 301 desde la mas debil.
Producto descatalogado pero la pagina tiene trafico	CONSERVAR + REDIRIGIR: Mantener URL, anadir nota de descatalogacion y CTA hacia el sucesor.

Lectura recomendada — Guía completa marketing industrial B2B y SEO:

seoinhouse.es/marketing-industrial-b2b-y-seo-guia-para-captar-leads-tecnicos/

MODULO 7

GEO: visibilidad en IA generativa para empresas industriales

Los modelos de lenguaje como ChatGPT, Perplexity y Google Gemini estan cambiando como los compradores B2B encuentran informacion tecnica. Estar presente en estas respuestas es el siguiente frente del marketing industrial.

40%	+3x	~0%
usuarios B2B ya usan IA generativa para busquedas tecnicas	crecimiento de trafico desde IA generativa (2024-2026)	empresas industriales espanolas con estrategia GEO activa

Los 5 factores de visibilidad GEO en B2B industrial

FACTOR GEO	POR QUE IMPORTA	ACCION CONCRETA
1. Contenido citable y verificable	Los LLMs priorizan contenido con datos especificos y verificables. Cifras de proceso, eficiencias documentadas, rangos tecnicos reales.	Anadir datos propios de benchmarking, citar normativas con numero especifico.
2. Autoridad tematica acumulada	Un dominio con 15 articulos tecnicos sobre un tema es reconocido como fuente especializada. El cluster de contenido es la base de la autoridad GEO.	Mantener y ampliar el cluster de contenido tecnico del sector.
3. Menciones externas verificables	Los LLMs se entrenan con contenido web indexado. Menciones en Interempresas o asociaciones sectoriales refuerzan la relevancia como referencia.	Estrategia de PR digital en medios sectoriales y asociaciones industriales.
4. Schema markup estructurado	El marcado semantico (Organization, Product, HowTo, FAQPage) facilita la extraccion de informacion para respuestas generativas.	Implementar JSON-LD en paginas de producto, fichas tecnicas y FAQs.
5. Formato FAQ y definicion	Los LLMs tienden a citar contenido estructurado en preguntas y respuestas directas. Las FAQs tecnicas son uno de los formatos mas efectivos.	Crear seccion FAQ tecnica en cada pagina de producto y servicio.

Articulo completo — SEO para IA: 17 estrategias para ser seleccionado por los LLM:
seoinhouse.es/seo-para-ia-17-estrategias-para-que-tu-contenido-sea-seleccionado-por-los-llm/

ANEXO A

Matriz de keywords industriales B2B por fase del ciclo de compra

18 keywords representativas clasificadas por intencion, fase, volumen estimado y tipo de contenido recomendado.

KEYWORD	INTENCION	FASE	VOL.	CONTENIDO
como reducir mermas en linea de envasado	Informacional	Fase 1	50-100	Articulo blog tecnico
causa de corrosion en tuberias industriales	Informacional	Fase 1	30-70	Articulo diagnostico
diferencia filtracion y separacion industrial	Informacional	Fase 1	20-50	Articulo explicativo
tipos de recubrimientos anticorrosion industrial	Comercial	Fase 2	40-90	Guia comparativa
sistemas de dosificacion liquidos viscosos	Comercial	Fase 2	20-60	Pagina de categoria
comparativa automatizacion envasado alimentario	Comercial	Fase 2	10-30	Guia tecnica comparativa
certificacion CE maquinaria industrial	Informacional	Fase 2	100-200	Articulo normativo
ficha tecnica bomba peristaltica industrial	Navegacional	Fase 2-3	20-50	Ficha tecnica HTML
fabricante sistemas filtracion industrial bcn	Transaccional	Fase 3	10-20	Pagina de servicio local
empresa automatizacion produccion espana	Transaccional	Fase 3	20-40	Pagina de servicio nacional
proveedor recubrimientos industriales cataluna	Transaccional	Fase 3	10-20	Landing page local
precio sistema dosificacion industrial	Transaccional	Fase 3	20-50	Pagina de producto con CTA
seo para empresas industriales	Comercial	Fase 2-3	30-60	Pagina de servicio
marketing b2b industrial espana	Comercial	Fase 2-3	20-40	Pillar page / Landing
agencia seo b2b barcelona	Transaccional	Fase 3	10-20	Landing local
como captar leads industriales online	Informacional	Fase 1	20-40	Articulo blog estrategico
estrategia contenidos empresa industrial	Informacional	Fase 1-2	30-50	Guia / Pillar content
visibilidad ia generativa empresa b2b	Informacional	Fase 1	10-30	Articulo GEO / modulo 7

ANEXO B

Mapa de interlinking del cluster B2B industrial

Arquitectura de enlaces internos recomendada para el cluster de contenido SEO industrial B2B de seoinhouse.es

FLUJO DE ENLACE	DESCRIPCION
Pillar page a Satelites	La landing /marketing-b2b/ enlaza a los 7 articulos satelite con texto ancla de keyword descriptiva.
Satelites a Pillar	Cada articulo satelite incluye al menos 1 enlace de retorno a la pillar con ancla 'marketing B2B industrial'.
Satelites entre si	Modulos relacionados se enlazan: M1 (keywords) a M2 (arquitectura); M3 (HTML/PDF) a M4 (E-E-A-T); M7 (GEO) a M4.
Esta guia PDF a web	El PDF incluye URLs directas a cada modulo web. Cada descarga dirige trafico hacia el silo.
Articulos blog a Silo	Articulos del blog de seoinhouse.es sobre temas industriales enlazan hacia la pillar o el satelite mas relevante.

ANEXO C

Benchmarking: presencia digital de webs industriales espanolas

Analisis de los patrones mas comunes detectados en webs industriales B2B del mercado espanol auditadas por SEO In House entre 2023 y 2026.

73%	89%	5%
webs industriales espanolas sin blog tecnico activo	fichas de producto solo en PDF, sin version HTML	empresas industriales con schema markup implementado

AREA ANALIZADA	HALLAZGO
Visibilidad organica	La mayoría de empresas industriales solo aparece para búsquedas con su nombre de marca. Menos del 15% tiene visibilidad para keywords comerciales sin marca.
Fichas de producto	El 89% de las fichas de producto estan unicamente en PDF. Solo el 11% tiene version HTML indexable con especificaciones tecnicas completas.
Blog tecnico	El 73% de las webs industriales no tiene blog activo o tiene menos de 5 articulos en el ultimo ano. Solo el 8% mantiene una estrategia editorial consistente.
Core Web Vitals	La mayoría de webs industriales carga en 4-8 segundos en movil. El 68% tiene un LCP superior a 4s en paginas con catalogos extensos.
LinkedIn	El 65% de las empresas industriales tiene perfil en LinkedIn pero solo el 23% publica contenido tecnico de forma regular.
Schema markup	Menos del 5% de las webs industriales espanolas tiene schema markup implementado para Product, Organization o FAQPage.
Visibilidad GEO / IA	Practicamente ninguna empresa industrial espanola aparece citada en respuestas de Perplexity o ChatGPT para queries tecnicas de su sector. Territorio completamente virgen.

PROXIMOS PASOS

Plan de accion a 90 dias

El conocimiento sin implementacion no genera leads. Aqui tienes un plan concreto para los primeros tres meses.

PERIODO	OBJETIVO	ACCIONES
Semanas 1-2	Auditoria de situacion actual	Analizar en SE Ranking que keywords posiciona tu web. Identificar fichas en PDF convertibles a HTML. Evaluar la arquitectura actual del silo.
Semanas 3-4	Keyword research y arquitectura	Aplicar el proceso de 5 pasos del Modulo 1. Definir la arquitectura de silo segun el Modulo 2. Crear el mapa de URLs objetivo con keywords asignadas.
Mes 2	Produccion de contenido	Priorizar las 3-5 paginas con mayor potencial. Convertir las 3 fichas mas buscadas de PDF a HTML. Publicar el primer caso de uso tecnico.
Mes 3	Interlinking y distribucion	Implementar la arquitectura de interlinking del Anexo B. Distribuir esta guia en 3 directorios sectoriales. Anadir schema markup en paginas nuevas.

Expectativas de resultados

Los primeros resultados visibles en keywords de cola larga llegan a los 3-4 meses. La posicion sostenida para keywords mas competitivas requiere 9-18 meses. La estrategia GEO puede generar menciones en IA en 4-8 semanas si el contenido esta bien estructurado.

Trabaja con SEO In House

Mas de 13 anos implementando estrategias de marketing digital B2B para empresas industriales en Espana. Realizamos una revision gratuita de tu web industrial que identifica los principales bloqueos de captacion de leads tecnicos.

CONTACTO

T: 653 030 694

seoinhouse.es/marketing-b2b-industrial/

Barcelona · Girona · Madrid · Bilbao

AUDITORIA GRATUITA

Analizamos tu web industrial sin coste e identificamos los 3 principales bloqueos de captacion de leads tecnicos. Sin compromiso. Respuesta en 24h.

Empieza a captar leads industriales cualificados

Solicita tu revision gratuita de web industrial. Sin compromiso. Identificamos los 3 principales bloqueos de captacion de leads tecnicos organicos en menos de 48 horas.

CONTACTO DIRECTO

T: 653 030 694

seoinhouse.es/marketing-b2b-industrial/

info@seoinhouse.es

Barcelona · Girona · Madrid · Bilbao

SERVICIOS

seoinhouse.es

Agencia SEO especializada en marketing digital B2B para empresas industriales en Espana. +13 anos de experiencia.

- | | |
|-----------------------------------|---|
| → SEO Industrial B2B | seoinhouse.es |
| → SEO para IA / GEO | seoinhouse.es |
| → Marketing B2B Industrial | seoinhouse.es |
| → Google Ads / SEM | seoinhouse.es |
| → LinkedIn Marketing B2B | seoinhouse.es |
| → Auditoria SEO Web | seoinhouse.es |

ESCANEA O VISITA

**www.seoinhouse.
es**

seoinhouse.es/contacto/

Twitter / X: [@seoinhouse_bcn](https://twitter.com/seoinhouse_bcn)

© 2025-2026 SEO Y MARKETING DIGITAL, S.L. · SEO In House · Todos los derechos reservados · seoinhouse.es