

# LINK BUILDING RESPETUOSO: LA VERDADERA EFECTIVIDAD

COSTANZA MARTÍN

# ¡BIENVENID@S!

GRACIAS POR SUMARSE

GRACIAS A LATINAS EN SEO

# PREGUNTA #1

# ¿QUÉ TIENEN QUE VER EL LINK BUILDING Y EL RESPETO?



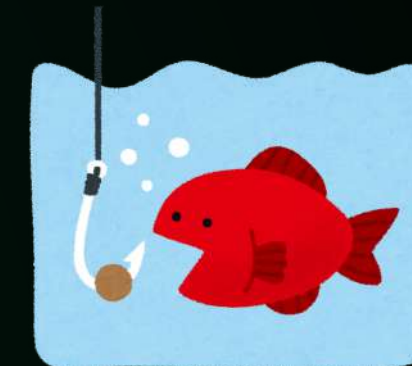
**¿POR QUÉ  
HAY QUE  
ACLARARLO?**



# PREGUNTA #2

# ¿POR QUÉ “VERDADERA” EFECTIVIDAD?

¿POR QUÉ  
"VERDADERA"  
EFECTIVIDAD?



*Click  
Bait Alert*



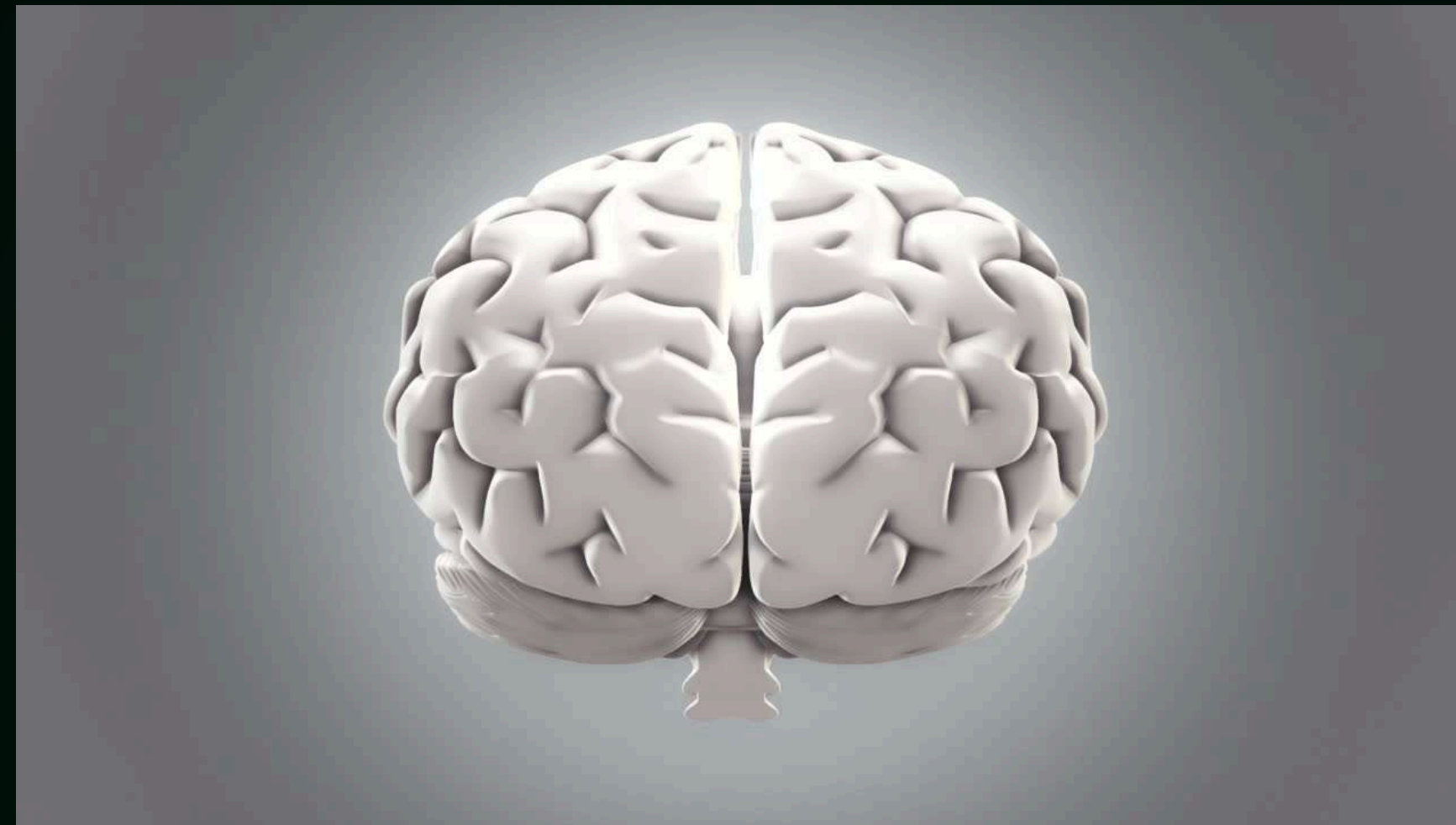
# LA IDEA SURGIÓ DE UNA EXPERIENCIA

# VOLVÍ A HACER LINKS SEMI-ORGÁNICOS

**RECORDÉ ESE MUNDO  
EN EL CUAL SER RESPETUOSA  
ERA LO MÁS EFECTIVO.**

**MI PREGUNTA FUE:**

**¿CÓMO PODEMOS TRAER ESE RESPETO  
-Y SU EFECTIVIDAD-  
AL LINK BUILDING DE ESTOS DÍAS?**



ELONGUEN EL CEREBRO



# Costanza Martín

LINK BUILDER DESDE 2014

- Fundé y dirijo Bambú  
bambulatam.com

**bambú**

- Experiencia brindando enlaces para varias de las mayores empresas de América Latina (y también para pequeños proyectos).
- Speaker en SEO Day y SEO Camp 2019 y en #Indexadas2024.
- Pasé varios años sin pagar por links.



# QUÉ ES LINK BUILDING

1

## Definición

Proceso de varias etapas\* mediante el cual se obtienen para un dominio (o algunas de sus URLs), enlaces en otros sitios web que son beneficiosos para su posicionamiento orgánico.

\*Etapas:

### Estratégica

- Análisis de keywords y sus SERPs.
- Optimización de los contenidos/URLs a linkear.

### Outreach

- Prospectar en qué sitios sería genial tener un link.
- Ingeniárselas para conseguirlos.



**LINK BUILDING**  
**=**  
**ESTRATEGIA**  
**+**  
**OUTREACH**

**LINK BUILDING**

=

**ESTRATEGIA**

+

**OUTREACH**

 *HA CAMBIADO  
MUCHO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS*

# QUÉ ES LINK BUILDING

2

## Micro-Historia

 **INDEXADAS** | 2024

- Siempre fue un importante factor de ranqueo.
- La regla general siempre fue la misma: “No falsear los resultados de búsqueda con links artificiales”.
- Las formas de romper esa regla van cambiando según lo que funciona. Siempre hubo y habrá “links de baja calidad”.
- Pero hubo épocas donde se construían los enlaces, en general, sin pagar.
- Con la llegada de los marketplaces de links, se hizo casi imposible no-comprar y hacer link building y outreach cambió mucho.

# QUÉ ES LINK BUILDING



2

## Micro-Historia

 **INDEXADAS** | 2024

- **Antes:**
  - Se investigaba el sitio y se pensaba: ¿qué le puedo ofrecer a cambio de un enlace?
  - Se conversaba bastante con cada medio.
  - Se escribían contenidos muy esmerados.
  - Se daba más por sentado que el link building llevaba tiempo y la cercanía con la estrategia era mayor.
  - El impacto de cada link era mucho más visible.

# QUÉ ES LINK BUILDING

2

## Micro-Historia

 **INDEXADAS** | 2024

- **Post Marketplaces:**

- Hacer Link Building pasó a ser:
  - Escribirle a sitios para preguntar cuánto cobran. ó...
  - Entrar a un marketplace de links, filtrar por precio y métricas y comprar los más baratos.
- Outreach se alejó de la estrategia.
- El impacto de cada link se diluyó abismalmente.

**ESTO GENERA  
MUCHA CONFUSIÓN**

**LINK BUILDING**

**=**

~~**ESTRATEGIA**~~

**+**

**OUTREACH**

**OUTREACH**

**=**

**CONTACTO MASIVO**

**AUTOMATIZACIÓN**

**SPEECH GENÉRICO: "¿CUÁNTO COBRÁS"**



**LINK BUILDING**

**=**

~~ESTRATEGIA~~

**+**

~~OUTREACH~~

**COMPRAR!!!**

**LINK BUILDING**

=

~~ESTRATEGIA~~

+

~~OUTREACH~~

**COMPRAR!!!  
LOS MÁS BARATOS!!!!**



LINK BUILDING

**TODO ESTO = CORROMPE**

**EL LINK BUILDING**

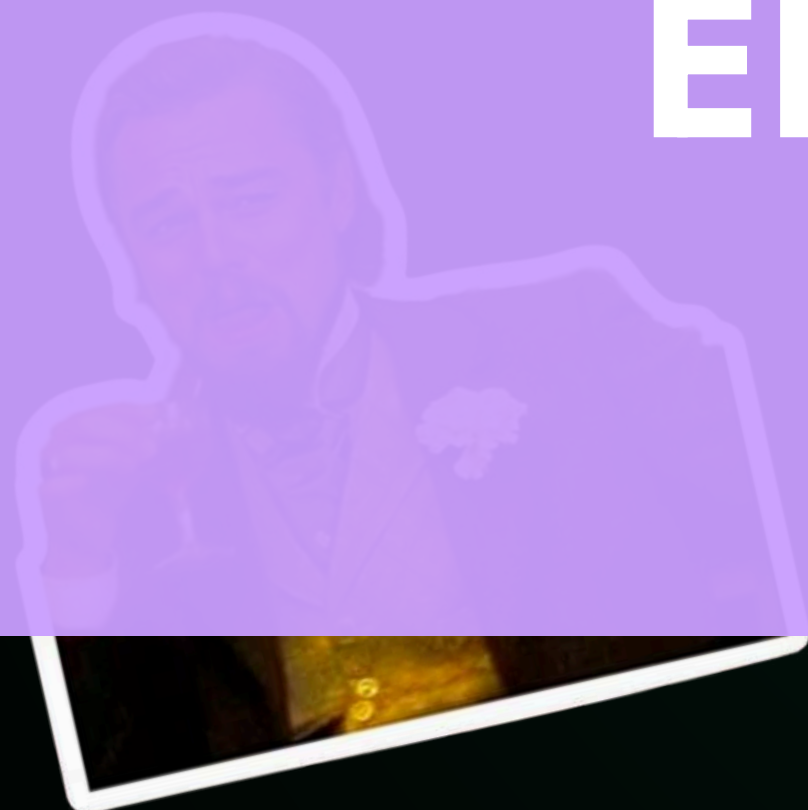
ESTRATEGIA

OUTREACH

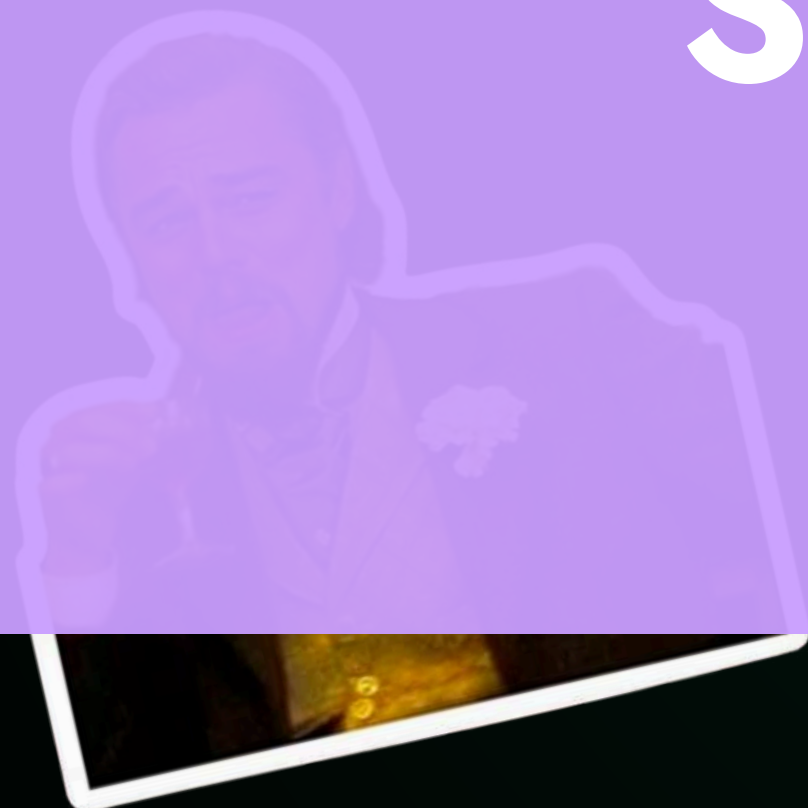
COMPRAR!!!

LOS MÁS BARATOS!!!!

LOS MÁS

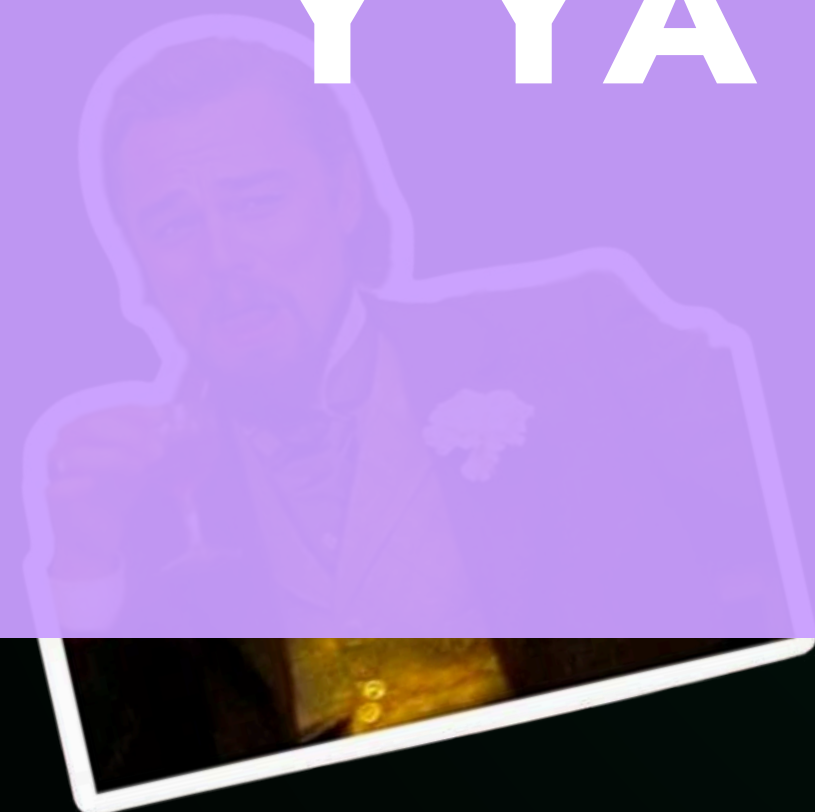


LINK BUILDING  
**LOS MARKETPLACES  
SON BRILLANTES**  
...COMERCIALMENTE



ESTRATEGIA  
OUTREACH  
COMPRAR!!!  
LOS MÁS BARATOS!!!!

LINK BUILDING  
**PARA EL SEO=NO TANTO...**  
**Y YA SE ESTÁ NOTANDO.**



ESTRATEGIA  
+  
OUTREACH  
COMPRAR!!!  
LOS MÁS BARATOS!!!!

LINK BUILDING

# LOS ÚLTIMOS CORE UPDATES HICIERON ESTRAGOS

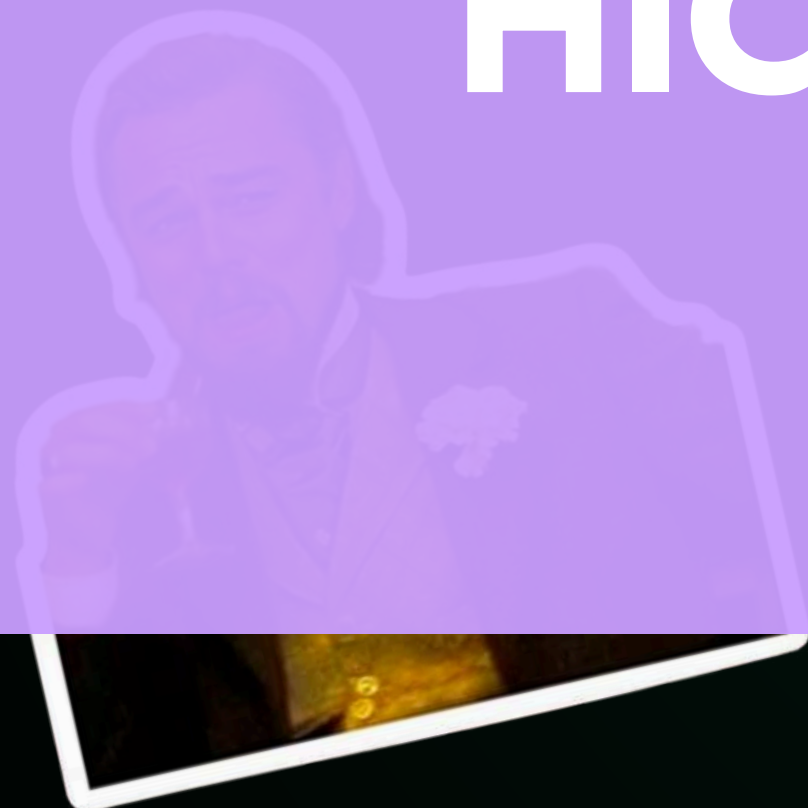
ESTRATEGIA

OUTREACH

COMPRAR!!!

LOS MÁS BARATOS!!!!

LOS MÁS



**PREGUNTA:**  
**¿CÓMO SE VUELVE  
DE ESTO?**



**PREGUNTA:**  
**¿CÓMO HACER UN**  
**LINK BUILDING**  
**RESPETUOSO Y**  
**REALMENTE**  
**EFFECTIVO?**



**RESPUESTA POSIBLE:  
RESPETANDO  
A TODAS LAS PARTES  
IMPLICADAS**

# PARTES IMPLICADAS EN EL LINK BUILDING

- 1 | **Cliente/Empresa (Dominio)**
- 2 | **Medios / Blogs / Sitios**  
Y sus audiencias
- 3 | **Link Builders**
- 4 | **Internet en sí misma (Calidad de la Red)**

# ¿CÓMO RESPETAR A CADA PARTE?

## 1 | Cliente/Empresa (Dominio)

Cuidar la marca, el dominio, el presupuesto.

Ayudarle a que no invierta mal por desinformación, alineando:

- Expectativas
- Presupuesto
- Estrategia\*

\*No siempre lo orgánico es la mejor opción.

- Informarle las distintas opciones con sus posibles consecuencias (y tiempos esperados). Y tomar una decisión en conjunto.

# ¿CÓMO RESPETAR A CADA PARTE?

## 1 | Cliente/Empresa (Dominio)

Cuidar la marca, el dominio, el presupuesto.

- Nunca link building sin estrategia (explicar la importancia).
- Nunca link building sin sitio optimizado.
- Balance entre lo ideal y lo posible.

# ¿CÓMO RESPETAR A CADA PARTE?

2

## Medios / Blogs / Sitios que enlazan

- Ponernos en su lugar. No sólo pensar en nuestro beneficio.
  - No regatear de más.
  - Ponernos en su lugar.
  - Leer el sitio al escribir el contenido.
- Aportar a que sean conscientes del impacto SEO de los enlaces que venden y cómo.

Exok

### A su audiencia:

- Contenidos mínimamente útiles.
- Coherencia entre sitio - contenido - anchor - link de destino.

# ¿CÓMO RESPETAR A CADA PARTE?

## 3 | Link Builders

(Dirigido a quienes nos contratan).

- Entender que lleva tiempo.
- Para resultados rápidos, ir a otras áreas del marketing.
- Si no comprenden lo que sucede, mejor preguntar antes de asumir.
- Estos tres elementos no pueden suceder al mismo tiempo: **calidad, cantidad, rapidez**. Mucho menos si el presupuesto es limitado.

# ¿CÓMO RESPETAR A CADA PARTE?

4

## Internet en sí misma

- Sostenibilidad.
- Calidad de los contenidos.
- ¿Qué pasaría si siempre pensáramos y nos comunicáramos con respeto?

# “CONCLUSIONES”



**RESPETAR A TODAS LAS PARTES  
PRODUCE UN ALINEAMIENTO  
QUE MEJORA EL RENDIMIENTO  
EN TODOS LOS PASOS DEL  
PROCESO.**

**CON LOS CAMBIOS  
(IMPREDECIBLES)  
QUE SE VIENEN EN  
LOS MÉTODOS DE BÚSQUEDA...**

**PUEDE SER UNA BUENA BRÚJULA  
PARA QUE NUESTRAS ACCIONES  
SEAN A PRUEBA DE CAMBIOS.**

## EJEMPLO #1:

Corregir las expectativas de un cliente (respetando su presupuesto) evita que haya inversiones que se suspenden abruptamente, lo que echa a perder la inversión entera.

## EJEMPLO #2:

Si vamos a pagar por un enlace, no buscar siempre el precio más bajo, promueve la calidad por encima de la cantidad.

Los enlaces -a nivel SEO- también valerían más.

## EJEMPLO #3:

Respetar la audiencia del Medio/Blog/Sitio nos acerca a las Directrices de Google, haciendo nuestras publicaciones más “orgánicas”.

## EJEMPLO #4:

Demorar un poco más en la estrategia de link building (por respeto a todas las partes) nos hace más a prueba de Core Updates.



**PERO HASTA  
ACÁ LLEGO YO...**

**MI IDEA ES QUE LO  
PENSEMOS COMO  
COMUNIDAD!**

¿Te interesa que  
hablemos del  
tema?

[cmartin@bambulata.com](mailto:cmartin@bambulata.com)

 [/in/costanzamartin](https://www.linkedin.com/in/costanzamartin)



# ¡GRACIAS!

[cmartin@bambulata.com](mailto:cmartin@bambulata.com)

 [/in/costanzamartin](https://www.linkedin.com/in/costanzamartin)

