

Mapa de palabras clave por intención de compra

Organiza tus keywords por intención y deja de mezclar curiosos con compradores

No todas las búsquedas valen lo mismo. Quien teclea 'qué es' está lejos de comprar; quien teclea 'precio' o 'cerca de mí' está listo. Esta plantilla clasifica tus palabras clave por intención para que pongas el presupuesto donde está el dinero. Copia la estructura y llénala con tu negocio.

Las cuatro intenciones

- Informativa: la persona investiga, todavía no compra ('cómo funciona', 'qué es').
- De comparación: ya evalúa opciones ('mejor', 'vs', 'opiniones', 'cuál elegir').
- Transaccional: lista para actuar ('precio', 'cotizar', 'comprar', 'contratar').
- Local o inmediata: quiere ya y cerca ('cerca de mí', 'en Bogotá', 'a domicilio').

Plantilla para copiar

Copia este bloque y reemplaza con tus términos. Una fila por keyword:

- Keyword | Intención | Concordancia | Prioridad | Landing destino
- instalacion paneles solares precio | Transaccional | Frase | Alta | /cotizar
- mejores paneles solares colombia | Comparacion | Frase | Media | /comparativa
- como funcionan los paneles solares | Informativa | Amplia + negativas | Baja | /blog
- paneles solares cerca de mi | Local | Exacta | Alta | /contacto

Ejemplo aplicado: clínica dental

Así se vería el mapa para un servicio de implantes dentales en Medellín:

- Transaccional: 'precio implante dental medellin', 'cuanto cuesta un implante' (presupuesto alto).
- Comparación: 'mejor clinica de implantes medellin', 'opiniones implantes dentales'.
- Informativa: 'duele un implante dental', 'cuanto dura un implante' (solo si tienes blog).
- Local: 'implantes dentales cerca de mi', 'odontologo implantes el poblado'.

Cómo asignar el presupuesto

- 70% del presupuesto a intención transaccional y local: ahí está la conversión.
- 20% a comparación: capturas a quien ya está decidiendo.
- 10% o cero a informativa: solo si tienes contenido y estrategia de remarketing.
- Cada intención debería ir en su propio grupo de anuncios con su propio mensaje.

Mensaje por intención

El anuncio debe hablarle a la etapa del usuario. No le pidas comprar a quien apenas investiga.

- Transaccional: precio, garantía, 'cotiza hoy', urgencia.
- Comparación: diferenciadores, reseñas, '4.9 estrellas', confianza.
- Informativa: educación, descarga de guía, captura de correo.
- Local: dirección, horario, 'a domicilio', botón de llamada.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com