

Tendencias SEO 2017: ¡Conoce qué predicen los expertos!

martes, 10 de enero de 2017

En SEO, como en cualquier otra rama del marketing digital, no te puedes quedar quieto. Lo que ayer dabas por sentado, hoy puede ser algo perimido, y lo que parecía improbable o lejano puede ser una realidad. ¡Lo único que siempre permanecerá inalterable es brindar contenido de valor!

Investigamos qué dicen los expertos en SEO para este 2017, y te contamos las 5 tendencias más importantes. El factor en común será la experiencia del usuario, ya sea en la obtención de una respuesta correcta, la rápida navegabilidad o la seguridad.

1. Los datos estructurados siguen a la vanguardia

Google se obsesiona en intentar comprender las necesidades del usuario, y brindar una respuesta acorde. Lejos han quedado los tiempos donde analizaba el texto de las páginas web, y devolvía el mejor resultado para una búsqueda del usuario, sin importarle ni comprender cabalmente de qué trataba el asunto.

Tal vez no conozcas su nombre, pero seguro has interactuado con los Google Rich Answers, o respuestas enriquecidas. Sucede cuando el buscador devuelve la información solicitada, antes de brindar el resto de los resultados.

Si bien no hay una forma específica de marcar dentro de tu web un texto para que aparezca en las respuestas, incluir datos estructurados es un excelente consejo. ¿Qué es esto te preguntarás? Es una forma de indicarle a los buscadores información adicional al artículo, o bien como diría nuestra profesora del colegio, agregarle semántica a tu web. En este caso en particular, como curiosidad te contamos que el editor agregó información del tipo “receta”, que sin duda ha contribuido para aparecer en el resultado como se muestra en la imagen. Si quieres saber más de datos estructurados puedes leer aquí

2. Carga de páginas en móviles al instante

Tal vez hayas visto en los resultados de tu móvil la sigla AMP, y ¡te hayas preguntado por qué aparece una y otra vez! Son las iniciales de “Accelerated Mobile Pages”, que es un conjunto de técnicas de programación que permite cargar páginas web priorizando la velocidad, ofreciendo de esta manera una experiencia más rápida al usuario al devolver la información casi al instante.

Como puedes observar en la imagen, Google informa frente a la búsqueda “Mundial 2018” en Android, un carrusel con las notas más relevantes, que cumplen justamente el protocolo AMP, lo que les brinda esta predominancia.

Este formato es ideal para todos los tipos de contenido web estático, como noticias, recetas, carteleras de cine, páginas de productos, reseñas, blog, etc. La necesidad de acelerar la web está fundamentada por su impacto en la experiencia de navegabilidad, siendo que el 40% de los usuarios abandona los sitios web que tardan más de 3 segundos en cargarse. Si quieres AMPplificar tu web (Recuerda, ¡AMPlify es el nuevo verbo de moda!), te recomendamos que empieces (o que le digas a tu equipo de programadores) aquí

Los casos de éxitos de implementación de AMP se suman uno tras otro, como el del Washington Post, que aumentó un 23% los usuarios recurrentes en móviles. Google impulsa con decisión este nuevo paradigma. Si bien informa que por ahora es solo una señal para los usuarios, algunos expertos SEO anticipan que en 2017 habrá mayor favoritismo para estas páginas en los resultados de búsqueda.

3. Crecimiento de las búsquedas de voz

Según el director Ejecutivo de Google, Sundar Pichai, el 20% de las búsquedas en Mobile se realizan desde móviles, impulsados por los millennials y los nuevos «Z», más acostumbrados a comunicarse verbalmente que a tipear sus consultas.

El abanico para SEO es muy amplio. Este tipo de búsquedas suelen ser más precisas que las clásicas por teclado, como «donde hay una heladería cerca», en lugar de por ejemplo «heladerías Rosario», lo que permitirá devolver resultados cada vez más exactos para el usuario. Y en el caso de los sitios de ecommerce, aumentar sus ventas surgidas desde el tráfico orgánico.

4. Los sitios seguros continuarán su favoritismo.

Disponer de un sitio con HTTPS brinda un factor de predominancia frente a las que no lo tienen, y esta ventaja continuará, e incluso hay especialistas que afirman que se incrementará en el 2017. Google ha declarado que los usuarios se sienten más respaldados frente al candadito de «sitio seguro», por lo que brinda valor a este accionar.

5. «Dense Content»: Si es bueno y breve, dos veces bueno

Diferentes estudios acerca del comportamiento de los usuarios en la web coinciden que el decrecimiento en la atención de leer en Internet se extiende cada vez más. Los usuarios prefieren textos cortos, sintéticos, y que en pocos segundos le transmitan la información. Es decir, producir el máximo de información con la mínima cantidad de palabras.

Lejos han quedado los tiempos donde se recomendaban textos de más de 10.000 caracteres para obtener un excelente posicionamiento. La nueva tendencia del 2017, es sin duda el «dense content». Y lejos de escribir más rápido, la habilidad requerida será lograr sintetizar al máximo un saber para conformar a un lector que cuenta cada vez con menos tiempo y es más exigente.

Resumen Final de Tendencias SEO para el 2017

Uso de Fragmentos enriquecidos

Páginas que sigan protocolo AMP

Crecimiento de búsquedas por voz

Sitios que implementen HTTPS

Dense Content