



# TENDENCIAS

# SEO

-2020...

## ¿CUALES SON LAS MEJORES ESTRATEGIAS SEO PARA EL 2020?

 presente en el Search Love, uno de los congresos SEO más relevantes a nivel europeo

Celebrado en Londres

# 1 IMPLEMENTACIÓN DE DATOS ESTRUCTURADOS PARA APROVECHAR LAS BÚSQUEDAS SIN CLIC O ZERO - CLICK SEARCHERS



Actualmente, representan casi la mitad de las búsquedas totales. Tal y como anunció Rand Fishkin, es necesario determinar previamente dentro de nuestra estrategia si nos beneficia el valor de determinada **búsqueda sin tráfico**.

### EN CASO DE QUE SÍ

Debemos aprovechar su auge usando e implementando correctamente los datos estructurados que tenemos a nuestra disposición.

Por lo general, este tipo de

### BÚSQUEDAS SIN CLIC

está estrechamente relacionado con las **búsquedas por voz**, ya que estos usuarios esperan obtener una respuesta concreta y directa a una pregunta específica.

### NUESTRA ESTRATEGIA SEO

Se estima que en **2020** puedan llegar al **50%** de las búsquedas, por lo que es imprescindible tenerlas en cuenta dentro de

continúa creciendo con el aumento de los **asistentes**

### BÚSQUEDAS POR VOZ

Aunque aún está en desarrollo, la tendencia de las

## 2 CREACIÓN DE CONTENIDO LOCALIZADO PARA LA ESTRATEGIA SEO LOCAL



2



Las **opiniones generadas** por usuarios enriquecen la ficha de Google My Business y TripAdvisor.

3



La ficha de **Google My Business** cobra mucha importancia. La información debe estar actualizada correctamente y el contenido debe girar en torno al negocio y su localización.



1



Sacar el máximo beneficio consiguiendo **enlaces locales** y de calidad (que éstos sean **follow** o **no follow** no es tan relevante como en la SERP convencional) y asegurarse de que se enlaza a la web propia desde sitios que los clientes visitan.





### 3 EXTRACCIÓN DE DATOS DE VALOR PARA SABER QUÉ QUIEREN TUS USUARIOS

En los estudios de palabras clave del 2020

en adelante vamos a tener en cuenta la semántica mucho más de lo que se hacía hasta ahora. Tal y como dice Rory Truesdale, se deben explorar las **peculiaridades semánticas** de las SERP's para aprender qué es lo que quieren nuestros usuarios

Truesdale propone analizar el lenguaje de las SERP's a través de la herramienta **Jupyter Notebook**, con la que se pueden extraer los datos de valor de los resultados de búsqueda, reseñas de producto, comentarios y demás, para saber qué es lo que los usuarios están buscando.

Después de que **Google** confirmara la mayor actualización de algoritmo de la historia (**BERT**), las estrategias de palabra clave exacta han quedado atrás y lo que vemos es una apuesta clara por estudios semánticos. **BERT** procesa las palabras dentro del contexto de una oración, en lugar de palabra por palabra.

### 4 MANIPULACIÓN DE GRANDES CANTIDADES DE DATOS DE FORMA MÁS EFICIENTE CON UNA SOLA HERRAMIENTA

Una herramienta para hacernos la vida mucho más fácil.



#### JUPYTER

tiene grandes ventajas a la hora de manipular grandes cantidades de datos y nos puede ayudar a automatizar muchos procesos como

auditoría de enlaces, oportunidades de PR, análisis de log files, estudios de palabras clave o benchmark de la competencia.

#### 4 VENTAJAS QUE TIENE JUPYTER RESPECTO A EXCEL

**1 Abrir y checkear datos:** revisar diferentes documentos en una misma interfaz de forma rápida.

**2 Transparencia:** documenta y detalla todos y cada uno de los pasos que se van ejecutando.

**3 Flexibilidad y Repetición:** Los scripts son reutilizables y además, permite Regex, lo cual facilita el trabajo de algunas de las tareas SEO como la categorización de palabras clave de marca.

**4 Rapidez:** Procesa en segundos centenares de datos.





# 5 USO DE DATOS CUALITATIVOS PARA TOMAR DECISIONES CENTRADAS EN USUARIOS REALES

En la era del

## BIG DATA

podemos obtener millones de datos escalados sobre lo que hacen los usuarios, pero solo tus clientes pueden decirte qué piensan y por qué hacen lo que hacen en tu sitio web.

Al realizar una investigación cualitativa junto a la cuantitativa, podemos obtener información sobre los deseos humanos reales, las barreras y las confusiones que impulsan a nuestros clientes a tomar sus decisiones y moverse a través del

## EMBUDO DE CONVERSIÓN



4 Cuantificar estos datos posteriormente y combinar con otras fuentes de datos para tomar una decisión clara.



3 Observar realmente a nuestros usuarios para descubrir qué y cómo están buscando y moviéndose a través del embudo de conversión. No pueden faltar herramientas como **Hotjar**.



2 Hacer **preguntas** abiertas a los clientes para definir mejor la audiencia a la que dirigirse.



1 **Definir un objetivo.** Formularlo en forma de pregunta y que sea específico, enfocado y simple.



POR ELLOS, DEBEMOS REVISAR LOS PASOS PARA LLEVAR A CABO UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA CON ÉXITO

# 6 PERSUASIÓN EN LA COMUNICACIÓN CON TU TARGET PARA MEJORAS LAS CONVERSIONES

El proceso de compra de los consumidores está altamente **condicionado por la psicología**, por ello debemos mejorar la forma de comunicarnos con ellos. Si optimizamos los mensajes que mostramos al usuario a lo largo de su viaje aplicando las **6 técnicas** que recomienda Andi Jarvis, le influenciaremos de forma positiva seguro:



1 **URGENCIA** Jugar con las escalas de tiempo y generar una sensación de urgencia en el usuario con llamadas a la acción directas.



2 **AUTORIDAD** Mostrarnos como una fuente de autoridad en la industria, ya sea a través de la entidad o una persona.



3 **SIMPATÍA** Mostrar una proximidad con el usuario y con el producto o servicio que se comercializa. En el marketing de influencers es lo que mejor funciona.



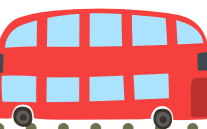
4 **PRUEBAS SOCIALES** Mostrar buenos avales para que otras personas compren sus productos a través opiniones de otros usuarios satisfechos.



5 **RECIPROCIDAD** Compensar al usuario en el proceso de compra. Ofrecer un regalo gratuito puede tener un impacto positivo en la recompra.



6 **PROPÓSITO** Vincular las compras que realizan los usuarios con la contribución a causas benéficas.



Si quieres estar también a la última sobre **performance marketing**, te recomendamos



## NUESTRA GUÍA DE TENDENCIAS SEM 2020



¡No te la pierdas!

va a seguir dándole importancia a la **semántica** en el contenido, por lo que será vital el contexto y el significado que le demos. Con la llegada de la inteligencia artificial, la tendencia de las **búsquedas sin clic** continuará siendo protagonista, ya que Google intentará ofrecernos siempre la mejor posible respuesta en el menor tiempo posible.



## GOOGLE



Podemos afirmar que, para  
2020



## CONCLUSIONES

