

## ¿El SEO ha muerto? Por Incubadora Despegue

**Llega el 2018 y la mayoría se pregunta qué ocurre con el SEO. ¿Algo ha cambiado en el posicionamiento orgánico en estos años?**

Llega el 2018 y la mayoría se pregunta qué ocurre con el SEO. ¿Algo ha cambiado en el posicionamiento orgánico en estos años?

Por supuesto, el SEO no ha muerto pero sí hay cambios para este 2018 que han querido agrupar en la Incubadora despegue

La Incubadora Despegue es la nueva metodología para PYMES y StartUps donde se ofrece la metodología sobre marketing online, un diseño de proceso de venta personalizado y consultorías estratégicas que permiten hacer un óptimo lanzamiento.

En la web de Despegue también es posible descargar guías completas y gratuitas para las áreas más importantes del marketing online: Facebook, Youtube, email Marketing y, como no, SEO.

La guía de SEO puede descargarse en Despegue Incubadora; se trata de un manual para introducirse en el posicionamiento orgánico, y comenzar a trabajar una buena estrategia en Google.

Y con la llegada del 2018, la gran pregunta es ¿Qué cambios hay este nuevo año en cuanto al SEO?

Hay varias tendencias en cuanto a las búsquedas que pueden verse desde el comienzo del 2017, que adquirirán mayor presencia en 2018.

**Búsqueda por voz y asistentes digitales**

La búsqueda por voz presenta una gran oportunidad para cambiar la forma de comunicarnos y procesar la información.

Además, la incorporación de los asistentes digitales ha introducido un mercado en crecimiento que puede cambiar la forma en que se realizan las búsquedas.

Según Google, una de cada cinco búsquedas ya provienen de consultas de voz.

Cuando se trata de establecer una estrategia de SEO, el crecimiento de búsquedas por voz señala la

necesidad de centrarse en más palabras long tails (frases de búsqueda) y en un lenguaje natural, que coincida con el tono de conversación del usuario.

Link Building (la construcción de enlaces)

No se espera que las estrategias de Link Building desaparezcan en 2018 pero será más importante que nunca crear una estrategia enfocada en captar enlaces de calidad.

Esto, no siempre significa que los mejores vínculos provienen de los sitios más populares pero aun así es crucial buscar una cobertura de páginas que sean relevantes para la industria de la empresa.

Una estrategia de SEO exitosa en 2018 avanzará hacia la construcción de relaciones, ayudando a una marca a desarrollar contactos y enlaces poderosos que serán beneficiosos a largo plazo.

La experiencia del usuario

La experiencia del usuario para SEO todavía será más importante este 2018.

Una buena experiencia de usuario, aumenta las posibilidades de que las personas interactúen con la página que visita.

Esto ayuda a los motores de búsqueda a descubrir qué páginas son más útiles para las personas, favoreciéndolas por encima de las demás.

El primer paso es monitorear la velocidad del sitio, la legibilidad y la ruta de navegación para examinar cómo se puede mejorar la experiencia del usuario a partir de estos pequeños cambios.

Fragmentos destacados y respuestas rápidas

La popularidad de los fragmentos destacados ha aumentado la competencia entre las compañías que intentan aparecer en la posición 0.

Según Stone Temple Consulting, casi el 30% de las búsquedas en Google ya muestran fragmentos destacados.

Esto pone de manifiesto, la necesidad de tener una estrategia para optimizar el contenido de un sitio y que cumpla con los estándares de Google para aparecer en fragmentos destacados.

Las listas, tablas y gráficos tienden a ser muy valorados en este aspecto; mientras que también es útil

crear contenido en un formato de preguntas y respuestas, lo que facilita a Google extraer el contenido correcto para que aparezca como un fragmento destacado.

Por lo general, hay que seguir una estructura de /cómo/ o /qué/ para organizar los resultados de búsqueda de una manera más útil.

Por lo tanto, como se plantea al principio de este comunicado, el SEO no ha muerto; solo desarrolla nuevas funcionalidades en función de la evolución que hace el usuario en cuanto a su forma de buscar información.

No solo eso, también el SEO cambia en cuanto a la manera en la que el usuario consume la misma información.

La conclusión es que las formas de buscar por parte del usuario no son estáticas, son cambiantes y el trabajo de SEO para una empresa no debe morir nunca; hay que adaptar la estrategia para poder ser visible en cuanto a las búsquedas de los potenciales.

La nueva Incubadora Despegue tiene como objetivo trabajar mano a mano con empresarios de todos los sectores para definir un proceso de venta online, enfocado en el crecimiento del negocio. En el proceso, se visualizan las oportunidades más grandes y se crea un flujo de trabajo para obtener el ROI.

**Datos de contacto:**

Isabel  
606365202

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>