

Google RANKBRAIN ya está aquí, en D_SEOS son Growth Hackers por vocación

¿Se le da la importancia que tiene el SEO en España? Google acaba de publicar su nuevo algoritmo

Google acaba de publicar su nuevo algoritmo llamado RANKBRAIN, realmente un algoritmo con verdadera Integriencia Artificial y Deep Learning.

¿qué es RankBrain? ¿Realmente puede afectar a como ahora funciona Google?

Rankbrain es un algoritmo de aprendizaje automático (AI) que Google usa para organizar los resultados de las búsquedas. También ayuda a procesar y comprender las consultas de búsqueda de Google.

Pero ¿qué le hace diferente de otros algoritmos?

Antes de que RankBrain llegara el 100% del algoritmo de Google estaba codificado a mano. Ahora los ingenieros siguen trabajando pero RankBrain les facilita muchas tareas.

Sí, efectivamente, RankBrain modifica el algoritmo por sí mismo.

Según sea la palabra clave, RankBrain aumenta o disminuye la relevancia de los Backlinks y Linkbuilding, la frescura o duración del contenido, la autoridad del dominio, etc.

Después analiza cómo los buscadores de Google interactúan con los nuevos resultados de búsqueda. Si a los usuarios les gusta, el nuevo algoritmo se mantiene. De lo contrario, RankBrain vuelve al antiguo índice.

Y de todo esto surgió un reto: Google pidió a un grupo de ingenieros que identificaran la mejor página para una búsqueda determinada, y a su vez, le preguntó a RankBrain. ¿Quién ganó? RankBrain superó a los ingenieros de Google en un 10%.

Conclusión: RankBrain funciona y ha venido para quedarse.

El funcionamiento de Rankbrain

Pero, ¿cómo funciona realmente RankBrain?

Rankbrain tiene dos tareas principales: comprender las consultas de búsqueda (en base a las palabras claves) y medir cómo las personas interactúan con los resultados, es decir, la satisfacción del usuario.

Cómo Rankbrain entiende cualquier palabra clave que busca (y no hay keyword que se le resista)
Google procesa miles de millones de búsquedas al día y también se equivoca.

Antes de RankBrain, Google escaneaba las páginas para ver si contenían la palabra clave exacta que alguien estaba buscando.

Hasta que hace unos años tuvo un problema: el 15% de las palabras clave que las personas escribieron en Google nunca se habían visto antes.

15% puede resultar un porcentaje bajo a priori, pero si como se decía, hay miles de millones de búsquedas, se está hablando de 450 millones de palabras claves que confundieron a Google todos los días.

Como estas keywords eran completamente nuevas, Google no entendía lo que el buscador pedía. Entonces, dieron con la respuesta.

Por ejemplo, si la búsqueda era: "la consola gris desarrollada por Sony", Google ya no buscaría las palabras exactas sino páginas que contuvieran las palabras "Gris" "consola", "desarrollada" y "Sony".

Y así, a día de hoy RankBrain entiende todo lo que se le pregunta y ofrece resultados precisos. Antes, Google intentaba hacer coincidir las palabras de la consulta de búsqueda con las de una página. Ahora, RankBrain intenta averiguar realmente a qué se refiere la búsqueda, como lo haría una persona, o incluso, mejor.

¿Cómo lo hace? Combina keywords nunca vistas con keywords conocidas por Google.

Por ejemplo, Google RankBrain puede haber detectado que hay mucha gente que busca "consola gris desarrollada por Nintendo" y ha aprendido que las personas que buscan esto, quieren ver resultados sobre consolas de juego. Entonces, cuando alguien busca "la consola gris desarrollada por Sony", RankBrain arroja resultados similares a la palabra clave que ya conoce ("consola gris desarrollada por Nintendo") y muestra los resultados sobre las consolas. En este caso, la Playstation.

Otro ejemplo: hace tiempo, Google realizó una publicación sobre cómo usan el aprendizaje automático para comprender mejor la intención del buscador. En este post describen una tecnología llamada "Word2vec" que convierte las keywords en conceptos.

Por ejemplo, Google dice que esta tecnología es capaz de entender que París y Francia están relacionados de la misma manera que Berlín y Alemania (capital y país), y no de la misma manera que Barcelona y Grecia. Aunque esta publicación no se refería específicamente a RankBrain, es probable que RankBrain use una tecnología similar.

Conclusión: Google RankBrain va más allá de la coincidencia de palabras claves. Convierte las búsquedas en conceptos y busca las páginas que cubran ese concepto. Obviamente, esto cambia la forma en que se debería buscar las palabras claves de SEO.

Cómo Rankbrain mide la satisfacción del usuario

RankBrain tiene dos trabajos principales. En primer lugar, comprender las consultas de búsqueda y, en segundo lugar, medir cómo las personas interactúan con los resultados, es decir, la satisfacción del usuario.

RankBrain puede intentar entender nuevas palabras claves, e incluso modificar el algoritmo por sí mismo, pero ¿cómo sabe si son realmente buenos?

RankBrain muestra los resultados de búsqueda que cree que triunfarán. Si a mucha gente le gusta una página en particular entre todos los resultados, le dará impulso, y si no, dejará caer esa página y la reemplazará por otra diferente. Así, la próxima vez que alguien busque esa palabra clave o similar, propondrán otro resultado y verán cómo funciona.

¿Qué está estudiando RankBrain exactamente?

Observa atentamente cómo el usuario interactúa con los resultados de búsqueda, en concreto: porcentaje de clics orgánico, tiempo de permanencia, porcentaje de rebote y Pogo-sticking.

Estos factores no son otra cosa que señales de experiencia de usuario (señales UX).

Un ejemplo: un usuario que ha tenido una lesión en un músculo haciendo deporte y busca en Google "pulled back muscle". Como la mayoría de personas, hacen clic en el primer resultado. Desafortunadamente, no es el contenido que buscaba y le da a atrás para ver el segundo resultado.

Este segundo resultado no resulta ser mejor. Está lleno de consejos genéricos. Vuelve a darle para atrás y consulta el tercer resultado. Y por fin encuentra lo que está buscando y se queda en esa página leyendo. No vuelve atrás porque ha encontrado lo que quería.

Esta ida y vuelta, adelante y atrás, se llama "Pogo-sticking". Y es algo a lo que RankBrain le presta mucha atención y valora.

Si RankBrain detecta que las personas abandonan rápidamente una página para hacer clic en un

resultado de búsqueda diferente, envía un mensaje contundente a Google: "Esta página apesta". Del mismo modo que la página que tiene buena aceptación por los usuarios, será impulsada para que sea más fácil de encontrar porque RankBrain le dirá: "Esta página mola".

Por esta razón es fundamental la elección de las palabras claves y su investigación.

Lo que Google RankBrain entiende bien, lo rankea.

Más información sobre Rankbrain: <https://www.d-seos.com/google-rankbrain-afecta-posicionamiento-seo/>

<https://www.d-seos.com/>

Datos de contacto:

D_SEOS

Laboratorio SEO Barcelona

938805740

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

Categorías: [Nacional E-Commerce Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>