

RubénSantaella.es revela los factores que marcarán el posicionamiento SEO en España en este año 2018

Ya sea un negocio tradicional, una startup de nueva creación o una empresa consolidada, hoy en día ser visible en Internet es clave fundamental para llegar al éxito. Una buena estrategia SEO ya no es un capricho, es fundamental. La agencia de Marketing y Diseño Web RubénSantaella.es, analiza las diferentes tendencias que prometen pegar fuerte en 2018 en cuanto al Posicionamiento de páginas Web

El posicionamiento de páginas web es una faceta imprescindible a día de hoy para poder estar arriba en Google y mejorar las opciones de negocio en la red de redes. Muchas empresas se han especializado en SEO en los últimos años, trabajando como RubénSantaella.es con cientos de empresas a nivel local y nacional. Esta empresa, dedicada sobre todo al posicionamiento SEO en Málaga, revela un listado con los factores clave más importantes en el presente año:

Dispositivos móviles: Una web debe verse rápida y cómodamente en el teléfono móvil o la tablet y ofrecer una experiencia de usuario óptima. Esto es algo que Google tendrá muy en cuenta a la hora de su posicionamiento. Cada vez más usuarios eligen este dispositivo a la hora de navegar por Internet, y Google ha centrado su foco en ellos.

Redes Sociales y tráfico global: Las Redes Sociales ya no son tan trascendentales como antiguamente, pero aún hoy en día constituyen un escaparate perfecto para publicitar un negocio y tener éxito.

Experiencia de usuario (UX): Google se centra mucho en la experiencia del usuario. Para el buscador, conseguir la mejor experiencia de estos clientes es primordial. Si el usuario disfruta de una óptima organización, estructura y contenido de una web, será más fácil aumentar el porcentaje de conversión. Para realizar estas valoraciones Google tiene en cuenta diferentes factores como el tiempo medio que pasan los usuarios en una página, la interacción con la website, el CTR o porcentaje de clics recibidos al aparecer en los SERP, el número de páginas vistas por sesión y la tasa de rebote y de abandono de los visitantes. De hecho, junto con la política de backlinks, estos son de largo los factores más determinantes.

Frecuencia y calidad de rastreo: El robot de Google, GoogleBot, es el encargado de rastrear las URL indexadas. Para que una web sea relevante para este sistema, hay que dar acceso solamente a las URL que realmente interesen indexar, discriminando el resto y mejorando así la frecuencia de rastreo. Es fundamental revisar y configurar correctamente ficheros como robots.txt, .htaccess y sitemap.xml

SEO semántico: Desde hace ya unos años, Google ha estado especialmente orientados a interpretar y dar significado a las palabras por las que se realizan las búsquedas. Lo que se pretende, es proporcionar de una mayor inteligencia al buscador para que interprete y dé significado a las palabras, proporcionando al usuario contenido útil y que responda a sus preguntas. Por ejemplo, se orientará más a contestar correctamente a búsquedas como '¿dónde puedo conseguir un préstamo personal con asnef a un bajo interés?'; que a la clásica pregunta: '¿prestamos personal asnef?';.

Arquitectura web e Inteligencia Artificial: Es sumamente importante mantener una buena estructura del sitio web, con un orden lógico y coherente y una navegación intuitiva y atractiva para el usuario. El fichero sitemap.xml es imprescindible, crearlo y subirlo a Google Search Console.

Link building: Todos los profesionales coinciden en que el link building o lo que es lo mismo, conseguir los mejores enlaces entrantes para la web, es una técnica fundamental para rankear

positivamente. Si bien es cierto que Google ha perseguido las irregularidades de esta técnica, todavía hay formas de conseguir buenos enlaces entrantes, de calidad, gratis o a precios razonables. Pero ojo, una mala política de adquisición de backlinks puede ser contraproducente.

Rich Snippets: Otra obsesión de muchos SEOs. Los datos estructurados con fragmentos enriquecidos o rich snippet darán una mayor visibilidad en la página de resultados (SERP, como se conoce habitualmente, de Search Engine Results Page). Estos fragmentos mejoran el posicionamiento significativamente, aumentando los clics hasta en un 30%, aunque Google no quiera reconocerlo oficialmente.

Certificados digitales: La navegación segura es una de las obsesiones de Google. El protocolo HTTPS se tarda solo unos minutos en habilitarlo en páginas nuevas, pero sus ventajas son muy altas. Desde hace un tiempo se podría decir que es prácticamente obligatorio tener instalado un Certificado SSL así como acudir a un despacho de abogados para que redacten correctamente la política de privacidad y aviso legal.

Descenso del SEO orgánico: Aunque tradicionalmente el SEO orgánico ha sido una excelente herramienta de posicionamiento, es cierto que en los últimos tiempos ha aumentado significativamente la presencia de anuncios de Adwords. Lógicamente Google siempre apostará más por el tráfico generado por clics en anuncios, entre otras cosas porque es la principal fuente de ingresos de Google, sin embargo el coste es mucho más alto, y las acciones no permanecen en el tiempo como cuando se hace un SEO natural de calidad. Es necesario encontrar un perfecto equilibrio entre SEO orgánico y la inversión publicitaria en AdWords.

Datos de contacto:

Rubén Santaella

Diseño y posicionamiento de páginas web

615336960

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

Categorías: [Telecomunicaciones Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>