[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Madrid el 29/10/2019

# [Asumir menos visitas para construir una estrategia de branding: el principal reto SEO para 2020](http://www.notasdeprensa.es)

## Según los expertos de la consultora WAM, el mayor reto al que se enfrentan los profesionales del SEO en 2020 será adaptar los contenidos de las webs a las nuevas páginas de resultados de Google, puesto que la información que avanzan los resultados de las actuales SERP reduce el tráfico, pero es una oportunidad para construir 'branding'

Por medio de una de las últimas actualizaciones del algoritmo de Google, cuando el usuario plantea una pregunta, es el propio buscador el que responde a través de una ‘featured snippet’, sin necesidad de que se acceda a una web en concreto. Es decir, Google muestra el contenido de una determinada web para proporcionar una respuesta al usuario sin necesidad de visitar la página en cuestión, como ocurría en el pasado. Según plantean los expertos en SEO de We Are Marketing, Antoni Saurina y Gianluca Fiorelli, esto puede interpretarse como una oportunidad, ya que “cuando el contenido de una web aparece en la featured snippet de Google, se cambian visitas por branding”. Por medio de una estrategia adecuada de SEO, “podemos hacer que Google dé al usuario una respuesta incompleta, con lo que tendrá que acceder a la web para completarla, lo que puede generar mucho tráfico”, añade Antoni Saurina. Según han recordado los expertos de WAM en el podcast de la compañía, en los últimos seis meses se ha actualizado tres veces el algoritmo de Google, que cada vez está más focalizado en ofrecer resultados de búsqueda en base a la propia experiencia del usuario. En este sentido, Fiorelli advierte que “las empresas deben preguntarse con honestidad si su web responde positivamente a este cometido, si es que quieren alcanzar un buen posicionamiento sin verse afectadas por estas actualizaciones”. Por su parte, las estrategias basadas en el criterio EAT (Expertise, Authority, Trust) jugarán un papel crucial en el posicionamiento SEO en 2020. Este baremo es la referencia que tienen en cuenta los Quality Raters de Google para valorar una determinada web de cara a su posicionamiento. Es decir, para una web hay que albergar contenido relevante sobre una temática concreta (lo que en SEO se denomina Expertise); necesita tener enlaces entrantes de mucha autoridad (Authority); y requiere de la confianza de Google respecto a velocidad de carga y código seguro (Trust). En línea con este argumento, Saurina destaca que “el EAT se aplica, sobretodo, en proyectos relacionados con la medicina y el dinero. Google se preocupa para que no haya contenido que pueda afectar a la salud física o financiera de los usuarios a través de mentiras o engaños”. Pese a todo lo que se ha comentado durante 2019 respecto a las búsquedas por voz a través de datos estructurados, se encuentran todavía en fase beta para Google. Esto confirma que desde el motor de búsqueda más grande del mundo no se le está dando tanta importancia como en otras plataformas a las búsquedas vocales. De hecho, desde Google afirman que no hay planes de dar más información acerca de este tipo de resultados. Aun así, Gianluca Fiorelli explica que “no hay que confundir búsquedas por comandos. No es lo mismo preguntar a Siri o Alexa por una receta y que proporcione al usuario una sola respuesta, a una búsqueda vocal a través de Google, donde se mostrará una página entera de posibilidades”. Además, el experto recomienda no focalizarse en un único tipo de búsquedas, ya sean visuales o vocales, sino considerar todo en su conjunto para un óptimo posicionamiento SEO. Como apunte final, para seguir de cerca las actualizaciones en el campo del SEO, ambos expertos recomiendan mantenerse informados de las noticias y novedades, y acudir a los diferentes congresos SEO que se van organizando, ya que “son lo más importante debido al intercambio de conocimiento entre expertos; y aportan una visión renovada y diferente”.

**Datos de contacto:**

Luis Núñez

667574131

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/asumir-menos-visitas-para-construir-una](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Telecomunicaciones Marketing Programación E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)