Publicado en Sevilla el 13/09/2017

# [''¿No aparece el primero en Google? Su empresa cerrará''](http://www.notasdeprensa.es)

## El mundo digital lo está transformando todo, tanto es así que se plantean importantes retos para la empresa: emprender la revolución digital o retirarse a tiempo del tablero económico

 Esta afirmación cuasi apocalíptica recoge una realidad que las empresas españolas comienzan a observar en su cuenta de resultados. Así lo expresa Miguel Ángel Villalobos, experto en marketing digital y consultor seo en AXIS INTELLIGENCE. Hace años, las empresas publicitaban sus productos y servicios a través de los canales tradicionales. Bastaba con tener presencia local, a pie de calle, con locales amplios situados estratégicamente, con anuncios en vallas publicitarias, con cuñas en las cadenas de radio y horarios que sus clientes potenciales sintonizaban. Dependiendo de su envergadura y presupuesto de marketing podían anunciarse en la TV, antaño un macrocanal que garantizaba el éxito de cualquier campaña publicitaria, o, si no disponían de esas ingentes cantidades de dinero para gastar en televisión, les bastaba con contratar un buen anuncio en el voluminoso marketplace amarillo impreso: “Páginas Amarillas, que tanto éxito cosechó durante décadas y ahora usamos tanto como los teléfonos fijos de esa época, los de ruedecita, los que se marcaba el número introduciendo el índice en el agujero de la rueda. Eran otros tiempos”. La actualidad es una realidad completamente distinta. “Vivimos en la era de la comunicación, o si me apuran, en la era de la conexión”, explica Villalobos. “Estamos conectados todo el día. Separarnos de nuestro más preciado bien tecnológico, el móvil, puede ser causa de una sintomatología digna de estudio, de ahí que surjan nuevas patologías o trastornos como el FOMO (del inglés, Fear Of Missing Out) o miedo a perder el contacto, analizada por el investigador y psicólogo del Oxford Internet Institute: Andrew Przybylski”. Esta permanente y necesaria conexión no es casual. Es fruto de una profunda transformación del entorno. Todo el mundo está conectado. El mundo digital comenzó como una herramienta laboral, o al menos así comenzó la gente a tener acceso a ella y a usarla. Hoy en día, es una herramienta de uso universal y cotidiano. Todo el mundo está conectado, desde niños hasta ancianos. Nadie se despega de su móvil, tablet u ordenador. “Usamos masivamente redes de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, Facebook Menssenger, etc), redes sociales (Facebook, Twitter, Linkedin, Instagram, Snapchat, etc), vemos cada vez menos TV, incrementando el consumo de contenidos online: vía Netflix, HBO, Youtube, etc, y, como no podía ser de otra forma: buscamos productos y servicios y los compramos también online”. El comercio electrónico aporta innumerables ventajas: se puede encontrar de forma cómoda y rápida aquello que se busca, comparar y conseguir el mejor precio, recibiendo lo adquirido en casa de manera gratuita y sin tener que moverse del sofá. “Esto está produciendo cambios notables, si no que se lo digan al motor económico del mundo: EEUU, donde se las ven y se las desean para mantener sus centros comerciales fuera de los fatídicos números rojos. Y ya se sabe: si EEUU se resfría, en breve España padecerá un gripazo de estos que te dejan KO en la cama”, afirma el consultor, que añade que “Es normal que el modelo de comercio y canalización de productos y servicios haya cambiado. El mundo ha cambiado, habiendo cambiado nosotros también”. ¿Qué desafíos encuentran ante sí las empresas? Adaptarse o morir. “Las empresas sólo tienen un camino ante sí y es unirse a esta revolución digital, pero no de cualquier forma. Hoy en día no vale con tener presencia en internet: hay que liderar internet. Así de duras son las cosas. En el mundo digital sólo triunfan los primeros, o mejor dicho: los que tienen mayor visibilidad.” Si las personas viven interconectadas y buscan sus productos y servicios en internet, habrá que estar ahí, pero, llega la selección natural: Google, el buscador más popular, quien clasifica en su índice ingentes cantidades de páginas de empresas. ¿Qué criterio emplea para clasificar Google a las empresas y lo que ofrecen? Aquellas páginas que satisfagan mejor las necesidades del cliente de Google: quien busca algo, bien sea para informarse o para comprar directamente, serán clasificadas en una posición más ventajosa, determinando esto en gran medida el éxito o fracaso de un proyecto empresarial, “puesto que si no apareces en su listado, perderás la oportunidad de conectar y vender a millones de compradores potenciales, quienes caerán en manos de tus competidores”, explican desde AXIS Intelligence. ¿Cómo pueden las empresas conseguir una mejor clasificación o posicionamiento en Google? Para ganarse un buen puesto en Google, hay que emplear el SEO (del inglés, Search Engine Optimization) u Optimización de los Motores de Búsqueda. El SEO consigue que de cara a Google una página sea la mejor opción que ofrecer a sus usuarios, y que por esta razón es merecedora de la mejor posición: la primera posición de su listado. Según los expertos, esto se consigue trabajando tres áreas: el SEO Técnico o rendimiento de la página, en términos de velocidad de carga, optimización del código y de imágenes, etc; la relevancia o calidad del contenido que se ofrezca: que sea único, completo y valioso; y ya por último la popularidad de la página, que ésta consiga una repercusión o eco en el resto de la red, a través de menciones y enlaces desde otras webs, redes sociales, etc. Esta disciplina permite a las empresas conseguir una ventaja competitiva notable: la visibilidad, lo que redunda en mayor número de visitas a su web y, si se han trabajado la usabilidad y convertibilidad del sitio, traerá consigo más ventas y un ROI mayor.¿Y si no se trabaja el SEO, se puede conseguir visibilidad e incluso llegar a los primeros puestos de Google? Desde AXIS afirman que difícilmente se conseguirá posicionar una web en un sector competido si no se realiza un profundo y constante trabajo de SEO, porque si una empresa descuida este importante área, que no le quepa duda de que sus competidores no lo harán, y como dice el dicho popular: and #39;el mejor sitio para esconder un cadáver es la segunda página de resultados de Google, porque allí nunca mira nadie and #39;.Más información: axisintelligence.com

**Datos de contacto:**

AXIS INTELLIGENCE

955 31 46 07

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/no-aparece-el-primero-en-google-su-empresa-cerrara](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Marketing Emprendedores E-Commerce



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