

10 tendencias de SEO para tener en cuenta en el 2022

Ciudad de México a 4 de enero de 2022.- El 2021 se fue, pero dejó muchas sorpresas en el mundo virtual. Google, el motor de búsqueda preferido alrededor del mundo y que ocupa el 92% de participación de mercado está preparando al mundo del *marketing* digital con modelos y tendencias que potenciarán la manera de llegar a audiencias clave y posicionarán a las marcas en toda la red.

Entre algunas de las actualizaciones del año que se despide, **another** -agencia regional independiente de comunicación- realizó un resumen de lo que se vendrá en materia de **Search Engine Optimization (SEO)** para el 2022.

Con base en el [eBook de Search Engine Journal](#), **SEO Trends 2022**, Eugenia Macedo, experta en **Inbound Marketing en another**, destaca 10 puntos fundamentales para la optimización de contenidos, a fin de colocarlos mejor en los motores de búsqueda. Algunas de las predicciones más interesantes, y que dominaran el rumbo del posicionamiento orgánico son:

1. **Intención del usuario:** Siempre ha existido una relación entre el *target* al que uno se dirige y las palabras clave que busca, pero más allá de esto hay que pensar en su intención al momento de hacer sus búsquedas. Esta **estrategia de posicionamiento orgánico** dentro de los motores de búsqueda ayuda a construir una experiencia más holística dentro de las acciones de *marketing*.
“Para determinar la intención del usuario es fundamental examinar las palabras clave que usa: ¿son preguntas? ¿son comparaciones? ¿hay intención de compra en sus oraciones? Este análisis es clave”, comenta Eugenia.
2. **Contenido de calidad:** El SEO se compone de muchos factores y uno de ellos es el contenido, es decir, lo que se ofrece a los usuarios que visitan el sitio. No hay que enfocarse en solo crear materiales en cantidad, es mejor investigar y comprender los intereses del *target* al que se enfoca. Organizar los temas y priorizar con base en los objetivos de negocios.
3. **Localización de SERPs (Search Engine Results Page):** Para este año, una de las **tendencias** que se avecinaba desde el 2021, es el contenido localizado en las páginas de respuesta. Se deben mirar los términos clave de búsqueda que incluyen contenido localizado, como ejemplo: (x venta *online*) México. Por esto es importante contar con materiales localizados en caso de ser una marca global.
4. **Imágenes y contenido visual:** Google va de la mano con su consumidor, y varios de sus usuarios son cada vez más jóvenes y se identifican con contenido más atractivo, inmediato y visual. [Google Lens](#) le permite a los consumidores hacer búsquedas de productos con tan solo una foto desde su celular. Relacionado con esto, Eugenia Macedo recomienda: “es por eso que recomendamos tener todas nuestras imágenes optimizadas y con *Alt+Text*”.
5. **Automatización:** Cada **estrategia de marketing** toma su tiempo y el SEO no es algo que se logre en la primera semana, es una labor que toma meses o incluso años. Con esto en mente, el tiempo de los expertos se está viendo corto, por lo que se esperan

diferentes plataformas automatizadas que señalen los errores de SEO o las buenas prácticas de un sitio sin tener que ir una a una, como se acostumbra ahora.

6. **Mobile user experience:** Día con día, la importancia de tener un sitio optimizado al tamaño de las pantallas de los celulares se vuelve más vital para la **generación de tráfico orgánico**. Este punto, aunque no es muy sorprendente, sigue siendo relevante para los años que vienen. Incluso Google introdujo nuevas herramientas para ayudar a la optimización de los sitios en la versión móvil.
7. **Sustentabilidad:** Las acciones en internet tienen una huella de carbono digital y según diversos estudios una búsqueda en Google emite entre 5 y 7 gramos de CO2, es por eso que los sitios deben ser más *eco friendly*, y esta es una tendencia de la que hay que estar pendiente, ya que seguro vendrán acciones encaminadas a este propósito.
8. **E.A.T (Expertise.Authority.Trust):** Estas tres letras representan todo lo que debe ofrecer un contenido al consumidor, se debe mostrar al autor como un experto en el tema y plasmar en sus materiales la autoridad y credibilidad de la información que se les está proporcionando a sus consumidores.
9. **Indexación:** Los motores de búsqueda procesan y almacenan la información que encuentran en un índice, que es una enorme base de datos de todo el contenido que han descubierto y consideran lo suficientemente bueno como para mostrarlo a los buscadores. Las optimizaciones son algo común por lo que, al momento de indexar un sitio y contenido, se le indica a los motores de búsqueda cuál es el material que se debe mostrar.
10. **Machine learning y lenguaje natural:** se debe aprovechar la recopilación de datos y encontrar una forma óptima de combinar toda la información con la generación de lenguaje general y la relación con las palabras clave de los consumidores para poder escalar la creación de contenido.

another puede ayudar a crear una estrategia de posicionamiento orgánico que colabore a escalar resultados para el 2022.

-oOo-

SOBRE ANOTHER

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, *another* es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. *another* cuenta con servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, *influencer marketing*, *social media*, *branding*, *content & inbound marketing*, creativo y diseño, y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en Belleza, Consumo, Corporativo, Entretenimiento, Lujo, Tecnología, Turismo. *another* forma parte de *Constellation Global Network* y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (San Pablo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (Florida), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana, Bolivia, Canadá, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).