***10 tendencias de SEO que marcarán el 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](https://www.searchenginejournal.com/seo-trends-2022/), ***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 dominarán 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.

1. 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.
2. Localización de *SERPs (Search Engine Results Page)*: Para este año, una de las ***tendencias*** quese 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) Chile. Por esto es importante contar con materiales localizados en caso de ser una marca global.
3. 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](https://lens.google/) le permite a los consumidores hacer búsquedas de productos con tan solo una foto desde su celular. *“Es por eso que recomendamos tener todas nuestras imágenes optimizadas y con Alt+Text”,* afirma Eugenia Macedo.
4. Automatización: Cada ***estrategia de marketing*** toma su tiempo y el SEO no es algo que se logre en la primera semana, sino que 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.
5. *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 sorpresivo, 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.
6. 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 al pendiente, ya que seguro vendrán acciones encaminadas a este propósito.
7. 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.
8. 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.
9. *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***](https://another.co/)puede ayudar a crear una estrategia de posicionamiento orgánico que colabore a escalar resultados para el 2022.