GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Posicionamiento SEO, las reglas han cambiado

Actualidad Empresarial | 24/08/2022 | 00:00

Cada día, miles de emprendedores crean más de 250.000 nuevos sitios web, poniendo todo su esfuerzo y esperanza en ellos. Pero el destino de la inmensa mayoría será el fracaso, sepultados por la avalancha de contenido generado diariamente en internet: 7.5 millones de publicaciones.

El SEO, como técnica para lograr estar en las primeras posiciones de los buscadores, es hoy día una disciplina muy compleja, que incluye aspectos técnicos de optimización de la web, captación de enlaces de otros sitios y un factor que destaca cada día más: creación de contenido de calidad, optimizado para usuarios y buscadores.

Infoser ha preparado un estudio detallado sobre las nuevas técnicas de arquitectura web que marcan la diferencia en un entorno tan competitivo como la web.

Pero antes, es preciso analizar el cambio profundo que han tenido los sistemas “encargados” de destacar este proyecto entre los demás: los buscadores web

Evolución de los buscadores

Hace una década, los buscadores eran simples índices de palabras clave qué asociaban las consultas a las páginas más relevantes, en función del número de enlaces entrantes desde otras webs y la autoridad de las mismas.

Dado que este sistema no respondía al funcionamiento del lenguaje humano, Google incorporó a partir de 2013 una actualización en su algoritmo destinada a evaluar el contenido semántico de cada palabra y responder con mayor precisión a las consultas. Posteriormente (2015), añadió un sistema de Inteligencia Artificial (RankBrain), capaz de “aprender” de las consultas previas y del propio comportamiento del usuario.

Actualmente, para evaluar la relevancia de una página para una búsqueda, se comprueban las palabras clave, los sinónimos y el entorno semántico que le rodea.

Asimismo, se analiza la autoridad de una web respecto a una temática basándose en los enlaces y contenidos entre páginas relacionadas.

Topic Cluster: Agrupación SEO de contenidos

El Topic Cluster (grupo de temas) es una técnica, relativamente novedosa, aplicada por varias empresas punteras de marketing digital como respuesta a la evolución de los buscadores. Los resultados obtenidos han sido más que satisfactorios.

Consiste en organizar la información alrededor de una página pilar, que se apoya y complementa con páginas de contenido del cluster enlazadas a la misma.

Este grupo de páginas actúa como un “centro de autoridad” en una determinada temática, logrando mucha mayor visibilidad y posicionamiento en los buscadores.

Esta guía profundiza en la arquitectura web y la importancia de los Topic Cluster.

Beneficios de un cluster

Un cluster complementa la arquitectura principal de una web, normalmente formada por categorías y subcategorías, de cara a obtener mejores resultados en los buscadores. Por un lado, mejora la respuesta del usuario (tiempo e interacción con la web). También crea una mayor autoridad sobre un tema al publicar varias páginas relacionadas, y refuerza el contenido semántico entre páginas del grupo

Página pilar

La página pilar es el centro de un grupo de contenidos y actúa como una introducción a la temática general y como guía para varios subtemas en los que se va a profundizar con páginas de detalle.

A diferencia de las típicas páginas de categorías, una página pilar es una publicación cuidada y atractiva, que aporta una visión general del tema del cluster y de cada subtema, permitiendo al usuario profundizar en las páginas detalladas de su interés.

El tema principal de un cluster debe ser suficientemente amplio y genérico como para permitir muchas publicaciones derivadas sobre el mismo.

Esta misma amplitud suele corresponder con un elevado volumen de búsquedas y, por tanto, de palabras muy competidas a nivel SEO, pero también con mayor potencial.

Páginas de contenido

Cada página del cluster debe desarrollar con mayor profundidad un contenido específico relacionado con la temática general del grupo.

Este tipo de información más concreta (“long tail”) es fácil de posicionar a nivel SEO, aunque recibe también un menor volumen de búsqueda de los usuarios.

La idea del Topic Cluster es consolidar las contribuciones individuales sobre la página pilar gracias a los enlaces entre todas ellas.

Enlazado interno

Los enlaces internos entre páginas son la clave para que un cluster actúe como un conjunto con más fuerza para lograr mejores posiciones en los buscadores, y a su vez, permiten al usuario sumergirse en la temática y navegar con facilidad entre contenidos.

Enlaces desde cada contenido específico hacia la página pilar: Permiten acumular la fuerza de cada búsqueda individual sobre la página pilar.

Enlaces desde la página pilar hasta cada contenido: Son los enlaces básicos que el usuario sigue para navegar a un subtema específico, pero también cumplen la función de distribuir la fuerza de la fuerza obtenida por la página pilar a todo el grupo.

Enlaces entre páginas de detalle: son importantes para que usuario tenga una buena experiencia de navegación, ofreciendo recursos relacionados con lo que está leyendo contenidos en otras páginas del cluster.

Organización del cluster

Un cluster puede contener desde unas pocas páginas hasta cientos de ellas, en función de la amplitud de la temática a tratar.

Si el cluster tiene suficiente contenido, es recomendable dividirlo en subcategorías. Esto permite una mejor organización de cara al usuario y facilita el crecimiento futuro del cluster.

Según el tamaño de la información, estas subcategorías se pueden integrar directamente cómo secciones de la página pilar, o bien se pueden definir subpáginas de categorías que a su vez apunten a las páginas contenido específico.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/182592-posicionamiento-seo-las-reglas-han-cambiado.htm