

REPRISE

SEO

**EN TIEMPOS
DE COVID 19**



R

BENEFICIOS DE INVERTIR EN SEO EN TIEMPOS DE COVID 19

SEO es una inversión fundamental en tiempos de crisis como el actual pues permite a las empresas **satisfacer correctamente las búsquedas de los usuarios**, que aumentan exponencialmente, con contenido optimizado y relevante en el momento preciso.

La inactividad económica producida por la pandemia no tiene por qué representar una pérdida. Por el contrario, debe aprovecharse este contexto para explotar el área digital, creando contenidos específicos, focalizados y orientados que ayuden a los lectores a estar más esperanzados sobre la penosa situación.

En tiempos de incertidumbre **los consumidores buscan respuestas confiables y certeras a sus múltiples preguntas**. Prepararse como empresa para afrontar esas consultas incesantes se vuelve una estrategia vital en este período, y permite maximizar la relación costo-beneficio.

Crear contenidos específicos que se adecúen a lo que demandan los usuarios va a incrementar su confianza para con las marcas, lo que derivará en un impacto realmente positivo que se prolongará en el tiempo.

Por otro lado, **invertir en SEO siempre es una buena idea**. Se trata de una inversión a mediano y largo plazo que brinda uno de los ROI más altos en el mix de canales de Marketing digital. Iniciar o profundizar las estrategias en el canal orgánico es una de las decisiones más inteligentes que las empresas pueden tomar actualmente, no solo para hacer frente al contexto de crisis, sino también para mantener visibles a sus marcas en los motores de búsqueda.

Un contexto de Covid 19 debe aprovecharse para distribuir presupuestos de otras actividades (ahora en pausa) en favor de SEO, para trabajar ajustes técnicos en los sitios, actualizar los contenidos existentes y generar nuevos para crear awareness . Estas acciones generarán y prolongarán sus beneficios en el tiempo convirtiéndose en **una inversión altamente redituable**.



R

RECURSOS DE SEO PUESTOS A DISPOSICIÓN POR LA PANDEMIA

Nuevos tipos de Datos Estructurados

Debido a la crisis actual muchas empresas están publicando avisos urgentes para informar sobre cambios que afectan horarios o acciones específicas. Para que estás **comunicaciones se muestren de manera destacada** en la búsqueda orgánica, Google ha añadido nuevos datos estructurados que lo posibilitarán (Special Announcement).

Los datos estructurados son códigos que se añaden a las páginas para que los motores de búsqueda entiendan mejor el contenido. Estos códigos o “Markups” ayudan también a mostrar los resultados de búsqueda de manera destacada o enriquecida.

Estos son los avisos de carácter especial que se podrán marcar y destacar con los nuevos datos estructurados, “Special Announcement”, según Google:

- *Avisos de medidas de confinamiento.*
- *Avisos de cierres (por ejemplo, de centros educativos o de líneas de transporte público).*

- *Directrices de cuarentena.*
- *Restricciones de viaje.*
- *Notificaciones de laboratorios de detección sin bajarse del coche.*
- *Avisos de cancelaciones de eventos o de cambios a eventos online.*
- *Avisos de cambios de horario y restricciones de compras.*
- *Estadísticas y mapas de propagación de la enfermedad.*

Más allá de estas nuevas alternativas creadas para informar sobre cambios urgentes, los **datos estructurados son realmente útiles para los sitios de e-commerce**, pues ayudan a actualizar y comunicar la disponibilidad de sus productos desde los resultados de búsqueda (saber si están en stock o no)

Es importante comentar que el marcado de los sitios se hace a través de un lenguaje de etiquetado universal denominado Schema.org (repositorio de códigos).

Nuevas opciones en Google My Business

Con el objetivo de ayudar a mejorar la comunicación de las empresas GMB ha añadido un nuevo tipo de publicación para anuncios relacionados con Covid 19.

Algunos ejemplos de los nuevos tipos de anuncios incluyen la posibilidad de comunicar:

- *Cierres temporales.*
- *Cambios en horarios de atención.*
- *Cambios en el servicio regular, como cambiar solo a comida para llevar / entrega.*
- *Precauciones de seguridad e higiene tomadas por el negocio.*
- *Disponibilidad de productos vitales.*

Estas publicaciones de actualización para el contexto actual aparecerán en la parte superior del perfil de una empresa en la búsqueda local.

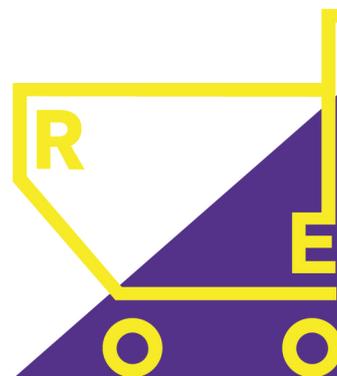
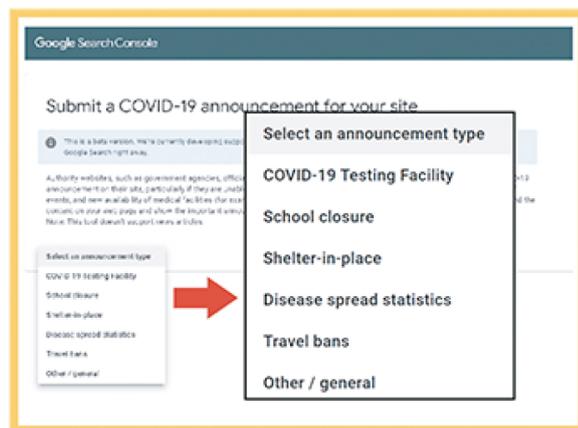
Nueva opción de comunicación en Google Search Console (Beta Tool)

Para aquellos usuarios que no utilicen datos estructurados, Google ha sumado la posibilidad de publicar anuncios relacionados con Covid 19 directamente desde la herramienta Google Search Console.

Esta alternativa está pensada principalmente para sitios de “alta autoridad”, que operen en el ámbito gubernamental o de la salud y que no pueden usar datos estructurados.

Algunos de los anuncios que admite la herramienta son:

- *Centro de testeo COVID-19.*
- *Estadísticas sobre el virus.*
- *Prohibiciones de viaje.*
- *Otros / General.*



Algunas Implementaciones y acciones de SEO que llevamos adelante con nuestros clientes

Una de las tiendas de ropa más populares de Ecuador, implementó Datos Estructurados para informar a sus potenciales clientes la disponibilidad de un producto desde los resultados de búsqueda.

Prueba de implementación de código de Schema sugerido

sku	15770620
brand	
@type	Thing
name	PHYSICIANS FORMULA
offers	
@type	Offer
priceCurrency	USD
price	23.63
availability	http://schema.org/InStock
itemCondition	http://schema.org/NewCondition

Visualización en los resultados de búsqueda



Take away

Aquí algunos aprendizajes resumidos sobre como SEO puede ayudar en un escenario como el actual:

- *Permite satisfacer en tiempo y forma la demanda de respuestas de los usuarios, a partir de la creación de contenido acorde que los ayude a sortear este momento de incertidumbre.*
- *Ayuda a crear awareness a partir de contenidos nuevos y preexistentes mejorados.*
- *Realizar ajustes de SEO técnico en los sitios es una buena decisión en estos tiempos.*
- *Genera retornos sobre la inversión altos y prolongados en el tiempo, a partir de la reinversión de parte de los presupuestos que se destinarían a otros canales, hoy pausados por la pandemia.*
- *Aprovecha los recursos de comunicación creados por los motores de búsqueda para mantener una comunicación clara y precisa con los clientes.*
- *Invertir en SEO siempre es una buena idea.*

“Cuando se tiene que reducir la inversión publicitaria, los años de trabajo de SEO dan sus frutos”



Sobre los autores:

Martin Noziglia Mene
Head Of SEO en Reprise Digital.

Macarena Gomez Miñano
Content Specialist en el equipo de SEO.