



ÚLTIMAS NOTICIAS: Colombia tiene munición para combatir alza del peso: Mauricio Cárdenas

ALTA GERENCIA | Martes, Septiembre 11, 2012

Llegando a la cima de Google: verdades y mitos II

En el primer artículo de esta serie, publicado el pasado martes, hablé de la importancia que le dan las empresas para llegar a la primera posición de las búsquedas en el motor Google.

Igualmente mencioné cómo alrededor de este tema se ha creado una industria, muchas veces guiada por mitos o verdades a medias.

El ofrecimiento que hacen muchas empresas e individuos para lograr el primer puesto en Google tiene mucha mística a su alrededor. De entrada tengo que decir que esto no es un mito y que efectivamente sí es posible llegar a la primera posición de Google, al menos en algunos escenarios.

Sin embargo, es peligroso afirmar tajantemente que se puede llegar a esta posición, pues hay demasiados elementos que no están bajo el control ni de su empresa ni de quienes hacen estos ofrecimientos. Además, estar o no de primero en este motor de búsqueda puede ser algo relativo y no necesariamente lo que usted y su compañía quieren lograr.

Google así como muchos otros motores de búsqueda, constantemente trabajan para ofrecer a sus usuarios los mejores resultados, basados en elementos como su ubicación geográfica y sus intereses personales. De esta forma, los resultados que Google me arroja a mí, en mi casa en Bogotá, pueden ser algo diferentes a quienes buscan en otras ciudades. En este caso, es posible que su página web se encuentre de primera en Bogotá, pero que al ir a Medellín o Cali, el resultado sea diferente.

Como segundo elemento Google cada vez se ajusta más al perfil de sus usuarios. En este caso los resultados de las búsquedas que yo hago pueden ser muy diferentes a las que recibe mi vecino. Esto es así por que Google me conoce y sabe cuáles son mis gustos y patrones. De forma que ese tan codiciado primer lugar cada vez va a ser más difícil de lograr, pues será altamente dinámico.

Por otro lado, el estar de primero por si solo no asegura el éxito. Como menciona Eric Ries en su libro The Lean Startups, estas son “métricas vanidosas”, que se ven muy bonitas a la hora de presentarlas, pero que solas no muestran nada.

Por ejemplo, su página puede estar en la primera posición de Google, pero los usuarios entran y así de rápido se van. ¿Las razones? Pueden ir desde un mal diseño gráfico, poca usabilidad, demasiada información, desconfianza del sitio y otros.

De la misma manera, su competencia ubicada de quinta en la búsqueda, atrae menos visitantes, pero logra que estos pocos se registren, [compren](#) en línea y otros.

Todo lo anterior me lleva a una conclusión muy sencilla. Aunque es muy ‘bonito’ y deseable estar en la primera posición de Google, lo que se requiere es una estrategia completa que ayude a optimizar los resultados de la página web.

Esto puede incluir mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda, pero también debe incluir métricas como aumentos en el número de conversiones (por ejemplo, usuarios que se registran), reconocimiento de la empresa y la marca, mayores ventas (físicas y en línea), entre otros.



Lo + Leído

1. Para asegurarse el Baloto necesitará \$44.000 millones
2. Meta de Inversión Extranjera Directa en 2012 es de US\$17.000 millones
3. Marca país se vuelve viral en las redes sociales
4. Pedro Gómez completará 30 Unicentros en los próximos 10 años
5. Falta de síntesis y de apropiación, críticas a la Marca País

Enlaces patrocinados | [PauteFacil.com](#)

Ven a la Feria del Hogar!



Innovación, variedad y calidad. Entérate AQUÍ paginasamarillas.com.co

Viaje a San Andrés en Copa Airlines

Desde Barranquilla por \$241.340
600 sillas disponibles COMPRE ACÁ
copa.com

Software Contable



50% Descuento. Pocos Días
Versión Pyme y Empresarial
worldoffice.com.co



Es por esto que no le creo a las empresas que ofrecen posicionamiento en el primer lugar de Google, incluso con garantía de devolución del dinero. Puede que lo logren como ya dije, ¿pero de qué le sirve a su empresa más visitas si -como se dice popularmente- su página web no vende una gaseosa en el desierto?

Yo personalmente prefiero contratar a una empresa que no solo me asegure una mejor posición, sino que también me ayudará a mejorar las conversiones y la monetización de la página web.

Lo anterior siempre me ha llevado a pensar que el tema de posicionamiento es importante, pero no el más importante ni debe trasnochar a los administradores web. Es un tema a tomar en cuenta, pero uno más dentro de muchos en la estrategia de Internet.

En la siguiente y última entrega de esta serie sobre el posicionamiento en Google, presentaré algunos trucos válidos y probados que pueden ser usados para mejorar el posicionamiento de su página web.

ANDRÉS JULIAN GÓMEZ MONTES

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales y de Int



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment

Facebook social plugin

© 2012, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: imaginamos.com

Economía Empresas Finanzas Globoeconomia Vida Opinión
Comercio Exterior Alta Gerencia Finanzas Responsabilidad Social Infraestructura Consumo
Automotores Finanzas Personales Tecnología Twitter Financiero
Agronegocios Asuntos Legales Foros LR
Contacto Suscripciones
Aviso Legal Quienes Somos

Aplicación Blackberry

Móviles