

Google Fred "arruina" a las webs de mala calidad

El gigante americano ha confirmado recientemente su nuevo algoritmo que persigue las páginas exclusivamente orientadas en monetizar, sin aportar valor real a los usuarios

Tras la incertidumbre y crisis en Estados Unidos por pérdidas de tráfico orgánico entre un 50% y 90% en algunas webs, la respuesta de Google ha sido clara y contundente: la baja calidad de los contenidos. Ahora Fred se extiende al resto del mundo y AgenciaSEO.eu explica cómo hacerle frente.

Si la web está orientada al usuario "podemos dormir tranquilos"

Esta noticia, que tanto puede inquietar a cualquier webmaster, se convierte en algo menos grave cuando se confirma que "el 95% de las webs penalizadas contenían una cantidad abusiva de publicidad". En estas webs era difícil saber diferenciar el contenido real frente al que correspondía a publicidad. También se incentivaba navegar sobre ella para incrementar el número de clicks y, con ello, aumentar el número de impresiones en publicidad.

Pero hay una parte buena en todo esto. "Algunas webs y, también blogs, han salido beneficiadas ante la aparición de Fred puesto que han visto aumentar su tráfico gracias a un contenido especializado y de calidad", afirma Roberto Gorraiz, CEO de AgenciaSEO.eu. Es decir, "han ganado las webs que han trabajado siempre bajo una premisa clara: aportar valor a sus usuarios o seguidores".

Cómo detectar si Fred ha afectado el rendimiento de una web

Una de las formas más rápidas para identificar que Fred, cuyo nombre hace honor a Fred Flintstone, Pedro Picapiedra en España, es analizando las visitas orgánicas recibidas en la web desde el pasado mes de marzo.

Si el tráfico ha descendido notablemente, hay que revisar varios factores: la cantidad de publicidad que tienen las páginas afectadas, la calidad del contenido con sobreoptimización SEO, las redes de afiliación o la antigüedad de contenidos. Aunque estos últimos no siempre tienen por qué ser negativos si son evergreen content o, lo que es lo mismo, aquéllos que por su contenido, calidad o temática, no caducan.

Otro de los motivos principales y a tener en cuenta es que las webs sean responsive. Actualmente, el uso del móvil y las tablets ya superan a las de ordenadores y portátiles, según el último estudio de Navegantes en la red realizado la AIMC el pasado mes de marzo, por lo que no tener una web adaptada a esta forma de navegar afecta directamente a la experiencia del usuario y, por tanto, a las exigencias Fred.

Google, "cada vez más humano"

En definitiva, y tras la aparición de este nuevo algoritmo, Roberto Gorraiz asegura que "Google sigue poniendo su foco en premiar lo que es más útil y relevante para el usuario por lo que toda agencia de

posicionamiento web debe tenerlo siempre presente en su estrategia SEO y de marketing". Y es que "a ninguna persona le gusta acceder a una web llena de anuncios, con dificultad a la hora de visualizarlo en su dispositivo más habitual o con texto que le aporta poco o ningún valor".

Datos de contacto:

Roberto Gorraiz

AgenciaSEO.eu es una agencia especializada en Posicionamiento Web y que también ofrece servicios globales de marketing online

687943664

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>