

Keyword Research: una nueva opción de futuro para emprendedores

Es una realidad que las funcionalidades SERP han cambiado la vida de los marketers y, por ello, estos han tenido que crear nuevas estrategias para mantener un buen posicionamiento en buscadores.

Google SERP ha evolucionado mucho, y por este motivo, se ha hecho necesario crear nuevas herramientas para facilitar la vida de emprendedores. Siguiendo esta tendencia, la compañía internacional SEMrush, líder en inteligencia competitiva, ha lanzado una actualización de una de sus herramientas estrella.

¿Qué es una SERP?

La SERP se compone de muchos elementos diferentes, tales como resultados orgánicos y de PPC, imágenes, noticias, videos, local packs, reseñas y otros.

Google repite constantemente que se esfuerza por ofrecer las mejores respuestas a las consultas del usuario, presentando la información de diferentes formas enfocadas en la experiencia de usuario (UX).

Es importante decir que Google aporta 3,5 billones de datos sobre 500 millones de temas consultados directamente en la SERP. Así mismo, no solo tiene en cuenta que se está buscando, sino también desde qué dispositivo se está realizando la búsqueda.

Por lo general, en la parte superior, lo más probable es ver los anuncios, pero también pueden haber otras alternativas. Por ejemplo, en caso de que se realice una búsqueda local, los primeros elementos que se muestran en la SERP serán mapas. Si el usuario plantea una pregunta es probable que reciba un cuadro de respuestas como primer elemento en los resultados de búsqueda.

La actualización de Keyword Difficulty Tool de SEMrush se focaliza en las funcionalidades de las SERPs. Se encuentra en la sección de resultados de los informes dentro de la propia plataforma. En una sola columna se muestra la información que los SEOs necesitan para soportar sus estrategias de posicionamiento SEO y para la elección de keywords.

Como las funcionalidades de la página de resultados de búsqueda son los primeros elementos que atraen la atención del usuario, competir con ellos puede ser difícil.

Por lo tanto, si el objetivo es tener un mejor posicionamiento para una palabra clave (aunque tenga un nivel de dificultad bajo), esto puede no resultar rentable si la página de resultados de esa palabra contiene muchos elementos. Es por eso, que saber más sobre las diversas funcionalidades encontradas en las SERPs es muy útil, por no decir básico, para evaluar el potencial SEO de una

palabra clave en concreto.

Para adaptarse a los continuos cambios que lanza Google es por lo que se diseña esta herramienta que se perfila como un 'ayudante' de SEOs y marketeros en general.

Datos de contacto:

Jana Garanko
PR-manager de SEMrush España
+79219459727

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

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Programación](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>