

Todas las actualizaciones del algoritmo de Google, explicadas por TusIdeas

Varias veces al año, Google realiza diversas actualizaciones para proporcionar un mejor servicio a los usuarios. Estas actualizaciones pueden modificar también los algoritmos de Google y alterar el posicionamiento de las marcas en el ranking del buscador

Google publica nuevos cambios con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario casi todos los días. Aunque la mayoría de estos cambios que se efectúan a diario apenas se notan porque no afectan a los resultados de las empresas que se posicionan, algunos de estos cambios pueden modificar el algoritmo. Aunque las modificaciones que lleva a cabo Google son siempre para mejorar, esta plataforma no avisa sobre los cambios y son los propios webmasters los que suelen alertar a sus clientes sobre ello. En esta ocasión, es TusIdeas quien explica detalladamente los cambios que Google ha implementado este año 2022.

TusIdeas, una agencia de publicidad centrada tanto en los medios digitales como offline, explica lo siguiente: “Las últimas actualizaciones de Google consisten en una core update o, lo que es lo mismo, una actualización central, lo cual conlleva a un impacto superior en lo que a SEO se refiere. Generalmente, no podemos hacer nada ante una actualización de este tipo, simplemente revisar algunos puntos con la finalidad de adaptarnos a estos cambios. Para conseguirlo, lo primero que debemos hacer es tener en cuenta si el contenido es de calidad, es decir, si proporciona un análisis, una información importante y que pueda ser de interés del usuario”.

Por lo tanto, para poder lidiar mejor con los cambios de los algoritmos, las empresas deben proporcionar un contenido de valor, amplio y que analiza cada punto del tema que se está tratando. Otra parte fundamental de los cambios de algoritmo es que las empresas deben evitar copiar o reescribir el contenido de otras páginas. Es imprescindible aportar información nueva. TusIdeas afirma también que los títulos son relevantes en las nuevas actualizaciones y que estos deben describir en detalle de lo que trata el resto del contenido. No obstante, hay que tener cierto cuidado con esto y evitar exageraciones o contradicciones.

Los errores o faltas de ortografía son exactamente lo que posiciona en un nivel inferior a las páginas web y con esto también es importante tener cuidado. En definitiva, la información debe ser clara y concisa, pero también amplia. En cuanto a la parte visual del contenido, Google alerta que este debe poder verse de forma clara y sin anuncios que interfieran, sobre todo en el formato móvil, cada vez más utilizado por los usuarios. Es bueno entender que el principal objetivo por el que Google implementa los cambios centrales tan significativos para el SEO es mostrar un contenido relevante y fiable a los usuarios, para que las búsquedas sean mucho más fructíferas.

Datos de contacto:

TusIdeas
915 227 148

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

Categorías: [Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>