Publicado en Cancún el 05/01/2021

# [Octopus recomienda pensar en una estrategia SXO, no solo en SEO](http://www.notasdeprensa.es)

## ¿Alguna vez se acercó una "agencia SEO" que prometió ser el "número 1 en Google"? ¿Se han contratado sus servicios? ¿Se ha visto un impacto positivo en los resultados del negocio? ¿No? Bueno, no se está solo y explican por qué

 SXO = UX + SEOLas últimas evoluciones en el algoritmo de Google han transformado el SEO (Search Engine Optimization) en SXO (Search eXperience Optimization). Hasta cierto punto, el SXO es la fusión del UX (User Experience) con el SEO. El objetivo de Google es reducir la eficacia de los consejos y trucos utilizados por muchos SEO (Search Engine Optimizers) que, lamentablemente, han estado contaminando la Web durante varios años por no tener la experiencia de una agencia SEO. La calidad trae notoriedadPor ejemplo, los sitios web de mala calidad con contenido escaso y poco interesante se degradarán cada vez más en el futuro. Dato interesante, Gary Illyes, analista de tendencias para webmasters de Google, estima que el 60% del contenido web es duplicado. Además, la creación de backlinks (enlaces externos), que ha sido el pan y la mantequilla de muchos SEO, ve su papel muy disminuido. El uso de criterios oscuros para evaluar enlaces externos, como Trust y Citation Flows, es cosa del pasado. Ahora, evaluar la calidad de los enlaces externos simplemente significa calcular la proporción de enlaces externos que realmente dirigen tráfico a su sitio. Este es el verdadero propósito de un enlace, ¿verdad? Claramente, la intención de Google es otorgar notoriedad a un sitio web basándose únicamente en su calidad. El SEO se convierte en marketingEn consecuencia, desde hace más de 10 años, Google lleva actualizando su algoritmo con el objetivo de mejorar la calidad de los sitios web. Las primeras actualizaciones penalizaron a los sitios que no cumplían con las directrices de Google. La integración de la inteligencia artificial y las mejores prácticas de UX como criterios clave trajo una revolución: el SEO se ha convertido hoy en: marketing. Esto es lo que siempre debería haber sido el SEO. La conversión precede a la posiciónEn conclusión, el contenido es el elemento más importante para los internautas pero también para el SEO. Las técnicas de optimización tradicionales han dado paso al UX, que coloca la experiencia del cliente en el centro de la optimización. El SXO requiere repensar el proceso de optimización, con el objetivo de convencer a los usuarios, no a los motores de búsqueda. El propósito fundamental de un sitio web es convertir a los usuarios en clientes, no solo buscar buenas posiciones en Google. Si se tiene alguna pregunta o comentario, les encantaría escuchar los comentarios en la agencia de SEO Octopus.mx elegida mejor agencia de México por Marketing4ecommerce.

**Datos de contacto:**

Ricardo Wielink

Director Comercial

998 220 4539

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/octopus-recomienda-pensar-en-una-estrategia\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Internacional Marketing Emprendedores E-Commerce Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)