

iCrossing

Impulsa tu posicionamiento SEO con nuestra *E-A-T Checklist*

*Expertise (Experiencia), Authority
(Autoridad), Trust (Confianza)*



INTRODUCCIÓN

Impulsa tu posicionamiento SEO con nuestra *E-A-T Checklist*

Descubre cómo optimizar tu contenido para mejorar su posicionamiento en los resultados de búsqueda orgánica de Google.

Experiencia, autoridad y Trust (Confianza) (E-A-T) son los tres factores que utiliza Google para medir y evaluar la calidad general de una página web. En otras palabras, E-A-T es un conjunto de pautas que determinan el contenido de calidad al priorizar lo que es relevante y confiable.

¿Por qué esto es importante para tu marca? Estos tres factores tienen un efecto directo tanto en el nivel de calidad de la página como en la reputación en la web. La calidad juega un papel crucial en el posicionamiento de una página en los resultados de búsqueda orgánica del buscador. Google afirma que “los sitios web necesitan una amplia especialización para ser catalogados como confiables en su tema”. Esto significa que optimizar tu contenido de acuerdo a estos tres factores (E-A-T) es clave para mejorar el posicionamiento de tu página.

Nuestra lista incluye acciones simples para optimizar tu contenido. Sigue leyendo para descubrir más consejos.

EXPERIENCIA



AUTOR DE LA PÁGINA

- Cuestiona tu conocimiento. Cuando sea de utilidad, busca autores o colaboradores expertos, indicando claramente quiénes son y destacando aquello que los convierte en expertos.



CONTENIDO EN LA PÁGINA

- Cuando recurras a un autor experto, incluye una biografía citando lo más relevante de su formación. Idealmente escribe en tercera persona para aumentar la autoridad percibida y añadir más credibilidad. Actualiza con frecuencia para incluir el rol, los logros y las responsabilidades actuales del autor.
- Incluye fotos del colaborador experto (así como información de contacto, si es posible) para aumentar la confianza en su estatus oficial.
- Explica de dónde proviene la información para ayudar a Google a rankear tu contenido.
- Usa ejemplos de evidencia anecdótica que brinde una experiencia real (por ejemplo, personas que comparten sus experiencias de vida en foros, reseñas de blogs, etc.)



SITIO WEB

- Crea landing pages del autor que compilen y enlacen a todo su contenido. Esto demostrará su experiencia en un campo en particular.

AUTORIDAD



AUTOR DE LA PÁGINA

- Trabaja con expertos de renombre o personas influyentes en el campo relevante, esto generará *backlinks* naturales y que sea compartido en redes sociales.



CONTENIDO EN LA PÁGINA

- Incluye estadísticas creíbles en tu copia para mejorar la claridad y reforzar los argumentos.
- Agrega etiquetas de autor al contenido para proporcionar a los motores de búsqueda datos estructurados sobre la autoría y ayudarlos a clasificar mejor tu contenido.
- Optimiza tu contenido para asegurarte de que sea fidedigno, preciso y completo.
- Genera asociación mediante enlaces a fuentes confiables para fortalecer la autoridad.
- Marca con fecha todo el contenido y sus fuentes para mostrar que tu contenido está actualizado.



SITIO WEB

- Impulsa la reputación de tu sitio, asegurándote de que no haya críticas negativas o cobertura de prensa desfavorable. Si las hay, usa el contenido de tu sitio para ayudar a calmar las inquietudes, anima a los clientes satisfechos a dejar reseñas, ya que Google las usa para derivar señales de marca que pueden aumentar la autoridad de tu sitio.
- Adecúa tus enlaces internos para ayudar a los lectores (y a los motores de búsqueda) a navegar y comprender fácilmente tu sitio.

TRUST (CONFIANZA)



AUTOR DE LA PÁGINA

- Da a conocer a los profesionales detrás de los logros importantes de la empresa o la marca. Enfócate en los que han aparecido en la cobertura de prensa y puedan convertirse en rostros familiares que brinden tranquilidad.



CONTENIDO DE LA PÁGINA

- Sé transparente sobre el contenido patrocinado, para que sea fácil de reconocer.
- Pon al día tu contenido para mantenerlo fresco y relevante (y, por lo tanto, confiable) mediante la planeación de actualizaciones constantes. Renueva los contenidos sensibles al tiempo con más frecuencia y modifica la fecha de edición siempre que lo hagas, para que los lectores sepan que la información está actualizada.



SITIO WEB

- Cuando hagas una declaración, establece vínculos externos a sitios con autoridad de dominio para ayudar a generar confianza, dejando que los usuarios sepan que lo que están leyendo está respaldado por investigaciones.
- Agrega una página “Acerca de” que sea completa y brinde información de contacto fácil de encontrar acerca de tu empresa, lo que facilitará a tus lectores hacer cualquier pregunta.

¿Estás listo para un cambio digital?

Moverse demasiado lento en la era digital es la amenaza más grande que enfrenta tu negocio. Si estás listo para acelerar el ritmo, nosotros estamos listos para impulsar el cambio.

Ponte en contacto

- ✘ www.icrossing.com/la
- ✘ Email: contacto.latam@icrossing.com
- ✘ Tel: + 55 52 11 40 93