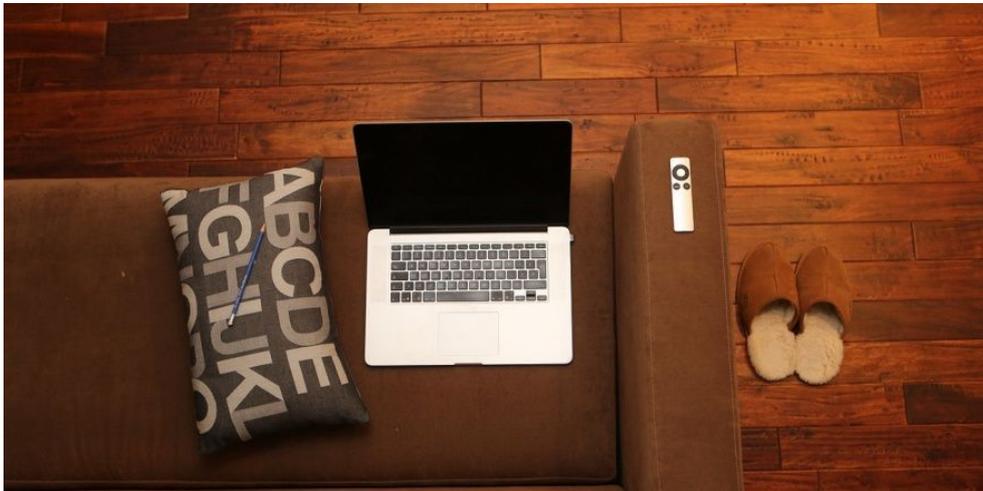


# ¿Por qué continuar con nuestro plan SEO en tiempos difíciles?

Madrid | 01-04-2020 | 16:40



La crisis sanitaria que está viviendo España a causa del coronavirus está afectando no solo a las personas, sino también a la economía. Muchas empresas han observado la imposibilidad de aplicar el teletrabajo y otras, han optado por hacer una pausa hasta que la situación se normalice. Sin embargo, este período puede ser una gran oportunidad para que las empresas ahonden en temas relacionados con el mundo del marketing, especialmente con el SEO. Lo más importante, es acudir a una agencia SEO en Madrid que nos asesore y nos ofrezca los mejores resultados, independientemente de que hoy en día se estén viviendo tiempos complicados.

El coronavirus está modificando las búsquedas online

El coronavirus ha modificado los hábitos de nuestra vida por completo. Es un giro de 180°. Nos hemos tenido que confinar en nuestras casas y enviar a nuestros empleados a sus casas para hacer teletrabajo en caso de que sea posible. Todo ello en pro de frenar la crisis del coronavirus que sigue asolando al país. Ahora que experimentamos este tiempo de stand-by, es una gran ocasión para realizar una auditoría SEO en la que se investigue cuál es la situación de nuestra empresa en buscadores.

Además de ello, las empresas deben adaptarse a estos tiempos y aprovechar las búsquedas que está generando el COVID-19. De este modo, los contenidos deben posicionarse en la medida de lo posible respecto a esa temática para conseguir el tráfico hacia nuestra web. Las agencias SEO son conscientes de que en una estrategia SEO debe tenerse en cuenta cómo está impactando el coronavirus en las búsquedas en red, puesto que está generando beneficios a distintas compañías.

Los estudios confirman que se han modificado patrones de consumo y la forma en que las personas están comprando en el mundo online. En cuanto a búsquedas del coronavirus, se están relacionado tanto directamente como transversalmente y han aumentado conforme la crisis ha cobrado relevancia. Las que están relacionadas con productos de limpieza y de sanidad han experimentado una subida espectacular. Si acudimos a google Trends, en España la palabra 'lejía' aumentó un 60% y desde el 15 al 21 de marzo el interés que despertaba subió del 14 al 100.

¿Cómo se ha modificado el tráfico?

Tal y como avanzamos anteriormente, los contenidos de salud y limpieza están en auge, pero no son los únicos. Las recetas caseras y páginas de turismo también están recibiendo una gran acogida. ¿Vuelos baratos? es el término más destacado, ya que las personas consideran que los precios están cayendo y que las aerolíneas están ofertando vuelos muy económicos.

Asimismo, se debe pensar en el consumo móvil a la hora de realizar una estrategia SEO. Según distintos estudios, el uso habría subido hasta una hora diaria, ya que las personas están consumiendo con mayor frecuencia este dispositivo para informarse, entretenerse o realizar búsquedas. Nos encontramos ante un mercado muy volátil donde la estrategia SEO debe adaptarse no solo a las circunstancias, sino también ser empática. Ahora que conocemos cómo está afectando, es el momento de observar nuestra empresa y ver de qué forma el SEO nos puede ayudar a generar tráfico hacia nuestra web.

Autor: Redacción