

¿Por qué utilizar palabras claves en tu e-commerce?

Recopilado por Amalia Beltrán



A principios de cada año, Google lanza su análisis Year in Search, en el cual presenta las palabras y frases más buscadas durante ese período. Durante el 2020, claramente una de las que tuvo más popularidad fue "covid 19"; en cuestión de comercio electrónico en México, "mercado libre", "amazon", "liverpool", fueron los términos con mayor relevancia, respondiendo, en parte, a la necesidad de muchos consumidores en línea a la búsqueda de información básica y práctica sobre en dónde y cómo comprar durante el confinamiento.

Este es un análisis que hay que tomar en cuenta para tu e-commerce, ya que nos indica las tendencias que podemos utilizar para sacarles provecho y aplicarlas en la práctica. No todos los trends son para todas las marcas, pero sí hay que estar al tanto. En el caso del 2020, podemos hacer

una conclusión únicamente con estas palabras para decir qué tan bien o qué tan mal fueron estos 365 días. Si bien fue un periodo poco común, algo que podemos rescatar es que logró acelerar la transición hacia la digitalización, sobre todo en cuanto a comercio electrónico.

Y fue este nuevo entorno digital el que logró ayudar tanto a consumidores como a los negocios, ya que permitió encontrar alternativas de comercio y de productos. De hecho el 75% de los consumidores en línea se abrieron a nuevas marcas y al menos el 60% de ellas van a seguir haciendo uso de sus e-Commerce incluso después de la pandemia.

Muchos comercios tuvieron que ser ágiles para evitar que las alternativas cegaran a los consumidores de sus productos y les dieran una ventaja sobre la competencia, lo que los



impulsó a trabajar con rapidez, incluso con datos no tan precisos. Hoy contamos con mejores estadísticas y análisis más completos sobre el comportamiento de los consumidores en línea; es por eso que utilizar algunas palabras clave que nos brindan estos estudios, puede redirigir a más clientes a tu sitio y con ello incrementar tus ventas.

El SEO, además de ser una herramienta de fácil acceso, te permite crear una estructura eficiente para que las búsquedas relacionadas con tu giro permitan llevar tráfico hacia ti. Crea un "vínculo" con el motor de búsqueda, ya que esta palabra se quedará guardada, y si vuelve a ser utilizada los redirigirá a tu sitio como opción. Por eso es muy importante que siempre intentes utilizar las mismas palabras clave.

Ojo, no siempre el nombre de tu marca será una keyword ideal, quizá el branding te haga decidir por esta alternativa, pero recuerda que al menos que tengas una comunidad de clientes ya establecida o que tu marca sea relevante para ciertos nichos, lo más

conveniente es que utilices palabras que estén en función de tus servicios. Para lograr una buena lista consulta con tus proveedores, habla con tu equipo, incluso puedes hacer un ejercicio para detectar cómo te buscaría un cliente en línea. Otra es una buena opción que analices a tu competencia, revisa cómo comunica sus productos, el tipo de combinaciones que utiliza para resaltar los atributos de su servicio etc. Las palabras clave siempre serán las aliadas para tu negocio en línea, considéralas dentro de tu estrategia para atraer más clientes a tu sitio. Quizá al inicio los resultados puedan no ser satisfactorios, pero sigue avanzando y poco a poco lograrás leads más certeros y clientes más leales con tus productos.

