

La Moda del CTR – Mitos y Realidades

¿Es un nuevo factor SEO? ¿Desde cuándo se intenta manipular?

¿Funciona manipularlo?

Respuestas cortas:

No.

Desde hace muchos años.

Algunas veces sí, otras no.

Respuesta larga: Este post 😊

Igual que en un post anterior ([6 pasos para hacer linkbuilding sin mucho presupuesto](#)) aquí les traigo un resumen de mi último **webinar en**

SEMRush: El CTR está de moda, ¿Qué tanto de lo que se dice es verdad? El webinar en sí duró 27 minutos más o menos. Los restantes 50 fueron **puras preguntas y respuestas...**

(Esto como parte de la **2da Semana SEO en SEMRush**. [Acá puedes ver también el video](#) de la mesa redonda en la que participe con **Antonio, Natan y Fernando**)

Comencémos! 😊

¿Desde cuando se intenta manipular el CTR?

Muchos afirman que el CTR es un **nuevo factor SEO**, que es novedoso y que en el 2015 tomó mucha fuerza.

Pero no.... Para empezar, se “dio a conocer” en una ponencia en Las Vegas... al público, de esa conferencia. Y a los demás a raíz de ~~este post~~ de

Matthew WoodWard, [traducido al español por Javi en su blog Monetizados](#)

... **¿Cuántos no lo estaban ya usando o contemplando desde hace mucho?**

De entrada, [aquí hay un post hablando sobre eso](#) en el blog de MOZ, del año 2014. Trata de un pequeño experimento donde se demostró que manipular el CTR sube posiciones... **al menos un rato.**

Y [aquí otro hablando de “Pogosticking”](#). Algo muy relacionado con el CTR... esta vez del 2008.

(Un pogostick en español es un saltador)

El pogosticking sucede cuando un usuario “salta” de una web a otra en los resultados, es decir, **entra a una web, está muy poco tiempo y regresa a la página de resultados de su búsqueda** para luego entrar a otra web. Esto podría indicar que la primera web a la que entró no satisfizo su consulta... y esto podría ser un indicativo de un contenido de baja calidad.

Pero en fin...

Incluso estos artículos fueron publicados en blogs. Son “públicos”... **¿Cuánto tiempo tendrá que se habla del CTR en foros privados?** ¿En charlas por Skype? Esto va mucho más atrás del 2015... no es nada nuevo.

Además, desde siempre se ha recomendado optimizar el título de la página y su meta descripción para mejorar el CTR...

¿Funciona o no manipular el CTR?

Que hay que tomar en cuenta

Si, funciona. Pero a veces... no siempre se obtienen los resultados esperados.

Hay muchas formas de hacerlo y dependen mucho del mercado, las búsquedas, la competencia:

1. Un buen número de clics en un tiempo corto
2. Un buen número de clics durante un largo tiempo
3. Un número pequeño de clics pero durante un largo tiempo
4. ETC

Aquí un ejemplo práctico de como si funciona

Yo lo he usado para manipular una SERP específica para una kw con 8,100 búsquedas mensuales. No, no es para un blog con AdSense, una kw así no serviría tanto, sino para un producto de una empresa.

¿Qué resultados he obtenido?

Ha pasado de estar en la posición 8 a estar en la 4, sin ningún backlink.



Pero no fue de un día para otro, tardó un poco como pueden ver.

Aproximadamente 2 meses.

Después le dejé de mandar visitas y ahora está bailando entre las posición 5 y

6. Ahí se ha mantenido hasta ahora.

¿Qué hay que evitar hacer?

No te enfoques solo en manipular tu CTR

Creo que últimamente está pasando con el CTR lo mismo que pasa cuando un “factor SEO” se pone de moda. Se enfocan demasiado en eso y descuidan un poco todo lo demás.



Y no importan si lo haces de manera “White”, como pidiéndole a tu lista de correos un favor, o de manera “Black”, con algún software. Que finalmente da lo mismo. No hay manera “White Hat” de querer manipular esto. (Acá mi opinión al respecto: [Black Hat SEO vs White Hat SEO](#))

Es más, si tu competencia está haciendo [linkbuilding](#), [creando contenidos](#) y [consiguiéndoles enlaces](#) y tú te estás enfocando en ver como manipular el CTR... **tienes las prioridades al revés**

El CTR es la cereza del pastel, **no va a sustituir ni al linkbuilding ni al buen contenido** (que es aquel que satisfaga lo que sea que tu usuario esté buscando).

Además, muchas veces manipular el CTR solo da una mejora temporal de

posiciones, cuando dejas de enviarle visitas artificiales, vuelves a caer a la posición en la que estabas.

No manipules tu CTR sin antes optimizar tu sitio

Y no estoy hablando solo de SEO, de optimización OnPage, de **SEO Semántico**... no no, también me refiero al **CRO**.

Me refiero a optimizar tu sitio para lograr conversiones **y para retener a las visitas lo más posible**, dándoles contenido útil que satisfaga su búsqueda...

Y ya váyanse sacando esa idea de la cabeza 😊 de que el contenido útil, “de calidad”, es siempre un artículo de 2,000+ palabras con muchas imágenes, un video y hasta infografía si se puede. Puede que el contenido más útil sea una página sin texto con un solo archivo en flash (para búsquedas de juegos), o una página sin nada de texto con una herramienta (para calculadoras de... X, por ejemplo), o un vídeo...

¿Esto por qué importa?

Si tu contenido no es lo que el usuario buscaba y las visitas “naturales”, no las que mandas para manipular tu CTR, no están mucho tiempo en tu sitio y prefieren regresar a la página de búsquedas para visitar otros sitios (o sea, pogo sticking) **es probable que cuando acabes de mandarle las visitas artificiales termines en una posición más baja que al inicio...**





En el caso del experimento que hice yo, los resultados que les mostré aquí arriba, el contenido ya está bastante bien en cuanto a optimización OnPage, CTAs, diseño, etc. Tomando una muestra de visitas y conversiones durante el periodo donde NO se manipuló el CTR, tiene un 3% de conversión, **contándola como una venta**. Para la descarga de la versión de prueba convierte entre el 20 y 25%.

Estos datos fueron tomados ANTES de mandar visitas artificiales. **Porque las visitas artificiales no descargan el trial ni compran.** Y sería algo muy tonto hacer que así fuera, porque además de visitas inflarían otros **KPIs** mucho más importantes. Y de esto trata el último punto:

No olvides que enviar visitas artificiales tendrá un impacto negativo en tus KPIs

Vas a mandar visitas artificiales para poder manipular tu CTR.

Y como dije, esas visitas no van a comprar, ni a descargar nada, ni a suscribirse a tu lista de correo, ni a contactarte... ni a cumplir ninguno de los objetivos que hayas definido para tu web (**ni quieres que así sea**).

Es por eso que, mientras algunas métricas va a pasar algo así:



Algunos de tus KPIs van a bajar, evidentemente.

Si en este sitio, un 20% de las personas descargaban la versión de prueba del software, y tenían en promedio 3,300 visitas... esto significan 660 descargas al mes.

¿Y si las visitas suben a 4,500 y las descargas se mantienen en 660? El % de conversión bajaría a 14.7%... y antes de comenzar a preocuparte siempre tienes que tener en cuenta que hay que descontar todas las visitas falsas que estés mandando 😊

Qué podría hacer Google al respecto

Otra cosa que puede suceder ahora que manipular el CTR es la nueva moda (aparte de que las personas se enfoquen de más en manipularlo que en otras cosas más importantes) es... **lo que pasa cada que algo se pone de moda**

- Cuando se puso de moda usar y sobretodo **hablar** de las PBNs, o redes de blogs privadas, Google penalizó varias de ellas y en general se volvió más estricto con este asunto.
- Cuando se puso de moda el **Guest Posting**, no tardó en venir la penalización de MyBlogGuest, de Ann Smarty.
- ETC, ETC...

Ahora que está de moda el CTR... ¿Qué podría pasar?

Pues eso, **que Google se ponga un poco más estricto**. Un ejemplo de cuándo podría sospechar Google de un comportamiento antinatural sería este:

1. Hay una búsqueda X que se realiza **500 veces al mes**.
2. Queriendo manipular el CTR se hacen **50 búsquedas al día** y todas dan clic

en tu resultado.

3. Totales:

- o **1500 búsquedas extras al mes.** Es decir, de 500 búsquedas pasó a 2,000.
- o **¾ de los usuarios dieron clic en tu web.**
- o Ninguna búsqueda relacionada, cuyo # de búsquedas suele tener una correlación muy alta con el # de búsquedas de esta palabra clave X por ejemplo, aumentó tanto, ni poquito.

¿Podría Google ver algo raro? ¿Eso podría perjudicarte? ¿O solo no ayudaría en nada más que para inflar tu tráfico por un rato?

O si lo haces durante un par de días nada más, ¿Podría ayudarte de momento y después perjudicarte y **hacerte perder posiciones por perder ese CTR?**

Vamos a ponernos un poquito más técnicos. Aquí hay una patente de Google relacionada al tema, llamada **“Modifying search result ranking based on implicit user feedback and a model of presentation bias”**. O en español, algo así como *“Modificando el posicionamiento de los resultados de búsqueda en base a una retroalimentación implícita del usuario y un modelo de sesgo de presentación”*.

Sí, un título bastante largo y complicado, pero aunque no soy Bill Slawski esa patente tiene un par de cosas interesantes.

Patents

Modifying search result ranking based on implicit user feedback and a model of presentation bias

US 8938463 B1

ABSTRACT

The present disclosure includes systems and techniques relating to ranking search results of a search query. In general, the subject matter described in this specification can be embodied in a computer-implemented method that includes: receiving multiple features, including a first feature indicative of presentation bias that affects document result selection for search results presented in a user interface of a document search service; obtaining, based on the multiple

Publication number	US8938463 B1
Publication type	Grant
Application number	US 11/685,095
Publication date	Jan 20, 2015
Filing date	Mar 12, 2007
Priority date 	Mar 12, 2007
Inventors	Hyung-Jin Kim, Adrian D. Corduneanu
Original Assignee	Google Inc.
Export Citation	BiBTeX, EndNote, RefMan
Patent Citations (113), Non-Patent Citations (58), Referenced by (3), Classifications (3), Legal Events (1)	
External Links: USPTO, USPTO Assignment, Espacenet	

Entre otras cosas explica como algunas señales que mandan los usuarios al navegar, como el CTR, pueden ayudar a **modificar el orden de los resultados de una búsqueda.**

Si tienen algo de tiempo, interés en el tema, un buen nivel de inglés y creen que podrán leer toda la patente sin quedarse dormidos, ahí está.

Para los que no, aquí les dejaré dos cosas interesantes que menciona.

1. No todos los usuarios son iguales. Es decir, **el CTR de algunos usuarios puede influir más que el CTR de otros.** Y para saber que usuarios influyen más Google puede clasificarlos **de acuerdo a sus búsquedas pasadas...** Si un usuario ha buscado durante un buen tiempo, y varias veces, cosas relacionadas a un tema en específico se le considerará “más experto” que un usuario que no, y el CTR de ese usuario puede influenciar más los listados sobre temas en los que Google lo considere experto.





2. Segundo... la patente ya trata el tema de los spammers. Es decir, aquellos que tratan de inflar artificialmente el CTR de un sitio. Menciona que **existen algunos mecanismos para evitar que estos spammers manipulen los resultados**. Y para detectar si hay manipulación o no pueden tomar en cuenta elementos como el comportamiento no natural del usuario. Por ejemplo, patrones anormales en los clics dados, las búsquedas realizadas por día y cuánto duran las visitas en cada sitio.



Ahora, ¿Esto funciona siempre? No, no siempre.

El algoritmo, o mejor dicho, **los algoritmos de Google no son infalibles** (pero eso ya lo deben saber) y en mercados poco competidos, menos. Pero si se empieza a poner estricto, será cada vez más difícil manipular el CTR para mejorar un poco el posicionamiento de un sitio.

Conclusiones y Sesión Q&A

¿Es el CTR un factor para posicionarse?

Sí. O al menos sirve para reorganizar las posiciones de los resultados una vez realizada la búsqueda.

¿Es el CTR un nuevo factor SEO?

No. Lleva años hablándose de eso y lleva también años manipulándose. Ya sea de forma natural, optimizando el title y la meta descripción o aprovechando los Rich Snippets, o artificial, mediante software o búsquedas coordinadas con otras personas.

¿Es el CTR el factor más importante del SEO en el 2015?

No. Es algo que te puede ayudar a subir algunas posiciones pero no es permanente (y menos si tu sitio no puede mantener las métricas al mismo nivel que las tenías mientras inflabas el CTR). Y no sustituye la optimización OnPage ni la creación de enlaces.

....¿Entonces por qué ha ganado tanta popularidad?

Por dos cosas básicamente:

1. **Por bloggers que quieren atraer más lectores**, más suscriptores y vender más sus productos como afiliado... Si exageran y dicen que es un “nuevo factor SEO”, que es el “factor más importante del SEO en el 2015” y **demás**

cosas sensacionalistas van a atraer más la atención... puro **clickbait** 😏

2. Porque al ser, supuestamente, “nuevo” llama la atención de toda la gente que está buscando algún truco de SEO para estar en el puesto #1 para su keyword, **de preferencia sin tener que trabajar mucho**. Pero ya se les olvidará y encontrarán otra cosa que les llame la atención. **Shiny Object Syndrome** le dicen, o “síndrome del objeto brillante”. Enfocarse en lo nuevo un rato, hasta que salga algo más nuevo...

Sesión de Q&A

Para terminar este post, si miran el video en youtube del webinar verán que dura casi 1 hora y 20 minutos. Pero de todo eso, **solo 26 minutos fueron del webinar...** el resto del tiempo fueron preguntas y respuestas.

A partir del 26:40 está toda la sesión de preguntas y respuestas... aquí tienen el link: <https://youtu.be/6TcaZIBYwT4?t=26m40s>

Me preguntan de todo xD no solo del CTR. Cosas como:

- Que usar para manipular el CTR <- 37:00
- Cuál es la importancia de las meta etiquetas hoy en día <- 39:54
- Cual es la importancia de los .edu y .gov <- 46:35
- Uso de enlaces nofollow <- 48:34

Y un par de preguntas más... Como verán, no tuvieron piedad 😁