

Usastreams muestra porque el streaming favorece el SEO de un website.



Cualquier empresa o profesional sabe de la importancia de Internet como un escaparate para su trabajo. La red se convirtió en el trampolín más importante para la llegada de nuevos clientes. **Y sobre todo, gracias a Google.** Eso ha elevado la competencia: los distintos profesionales se esfuerzan por [alcanzar el primer puesto en google](#) y conseguir más clientes, esto lo consiguen con un buen trabajo de SEO en sus portales.

En ese sentido, cada día se ensayan **nuevas prácticas y acciones para mejorar el posicionamiento, optimizar las visitas y lograr conversiones.** Todas las herramientas aquí son válidas, siempre que se usen con inteligencia y en buena medida. Y que estén justificadas en todo caso.

Ocurre cada vez más con el streaming. Las empresas están comenzando a utilizar sus propios portales para **emitir vídeo streaming de sus actividades, charlas, presentaciones de productos, etc.**

Utilizar el streaming en la página sirve tanto para mejorar la experiencia del usuario como para mejorar el posicionamiento además del propio beneficio de 'mostrar' la empresa en vídeo, que trae solo repercusiones positivas para la web.

Son varias las [razones confirmadas que justifican las transmisiones por streaming](#) en la web de empresa. Usastreams ha recopilado los principales beneficios para hacer streaming y por medio de este lograr un buen posicionamiento:

1. Ampliar el público

Es verdaderamente enriquecedor para los datos puntuales de las estadísticas de analytics. Pero, sobre todo, a largo plazo, para asentar la web entre las primeras posiciones de Google. **Emitir vídeo streaming rompe con la tradicional imagen estática de las web.** La página se convierte en algo vivo, lleno de movimiento y actividad. Y un lugar donde se acude no sólo a conocer un servicio o pedir un presupuesto, sino que hay un valor añadido. Y esto hace que el público se amplíe

2. Mejorar la interacción

Enlazado a ampliar el público la **mejora de la interacción con el público.** Evidentemente, una sesión de streaming debe contar con canales de comunicación con la audiencia. Esta es una de

las principales cosas que deben valorar los expertos en diseño de la emisión en vídeo. Y es así porque **se ha demostrado que la interacción con las marcas y las empresas mejora la confianza del cliente** y logra más conversiones.

3. Posicionar en Google

El uso de elementos audiovisuales en la web dinamiza mucho la página y también es un punto a favor para el buscador. Google considera este tipo de páginas por encima de otras.

El **tráfico llama al tráfico**: una web con visitas será más considerada por Google para escalar a las primeras posiciones este es un buen trabajo de SEO.

Por eso, **a los clientes de usastreams la empresa le ofrece la oportunidad no solo de emitir desde sus web alojadas en wordpress, sino de disponer de servidores dedicados a streaming profesional para radio y televisión.**

Obviamente, **todo esto tiene que tener un equilibrio**: cargar demasiado la web puede ser contraproducente, por esta razón es [importante optimizar los videos de la manera correcta](#), pues si no se adaptan a las versiones móviles, etc. traerá más problemas que beneficios, siempre es interesante que esto lo revise un experto en SEO.

4. Mejorar las visitas a la web

Generar actividad en la web permite que se comente por redes sociales. Y también que los propios usuarios lo comenten y compartan. Esto hace que el público pueda crecer de forma orgánica y eso se traduzca en mejorar las visitas a la web.

Puede ser una subida puntual, mientras dure la emisión, pero eso siempre tiene efectos positivos. Por eso **recomendamos pensar muy bien qué tipo de emisión en streaming se va a realizar**: el contenido ha de ser atractivo, llamativo y de fácil consumo. Esto asegura audiencia y todas las consecuencias positivas que ello tiene.

5. Generar identidad de marca

Lo de que una imagen vale más que mil palabras es totalmente apropiado para este **plan de marketing de vídeos streaming**. Se puede aprovechar la emisión para reforzar el trabajo de generar la identidad de marca de la empresa, incluir logotipos, breves videos sobre el trabajo realizado por la empresa y los valores de la compañía, etc.

Todo este tipo de producciones audiovisuales aumenta, a la vez, la calidad del streaming, de modo que supone un doble beneficio. Reconocimiento y SEO optimizado para el portal.

Estos son uno de **los principales beneficios para el SEO de usar Streaming en la web**. Existen muchos otros que inciden en menor medida de manera directa, pero que ofrecen otros puntos positivos a nivel de imagen de marca, fidelización, transmisión de ideales de la compañía, etc.

Por ello conviene **diseñar un plan de emisiones en streaming** habituales dentro del trabajo de comunicación y marketing de las empresas es la principal recomendación de usastreams para un portal web.