



Zero-click search

Daria Krauzowicz

& IA-Mode



¿Qué es SEO?

SEO es conseguir que te encuentren cuando alguien busca lo que tú ofreces.

- No es solo Google
- Es cómo buscan
- Y qué respuesta aparece

persona → buscador → empresa




HELLO



60% de búsquedas ya no generan clic*

La forma en la que la gente busca información ha cambiado más en el último año que en los diez anteriores.

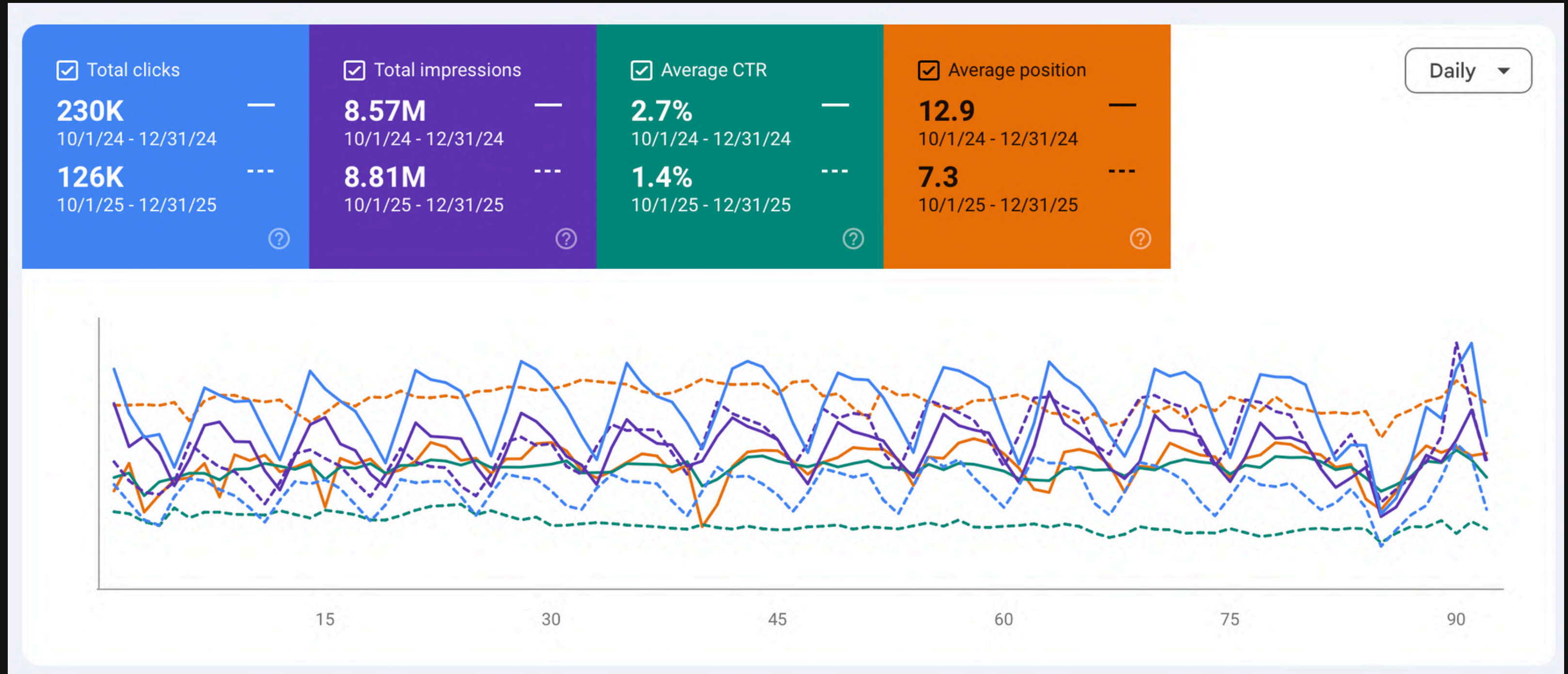
- 
- Antes: buscar → hacer clic → leer una web
 - Ahora: buscar → obtener la respuesta → no hacer clic → **zero-click search**

Google ya:

- Responde directamente, Resume contenidos, Traduce, Compara. Recomienda...Y cada vez necesita menos tu web para hacerlo.

***en móvil casi 7 de cada 10**

Nunca ha habido tanta visibilidad... y nunca ha habido tan poco tráfico.



Perdida de 50% de clics mientras mejora el posicionamiento y tenemos las mismas impresiones. ¿WTF?

¿Quién es el culpable?



EL culpable n° 1:

Google search results for "what is a featured snippet". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "All", "Images", "News", "Videos", "Maps", and "More". The results show "About 13,800,000 results (0.65 seconds)". A featured snippet is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. The snippet text is: "Featured Snippets are **short snippets of text that appear at the top of Google's search results in order to quickly answer a searcher's query.** The content that appears inside of a Featured Snippet is automatically pulled from web pages in Google's index." Below the snippet, there is a link to "https://backlinko.com › hub › seo › featured-snippets" and the title "What Are Featured Snippets? And How to Get Them - Backlinko".

Google AI Mode search results for "google ai mode". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "AI Mode", "All", "Videos", "Images", "News", and "More". The results show "About 13,800,000 results (0.65 seconds)". A featured snippet is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. The snippet text is: "Google AI Mode is a powerful, conversation-based search experience that uses advanced reasoning to answer complex, multi-part questions. Unlike standard search, it breaks your query into subtopics, searches multiple sites simultaneously (a "query fan-out" technique), and synthesizes a detailed response with citations." Below the snippet, there is a section titled "How to Access AI Mode" with the text "You can jump into AI Mode using these methods:" and a list of three methods: "Direct URL: Go to google.com/ai.", "Google App: Tap the AI Mode icon on the home screen of the Google app for iOS or Android.", and "Search Bar: Enter a question at www.google.com and select the AI Mode tab." Below the list, there is a section titled "Core Features" with the text "Multimodal Search: Ask questions using text, voice, images, and even uploaded PDFs." Below the text, there is a search bar with the text "Ask anything" and a plus sign.

Google search results for "What is a bull market?". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "All", "Images", "Videos", "News", "Shopping", and "More". The results show "Volume: 12,100/mo | CPC: \$0.04 | Competition: 0.01". A featured snippet is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. The snippet text is: "A bull market is a period of time when stock market indexes rise, eventually reaching new highs. Bull markets can also refer to other types of markets, such as real estate, bonds, commodities, and currencies. The term is generally reserved for extended periods when a large portion of security prices are rising." Below the snippet, there is a link to "Investopedia" and the title "What Is a Bull Market, and How Can Investors Benefit From ...".

"People also ask" section showing four questions with expandable answers: "How do I turn on Google AI Mode?", "What is Google AI Mode?", "Is Google AI Mode free?", and "Is AI Mode available in Europe?". Each question has a downward arrow to expand the answer. A "Feedback" link is at the bottom right.

Google search results for "how many kilometers in 1 mile". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "All", "Images", "Videos", "Maps", "Shopping", and "More". The results show "About 30,900,000 results (0.59 seconds)". A featured snippet is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. The snippet text is: "1 Mile = 1.60934 Kilometre". Below the snippet, there is a section titled "People also ask" with four questions: "How many Kilometres Makes 1 mile?", "Is 2 km longer than 1 mile?", "What distance is 1 mile?", and "What distance is 5 miles in km?". Each question has a downward arrow to expand the answer. A "Feedback" link is at the bottom right.

Un poco de nostalgia...

o cómo era el SEO antes



✚ Antes funcionaba...

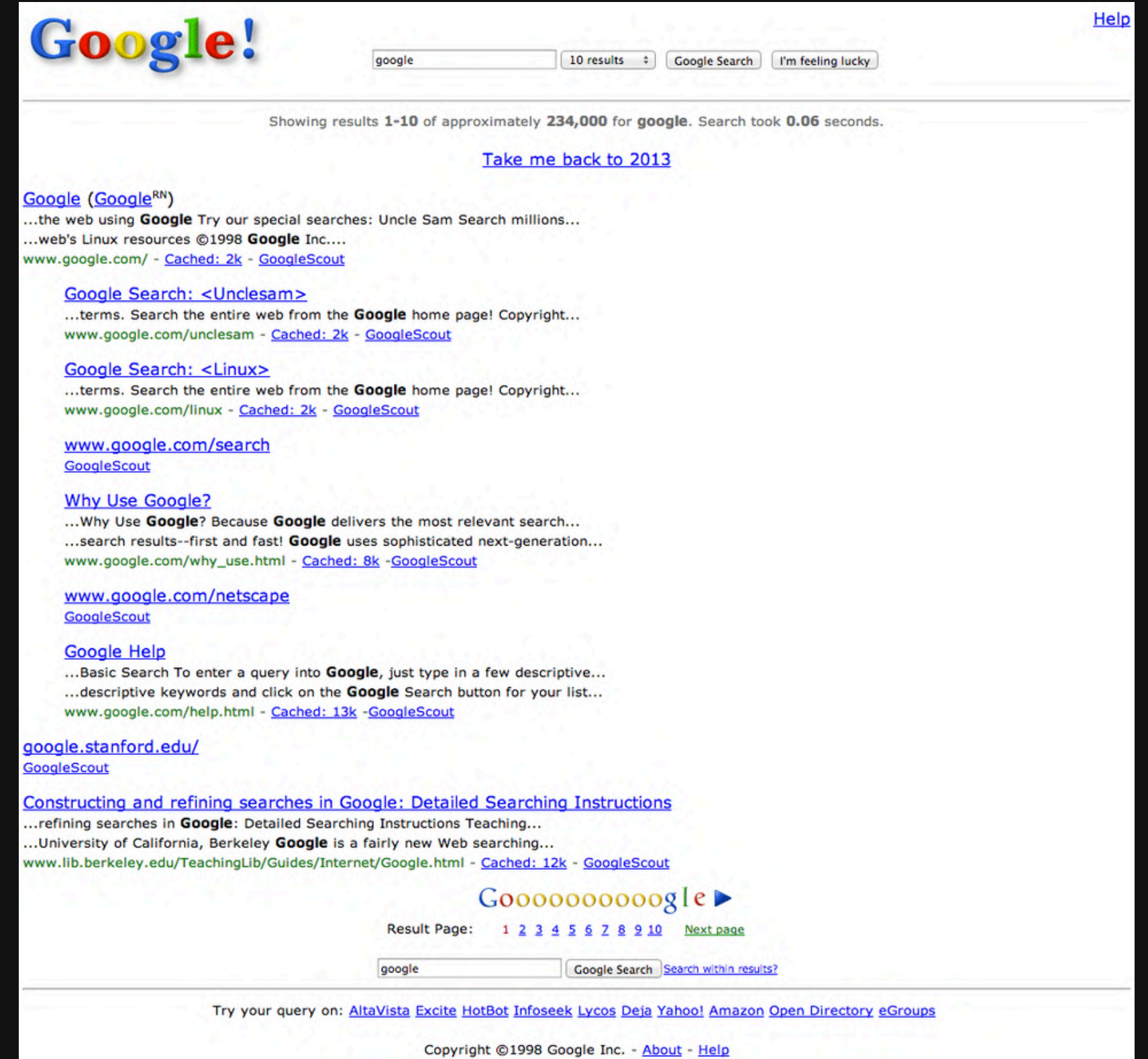
- Keywords genéricas
- Textos largos
- Repetición de términos
- Páginas pensadas para Google
- Objetivo: tráfico

Funcionaba porque:

- Google mostraba enlaces
- El clic era necesario
- No había IA respondiendo

→ Si stabas arriba, recibías tráfico. Era una relación bastante justa.

→ Ahora, Google resume, la IA interpreta, el clic no siempre existe...



Cambio radical en la manera de buscar

Antes:

- "exportar queso"
- "ingeniería biomasa"
- "proveedor industrial España"

Ahora

- "¿Qué requisitos necesito para exportar queso artesanal a Francia?"
- "Empresas de biomasa para proyectos industriales en Latinoamérica"
- "Proveedor europeo fiable para X producto con certificación Y"

Esto se llama búsqueda conversacional y long-tail extrema. Son búsquedas:

- Más largas
- Más concretas
- Más cercanas a una decisión

Antes hablábamos como robots para gustar a Google. Ahora hablamos como personas... y esperamos respuestas perfectas.

Pero ojo...




Pero ojo...



¿La gente ya usa ChatGPT en vez de Google?

- Más del **30% de usuarios** digitales ya utilizan herramientas de IA como ChatGPT como alternativa o complemento a Google
- En perfiles profesionales / B2B el porcentaje es mucho mayor
- La tendencia no es "sustituir Google", sino saltar Google en muchas búsquedas

 Google ya no es siempre la puerta de entrada. A veces es la segunda parada... o directamente no existe. Sigue siendo importante, pero ya no es el único jefe.

Entonces...

¿el SEO ha muerto?



... Lo que ha muerto es la idea de que **posicionar = recibir visitas.**

Pero entonces... ¿qué hacer para no desaparecer?

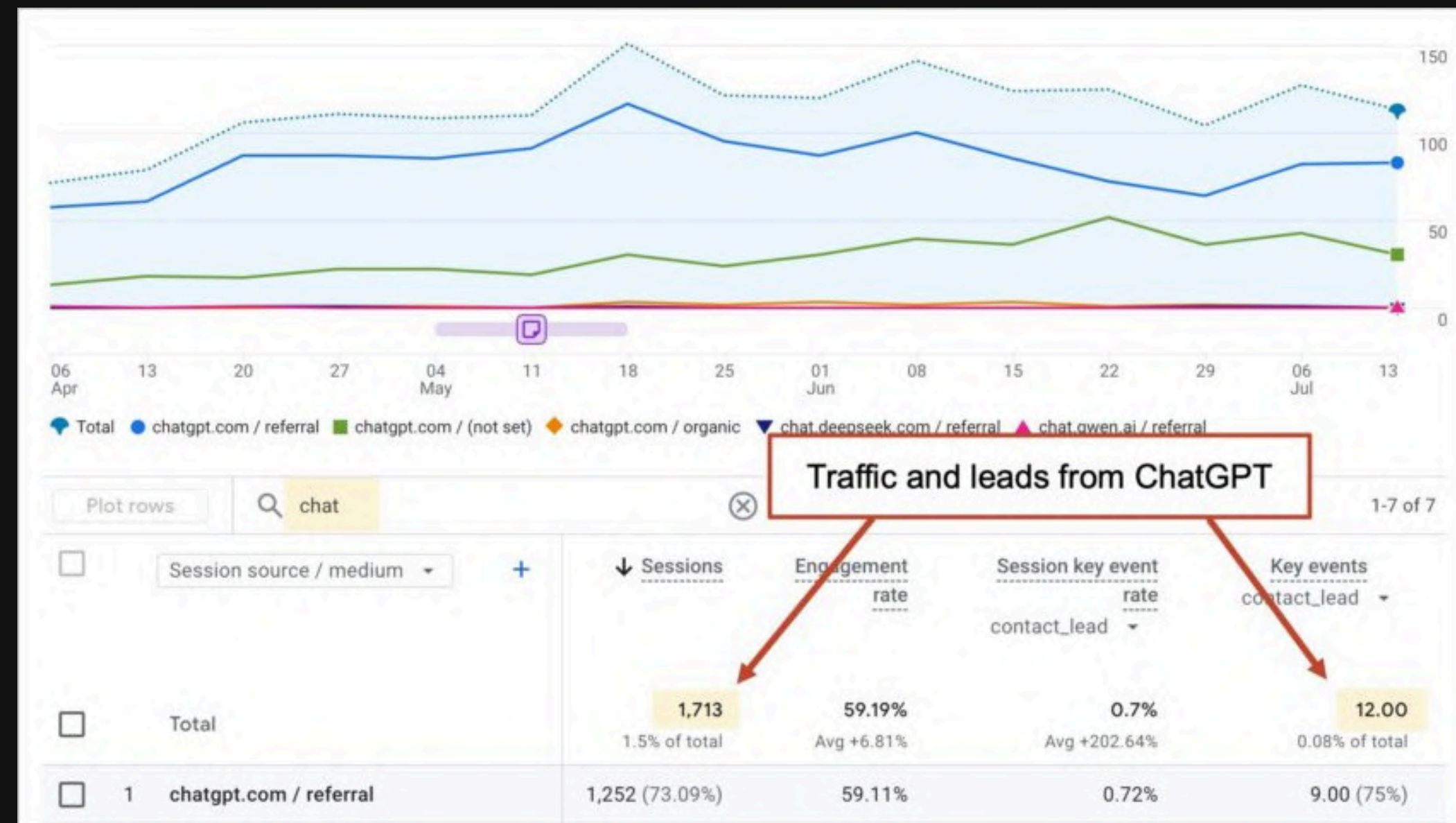
- No competir por clics. Competir por ser la mejor respuesta.
- Contenidos en forma de preguntas reales (H1, H2, H3 = preguntas)
- Primer párrafo = respuesta, nada de rodeos, lenguaje humano
- FAQs bien hechas: 1 pregunta = 1 respuesta, 3-6 líneas máximo
- Marcado FAQ (plugin o código, mejor código)
- La IA no lee keywords. Lee sentido. Si tus padres/abuelos no lo entienden, la IA tampoco.

Pero... ¿habrá que medirlo?

Si. De momento alguna herramienta + ser "listos". Medición avanzada "on the way".

Qué podemos ver y dónde

- Google Analytics datos de tráfico de terceros (Chat GPT, Perplexity, etc.)
- Generar informe en Looker cruzando datos de Referrals (Analytics) con filtros IA
- Sistrix y SEM Rush se van actualizando como locos, de momento poca cosa
- Google Search Console de momento nada de nada
- Ingeniería inversa, pruébalo tu mismo



Looker Studio (¡es gratis!)

El parche inteligente: Cruzamos las fuentes filtradas por "ai" + URLs concretas + tiempo de visitas

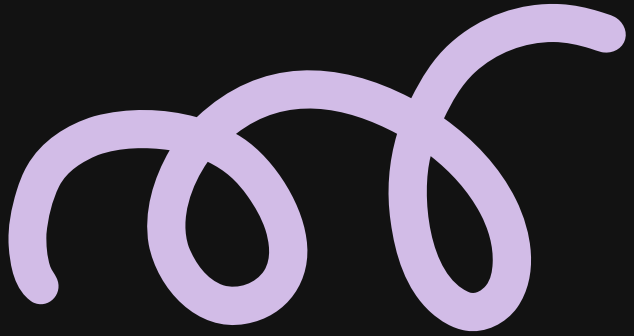
Rankings [AI Overview](#)

AI Tools bringing traffic to our site

| | First user source / medium | Full page URL | 30-day active users ▼ | User engagement |
|-----|----------------------------|---|-----------------------|-----------------|
| 1. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/login | 147 | 00:00:04 |
| 2. | chatgpt.com / (not set) | mieterengel.de/nebenkostenabrechnung-mit-mieterengel-partneranwalt-prufen... | 137 | 00:01:37 |
| 3. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/anwalt-fragen/uebersicht | 133 | 00:05:37 |
| 4. | chatgpt.com / referral | mieterengel.de/ | 123 | 00:00:53 |
| 5. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/anwalt-fragen | 110 | 00:00:05 |
| 6. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/anwalt-fragen/uebersicht?editMessage=true | 106 | 00:01:17 |
| 7. | chatgpt.com / (not set) | mieterengel.de/ | 95 | 00:00:03 |
| 8. | chatgpt.com / (not set) | portal.mieterengel.de/registrieren?open=true | 88 | 00:00:29 |
| 9. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/anwalt-fragen/erfolg | 88 | 00:00:27 |
| 10. | chatgpt.com / (not set) | mieterengel.de/guenstige-wohnungen-muenchen/ | 87 | 00:00:00 |
| 11. | chatgpt.com / (not set) | portal.mieterengel.de/shop/checkout/basis1/zahlung?show-chooser=true | 64 | 00:01:21 |
| 12. | chatgpt.com / referral | portal.mieterengel.de/anwalt-fragen/beratungsform-waehlen | 62 | 00:00:33 |
| 13. | chatgpt.com / (not set) | portal.mieterengel.de/registrieren | 61 | 00:00:00 |
| 14. | chatgpt.com / (not set) | mieterengel.de/schufa-mieter/ | 55 | 00:04:11 |

1 - 100 / 304 < >

No, gracias... hago publicidad.



Ok, pero ojo... Mucha más automatización + Menos control manual
+ Más peso del mensaje y del dato

Google Ads


- Performance Max
- IA decide dónde y cómo
- Vamos hacia automatización total

Meta Ads

- Creatividades dinámicas
- Segmentación predictiva
- Sigue funcionando muy bien, ojo con TikTok


Tik-Tok Ads

- No es buscador... pero se usa como tal
- Ideal para descubrimiento
- Especialmente mercados jóvenes... pero cada vez más no tan jóvenes.



63% of Gen Z use TikTok as a search engine for the latest news and 77% use TikTok for product discovery...

Over 2 in 5 Americans use TikTok as a search engine.



La pregunta del millón...



La pregunta del millón...



¿Habrá publicidad en Chat GPT?



- Todo indica que sí.
- No como anuncios clásicos, sino como respuestas patrocinadas.
- Si hoy luchamos por el primer resultado, mañana lucharemos por ser la respuesta recomendada.

● *"Todo es falso, salvo algunas cosas."*



M. Rajoy

En resumen...

- ✗ Keywords forzadas
- ✗ Textos kilométricos sin respuesta clara
- ✗ Contenido genérico
- ✗ "Escribir para posicionar"
- ✗ Medir solo tráfico

→ Es como seguir optimizando para Internet Explorer...



- ✓ Contenido resolutivo 
- ✓ Especialización
- ✓ FAQs reales
- ✓ Casos prácticos
- ✓ Medir visibilidad + impacto 

→ Que no te visiten, no significa que no te consumen o que no tengas sitio en su "top of the mind".

**un poco de buen SEO + un par de buenos anuncios = vendemos fijo
(sin gastar un riñón)**

Es un gran momento para salir fuera...

Menos dependencia del tráfico

→ Tu contenido puede generar impacto aunque nadie haga clic.

Más peso del contenido experto

→ La IA prioriza conocimiento claro, específico y fiable

La IA reduce barreras de entrada a mercados internacionales

→ Idioma, tamaño o notoriedad pesan menos que antes (traducción PRO en minutos)

Más visibilidad global sin grandes presupuestos

→ La IA puede mostrarte en mercados donde no inviertes en SEO o Ads

Más oportunidades para nichos especializados

→ Cuanto más concreto es tu expertise, más fácil es destacar

→ No gana quien más invierte. Gana quien mejor explica lo que sabe hacer.

Muchas gracias



Website :

www.districtofederalmedia.com

Social Media :

[@districtofederalmedia](https://www.instagram.com/districtofederalmedia)

Email Address :

daria@districtofederalmedia.com