

4 pasos a seguir para aparecer en

AI Overviews

FLAT 101

1

FASE

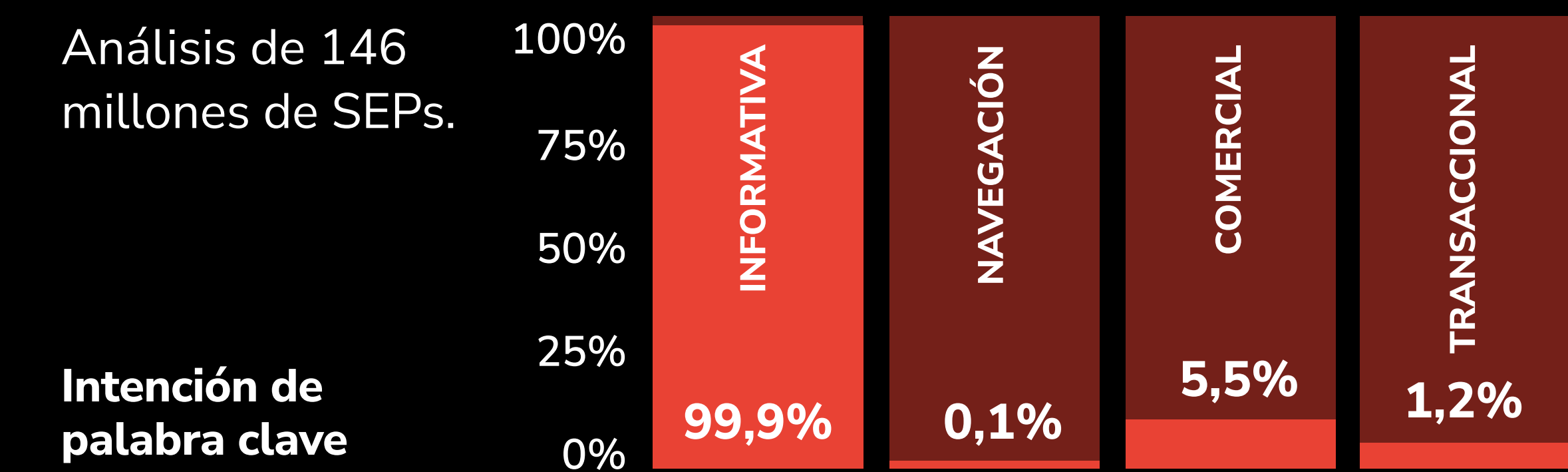
Diagnóstico: ¿de dónde partimos?

Antes de hacer ningún movimiento tenemos que saber si AI Overviews cita la web en sus resúmenes, tiene en cuenta nuestro contenido o muestra contenido real –y no erróneo– en consultas informativas.

Prácticas

- **Revisar regularmente qué contenido** de la marca aparece en AI Overviews y cómo.
- **Identificar URLs** que han ganado o perdido tráfico tras su despliegue.
- **Ajustar estructura y formato** del contenido para que sea fácilmente detectable y citable por la IA.
- **Analizar contenido generado por IA** para entender qué tipo de información usa para responder cada consulta.

SERP con AI Overviews por intención de palabra clave



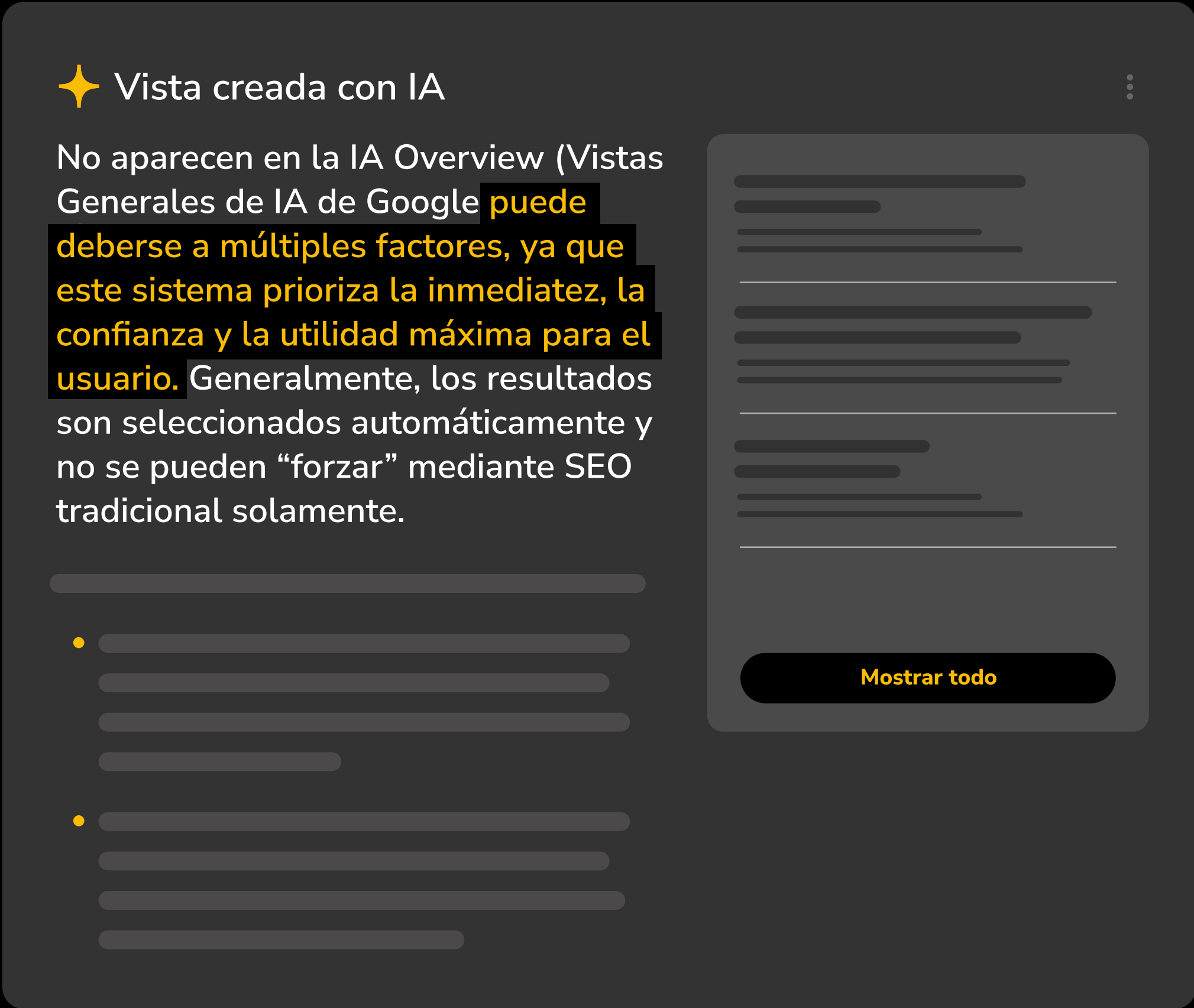
preguntas de más de 7 palabras
preguntas “¿por qué?”
preguntas de “sí/no”
búsquedas de definición
Además, el 99,9% de las keywords que disparan AI Overviews son informativas.

2

FASE

Optimizar contenido

El siguiente paso es **crear contenido pensado para ser citado** para aumentar la probabilidad de que nuestra web sea citada en la **Vista creada con IA**.



Prácticas

- **Escribir pensando en las personas.**
- **Ser claro y conciso** y responder de manera directa y concreta.
- **Identificar el contenido relacionado** que ya muestra AI Overviews e incorporarlo.
- **Crear contenido estructurado y jerarquizado** con encabezados para que sea más comprensible.
- **Añadir secciones tipo “resumen”, “aspectos clave”, “qué debes saber”.**
- **Usar formatos como tablas o listas.**
- **Insertar los datos estructurados más relevantes** (Article, HowTo y FAQPage). Según John Mueller (Google), es fundamental para la búsqueda con IA.

3

FASE

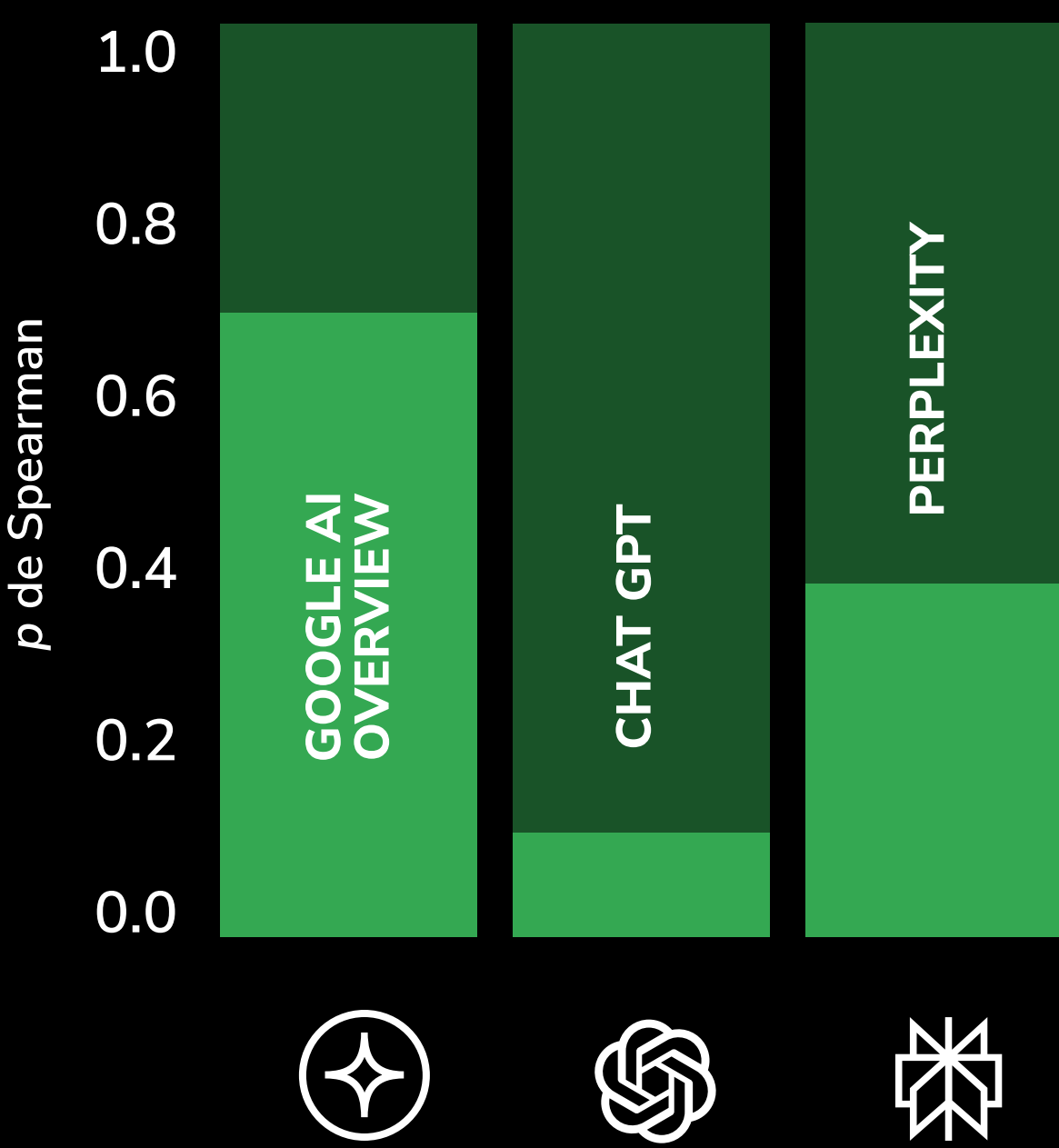
Reforzar la identidad de marca

Una buena reputación y una fuerte identidad de marca aumenta la autoridad y, así, las probabilidades de aparecer en la AI Overviews.

Prácticas

- **Reflejar confianza** con contenidos como quiénes somos, política editorial, autores con perfil, etc.
- **Cuidar el enlazado interno** hacia páginas pilares para guiar al contenido relevante.
- **Potenciar autoridad externa** con presencia en medios, backlinks de calidad y referencias en fuentes de prestigio (link earning).
- **Autores con biografía verificable y experiencia.**
- **Fechas de publicación o revisión (freshness).**
- **Aumentar menciones en plataformas clave como YouTube** que tienen una fuerte relación con la visibilidad en AI Overviews.

Menciones en páginas web muy citadas frente a correlaciones de visibilidad en IA



4

FASE

Revisar aspectos técnicos

Para ello, implementa **datos estructurados** (JSON-LD y microdata) que faciliten la comprensión de la información, usa un **sitemap vectorial** para señalar fragmentos específicos dentro de cada página y organiza los contenidos en **clústeres semánticos** para reforzar la coherencia y la relación entre los contenidos del sitio.

Para conocer qué pasa con el tráfico que procede de estos canales, es necesario:

- **Establecer nuevas métricas:** n.º de menciones o engagement post impresión, n.º de enlaces.
- **Data mix:** combina datos de Search Console, GA4 y herramientas de terceros para tener una visión completa.
- **Detectar oportunidades** y tomar decisiones para mejorar continuamente nuestra estrategia.

