Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras cuentasclaras.es



Marzo 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

Durante este mes de marzo 2024 y principios de abril hemos llevado a cabo una serie de tareas recurrentes y nuevas que reflejamos a continuación:

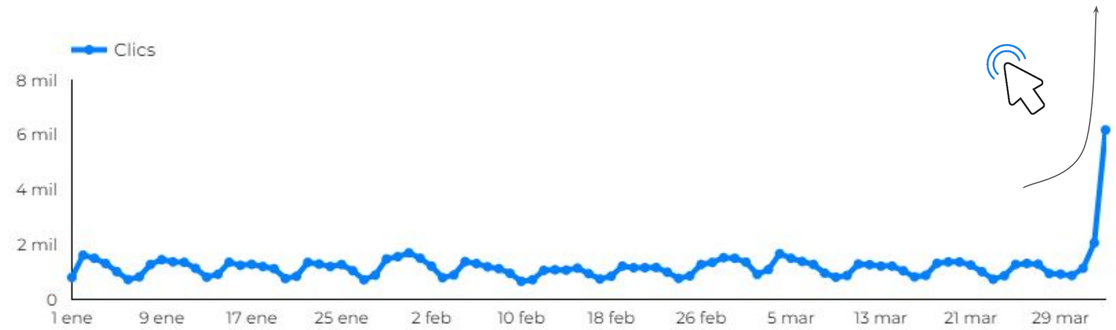
Tareas específicas	Departamento	Estado
Mejoras **WPO**	SEO	Pendiente desarrollo
Mejoras en **datos estructurados**	Social + SEO	Pendiente desarrollo
Revisión de **links tóxicos**	SEO	Hecho
Revisión **caída del site**	Analítica + SEO	Hecho
Análisis y mejoras para **Calculadora Sueldo Neto**	SEO	Pendiente ABANCA
Benchmark con la competencia para mejoras	Social + SEO	Hecho
Reportado el **fallo en el funcionamiento del enlazado de definiciones**	SEO	Pendiente desarrollo
Brecha de palabras clave con la competencia	SEO	En curso

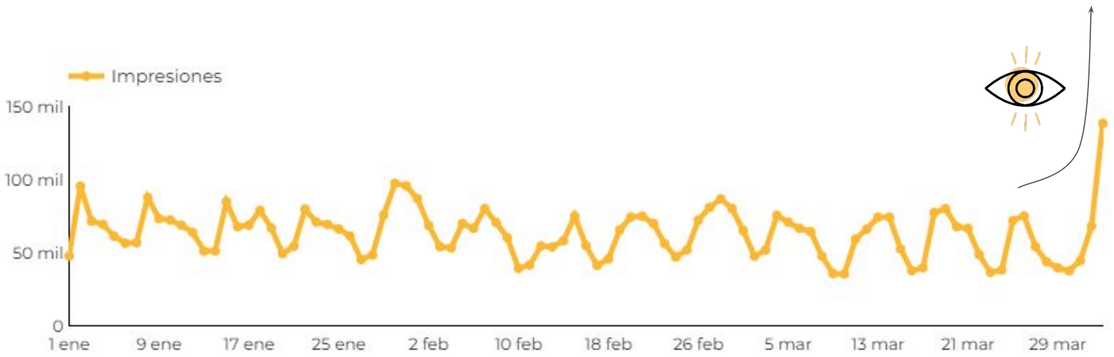
Tareas recurrentes	Departamento
Redacción de **nuevos contenidos**	Social
Actualización y mejoras de contenidos ya publicados	Social + SEO
Optimización de artículos nuevos y actualizados	SEO
Corrección de enlazado interno artículos	SEO
Seguimiento de resultados y búsquedas de mejoras	Social + SEO
Búsqueda de temas y cerrar planning (hasta 10 de junio)	Social + SEO

Tráfico orgánico | Datos GSC

Durante este mes de marzo 2024 y, dentro de la bajada experimentada en general en cuanto a la visibilidad orgánica por los últimos cambios del algoritmo, experimentamos un dato positivo en cuanto a la **mejora de los clics obtenidos en los resultados orgánicos** de los post del blog respecto al mes pasado y que nos indican cierta **tendencia positiva**. Este cambio sin duda tiene mucho ver con los contenidos de la declaración de la renta que empiezan ya a despegar.

Febrero 2024	*Marzo 2024*	
IMPRESIONES **1.834.974**	IMPRESIONES **1.746.289**	***-4,83%***
CLICS **31.551**	CLICS **35.214**	***11,61%***
Posición media **18,5**	Posición media **17**	***1'5***





Tráfico orgánico | Datos GSC

	Palabra clave	Pos. media	Clics	Impresiones
1.	cuando es obligatorio hacer la declaración de la ...	3,31	256	2.383
2.	cuando hay que hacer la declaración de la renta	7,06	153	2.476
3.	cuando se hace la declaración de la renta	4,03	130	2.231
4.	a partir de que cantidad hay que declarar cripto...	5,61	117	2.383
5.	fondos next generation para particulares	2,13	89	545
6.	cuando tengo que hacer la declaración de la ren...	6,92	80	1.105
7.	recursos intangibles	2,58	73	2.252
8.	flujos financieros	1,04	59	404
9.	flujo financiero	1,53	55	582
10.	pib nominal y real	4,67	54	1.576
11.	salario medio españa 2023	5,12	54	1.742
12.	tengo que declarar criptomonedas si no he vend...	7,01	50	1.380
13.	sueldo medio españa 2023	5,2	47	1.414
14.	es obligatorio incluir a los hijos en la declaración ...	1,09	46	702
15.	declaración de la renta	4,46	45	573
16.	cuando hacer la declaración de la renta	4,67	45	360
17.	pib real y nominal	4,72	45	1.425
18.	cuando tienes que hacer la declaración de la ren...	6,33	42	513

En cuanto a las palabras clave que **más clics orgánicos** nos han reportado este mes de marzo están las consultas relacionadas con:

1. **Declaración de la renta:**
   - Cuando es obligatorio hacer la declaración
   - Cuando hay que hacerla
   - Es obligatorio incluir a los hijos
2. **Criptomonedas (también en relación a la declaración de la renta):**
   - Cuando hay que declararlas
3. **Fondos Next Generation para particulares**
4. **Recursos intangibles**
5. **Flujos financieros**
6. **Pib nominal y real**
7. **Salario medio**

De estos contenidos top, extraemos que 4 de los temas son de actualidad y 4 son contenidos que podemos considerar evergreen.

Insights:

- Contenidos de **actualidad**: poner el foco en la **publicación rápida de las actualizaciones de contenido antes que la competencia**. Vemos que aquellos que conseguimos actualizar de forma más ágil, son los que mejor se comportan en las SERPS.
- Contenidos **evergreen**: debemos seguir trabajando este tipo de contenidos dónde tenemos oportunidades SEO, aunque no vayan ligados estrictamente a producto porque son contenidos que ocupan primeras posiciones y siempre traen datos positivos.

Tráfico orgánico | Datos GSC

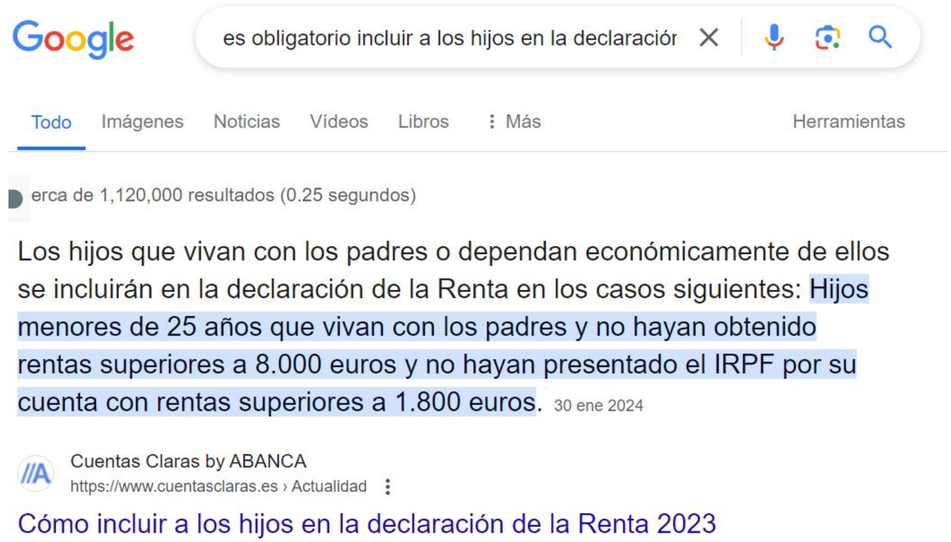
Keywords principales declaración renta	1/2/24 - 29/2/24 Posición media	1/3/24 - 31/3/24 Posición media
cuando es obligatorio hacer la declaración de la renta	6,74	3,31
cuando hay que hacer la declaración de la renta	8,74	7,06
cuando se hace la declaración de la renta	22,66	4,03
a partir de que cantidad hay que declarar criptomonedas	9,24	5,61
cuando tengo que hacer la declaración de la renta	8,31	6,92
tengo que declarar criptomonedas si no he vendido	8,34	7,01
es obligatorio incluir a los hijos en la declaración de la renta	1,02	1,09
cuando hacer la declaración de la renta	11,38	4,67

- ¿Estoy obligado a hacer la declaración de la Renta? Actualizado el 22 de febrero.
- Cómo incluir a los hijos en la declaración de la Renta 2023 Actualizado el 30 de enero.
- ¿Es obligatorio declarar las criptomonedas? Actualizado el 12 de febrero.

Foco puesto en BREAKING NEWS - DECLARACIÓN DE LA RENTA:

La **declaración de la renta** es uno de los **grandes activos de contenido** que mejor funcionan a lo largo del año en el blog y por eso durante este mes se ha centrado la labor en la **actualización de todos los contenidos existentes** para que no pierdan vigencia y muestren los datos actualizados en esta época que sabemos que hay un incremento de este tipo de información por parte de los usuarios.

Este trabajo, nos ha permitido **incrementar nuestra posición media para esas consultas respecto a febrero**.



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

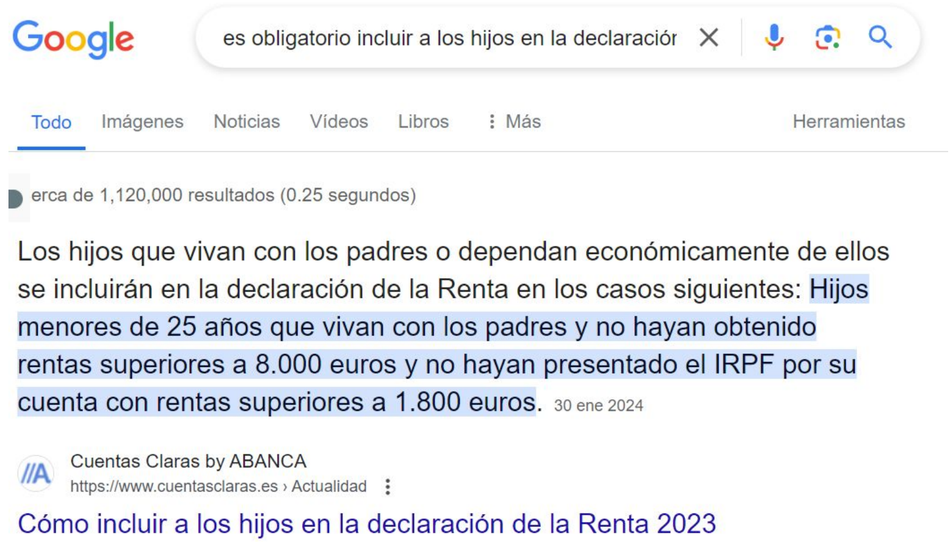
Keywords principales declaración renta	1/2/24 - 29/2/24 Posición media	1/3/24 - 31/3/24 Posición media
cuando es obligatorio hacer la declaración de la renta	6,74	3,31
cuando hay que hacer la declaración de la renta	8,74	7,06
cuando se hace la declaración de la renta	22,66	4,03
a partir de que cantidad hay que declarar criptomonedas	9,24	5,61
cuando tengo que hacer la declaración de la renta	8,31	6,92
tengo que declarar criptomonedas si no he vendido	8,34	7,01
es obligatorio incluir a los hijos en la declaración de la renta	1,02	1,09
cuando hacer la declaración de la renta	11,38	4,67

- ¿Estoy obligado a hacer la declaración de la Renta? Actualizado el 22 de febrero.
- Cómo incluir a los hijos en la declaración de la Renta 2023 Actualizado el 30 de enero.
- ¿Es obligatorio declarar las criptomonedas? Actualizado el 12 de febrero.

Foco puesto en BREAKING NEWS - DECLARACIÓN DE LA RENTA:

La **declaración de la renta** es uno de los **grandes activos de contenido** que mejor funcionan a lo largo del año en el blog y por eso durante este mes se ha centrado la labor en la **actualización de todos los contenidos existentes** para que no pierdan vigencia y muestren los datos actualizados en esta época que sabemos que hay un incremento de este tipo de información por parte de los usuarios.

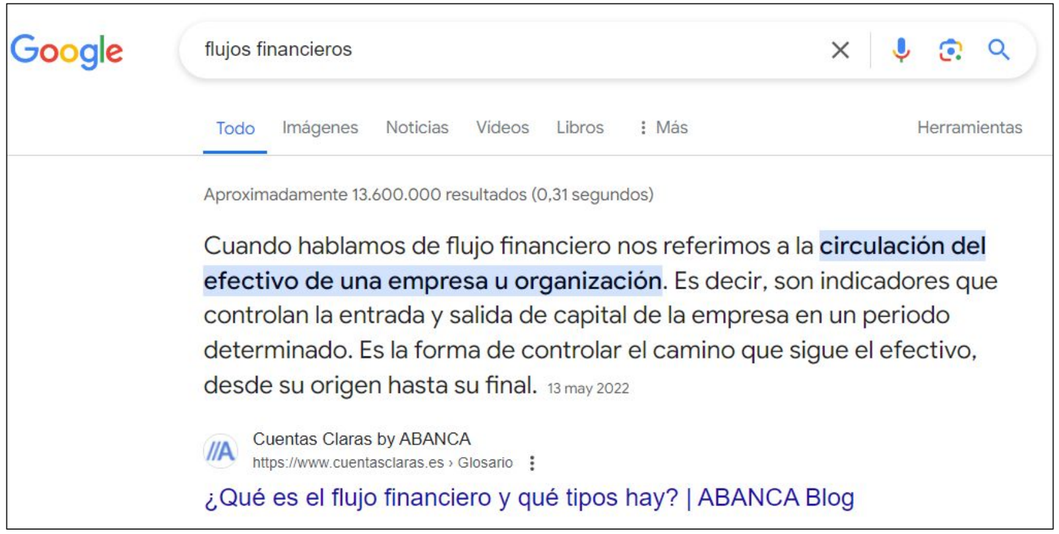
Este trabajo, nos ha permitido **incrementar nuestra posición media para esas consultas respecto a febrero**.

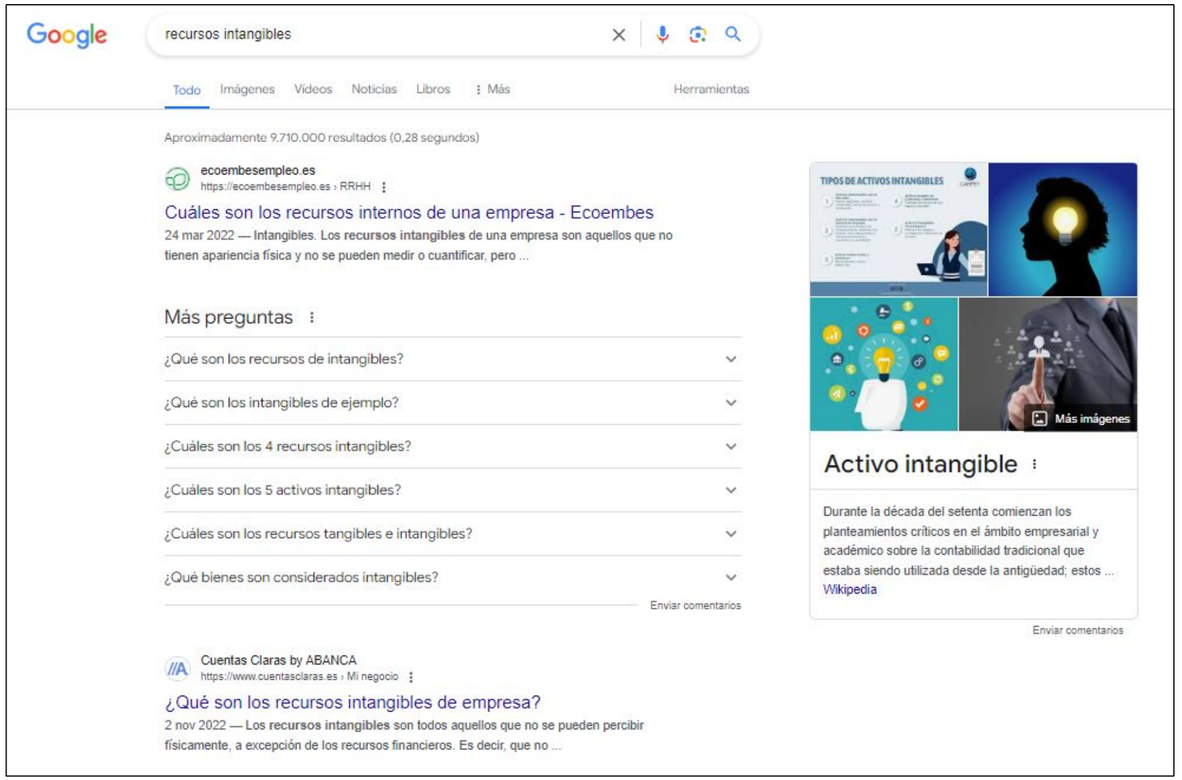


//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos Google

Vemos **ejemplos de cambios de comportamiento en las SERPs:**





Insights:

- Posibilidad de trabajar **infografías** en estos artículos que nutran nuestro posicionamiento.
- La respuesta a las **preguntas Know** (qué, cómo, cuándo) es la estructura que mejor funciona en orgánico y la que debemos seguir en los post.
- Importancia de las **negritas en estas definiciones** para escalar en el posicionamiento a esas preguntas.

Navegabilidad entre dominios

Si revisamos la evolución del KPI que nos hemos marcado de ir derivando al usuario a los productos de ABANCA y trabajar más ese flujo inbound, este mes también vemos una tendencia más positiva.

Cuentas Claras → //ABANCA

Flujo visitas Feb 24	Flujo visitas Mar 24	
361	444	22,99%

//ABANCA → Cuentas Claras

Flujo visitas Feb 24	Flujo visitas Mar 24	
1.838	2.615	42,27%

Insights:

- Vemos que añadir banners a web, enlaces más claros a web permiten una **tendencia más positiva del flujo de blog a web**. Sería interesante jugar más con la contextualidad de esos banner (ej: inversión y bolsa con banners específicos).
- También es interesante seguir **enlazando nuevo contenido del blog en la web de ABANCA**.

Resultados Newsletter

Este mes de marzo experimentamos una caída en los datos del canal de mailing tras el envío del boletín de mercados realizado previamente a completar la verificación de dominio. Esto hizo que **ese envío fuese marcado como spam y los gestores de correo bajaron la puntuación de nuestra reputación del dominio**. En ese momento se condiciona la entregabilidad de todos los envíos que podamos realizar a pesar de ya tener la verificación del dominio en Mailchimp. Para reconducir la situación, se decidió adaptar la estrategia para abril haciendo **envíos más segmentados** susceptibles de registrar mejores datos de apertura y **favorecer así la recuperación de la reputación de forma progresiva**.

Correos enviados	Aperturas totales	Tasa de apertura	Clics	Bajas
11.004	2.991	19,09 %	900	5
-0,1 %	-46,5%	-46,6%	+1,0%	-58,3 %

Mar 24 vs. Feb 24



Descargas
+1

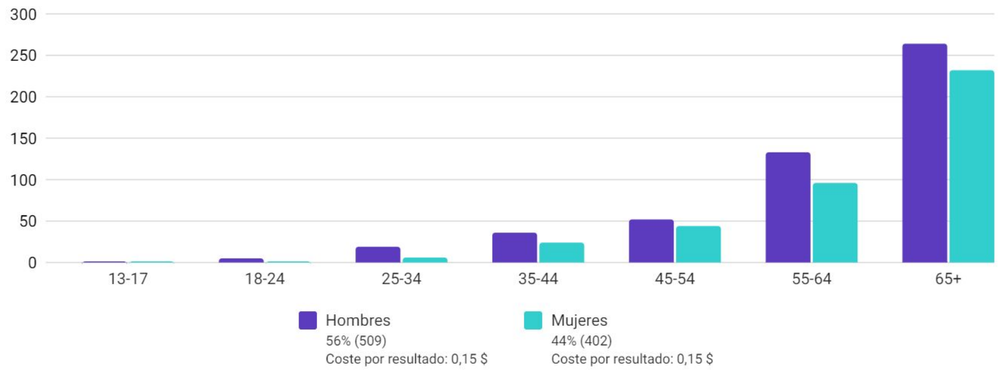
Descargables

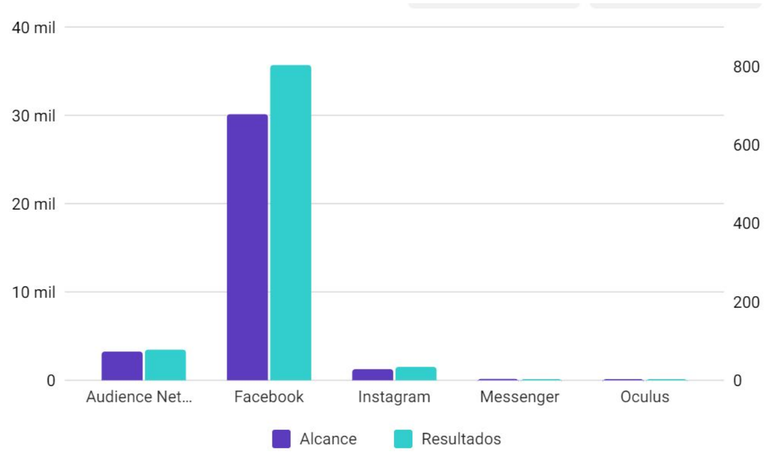
Por su parte, el descargable "Ocho consejos para evitar estafas al comprar online" vinculado a la automatización de bienvenida registró en marzo 1 clic únicos más. Activamos esta comunicación el 21 noviembre de 2023 y era necesario renovarla. **Para ello, se activó el nuevo descargable "¿Quieres solicitar un préstamo personal?" en una propuesta conjunta con los anuncios de Meta.** Desde el 5 de abril se han registrado 128 contactos.

Resultados Meta Ads

Durante marzo continuamos promocionando el post de campaña de ¿Cuál es el ahorro medio español del 2023? a usuarios que visitaron la web, el blog, son clientes o siguen las redes sociales de ABANCA. El anuncio se mostró a **34.384 personas** y registró **915 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que más han interactuado con estos anuncios se encuentran en una franja de edad senior (+55) y navegan a través de Facebook.

Alcance	Clics en enlace
34.384	**915**







Para abril se lanza la estrategia de **captación de base de datos en Meta con el nuevo descargable** para potenciar el **crecimiento de nuestra BBDD en Mailchimp**.

Recomendaciones y próximos pasos

- Se pondrá el foco en los **contenidos de la declaración de la renta, importantísimo para este mes de abril.**
- Mantener el **ritmo de publicación y de actualización** del contenido.
- Trabajar formatos visuales como **tablas, gráficos** e **infografías** para completar aquellos artículos más didácticos y con oportunidades de crecimiento SEO.
- **Autoría en el blog:** establecer una autoría de redacción o similar si no es posible personalizar.
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en actualidad y producto según las tendencias de búsqueda que vemos en Google.
- Recuperación con **envíos paulatinos a segmentos** de la base de datos de mailing para ir recuperando la calidad del dominio.
- Volcado de los **contactos generados a través de la estrategia de formularios en Meta** para incrementar la base de datos de mailing.
-

Además:

- Es de vital importancia poder aplicar los cambios mencionados en el análisis específico enviado de Calculadora de Sueldo Neto.
- Revisar los datos extraídos del benchmark del blog.
- Revisar la propuesta de temas del análisis de brecha de palabras clave (abril)
- Revisar las mejoras realizadas en cuanto a velocidad web.
- Foco con HACCE de corregir los datos estructurados para la optimización de resultados enriquecidos y clasificación de la información, así como los temas de rendimiento y de la Calculadora de Sueldo Neto.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Marzo 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	3.898.840	629.192	16,6 %	21,5
vs. Feb 24	+2,7 %	-0,4 %	-4,1 %	+2,2 %
vs. Mar 23	-13,3 %	-21,9 %	+2,9 %	-3,1 %
Media anual	3.993.571	559.422	16,8%	21,3

En comparativa general con el año pasado se aprecia una **mejora de posición media y también de CTR**, contra el mes de febrero de 2024 aumentamos impresiones. En PRT del excel adjunto y del looker studio vemos como para las palabras clave trackeadas, se aumenta las que posicionan en primeras páginas con fluctuación de posicionamiento.

En comparación con el **mes pasado** destaca el aumento de clics para para ***banca-electronica, perfil/seguridad, servicos/vita-t, cuentas-y-depositos y cuenta-online.***

En comparación con el mes del **año pasado** destacan las de gallego por aumento, y en castellano destaca el **aumento en clics en castellano para la página de *banda-electronica/envio-de-dinero*, */ayuda/productos/cuentas/*, *seguro-salud*,** algunas de marca como la de *llave-abanca y abanca-conecta.* Disminuyen en mayor medida para *home, banca-electronica, empresas* y *banca-electronica-empresas.*

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)
	444	**1.915**	**4,3**	**306,8**
Mar 24 vs. Feb 24	**+23 %**	**+38,3 %**	**+12,4 %**	**+19,1 %**
Mar 24 vs. Mar 23	**-52,1 %**	**-33,1 %**	**+39,7 %**	**+10,6 %**

	Clics CTA abanca.com
	186
Mar 24 vs. Feb 24	**+18,5 %**

Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	49
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/?cid=ch-sem:sr-google:se-:kw-a...	19
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&utm_medium=cta_menu&utm_ca...	18
https://www.abanca.com/es/clientes/	12
https://solicitudonline.abanca.com/simulador-hipoteca/es-ES/#/requests/first-block...	10
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-movil/?utm_source=blog	10
https://www.abanca.com/es/legal/cambio-de-divisas/	10
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/?utm_source=blog&utm_mediu...	9
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	8
https://www.abanca.com/es/renting-coches-particulares/	8

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

4,81

La fluctuación del algoritmo nos hizo caer a mediados de septiembre, pero poco a poco se recupera la visibilidad perdida. Con las actualización en curso fluctúa bastante la visibilidad del dominio para encontrarse ahora mismo en aumento de nuevo, hacemos seguimiento de la evolución.

Ene 24	Feb 24	Mar 24	Abr 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

91.491

+4,62 %

Abr 24 vs. Abr 23

Con el movimiento en las SERPs se corrige un poco el total de palabras clave para las que posiciona el dominio con un crecimiento paulatino y superiores al mismo mes del año pasado.

Palabras genéricas top

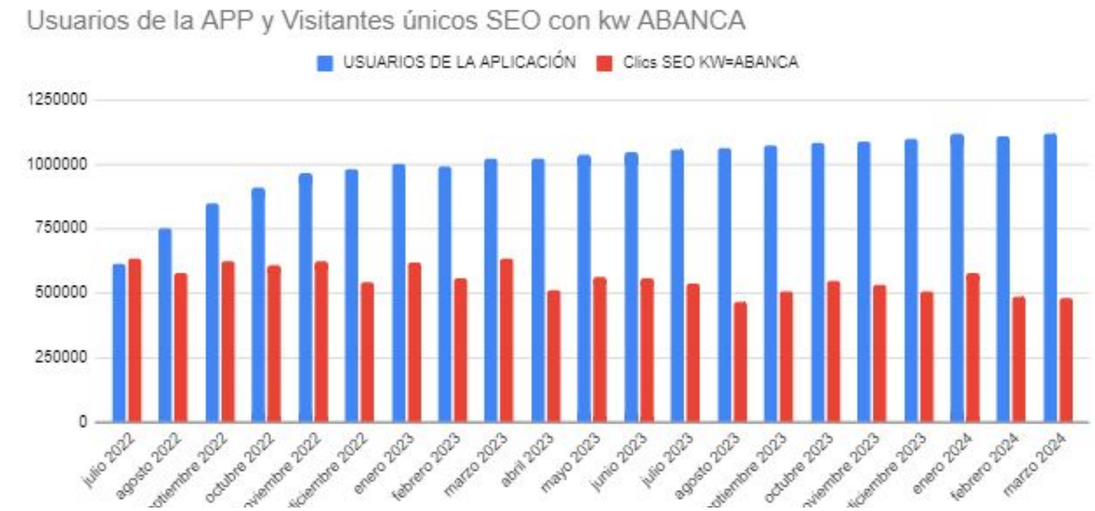
TOP 3 Google genéricas	- abrir cuenta nomina online - cuenta de empresas - cuenta calderilla - prestamo 24 horas - prestamos empresas online - donde solicitar prestamo personal - prestamo coche electrico - prestamo personal a 10 años - tarjeta crédito empresa gratis - cuenta clara - seguro negocios - cuenta empresas sin comisiones

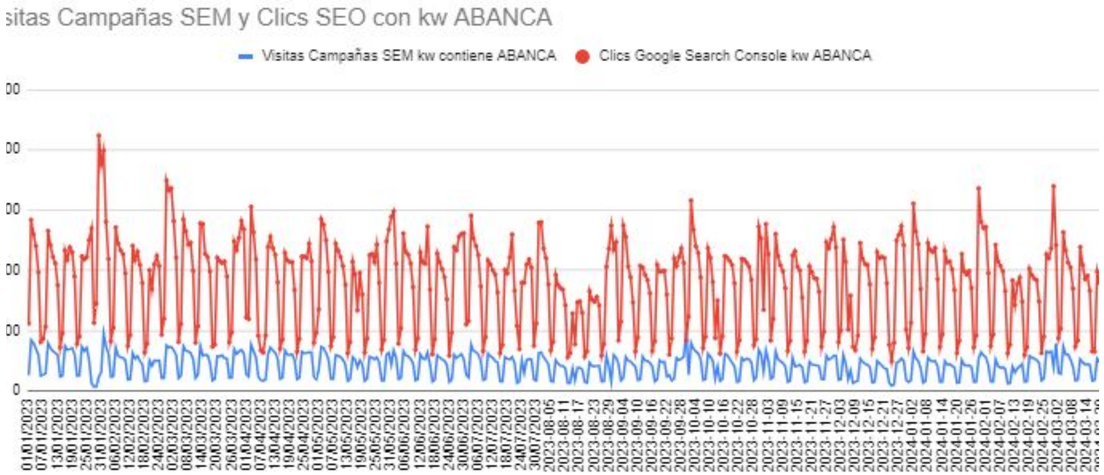
TOP 10 Google genéricas	- simulador hipoteca - prestamo personal - banco - banca electronica - cuenta sin comisiones - cuenta nomina - hipoteca - cuenta online - pedir prestamo online - prestamo coche - crédito - hipoteca fija - hipoteca mixta - financieras online - banco online sin comisiones - seguros de dependencia - plan pensiones - ofertas planes pensiones - abrir cuenta nomina - tarjeta dorada renfe gratuita - tarjetas de credito para empresas

Aislamos una muestra representativa de palabras clave en el top 3 y top 10. el posicionamiento SEO está alineado con los objetivos de negocio y las palabras principales son estratégicas para potenciar la conversión.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Marzo 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.119.624	480.370	1.058.920	128.219
+9,78 %	-24,1 %	-10,2 %	-24,1 %

Mar 24 vs. Mar 23

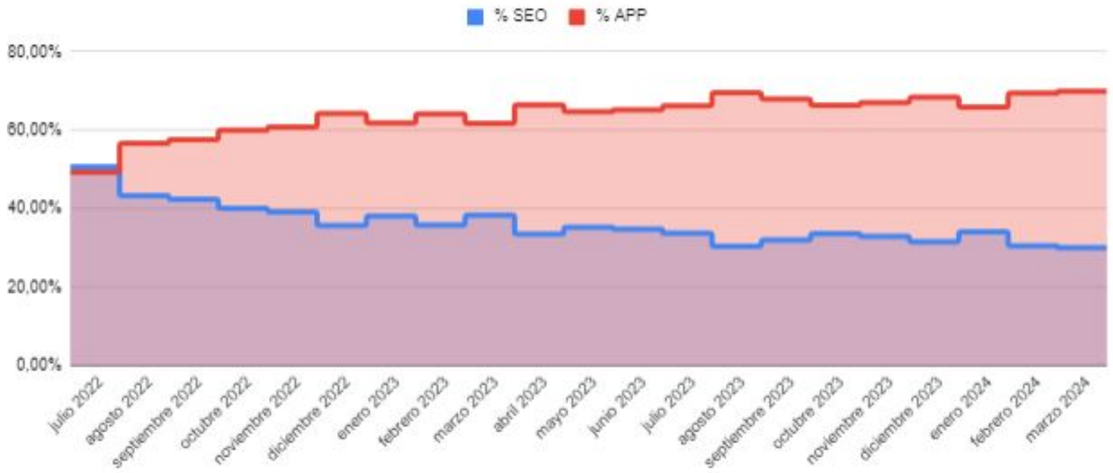
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

Vemos que, si bien es cierto, disminuyen las sesiones de marca por pago y de orgánico, **el uso de la app va aumentando de forma continuada también durante el mes de febrero**, entonces estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

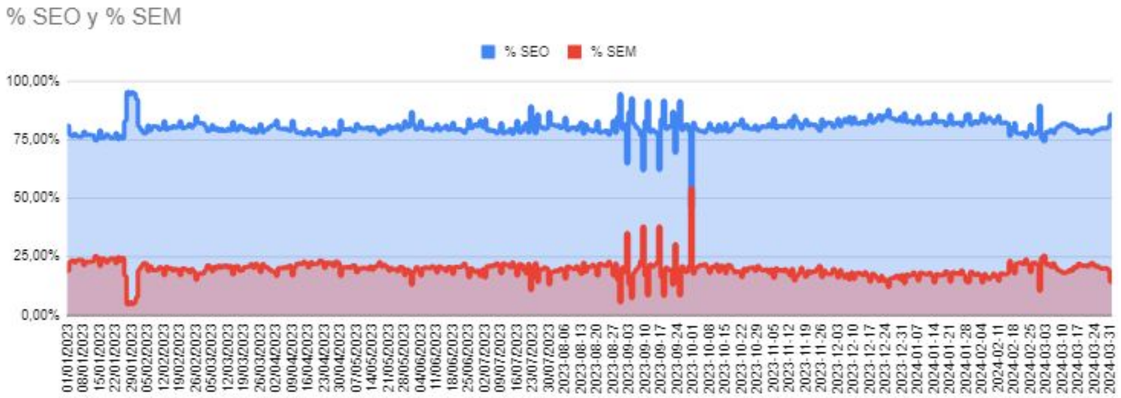
SEO, APP y SEM

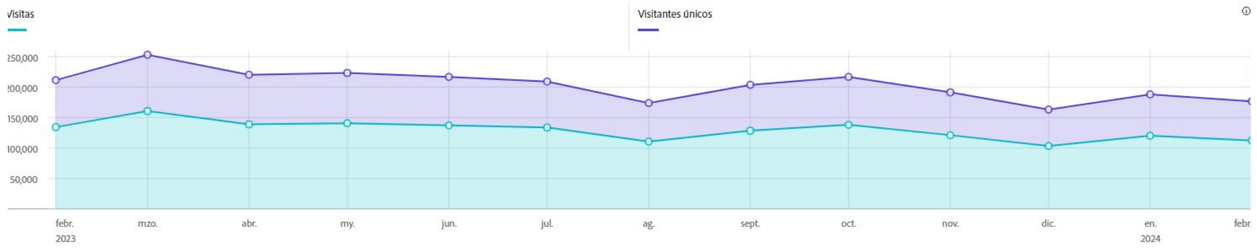
1 Ene 23 - 31 Dic 23



Es normal que en orgánico en comparación con otros periodos bajen los clics de marca por el uso superior de la App.

Mostramos también el evolutivo de las visitas de SEM por *abanca*:





Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones ganan en marzo de 2024 en comparación con febrero de 2024:

Consultas principales	1/3/24 - 31/3/24 Impresiones	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	Impresiones diferencia
abanca	537037	531890	5147
cuentas de ahorro	2595	0	2595
prestamos hipotecarios	2416	0	2416
hipoteca fija	8417	6187	2230
creditos	8637	6417	2220
financiar coche	1888	0	1888
a banca	34098	32269	1829
banca movil	3851	2363	1488
banco online sin comisiones	1444	0	1444
bancos online	2420	1055	1365

Destaca el aumento de impresiones de *abanca, hipoteca fija, creditos* y *financiar coche*; y para algunas que antes no tenían impresiones como ***cuentas de ahorro*** y ***préstamos hipotecarios.***

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones ganan en marzo en comparación con el mismo mes del año pasado:

Consultas principales	1/3/24 - 31/3/24 Impresiones	1/3/23 - 31/3/23 Impresiones	Impresiones diferencia
prestamos online	26424	12887	13537
credito	8089	0	8089
creditos	8637	1985	6652
abanca atencion cliente	2999	189	2810
hipoteca fija	8417	5745	2672
bancos	2626	0	2626
cuentas de ahorro	2595	0	2595
bancos online	2420	0	2420
hipoteca mixta	2342	0	2342
prestamos	37.171	34983	2.188

Vemos que mes a mes los términos relativos a ***hipoteca*** y ***préstamo*** se siguen manteniendo como ganadores constantes de impresiones.

Este mes destaca ***prestamo online*** que sigue teniendo muy buenos resultados, y destacan palabras clave por las que en marzo de 2023 no se tenían impresiones como ***credito, bancos, cuentas de ahorro, bancos online e hipoteca mixta***.

Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones pierden en marzo de 2024 en comparación con febrero:

Consultas principales	1/3/24 - 31/3/24 Impresiones	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	Impresiones diferencia
prestamos personales	30410	43859	-13449
prestamos online	26424	36964	-10540
hipotecas	13856	22051	-8195
abanca empresas	89849	93003	-3154
préstamos personales	1853	4260	-2407
prestamo hipotecario	0	2279	-2279
hipoteca	17875	19963	-2088
www.damemisaldo.com de abanca	1652	2878	-1226

Con la volatilidad de las SEPRs no es algo preocupante, iremos viendo la evolución también con las mejoras propuestas.

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones pierden en marzo en comparación con el mismo mes del año pasado:

Consultas principales	1/3/24 - 31/3/24 Impresiones	1/3/23 - 31/3/23 Impresiones	Impresiones diferencia
abanca	537037	633547	-96510
hipoteca	17875	111818	-93943
prestamos personales	30.410	54018	-23.608
tarjeta dorada renfe	0	21559	-21559
hipotecas	13856	29238	-15382
banca.com	0	11718	-11718
banco	15122	26529	-11407
abanca electronica	39300	49327	-10027
abanca empresas	89849	98914	-9065
abanca online	21206	27790	-6584

Destacan la bajada de impresiones para palabras clave de marca y relativas a mobile sobretodo. Están pendientes mejoras relativas a algunas productos que aquí bajan impresiones, pero aumentan las impresiones más específicas que al final son las más trasaccionales.

Datos del mes destacables de PRT

Palabra clave	Búsquedas	febrero 2024	marzo 2024	Dif. posición
seguro salud abanca	260	96	1	95
seguro hogar abanca	320	69	1	68
seguro auto abanca	20	65	1	64
renta fija flexible	50	82	28	54
poliza de credito	null	87	37	50
fondos	550.000	87	38	49
seguro abanca	210	47	1	46
servicio aplazos	10	43	1	42
seguro de negocios	590	43	2	41
seguros abanca	1.600	41	1	40
seguro de dependencia	390	48	8	40
seguro comercio	480	46	10	36
fondos renta variable	170	77	41	36
tarjeta visa	40.500	43	9	34
visa clip	40	33	1	32
seguro negocios	390	34	3	31
seguros hogar	22.200	81	50	31
seguro vida abanca	40	32	1	31
simulador prestamo abanca	null	29	1	28
tarjetas de debito abanca	480	28	1	27
prestamos online	165.000	39	13	26
tarjeta de debito nx	10	26	1	25
seguro decesos abanca	20	25	1	24
seguros de coche	90.500	62	38	24
seguros salud	9.900	48	25	23

Con las fluctuaciones de las SERPs de los últimos meses, veremos cómo evoluciona este.

En marzo destaca la mejora en primeras posiciones para ***renta fija flexible***, ***seguro de negocios***, ***seguro de dependencia***, ***tarjeta de credito*** y bastantes relativas a ***seguros***.

Próximos pasos

Revisar optimizaciones en profundidad de los productos para particulares además de otras tareas:

- Meta información.
- Encabezados.
- Preguntas frecuentes / Dudas del producto.
- Enlazado a artículos del blog.



Gracias