Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras www.cuentasclaras.es



Septiembre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

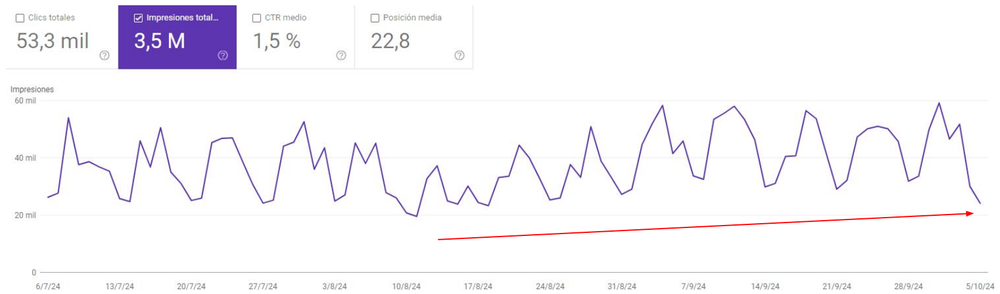
Tareas del mes

Durante este mes de septiembre 2024 se han llevado a cabo una serie de tareas recurrentes y nuevas que reflejamos a continuación:

Tarea	Prioridad	Estado	Área	Asignación	Fecha pedido
Descargable hipoteca joven		En curso	Contenidos	Redegal	22/05/2024
Links con error corrección		En curso	SEO	Hacce	24/08/2024
Revisión de etiquetas		No iniciada	SEO	ABANCA	29/07/2024
Artículo con redirección errónea		En curso	SEO	ABANCA	21/07/2024
Infografía Black Friday		Completada	Contenidos y diseño	Redegal	
Business case migración Blog V2		Completada	SEO	Redegal	23/07/2024
Presupuesto Auditoría Accesibilidad		Completada	Gestión general	Redegal	23/07/2024
Autoría en artículos		Completada	SEO	Redegal	16/04/2024
Plugin links con errores		Completada		Redegal	1/10/2024

Tareas recurrentes	Departamento
Redacción de **nuevos contenidos**	Social
Actualización y mejoras de contenidos ya publicados	Social + SEO
Optimización de artículos nuevos y actualizados	SEO
Carrousel editable en home del blog	SEO
Seguimiento de resultados y búsquedas de mejoras	Social + SEO
Implementación de mejoras visuales	SEO + Social
Descargables	Social

Insights





Tras el despliegue del **core update de Google en agosto**, hemos detectado una mejora de visibilidad en nuestro sitio. Páginas clave con alto porcentaje de impacto, como la calculadora y cambio de pesetas a euros, parecen mostrar signos de recuperación.

Aunque es prematuro sacar conclusiones, los datos iniciales sugieren una mejora que podría indicar un cambio de tendencia favorable en septiembre.

Es importante continuar trabajando en las optimizaciones generales para consolidar este impulso. Seguiremos monitorizando de cerca los resultados para evaluar el impacto a largo plazo de esta actualización.

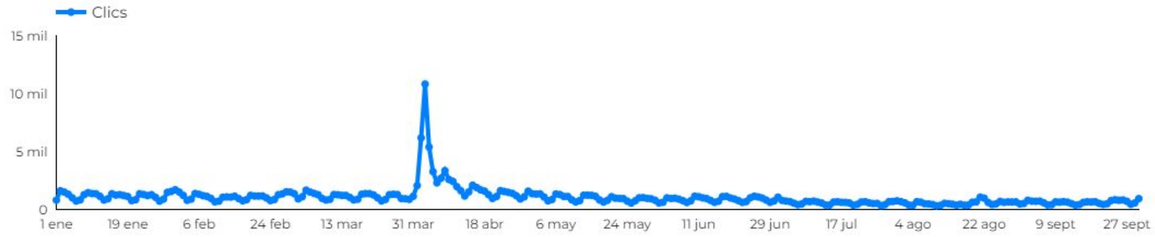
Tráfico orgánico | Datos GSC

Se espera que las mejoras que se están llevando a cabo vayan dando resultados.

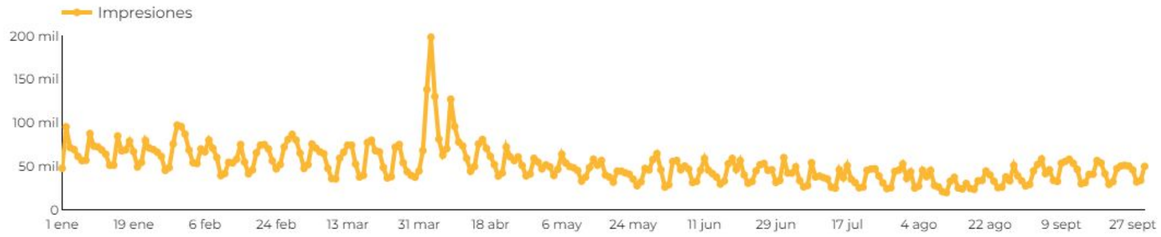
Todas las mejoras propuestas tanto pendientes como en curso, confirman su relevancia con el último Core Update (que terminaron el 3 de desplegar). Con esto tratamos de aumentar los resultados orgánicos y tener el mejor posicionamiento posible, a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir clics**.

Agosto 2024	*Septiembre 2024*	
IMPRESIONES **1.009.604**	IMPRESIONES **1.321.149**	**30,9%**
CLICS **16.951**	CLICS **18.560**	**9,5%**
Posición media **22,5**	Posición media **24,5**	*2*

EVOLUCIÓN ANUAL CLICS



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

Palabra clave	Posición media	Clics	Impresiones	Site CTR
devolver recibo abanca	1	97	170	57,06 %
tarjeta virtual abanca	2,96	69	437	15,79 %
recursos intangibles	3,43	52	1.774	2,93 %
anticipo nomina abanca	1,13	44	64	68,75 %
25 millones de pesetas en euros	3,25	36	1.544	2,33 %
10 millones de pesetas en euros	1,91	36	1.220	2,95 %
calculadora sueldo neto	10,57	34	12.821	0,27 %
codigo bic abanca	4,01	31	1.160	2,67 %
abanca blog	1	31	43	72,09 %
cuanto ahorra un español al año	1,36	30	78	38,46 %
adelanto nomina abanca	1,79	29	47	61,7 %
parati@somos.abanca.com	1,02	25	51	49,02 %
calcular sueldo neto	11,41	25	6.605	0,38 %
pib nominal y real	6,73	25	1.766	1,42 %
como pagar con el movil abanca	3,39	24	220	10,91 %
cancelar bizum abanca	1	23	39	58,97 %
cómo formar una comisión de fiestas	1	23	50	46 %
comprar letras del tesoro abanca	1	23	33	69,7 %
renovar tarjeta abanca	2,28	22	60	36,67 %
codigo swift abanca	3,69	22	948	2,32 %

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

1. **Relacionadas con productos de ABANCA.**
2. **Relativas a algún *término específico bancario*.**
3. **Relativos a *calculadora sueldo*.**
4. **Relativos a cambio *de pesetas y euros.***
5. **Relativos a *ahorro*.**

Insights:

- Contenidos de **actualidad**.
- Contenidos **evergreen**: debemos seguir trabajando este tipo de contenidos donde tenemos oportunidades SEO, aunque no vayan ligados estrictamente a producto, porque son contenidos que ocupan primeras posiciones y siempre traen datos positivos y algo muy importante, no son tan estacionales.

Tráfico orgánico | Datos GSC

	URL	URL Clics	Impresiones	URL CTR	Posición media
1.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/cambio-pesetas-euros/	976	141.232	0,69 %	8,63
2.	https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/	777	98.647	0,79 %	17,99
3.	https://www.cuentasclaras.es/actualidad/pago-con-tarjeta-obligatorio-negocios-o-efectivo/	670	14.759	4,54 %	12,88
4.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/caducidad-tarjeta-credito-debito/	564	9.553	5,9 %	12,34
5.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/modificar-datos-catastro-finca/	506	13.057	3,88 %	13,63
6.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/solicitar-online-certificado-de-titularidad-bancaria/	465	24.734	1,88 %	8,79
7.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/devolver-recibo-banco/	446	3.200	13,94 %	11,75
8.	https://www.cuentasclaras.es/ahorro/cual-es-ahorro-medio-espanol/	398	5.942	6,7 %	9,85
9.	https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/tramites-compra-vivienda-segunda-mano/	377	7.040	5,36 %	27,35
10.	https://www.cuentasclaras.es/ahorro/consejos-comprar-una-lavadora-eficiente/	299	10.559	2,83 %	6,68

En cuanto a los artículos, los que nos han traído mejores resultados orgánicos este mes guardan relación con las palabras clave comentadas.

En datos generales, que tenemos en el looker, en **comparación con el mes pasado,** vemos cómo aumentan clics para algunos artículos como:

- *Calculadora sueldo neto* ↑ **106,6%**
- *Imserso: guía para contratar viajes por Internet* ↑ **1650%**
- *Certificado de titularidad bancaria, ¿qué es y cómo obtenerlo en segundos sin ir a la oficina?* ↑ **64,9%**

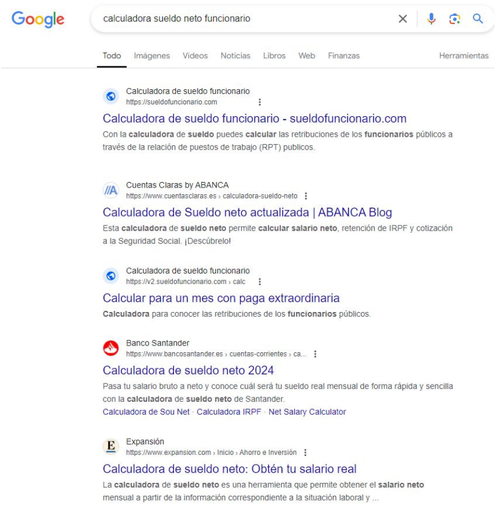
En **comparación con el mes de septiembre del año pasado,** que ya estuvieran publicados:

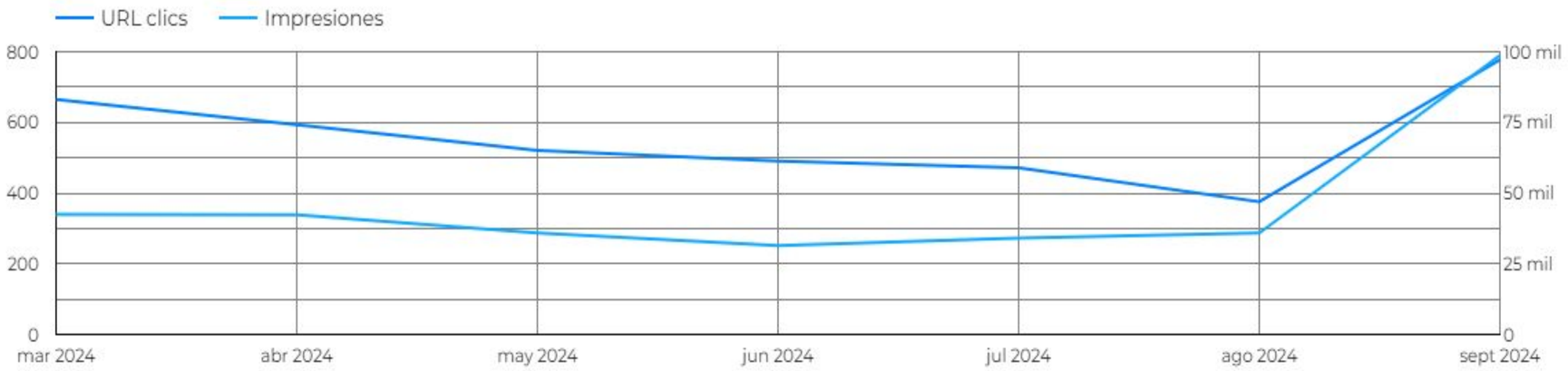
- *¿Pueden los negocios exigir pago con tarjeta obligatorio o solo en efectivo?* ↑ **9471,4%**
- Cómo pagar con el móvil de forma segura ↑ **216,7%**

Tráfico orgánico | Calculadora Sueldo neto

Este mes se ha hecho evidente de nuevo lo comentado en muchas ocasiones: la **importancia de aprovechar los temas que son tendencia tanto estacionalmente como en redes sociales e implementar las mejoras SEO.**

La URL de ***Calculadora Sueldo Neto*** en la cual se han seguido implementando las mejoras pendientes, ha tenido un buen aumento de clics e impresiones, siendo tendencia en redes sociales con varios videos sobre el tema viralizados.





Clics

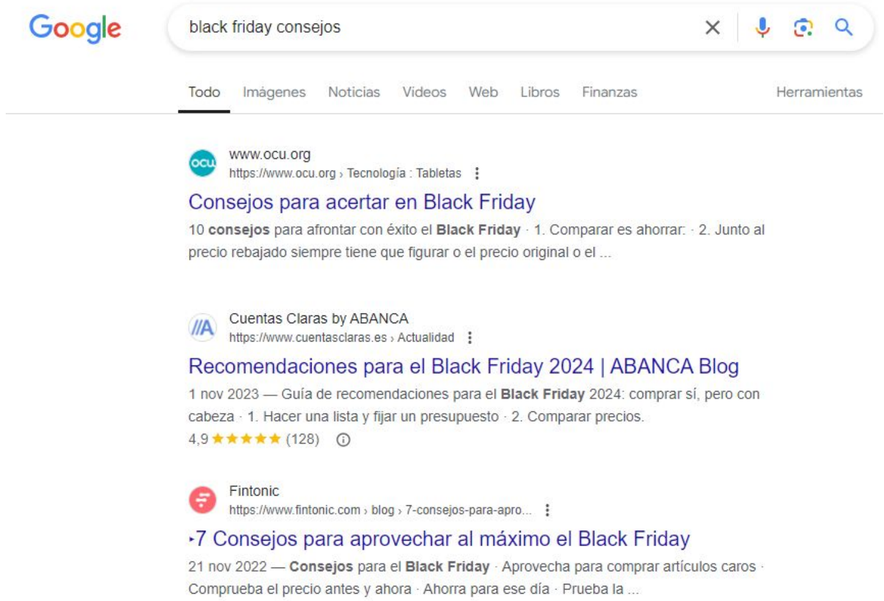
777
106.6%
Este mes

Impresiones

98.647
175.4%
Este mes

//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos Google





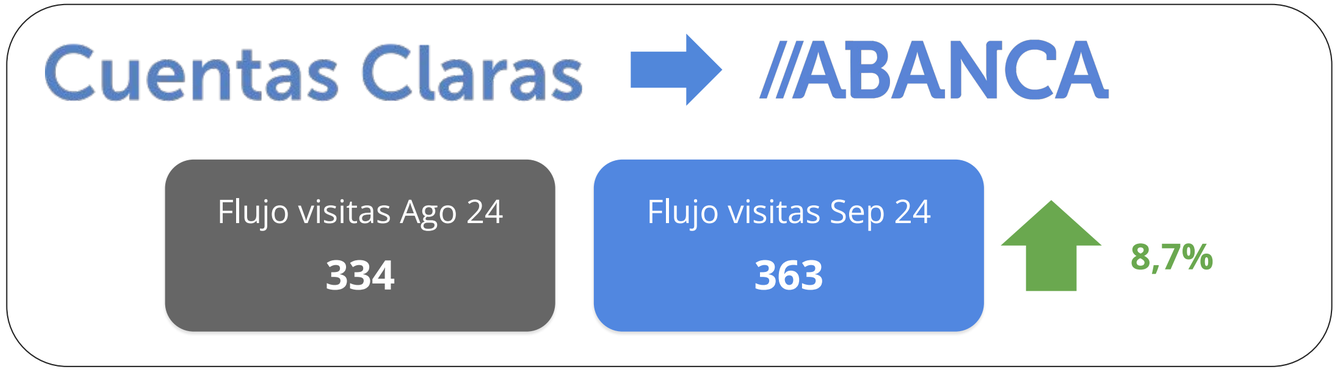


Insights:

- **Infografías** para nutrir el posicionamiento: **25 de mayo se implementa la 1º**, el **17 de junio la 2º** y el **27 de septiembre la 3º.**

- **Se están trabajando en más recursos visuales**, priorizando los que empeoran más resultados respecto al año pasado.

Navegabilidad entre dominios



⚠️ Tras el rediseño de www.abanca.com desaparece el botón destacado al blog, dejando **únicamente un link en el footer con atributo nofollow**. Se recomienda recuperar la visibilidad anterior para no perder este tráfico ni la autoridad. Entre los meses de julio a septiembre se ha perdido casi un 40% de tráfico referido desde abanca.com, comparado con el período anterior (abril - junio)



Resultados Newsletter

En **septiembre** enfocamos la news en los productos de ABANCA (Mi Primera Vivienda Madrid y plan de pensiones para autónomos). Observamos una **leve disminución en las interacciones**, que no es extraña ya que los temas fueron más específicos. Sin embargo, **las aperturas totales mejoran ligeramente**. En octubre exploraremos **temáticas más variadas** para captar más interés y aumentar las interacciones.

En general, continuamos con la misma estrategia y seguiremos **monitorizando los resultados** para hacer ajustes si es necesario.

Correos enviados	
22.920	
=	
Aperturas totales	Tasa de apertura
10.672	33%
+1,7%	-0,4%
Clics	Bajas
1.805	48
-18,8%	-77,8%

Septiembre 24 vs. Agosto 24

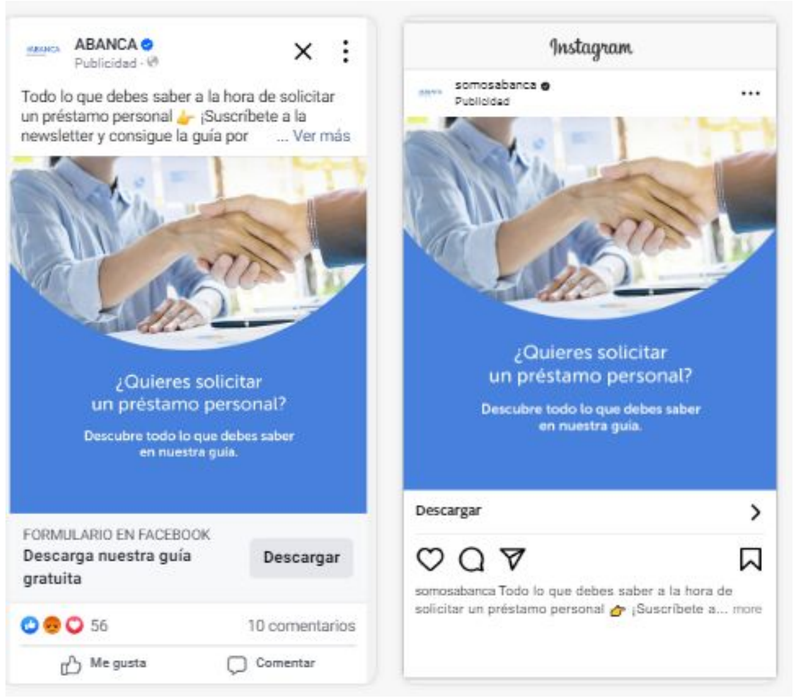


Descargables

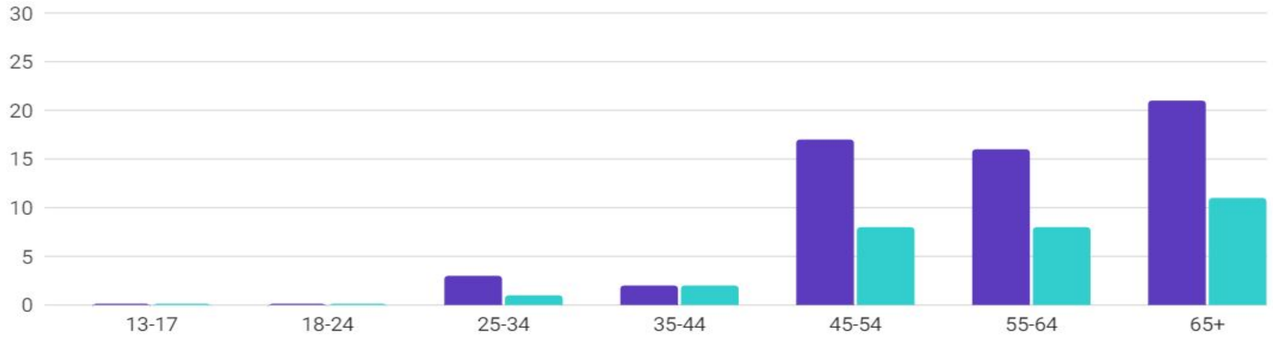
Paramos la campaña, mientras trabajamos en el descargable de la hipoteca joven.

Resultados Meta Ads - Campaña de captación de suscriptores

Para impulsar el crecimiento de la BBDD de suscriptores en Mailchimp, en abril se activó una **campaña de captación de suscriptores** en Meta vinculada al nuevo descargable ¿Quieres solicitar un préstamo personal? Esto es lo que debes saber. Y continuamos con esta estrategia en agosto.



El anuncio se mostró a **6.565 personas** y registró **180 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que más han interactuado se encuentran en una franja de adulto y senior (+45) y navegan a través de Facebook.

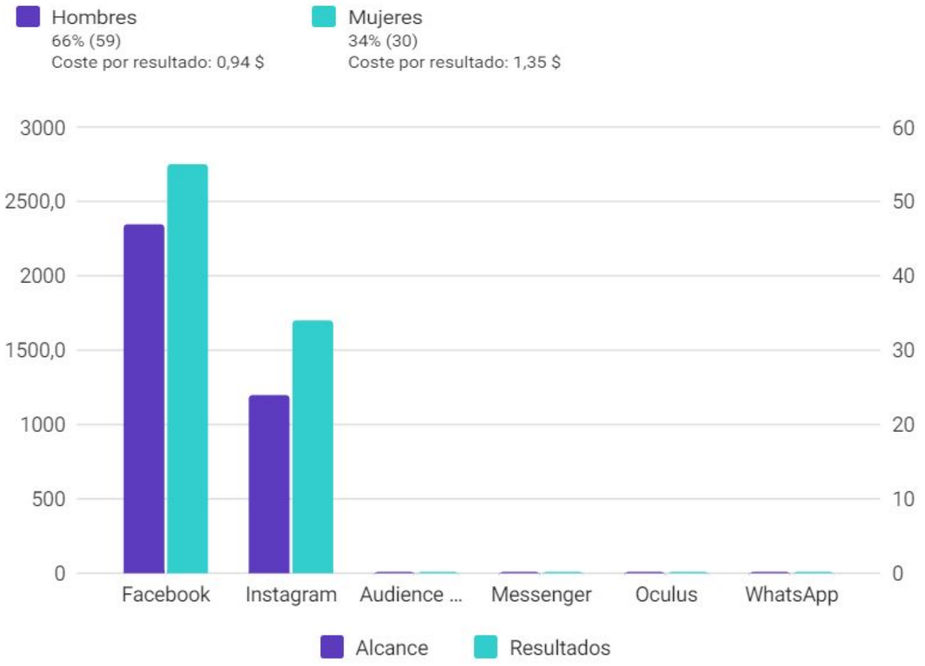


Suscriptores agosto **89**

Suscriptores totales **943**

Alcance **3372**

Clics **180**



Recomendaciones y próximos pasos

- Mantener el **ritmo de publicación y de actualización** del contenido.
- Trabajar formatos visuales con **tablas, gráficos** e **infografías** para completar aquellos artículos más didácticos y con oportunidades de crecimiento SEO.
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en actualidad y producto según las tendencias de búsqueda que vemos en Google.
- Preparación de calendario de trabajo para la **migración**.
- **Recuperación del botón del blog** en el menú principal de www.abanca.com.
- En **cuanto a la newsletter**, continuar con la frecuencia de envíos y la estrategia centrada en un contenido variado y de interés para el usuario. Monitorizando constantemente los resultados para hacer ajustes si es necesario.

Además:

- Foco con HACCE con el tema de sustitución de enlaces internos.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



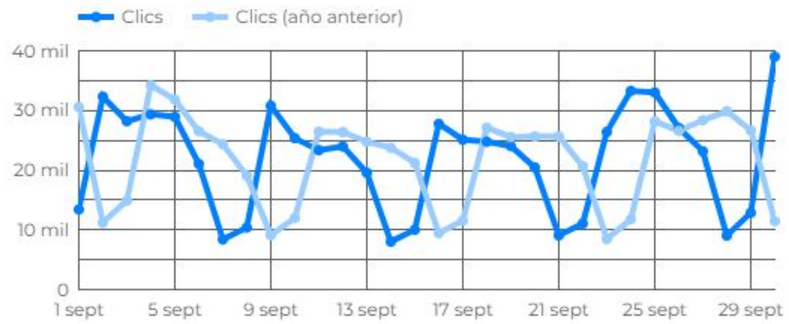
Septiembre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.340.231	659.128	15,2 %	23
vs. Ago 24	+20,7 %	+19,1 %	+0,4 %	-0,7
vs. Sep 23	+4,1 %	+0,9 %	-3 %	+2,5
Media anual	3.611.641	597.010	16,5 %	21,5



En comparación con el mes del año pasado, vemos cómo se aumentan clics e impresiones, con un pico de clics el último día de mes, viniendo principalmente por marca.

Quedan correcciones por implementar con los nuevos rediseños.

En el looker studio vemos los datos completos tanto para las palabras clave en seguimiento como las generales.

KPI's tráfico orgánico

Top de URLs del mes:

URL	URL Clics
https://www.abanca.com/	197.341
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	117.131
https://www.abanca.com/es/empresas/	73.233
https://www.abanca.com/es/	56.589
https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	20.232
https://www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	14.993
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	11.956
https://www.abanca.com/es/contacto-clientes/	9.417
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	8.719
https://www.abanca.com/gl/	8.638
https://www.abanca.com/es/banca-personal/	6.554
https://www.abanca.com/es/prestamos/	5.521
https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	5.236
https://www.abanca.com/es/oficinas/	4.923
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	4.432
https://www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	3.835
https://www.abanca.com/es/ayuda/	3.717
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	3.425
https://www.abanca.com/es/promo/programa-servicios-abanca/	3.213
https://www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	3.116

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	275.305
abanca empresas	83.021
abanca electronica	33.936
abanca particulares	14.831
a banca	13.965
abanca online	9.369
abanca electrónica	6.525
banca electronica abanca	4.557
a banca empresas	3.798
abanca banca electronica	2.688
a banca electrónica	2.314
abanca clientes	2.304
www.abanca.com	2.065
a banca online	1.561
abanca empresas online	1.557
a banca particulares	1.250
abanca.com	1.185
www.abanca.com area cliente	1.019
abanca hipoteca	965
abanca electrónica particulares	834

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamo personal	1.298
bankoa	967
banca electronica	866
hipoteca	549
prestamos	547
banca	470
caixa activa	392
prestamo online	364
cuenta nomina	362
prestamo	355
prestamos personales online	343
préstamo personal	334
caixanova	296
creditos	283
bankoa online	254
prestamos personales	215
credito	183
caixa galicia	180
credito personal	179
banca electrónica	162

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **agosto de 2024**, vemos como es normal, aumentan datos para URLs de */gl/*, y, en otros, destacamos:

URLs de Empresa

CLICS

96.210
↑ 18.2%

IMPRESIONES

1.531.920
↑ 22.9%

Palabra clave	% Δ
abanca empresas	16.2% ↑
abanca	43.0% ↑
a banca empresas	-14.3% ↓
a banca	13.1% ↑
abanca empresa	-5.6% ↓
abanca empresas online	-4.1% ↓
abanca empreas	44.1% ↑
abanca emrpesas	40.8% ↑
abancaempresas	-1.6% ↓
be.abanca	10.5% ↑

Viene en su mayoría por marca.

URL de cuentas-online

CLICS

8.719
↑ 26.2%

IMPRESIONES

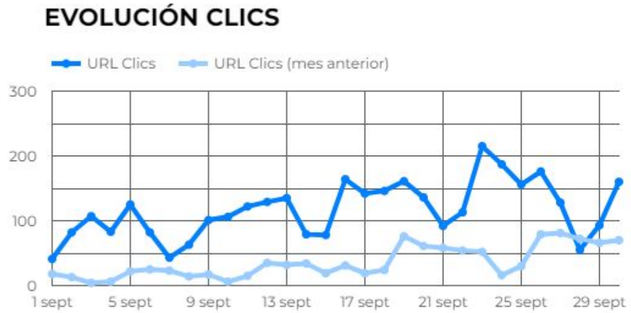
803.948
↑ 32.8%

Palabra clave	% Δ
abanca	38.1% ↑
cuenta clara abanca	17.6% ↑
cuenta nomina	28.4% ↑
abanca nomina	38.0% ↑
abanca cuenta nomina	104.1% ↑
cuenta remunerada abanca	53.6% ↑
cuenta nomina abanca	37.2% ↑
abanca cuenta remunerada	59.4% ↑
abrir cuenta online	11.2% ↑
abanca cuenta clara	35.2% ↑

Aumento de clics para esta página genéricos y de marca, con el cambio de condiciones de reciente publicación.

KPI's tráfico orgánico

Seguimos con evolución positiva para las nuevas URLs de *hipoteca joven* y *avales ico*:





En **comparativa general con** el mes de **junio de 2024, julio de 2024 y agosto de 2024**, con el cambio de diseño, y los h1 implementados incorrectamente vemos el impacto en el posicionamiento medio de esas palabras clave que irían en los h1. Aquí hay que tener en cuenta que existen más factores SEO que afectan al posicionamiento y se trata de un trabajo a medio y largo plazo, pero para ver también que es algo que ya puede ir afectando, aunque no hay uniformidad, como vemos con los datos de GSC, se debe de corregir cuanto antes.

Palabra clave	junio 2024	julio 2024	agosto 2024	septiembre 2024	
prestamo 24 horas	2,5	4,2	3,1	2,5	↑
prestamo 24	7,3	9,6	6,7	7,6	↓
abrir cuenta online	6,4	6,8	7,3	6,9	↓
cuenta online sin comisiones	8,1	7,6	7,4	6,9	↑
fondos next generation para particulares	37,6	39	-	16,1	↑
fondos next generation *(empresas)*	41,7	48,6	38,8	39,6	↓

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **septiembre de 2023** destacamos:

URL de prestamos

CLICS

5.521
↑ 48.7%

IMPRESIONES

375.548
↑ 170.4%

Palabra clave	% Δ
abanca	143.6% ↑
prestamos	3,507.7% ↑
creditos	414.5% ↑
prestamos personales	3,620.0% ↑
credito	237.0% ↑
prestamos abanca	-22.2% ↓
abanca prestamos	-23.7% ↓
prestamo personal abanca	61.9% ↑
abanca prestamo personal	197.1% ↑
prestamo abanca	-29.2% ↓

Seguicon con el **aumento de clics, impresiones y mejora de la posición media** para la **URL de prestamos**, para **palabras clave genéricas**.

URLs de cuenta-online

CLICS

8.719
↑ 30.7%

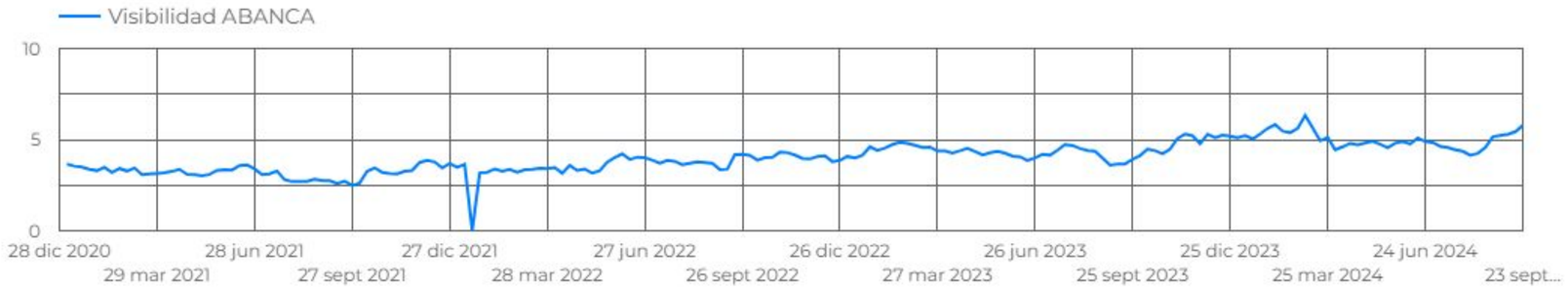
IMPRESIONES

803.948
↑ 96.2%

Palabra clave	% Δ
abanca	10.9% ↑
cuenta clara abanca	-16.5% ↓
cuenta nomina	311.4% ↑
abanca nomina	38.8% ↑
abanca cuenta nomina	17.6% ↑
cuenta remunerada abanca	236.8% ↑
cuenta nomina abanca	59.5% ↑
abanca cuenta remunerada	238.0% ↑
abrir cuenta online	2.8% ↑
cuenta online	20.7% ↑

El **aumento de clics, impresiones y mejora de la posición media** para la **URL de grandes empresas**, para **palabras clave de marca sobretodo relativas a las nuevas condiciones.**

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

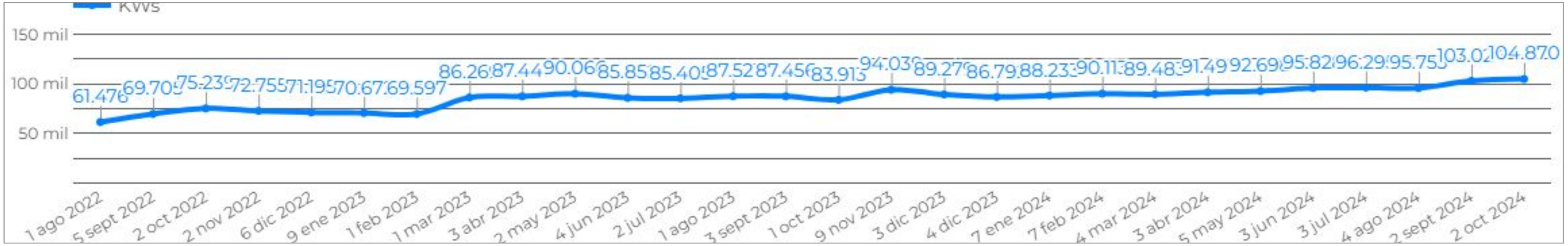
5,77

Es importante tener en cuenta que los cambios pueden afectar al índice de visibilidad, ya que Google podría considerar las URLs como volátiles al detectarse modificaciones en distintos rastreos. Además, con la Core Update en curso, estaremos monitoreando cómo evoluciona la situación.

Ene 24	Feb 24	Mar 24	Abr 24	May 24	Jun 24	Jul 24	Ago 24	Sep 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**	**4,89**	**4,89**	**4,36**	**5,77**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

104.870

+24,97 %

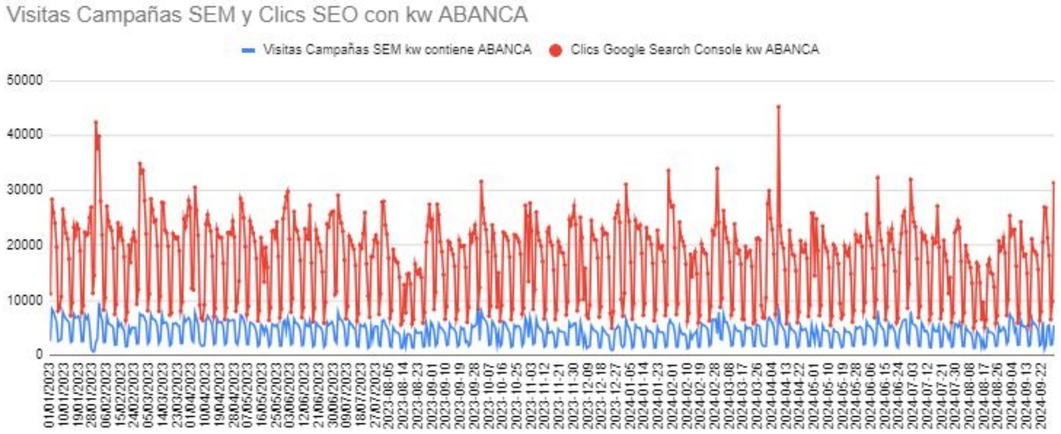
Oct 24 vs. Oct 23

Con el Core Update en curso se **aumentan las palabras clave** para las que posiciona el dominio de ABANCA, encontrándonos en un máximo histórico.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Septiembre 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.213.717	509.210	1.095.897	169.164
+13 %	+0,49 %	+6,6 %	+23,7 %

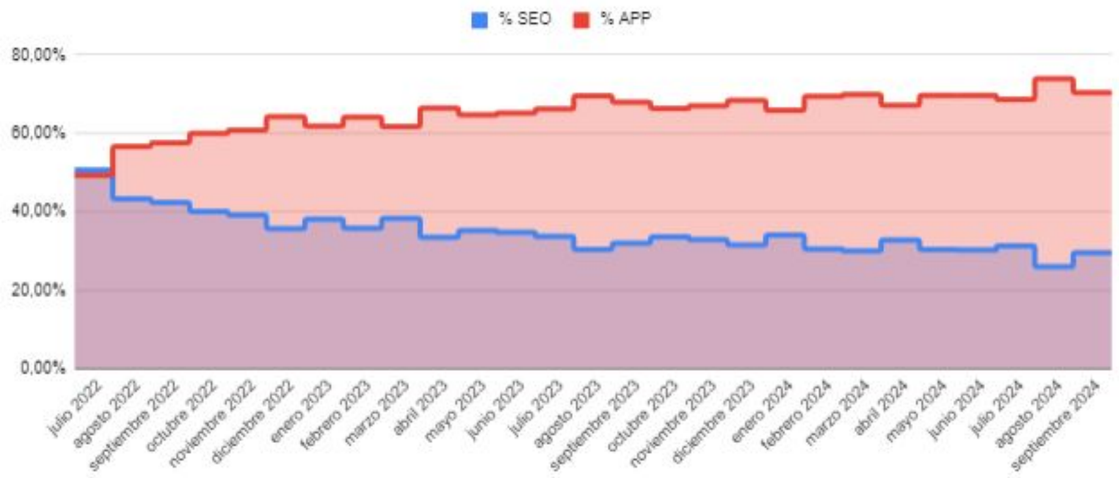
Sep 24 vs. Sep 23

Este mes aumentan tanto sesiones de pago como clics e impresiones de orgánico, así como usuarios de la app en comparación con septiembre de 2023.

El uso de la app va aumentando de forma continuada. Estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

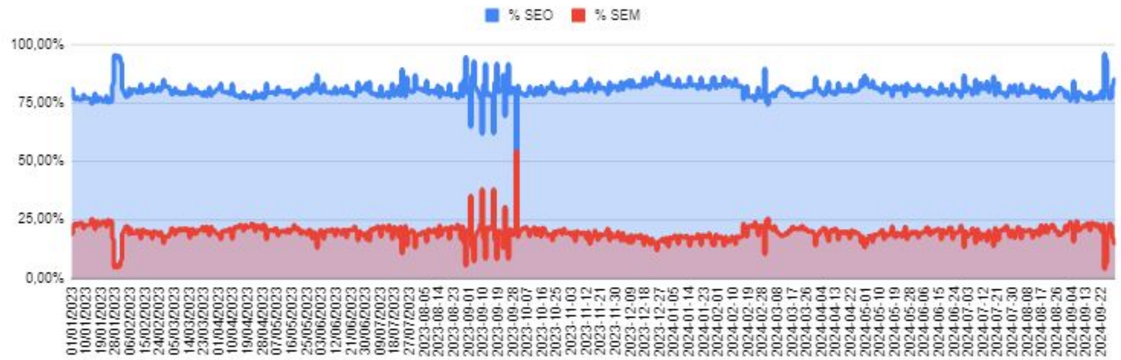
Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

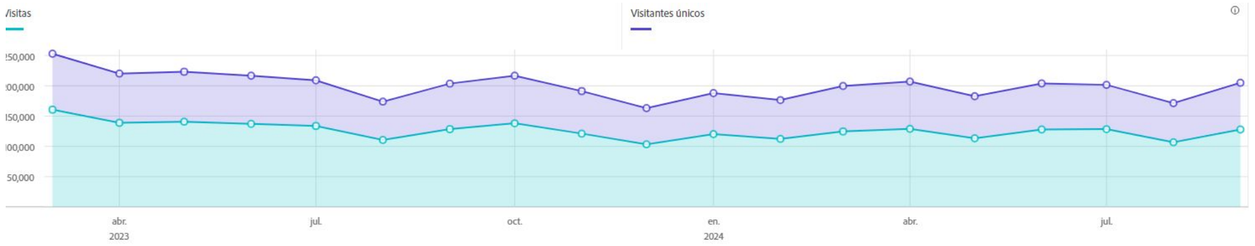
SEO, APP y SEM



Mostramos el evolutivo del uso de la app y de las sesiones de publicidad en comparación con las sesiones de orgánico.

% SEO y % SEM





Tareas del mes

Tareas pendientes de implementación	Departamento	Estado
Alt text imágenes web	Todos	Pendiente ABANCA
Revisión con mejoras a implementar de las diferentes URLs del site con los **rediseños**	SEO	Pendiente ABANCA
Incidencia INP tras rediseño	SEO	Pendiente ABANCA
Optimización de nuevas páginas	SEO	Pendiente ABANCA

Gracias