Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras *www.cuentasclaras.es*



Noviembre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

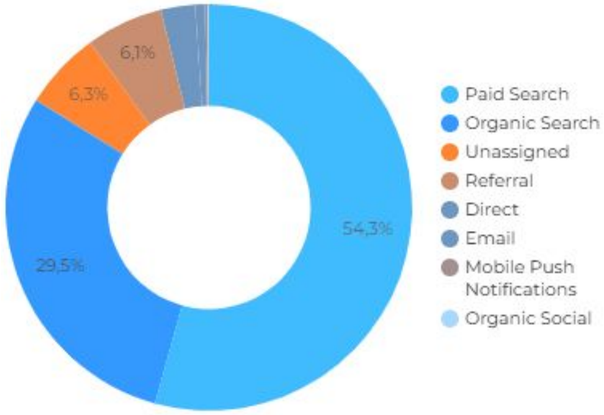
Durante este mes de noviembre 2024 se han llevado a cabo una serie de tareas recurrentes y nuevas que reflejamos a continuación:

TAREAS REDEGAL

Tarea	Prioridad	Estado	Área	Asignación
AB-324 Descargable Hipotecas y ayudas para jóv		En curso	Contenidos	ABANCA
Revisión de etiquetas		No iniciada	SEO	ABANCA
Artículo con redirección errónea		En curso	SEO	ABANCA
AB-378 Podcast ABANCA		En curso	Contenidos	Redegal
Descargable hipoteca joven		Completada	Contenidos	Redegal
Links con error corrección		Completada	SEO	Hacce
Infografía Black Friday		Completada	Contenidos y diseño	Redegal
Business case migración Blog V2		Completada	SEO	Redegal
Presupuesto Auditoría Accesibilidad		Completada	Gestión general	Redegal
Autoría en artículos		Completada	SEO	Redegal
Plugin links con errores		Completada		Redegal

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

Tráfico general | Datos GA4



Canales predeterminados	Sesiones	% Δ	Porcentaje de rebote	% Δ	Dur. media sesión	% Δ
Paid Search	34.350	-7.0%	43,7 %	-8.5%	00:02:17	4.5%
Organic Search	18.699	23.9%	40,45 %	-5.1%	00:02:10	-3.4%
Unassigned	3.957	112.7%	41,55 %	16.9%	00:03:38	36.0%
Referral	3.868	-19.7%	45,01 %	2.6%	00:02:01	-25.1%
Direct	1.722	-18.4%	49,07 %	-5.1%	00:02:14	-5.9%
Email	491	-52.2%	47,05 %	-5.4%	00:02:21	0.1%
Mobile Push Notifications	117	-12.7%	61,54 %	1.8%	00:02:15	28.5%
Organic Social	80	-93.1%	63,75 %	14.4%	00:01:50	84.0%

URL de página completa	Sesiones	% Δ	Vistas	% Δ	% rebote	% Δ	Dur. media sesión	% Δ
www.cuentasclaras.es/ahorro/reforma-pensiones-prejubilarse-60-anos/	6.815	4.1%	7.168	7.0%	41,53 %	15.4%	00:02:45	-8.8%
www.cuentasclaras.es/como-funciona/requisitos-cobrar-pension-viudedad-exp...	4.652	43.8%	4.605	42.3%	50,82 %	11.6%	00:01:49	-7.2%
www.cuentasclaras.es/como-funciona/quien-paga-las-reparaciones-en-un-pis...	3.634	-	4.085	-	45,02 %	-	00:02:44	-
www.cuentasclaras.es/actualidad/salario-minimo-interprofesional/	3.270	51.2%	3.252	58.7%	61,07 %	3.5%	00:01:27	3.7%
www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/	3.112	24.2%	3.651	39.1%	23,43 %	29.3%	00:02:23	0.1%
www.cuentasclaras.es/glosario/contrato-de-arras-como-se-hace/	3.100	2.1%	3.173	5.5%	51,39 %	2.4%	00:01:53	3.9%
www.cuentasclaras.es/glosario/tae-que-es/	2.597	30.6%	2.563	33.1%	51,29 %	6.7%	00:01:59	-1.1%
www.cuentasclaras.es/como-funciona/certificado-digital/	1.927	30.6%	2.003	31.7%	52,72 %	10.1%	00:01:37	-16.9%
www.cuentasclaras.es/como-funciona/	1.772	7.7%	1.893	10.3%	39,45 %	0.6%	00:00:26	-8.7%
www.cuentasclaras.es/mi-negocio/facturar-sin-ser-autonomo/	1.472	15.6%	1.464	18.9%	46,74 %	11.6%	00:02:22	5.3%

Vemos datos de todos los canales de tráfico

- Destaca **Paid Search** con sesiones y con mayor duración media de la sesión de canales conocidos.
- **Organic Search** aumenta un 22,9% sesiones y el porcentaje de rebote disminuye un 5,1%; sigue siendo el canal con menor porcentaje de rebote.
- Top de artículos del mes destaca el de *estado de tramitación becas mec*, seguido del de *reforma de pensiones, pensión de viudedad* y *calculadora sueldo neto.*

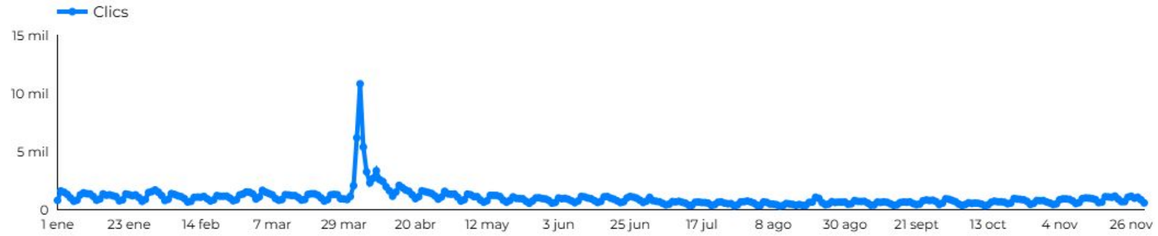
Tráfico orgánico | Datos GSC

Todas las mejoras propuestas tanto pendientes como en curso, confirman su relevancia con los Core Update.

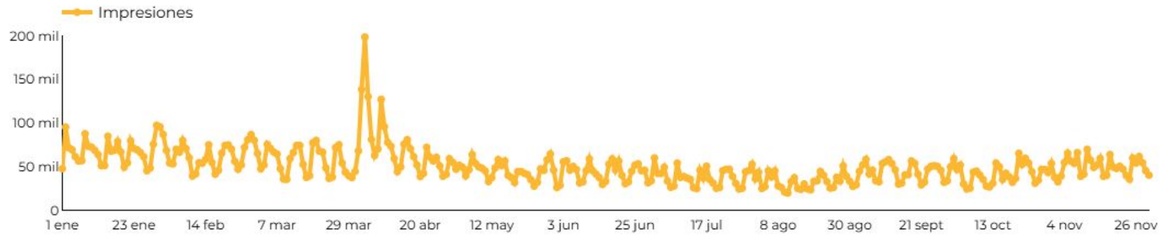
Con las mismas tratamos de aumentar los resultados orgánicos y tener el mejor posicionamiento posible, a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir clics**.

	Octubre 2024	*Noviembre 2024*	
CLICS	**20.006**	**25.483**	↑ 27,7%
IMPRESIONES	**1.308.111**	**1.502.772**	↑ 18%
Posición media	**25,7**	**24,4**	↓ 1,43

EVOLUCIÓN ANUAL CLICS



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



Tráfico orgánico | Datos GSC

Palabra clave	URL clics	Impresiones	Posición media	URL CTR
resolución becas mec 2024-25	360	4.433	7,2	8,12 %
becas mec 2024-25	234	19.334	9,6	1,21 %
beca mec 2024	159	4.651	8,4	3,42 %
becas mec 2024-25 sede electrónica	141	5.683	10	2,48 %
becas mec	98	1.101	22,4	8,9 %
en trámite en los servicios provinciales de educación de su comunidad autónoma	98	582	1,6	16,84 %
devolver recibo abanca	83	675	1,6	12,3 %
beca mec	81	1.140	16,2	7,11 %
en trámite en el ministerio de educación y formación profesional que significa	79	1.935	4,3	4,08 %
beca mec 2024/25	75	5.125	9,2	1,46 %
resolución becas mec	72	681	6,6	10,57 %
estados beca mec 2024	69	585	1,5	11,79 %
en tramite en los servicios provinciales de su comunidad autonoma	68	411	1,5	16,55 %
estados becas mec	58	700	3,4	8,29 %
bienes suntuarios	57	3.540	3,9	1,61 %
tarjeta virtual abanca	57	459	3,9	12,42 %
estados de la beca mec	56	860	3,6	6,51 %
estados beca mec	55	746	3,6	7,37 %
becas mec 2024	52	3.465	10,1	1,5 %
su solicitud esta a disposicion de la unidad de becas para ser tramitada	45	2.908	4,4	1,55 %

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

1. **Relativos a cambio *de becas y ayudas.***
2. **Relacionadas con productos de ABANCA.**
3. **Relativas a algún *término específico bancario*.**

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
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/estado-tramitacion-becas-mec/	8.503	188.798	4,5 %	8,77
https://www.cuentasclaras.es/ahorro/consejos-comprar-una-lavadora-eficiente/	747	22.238	3,36 %	4,2
https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/	676	77.133	0,88 %	20,34
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/cambio-pesetas-euros/	660	85.864	0,77 %	9,66
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/tramites-compra-vivienda-segunda-mano/	483	6.892	7,01 %	21,69
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/modificar-datos-catastro-finca/	469	11.595	4,04 %	9,34
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/pago-con-tarjeta-obligatorio-negocios-o-efectivo/	429	11.613	3,69 %	17,91
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/devolver-recibo-banco/	418	3.107	13,45 %	14,45
https://www.cuentasclaras.es/glosario/abono-en-cuenta-y-cargo-en-cuenta/	358	25.107	1,43 %	7,95
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/solicitar-online-certificado-de-titularidad-bancaria/	350	9.168	3,82 %	14,86

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:

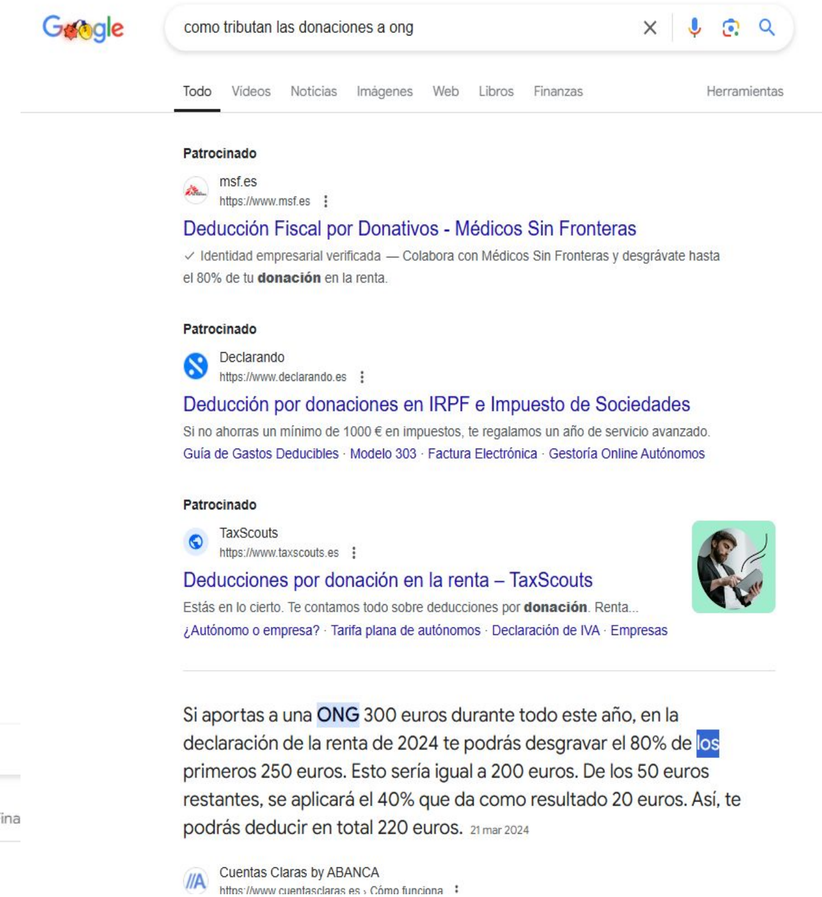
- *¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2024-2025?* ↑ **654,5%**
- *Consejos para comprar una lavadora eficiente* ↑ **51,1%**
- *¿Qué son los bienes suntuarios?* ↑ **132,7%**

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

- *¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2024-2025?* ↑ **474,5%**
- *¿Qué son los bienes suntuarios?* ↑ **156,2%**

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

Cuentas Claras ➡ //ABANCA

Flujo visitas Oct 24	Flujo visitas Nov 24	
407	**372**	8,6%

⚠️ 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.

//ABANCA ➡ Cuentas Claras

Flujo visitas Oct 24	Flujo visitas Nov 24	
1.892	**2.077**	9,8%

Resultados Newsletter

En **noviembre** mantuvimos el equilibrio con un post más genérico (Black Friday) y otro más enfocado a producto (ayudas DANA), aunque los resultados bajan en comparación con el mes anterior, **se mantienen dentro de las cifras esperadas**. En diciembre, dedicaremos una de las newsletter al **lanzamiento del podcast**.

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

Correos enviados	Aperturas totales	Tasa de apertura	Clics	Bajas
22.796	10.063	36,06%	1.707	19
=	-24,0%	-16,2%	-40,4%	-5%

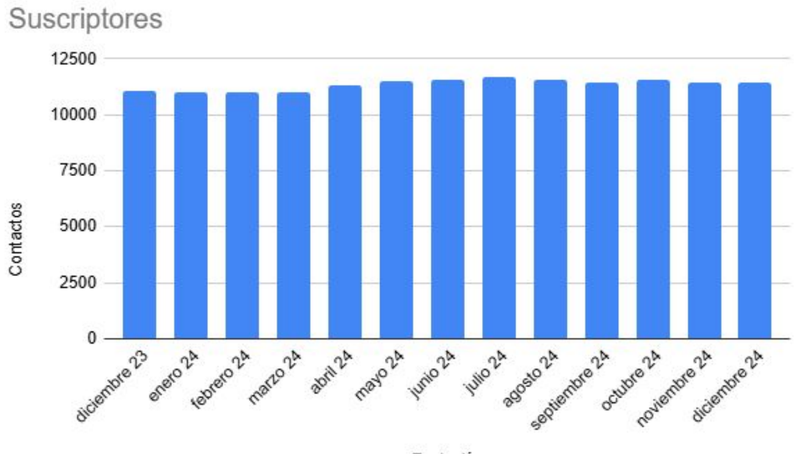


Descargas	Descargas totales
2	5

Descargables

Mantenemos la campaña del descargable de la hipoteca joven, "Cómo comprar tu primera vivienda antes de los 45 años" vinculado a la automatización de bienvenida, que registró 2 clics únicos en banner web en noviembre.

Noviembre 24 vs. Octubre 24

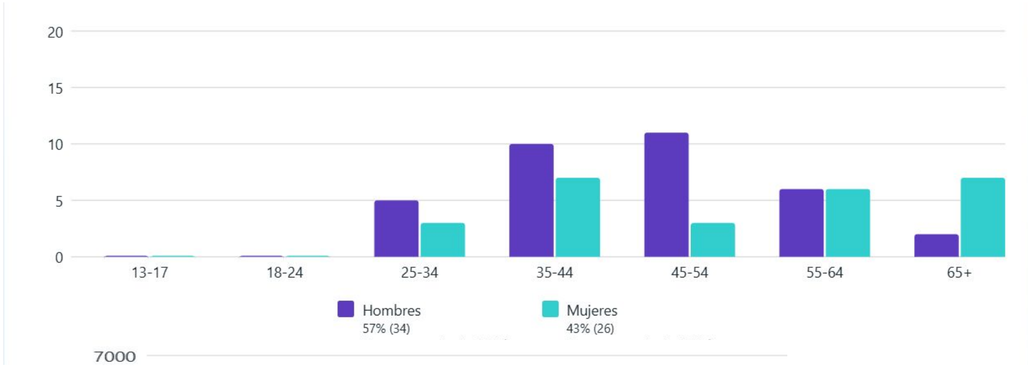


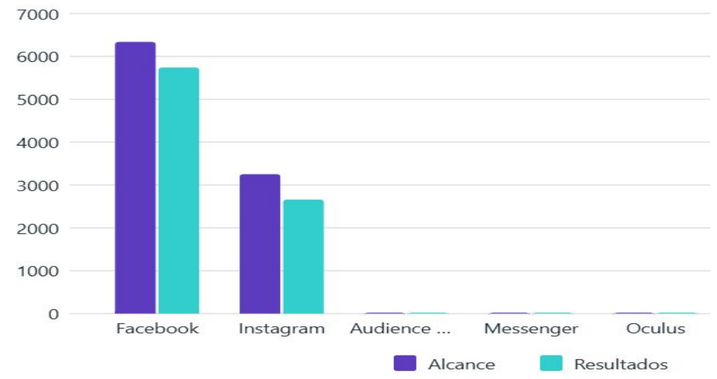
Resultados Meta Ads - Campaña de captación de suscriptores

Para impulsar el crecimiento de la BBDD de suscriptores en Mailchimp, activamos en octubre una nueva **campaña de captación de suscriptores** en Meta vinculada al descargable de hipoteca joven Cómo comprar tu primera vivienda antes de los 45 años.



Totales campaña	**200**
Suscriptores mes	**60**
Alcance	**9011**
Clics	**234**





El anuncio se mostró a **20.500 personas** y registró **234 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que más han interactuado son los adultos (+45), **seguido de cerca por la franja de 35-44**, y navegan a través de Facebook. Durante este año ha habido meses de parón de campaña. En general, desde el mes de abril, hemos conseguido una **media de 135 suscriptores mensuales a través de esta campaña.**

Recomendaciones y próximos pasos

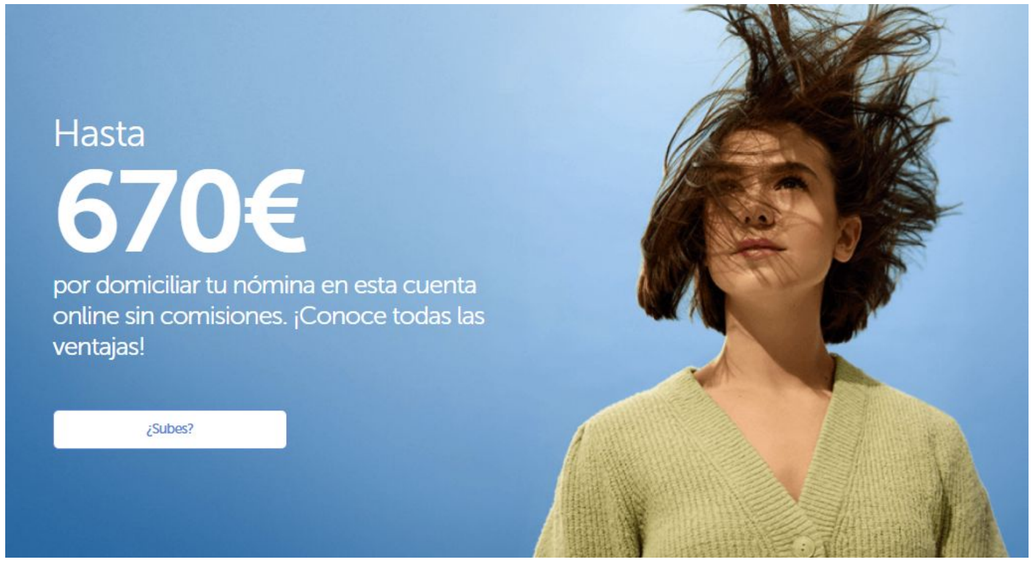
- **Recuperación del botón del blog** en el menú principal de www.abanca.com.
- Mantener el **ritmo de publicación y de actualización** del contenido.
- Trabajar formatos visuales con **tablas, gráficos** e **infografías** para completar aquellos artículos más didácticos y con oportunidades de crecimiento 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**.
- 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 del **cambio en muchos artículos de la fecha de actualización no real**.
- Carga del menú.
- Generación de URLs incorrectas.

Informe mensual SEO

www.abanca.com

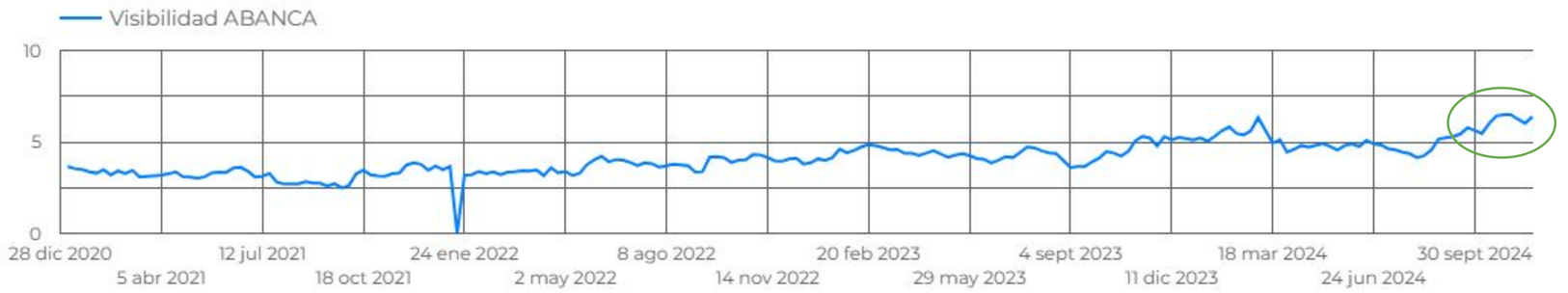


Noviembre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

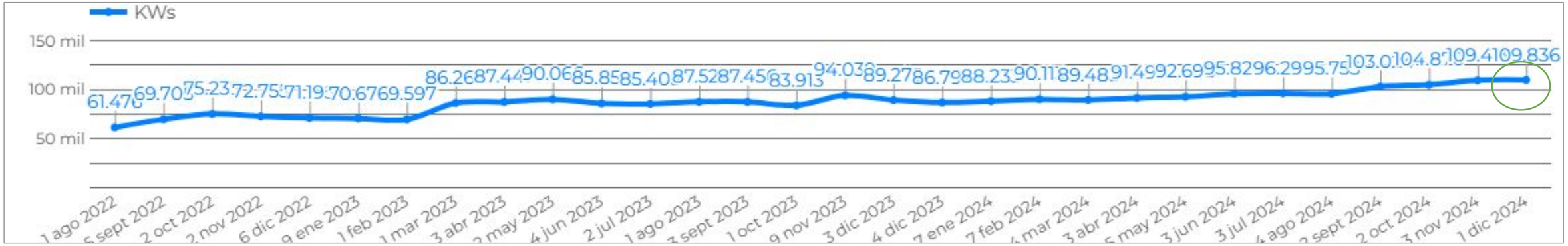
6,38

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, hubo una Core Update en despliegue del 11 de noviembre al 5 de noviembre.

Ene 24	Feb 24	Mar 24	Abr 24	May 24	Jun 24	Jul 24	Ago 24	Sep 24	Oct 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**	**4,89**	**4,89**	**4,36**	**5,77**	**6,42**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

109.836

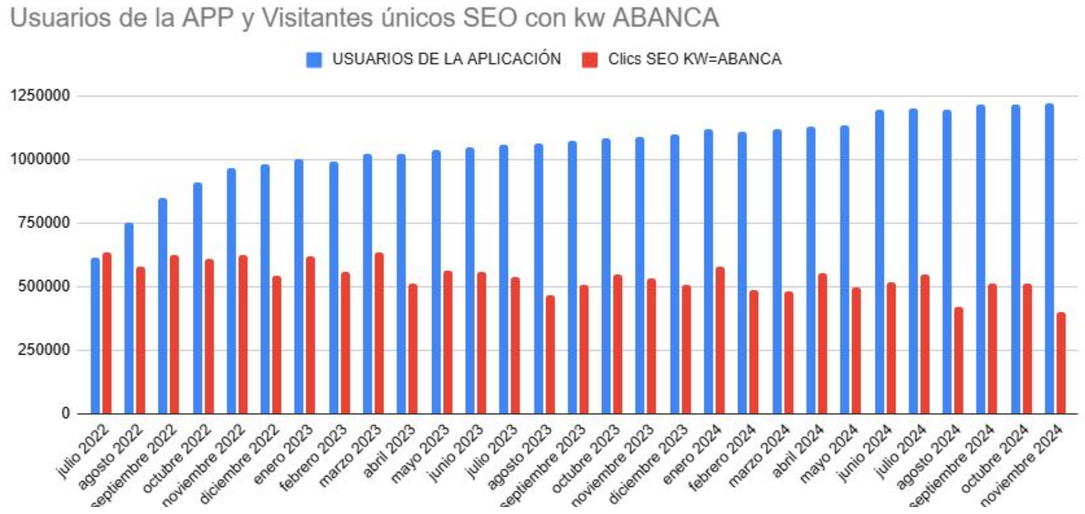
+23,03 %

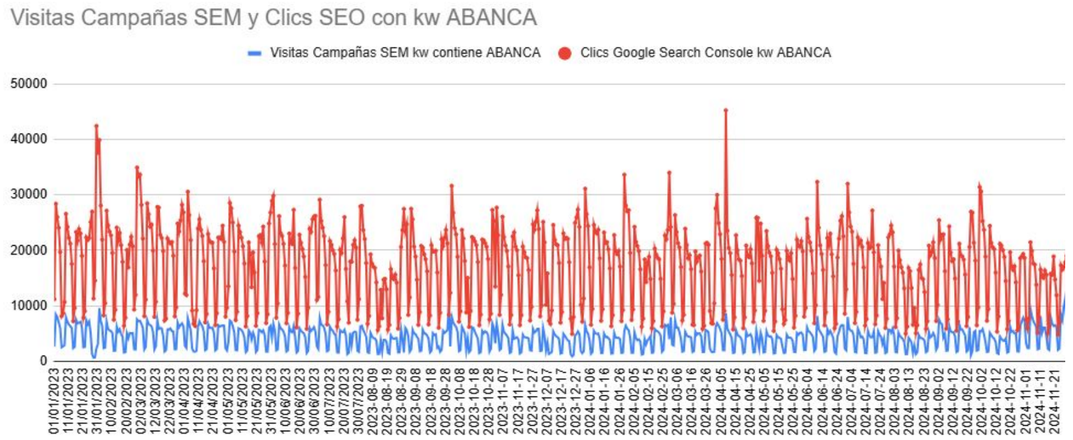
Dic 24 vs. Dic 23

Se **aumentan las palabras clave** para las que posiciona el dominio de ABANCA, encontrándonos en un máximo histórico. Veremos cuando acabe el Core Update en despliegue.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Noviembre 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.221.587	**398.636**	**999.677**	**207.679**
+12,12 %	**-25,3 %**	**-5,3 %**	**+54,9 %**

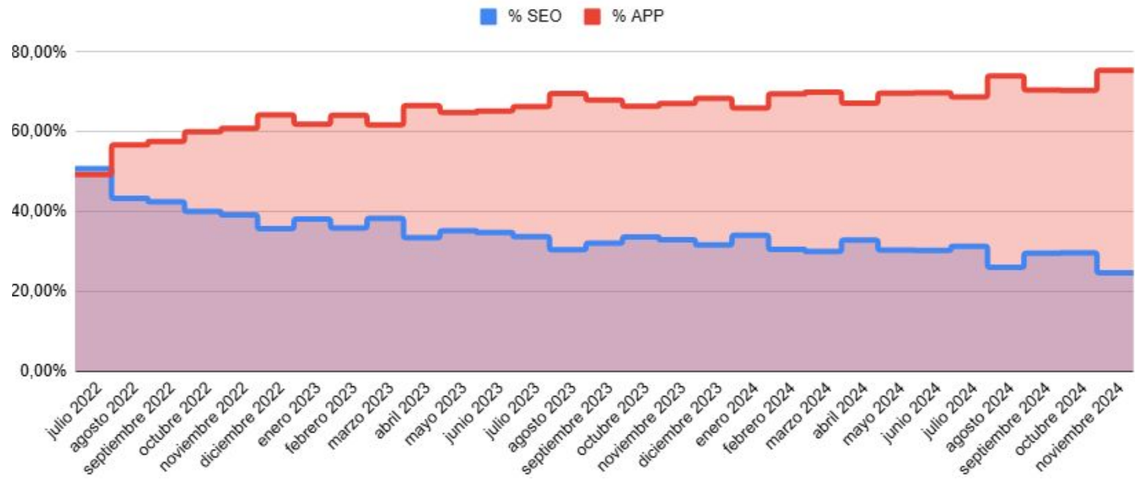
Nov 24 vs. Nov 23

Este mes disminuyen clics e impresiones de orgánico y aaumentan mucho las sesiones de Google Ads así como también aumentsn usuarias de la app.

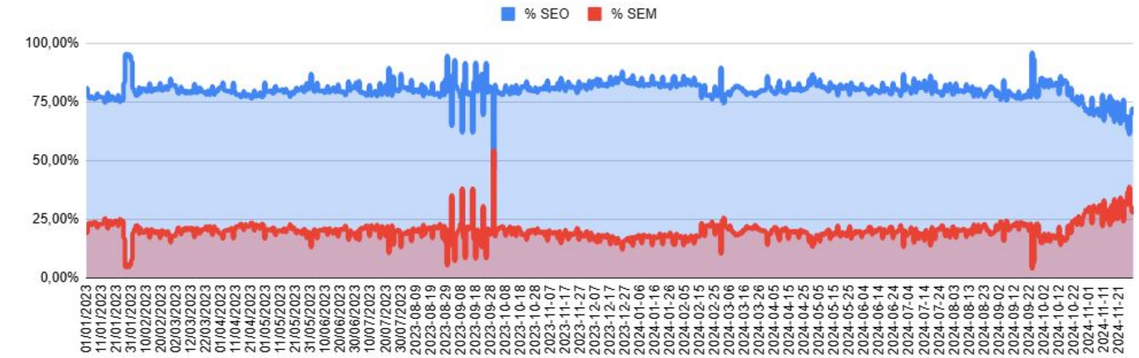
El uso de la app va aumentando de forma continuada. Estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

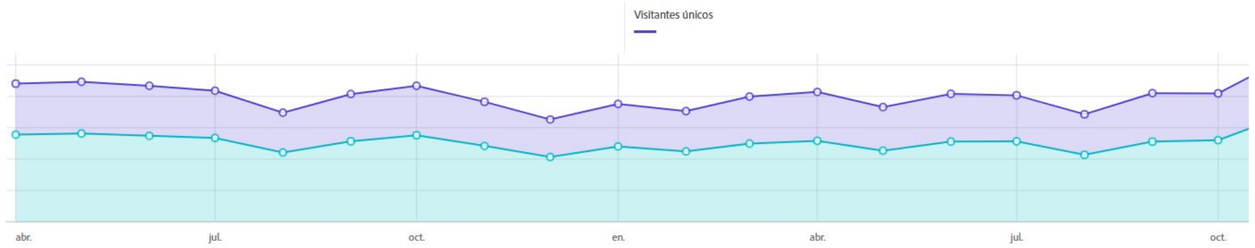
SEO, APP y SEM



% SEO y % SEM



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



KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	15.531.189	556.591	11,8 %	24,4
vs. Oct 24	-6,4 %	-19,7 %	-14,2 %	+0,6
vs. Nov 23	-1,1 %	-22,2 %	-21,3 %	+2,3
Media anual	3.798.205	597.934	15,7 %	22,1



En **comparación con el mes del año pasado**, descienden clics e impresiones, al analizarlo vemos como esta **bajada viene principalmente de palabras clave de marca con ejemplos de clics menos para para *abanca* (91.917), abanca empresas (15.371), *abanca electrónica* (5.700)**

En **comparación con el mes pasado** lo mismo, **la bajada viene principalmente por palabras clave de marca con ejemplos de clics menos *abanca* (74.383)**, ***abanca empresas* (21.063), *abanca electrónica* (2.019), *bankoa* (391).** Aumentan las palabras clave genéricas para las que posiciona la web en un 7%.

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 Clics
/www.abanca.com/es/	200.981
/www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	86.726
/www.abanca.com/es/empresas/	61.957
/www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	12.393
/www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	11.867
/www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	10.086
/www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	7.889
/www.abanca.com/gl/	7.721
/www.abanca.com/es/contacto-clientes/	7.587
/www.abanca.com/es/banca-personal/	4.971
/www.abanca.com/es/prestamos/	4.850
/www.abanca.com/es/hipotecas/hipoteca-joven/	4.493
/www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	4.019
/www.abanca.com/es/oficinas/	3.939
/www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	3.626
/www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	3.320
/www.abanca.com/es/hipotecas/	3.115
/www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	3.075
/www.abanca.com/es/ayuda/	2.738
/www.abanca.com/es/tarjetas/tarjetas-credito/tarjeta-tu/	2.500

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	198.088
abanca empresas	64.227
abanca electronica	30.677
abanca particulares	15.394
a banca	10.376
abanca online	7.349
abanca electrónica	6.231
banca electronica abanca	4.435
a banca empresas	3.960
abanca banca electronica	2.629
a banca electrónica	2.031
abanca clientes	1.970
www.abanca.com	1.807
abanca empresas online	1.772
a banca online	1.675
a banca particulares	1.370
prestamo personal	1.189
www.abanca.com area cliente	1.091
abanca.com área cliente	897
abanca online particulares	877

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamo personal	1.189
banca electronica	793
prestamos	778
bankoa	640
banca	537
prestamo	524
hipoteca 100%	456
caixa activa	421
prestamo online	418
hipoteca	341
cuenta nomina	339
prestamos personales online	331
préstamo personal	315
banca electrónica	307
hipoteca joven	296
caixanova	272
hipoteca 100	266
creditos	263
credito	234
bankoa online	185

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **octubre de 2024**, destacamos la mejoría en:

URLs de hipoteca joven

Clics

4.493
↑ 11.0%
Este mes

Impresiones

104.732
↓ -3.4%
Este mes

Palabra clave	% Δ
hipoteca 100%	67.9% ↑
hipoteca joven	-27.8% ↓
hipoteca 100	61.6% ↑
abanca hipoteca joven	-22.8% ↓
hipoteca 100 jovenes	-28.6% ↓
hipoteca joven abanca	-37.0% ↓
hipotecas al 100	4,366.7% ↑
hipoteca 100 financiacion	330.0% ↑
hipotecas 100%	535.7% ↑
hipotecas 100 jovenes	-43.7% ↓

Como vemos son en su mayoría **clics por búsquedas genéricas**, de hecho, descienden los clics de marca. En cuanto a impresione vemos que disminuyen para algunas palabras clave pero las **posiciones medias de las principales mejoran mucho.**

URL de cuenta-joven-online

Clics

564
↑ 116.1%
Este mes

Impresiones

28.748
↑ 188.5%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca cuenta joven	345.5% ↑
cuenta joven abanca	128.6% ↑
cuenta clara joven abanca	94.1% ↑
abanca cuenta joven 16 años	122.2% ↑
cuenta abanca joven	280.0% ↑
cuenta joven	466.7% ↑
abanca joven	66.7% ↑
cuenta clara joven	80.0% ↑
abanca cuenta clara joven	300.0% ↑
abanca tarjeta joven	150.0% ↑

Aumento de clics de marca en gran medida. Aumentan los clics para *cuenta joven* pero tiene margen de mejora, sigue oculto el h1 de la página.

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** los meses de **junio, julio, agosto, septiembre y octubre 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	octubre 2024	noviembre 2024	
prestamo 24 horas	2,5	4,2	3,1	2,5	4,7	4	↓
prestamo 24	7,3	9,6	6,7	7,6	6,7	7,1	↓
abrir cuenta online	6,4	6,8	7,3	6,9	7,4	6,9	↓
cuenta online sin comisiones	8,1	7,6	7,4	6,9	7,5	7,5	↑
fondos next generation para particulares	37,6	39	-	16,1	21,9	19,8	↑
fondos next generation *(empresas)*	41,7	48,6	38,8	39,6	37,7	58	↓

KPI's tráfico orgánico

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

URL de grandes-empresas

Clics

12.393
↑ 15.1%
Este mes

Impresiones

135.130
↑ 26.4%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca empresas	17.3% ↑
a banca empresas	-18.6% ↓
abanca empresa	0.0%
a banca empreas	-
abanca empresas online	100.0% ↑
www.abanca empresas	-41.9% ↓
abancaempresa	44.4% ↑
www.abanca.com empresas	266.7% ↑
abanca empreas	-33.3% ↓
be.abanca.com empresas	700.0% ↑

Seguicon con el **aumento de clics, impresiones y mejora de la posición media** para la **URL de grandes empresas**, para **palabras clave de marca y genericas**.

URLs de prestamos

Clics

4.850
↑ 29.5%
Este mes

Impresiones

534.778
↑ 334.8%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca	410.6% ↑
prestamos	4,029.4% ↑
creditos	317.5% ↑
credito	544.4% ↑
prestamo abanca	23.9% ↑
prestamos abanca	-61.0% ↓
abanca prestamos	-33.5% ↓
prestamo personal abanca	-21.0% ↓
abanca prestamo personal	70.0% ↑
prestamos personales	950.0% ↑

El **aumento de clics, impresiones y mejora de la posición media** para la **URL de préstamos**, para **palabras clave de marca y genericas.**

//ABANCA

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
Corrección de etiquetado de URLs y sitemap	SEO	Pendiente ABANCA

Gracias