Informe mensual SEO

www.cuentasclaras.es



Noviembre 2023

Departamento de Marketing

//ABANCA

Objetivos

Objetivos	Estrategia	Acciones
Posicionarse como el blog de ABANCA, líder de actualidad bancaria, consejos de ahorro y economía fácil.	Mejorar y optimizar el el posicionamiento orgánico.	Keyword research, estudio de tendencias. Recomendación de curación de contenido ya creado.
Servir de apoyo en la promoción de productos de ABANCA.	Derivar tráfico a www.abanca.com.	Creación de contenido específico en base a tendencias y recomendaciones.
Servir de apoyo en el conocimiento de marca ABANCA.	Acompañar a www.abanca.com en los resultados de búsqueda por producto en la SERP.	Acciones indbound: remarketing, newsletter (descargables) y push.
		Creación de contenido de producto.
		Tareas de mantenimiento SEO: crawling, auditorías,algoritmo...
		Linkbuilding y autoridad.

SEO

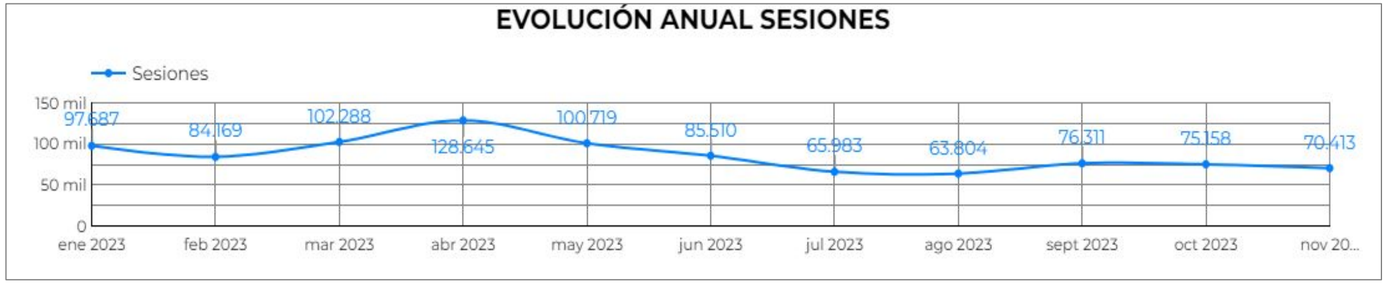
Recomendaciones y próximos pasos

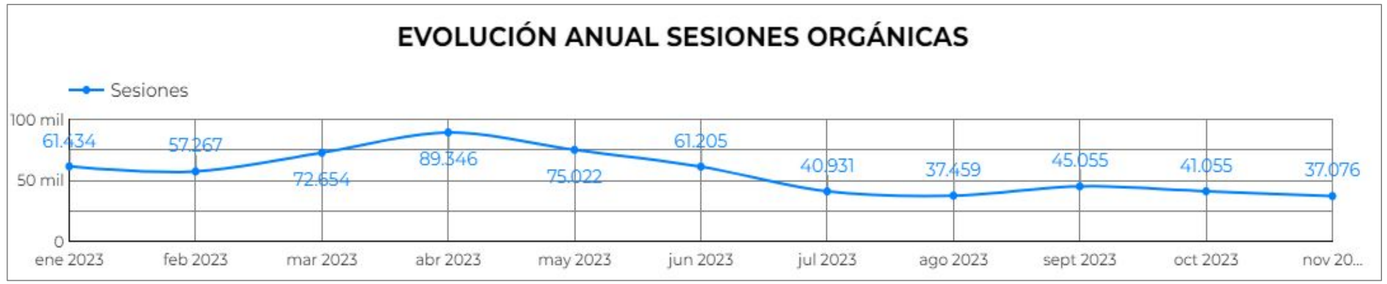
https://docs.google.com/spreadsheets/d/134g049xvaQo1jtPVArToKs4NuQFowOWpotYUezWJI7o/edit#gid=0

Estado	Recomendación	¿Por qué?
Hecho	Además de la publicación de la fecha de creación del artículo, publicar también de la última actualización del artículo en la página del mismo.	Más fiabilidad para el usuario Actualización terminada del algoritmo en septiembre de Helpful Content, que da relevancia a temas como este
Hecho	Enlace dofollow desde el menú www.abanca.com	Linkbuilding
Pendiente ABANCA	Enlazar https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/ desde el menú principal -> **decisión interna de incluirlo sólo en el footer**	Mayor autoridad (recuperar posiciones)
En curso ABANCA	Mejorar el footer: añadir todas las categorías del blog en el mismo, no solo algunas como en el menú.	Contribuye a la calidad del sitio, una mejor tasa de rastreo y una mejor experiencia de usuario.
Pendiente ABANCA	Publicar autoría en los artículos	Confiabilidad y experiencia (EEAT)
Pendiente ABANCA	Corregir datos estrcturuados de artículos	Ahora mismo el error es en la miga de pan de categoría de los mismos

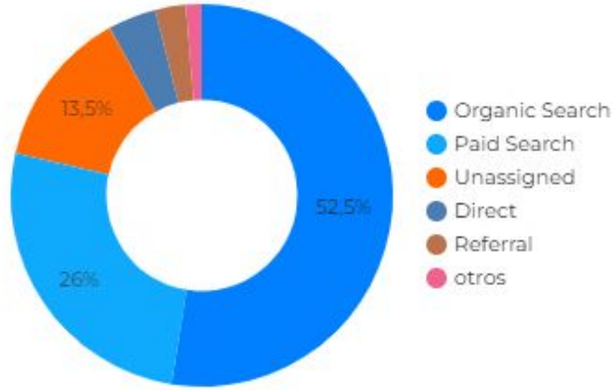
- **Enfoque de contenido actual:** contenido centrado en actualidad y producto: **pensiones (este mes), cuentas (meses anteriores) y seguros (meses anteriores)**
- **Áreas de mejora:** Autoridad, enlazado y EEAT ((Experiencia, Conocimiento, Autoridad, y Fiabilidad).

Tráfico orgánico y general |Datos GA4





Sesiones de orgánico del mes frente al resto de canales

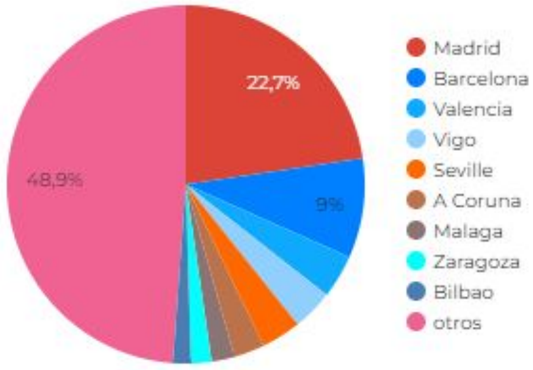


//ABANCA

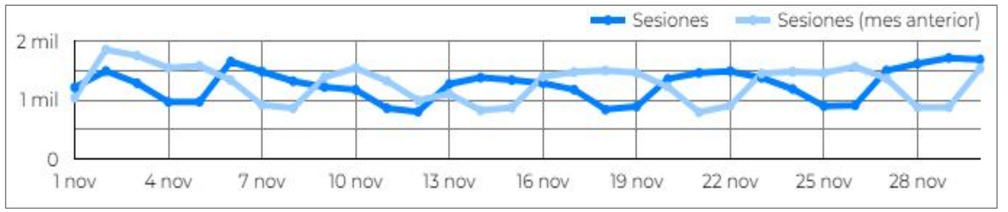
Tráfico orgánico |Datos GA4

Sesiones	Usuarios	Páginas orgánicas vistas	Páginas orgánicas/sesión	Tiempo en páginas
37.076	32.983	41.551	1,1	02:38
vs MoM -9,7%	vs MoM -4,2%	vs MoM -5,5%	vs MoM +4,6	vs MoM +4,9%

Ciudades principales de las sesiones (conocidas)



Evolutivo mensual sesiones



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

	IMPRESIONES	CLICS
	2.532.783	41.631
Nov 23 vs. Oct 23	-3,9 %	-5,8 %
Nov 23 vs. Nov 22	- 25,7 %	-46,1 %

Este mes la **caída de la calculadora de sueldo neto ha sido de un 72% en impresiones frente al año pasado**. *Seguimos pendientes de la inclusión del link en el footer, al igual que el resto de categorías.* Este mes enviaremos mejoras para esta URL.

Los artículos que mejor funcionan este mes por clics por temas de bancos y finanzas son*: ¿Cuál es la diferencia entre el PIB nominal y PIB real?, ¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2023-2024? y ¿Cuál es el cambio de pesetas a euros? ¿Cuánto valdrían ahora?.*

Suben los clics por *becas mec* después de la actualización del artículo.

Consultas principales que más clics ganan
producto interno bruto real y nominal
becas mec
pib real y nominal
producto interno bruto (pib) real y nominal
pib nominal y real
que pasa con las becas mec
pib nominal y pib real
cuantia fija beca mec 2023
cuanto ahorra un español al año
cancelar transferencia abanca
beca mec
cuanto dinero tiene de media un español en el banco
requisitos becas mec 2023-24
consejos para comprar en black friday

Consultas principales que más clics pierden
devolver recibo abanca
fondos next generation para particulares
viajes imserso reservas por internet
como devolver un recibo en abanca
como reservar viajes del imserso por internet
como devolver recibo abanca
pib nominal
200 millones de pesetas a euros
ayudas minimis
ayudas de minimis
jubilación parcial con contrato relevo a partir de 2024
como devolver recibo en abanca online
flujos financieros
abanca subrogacion hipoteca
pagar con el movil abanca

Nov 23 vs. Oct 23

Posición palabras clave monitorizadas

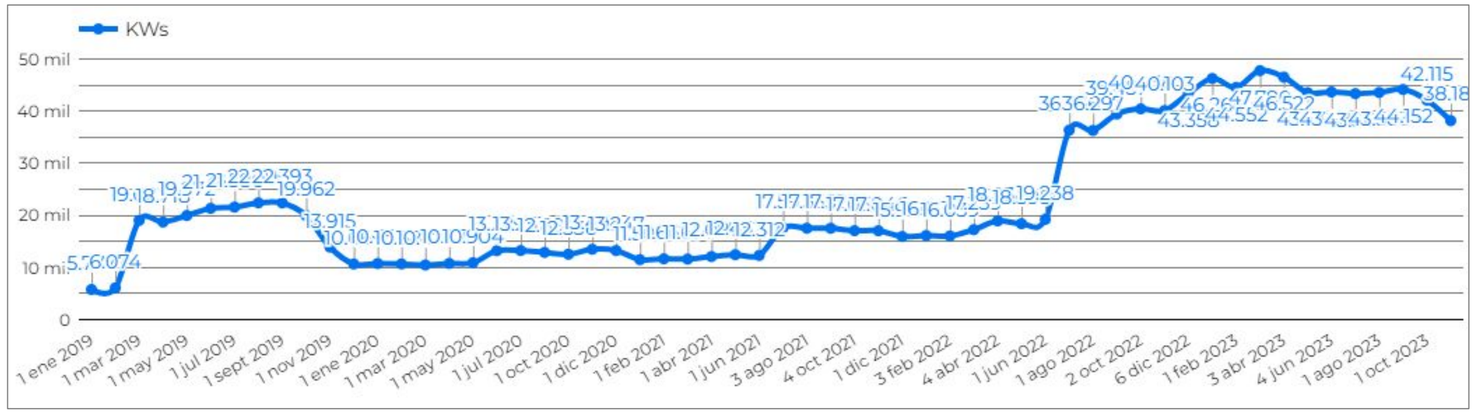
Palabras clave en seguimiento con más mejoría de posiciones en comparación con el mes anterior

	Palabra clave	Búsqueda	05/23	06/23	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	Dif. posición
1.	segunda vivienda	320	23	22	58	66	36	87	59	28
2.	eliminar informacion personal de i...	30	36	42	31	62	47	68	42	26
3.	estafas por bizum	480	-	-	-	86	91	96	72	24
4.	cancelacion hipoteca	2.400	43	94	40	36	42	54	30	24
5.	normativa psd2	480	19	52	31	15	84	60	36	24
6.	como pagar multas online	1.300	83	-	36	21	44	56	39	17
7.	Interés de demora	880	19	19	13	15	15	46	29	17
8.	hora bruja	720	21	47	44	25	24	63	47	16
9.	TIN y TAE	5.400	85	-	34	51	87	84	68	16
10.	tipo de interés	22.200	88	70	45	36	46	78	63	15
11.	Amortización anticipada	390	17	29	17	20	27	50	36	14
12.	mantenimiento coche electrico	260	-	96	66	54	90	74	60	14
13.	swift bic	60.500	38	38	28	17	24	40	27	13
14.	finiquito	74.000	-	-	43	76	93	90	77	13
15.	aval bancario	4.400	79	81	46	53	49	58	46	12
16.	descuento comercial	3.600	18	12	10	14	16	28	16	12
17.	flujo de caja	40.500	21	42	25	19	42	54	43	11
18.	Código Swift	49.500	31	40	31	29	33	33	23	10
19.	regla 50 30 20	2.900	15	17	18	15	21	25	16	9
20.	facturar sin ser autonomo	2.400	60	-	75	72	-	95	87	8

Este mes vemos que ***descuento comercial*** y ***regla 50 30 20*** es de las que más mejora en primeras posiciones por cambio.

Continuaremos optimizando los artículos publicados y manteniendo con ritmo de publicación para poder aumentar las palabras clave de PRT y sus respectivas posiciones. Como cada mes desde SEO revisamos estos artículos y trabajamos en mejoras de optimizaciones en los casos posibles.

Evolución palabras clave Semrush e índice de visibilidad de Sistrix



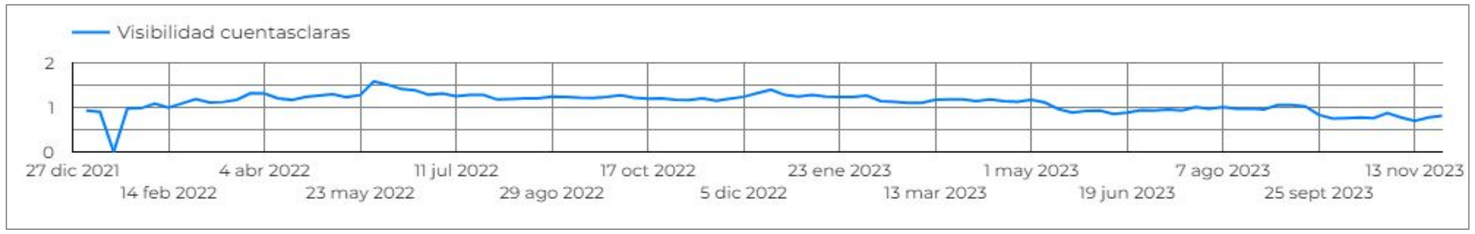
PALABRAS TOTALES

36.782

-15,17 %

Dic 23 vs. Dic 22

En el looker studio se puede ver la lista completa de palabras clave por posición y URL. Seguimos viendo impacto de las actualizaciones y movimientos en las SERPs a espera de mejoras en el blog.



Veremos cómo evoluciona la volatilidad en las SERPs.

Hay que tener en cuenta que el índice de visibilidad es una métrica de Sistrix que no se puede calcular de forma propia.

Tráfico orgánico | Datos GA | Categorías

Agrupamos por categorías la captación de **tráfico orgánico por sesiones** generadas.

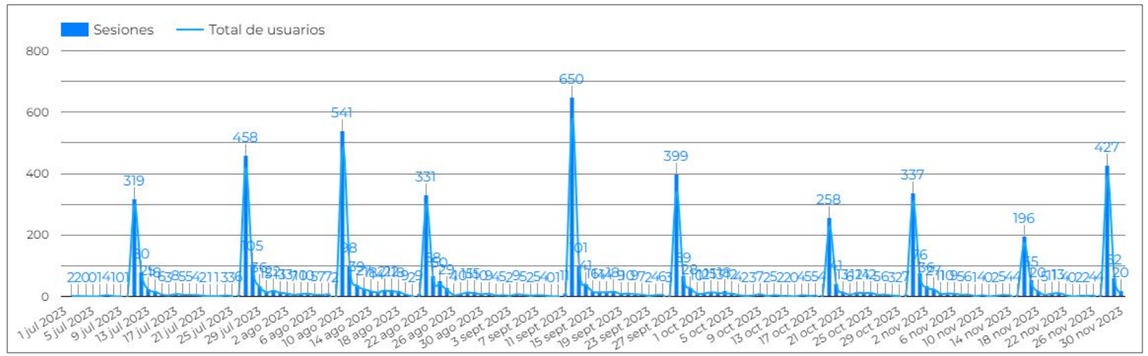


Enfoque actual: contenido centrado en las siguientes categorías: *ahorro, cómo funciona, ciberseguridad, actualidad, inversión y bolsa, tecnología y mi negocio.*

Hay que tener en cuenta como vemos en el looker studio, que en esta división que tenemos que hacer por fórmula, hay un sesgo sin datos.

Resultados Newsletter

Evolución de sesiones y usuarios GA4





Descargas
9

Suscriptores noviembre
11.097

Sesiones	Usuarios	Pag. Vistas	Pag. Vistas/sesión
1.022	**794**	**1.496**	**1,46**
+23,1 %	**+22,2%**	**+19,0%**	**-3,3%**

Nov 23 vs. Oct 23

En noviembre recuperamos la tendencia positiva en casi la totalidad de los datos analizados. El contenido seleccionado para las newsletters despertó el interés de los contactos, experimentándose así una **mejora de los datos de tráfico del blog**.

Con la vista puesta en el Black Friday y las compras navideñas, se activó el descargable “Ocho consejos para evitar estafas al comprar online” el día 17/11 como incentivo a la suscripción. Este contenido ha recibido 9 clics únicos durante el mes de noviembre.

Resultados Newsletter



Correos enviados **22.242**	Aperturas totales **10.808**	Tasa de apertura **35,39 %**	
-0,2 %	**-4,7 %**	**-1,8%**	
	Clics **1.633**	Bajas **32**	
	-9,5 %	**+3,2 %**	

Nov 23 vs. Oct 23

Si bien de forma global los datos de aperturas y clics no distan demasiado de los registrados en el periodo anterior, no se consigue todavía el objetivo deseado.

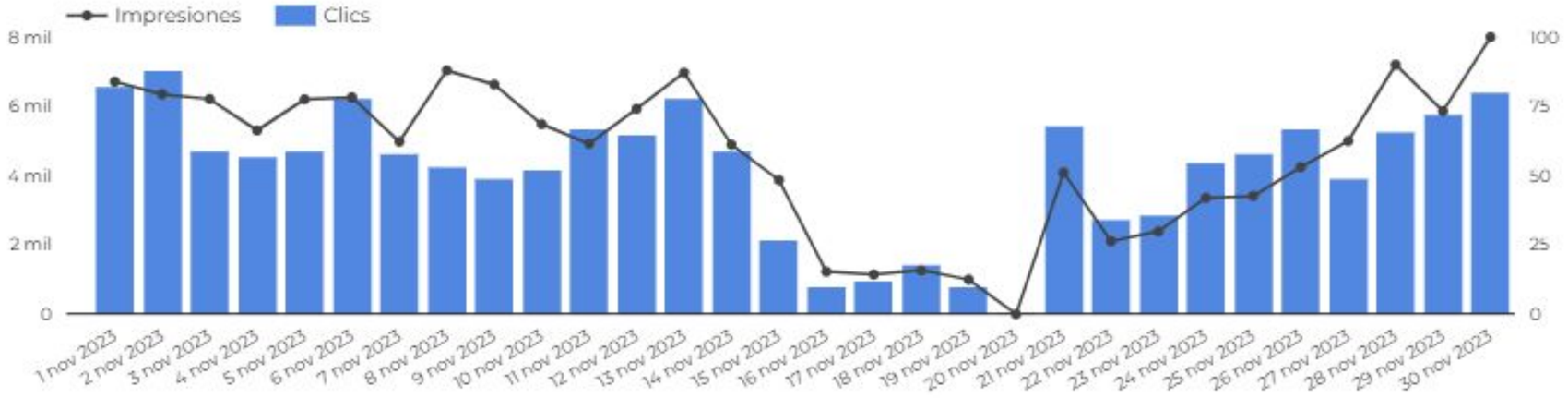
Aunque se aprecia que los que abren la newsletter muestran interés en el contenido seleccionado, este contenido todavía no llega a ser visible para gran parte de la audiencia. Por ello, proponemos realizar un test A/B con diferentes asuntos de correo para determinar el estilo más susceptible de captar la atención y, por consiguiente, lograr una mejora en las aperturas.

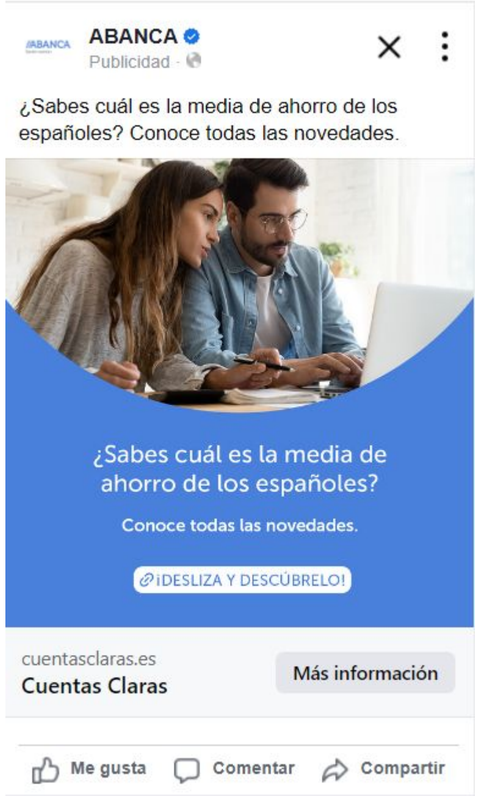
La posibilidad de generar una dinámica de gestión de la BBDD que nos permita a largo plazo realizar envíos en base a intereses concretos de los contactos (ahorro, inversión, negocio, tecnología...) está en proceso de estudio y validación.

Resultados Meta Ads

Impresiones	Clics en el enlace	CTR	Interacciones con el anuncio
137.888	1.566	1,14 %	3.946
↑ 77.5%	↑ 102.6%	↑ 14.1%	↑ 50.7%

> Evolución de impresiones y clics por día





La campaña de noviembre se activa con el post https://www.cuentasclaras.es/ahorro/cual-es-ahorro-medio-espanol/

Durante este mes, se han logrado casi 138.000 impresiones de los anuncios y más de 1500 clics hacia el blog, suponiendo una tasa de interacción del 1,14%.

Todos los KPI's mejoran frente al mes anterior, incluido el CTR.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Noviembre 2023

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)
	934	**4.617**	**4,9**	**282,1**
Nov 23 vs. Oct 23	**+10,1 %**	**+74,3 %**	**+58,2 %**	**-3,5 %**
Nov 23 vs. Nov 22	**-23,3 %**	**+21,1 %**	**+57,7 %**	**+63,2 %**

	Clics CTA abanca.com
	234
Nov 23 vs. Oct 23	**-14 %**

Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://solicitudonline.abanca.com/simulador-hipoteca/es-ES/#/requests/first-block?utm_sou...	179
https://www.abanca.com/es/	73
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/?utm_source=blog	61
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-movil/?utm_source=blog	35
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&utm_medium=cta_menu&utm_campaign=...	33
https://www.abanca.com/es/conversor-iban/?utm_source=blog	24
https://www.abanca.com/es/tarjetas/tarjeta-debito/tarjeta-nx/?utm_source=blog	24
https://www.abanca.com/es/planes-pensiones/planes-pensiones/?utm_source=blog	21
https://www.abanca.com/es/clientes/	20
https://www.abanca.com/es/renting-coches-particulares/?utm_source=blog	18

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.573.804	687.610	15%	24,8
vs. Oct 23	↓ 1,6 %	↓ 3,2 %	↓ 2,4 %	↑ 1,1 %
vs. Nov 22	↓ 1,4 %	↓ 12,9 %	↓ 4,6 %	↑ 17,1 %

En comparativa general contra el mes pasado se aprecia una **disminución pequeña de los principales KPI's**. **En PRT** del excel adjunto y del looker studio **vemos de todas formas, como para las palabras clave trackeadas, se aumenta las que posicionan en primeras páginas**.

En **comparación con el mes pasado** destaca el **aumento en clics en castellano para la página de *prestamos-24h*,** *atencion-cliente*, ***grandes-empresas***, *banca-telefonica*, *envio-de-dinero*, ***planes-pensiones***, ***tarjetas***, ***cuenta-online***.

En **comparación con el mes del año pasado** destaca el **aumento de impresiones y clics en gallego** para la *home, banca-electronica, empresas, banca-electronica-empresas* y *contacto-clientes;* **y en castellano para** *prestamo-24h, envio-dinero, hipotecas, oficinas-y-horarios y cuntas-y-depositos.* **Aquí se ve claramente el efecto del cambio de la URL canonical de gl.**

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

5,247

La fluctuación del algoritmo nos hizo caer a mediados de septiembre, pero poco a poco se recupera la visibilidad perdida y con las actualizaciones actuales se aumenta, llegando a datos mejoras que cualquier mes de histórico ahora en diciembre.

Nov 2022

3,938

Nov 2023

5,102

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

89.279

+25,40 %

Dic 23 vs. Dic 22

Con el movimiento en las SERPs se corrige un poco el total de palabras clave para las que posiciona el dominio pero siguen siendo muy superiores a las de hace un año.

Palabras genéricas top

	NOVIEMBRE 2023
TOP 3 Google genéricas	- cuenta clara - cuenta nomina online - cuenta depositos - cuenta nomina 300 euros - credito 24 horas - prestamos a pymes - prestamo coche electrico - seguro auto personalizado - cuenta empresas sin comisiones - banca electronica - pedir credito personal - cuenta online nomina - prestamo coche electrico - tarjeta visa oro

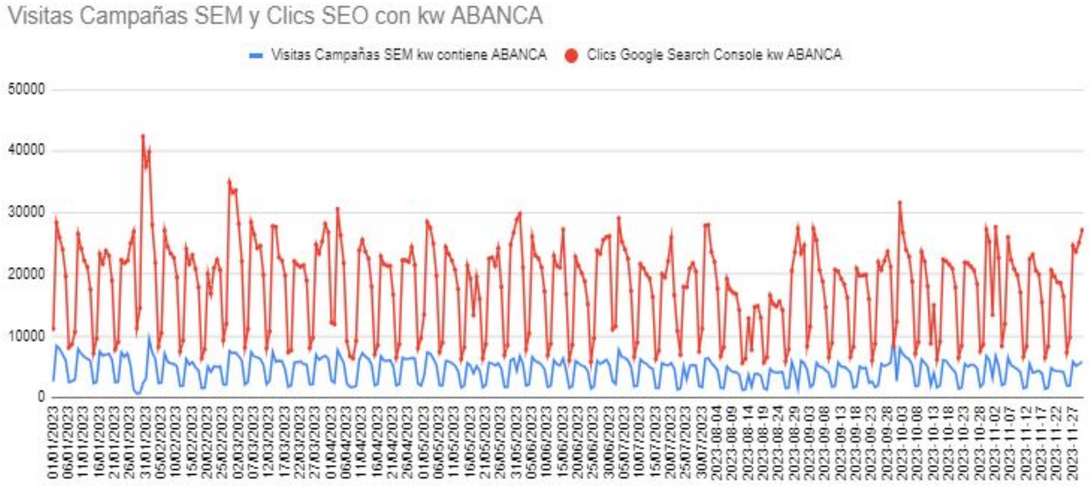
	NOVIEMBRE 2023
TOP 10 Google genéricas	- cuenta nomina - abrir cuenta online - cuenta online sin comisiones - cuentas online empresas seguros de dependencia - linea de credito empresas - prestamo personal - seguro para negocio - bonificacion plan de pensiones - hipoteca fija - hipoteca variable - hipoteca - segurosalud - abrir cuenta joven - cuenta con tarjeta de credito - cuenta nomina con tarjeta de credito - cuenta negocios - cuenta autonomos

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





Noviembre 2023

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.083.814	**533.975**	**1.056.125**	**127.602**
+19,04 %	**-14,1 %**	**-6,6 %**	**-15,3 %**

Nov 23 vs. Nov 22

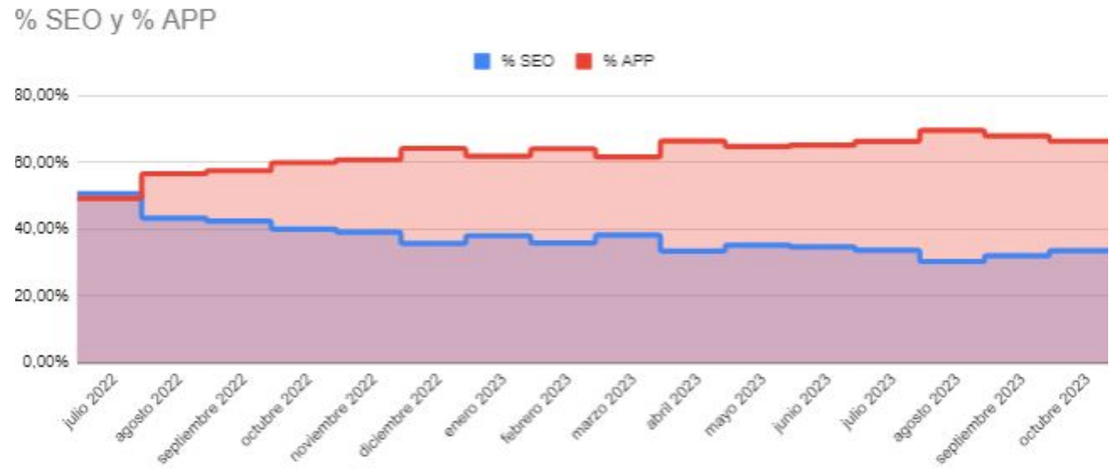
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

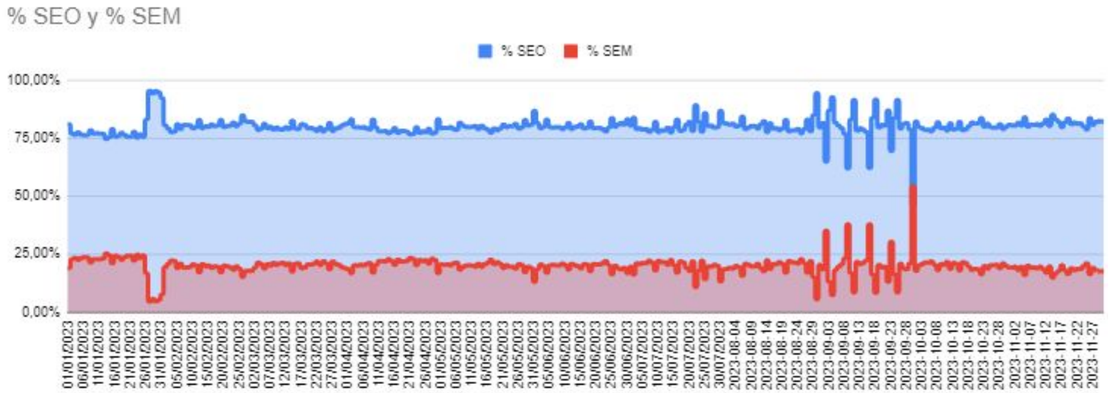
Vemos que, si bien es cierto, disminuyen las sesiones de marca por pago y de orgánico, **el uso de la app va aumentando de forma continuada también durante el mes de noviembre**, entonces estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM

1 Ene 23 - 30 Nov 23

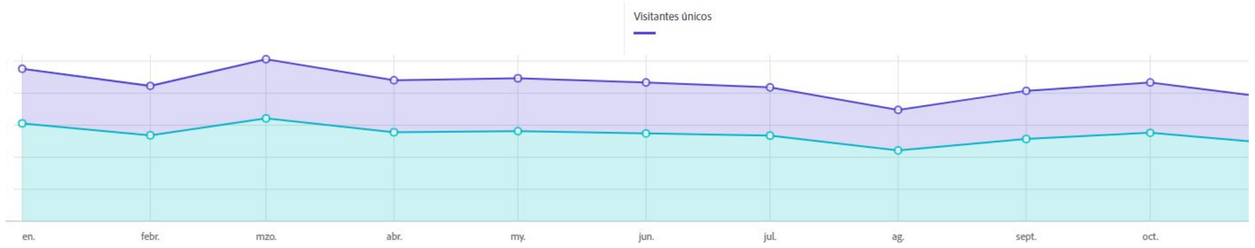




Es normal que en orgánico en comparación con otros periodos bajen los clics de marca por el uso superior de la App.

Como vemos el porcentaje de orgánico va disminuyendo de forma continuada en general para clics por palabras clave que incluyen *abanca*.

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



Datos por URL y palabra clave desglosados en el looker studio

Hemos añadido en el looker studio, una hoja nueva donde podemos ver los **datos por tipo de URL, tipo de palabra clave, por país, o incluso por URL concreta**, es la que se llama: *Tráfico orgánico - GSC general URLs.*

Tenemos los datos desglosados con comparativa contra el mismo mes del año pasado y el mes del periodo anterior, para poder tener una visión en conjunto del tráfico orgánico y si las bajadas son por palabras clave de marca o no marca, donde vemos fácilmente que en su mayoría son de marca pero no en todos los casos por el resto de búsquedas que se lleva App y Paid. De todas formas esto nos ayudará a ver dónde hay más margen de mejoría en palabras clave genéricas en las URLs que nos interesan.

URL	Palabra clave	Tipo de URL	Tipo de kw	URL Clics ▾	Impresiones	URL CTR
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamos personales	Préstamos	No marca	1.753	49.595	3,53 %
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electro...	banca electronica	Banca a distancia	No marca	1.594	3.840	41,51 %
https://www.abanca.com/es/	bankoa	Otros	No marca	1.469	3.688	39,83 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamos	Préstamos	No marca	1.255	33.563	3,74 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamo personal	Préstamos	No marca	1.148	21.167	5,42 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamos online	Préstamos	No marca	719	16.851	4,27 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamo online	Préstamos	No marca	451	9.925	4,54 %
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	hipoteca	Hipotecas	No marca	438	22.152	1,98 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamo	Préstamos	No marca	420	15.463	2,72 %
https://www.abanca.com/es/	caixa activa	Otros	No marca	398	800	49,75 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	prestamos personales onli...	Préstamos	No marca	379	6.455	5,87 %
https://www.abanca.com/es/	caixanova	Otros	No marca	332	764	43,46 %
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	hipotecas	Hipotecas	No marca	317	16.161	1,96 %
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefoni...	662912617	Banca a distancia	No marca	275	821	33,5 %
https://www.abanca.com/es/	banca	Otros	No marca	254	5.096	4,98 %
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	cuenta nomina	Cuentas	No marca	246	6.313	3,9 %
https://www.abanca.com/es/	novagalicia	Otros	No marca	239	339	70,5 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	préstamo personal	Préstamos	No marca	230	5.265	4,37 %
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electro...	caixa activa	Banca a distancia	No marca	226	707	31,97 %
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	pedir prestamo	Préstamos	No marca	221	5.476	4,04 %

Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones ganan por URL en noviembre en comparación con octubre

Consultas principales	Impresiones 1/11/23 - 30/11/23	Impresiones 1/10/23 - 31/10/23	↓ Impresiones Diferencia
prestamos online	17.585	12.065	5.520
tarjeta	7.088	4.586	2.502
bancos	4.418	1.929	2.489
seguros de hogar	2.163	0	2.163
bip and drive	2.542	461	2.081
a	3.373	1.471	1.902
creditos	3.842	1.987	1.855
hipoteca fija	9.877	8.390	1.487
seguro viaje	1.448	0	1.448
hipotecario	1.217	0	1.217

Destaca el aumento de impresiones para ***seguros de hogar.***

Comentar que el caso de impresiones para *a*, son para la home la cual se lleva unos clics residuales por esta palabra clave.

Lo de *bip and drive* son impresiones para la URL *servicios-empresas/via-t/*

Consultas principales

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

Consultas principales	Impresiones 1/11/23 - 30/11/23	Impresiones 1/11/22 - 30/11/22	↓ Impresiones Diferencia
hipoteca	22.325	9.738	12.587
prestamos online	17.585	10.397	7.188
hipotecas	16.206	10.011	6.195
hipoteca fija	9.877	4.867	5.010
bizum	10.957	6.239	4.718
prestamos personales	51.878	47.650	4.228
seguro de salud	4.177	0	4.177
prestamo	15.881	12.046	3.835
prestamo hipotecario	3.267	0	3.267
prestamo personal	21.465	18.258	3.207

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

Además, destaca ***seguro de salud*** ya que en noviembre de 2022 no se habían tenido impresiones.

Consultas principales

Vista de los 10 términos que más impresiones pierden en noviembre en comparación con el mismo mes de año pasado

Consultas principales	Impresiones 1/11/23 - 30/11/23	Impresiones 1/11/22 - 30/11/22	↑ Impresiones Diferencia
abanca	558.183	604.933	-46.750
tarjeta dorada renfe	0	18.106	-18.106
abanca electronica	38.782	50.219	-11.437
a banca	30.820	38.716	-7.896
abanca empresas	95.055	101.659	-6.604
banca movil	1.830	8.306	-6.476
fondos de inversion	0	6.027	-6.027
banco	3.922	9.291	-5.369
abanca online	22.612	27.119	-4.507

Como venimos viendo a lo largo del año, perdemos principalmente en búsquedas de marca y relativas a la aplicación.

Zoom seguros

Suben posición

Kw	Pos. Nov	Pos. Oct	Dif
contenido seguro hogar	26,92	54,67	-27,75
prestamos personales online rapidos y se	22,01	49	-26,99
mejor seguro médico opiniones	53,14	78,64	-25,5
cuanto vale un seguro de hogar	36,56	59,38	-22,82
seguro de salud madrid	20,09	42,17	-22,08
seguros	43,82	65,58	-21,76
mejor seguro medico opiniones	62,17	83,7	-21,53
seguros de alquiler de pisos	36,84	57,19	-20,35
compañias de seguros de hogar	45,71	65,76	-20,05
prestamos seguros	31,96	51,8	-19,84

En el ranking de Keywords de seguro genéricas que más impresiones ganan siguen destacando los **seguros de salud**.

En general suben posiciones los seguros médicos y los de **hogar**.

Bajan posición

Kw	Pos. Nov	Pos. Oct	Dif
seguros pymes	79,77	53,55	26,22
seguro familiar	61,38	37,73	23,65
seguro pyme	94,23	71,72	22,51
banca seguros	23	1	22
oferta seguro de vida	67,53	48,08	19,45
seguro de alquiler requisitos	86,24	68,48	17,76
seguro salud barato	98,35	82,39	15,96
seguro de salud familiar	49,56	34,86	14,7
seguros online	79,05	66,63	12,42
seguros para locales	82,75	70,47	12,28

Suben impresiones

Kw	Pos. Nov	Pos. Oct	Dif
seguro de salud	4177	3765	412
seguro salud	2853	2468	385
seguro de hogar	2534	2218	316
seguros de salud sin copagos	649	386	263
seguros salud	1124	897	227
seguro medico privado sin copago	340	127	213
seguro de casa	1671	1488	183
seguro de dependencia	442	270	172
seguro de negocio	647	479	168
seguro hogar	2129	1975	154

Datos del mes destacables de PRT

Palabra clave	Búsquedas	octubre 2023	noviembre 2023	Dif. posición
hipotecas variables	1.600	96	35	61
deposito a plazo fijo	90.500	58	25	33
terminos financieros	880	48	18	30
seguros	246.000	62	33	29
calculadora de hipoteca	9.900	46	18	28
prestamos online	201.000	39	11	28
fondos de renta mixta	30	85	60	25
tarjeta visa	40.500	95	72	23
calculadora hipoteca	90.500	34	12	22
cuentas remuneradas	9.900	70	48	22
visa clasica	590	38	17	21
calculadora de hipotecas	9.900	43	25	18
seguro de alquiler	2.400	55	39	16
financiacion empresas	880	33	18	15
tarjeta de credito gratis	6.600	38	24	14
simulador de hipotecas	18.100	24	11	13
calcular hipoteca	90.500	22	10	12
seguros para empresas	2.900	45	33	12
hipoteca mixta	4.400	15	6	9
renta variable europa	20	45	36	9
pagos en el extranjero	70	86	78	8
tarjeta de debito gratis	3.600	30	22	8
seguro salud	9.900	21	13	8
plazos fijos	165.000	86	78	8

Como vemos, seguimos recuperando posiciones tras las fluctuaciones de las SERPs de los últimos meses.

Este mes destaca la mejora en primeras posiciones para ***prestamos online***, *calculadora hipoteca, financiación empresas simulador de hipotecas, hipoteca mixta* y ***seguro salud***.

Datos del mes destacables de /prestamos/prestamo-24h/

IMPRESIONES	CLICS
593.325	**16.710**
+19,8%	**+26,1 %**

Nov 23 vs. Nov 22

Este mes destaca el aumento de clics para la URL de *prestamo-24h*. En concreto aquí vemos los datos para la URL genérica en comparación con el mes del año anterior, pero también aumenta en comparación con el mes anterior.

Top términos por clic

Palabra clave	Tipo de KW	URL Clics
prestamos personales	No marca	1.753
prestamos	No marca	1.255
prestamo personal	No marca	1.148
prestamos online	No marca	719
prestamo online	No marca	451
prestamo	No marca	420
prestamos personales online	No marca	379
abanca prestamos	Marca	362
prestamo abanca	Marca	353
prestamo personal abanca	Marca	239

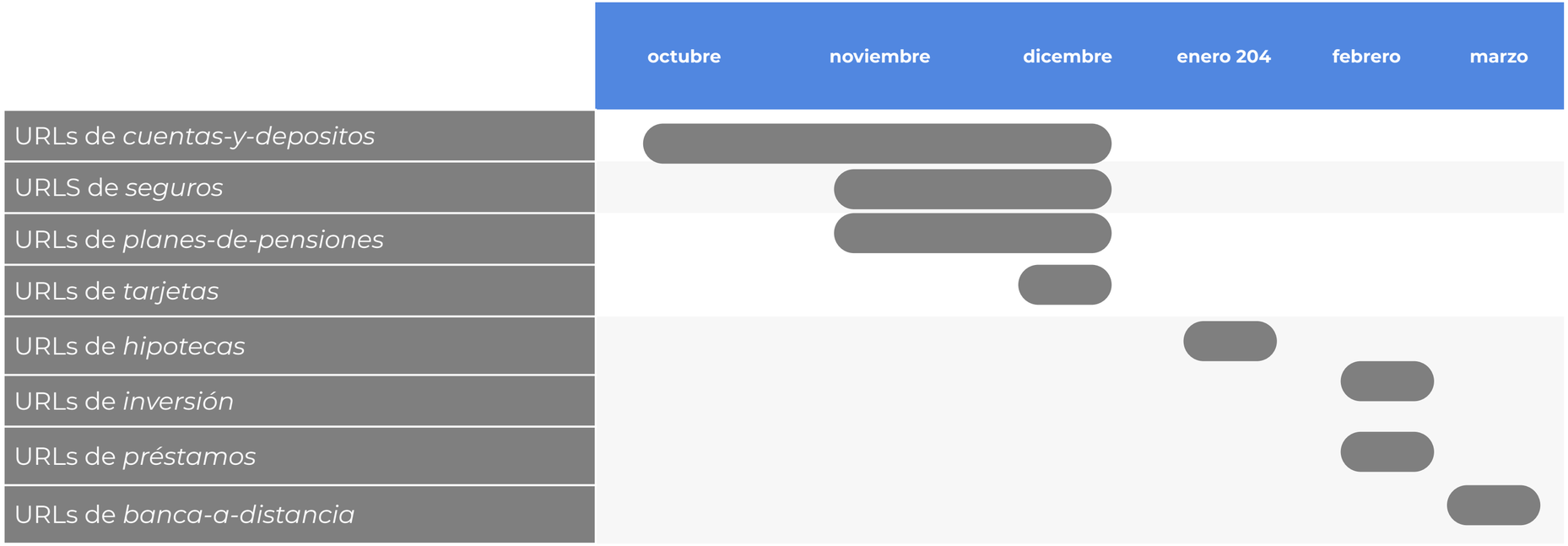
Top términos por impresiones

Palabra clave	Tipo de KW	Impresiones
prestamos personales	No marca	49.595
prestamos	No marca	33.563
prestamo personal	No marca	21.167
prestamos online	No marca	16.851
prestamo	No marca	15.463
prestamo online	No marca	9.925
prestamos personales online	No marca	6.455
pedir prestamo	No marca	5.476
préstamo personal	No marca	5.265
préstamos personales	No marca	5.068

Próximos pasos a partir de octubre

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.



//ABANCA

Gracias