Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras www.cuentasclaras.es



Agosto 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

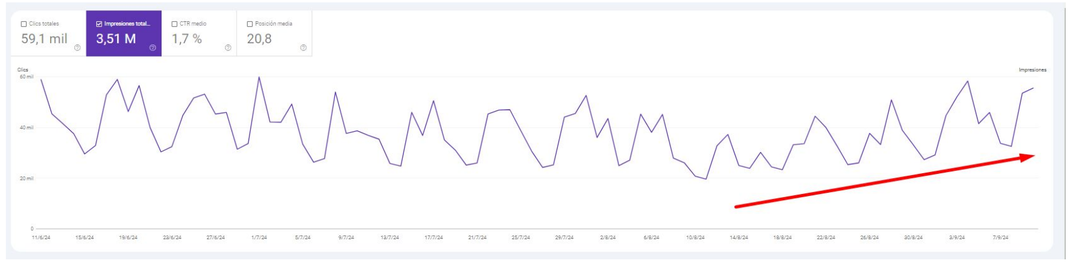
Tareas del mes

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

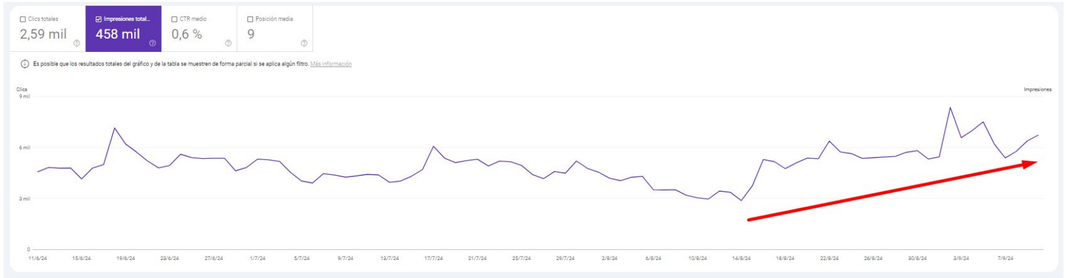
Tarea	Prioridad	Estado	Área	Asignación	Fecha pedido
Alta imagenes web	2	En curso	SEO	Redegal	23/07/2024
Descargable hipoteca joven		En curso	Contenidos	ABANCA	22/05/2024
WEB | Informe impacto rediseño web V		En curso	Analítica	Redegal	10/09/2024
Revisión de etiquetas		No iniciada	SEO	ABANCA	29/07/2024
Artículo con redirección errónea		En curso	SEO	ABANCA	21/07/2024
Revisión landing autónomos		En curso	SEO	ABANCA	16/07/2024
WEB | Revisión SEO rediseño		En curso	SEO	ABANCA	2/07/2024
WEB | Incidencia INP		En curso	SEO	ABANCA	
WEB | Correcciones ABANCA web (404		No iniciada	SEO	ABANCA	
WEB | Informe impacto rediseño web V	1	Completada	Analítica	Redegal	29/07/2024
WEB | Informe impacto rediseño web V	1	Completada	Analítica	Redegal	28/08/2024
Business case migración Blog V2	2	Completada	SEO	Redegal	21/08/2024
Presupuesto Auditoría Accesibilidad	2	Completada	Gestión general	Redegal	23/07/2024
Autoría en artículos		Completada	SEO	Redegal	

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

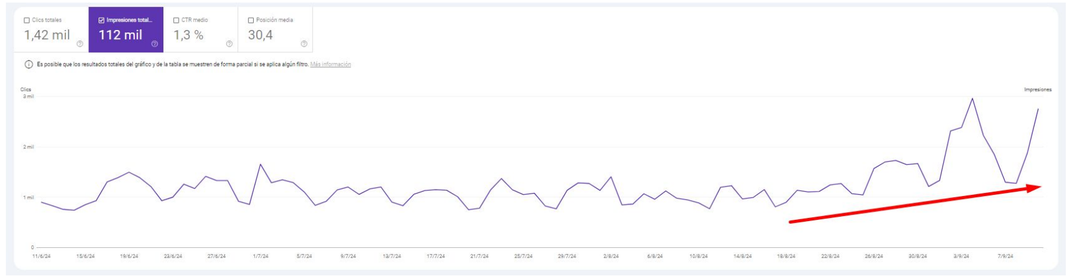
Insights



https://www.cuentasclaras.es



https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/cambio-pesetas-euros/



https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/



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.

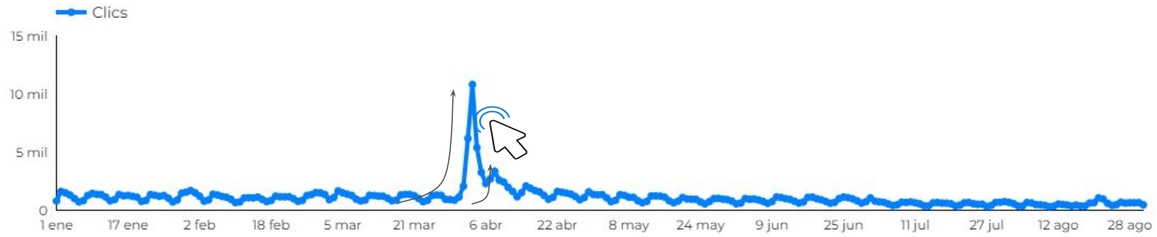
Tráfico orgánico | Datos GSC

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

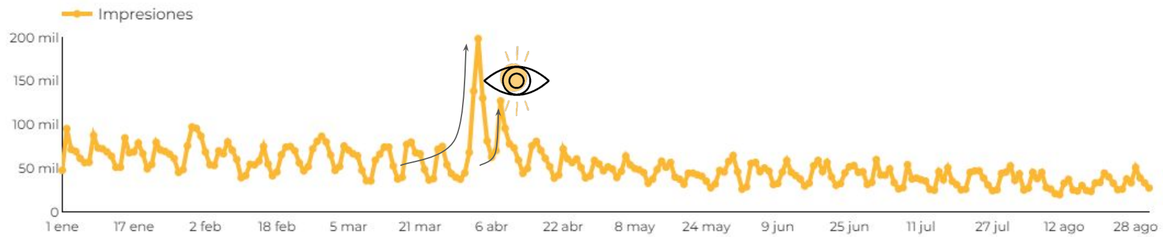
Todas las mejoras propuestas tanto pendientes como en curso, confirman su relevancia con el último Core Update (que terminaron el 3 de desplegar). Con esto tratamos de aumentar los resultados orgánicos y tener el mejor posicionamiento posible, a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir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

Julio 2024	*Agosto 2024*	
IMPRESIONES **1.186.747**	IMPRESIONES **1.009.604**	*14,9%*
CLICS **18.366**	CLICS **16.951**	*7,7%*
Posición media **20,1**	Posición media **22,5**	*2,4*

EVOLUCIÓN ANUAL CLICS



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

	Palabra clave	Posición media	Clics	Impresiones	Site CTR
1.	te pueden obligar a pagar con tarjeta	3,01	70	568	12,32 %
2.	codigo bic abanca	4,21	66	1.763	3,74 %
3.	devolver recibo abanca	1	63	163	38,65 %
4.	me pueden obligar a pagar con tarjeta	2,87	54	279	19,35 %
5.	tarjeta virtual abanca	2,97	49	419	11,69 %
6.	es legal cobrar solo con tarjeta	3,48	49	628	7,8 %
7.	recursos intangibles	3,16	38	1.253	3,03 %
8.	10 millones de pesetas en euros	1,48	37	1.147	3,23 %
9.	cuanto ahorra un español al año	2,13	35	92	38,04 %
10.	codigo swift abanca	3,99	34	989	3,44 %
11.	renovar tarjeta abanca	2,17	31	82	37,8 %
12.	pib nominal y real	7,01	30	1.376	2,18 %
13.	te pueden obligar a pagar solo con tarj...	2,7	30	168	17,86 %
14.	tarjeta abanca caducada	1	27	39	69,23 %
15.	anticipo nomina abanca	1,08	25	50	50 %
16.	crear tarjeta virtual abanca	2,85	25	68	36,76 %
17.	tarjeta caducada abanca	1	25	28	89,29 %
18.	adelanto nomina abanca	1,8	24	35	68,57 %
19.	cómo formar una comisión de fiestas	1	23	51	45,1 %
20.	20 millones de pesetas en euros	6,96	22	1.793	1,23 %

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

1. **Relacionados con el *pago obligatorio en tarjeta o efectivo.***
2. **Relacionadas con productos de ABANCA.**
3. **Relativas a algún *término específico bancario*.**
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

	Página	URL Clics	Impresiones	Posición Media	URL CTR
1.	actualidad/pago-con-tarjeta-obligatorio-negocios-o-efectivo/	1.900	25.080	8,4	7,58 %
2.	como-funciona/cambio-pesetas-euros/	900	114.452	8,9	0,79 %
3.	como-funciona/caducidad-tarjeta-credito-debito/	639	9.078	11,5	7,04 %
4.	calculadora-sueldo-neto/	376	35.826	31,1	1,05 %
5.	como-funciona/devolver-recibo-banco/	375	3.239	9,1	11,58 %
6.	ahorro/cual-es-ahorro-medio-espanol/	374	5.197	9,2	7,2 %
7.	como-funciona/modificar-datos-catastro-finca/	364	8.473	12,3	4,3 %
8.	como-funciona/como-crear-una-comision-de-fiestas/	359	2.368	5,3	15,16 %
9.	como-funciona/que-es-anticipo-de-nomina-regulacion/	293	2.499	36,2	11,72 %
10.	como-funciona/solicitar-online-certificado-de-titularidad-bancaria/	282	9.031	13,1	3,12 %

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

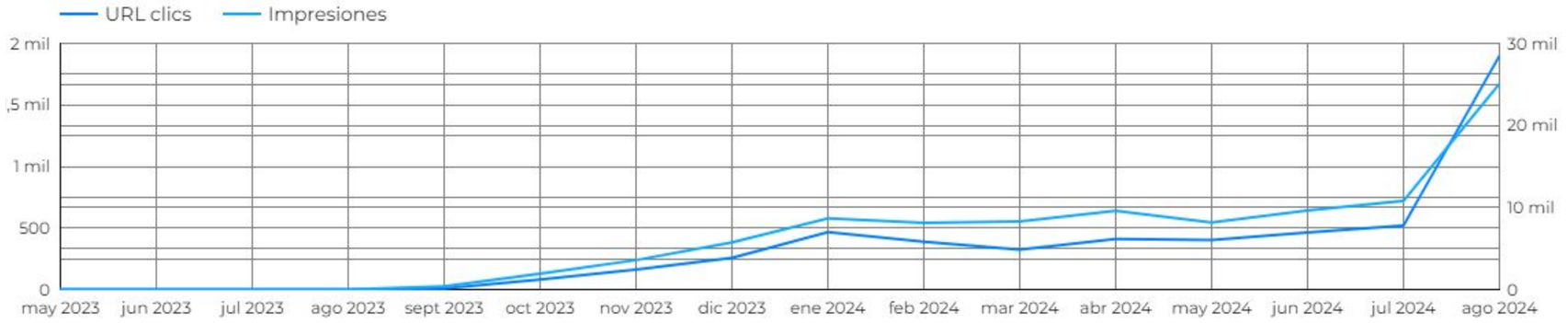
En datos generales, que tenemos en el looker, en **comparación con el mes pasado,** vemos como aumentan clics para algunos artículos como:

- *¿Pueden los negocios exigir pago con tarjeta obligatorio o solo en efectivo?* ↑ **266,1%**
- *¿Cuál es el cambio de pesetas a euros?, ¿cuánto valdrían ahora?* ↑ **16,6%**
- *Cómo crear una comisión de fiestas. Todo lo que debes saber* ↑ **41,3%**

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

- *Interés: significado, tipos y ejemplo* ↑ **98,2%**
- Cómo pagar con el móvil de forma segura ↑ **63,8%**

Tráfico orgánico | Datos GSC

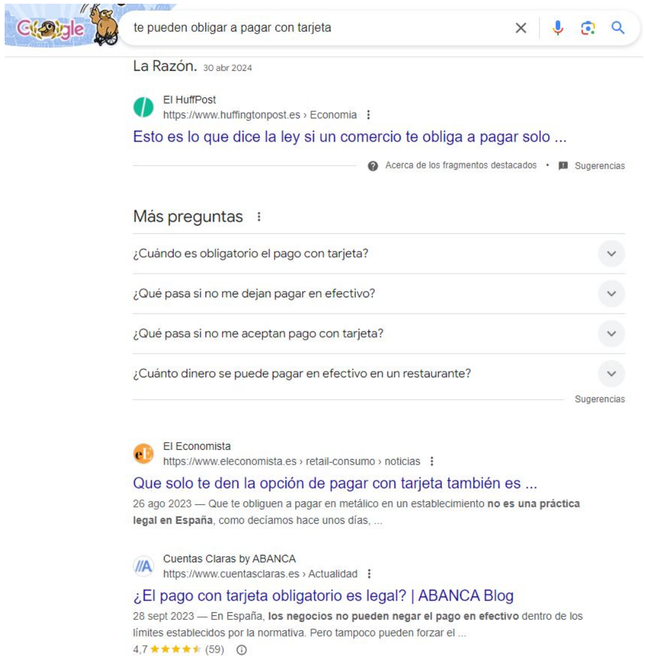


Clics

1.900
266.1%
Este mes

Impresiones

25.080
132.1%
Este mes

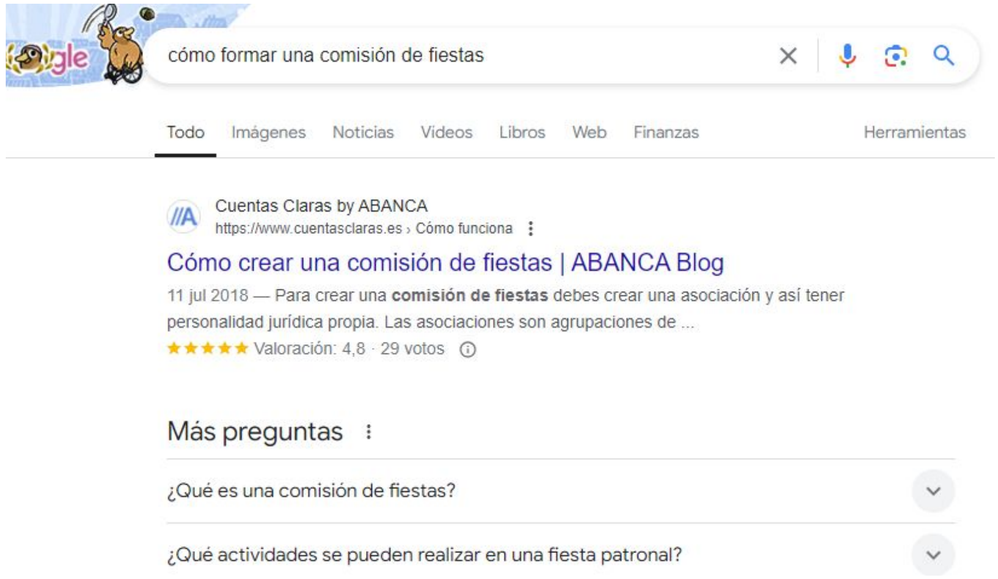


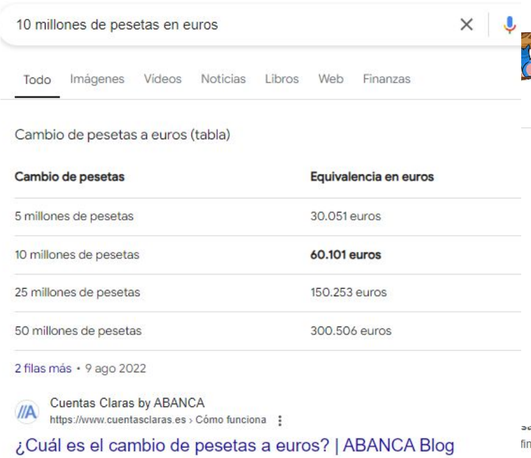
Este mes se ha hecho evidente lo que hemos comentado en muchas ocasiones: la **importancia de aprovechar los temas que son tendencia tanto estacionalmente como en redes sociales.**

El artículo de ***¿Pueden los negocios exigir pago con tarjeta obligatorio o solo en efectivo?*** ha tenido un buen aumento de clics e impresiones, siendo tendencia en redes sociales con varios videos sobre el tema viralizados.

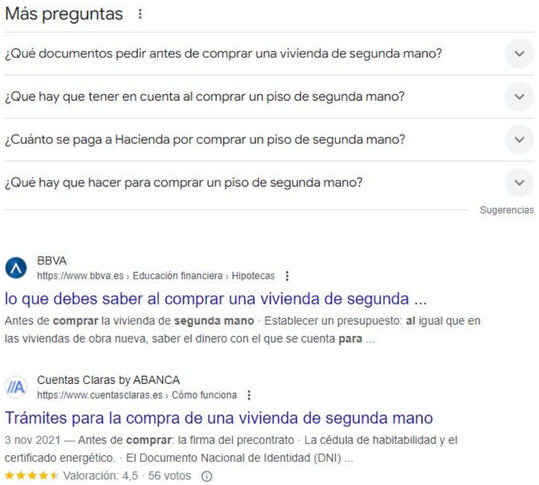
Reporte SEO www.cuentasclaras.es / *Agosto 2024*

Tráfico orgánico | Datos Google











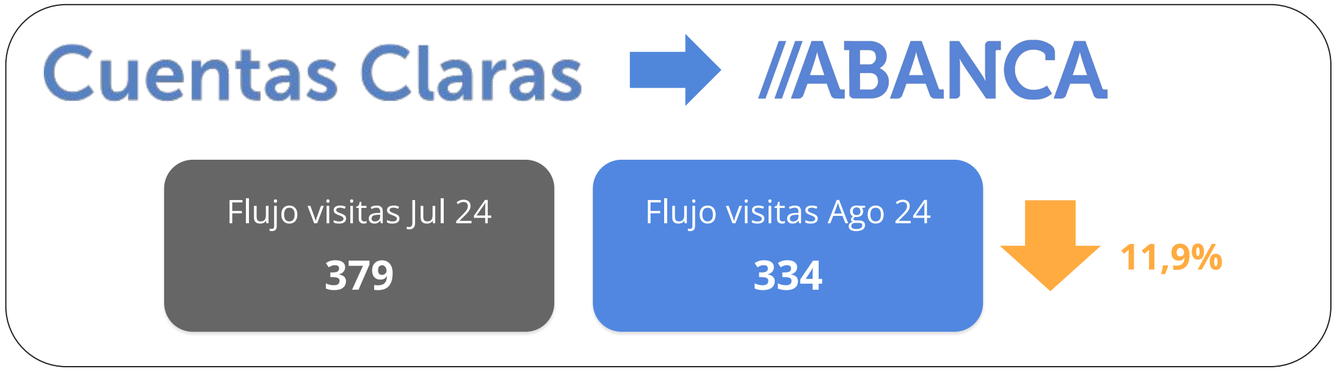
Insights:

- El **25 de mayo se implementa la 1º infografía** en un artículo para que nutra nuestro posicionamiento y el **17 de junio la 2º infografía**.

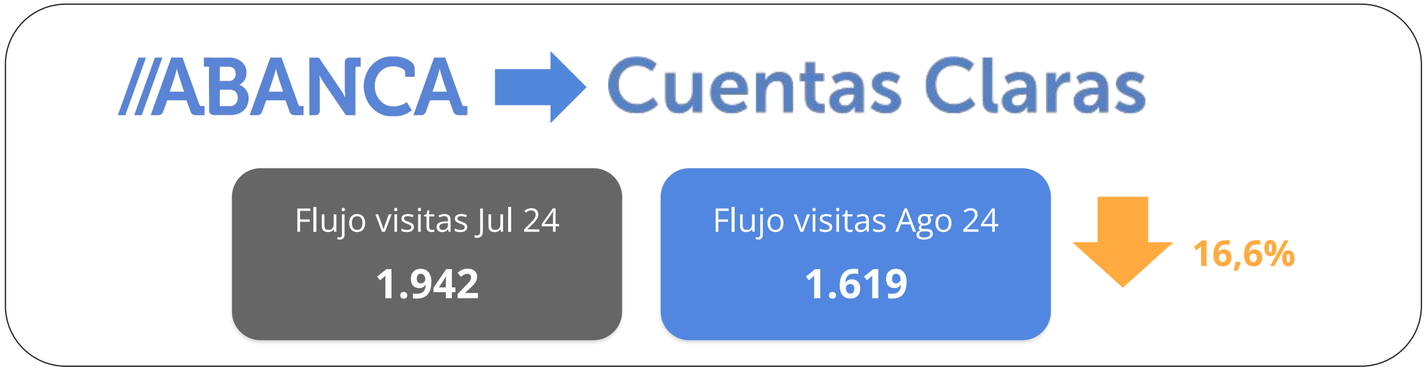
- **Se están trabajando en más recursos visuales**, priorizando los que empeoran más resultados respecto al año pasado.

Navegabilidad entre dominios

Con la época de verano y menos interés por ciertos temas financieros, vemos lo siguiente:



⚠️ 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.



Resultados Newsletter

En **agosto** mantenemos la temática de verano, pero aún así la newsletter se ha visto afectada por la época vacacional, con una **ligera caída generalizada** que estaba dentro de lo previsto y **es normal considerando el mes**. En septiembre nos enfocaremos nuevamente en productos de ABANCA.

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

Correos enviados
22.955

=

Aperturas totales
10.090
-14.8%

Tasa de apertura
32,62%
-11,3%

Clics
2.192
-13.0%

Bajas
27
-28,9%

Agosto 24 vs. Julio 24



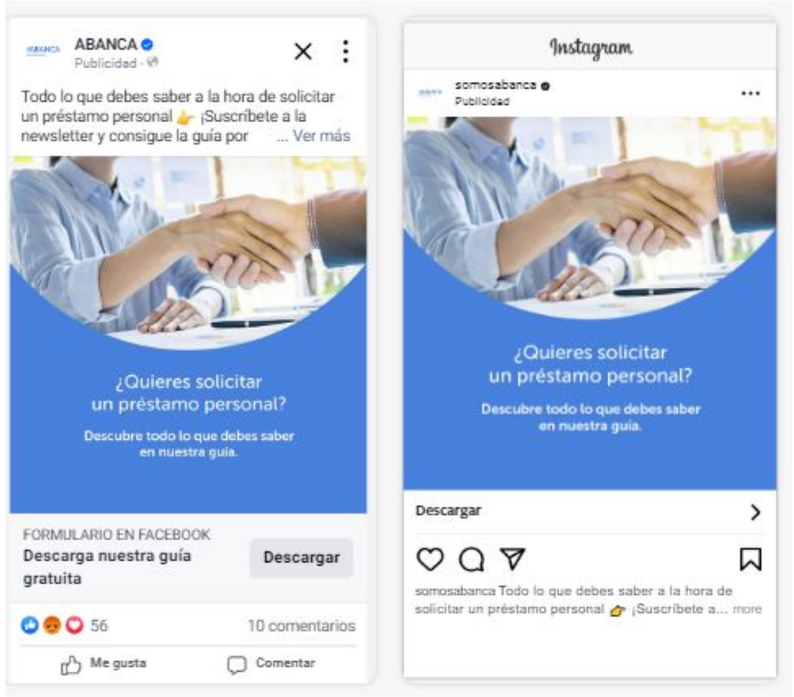
Descargas
5

Descargables

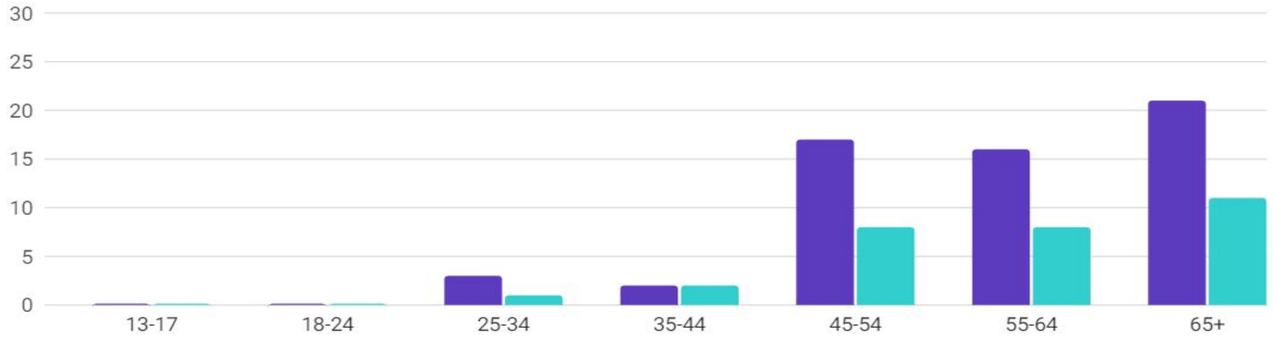
Por su parte, el descargable "¿Quieres solicitar un préstamo personal? Esto es lo que debes saber" vinculado a la automatización de bienvenida registró 5 clics únicos en agosto.

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.

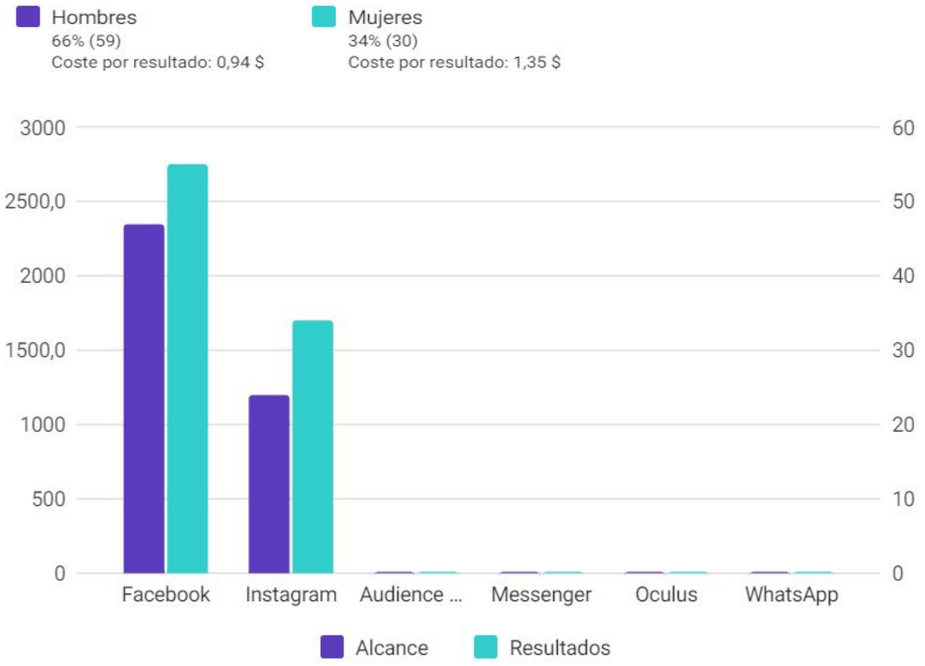


Suscriptores agosto **89**

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, acorde a la temporada actual. Monitorizando constantemente los resultados para hacer ajustes si es necesario. En septiembre pondremos el foco en **temáticas de producto**.

Además:

- Es de vital importancia poder aplicar los cambios mencionados en el análisis específico enviado de Calculadora de Sueldo Neto.
- Foco con HACCE con los temas de Calculadora de Sueldo Neto correcciones en schemas y sustitución de enlaces internos.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Agosto 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	3.640.032	550.842	15,1 %	23,7
vs. Jul 24	-7,8 %	-20,8 %	-14,2 %	+2
vs. Ago 23	-12,1 %	-8,7 %	-10,4 %	+0,5
Media anual	3.539.331	590.956	16,7 %	21,3



En comparación con el mes del año pasado, vemos que se había tenido un aumento de clics hacia final de mes que este año no se ha dado, pero también habían disminuidos los datos en comparativa con el mes anterior.

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 Clics
www.abanca.com/	204.169
www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	98.234
www.abanca.com/es/empresas/	62.754
www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	16.278
www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	12.439
www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	10.671
www.abanca.com/es/contacto-clientes/	8.630
www.abanca.com/gl/	7.754
www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	6.907
www.abanca.com/es/oficinas/	5.092
www.abanca.com/es/banca-personal/	5.020
www.abanca.com/es/prestamos/	4.838
www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	4.261
www.abanca.com/es/hipotecas/	3.920
www.abanca.com/es/servicios/via-t/	3.644
www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	3.260
www.abanca.com/es/ayuda/	3.173
www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	3.168
www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	2.952
www.abanca.com/es/tarjetas/tarjetas-debito/tarjeta-visa-debito/	2.879

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	215.278
abanca empresas	70.900
abanca electronica	28.787
abanca particulares	13.587
a banca	11.926
abanca online	7.734
abanca electrónica	6.209
a banca empresas	4.186
banca electronica abanca	3.609
abanca banca electronica	2.492
a banca electrónica	2.149
abanca clientes	2.017
abanca empresas online	1.810
www.abanca.com	1.808
a banca online	1.445
a banca particulares	1.249
abanca.com	996
www.abanca.com area cliente	825
abanca hipoteca	800
abanca electrónica particulares	759

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamo personal	937
banca electronica	740
bankoa	732
prestamos	514
caixa activa	434
prestamo	337
prestamo online	336
hipoteca	322
prestamos personales online	288
cuenta nomina	282
bankoa online	258
banca	253
creditos	195
préstamo personal	188
prestamos personales	185
caixa galicia	180
981910522	171
prestamo coche	153
credito personal	150
caixanova	150

KPI's tráfico orgánico

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

URLs de hipoteca-joven y avales-ico

Clics

1.112
1,122.0%
Este mes

Impresiones

34.761
7,202.7%
Este mes

Palabra clave	% Δ
hipoteca joven abanca	-
abanca hipoteca joven	-
abanca aval ico	900.0%
abanca hipoteca ico	800.0%
aval ico abanca	1,600.0%
hipoteca xove abanca	-
aval ico hipoteca	400.0%
hipoteca ico abanca	850.0%
solicitar aval ico hipoteca abanc	128.6%
hipoteca ico	1,300.0%

La nueva página de *hipoteca-joven* y la de *avales-ico,* por ahora tiene relevancia de marca.

URL de cuentas-y-depositos

Clics

4.261
9.3%
Este mes

Impresione:

131.367
-4.2%
Este mes

Palabra clave	% Δ
depositos abanca	37.5%
abanca depositos	18.2%
cuenta ahorro abanca	45.7%
deposito abanca	9.9%
plazo fijo abanca	5.2%
abanca plazo fijo	0.0%
plazo fijo abanca 2024	-15.6%
abanca	-22.9%
abanca cuenta ahorro	5.3%
depósito abanca plazo fijo	108.1%

Aumento de clics para esta página sobretodo de *depósitos*, sigue la relevancia de hacer la mejora en la misma que propusimos hace tiempo.

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **junio de 2024 y julio 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 y 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	
prestamo 24 horas	2,5	4,2	3,1	↑
prestamo 24	7,3	9,6	6,7	↑
abrir cuenta online	6,4	6,8	7,3	↓
cuenta online sin comisiones	8,1	7,6	7,4	↑
fondos next generation para particulares	37,6	39	-	↓
fondos next generation *(empresas)*	41,7	48,6	38,8	↑

Este mes de las palabras clave que hacemos seguimiento en PRT, datos que tenemos en el looker, vemos cómo se aumentan las posicionadas en primera página, destacando las mejoras en *cuentas y depósitos*:

Palabra clave	julio 2024	agosto 2024
abrir cuenta bancaria	12	7
abrir cuenta bancaria online	10	6
abrir cuenta online	8	6
cuenta ahorro	8	6
cuenta bancaria	16	9
cuenta corriente	24	18
cuenta nomina	5	4
cuentas ahorro	4	3
cuentas bancarias	14	8
cuentas de ahorro	10	3
cuentas nomina	7	4
deposito libre	>100	6
depositos a plazo	7	6
depositos a plazo fijo	38	14
domiciliar nomina regalo	26	15
cuenta online sin comisiones	8	5
cuenta nomina remunerada	12	7
cuenta de ahorro infantil	5	4
cuenta de ahorro abanca	1	1
cuenta corriente online	16	6
cuenta banco online	6	5
cuenta bancaria online	12	4
cuenta de pago	13	9
cuenta de pago basica	23	15

KPI's tráfico orgánico

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

URL de prestamos

Clics

4.838
↑ 53.4%
Este mes

Impresiones

392.801
↑ 387.2%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca	292.1% ↑
abanca prestamos	34.1% ↑
prestamos	2,170.0% ↑
creditos	338.6% ↑
prestamos abanca	20.7% ↑
prestamos personales	6,950.0% ↑
abanca reunificar deudas	250.0% ↑
prestamo personal abanca	51.2% ↑
credito	169.0% ↑
prestamo abanca	-23.0% ↓

El **aumento de clics, impresiones y mejora de la posición media** para la **URL de prestamos**, para **palabras clave de marca pero también de algunas genéricas**.

URLs de empresas/grandes-empresas

Clics

16.278
↑ 10.5%
Este mes

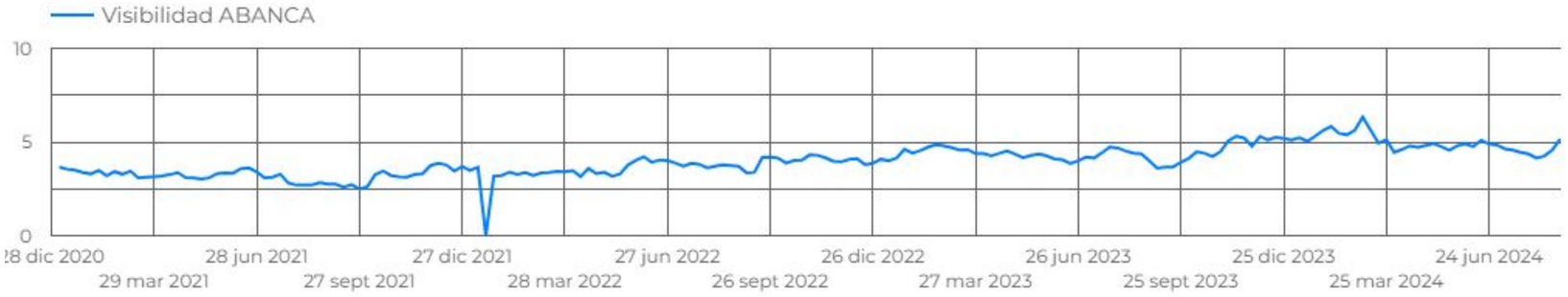
Impresiones

164.022
↑ 91.0%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca empresas	10.4% ↑
a banca empresas	-9.4% ↓
abanca	-
abanca empresa	-7.5% ↓
www.abanca.com empresas	633.3% ↑
www.abanca empresas	-31.3% ↓
abanca empreas	31.3% ↑
abanca empresas online	-9.5% ↓
abanca emrpesas	41.7% ↑
abanca em	400.0% ↑

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

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

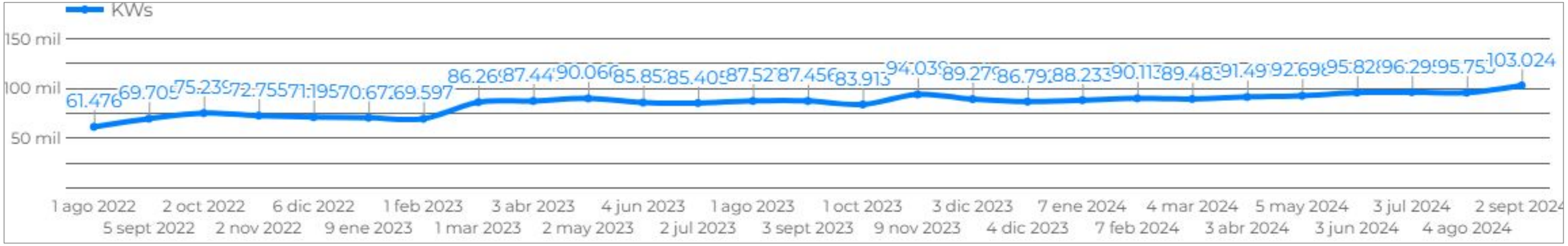
5,16

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
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**	**4,89**	**4,89**	**4,36**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

103.024

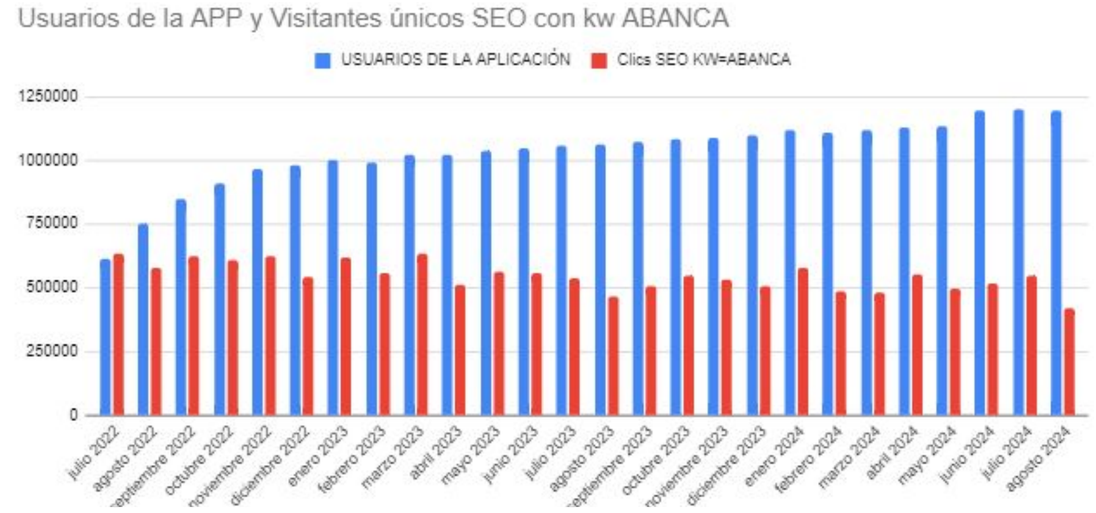
+17,8 %

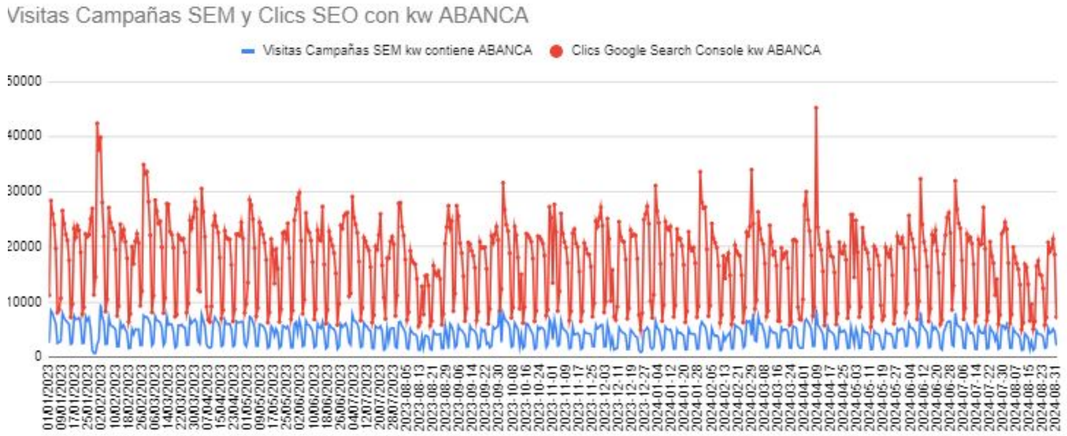
Sep 24 vs. Sep 23

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





Agosto 2024

USUARIOS APP		
1.196.377		
+12,56 %		
CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
419.882	**931.260**	**145.822**
-9,5 %	**+0,6 %**	**+22,6 %**

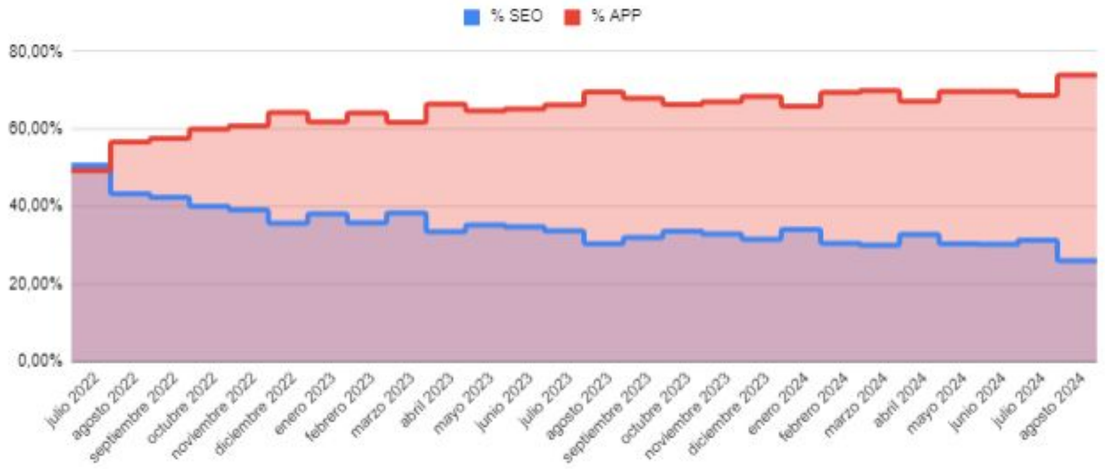
Ago 24 vs. Ago 23

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

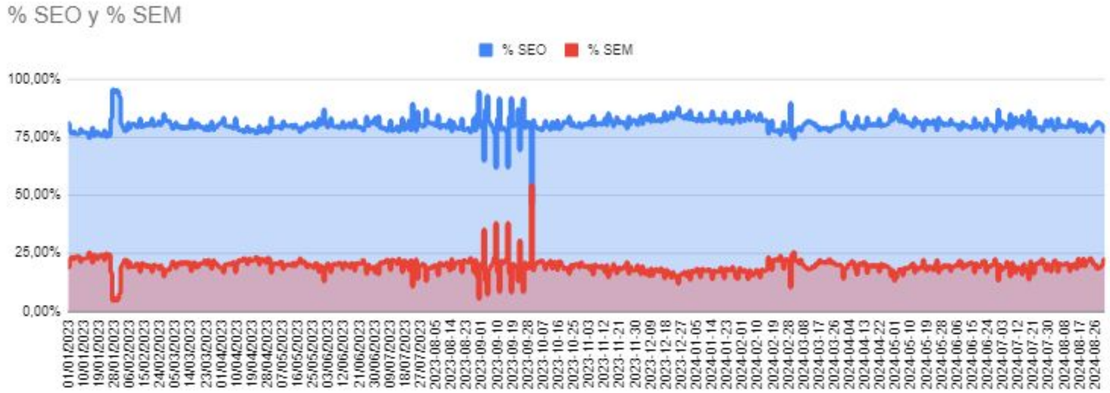
El uso de la app va aumentando de forma continuada. Estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

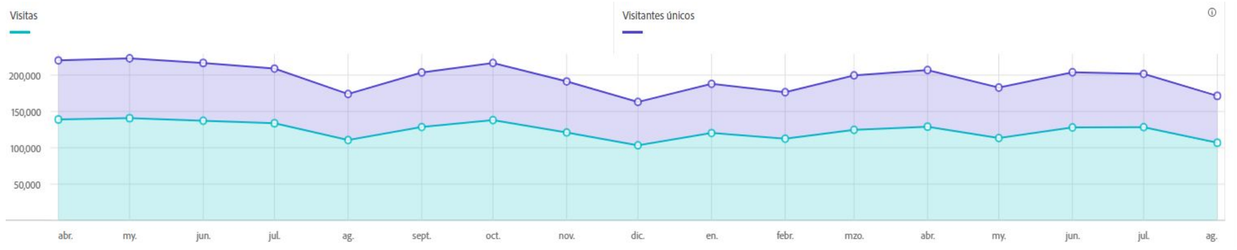
Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

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.





Revisiones rediseños

Se han hecho revisiones de los rediseños implementados la última semana de junio, pendientes de correcciones:

- Home particulares → https://www.abanca.com/es/
- Home empresas → https://www.abanca.com/es/empresas/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/tarjetas/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/prestamos/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/hipotecas/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/seguros/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/inversion/
- Subhomes particulares → https://www.abanca.com/es/planes-pensiones/planes-pensiones/
- Página banca personal → https://www.abanca.com/es/banca-personal/
- Página de captación -> *aún no hemos decidido si este será el contenido de la página de campaña o si sustituiremos la página de cuenta online Clara por esta. Por nuestro lado por ahora la optimizados pensando que va a ser la de* https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/
- Particulares Tarjeta visa débito → https://www.abanca.com/es/tarjetas/tarjetas-debito/tarjeta-visa-debito/
- Particulares Préstamos 24h → https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/
- Particulares Next Generation → https://www.abanca.com/es/next-generation/ -> si queda como noindex nofollow no la optimizamos, si esto va a cambiar, avisadnos y lo vemos
- Empresas Cuentas → https://www.abanca.com/es/empresas/cuentas/cuenta-empresas/
- Empresas TPV → https://www.abanca.com/es/empresas/gestion-cobro/tpv/
- Empresas Next Generation → https://www.abanca.com/es/empresas/next-generation/
- Empresas Autónomos → https://www.abanca.com/es/empresas/autonomos/
- Empresas Confirming → https://www.abanca.com/es/empresas/financiacion/confirming/
- Empresas Grandes empresas → https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/
- Seguridad → https://www.abanca.com/es/perfil/seguridad/, se va a hacer redirect a https://www.abanca.com/es/seguridad/

Tareas del mes

Tareas pendientes de implementación	Departamento	Estado
Alt text imágenes web	Todos	En curso Redegal
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