Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras cuentasclaras.es



Mayo 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

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

Tareas específicas	Departamento	Estado
Plugin de corrección de enlazado interno. Revisión del excel enviado por Hacce hecho por Redegal	SEO	Pendiente HACCE
Mejoras **WPO**	SEO	Pendiente HACCE
Mejoras en **datos estructurados**	SEO	Hecho
Análisis y mejoras para **Calculadora Sueldo Neto**	SEO	Pendiente ABANCA
Autoría genérica en post	SEO	Pendiente ABANCA
Carrousel editable en home del blog	SEO	Hecho
Consulta migración de contenidos	SEO	Hecho
Funcionalidades blog	SEO	Pendiente ABANCA
Eliminación contenido de terceros	General	Hecho

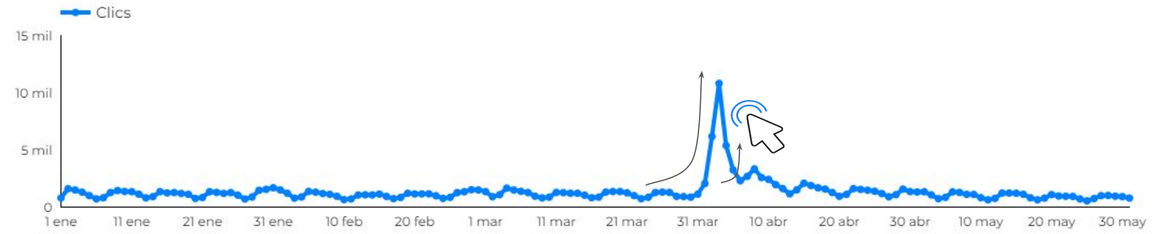
Tareas recurrentes	Departamento
Redacción de **nuevos contenidos**	Social
Actualización y mejoras de contenidos ya publicados	Social + SEO
Optimización de artículos nuevos y actualizados	SEO
Corrección de enlazado interno artículos	SEO
Seguimiento de resultados y búsquedas de mejoras	Social + SEO
Implementación de mejoras visuales	SEO + Social
Descargables	Social

Tráfico orgánico | Datos GSC

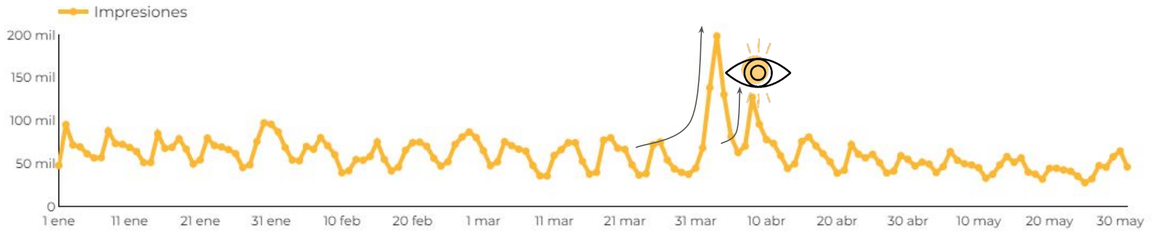
Durante este mes de mayo 2024 , vemos la bajada de clics e impresiones en la renta que ya habíamos previsto relativos a la falta de pico este mes por la declaración de la renta, al no tener ya pico. Disminuyen las búsquedas en este aspectos.

Tenemos que trabajar en todas las mejoras propuestas, confirmada su relevancia con el último Core Update, tanto pendientes como en curso para ir aumentan resultados orgánicos a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir clics**, pero estar lo mejor posicionadas posible.

Abril 2024	*Mayo 2024*	
IMPRESIONES **2.193.613**	IMPRESIONES **1.417.198**	*25,6%*
CLICS **70.084**	CLICS **30.170**	*35,4%*
Posición media **15**	Posición media **18,4**	*3,4*



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

	Palabra clave	Posición media	Clics ▼	Impresiones
1.	es obligatorio incluir a los hijos en la de...	2,46	140	1.429
2.	devolver recibo abanca	1,04	98	193
3.	pib nominal y real	2,39	97	1.506
4.	pib real y nominal	3,21	84	1.455
5.	tarjeta virtual abanca	2,98	60	411
6.	recursos intangibles	3,27	45	2.089
7.	renovar tarjeta abanca	2,2	42	81
8.	abanca hipoteca joven	2,79	40	187
9.	declaración individual con hijos	2,39	39	460
10.	salario medio españa 2023	6,55	39	2.197
11.	flujo financiero	1,94	38	750
12.	transferencia inmediata abanca	1,56	37	78
13.	cancelar transferencia abanca	1,15	37	55
14.	flujos financieros	2,63	36	528
15.	casilla 613 renta 2023	1,46	35	162
16.	anticipo nomina abanca	1,78	35	68
17.	casilla 513 renta	1	33	87
18.	abanca tarjeta caducada	1	33	45
19.	cargo y abono	4,77	32	1.592
20.	como incluir a los hijos en la declaració...	1	29	194

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

1. **Declaración de la renta,** como:
   - *es obligatorio incluir a los hijos en la declaración de la renta*
   - relativas a *como incluir a los hijos en la declaración de la renta*
   - relativas a casillas como *casilla 613, casilla 513* o *casilla 19*
   - relativas a criptomonedas, *cuando hay que declararlas*
2. **Relacionadas con productos de ABANCA**
3. **Relativas a *recursos* y *flujos financieros*, así como algún *término específico*.**

Insights:

- Contenidos de **actualidad**: seguir con el foco en la **publicación rápida de las actualizaciones de contenido antes que la competencia**.

- Contenidos **evergreen**: debemos seguir trabajando este tipo de contenidos dónde tenemos oportunidades SEO, aunque no vayan ligados estrictamente a producto porque son contenidos que ocupan primeras posiciones y siempre traen datos positivos y algo muy importante, no son tan estacionales. Vemos como sigue destacando el contenido de cambio de pesetas a euros.

Tráfico orgánico | Datos GSC

	Página	URL Clics	Impresiones	Posición Media	URL CTR
1.	actualidad/como-incluir-a-los-hijos-en-la-declaracion-de-la-renta/	5.739	89.324	7,9	6,42 %
2.	como-funciona/declaracion-tras-perdida-patrimonial-en-bolsa/	1.156	18.782	9,3	6,15 %
3.	como-funciona/deducir-movilidad-geografica-renta/	816	21.849	8,5	3,73 %
4.	como-funciona/cambio-pesetas-euros/	771	116.795	9,3	0,66 %
5.	como-funciona/modificar-datos-catastro-finca/	755	16.127	9,1	4,68 %
6.	como-funciona/caducidad-tarjeta-credito-debito/	671	12.379	10,4	5,42 %
7.	glosario/diferencia-pib-nominal-pib-real/	652	21.754	9	3 %
8.	glosario/abono-en-cuenta-y-cargo-en-cuenta/	585	34.590	6,3	1,69 %
9.	como-funciona/como-declarar-venta-ocasional-madera/	531	5.067	8,6	10,48 %
10.	calculadora-sueldo-neto/	521	35.881	30,5	1,45 %

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 que no son de la declaración de la renta, como:

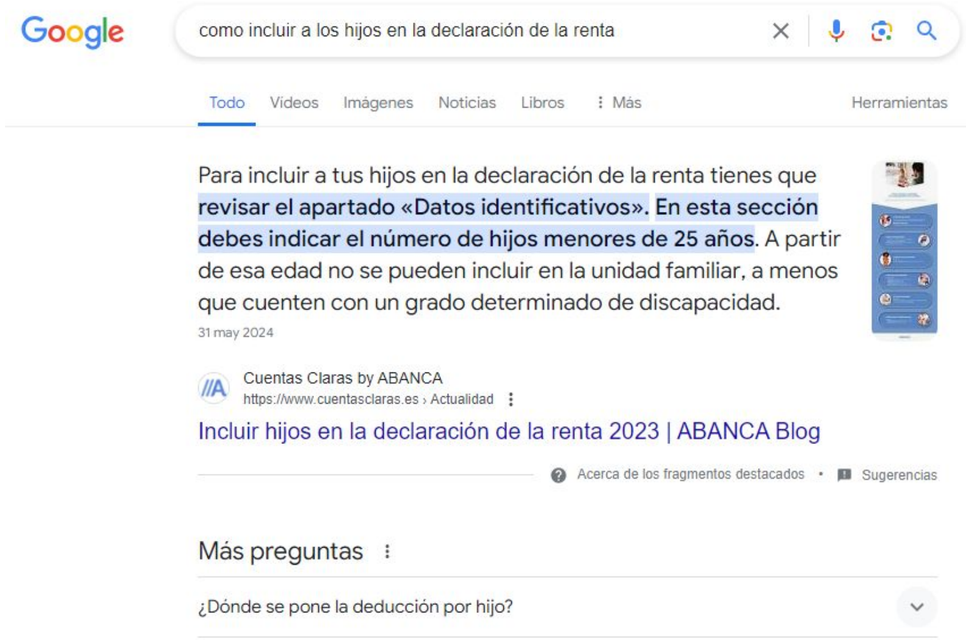
- *Cómo devolver un cargo de tarjeta de débito o crédito erróneo* ↑ **45,7%**
- *Flujo de efectivo: ¿qué es?* ↑ **56,9%**
- *Subida del salario mínimo interprofesional España año 2024. ¿Cómo afecta al mercado laboral?* ↑ **26%**

En comparación con el mes de mayo del año pasado:

- *¿Cómo hacer la declaración tras una pérdida patrimonial en bolsa?* ↑ **18,6%**
- Cómo pagar con el móvil de forma segura ↑ **18,6%**

Tráfico orgánico | Datos Google

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





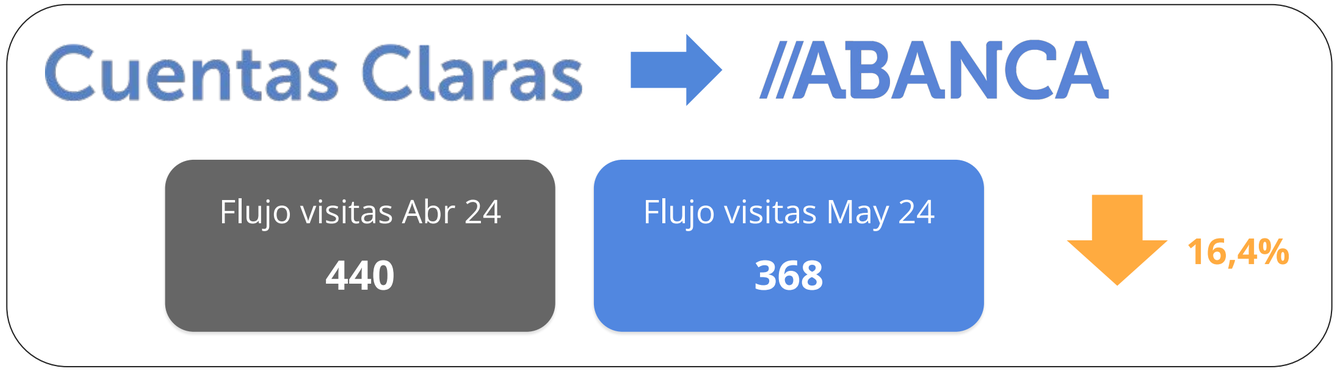
Insights:

- El **25 de mayo se implementa la 1º infografía** en un artículo para que nutran nuestro posicionamiento. Se está trabajando en la publicación de la siguiente.

- **Se está trabajando en más recursos visuales en general en los artículos que se pueda**, priorizando los que empeoran más resultados respecto al año pasado.

Navegabilidad entre dominios

Tras la disminución del interés de contenidos relacionados con la declaración de la renta, vemos una disminución en el flujo de tráfico entre dominios.





Insights:

- Además de trabajar la contextualidad de los banners (ejemplo, banners de hipotecas en post de hipotecas), es muy importante seguir trabajando de manera continua el **enlazado del contenido del blog en la web de ABANCA**.

Resultados Newsletter

En mayo **recuperamos el envío masivo a toda la BBDD**, luego de mejorar la reputación de dominio a "buena" tras la estrategia de envíos segmentados.

Las tasas de apertura y clics han sido bastante positivas y están dentro de lo esperado, **recuperando los números anteriores a la incidencia**. Continuamos con la misma estrategia y seguiremos monitorizando los resultados para hacer ajustes si es necesario.

Correos enviados
11.170
+82,9 %

Aperturas totales
5.210
-3,9%

Tasa de apertura
34,67%
-41,0%

Clics
795
-35,0%

Bajas
13
+333,3%

Mayo 24 vs. Abril 24



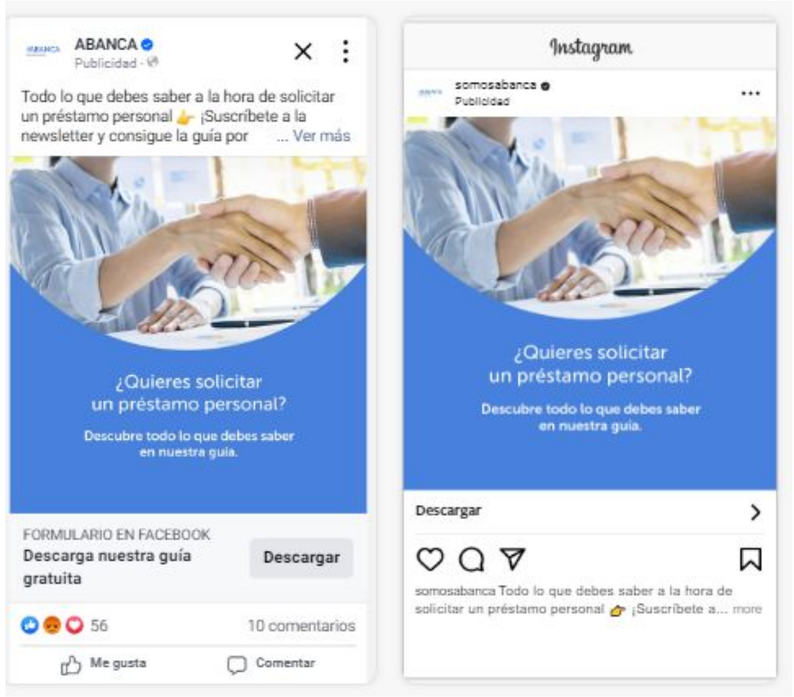
Descargas
6

Descargables

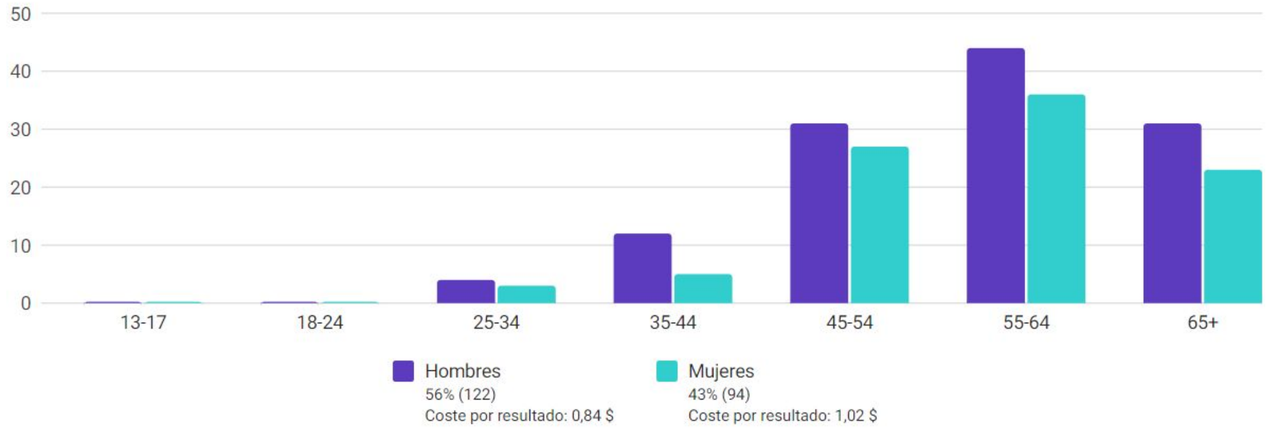
Por su parte, el descargable "¿Quieres solicitar un préstamo personal? Esto es lo que debes saber" vinculado a la automatización de bienvenida registró 6 clics únicos en mayo.

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 mayo.



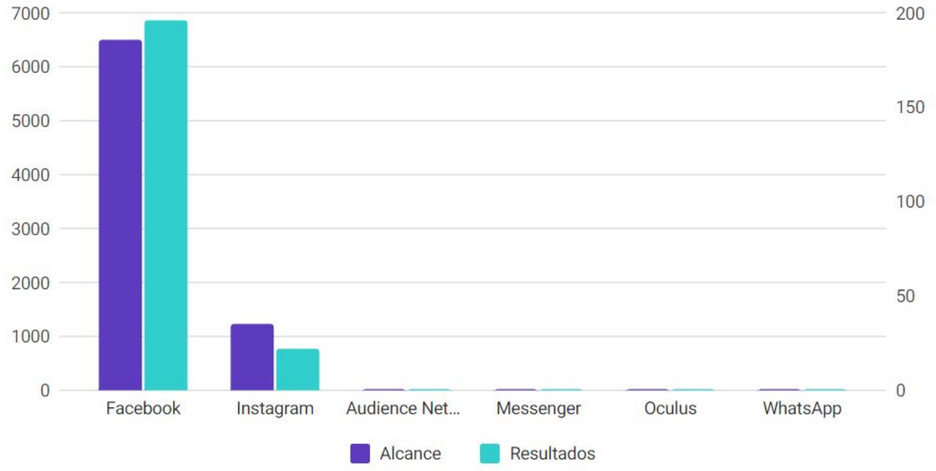
El anuncio se mostró a **16.276 personas** y registró **450 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que más han interactuado se encuentran en una franja de edad senior (+55) y navegan a través de Facebook.



Suscriptores mayo
218

Alcance
7.478

Clics
450



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.
- **Autoría en el blog:** establecer una autoría de redacción o similar si no es posible personalizar.
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en actualidad y producto según las tendencias de búsqueda que vemos en Google.
- Preparación de calendario de trabajo para la **migración**.
- **Realizar un test multivariante** para tener más datos y poder comparar con el test multivariante anterior. Así podemos confirmar que el estilo del asunto y la descripción que utilizamos normalmente en la news es el que más aperturas tiene.

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 rendimiento y de la Calculadora de Sueldo Neto.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



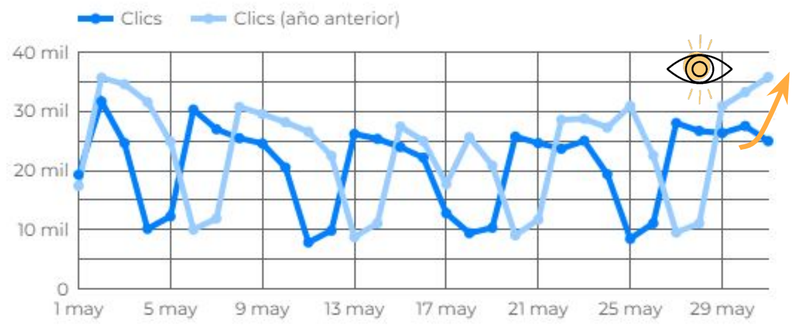
Mayo 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.018.176	644.873	16 %	20,2
vs. Abr 24	-1,2 %	-9 %	-7,9 %	-0,1
vs. May 23	-19,2 %	-10,3 %	+11 %	-0,7
Media anual	3.424.610,5	573.596,5	16,7%	20,9



Este mes ya no tenemos pico como el mes pasado producido por la caída de la app. El año pasado se tuviera pico de clics a final de mes, que no se tuvo este año, relativos a palabras clave de marca: *abanca*, *abanca electrónica*, *abanca empresas* y *abanca online*.

Estamos pendientes de la publicación de los nuevos rediseños con mejoras para ver mejoras en el posicionamiento de palabras clave genéricas.

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/es/	232.899
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	115.036
https://www.abanca.com/es/empresas/	72.443
https://www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	18.900
https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	14.527
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	12.751
https://www.abanca.com/gl/	10.370
https://www.abanca.com/es/contacto-clientes/	6.343
https://www.abanca.com/es/banca-personal/	6.202
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	5.224
https://www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	4.522
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	3.180
https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	3.132
https://www.abanca.com/gl/empresas/	3.128
https://www.abanca.com/es/prestamos/	3.121
https://www.abanca.com/es/legal/atencion-cliente/	2.474
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	2.363
https://www.abanca.com/es/oficinas/	1.960
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/	1.804
https://www.abanca.com/es/servicios/via-t/	1.396

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	253.345
abanca empresas	82.663
abanca electronica	37.189
abanca particulares	17.195
a banca	13.600
abanca online	9.529
abanca electrónica	7.404
a banca empresas	5.349
banca electronica abanca	4.576
abanca banca electronica	3.174
a banca electrónica	2.395
www.abanca.com	2.157
abanca empresas online	2.111
abanca clientes	2.030
a banca online	1.711
a banca particulares	1.665
abanca electrónica particulares	1.359
abanca.com	1.357
a banca electronica	1.040
abanca empresa	855

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamos personales	1.324
prestamos	1.319
bankoa	1.181
banca electronica	1.132
prestamo personal	1.077
prestamos online	710
banca	529
caixa activa	513
prestamo online	411
prestamo	357
prestamos personales online	337
hipoteca	315
bankoa online	306
cuenta nomina	294
cuenta clara	237
caixanova	233
banca electrónica	220
préstamo personal	211
caixa galicia	196
prestamo coche	180

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **abril de 2024** destacamos:

URLs de préstamos

CLICS

24.616
↑ 2.9%

IMPRESIONES

908.148
↑ 3.7%

Palabra clave	% Δ
prestamos personales	8.6% ↑
prestamos	11.9% ↑
prestamo personal	8.5% ↑
prestamos online	4.4% ↑
prestamo online	9.6% ↑
prestamos personales online	16.2% ↑

El **aumento de clics, impresiones y CTR** para las **URLs de préstamos**, para **palabras clave de marca pero también de genéricas**.

URLs de cuentas

CLICS

2.690
↑ 20.6%

IMPRESIONES

264.691
↑ 74.0%

Palabra clave	% Δ
cuenta nomina	68.0% ↑
abrir cuenta online	8.0% ↑
trae tu nomina	137.0% ↑
cuentas online sin comisiones	39.7% ↑
domiciliar nomina	284.2% ↑
cuenta remunerada	65.8% ↑
cuenta online sin comisiones	1.6% ↑

El **aumento de clics e impresiones para palabras clave genéricas** de **URLs de cuentas**.

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** el mes de **mayo de 2023**, vemos como es normal, aumentan datos para URLs de */gl/*, y, en otros, destacamos:

URLs de cuenta joven online

CLICS

1.343
↑ 1,270.4%

IMPRESIONES

58.793
↑ 1,396.0%

Palabra clave	% Δ
cuenta clara abanca	-
abanca cuenta joven 16 años	1,366.7% ↑
abanca cuenta joven	600.0% ↑
cuenta joven abanca	825.0% ↑
cuenta clara joven	666.7% ↑
cuenta clara joven abanca	1,050.0% ↑
cuenta joven	1,200.0% ↑

Destaca el **aumento de clics, impresiones y CTR** para las **URL de cuenta-joven-online**, para **palabras clave de marca pero también de genéricas**.

URL de seguro-salud

CLICS

919
↑ 425.1%

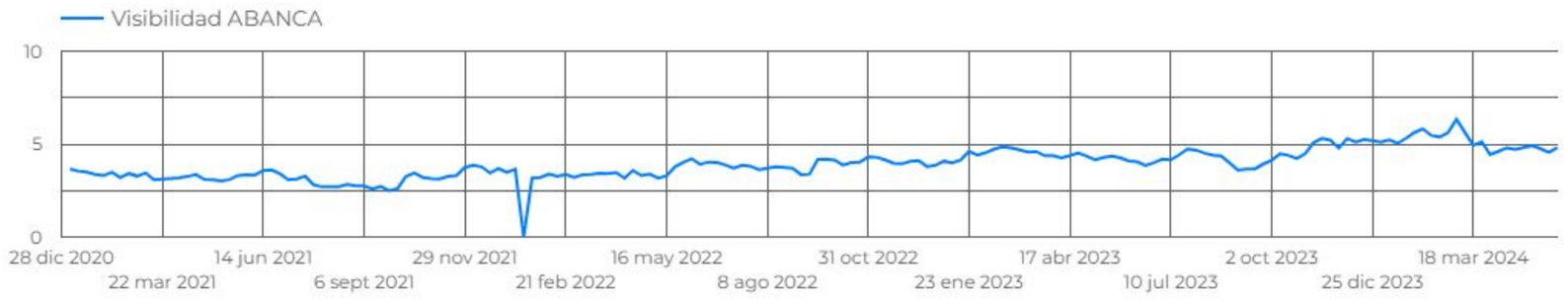
IMPRESIONES

57.871
↑ 5.7%

Palabra clave	% Δ
cuadro medico asg	-
seguro de salud	200.0% ↑
seguro de salud abanca	600.0% ↑
abanca seguros	800.0% ↑
seguro medico abanca	160.0% ↑

El **aumento de impresiones para el total de palabras clave** y de **clics para palabras clave genéricas** de **URLs de seguro-salud**.

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

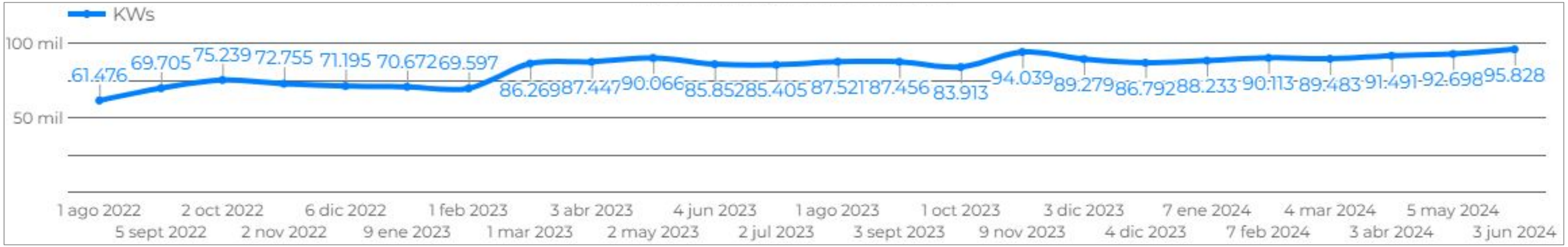
4,81

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

Ene 24	Feb 24	Mar 24	Abr 24	May 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

95.828

+1,87 %

Jun 24 vs. Jun 23

Se aumenta el total de palabras clave para las que posiciona el dominio, siguiendo viendo movimiento en las SERPs, y superiores las palabras clave totales al mismo mes del año pasado.

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)
	368	**1.496**	**4,07**	**342,72**
May 24 vs. Abr 24	**-16,4 %**	**-4,5 %**	**+14,4 %**	**-2,4 %**
May 24 vs. May 23	**-56 %**	**-51,5 %**	**+10,3 %**	**+0,2 %**

Clics CTA abanca.com	
97	
May 24 vs. Abr 24	**-46,7 %**

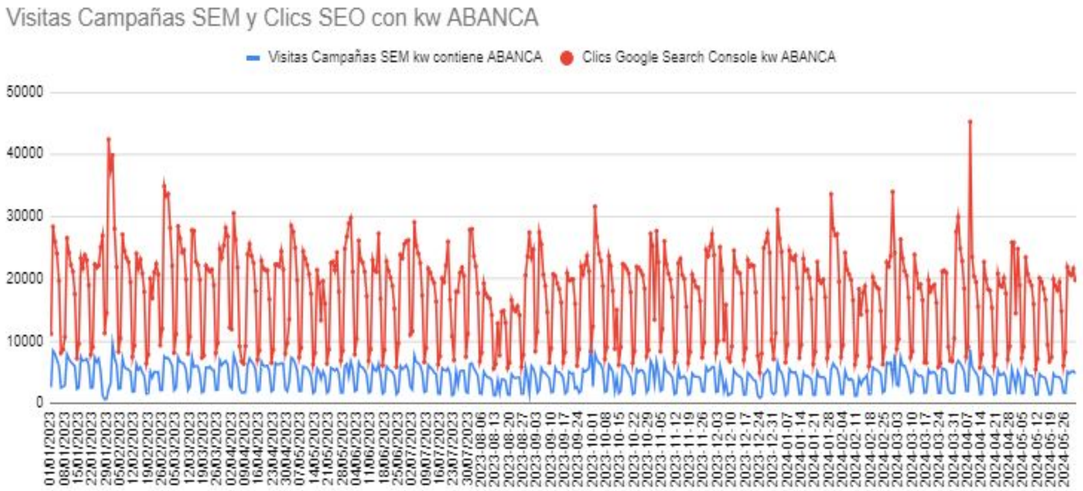
Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	40
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/?utm_source=blog	21
https://solicitudonline.abanca.com/simulador-hipoteca/es-ES/#/requests/first-block...	18
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&utm_medium=cta_menu&utm_ca...	13
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/?cid=ch-sem:sr-google:se-:kw-a...	13
https://www.abanca.com/es/clientes/	10
https://www.abanca.com/es/legal/cambio-de-divisas/	8
https://www.abanca.com/es/renting-coches-particulares/	8
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	6
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-movil/?utm_source=blog	6

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Mayo 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.135.806	**494.739**	**1.086.107**	**113.379**
+9,57 %	**-12,1 %**	**-0,5 %**	**+0,5 %**

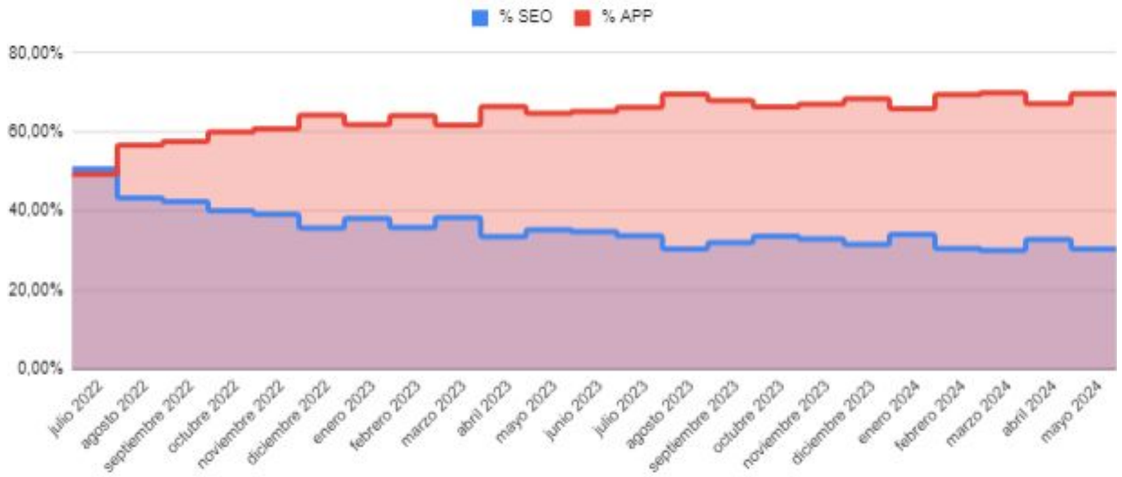
May 24 vs. May 23

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

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

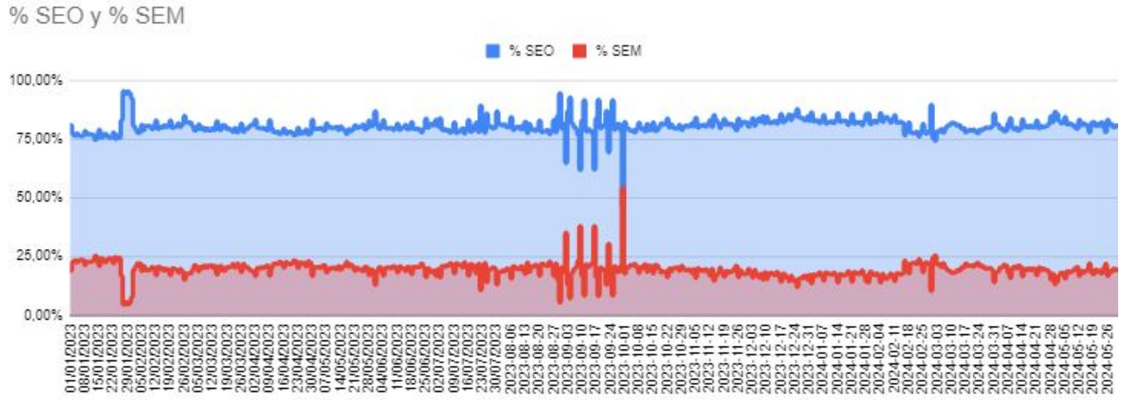
Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

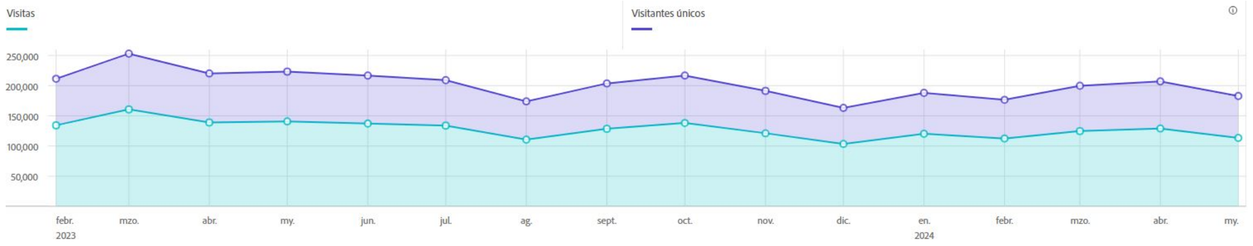
SEO, APP y SEM



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

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





Revisiones rediseños

Revisar optimizaciones en los nuevos rediseños que se nos vaya enviando por parte de ABANCA, por ahora se han revisado:

- 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
Optimizaciones de las URLs de banca a distancia	SEO	Pendiente ABANCA
Crawl con correcciones y mejores en el site	SEO	Pendiente ABANCA
Revisión de las diferentes URLs del site con los **rediseños**	SEO	Pendiente ABANCA

Gracias