Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras cuentasclaras.es



Abril 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

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

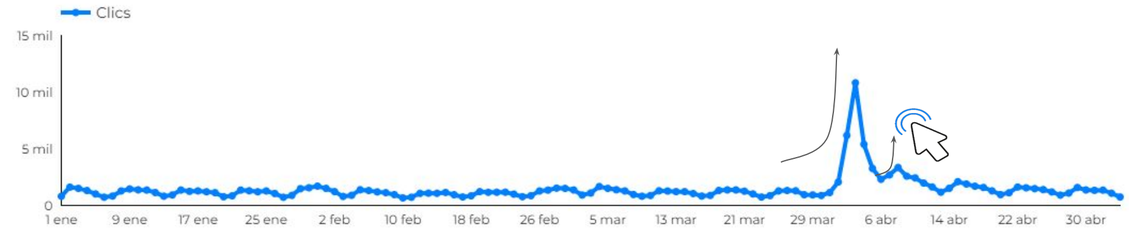
Tareas específicas	Departamento	Estado
Mejoras **WPO**	SEO	Pendiente desarrollo
Mejoras en **datos estructurados**	SEO	Pendiente Redegal
Revisión de **links tóxicos**	SEO	Hecho
Análisis y mejoras para **Calculadora Sueldo Neto**	SEO	Pendiente ABANCA
Seguimiento del **fallo en el funcionamiento del enlazado de definiciones**	SEO	Hecho
Brecha de palabras clave con la competencia	SEO	Pendiente ABANCA
Lista de artículos con prioridad para implementar las mejoras visuales	SEO + Social	Programado según tareas

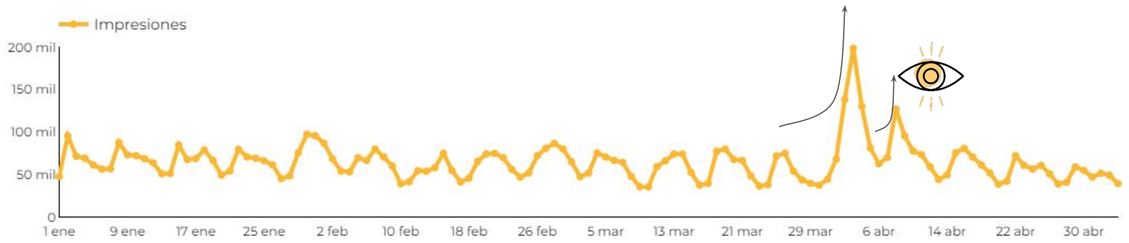
Tareas recurrentes	Departamento
Redacción de **nuevos contenidos**	Social
Actualización y mejoras de contenidos ya publicados	Social + SEO
Optimización de artículos nuevos y actualizados	SEO
Corrección de enlazado interno artículos	SEO
Seguimiento de resultados y búsquedas de mejoras	Social + SEO

Tráfico orgánico | Datos GSC

Durante este mes de abril 2024 y, experimentamos un dato positivo en cuanto a la **mejora de los clics obtenidos en los resultados orgánicos así como de impresiones** de los post del blog respecto al mes pasado y que nos indican una **tendencia positiva**, relativo mayoritariamente a **artículos de la declaración de la renta**.

	Marzo 2024	*Abril 2024*	
IMPRESIONES	**1.746.289**	**2.193.613**	***25,6%***
CLICS	**35.214**	**70.094**	***99,1%***
Posición media	**18,5**	**17**	***1,5***





Tráfico orgánico | Datos GSC

	Palabra clave	Posición media	Clics	Impresiones
1.	es obligatorio incluir a los hijos en la de...	2,22	387	3.982
2.	como incluir a los hijos en la declaració...	1,04	168	1.103
3.	casilla 613 renta 2023	1,86	140	523
4.	casilla 513 renta	1,13	128	272
5.	tengo que declarar criptomonedas si n...	8,35	126	3.374
6.	a partir de que cantidad hay que declar...	9,2	118	4.727
7.	declaración individual con hijos	2,94	110	1.026
8.	renta 2023 hijos con ingresos	2,4	99	239
9.	casilla 19 renta	4,35	99	1.297
10.	recursos intangibles	3,3	99	2.592
11.	vinculacion hijos renta a b c d	8,62	97	2.733
12.	casilla 613	1,9	96	362
13.	salario medio españa 2023	4,84	95	3.066
14.	sueldo medio españa 2023	4,58	93	2.388
15.	devolver recibo abanca	1	81	169
16.	vinculacion hijos renta	4,89	67	1.331
17.	movilidad geografica renta	6,72	66	2.075
18.	fondos next generation para particulares	3,16	61	601
19.	hasta cuando se puede meter un hijo e...	3,96	61	1.095
20.	casilla hijos declaracion renta	1,57	60	184

En cuanto a las palabras clave que **más clics orgánicos** nos han reportado este mes de abril 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. **Fondos Next Generation para particulares**
3. **Flujos financieros**
4. **Salario medio**

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.

Tráfico orgánico | Datos GSC

Keywords destacadas declaración renta	marzo Impresiones	abril Impresiones
cuando es obligatorio hacer la declaracion de la renta	2.383	5.890
es obligatorio incluir a los hijos en la declaración de la renta	702	3.987
vinculacion hijos renta a b c a	191	2.982
movilidad geografica renta	251	2.075
cuando tengo que hacer la declaracion de a renta	1.105	1.301
como incluir a los hijos en la declaración de la renta	169	1.103

Keywords destacadas declaración renta	marzo Posición media	abril Posición media
como incluir a los hijos en la declaración de la renta	1	1
es obligatorio incluir a los hijos en la declaración de la renta	1,1	2,1
declaracion individual con hijos	3,1	4,4
casilla 513 renta	2,1	1,1
casilla 613 declaracion renta	0	1,9
casilla renta 100 euros madre trabajadora	0	1,2

Foco puesto en BREAKING NEWS - DECLARACIÓN DE LA RENTA:

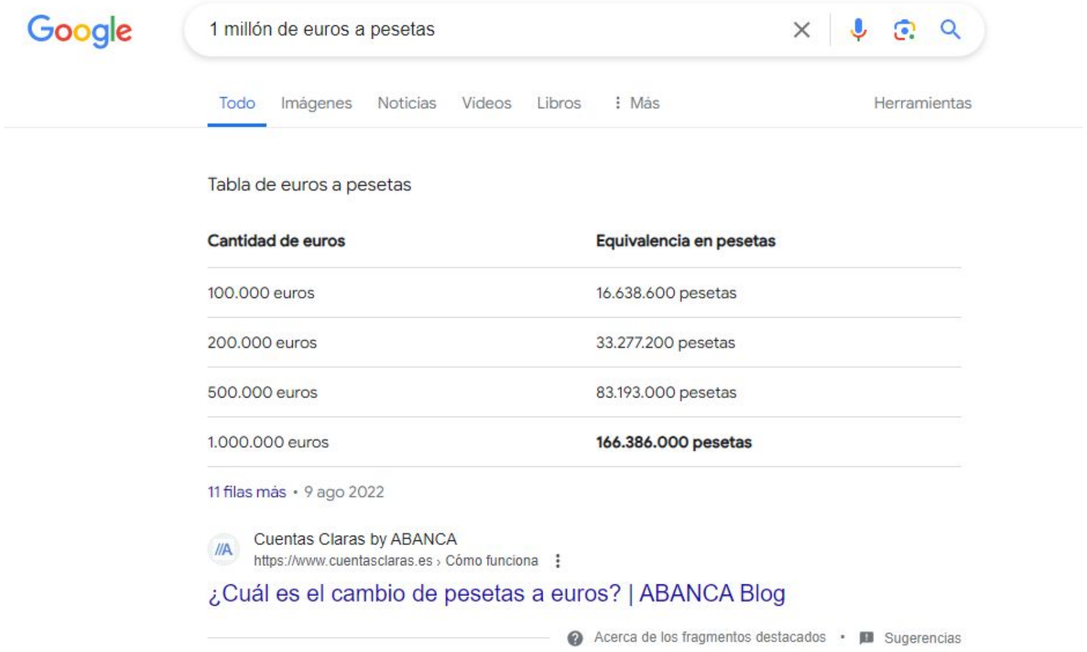
La **declaración de la renta** es uno de los **grandes activos de contenido** que mejor funcionan a lo largo del año en el blog y por eso durante este mes se ha seguido revisando los datos y actualizando alguno con enlazados, además de la infografía para añadir en el principal.

Este mes hay más competencia que el pasado para estas palabras clave y en algunas se pierde algo de posicionamiento, pero en general aumentan igual impresiones y clics.

- Cómo incluir a los hijos en la declaración de la Renta 2023. Actualizado el 9 de mayo. **Se lleva más del 40% de los clics de este mes**.

Tráfico orgánico | Datos Google

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





Insights:

- En **mayo se implementará la 1º infografía** en un artículo para que nutran nuestro posicionamiento. Se trabajará según lo acordado 1 al mes.

- **Hay que trabajar más recursos visuales en general en los artículos que se pueda**, priorizando los que empeoran más resultados respecto al año pasado. Esta tarea está también en curso.

Navegabilidad entre dominios

Si revisamos la evolución del KPI que nos hemos marcado de ir derivando al usuario a los productos de ABANCA y trabajar más ese flujo inbound, este mes también vemos una tendencia más positiva.

Cuentas Claras ➡ //ABANCA

Flujo visitas Mar 24	Flujo visitas Abr 24	
444	**440**	=

//ABANCA ➡ Cuentas Claras

Flujo visitas Mar 24	Flujo visitas Abr 24	
2.615	**3.016**	↑ **15%**

Insights:

- Vemos que añadir banners a web y enlaces más claros hacen que continúe la tendencia **positiva en el flujo de blog a web y viceversa**. Sería interesante jugar más con la contextualidad de esos banner (ej: inversión y bolsa con banners específicos).
- También es importante para trabajar esta métrica el seguir **enlazando nuevo contenido del blog en la web de ABANCA**.

Resultados Newsletter

En abril observamos una **mejora de todos los KPIS analizados**, especialmente en la tasa de apertura.

Necesitábamos mejorar la reputación del dominio cuentasclaras.com, por lo que se tomó la decisión de realizar envíos segmentados susceptibles de reportar tasas de apertura más altas, un dato que favorece la recuperación de la reputación.

Así, tal y como estaba previsto, si bien el número de envíos fue menor, se registraron tasas de apertura elevadas (73,19% y 50,42%) que facilitaron la mejora de la reputación hasta una consideración de "buena" que nos permite retomar la estrategia de envíos habitual a toda la BBDD.

Correos enviados	Aperturas totales	Tasa de apertura	Clics	Bajas
6.106	5.209	58,17%	1.184	3
-44,5 %	+59,2%	+190,7%	+24,9%	-40 %

Abril 24 vs. Marzo 24



Descargas
5

Descargables

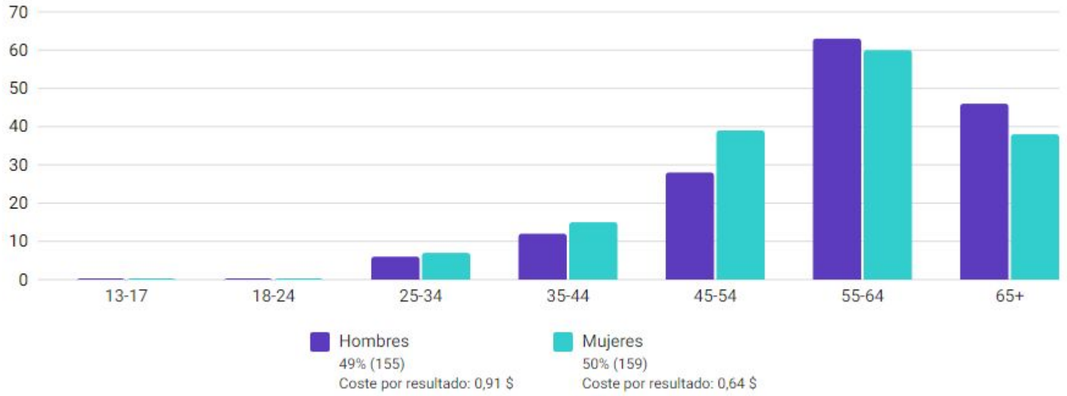
Por su parte, el descargable "¿Quieres solicitar un préstamo personal? Esto es lo que debes saber" vinculado a la automatización de bienvenida registró 5 clics únicos durante sus primeras semanas activo.

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.



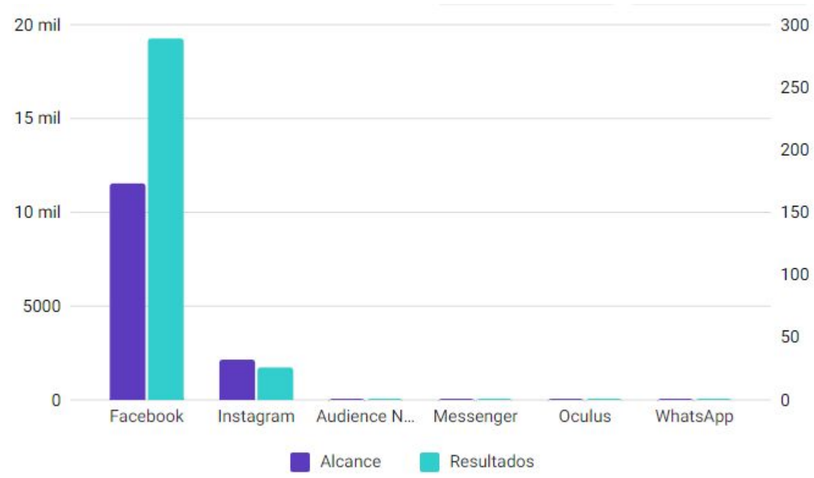
El anuncio se mostró a **13.022 personas** y registró **667 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que más han interactuado se encuentran en una franja de edad senior (+55) y navegan a través de Facebook.



Suscriptores
315

Alcance
13.022

Clics
667



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.
- Recuperación de la estrategia de envíos a **toda la BBDD** con activación de test multivariante con enfoque en asunto y fecha de envío. Esto nos permitirá conocer mejor a los contactos y tomar decisiones basadas en resultados.
- Continuar con la actualización de la BBDD de Mailchimp volcando los contactos generados a través de la campaña de Meta. Se están identificando con tags para facilitar su identificación posterior: meta_captacion_prestamo_personal y descargable_cuentas_claras.

Además:

- Es de vital importancia poder aplicar los cambios mencionados en el análisis específico enviado de Calculadora de Sueldo Neto.
- Revisar la propuesta de temas del análisis de brecha de palabras clave.
- Revisar las mejoras realizadas en cuanto a velocidad web aún pendiente.
- Foco con HACCE, de nuevo, sobre corregir los datos estructurados para la optimización de resultados enriquecidos y clasificación de la información, así como los temas de rendimiento y de la Calculadora de Sueldo Neto.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



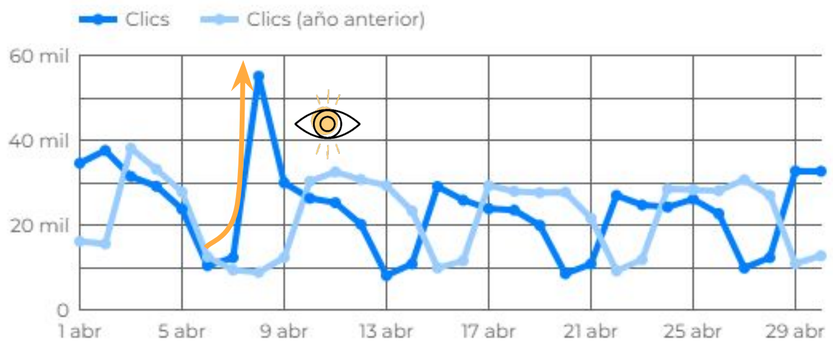
Abril 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.066.648	708.383	17,4 %	20,3
vs. Mar 24	+4,3 %	+12,6 %	+7,9 %	-1,5
vs. Abr 23	-13,1 %	+6,9 %	+23,1 %	-4
Media anual	3.362.665,4	568.018	16,9%	21,1



En **comparativa general con el año pasado** se aprecia una **mejora de clics, de posición media y también de CTR**. Contra el mes de **marzo de 2024** aumentamos **clics, impresiones, CTR y posición media**. *En el looker studio vemos los datos completos tanto para las palabras clave en seguimiento como las generales.*

Vemos muy claro cómo se nota el efecto de la aplicación en el tráfico orgánico, porque tenemos un pico de clics muy grande coincidiendo con una caída de la aplicación del 8 de abril, cuando las personas usuarias acudieron a la web porque no funcionaba la misma.

KPI's tráfico orgánico

Top de URLs del mes:

URL	URL Clics
https://www.abanca.com/es/	264.204
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	130.073
https://www.abanca.com/es/empresas/	80.432
https://www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	31.268
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	15.979
https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	13.922
https://www.abanca.com/gl/	11.389
https://www.abanca.com/es/contacto-clientes/	10.092
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	7.440
https://www.abanca.com/es/banca-personal/	6.998
https://www.abanca.com/es/legal/atencion-cliente/	6.716
https://www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	5.338
https://www.abanca.com/es/oficinas/	4.869
https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	4.830
https://www.abanca.com/es/prestamos/	4.602
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	4.054
https://www.abanca.com/gl/empresas/	3.889
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	3.680
https://www.abanca.com/es/ayuda/	3.568
https://www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	3.448

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	284.471
abanca empresas	96.471
abanca electronica	38.533
abanca particulares	19.239
a banca	15.338
abanca online	10.907
abanca electrónica	7.956
a banca empresas	6.006
banca electronica abanca	5.148
abanca banca electronica	3.295
a banca electrónica	2.449
www.abanca.com	2.390
abanca empresas online	2.257
abanca clientes	2.182
a banca online	1.945
a banca particulares	1.688
abanca.com	1.466
abanca electrónica particulares	1.300
a banca electronica	1.202
abanca electronica empresas	999

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
bankoa	1.343
banca electronica	1.258
prestamos personales	1.219
prestamos	1.179
prestamo personal	991
prestamos online	678
caixa activa	676
prestamo	382
prestamo online	376
banca	374
prestamos personales online	290
cuenta clara	282
hipoteca	274
bankoa online	272
caixa galicia	239
caixanova	232
hipotecas	222
préstamo personal	221
prestamo coche	211
banca electrónica	201

KPI's tráfico orgánico

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

URLs de empresa

CLICS

100.083
↑ 15.9%

IMPRESIONES

1.560.453
↑ 10.5%

Palabra clave	% Δ
bankoa empresas	15.9% ↑
banca empresas	13.3% ↑
cuenta autonomos	200.0% ↑
financieras para financiar a clientes	28.6% ↑
banca de empresas	250.0% ↑
banco para empresas	500.0% ↑
financiacion para comercios	400.0% ↑

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

URLs de cuentas

IMPRESIONES

1.205.480
↑ 20.6%

CLICS

2.230
↑ 2.1%

Palabra clave	% Δ
cuenta clara	12.6% ↑
cuenta nomina	2.3% ↑
cuenta online	9.1% ↑
cuentas online sin comisiones	16.7% ↑
cuenta online sin comisiones	7.0% ↑
trae tu nomina	27.8% ↑
cuenta remunerada	26.7% ↑

El **aumento de impresiones para el total de palabras clave** y de **clics para palabras clave genéricas** de **URLs de cuentas**.

KPI's tráfico orgánico

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

URLs de empresa

CLICS

100.083
↑ 27.9%

IMPRESIONES

1.560.453
↑ 38.9%

Palabra clave	% Δ
bankoa empresas	0.0%
banca empresas	3.0% ↑
bankoa	93.3% ↑
cuenta autonomos	71.4% ↑
banco empresas	40.0% ↑
banca	250.0% ↑
banca de empresas	133.3% ↑
banco para empresas	20.0% ↑

También destaca el **aumento de clics, impresiones y CTR** para las **URLs de empresa**, para **palabras clave de marca pero también de genéricas**.

URL de seguro-salud

CLICS

1.064
↑ 533.3%

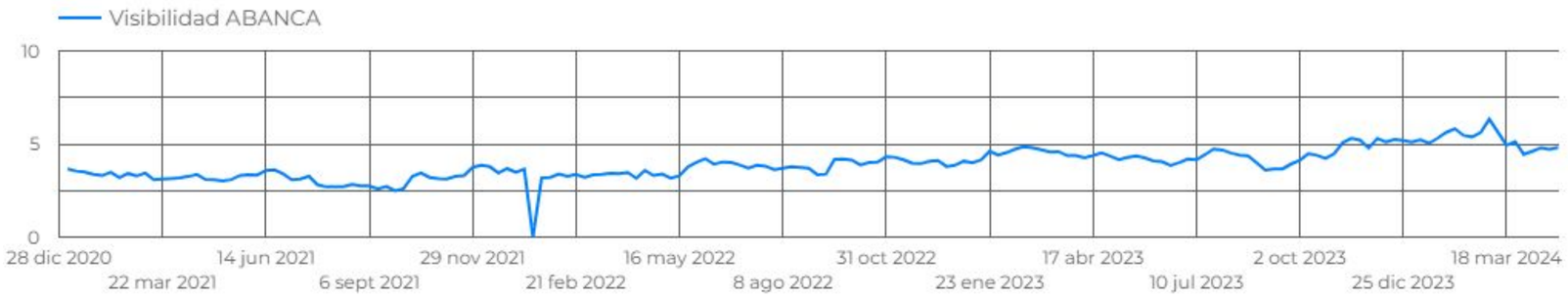
IMPRESIONES

62.849
↑ 28.8%

Palabra clave	% Δ
abanca salud	-
seguro salud abanca	386.7% ↑
abanca seguro salud	4,500.0% ↑
seguro medico abanca	100.0% ↑
seguro de salud abanca	1,800.0% ↑
seguros abanca	433.3% ↑
seguro salud	66.7% ↑

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

4,804

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	Mar 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

92.698

+2,92 %

May 24 vs. May 23

Con el movimiento en las SERPs se corrige un poco el total de palabras clave para las que posiciona el dominio con un crecimiento paulatino y superiores al mismo mes del año pasado.

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)
	440	1.567	3,6	351,3
Abr 24 vs. Mar 24	-0,9 %	-33,1 %	-17,4 %	+14,5 %
Abr 24 vs. Abr 23	-48,3 %	-38,1 %	+19,7 %	+46,3 %

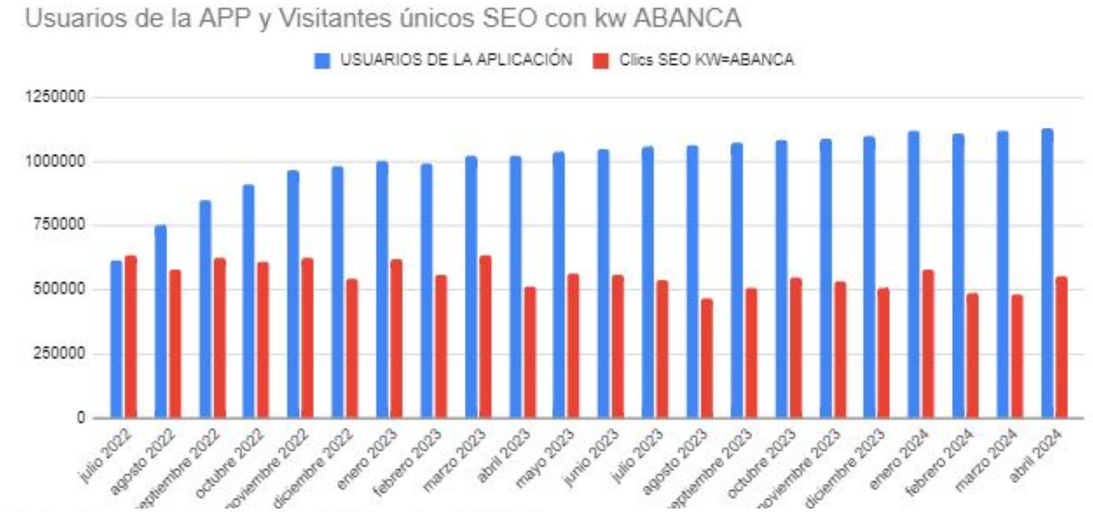
	Clics CTA abanca.com
	182
Abr 24 vs. Mar 24	-2,2 %

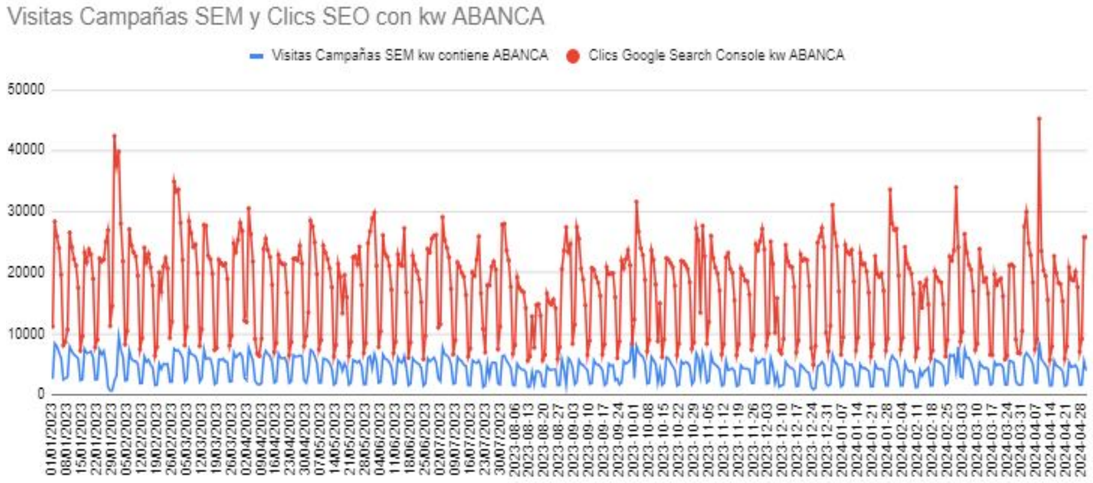
Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	36
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/?cid=ch-sem:sr-google:se-:kw-a...	20
https://solicitudonline.abanca.com/simulador-hipoteca/es-ES/#/requests/first-block...	17
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&utm_medium=cta_menu&utm_ca...	15
https://www.abanca.com/es/legal/cambio-de-divisas/	10
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/?utm_source=blog	9
https://www.abanca.com/es/tarjetas/tarjetas-debito/tarjetas-prepago/	9
(Low Traffic)	8
https://www.abanca.com/es/renting-coches-particulares/?utm_source=blog	8
https://www.abanca.com/es/tarjetas/tarjeta-debito/tarjeta-nx/?utm_source=blog	8

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Abril 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.127.112	**550.916**	**1.169.302**	**134.558**
+10,5 %	**+7,3 %**	**+14,9 %**	**-8,3 %**

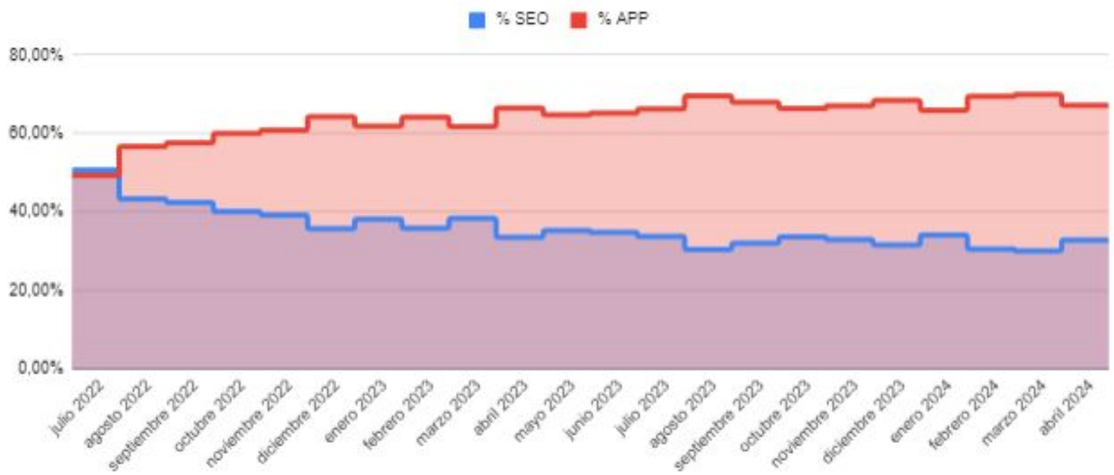
Abr 24 vs. Abr 23

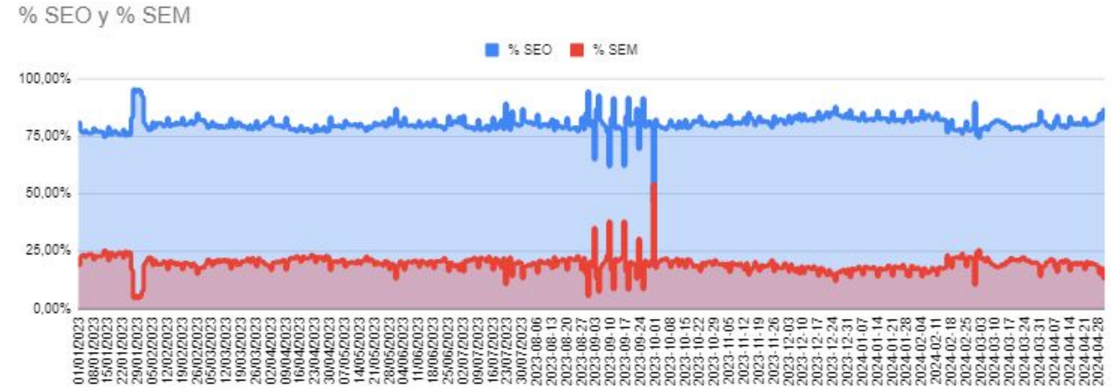
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

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”

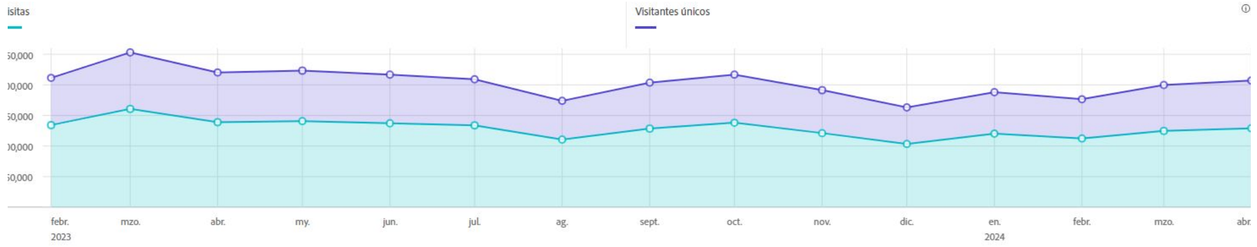
SEO, APP y SEM





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

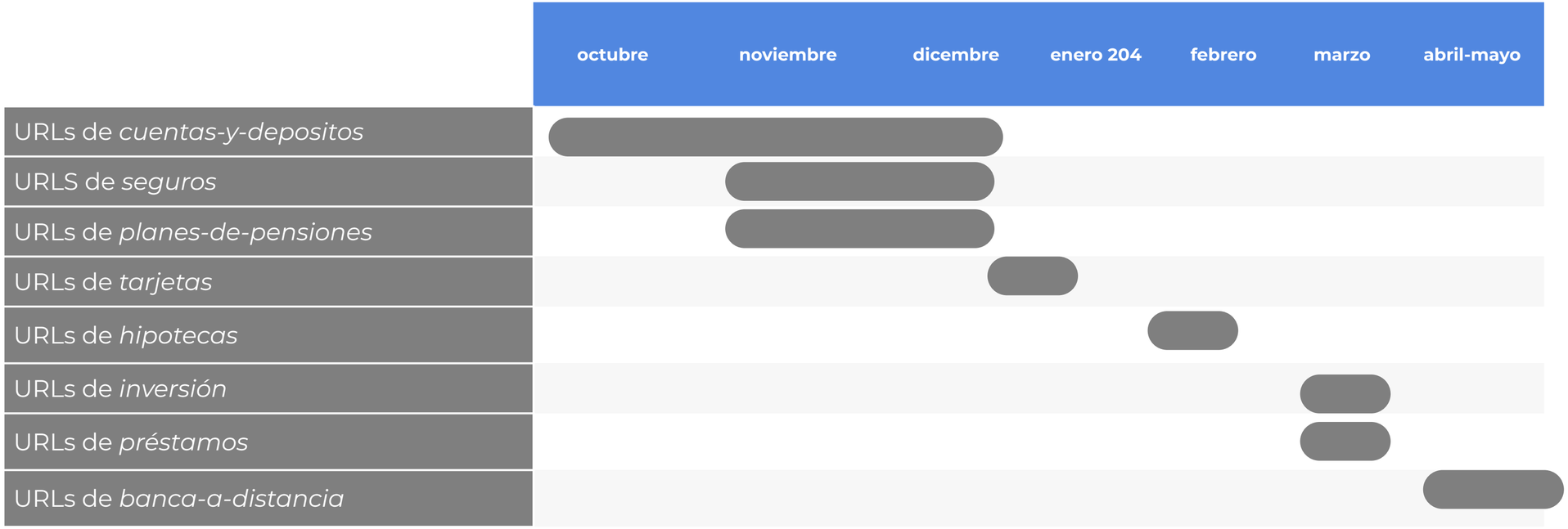
Mostramos también el evolutivo de las visitas de SEM por *abanca*:



Próximos pasos

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