Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras *www.cuentasclaras.es*



Octubre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

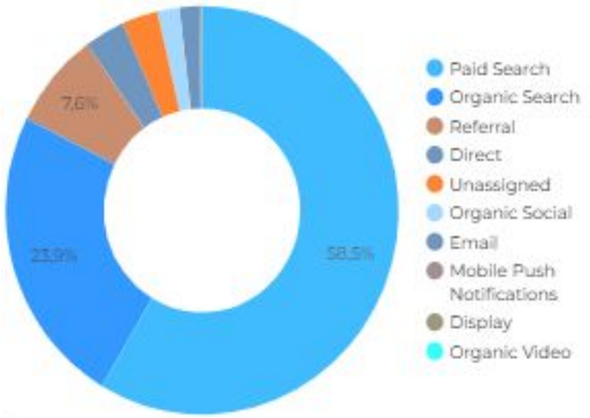
Durante este mes de octubre 2024 se han llevado a cabo una serie de tareas recurrentes y nuevas que reflejamos a continuación:

TAREAS REDEGAL

Tarea	Prioridad	Estado	Área	Asignación	Fecha pedido
AB-378 Podcast ABANCA		Completada	Contenidos	Redegal	8/10/2024
Descargable hipoteca joven		Completada	Contenidos	Redegal	22/05/2024
Links con error corrección		Completada	SEO	Hacce	24/08/2024
Revisión de etiquetas		No iniciada	SEO	ABANCA	29/07/2024
Artículo con redirección errónea		En curso	SEO	ABANCA	21/07/2024
Infografía Black Friday		Completada	Contenidos y diseño	Redegal	
Business case migración Blog V2		Completada	SEO	Redegal	23/07/2024
Presupuesto Auditoría Accesibilidad		Completada	Gestión general	Redegal	23/07/2024

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
Planning de contenidos	Social + SEO
Descargables	Social

Tráfico general | Datos GA4



Canales predeterminados	Sesiones	% Δ	Porcentaje de rebote	% Δ	Dur. media sesión	% Δ
Paid Search	36.928	17.8%	47,77 %	11.5%	00:02:11	-4.4%
Organic Search	15.098	22.3%	42,62 %	4.3%	00:02:15	7.5%
Referral	4.814	-34.6%	43,85 %	15.8%	00:02:42	34.7%
Direct	2.111	59.0%	51,68 %	14.0%	00:02:22	3.3%
Unassigned	1.860	8.2%	35,54 %	12.3%	00:02:40	-1.6%
Organic Social	1.154	23.3%	55,72 %	-27.1%	00:01:00	40.2%
Email	1.027	77.4%	49,76 %	9.1%	00:02:21	-13.9%
Mobile Push Notifications	134	131.0%	60,45 %	46.1%	00:01:45	-5.1%
Display	3	-	66,67 %	-	00:00:07	-
Organic Video	2	-	50 %	-	00:03:58	-

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

Vemos datos de todos los canales de tráfico

- Destaca **Paid Search** con sesiones.
- **Organic Search** aumenta un 22,3% sesiones y la duración media de la sesión aumenta un 7,5%. Es el canal con menor porcentaje de rebote.
- **Referral** es el canal con mejor duración media de la sesión, aunque las sesiones bajan un 34,6% respecto al mes anterior.
- Top de artículos del mes destaca el de *prejubilación*, seguido del de *pensión de viudedad*, *quien paga las reparaciones de un piso* y *salario mínimo interprofesional*.

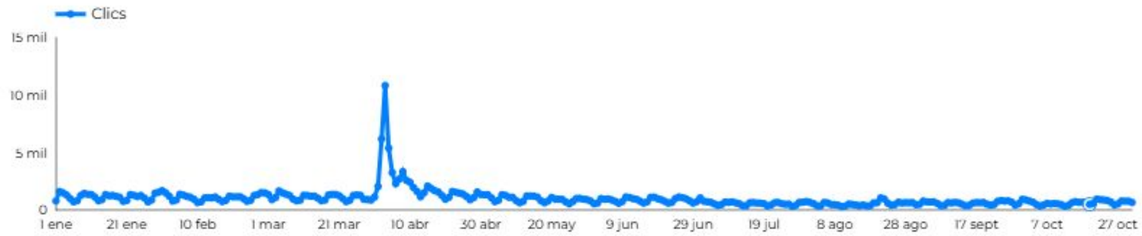
Tráfico orgánico | Datos GSC

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

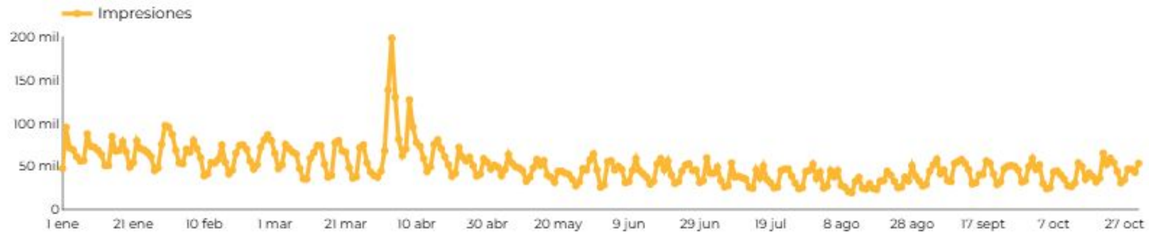
Con las mismas tratamos de aumentar los resultados orgánicos y tener el mejor posicionamiento posible, a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir clics**.

Septiembre 2024	*Octubre 2024*	
CLICS **18.560**	CLICS **20.006**	↑ 7,4%
IMPRESIONES **1.321.149**	IMPRESIONES **1.308.111**	↓ 1%
Posición media **24,5**	Posición media **25,7**	↑ 1,2

EVOLUCIÓN ANUAL CLICS



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

Palabra clave	URL clics	Impresiones	Posición media	URL CTR
abanca blog	84	580	1,7	14,48 %
devolver recibo abanca	81	654	1,8	12,39 %
tarjeta virtual abanca	55	464	4,1	11,85 %
recursos intangibles	46	1.521	3,2	3,02 %
calculadora sueldo neto	45	13.379	10,3	0,34 %
salario mínimo media jornada	45	1.005	2,3	4,48 %
cuanto tardan en conceder la brecha de género	42	2.728	5,6	1,54 %
981910540	41	450	3,8	9,11 %
iprem 2024 galicia	40	1.622	5,4	2,47 %
anticipo nomina abanca	38	62	2,7	61,29 %
su solicitud está a disposición de su unidad de becas para ser tr...	34	2.746	5,2	1,24 %
smi media jornada	32	272	1,9	11,76 %
cancelar transferencia abanca	30	52	1,4	57,69 %
sueldo mínimo media jornada	30	616	2,3	4,87 %
pagar con el movil abanca	28	227	4,4	12,33 %
flujos financieros	25	335	3,4	7,46 %
hipoteca inversa abanca	25	52	1,6	48,08 %
pagar recibo devuelto abanca	25	56	2,7	44,64 %
cuánto es un millón de euros en pesetas	24	616	1	3,9 %
recursos intangibles de una empresa	24	266	3	9,02 %

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

1. **Relacionadas con productos de ABANCA.**
2. **Relativas a algún *término específico bancario*.**
3. **Relativos a *calculadora sueldo*.**
4. **Relativos a cambio *de becas y ayudas.***
5. **Relativos a cambio *de pesetas y euros.***
6. **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

URL	URL Clics	Impresiones	URL CTR	Posición media
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/estado tramitacion becas mec/	1.127	37.145	3,03 %	12,83
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/cambio pesetas euros/	829	83.908	0,99 %	9,34
https://www.cuentasclaras.es/calculadora sueldo neto/	729	79.785	0,91 %	19,7
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/salario minimo interprofesional/	651	33.141	1,96 %	15,01
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/modificar datos catastro finca/	596	13.991	4,26 %	9,75
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/pago con tarjeta obligatorio negocios o efectivo/	592	13.512	4,38 %	13,87
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/tramites compra vivienda segunda mano/	592	8.823	6,71 %	23,74
https://www.cuentasclaras.es/ahorro/consejos comprar una lavadora eficiente/	493	16.435	3 %	4,91
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/caducidad tarjeta credito debito/	451	8.402	5,37 %	13,96
https://www.cuentasclaras.es/como funciona/solicitar online certificado de titularidad bancaria/	442	14.110	3,13 %	13,05

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

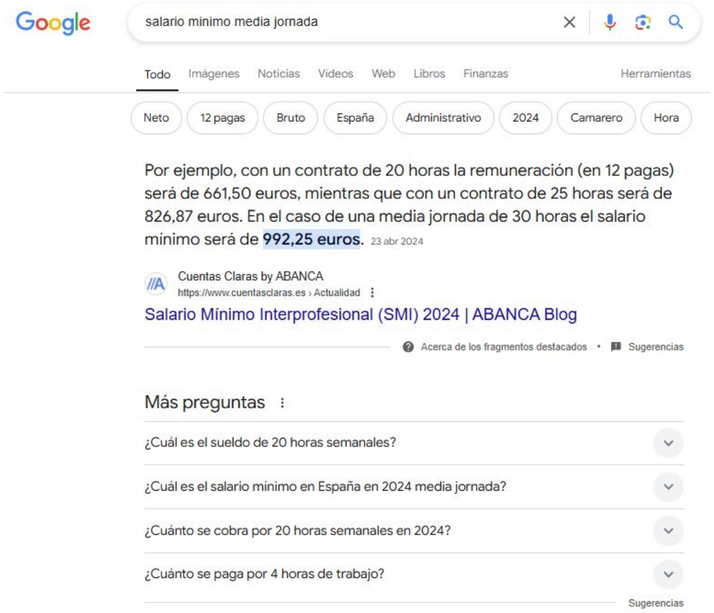
En datos generales, que tenemos en el looker, en **comparación con el mes pasado,** vemos cómo aumentan clics para algunos artículos como:

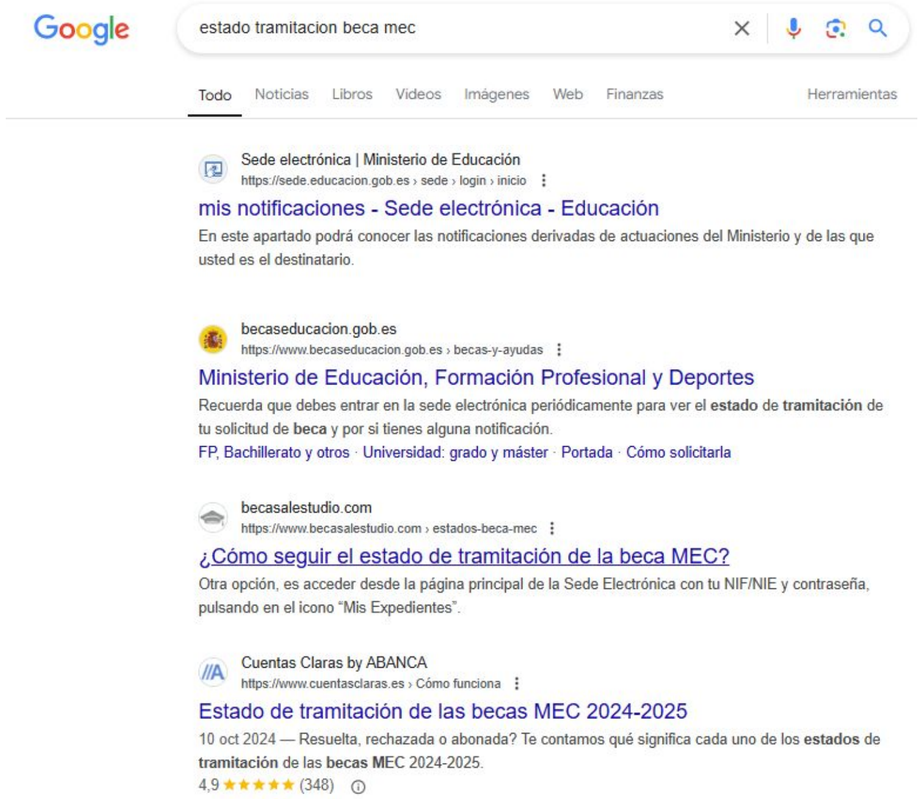
- *¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2024-2025?* ↑ **2.583,3%**
- *Salario mínimo interprofesional* ↑ **178,2%**
- *Qué es el complemento de brecha de género y cómo solicitarlo este 2024* ↑ **1.144,8%**

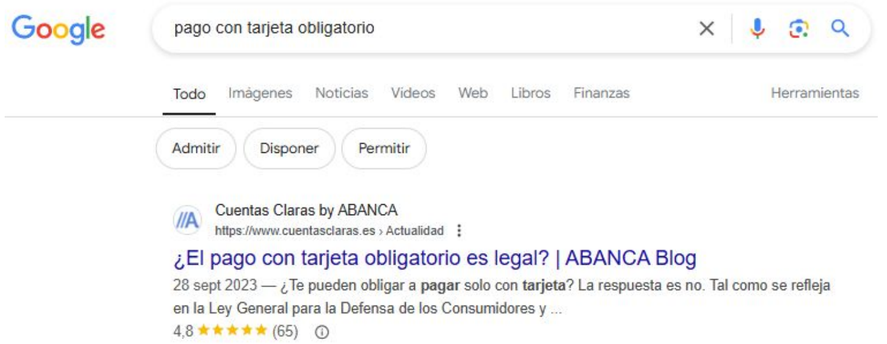
En **comparación con el mes de octubre del año pasado,** que ya estuvieran publicados:

- *¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2024-2025?* ↑ **132,4%**
- ¿Pueden los negocios exigir pago con tarjeta obligatorio o solo en efectivo? ↑ **622%**

Tráfico orgánico | Datos Google







Insights:

- **Infografías** para nutrir el posicionamiento: **25 de mayo se implementa la 1º**, el **17 de junio la 2º** y el **27 de septiembre la 3º.**

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

Navegabilidad entre dominios

Cuentas Claras ➡ //ABANCA

Flujo visitas Sep 24	Flujo visitas Oct 24	
363	407	⬆ 12,1%

⚠️ Tras el rediseño de www.abanca.com desaparece el botón destacado al blog, dejando **únicamente un link en el footer con atributo nofollow**. Se recomienda recuperar la visibilidad anterior para no perder este tráfico ni la autoridad.

//ABANCA ➡ Cuentas Claras

Flujo visitas Sep 24	Flujo visitas Oct 24	
1.998	1.892	⬇ 5,3%

Resultados Newsletter

En **octubre** enfocamos la news en post que tienen mucho gancho (reparaciones en pisos de alquiler y alquileres asequibles) por lo que los **números son positivos** y reflejan el interés de las personas por este tipo de contenido, como estaba previsto. Para noviembre, podemos **enfocar una de las news a producto** (como el lanzamiento del podcast).

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

Correos enviados
22.920

=

Aperturas totales
12.952
+16,0%

Tasa de apertura
39,80%
+18,70%

Clics
2.838
+53,7%

Bajas
19
-62,0%

Octubre 24 vs. Septiembre 24



Descargas
3

Descargables

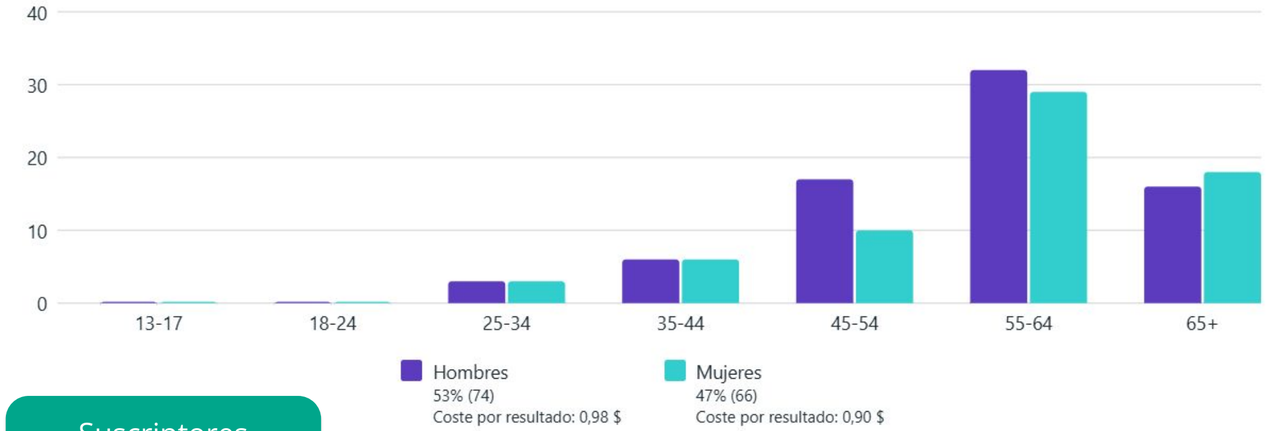
Activamos la nueva campaña del descargable de la hipoteca joven, “Cómo comprar tu primera vivienda antes de los 45 años” vinculado a la automatización de bienvenida, que registró 3 clics únicos en banner web en octubre.

Resultados Meta Ads - Campaña de captación de suscriptores

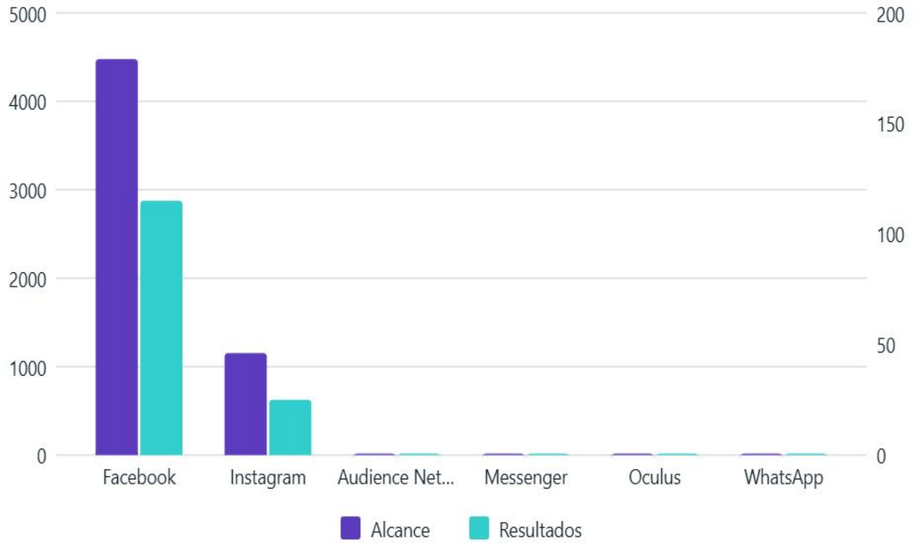
Para impulsar el crecimiento de la BBDD de suscriptores en Mailchimp, activamos en octubre una nueva **campaña de captación de suscriptores** en Meta vinculada al descargable de hipoteca joven Cómo comprar tu primera vivienda antes de los 45 años.



El anuncio se mostró a **11.858 personas** y registró **278 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	Alcance	Clics
140	**5336**	**278**



Recomendaciones y próximos pasos

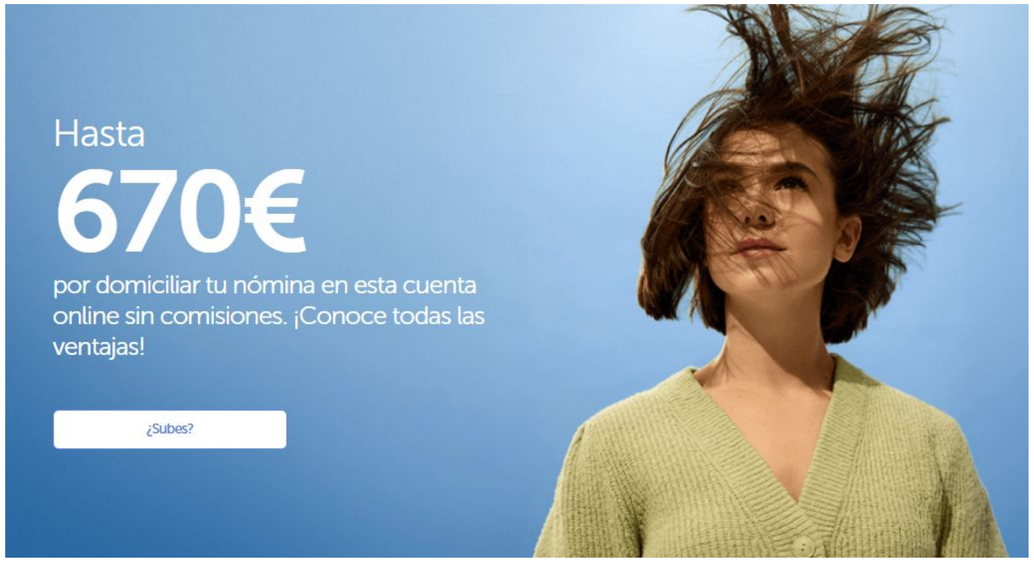
- Mantener el **ritmo de publicación y de actualización** del contenido.
- Trabajar formatos visuales con **tablas, gráficos** e **infografías** para completar aquellos artículos más didácticos y con oportunidades de crecimiento SEO.
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en 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. Monitorizando constantemente los resultados para hacer ajustes si es necesario.

Además, **Foco con HACCE** :

- Con el tema del **cambio en muchos artículos de la fecha de actualización no real**.
- Carga del menú.
- Generación de URLs incorrectas.
- Plugin de enlaces internos.

Informe mensual SEO

www.abanca.com

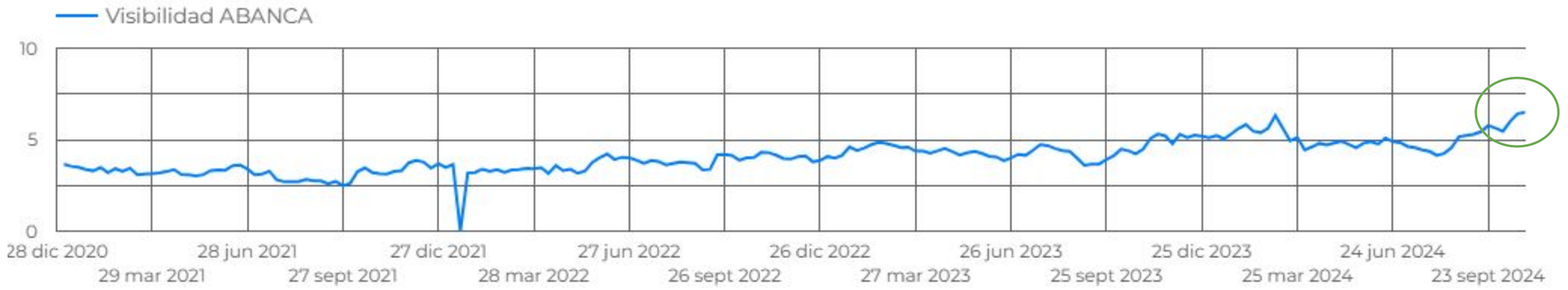


Octubre 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

6,42

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	Sep 24	Oct 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**	**4,89**	**4,89**	**4,36**	**5,77**	**6,42**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

109.413

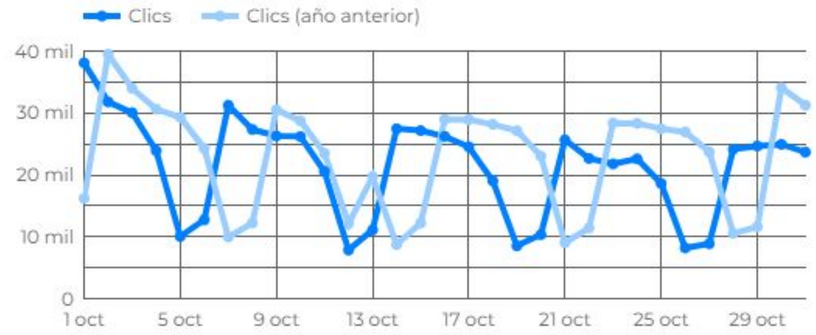
+16,35 %

Nov 24 vs. Nov 23

Tras el Core Update se **aumentan las palabras clave** para las que posiciona el dominio de ABANCA, encontrándonos en un máximo histórico.

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.340.231	692.130	13,8 %	23,8
vs. Sep 24	+11,3 %	+0,8 %	-9,2 %	+3,1
vs. Oct 23	+3,9 %	-6,2 %	-3 %	+2,5
Media anual	3.754.630	605.069	16,1 %	21,8



En comparación con el mes del año pasado, vemos cómo se aumentan impresiones, no se tuvo pico de clics de marca al inicio y final de mes como en el 2023. En comparación con septiembre de 2024 aumentan impresiones y clics.

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	URL Clics
https://www.abanca.com/es/	263.902
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	104.722
https://www.abanca.com/es/empresas/	80.317
https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	21.043
https://www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	15.068
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	13.769
https://www.abanca.com/gl/	9.527
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	9.042
https://www.abanca.com/es/contacto-clientes/	7.886
https://www.abanca.com/es/prestamos/	6.213
https://www.abanca.com/es/banca-personal/	6.089
https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	5.026
https://www.abanca.com/es/oficinas/	4.619
https://www.abanca.com/es/hipotecas/hipoteca-joven/	4.048
https://www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	3.908
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	3.489
https://www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	3.456
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	2.811
https://www.abanca.com/es/promo/programa-servicios-abanca/	2.806
https://www.abanca.com/es/ayuda/	2.746

Top palabras clave de marca del mes:

Palabra clave	URL Clics
abanca	274.067
abanca empresas	86.201
abanca electronica	32.645
abanca particulares	17.143
a banca	14.823
abanca online	9.326
abanca electrónica	6.391
a banca empresas	4.851
banca electronica abanca	4.464
abanca banca electronica	2.714
www.abanca.com	2.214
abanca clientes	2.194
a banca electrónica	2.101
abanca empresas online	2.048
a banca particulares	1.632
a banca online	1.560
abanca.com	1.037
www.abanca.com area cliente	1.020
a banca electronica	917
abanca.com área cliente	882

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamo personal	1.405
bankoa	1.038
prestamos	923
banca electronica	830
prestamo	566
banca	557
caixa activa	477
prestamo online	468
prestamos personales online	433
préstamo personal	427
hipoteca	421
hipoteca joven	410
creditos	377
cuenta nomina	345
credito	326
caixanova	314
banca electrónica	289
bankoa online	287
hipoteca 100%	272
prestamos personales	253

KPI's tráfico orgánico

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

URLs de hipoteca joven

CLICS

4.048
↑ 126.1%

IMPRESIONES

108.403
↑ 156.8%

Palabra clave	% Δ
hipoteca joven	275.9% ↑
abanca hipoteca joven	11.6% ↑
hipoteca 100%	27,000.0% ↑
hipoteca 100 jovenes	413.3% ↑
hipoteca joven abanca	-24.7% ↓
hipoteca joven 100 financiación	512.5% ↑
hipoteca 100	-
hipotecas 100 jovenes	472.7% ↑
hipoteca joven 100%	760.0% ↑
hipoteca joven 100	153.8% ↑

Como vemos son en su **clics por búsquedas genéricas.**

URL de prestamo-24h

CLICS

13.769
↑ 15.2%

IMPRESIONES

559.035
↑ 21.4%

Palabra clave	% Δ
prestamo personal	9.1% ↑
prestamo	57.6% ↑
prestamo online	27.7% ↑
prestamos personales online	25.1% ↑
préstamo personal	26.7% ↑
abanca prestamo personal	-3.2% ↓
prestamo personal abanca	-10.9% ↓
credito personal	15.8% ↑
prestamos personales	369.0% ↑
préstamos online	59.3% ↑

Aumento de clics para esta página genéricos y de marca, con el cambio de condiciones de reciente publicación.

KPI's tráfico orgánico

En **comparativa general con** los meses de **junio, julio, agosto y septiembre de 2024**, con el cambio de diseño, y los h1 implementados incorrectamente vemos el impacto en el posicionamiento medio de esas palabras clave que irían en los h1. Aquí hay que tener en cuenta que existen más factores SEO que afectan al posicionamiento y se trata de un trabajo a medio y largo plazo, pero para ver también que es algo que ya puede ir afectando, aunque no hay uniformidad, como vemos con los datos de GSC, se debe de corregir cuanto antes.

Palabra clave	junio 2024	julio 2024	agosto 2024	septiembre 2024	octubre 2024	
prestamo 24 horas	2,5	4,2	3,1	2,5	4,7	↓
prestamo 24	7,3	9,6	6,7	7,6	6,7	↑
abrir cuenta online	6,4	6,8	7,3	6,9	7,4	↓
cuenta online sin comisiones	8,1	7,6	7,4	6,9	7,5	↑
fondos next generation para particulares	37,6	39	-	16,1	21,9	↑
fondos next generation *(empresas)*	41,7	48,6	38,8	39,6	37,7	↓

KPI's tráfico orgánico

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

URL de grandes-empresas

CLICS

21.043
↑ 100.2%

IMPRESIONES

226.181
↑ 106.9%

Palabra clave	% Δ
abanca empresas	102.5% ↑
a banca empresas	48.2% ↑
abanca empresa	174.1% ↑
abanca	-
abanca empresas online	52.6% ↑
abanca empreas	187.5% ↑
abanca emrpesas	187.5% ↑
abancaempresa	850.0% ↑
www.abanca empresas	0.0%
a banca empreas	-

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

URLs de prestamos

CLICS

6.213
↑ 56.9%

IMPRESIONES

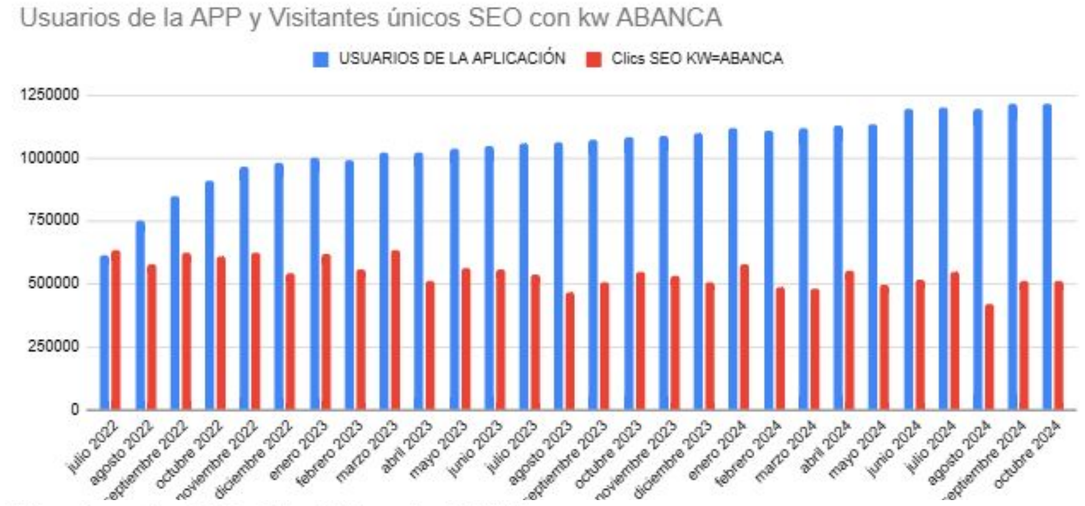
482.653
↑ 318.3%

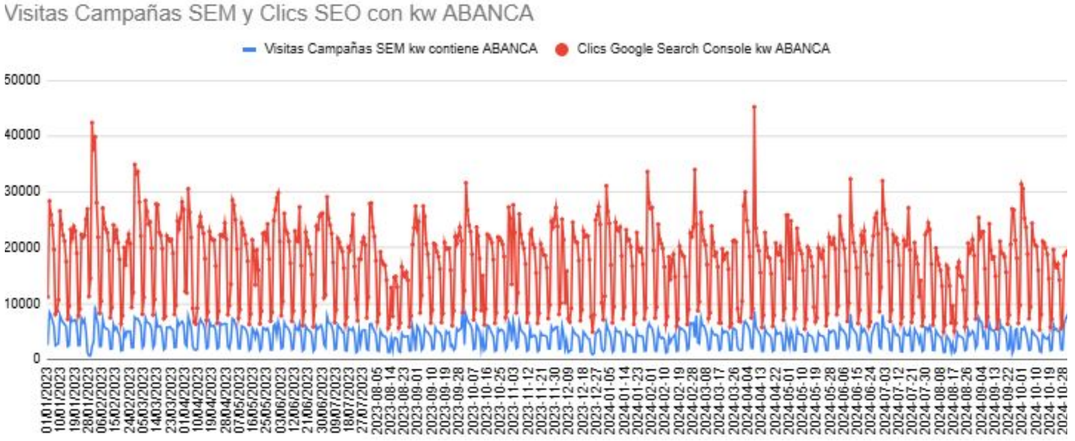
Palabra clave	% Δ
abanca	359.2% ↑
prestamos	7,345.5% ↑
creditos	611.3% ↑
credito	563.3% ↑
prestamos abanca	-50.7% ↓
prestamo abanca	26.9% ↑
abanca prestamos	-21.3% ↓
prestamo personal abanca	18.0% ↑
prestamos personales	1,325.0% ↑
abanca prestamo personal	161.5% ↑

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

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM





Octubre 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.215.160	**510.930**	**1.116.584**	**173.164**
+12,12 %	**-6,8 %**	**+0,7 %**	**+15,5 %**

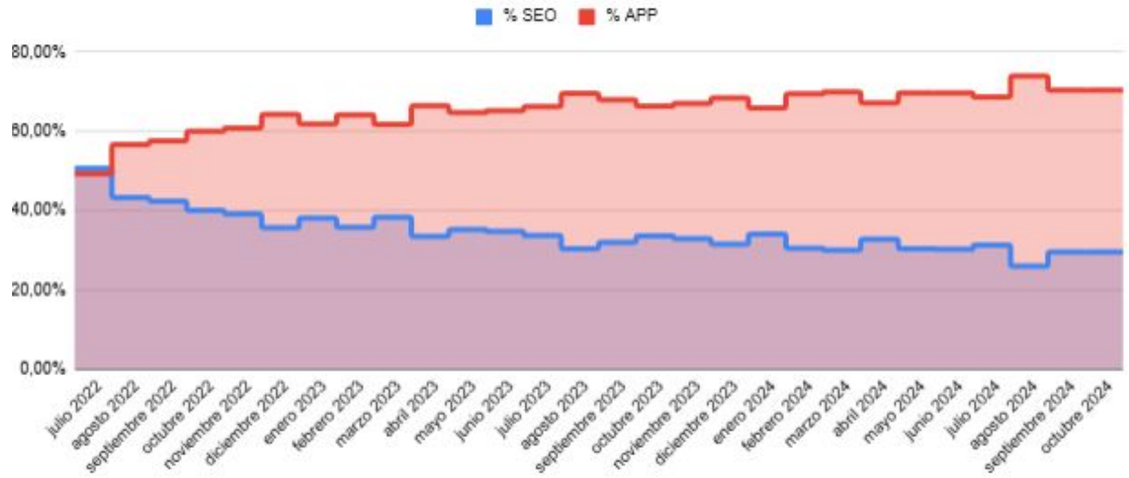
Oct 24 vs. Oct 23

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

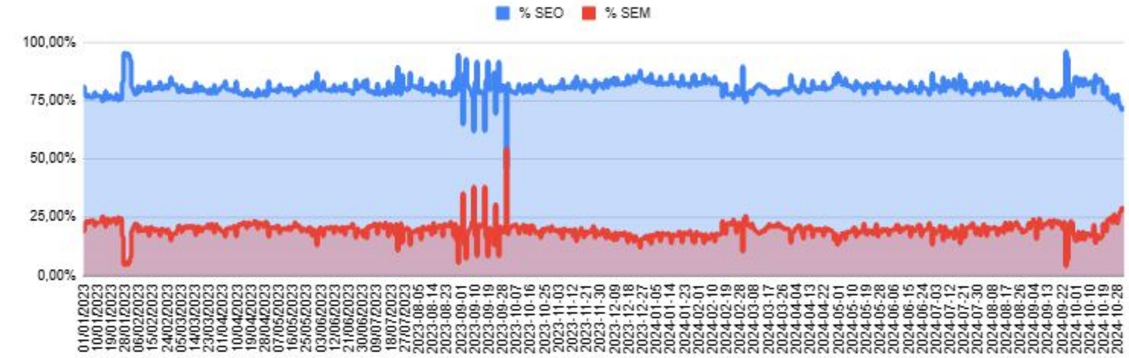
El uso de la app va aumentando de forma continuada. Estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

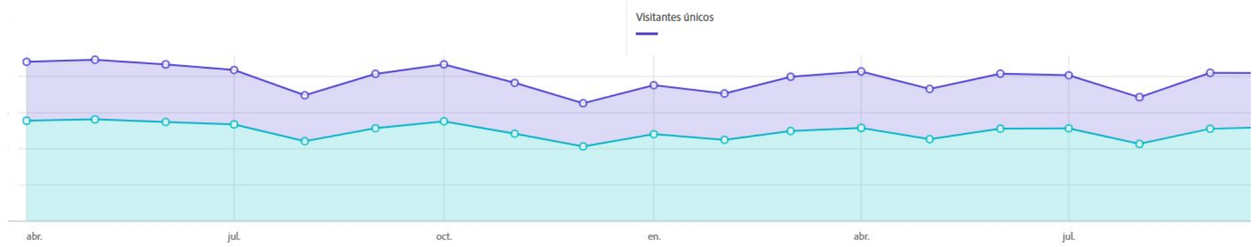
SEO, APP y SEM



% SEO y % SEM



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



Tareas del mes

Tareas pendientes de implementación	Departamento	Estado
Alt text imágenes web	Todos	Pendiente ABANCA
Revisión con mejoras a implementar de las diferentes URLs del site con los **rediseños**	SEO	Pendiente ABANCA
Incidencia INP tras rediseño	SEO	Pendiente ABANCA
Optimización de nuevas páginas	SEO	Pendiente ABANCA

Gracias