Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras cuentasclaras.es



Enero 2024

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

SEO

Recomendaciones y próximos pasos

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

Estado	Recomendación	¿Por qué?	Hilo de basecamp	Viable	Fuentes
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	Hilo	Sí	https://developers.google.com/search/updates/helpful-content-update https://www.sistrix.es/blog/google-helpful-content-update-de-septiembl
Hecho	Enlace dofollow desde el menú www.abanca.com	Linkbuilding		Sí	https://moz.com/learn/seo/domain-authority
Hecho	Enlazar https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/ desde el menú principal -> **decisión interna de incluirlo sólo en el footer**	Mayor autoridad (recuperar posiciones)		Sí	https://es.semrush.com/blog/enlaces-internos-guia-de-estrategias/
Hecho	Mejorar el footer: añadir todas las categorías del blog en el mismo, no solo algunas como en el menú. **Están todas menos la de glosario** que se ha decidido no enlazar por parte de ABANCA)	Contribuye a la calidad del sitio, una mejor tasa de rastreo y una mejor experiencia de usuario.		Sí	https://www.kevin-indig.com/show-me-your-footer-i-show-you-mine/
Descartado	Publicar autoría en los artículos	Confiabilidad y experiencia (EEAT)	Hilo	No	https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-he
Pendiente HACCE	Corregir datos estructurados de artículos	Optimización de resultados enriquecidos y clasificación de la información	Hilo	Sí	https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-da
Programado Redegal	Análisis de calculadora sueldo neto para implementar mejoras	Para intentar mejorar resultados de la misma ver lo que hace la competencia e indicar desde qué partes de la web de ABANCA también directamente recomendamos enlazarla		Sí	
Hecho	Revisiones de sitemap e indexación de GSC	Optimización del sitemap del site y revisión de etiquetado de URLs paraa cambios para optimizar más el rastreo aunque no hay problema de indexación de URLs.		Sí	https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemap
Programado Redegal	WPO	Para mejorar la velocidad de carga del site		Sí	https://pagespeed.web.dev/?hl=es
Hecho	Mejoras en robots	Optimización general de la indexación y el crawlbudget		Sí	https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/i

- **Otras acciones continuas:** esto son tareas extra además de las de todos los meses: análisis de resultados e implementación de mejoras, optimización de artículos nuevos y actualizados, curación de contenidos, corrección de enlazado interno, búsqueda de nuevos temas...
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en actualidad y producto según las tendencias de búsqueda que vemos en Google.
- **Áreas de mejora:** Autoridad, enlazado y EEAT (Experiencia, Conocimiento, Autoridad, y Fiabilidad).

Tráfico orgánico | Datos GSC

	IMPRESIONES	CLICS
	2.107.585	**36.384**
Ene 24 vs. Dic 23	**+0,5 %**	**+3,9 %**
Ene 24 vs. Ene 23	**- 36,2 %**	**-47,7 %**

Consultas principales que más clics ganan
cuanto dinero tiene de media un español en el banco
cuanto ahorra un español al año
ahorro medio españoles
renovar tarjeta abanca
recursos intangibles
derechos de una mujer embarazada en el trabajo en españa
parati@somos.abanca.com
cuantos ahorros tienen los españoles
anticipo nomina abanca
depositos abanca
abanca tarjeta caducada
mil millones de pesetas en euros
correspondencia abanca
abanca correspondencia

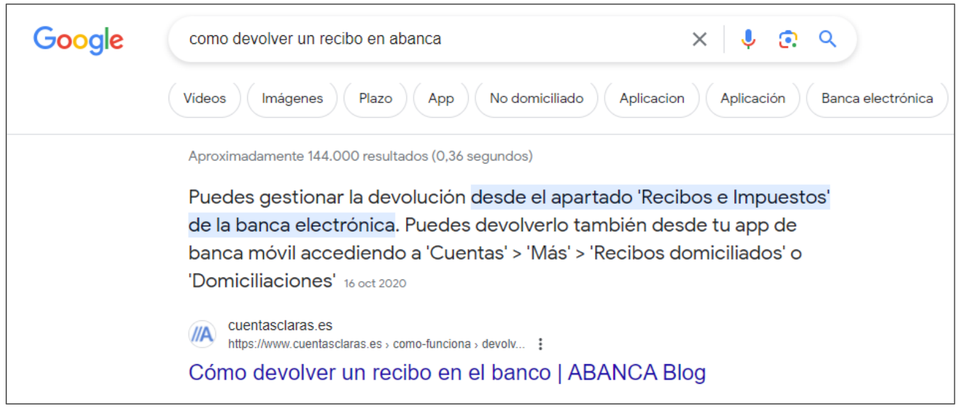
Consultas principales que más clics pierden
como devolver un recibo en abanca
pesetas a euros
declaracion responsable
devolver recibo abanca
tramos irpf 2022
declaración responsable
500 millones de pesetas en euros
cuando paga la seguridad social
que dia paga la seguridad social
cuando tengo que hacer la declaración de la renta
cuando estoy obligado a hacer la declaración de la renta
cuando paga el inss la incapacidad temporal
25000 pesetas a euros
ayudas de minimis

Ene 24 vs. Ene 23

Los datos son mejores que en diciembre de 2023. Este mes la caída de la *calculadora de sueldo neto* ha sido de un 78,34% en impresiones frente al año pasado aunque de clics menos, 49,63%. Recientemente se ha añadido el enlace a esta página desde el footer veremos otras mejoras este mes

Los artículos que mejor funcionan este mes por clics por temas de bancos y finanzas son: *¿Cuál es el ahorro medio español del 2023?, Calculadora sueldo neto, ¿Cuál es el cambio de pesetas a euros?, ¿cuánto valdrían ahora?; Mi tarjeta va a caducar, ¿qué debo hacer?* y ¿Cómo modificar los datos de catastro de tu finca?. En general con mejores datos que en diciembre de 2023.

Algo a tener en cuenta como hemos ido hablando son cómo cambian las SERPs y cómo cada vez la respuesta ya la tienes sin hacer clic, vemos un ejemplo:



Posición palabras clave monitorizadas

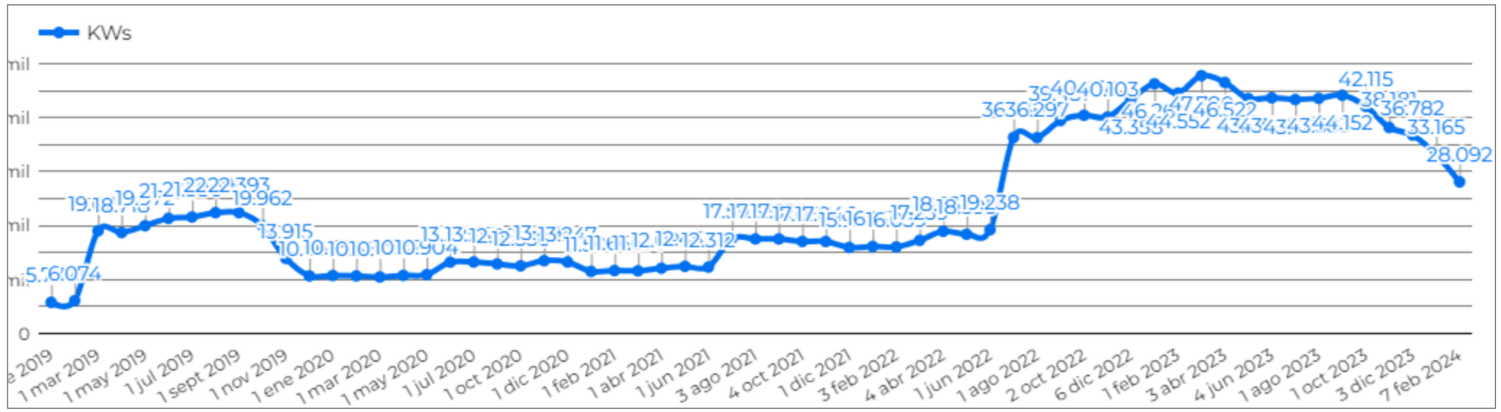
Palabras clave en seguimiento con más mejoría de posiciones en comparación con el mes anterior

Palabra clave	Búsqueda	06/23	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	12/23	ene24	Dif. posición...
como pagar multas online	1.000	-	36	21	44	56	39	83	49	34
intereses de demora	1.300	26	13	18	54	34	51	68	37	31
flujo de caja	40.500	42	25	19	42	54	43	78	52	26
nueva normativa dgt	210	21	23	20	20	22	25	66	42	24
bono joven alquiler	8.100	51	32	30	46	54	69	57	38	19
calendario renta	590	30	22	8	23	29	28	31	14	17
Deuda subordinada	1.300	89	33	26	27	35	33	62	47	15
normativa psd2	480	52	31	15	84	60	36	40	27	13
bastanteo de poderes	480	6	7	7	9	8	9	20	9	11
devolver transferencia	140	16	6	11	5	14	15	28	17	11
Letra de cambio	74.000	51	31	27	34	48	55	72	62	10
libro de familia digital	2.900	14	13	13	22	21	24	38	28	10
derecho de tanteo y retracto	2.400	60	34	25	51	53	64	85	75	10
irpf ganancias patrimoniales	50	13	7	9	11	15	16	33	24	9
Amortización anticipada	390	29	17	20	27	50	36	35	26	9
Liquidación de intereses	1.000	13	14	15	15	26	25	32	24	8
deduccion por hijo	260	6	12	12	16	19	14	22	14	8
deduccion irpf eficiencia ener...	90	23	31	21	24	18	28	34	27	7
CVV	246.000	-	79	74	92	83	87	23	16	7
hora bruja	720	47	44	25	24	63	47	59	54	5

Este mes vemos que ***como pagar multa online*** *e* ***intereses de demora*** son las que más mejora en primeras posiciones por cambio, destacando también ***calendario de renta, deduccion por hijo*** y ***bastanteo de poderes***.

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.

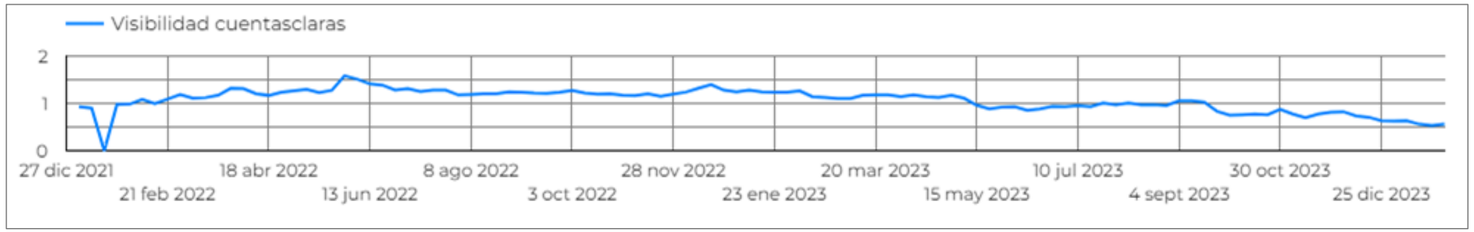
Evolución palabras clave Semrush e índice de visibilidad de Sistrix



PALABRAS TOTALES
28.092

-28,32 %
Ene 24 vs. Ene 23

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**.

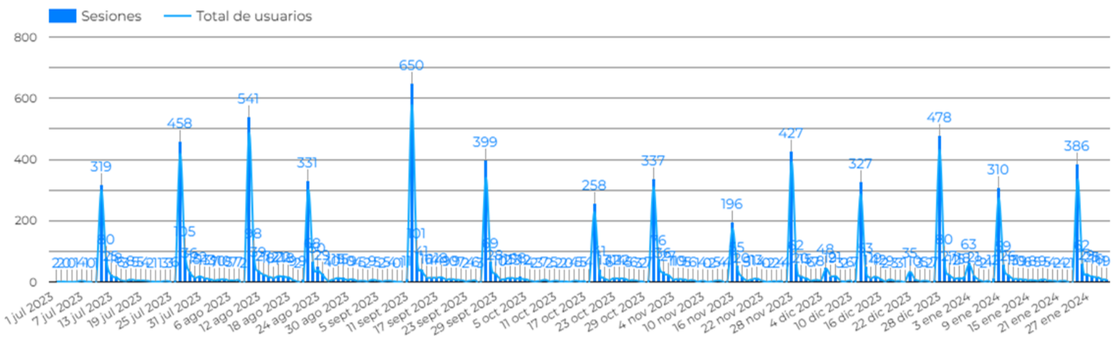


Veremos cómo evoluciona la volatilidad en las SERPs y cómo se va recuperando el blog con las mejoras pendientes. **Hubo un problema con datos estructurados que aún se está solucionando.**

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

Resultados Newsletter

Evolución de sesiones y usuarios GA4

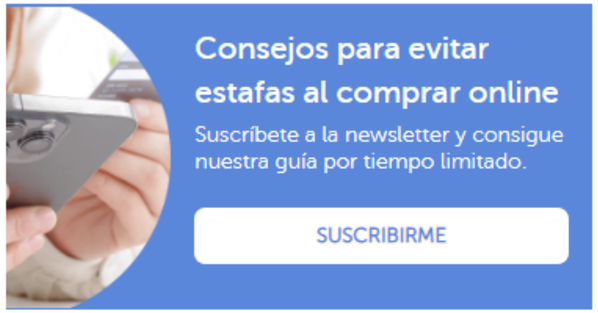


Suscriptores enero

10.992

Sesiones	Usuarios	Pag. Vistas	Pag. Vistas/sesión
1.151	**865**	**1.604**	**1,39**
-7,5 %	**-7,8%**	**+1,6%**	**+9,9%**

Ene 24 vs. Dic 23



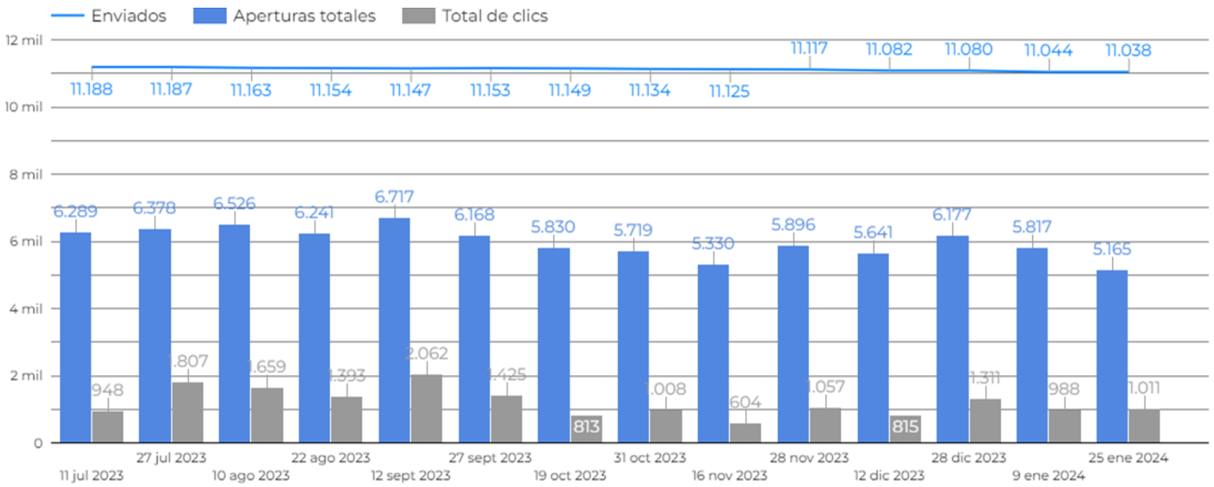
Descargas
+7

En enero se observa una mejora de las páginas vistas a pesar de que llegan menos usuarios que el mes anterior. Esto refleja una mejora del interés de los contactos en el contenido seleccionado, es decir, una volumen más bajo hace mayor fuerza.

En enero todavía estuvo disponible el descargable “Ocho consejos para evitar estafas al comprar online” para darle algo más de recorrido.

//ABANCA

Resultados Newsletter



Correos enviados **22.082**	Aperturas totales **10.982**	Tasa de apertura **35,96 %**	
-0,4 %	**-7,1%**	**-4,3%**	
	Clics **1.999**	Bajas **18**	
	-6,0%	**+5,9 %**	

Ene 24 vs. Dic 23

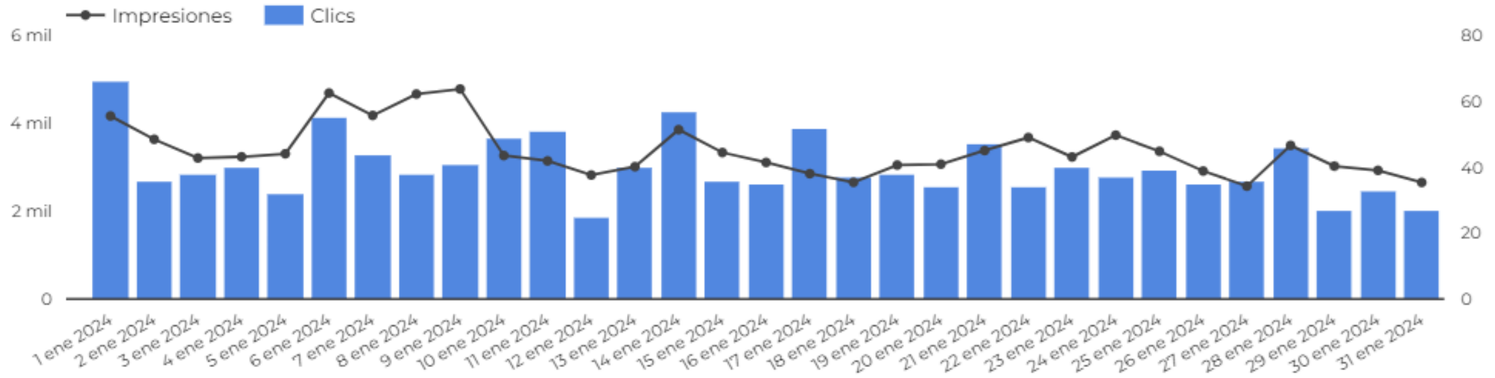
Iniciamos el 2024 con un descenso generalizado en los principales KPIs analizados. Los dos envíos quincenales realizados no lograron captar la atención de los usuarios tal y como muestra la tasa de apertura lograda. Aunque el dato registrado está por encima de la media del sector (21,56 % según los estudios de Mailchimp) mantendremos el foco en realizar los ajustes oportunos para recuperar el crecimiento en febrero.

Del mismo modo, si bien la tasa de clics registrada (5,77%) supera la media fijada por los estudios realizados por Mailchimp en 2,72 %, seguiremos de cerca la respuesta de los contactos para tratar de ajustar el contenido todavía más a sus preferencias e intereses.

Resultados Meta Ads

Impresiones	Clics en el enlace	CTR	Interacciones con el anuncio
104.952	1.245	1,19 %	27.872
↑ 2.2%	↑ 18.0%	↑ 15.5%	↓ -91.5%

> Evolución de impresiones y clics por día



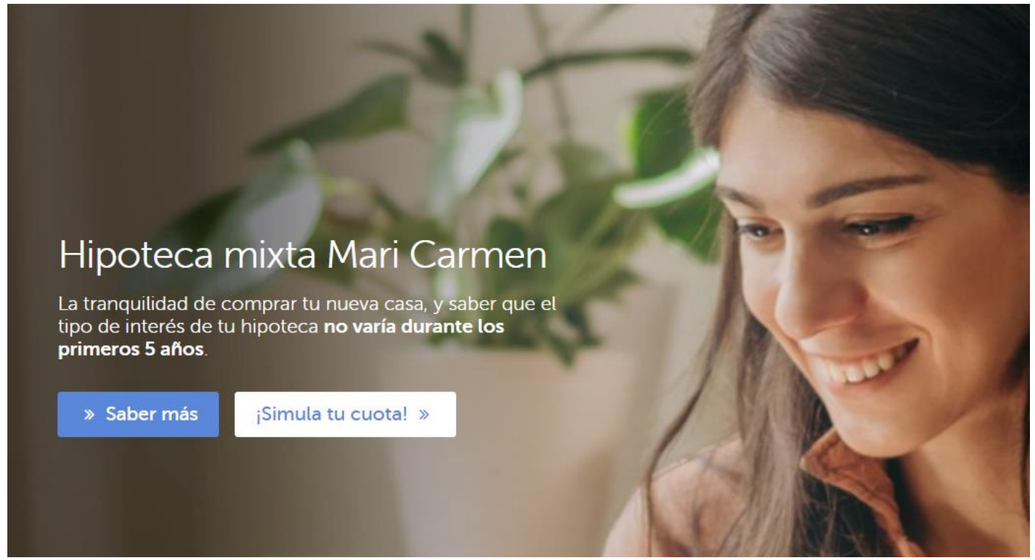


La campaña de enero continúa con el post https://www.cuentasclaras.es/ahorro/cual-es-ahorro-medio-espanol/

Durante este mes, se han logrado casi 105.000 impresiones de los anuncios y más de 1.200 clics hacia el blog, suponiendo una tasa de interacción del 1,20%. A excepción de las interacciones con la publicación, que disminuyen este mes, el resto de KPIs aumenta en comparación con el mes de noviembre. Actualmente estamos revisando las acciones indbound para cohesionarlas y potencias las suscripciones a la newsletter.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Enero 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales 494	Páginas totales 1.860	Páginas totales /sesión 3,8	Tiempo en página (segundos) 360,0	Leads 15
Ene 24 vs. Dic 23	-16,6 %	-16,9 %	-0,4 %	+6,2 %	-28,6 %
Ene 24 vs. Ene 23	60 %	-57,3 %	+6,8 %	+66,4 %	-57,1 %

	Clics CTA abanca.com 208
Ene 24 vs. Dic 23	-7,1 %

Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	50
https://www.abanca.com/es/clientes/	22
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/ban...	19
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/ban...	17
https://www.abanca.com/es/tarjetas/tarjeta-debito/...	17
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&ut...	12
https://www.abanca.com/es/tarjetas/?utm_source=...	12
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	11
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online...	9
https://www.abanca.com/es/legal/cambio-de-divis...	9

KPI’s tráfico orgánico

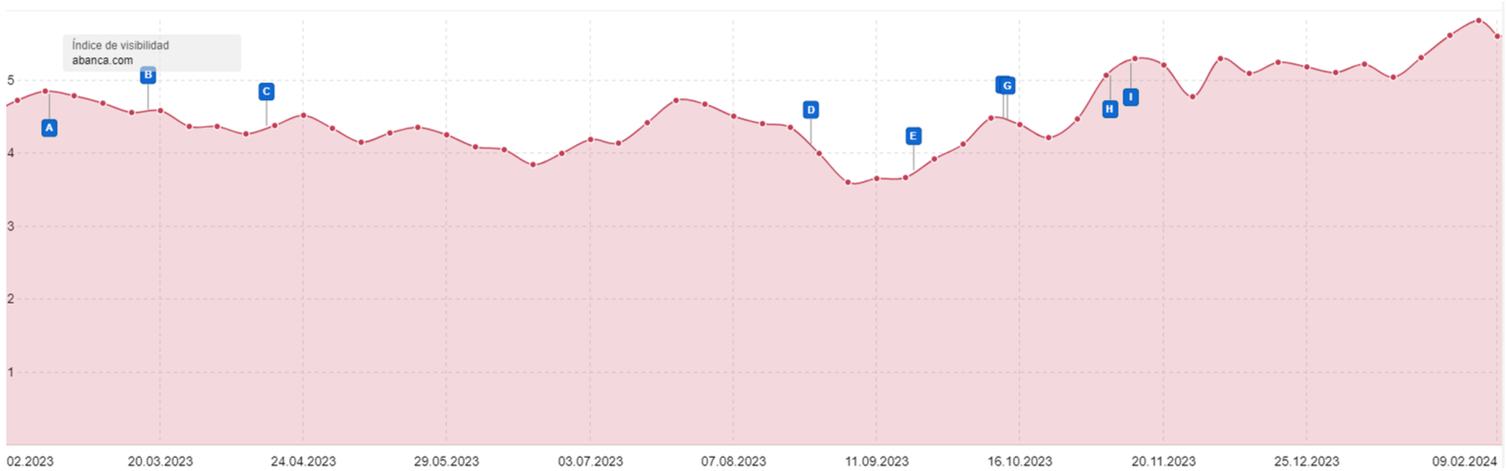
	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	4.283.813	**742.883**	**17,3 %**	**21,5**
vs. Dic 23	**+9 %**	**+15,2 %**	**+9,1 %**	**-11,5 %**
vs. Ene 23	**-7,9 %**	**-5,6 %**	**+3 %**	**-0,4 %**
Media anual	-	-	-	-

En comparativa general contra el mes pasado se aprecia un **aumento de los principales KPI’s**. **En PRT** del excel adjunto y del looker studio **vemos como para las palabras clave trackeadas, se aumenta las que posicionan en primeras páginas con fluctuación de posicionamiento**.

En **comparación con el mes pasado** destaca el **aumento en clics en castellano para la página de *home*, *banca-electrónica*, *empresas*, *banca-electronica-empresas***, ***préstamo-24h*, *cuenta-online*, *cuentas-y-depositos*,** algunas de *ayuda* y *atencion-cliente*; y de producto planes-pensiones y broker-online. Disminuyen para *tarifas-de-servicio*, *planes-de-pensiones* y *banca-movil*.

En **comparación con el mes del año pasado** destaca el **aumento de impresiones y clics en gallego** para la *home, banca-electronica, empresas;* **y en castellano para** *prestamo-24h, cuentas-y-depositos, banca-a-distancia, oficinas-y-horarios y algunas de ayuda.* **Aquí se ve claramente el efecto del cambio de la URL canonical de gl.**

Vista general: índice de visibilidad



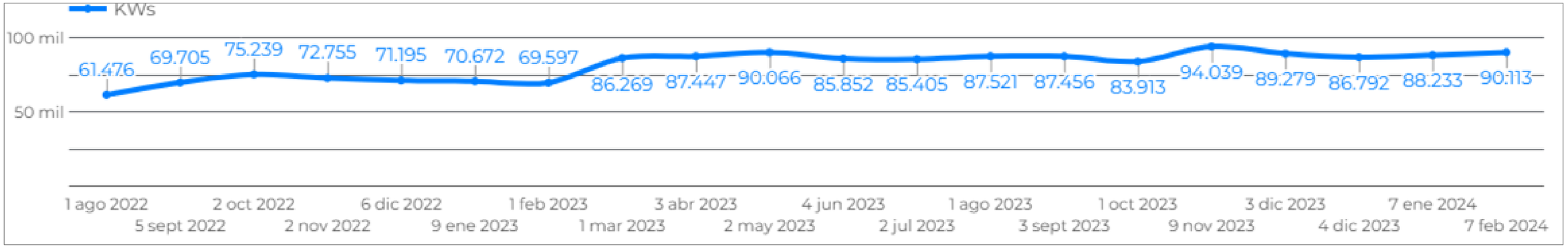
Índice de visibilidad
5,607

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 mejores que cualquier mes de histórico ahora el pasado enero y siguen altos en febrero siendo muy similares.

Ene 24	Dic 2023	Ene 23
5,621	**5,295**	**4,606**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES
90.113

+29,48 %

Feb 24 vs. Feb 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.

Palabras genéricas top

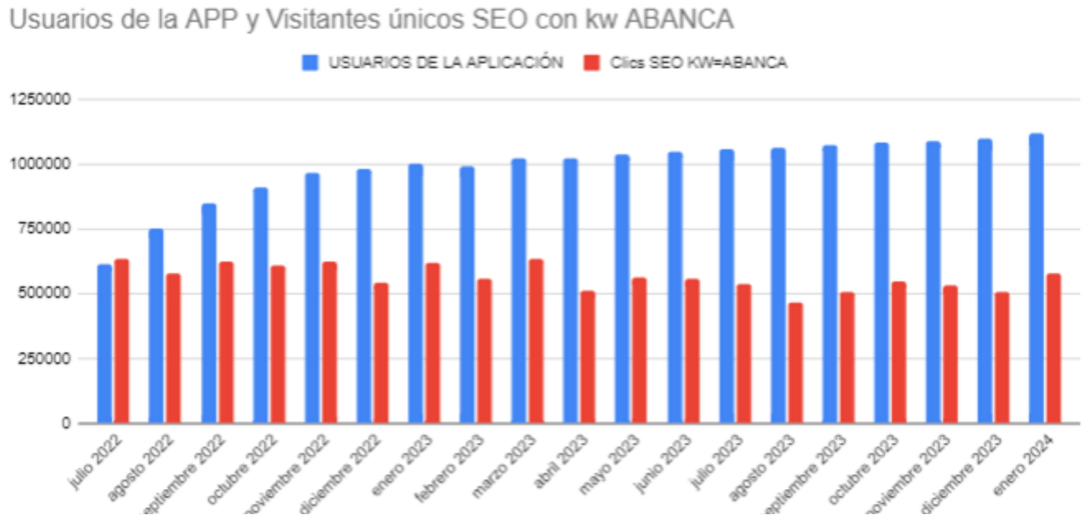
TOP 3 Google genéricas	- **cuenta online banco** - **cuenta empresas** - **abrir cuenta nomina** - **cuenta deposito** - **solicitar prestamo** - **prestamos personales online** - **prestamos con tarjeta** - **tarjetas visa oro** - **tarjeta de crédito para autónomos** - **cuenta clara** - **seguro negocios** - **predica seguros** - **prestamo coche electrico** - **cuenta nomina 300 euros** - **credito 24 horas**

TOP 10 Google genéricas	- **simulador hipoteca** - **prestamo personal** - **banco** - **cuenta nomina online** - **hipoteca** - **cuenta online** - **pedir prestamo online** - **prestamo coche** - **hipoteca mixta** - **hipoteca variable** - **financieras online** - **banco online sin comisiones** - **seguro de negocio** - **seguro de saude** - **nuevos seguros de salud** - **seguro de vida privado** - **seguros de hogar bancos** - **planes de pensiones** - **ofertas planes pensiones** - **abrir cuenta nomina**

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





Enero 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.118.007	**577.742**	**1.167.213**	**126.733**
+11,43 %	**-6,4 %**	**+3,1 %**	**-21,2 %**

Ene 24 vs. Ene 23

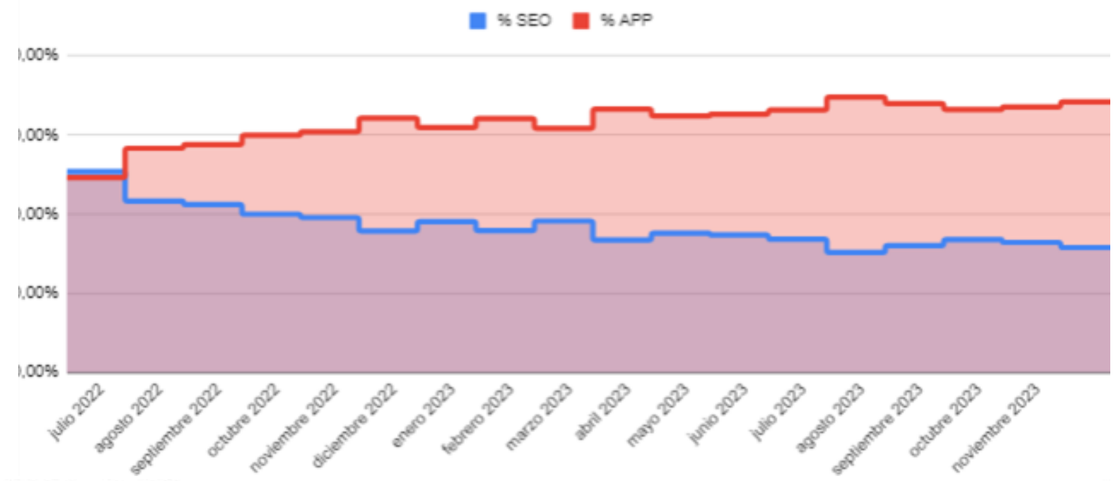
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

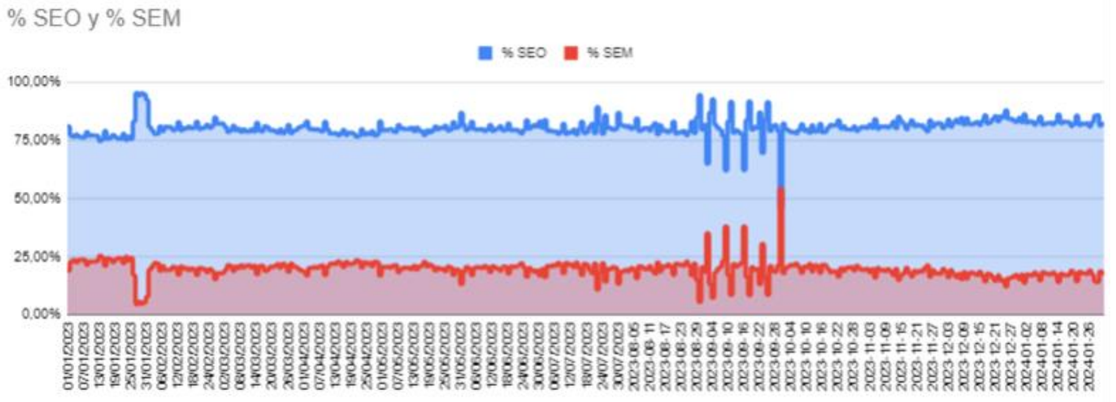
Vemos que, si bien es cierto, disminuyen las sesiones de marca por pago y de orgánico, **el uso de la app va aumentando de forma continuada también durante el mes de noviembre**, entonces estos usuarios acceden a la información de ABANCA directamente desde la misma y no desde el buscador.

Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

SEO, APP y SEM

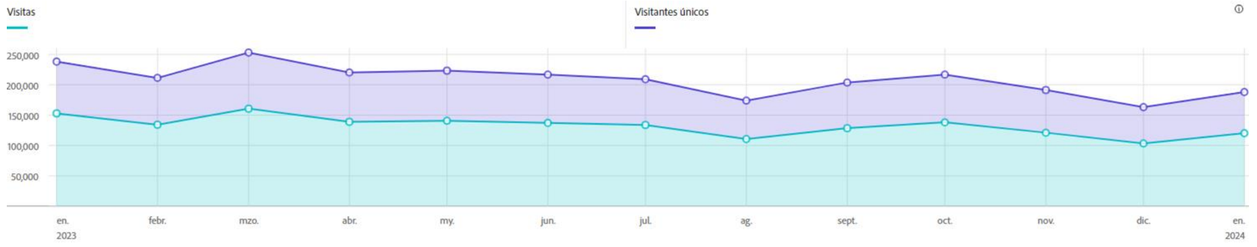
1 Ene 23 - 31 Dic 23





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*:



Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones ganan en enero de 2024 en comparación con diciembre de 2023:

Consultas principales	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	1/12/23 - 31/12/23 Impresiones	Impresiones diferencia
abanca	606495	514599	91896
abanca empresas	104889	88538	16351
prestamos personales	53492	41257	12235
prestamos	38772	32304	6468
prestamo personal	23041	17373	5668
hipoteca	21255	16176	5079
prestamos online	39764	34701	5063
a banca	32512	28334	4178
prestamo	16926	13688	3238
cuenta bancaria	3123	0	3123

Destaca el aumento de impresiones para ***préstamos personales*** e ***hipoteca.***

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

Consultas principales	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	1/1/23 - 31/1/23 Impresiones	Impresiones diferencia
prestamos online	39764	10464	29300
abanca empresas	104889	92422	12467
hipotecas	33559	26536	7023
hipoteca fija	8482	3098	5384
credito	5230	0	5230
dame mi saldo	3933	0	3933
prestamos	38772	35303	3469
prestamo personal	23041	19620	3421
cuenta bancaria	3123	0	3123
creditos	4838	1834	3004

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

Además, destaca de nuevo ***dame mi saldo,*** el servicio extra con las tarjetas de ABANCA.

Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones pierden en diciembre en comparación con noviembre:

Consultas principales	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	1/12/23 - 31/12/23 Impresiones	**Impresiones diferencia**
banca.com	0	6493	-6493
cuenta de ahorro	0	3779	-3779
banca privada	0	1580	-1580
hipoteca fija	8482	10032	-1550
bancos que conceden préstamos p	0	1398	-1398
banco online sin comisiones	0	1333	-1333
prestamos 24	0	1226	-1226
visa oro	0	1144	-1144
pedir prestamo personal	1208	2042	-834

Como los clics bajan en comparación con el mes pasado, se nota también en impresiones, pero con la volatilidad de las SEPRs y el mes que es no es algo preocupante, iremos viendo la evolución también con las mejoras propuestas.

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones pierden en enero en comparación con el mismo mes del año pasado:

Consultas principales	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	1/1/23 - 31/1/23 Impresiones	**Impresiones diferencia**
tarjeta dorada renfe	0	20547	-20547
hipoteca	21255	37063	-15808
abanca electronica	41742	51054	-9312
abanca	606495	614153	-7658
fondos de inversion	0	6494	-6494
tarjeta de debito	0	5261	-5261
abanca online	23246	27115	-3869
cuentas sin comisiones	0	3795	-3795
a banca	32512	36264	-3752
banca movil	2281	5617	-3336

Destacan la bajada de impresiones de nuevo para ***abanca,tarjeta dorada renfe*** y ***banca móvil.***

Datos del mes destacables de PRT

Palabra clave	Búsquedas	diciembre 2023	enero 2024	Dif. posición
credito	550.000	67	12	55
deposito plazo fijo	74.000	72	29	43
prestamos emprendedores	1.900	44	15	29
mediacion de seguros de vida	null	92	66	26
deposito bancario	12.100	43	17	26
seguro de viaje	49.500	72	52	20
simulador de prestamos	27.100	38	18	20
interes hipoteca fija	1.900	41	22	19
seguros coche	49.500	69	50	19
deposito a plazo fijo	74.000	48	30	18
samsung pay	135.000	46	29	17
seguro coche	49.500	55	38	17
seguros de coches	90.500	63	47	16
lineas de credito	1.300	19	6	13
depositos a plazo fijo	74.000	32	19	13
renta variable europa	20	61	49	12
factoring	135.000	27	16	11
deposito a plazo	33.100	22	12	10
fondos renta variable	170	79	69	10
linea de credito	8.100	15	5	10
creditos para emprendedores	6.600	50	41	9
mejor cuenta de ahorro	2.400	83	74	9
fondos de renta variable	480	92	84	8
depositos a plazo	33.100	24	16	8
seguros de coche	90.500	43	37	6

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

Este mes destaca la mejora en primeras posiciones para ***credito***, ***deposito plazo fijo***, ***prestamos emprendedores***, ***interes hipoteca fija***, ***linea de credito*** y ***deposito a plazo***.

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

IMPRESIONES	CLICS
542.518	**18.085**
+15,91%	**+19,51 %**

Ene 24 vs. Ene 23

Este mes destaca de nuevo el aumento de clics para la URL de *prestamo-24h*.

Top términos por clic

Palabra clave	Tipo de kw	URL Clics
prestamos personales	No marca	1.552
prestamos	No marca	1.470
prestamo personal	No marca	1.249
prestamos online	No marca	1.216
prestamo	No marca	495
prestamos personales onli...	No marca	436
prestamo online	No marca	411
prestamo abanca	Marca	381
abanca prestamos	Marca	381
prestamo personal abanca	Marca	290

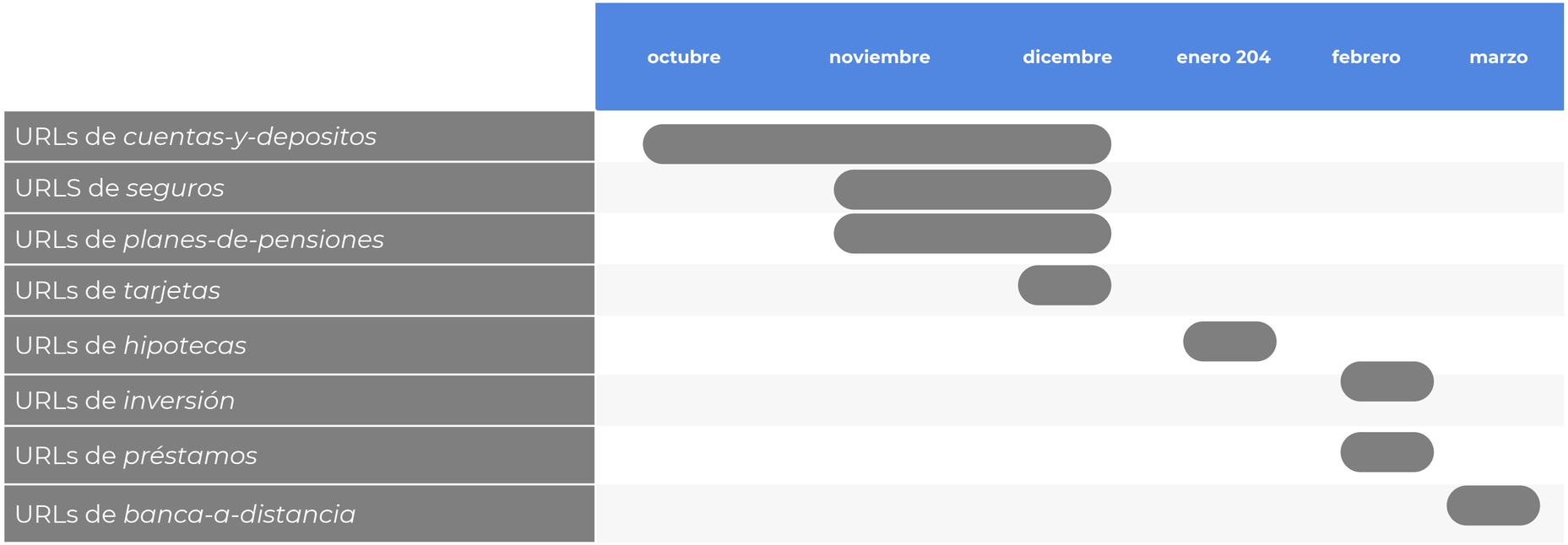
Top términos por impresiones

Palabra clave	Tipo de kw	Impresiones
prestamos personales	No marca	51.329
prestamos online	No marca	39.244
prestamos	No marca	37.112
prestamo personal	No marca	22.831
prestamo	No marca	16.639
prestamo online	No marca	10.447
pedir prestamo	No marca	6.117
prestamos personales onli...	No marca	5.823
préstamo personal	No marca	5.741
préstamos personales	No marca	4.956

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