Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras *www.cuentasclaras.es*



Enero 2025

Departamento de Marketing

//ABANCA

Tareas del mes

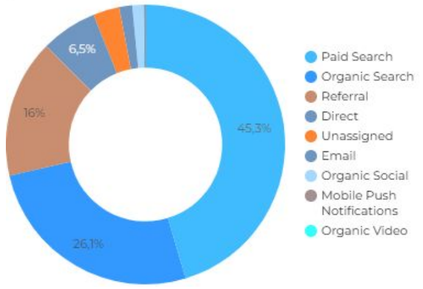
Durante este mes de enero 2025 se han llevado a cabo una serie de tareas recurrentes y nuevas que reflejamos a continuación:

TAREAS HACCE

Tarea	Prioridad	Estado	Asignación	Fecha pedido
AB-310 Instalación pluging corrección links (		No iniciada	Hacce	
AB-405 + AB-408 Revisión marcado schema		En curso	Hacce	16/12/2024
AB-404 Solicitud autor predeterminado		No iniciada	Hacce	26/11/2024
AB-394 Carga menú		En curso	Hacce	5/11/2024
AB-389 Error autoría		Completada	Hacce	4/11/2024
AB-375 URLs incorrectas /12996		Completada	Hacce	23/10/2024
AB-338 Schema author		Completada	Redegal	30/09/2024
Accesibilidad		Completada	Hacce	23/07/2024
AB-310 Links con error		Completada	Redegal	21/05/2024
Bloque de carrusel - Revisar carga		Completada	Hacce	1/10/2024

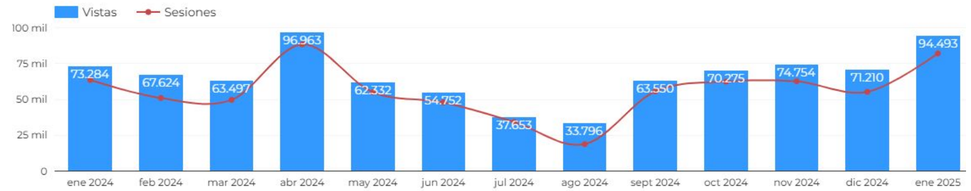
Tareas recurrentes	Departamento
Redacción de **nuevos contenidos**	Social
Actualización y mejoras de contenidos ya publicados	SEO + Social
Optimización de artículos nuevos y actualizados	SEO
Destacado editable en *home* del blog	SEO
Seguimiento de resultados y búsquedas de mejoras	SEO + Social
Implementación de mejoras visuales	SEO + Social
Gestión e integración de podcast	SEO + Social
Planning de contenidos	SEO + Social

Tráfico general | Datos GA4



Canales predeterminados	Sesiones	% Δ	Porcentaje de rebote	% Δ	Dur. media sesión	% Δ
Paid Search	37.828	27.0%	47,58 %	8.2%	00:02:17	3.8%
Organic Search	21.736	19.9%	39,24 %	2.4%	00:02:18	4.0%
Referral	13.373	166.0%	40,04 %	-7.2%	00:01:49	3.0%
Direct	5.436	222.8%	83,11 %	73.9%	00:00:51	-65.0%
Unassigned	2.530	7.6%	40,71 %	4.0%	00:03:37	-10.6%
Email	1.266	223.0%	40,28 %	-3.1%	00:03:17	26.8%
Organic Social	1.092	1,850.0%	61,26 %	7.2%	00:00:59	19.6%
Mobile Push Notifications	177	2.9%	56,5 %	11.7%	00:02:16	-34.9%
Organic Video	1	-	100 %	-	00:00:00	-

URL	Sesiones	% Δ	Vistas	% Δ	% rebote	% Δ	Dur. media sesión	% Δ
ahorro/metodo-6-1-para-ahorrar-compra-del-supermercado/	8.389	14,363.8%	9.890	16,383.3%	36,45 %	604.7%	00:01:33	-54.8%
como-funciona/requisitos-cobrar-pension-viudedad-expareja-pareja...	5.071	18.0%	5.189	2.8%	46,78 %	15.8%	00:02:06	0.1%
ahorro/reforma-pensiones-prejubilarse-60-anos/	5.036	19.9%	5.257	6.1%	41,44 %	10.3%	00:02:38	6.7%
actualidad/como-solicitar-abono-gratuito-renfe/	4.740	338.1%	5.038	281.7%	44,35 %	25.6%	00:01:44	-24.7%
calculadora-sueldo-neto/	4.280	93.1%	4.938	81.9%	23,62 %	8.9%	00:02:39	-0.6%
glosario/contrato-de-arras-como-se-hace/	2.857	104.5%	2.926	86.0%	51,56 %	4.8%	00:02:07	22.6%
como-funciona/certificado-digital/	2.535	21.2%	2.696	5.9%	45,84 %	7.1%	00:01:51	-3.6%
como-funciona/estado-tramitacion-becas-mec/	2.391	-46.9%	2.573	-53.1%	43,87 %	14.9%	00:01:56	-1.4%
glosario/tae-que-es/	2.138	24.7%	2.155	7.2%	51,45 %	18.8%	00:01:56	-11.5%
actualidad/sueldo-medio-espana/	1.910	127.7%	1.983	101.5%	49,58 %	1.2%	00:01:48	39.0%



Vemos datos de todos los canales de tráfico

- Destaca **Paid Search** con sesiones, aumentando las mismas, y **Email** por duración de la sesión de los canales conocidos.
- **Organic Search** aumentan un 19,9% sesiones (tendencia que también se dio el año pasado), y el porcentaje de rebote disminuye sigue sin llegar al 40%; sigue siendo el canal con menor porcentaje de rebote.
- Top de artículos del mes destaca el de *método 6 1 para ahorrar* (viene de Referral), *requisitos pension viudedad* (Paid), *reforma pensiones* (Paid), *bono renfe* (destaca orgánico)

//ABANCA

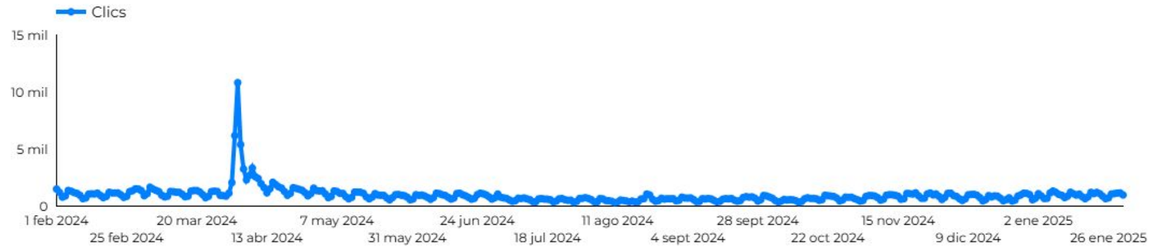
Tráfico orgánico | Datos GSC

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

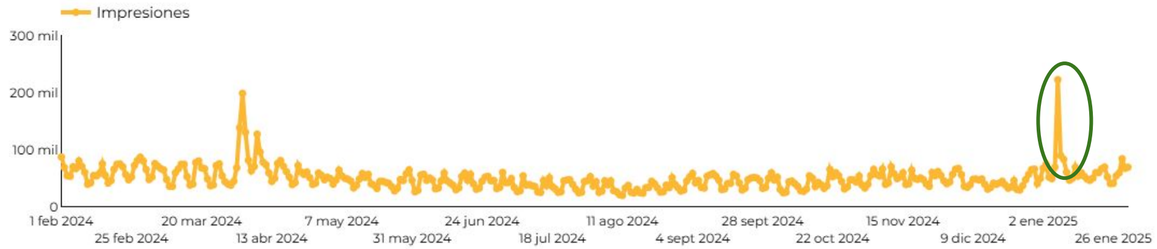
Con las mismas tratamos de aumentar los resultados orgánicos y tener el mejor posicionamiento posible, a pesar de la **falta de ayuda en las SERPs para conseguir clics**.

	Diciembre 2024	*Enero 2025*	
CLICS	25.009	30.254	↑ 21%
IMPRESIONES	1.379.649	2.014.566	↑ 46%
Posición media	25,4	18,5	↓ 5,9%

EVOLUCIÓN ANUAL CLICS



EVOLUCIÓN ANUAL IMPRESIONES



//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos GSC

Palabra clave	Posición media	Clics	Impresiones	Site CTR
salario medio españa 2024	2,29	626	7.702	8,13 %
abono renfe 2025	6,2	343	22.574	1,52 %
sueldo medio españa 2024	1,09	330	4.351	7,58 %
abono recurrente renfe 2025	5,57	245	11.389	2,15 %
complemento brecha de género caráct...	7,06	169	3.606	4,69 %
calculadora sueldo neto 2025	8,77	124	6.373	1,95 %
abonos renfe 2025	6,55	89	8.717	1,02 %
devolver recibo abanca	1,01	89	155	57,42 %
salario medio en españa 2024	1,66	78	1.114	7 %
renfe abono 2025	6,84	75	9.281	0,81 %
salario medio españa	4,79	71	2.696	2,63 %
abono gratuito renfe 2025	7,86	68	6.643	1,02 %
tarjeta virtual abanca	2,98	62	460	13,48 %
resolución becas mec 2024-25	9,19	60	2.101	2,86 %
sueldo medio en españa 2024	1,12	58	750	7,73 %
bono recurrente renfe 2025	6,41	57	2.900	1,97 %
cuanto tardan en conceder la brecha d...	5,4	54	1.419	3,81 %
renfe abono recurrente 2025	6,07	50	2.922	1,71 %
bono recurrente 2025	4,3	47	497	9,46 %
abanca transferencias inmediatas	1,65	41	210	19,52 %

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

1. ***Sueldos en España,*** artículo actualizado el 21 de noviembre.
2. ***Abono de Renfe***, artículo publicado el 27 de diciembre y actualizado varias veces, la última el 29 de enero con la última resolución de permanencia del mismo hasta el 30 de junio de 2025.
3. ***Becas y ayudas.***
4. ***Complemento de la brecha de género.***
5. ***Calculadora sueldo***
6. **Productos de ABANCA.**



Insights:

- Contenidos de **actualidad**. Vemos totalmente en estos resultados la gran importancia de los mismos
- 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. En este informe lo vemos de nuevo con el ejemplo de sueldo medio.

Tráfico orgánico | Datos GSC

URL	URL Clics	Impresiones	URL CTR	Posición media
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/estado-tramitacion-becas-mec/	3.263	79.257	4,12 %	9,11
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/como-solicitar-abono-gratuito-renfe/	2.859	199.861	1,43 %	8,23
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/sueldo-medio-espana/	2.567	61.572	4,17 %	5,54
https://www.cuentasclaras.es/calculadora-sueldo-neto/	1.494	96.577	1,55 %	14,07
https://www.cuentasclaras.es/ahorro/consejos-comprar-una-lavadora-eficiente/	711	21.612	3,29 %	4,42
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/pago-con-tarjeta-obligatorio-negocios-o-efectivo/	525	12.160	4,32 %	14,79
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/modificar-datos-catastro-finca/	498	12.904	3,86 %	8,3
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/cambio-pesetas-euros/	484	81.159	0,6 %	10,01
https://www.cuentasclaras.es/actualidad/como-incluir-a-los-hijos-en-la-declaracion-de-la-renta/	457	18.563	2,46 %	10,76
https://www.cuentasclaras.es/como-funciona/devolver-recibo-banco/	431	3.986	10,81 %	14,02

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

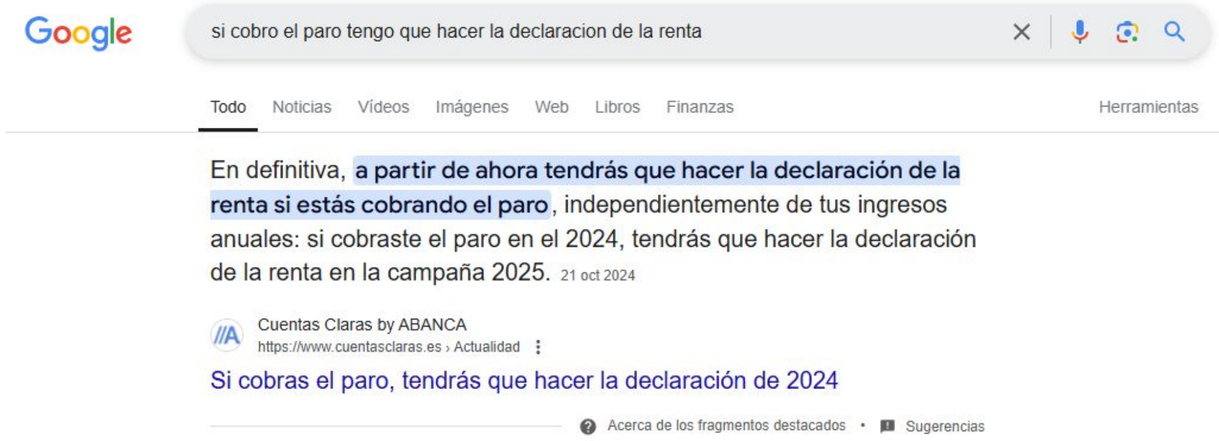
En datos generales, que tenemos en el looker, en **comparación con el mes pasado,** vemos cómo aumentan clics para algunos artículos como:

- *¿Cuál es el sueldo medio en España de 2024?* **135,7%**
- *Cómo solicitar el abono gratuito de Renfe en 2025* **83,5%**
- *Calculadora Sueldo Neto* **109,2%**

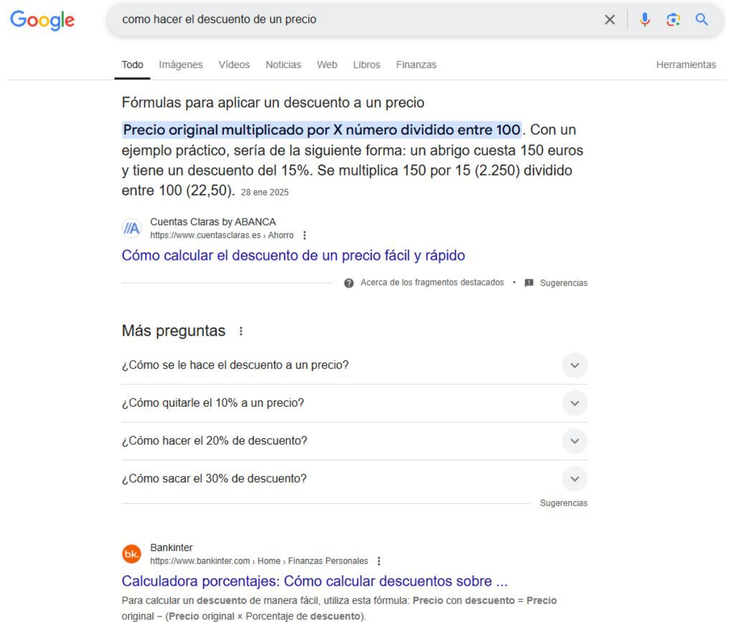
En **comparación con el mes de enero del año pasado,** que ya estuvieran publicados:

- *¿Cómo seguir el estado de tramitación de las becas MEC 2024-2025?* **574,2%**
- *¿Cuál es el sueldo medio en España de 2024?* **4.743,4%**
- *Calculadora Sueldo Neto* **15,6%**

Tráfico orgánico | Datos Google







Insights:

- **Infografías** para nutrir el posicionamiento: **25 de mayo se implementa la 1º**, **17 de junio la 2º, 27 de septiembre la 3º**, **23 de diciembre la 4ª**, **30 de enero la 5º**.
- **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 Dic 24	Flujo visitas Ene 25	
567	**1.087**	↑ **91,7%**

⚠️ 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 Dic 24	Flujo visitas Ene 25	
1.338	**1.541**	↑ **15,2%**

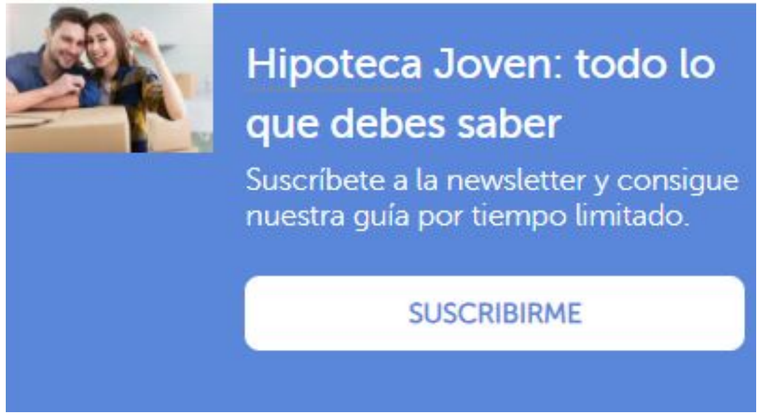
Resultados Newsletter

En **enero enviamos tres newsletter**, por la news que quedó pendiente de diciembre tras la incidencia de la visualización de los post con podcast. Por eso, vemos números tan positivos en general. **Las cifras individuales se mantienen dentro de los porcentajes esperados**, destacando ligeramente la news de ahorro infantil, **método de las cuatro huchas**.

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

Correos enviados	Aperturas totales	Tasa de apertura	Clics	Bajas
36.103	19.099	38%	4.547	65
+207%	+219,6%	+6,3%	+336%	+209,5%

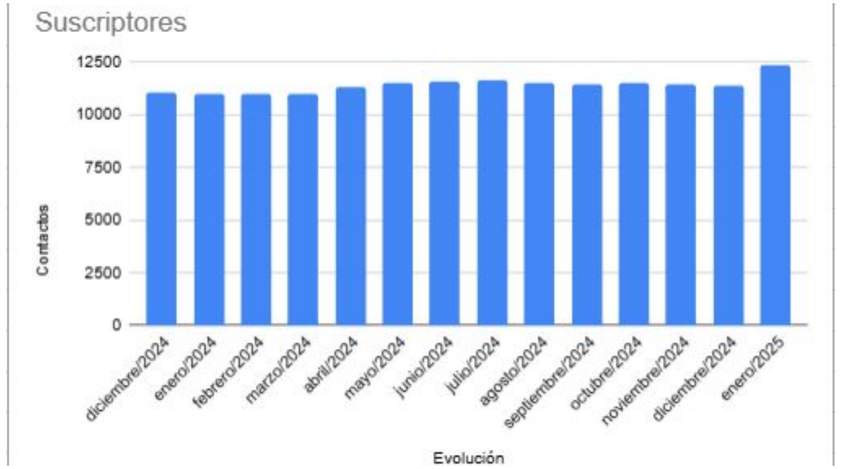
Enero 25 vs. Diciembre 24



Descargas	Descargas totales
3	10

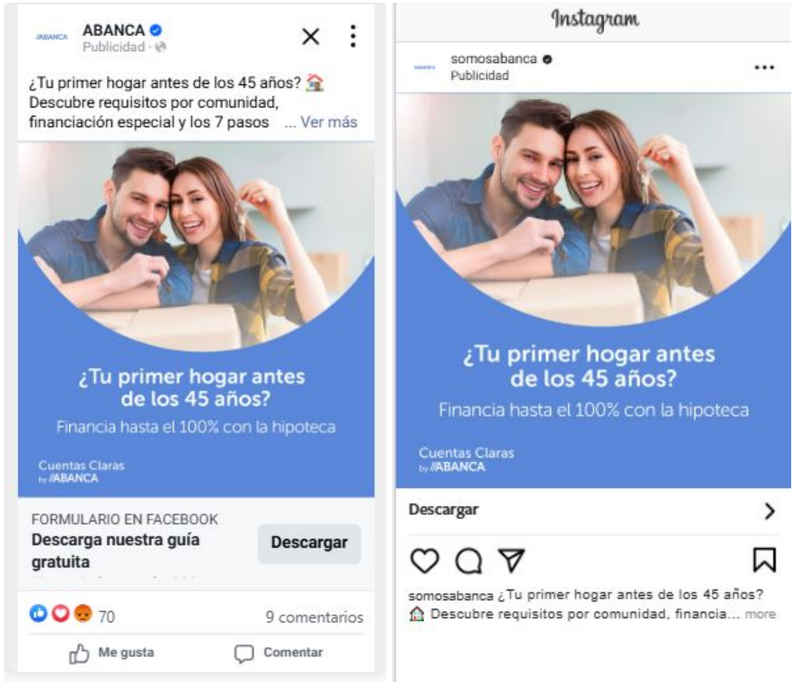
Descargables

Mantenemos la 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 enero.

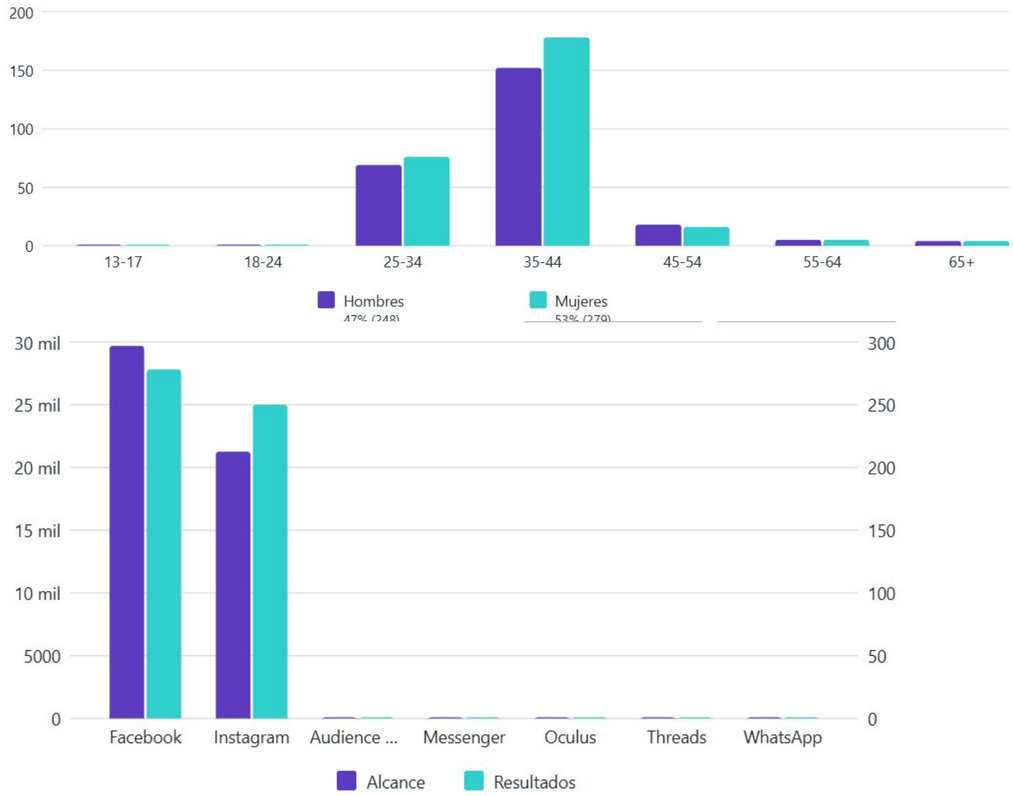


Resultados Meta Ads - Campaña de captación de suscriptores

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.



Totales campaña	Suscriptores mes	Alcance	Clics
829	528	45.006	1.399



El anuncio se mostró a **142.236 personas** y registró **1.399 clics** en el enlace durante este período. Los usuarios que **más han interactuado son los adultos entre 35-44**, y navegan a través de Facebook, y muy seguido de Instagram. Durante este año ha habido meses de parón de campaña. En general, desde el mes de abril, hemos conseguido una **media de 140 suscriptores mensuales a través de esta campaña.**

Recomendaciones y próximos pasos

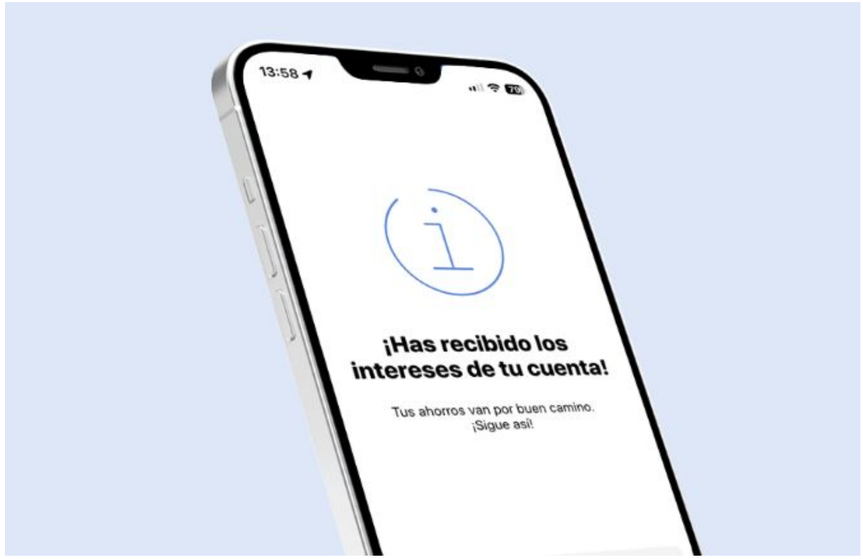
- Mantener el **ritmo de publicación y de actualización** del contenido.
- Trabajar formatos visuales con **tablas, gráficos** e **infografías** para completar aquellos artículos más didácticos y con oportunidades de crecimiento SEO.
- **Enfoque de contenido actual:** mix entre contenido centrado en actualidad y producto según las tendencias de búsqueda que vemos en Google.
- Preparación de calendario de trabajo para la migración.
- 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.
- **Recuperación del botón del blog** en el menú principal de www.abanca.com.

Además, **Foco con HACCE** :

- Corrección de datos estructurados.
- Plugin de enlazado interno.
- Visualización de gráfica cortada artículo.
- URLs generadas incorrectas.

Informe mensual SEO

www.abanca.com

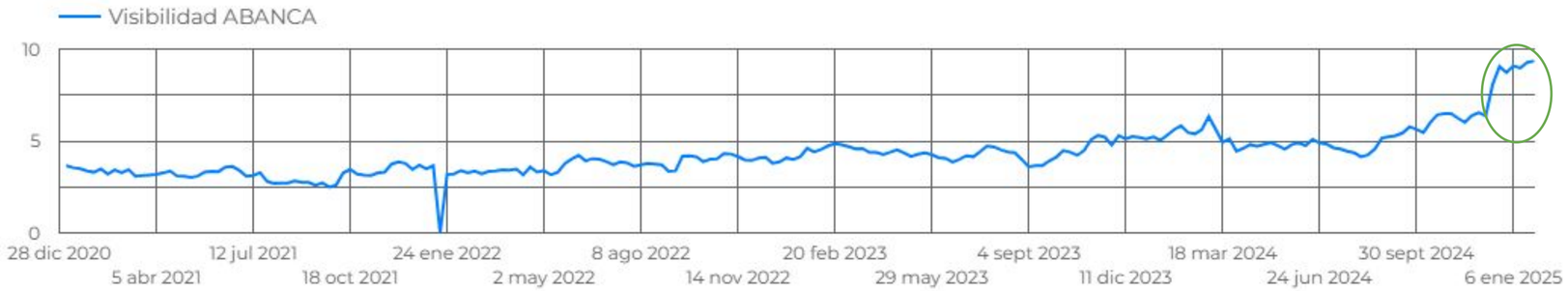


Enero 2025

Departamento de Marketing

//ABANCA

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

★ **9,35**

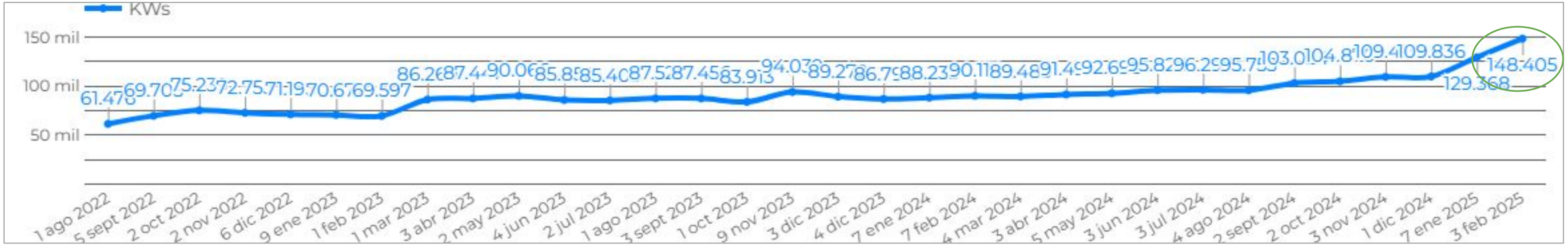
Cambios de visibilidad del dominio con la Core Update de diciembre, a lo largo del informe veremos el reflejo de los mismo en el site a analizar.

Ene 24	Feb 24	Mar 24	Abr 24	May 24	Jun 24	Jul 24	Ago 24	Sep 24	Oct 24	Nov 24	Dic 24
4,606	**5,621**	**5,621**	**4,81**	**4,804**	**4,89**	**4,89**	**4,36**	**5,77**	**6,42**	**6,38**	**8,73**

Ene 25
9,35

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

★ **148.405**

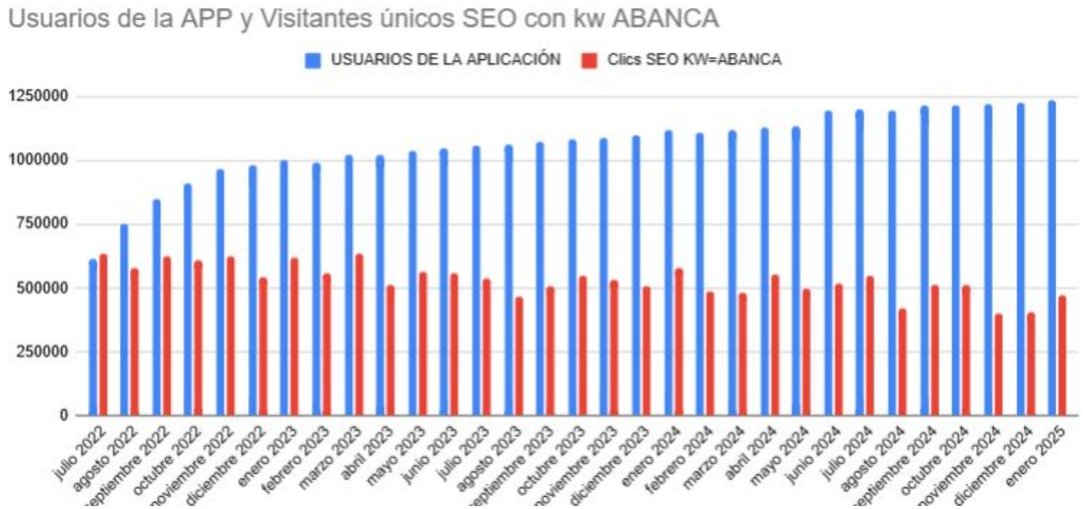
+64,69 %

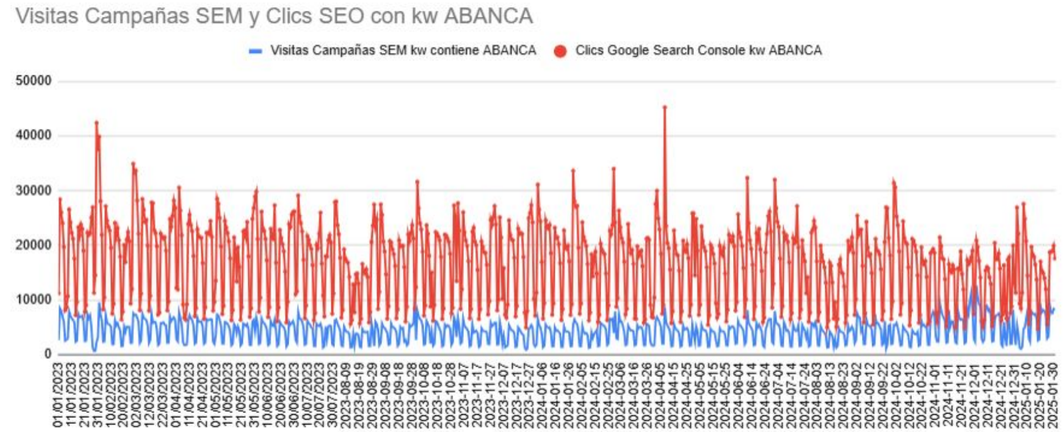
Feb 25 vs. Feb 24

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





Enero 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.237.784	468.389	1.066.009	207.064
+10,71 %	-18,9 %	-8,7 %	+58,2 %

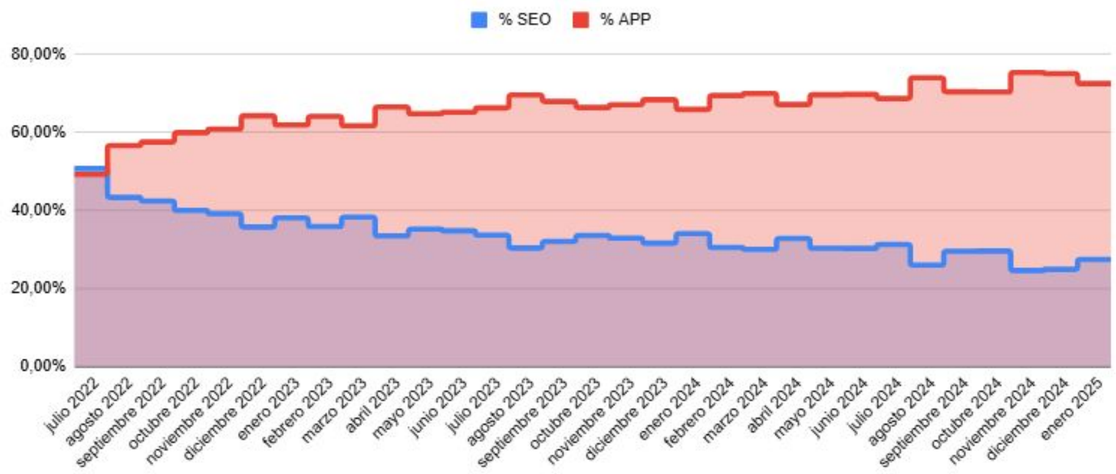
Ene 25 vs. Ene 24

Este mes disminuyen clics e impresiones de orgánico y aumentan casi el 60% las sesiones de Google Ads (el mes pasado un 80%) y casi un 12% las personas usuarias de la app.

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.

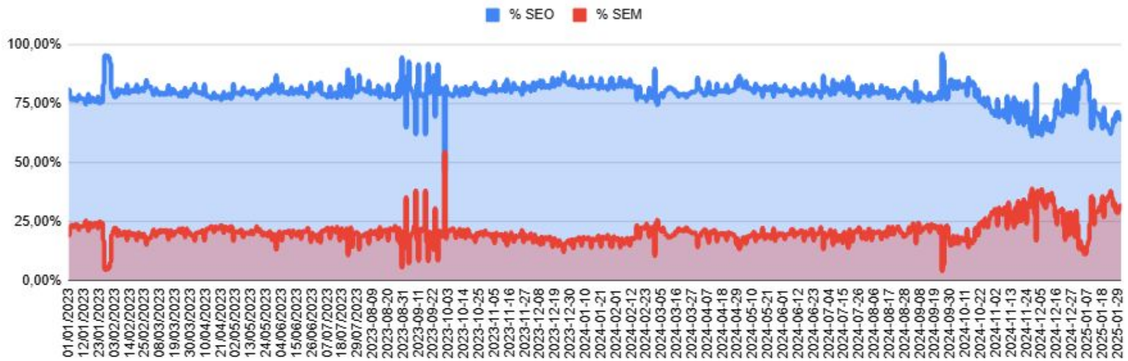
Análisis tráfico por palabras clave que contienen “abanca”

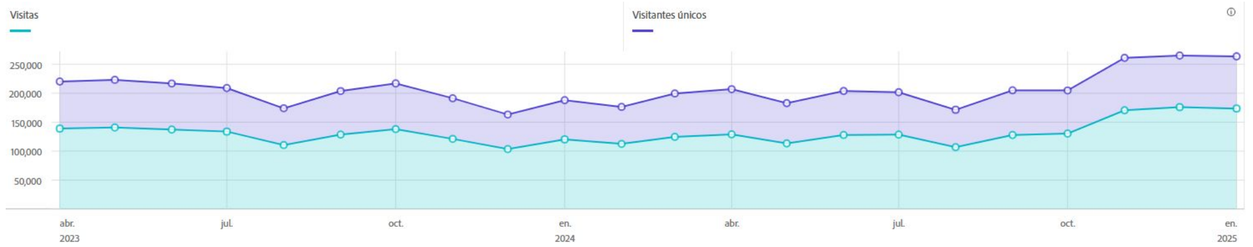
SEO, APP y SEM



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

% SEO y % SEM





KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	6.069.916	634.556	10,5 %	24,9
vs. Dic 24	+27,8 %	+17,1 %	-8,3 %	-0,3
vs. Ene 25	+41,7 %	-14,6 %	-39,7 %	+3,4
Media anual	383.055	390.500,5	25,1 %	10,2



En **comparación con el mes del año pasado**, descienden clics y aumentan casi un 42% las impresiones, al analizarlo vemos como esta **bajada de clics viene principalmente de palabras clave de marca como** *abanca* (-52.418), abanca empresas (-24.718), *abanca electrónica* (-6.113), *abanca particulares* (-4.225),*a banca* (-4.092), *abanca online* (-3.649), *abanca electrónica* (-2.295), *a banca empresas* (-2.083). **Los clics genéricos son superiores a los de enero de 2024 un 32,3%, y las impresiones un 39,1%.**

En **comparación con el mes pasado** la subida viene tanto por palabras clave de marca como genéricas. **Aumentan las palabras clave genéricas para las que posiciona la web en primera página en un 14%.**

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/	252.486
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-electronica/	92.269
https://www.abanca.com/es/empresas/	65.836
https://www.abanca.com/es/prestamos/prestamo-24h/	17.324
https://www.abanca.com/es/hipotecas/hipoteca-joven/	13.619
https://www.abanca.com/es/empresas/grandes-empresas/	13.383
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online/	12.494
https://www.abanca.com/es/banca-electronica-empresas/	10.576
https://www.abanca.com/gl/	9.019
https://www.abanca.com/es/contacto-clientes/	8.871
https://www.abanca.com/es/cuentas-y-depositos/	6.462
https://www.abanca.com/es/hipotecas/	5.919
https://www.abanca.com/es/prestamos/	5.682
https://www.abanca.com/es/banca-personal/	4.875
https://www.abanca.com/gl/banca-a-distancia/banca-electronica/	4.152
https://www.abanca.com/es/ayuda/productos/cuentas/	4.025
https://www.abanca.com/es/oficinas/	3.785
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/banca-telefonica/	3.520
https://www.abanca.com/es/hipotecas/hipoteca-maricarmen-fija/	2.994
https://www.abanca.com/es/empresas/ayuda/banca-electronica/operaciones-...	2.893

Top palabras clave de marca del mes:

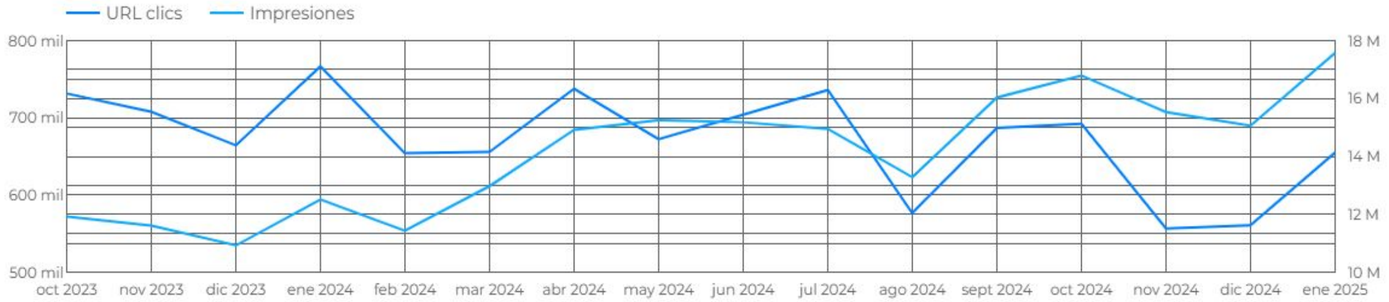
Palabra clave	URL Clics
abanca	254.340
abanca empresas	65.429
abanca electronica	32.657
abanca particulares	14.918
a banca	13.051
abanca online	8.958
abanca electrónica	6.057
banca electronica abanca	4.519
a banca empresas	3.842
abanca banca electronica	2.428
a banca electrónica	2.038
www.abanca.com	2.001
abanca clientes	1.953
abanca empresas online	1.840
a banca online	1.712
a banca particulares	1.462
abanca online particulares	951
abanca hipoteca	950
abanca.com	946
abanca.com área cliente	805

Top palabras clave genéricas del mes:

Palabra clave	URL Clics
prestamo personal	1.849
hipoteca 100%	1.240
prestamos	1.176
hipotecas al 100	1.004
bankoa	880
banca electronica	768
hipoteca 100	744
cuenta nomina	635
hipoteca 100 financiacion	575
hipoteca joven	487
hipoteca	477
préstamo personal	439
prestamo	434
caixa activa	430
hipotecas 100%	393
prestamo online	376
hipotecas	339
banca	335
prestamos personales online	326
prestamos personales	314

KPI’s tráfico orgánico

Tras la Core Update de Google de diciembre, terminada el 18/12 y las mejores en los rediseños, vemos como este mes de enero tenemos una tendencia de aumento tanto de clics como de impresiones, así como mejora en posicionamiento de algunas palabras clave:



Viendo el evolutivo de clics e impresiones de todo el site queda claro como los últimos meses se aumentan mucho más las impresiones.



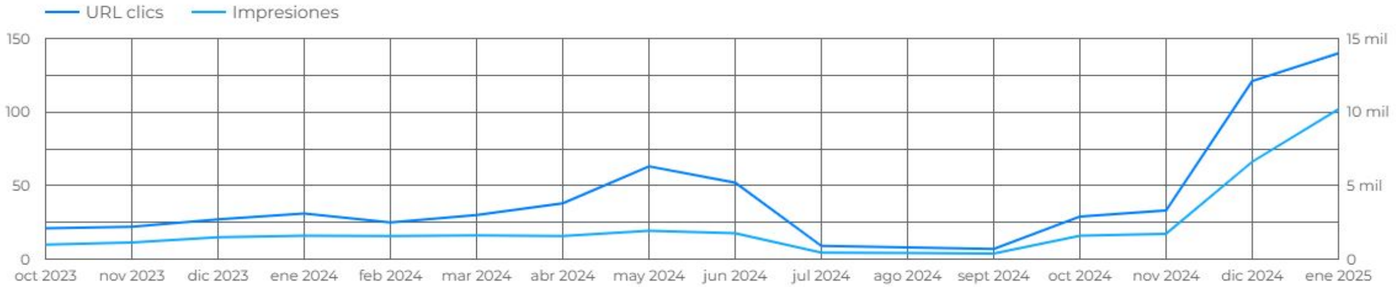
Vemos los datos de impresiones de enero de 2025 en comparación con las de 2024. Son muy superiores con un pico el 8 de enero relativo a *abanca oficinas*.

En cuanto a aumento de impresiones a lo largo del mes en comparación con el del año pasado en palabras clave genéricas, las que más destacan son *tarjeta de crédito (posición 9,1 vs 35,5), cuanta bancaria (10,5 vs 19,9), plan de pensiones (8,3 vs 18,3), cuenta reumerada (9,2 vs 20,5), hipotecas fijas (7,8 vs 15), hipoteca (6,6 vs 10,6), hipoteca joven (5,8 vs 39,3), préstamos personales urgentes (10,2 vs 47,6), domiciliar nomina (4,8 vs 15).*

KPI's tráfico orgánico

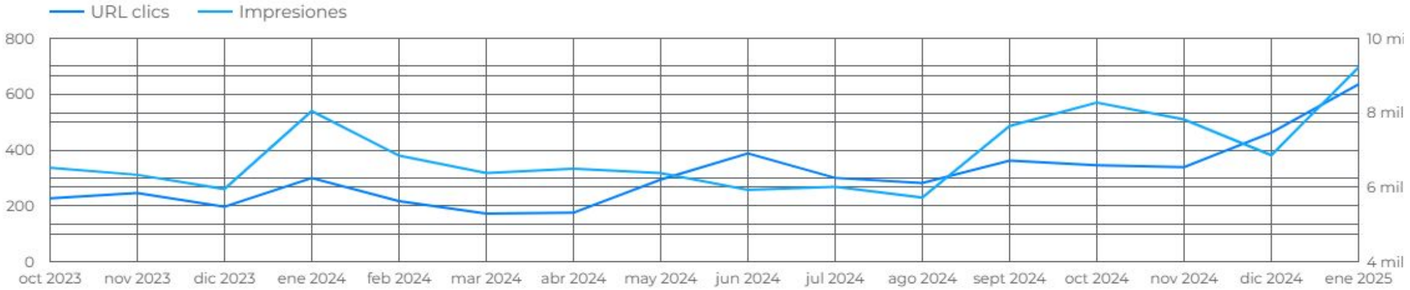
Siguiendo el análisis comenzado con la Core Update de Google de diciembre, terminada el 18/12 vemos los siguientes datos salientables:

Cuenta remunerada: aumentan clics, impresiones y mejora posición media quedando en 9,3 en enero, después de estar el 9,5 en diciembre y 19,38 en noviembre.



Posiciona y lleva los clics la URL de *cuenta-online,* haciéndolo también de forma residual la URL general de *cuentas-y-depositos* y la *home*.

Cuenta nomina: aumentan clics, impresiones y mejora posición media quedando en 2,7 en enero, después de estar el 3,2 en diciembre.



Posiciona y lleva los clics la URL de *cuenta-online* de *es.*

KPI’s tráfico orgánico

En **comparativa general con** los meses de **junio-diciembre de 2024**, con el cambio de diseño, y los h1 implementados correctamente finalmente en algunas URLs, 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	noviembre 2024	diciembre 2024	enero 2025	
prestamo 24 horas	2,5	4,2	3,1	2,5	4,7	4	4,5	4,2	↑
prestamo 24	7,3	9,6	6,7	7,6	6,7	7,1	7,2	6,8	↓
abrir cuenta online	6,4	6,8	7,3	6,9	7,4	6,9	5,9	5	↓
cuenta online sin comisiones	8,1	7,6	7,4	6,9	7,5	7,5	6,1	5	↓
fondos next generation para particulares	37,6	39	-	16,1	21,9	19,8	9,2	7,6	↓
fondos next generation *(empresas)*	41,7	48,6	38,8	39,6	37,7	58	40	42	↑

KPI's tráfico orgánico

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

URLs de hipoteca joven

Clics

13.619
↑ 134.3%
Este mes

Impresiones

203.701
↑ 76.5%
Este mes

Palabra clave	% Δ
hipoteca 100%	150.1% ↑
hipotecas al 100	399.0% ↑
hipoteca 100	160.7% ↑
hipoteca 100 financiacion	131.9% ↑
hipoteca joven	31.1% ↑
abanca hipoteca joven	115.9% ↑
hipotecas 100%	110.2% ↑
hipoteca joven abanca	40.1% ↑
hipotecas al 100%	284.7% ↑
hipoteca joven 100% finar	229.4% ↑

Vemos los datos de la URL de en concreto.Como vemos son en su mayoría **clics por búsquedas genéricas**. En cuanto **a posiciones medias de las principales mejoran mucho,** siguiendo la tendencia de los meses anteriores.

Mostramos los globales para el **segmento de hipotecas particulares**:

Keywords de marca por URL				Keywords genéricas por URL			
CLICS	IMPRESIONES	POS. MEDIA	CTR	CLICS	IMPRESIONES	POS. MEDIA	CTR
6.580 ↑ 68.5% MoM	634.915 ↑ 36.5% MoM	1,7 ↑ 6.3% MoM	1,0 % ↑ 23.5% MoM	12.066 ↑ 124.6% MoM	356.890 ↑ 31.6% MoM	10,6 ↑ 0.2% MoM	3,4 % ↑ 70.6% MoM

URL de prestamo 24h

Clics

17.324
↑ 49.6%
Este mes

Impresiones

754.972
↑ 34.2%
Este mes

Palabra clave	% Δ
prestamo personal	57.1% ↑
préstamo personal	31.6% ↑
prestamo	-13.4% ↓
prestamos	238.1% ↑
prestamo online	18.8% ↑
prestamos personales online	47.1% ↑
abanca prestamo personal	60.4% ↑
prestamos personales	74.1% ↑
prestamo personal abanca	62.3% ↑
préstamos personales urgente	25.9% ↑

Aumento de clics genéricos y de marca. El posicionamiento de las palabras clave principales en general no cambia de forma sustancial, sino que lo hacen las búsquedas de las usuarias.

Mostramos los globales para el **segmento de préstamos particulares**:

Keywords de marca por URL				Keywords genéricas por URL			
CLICS	IMPRESIONES	POS. MEDIA	CTR	CLICS	IMPRESIONES	POS. MEDIA	CTR
5.501 ↑ 55.8% MoM	258.313 ↓ -12.1% MoM	2,0 ↑ 10.6% MoM	2,1 % ↑ 77.4% MoM	13.275 ↑ 40.3% MoM	739.851 ↑ 13.8% MoM	14,1 ↑ 12.4% MoM	1,8 % ↑ 23.3% MoM

KPI's tráfico orgánico

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

URL de cuenta-online

Clics

12.494
↑ 58.3%
Este mes

Impresiones

721.108
↑ 84.1%
Este mes

Palabra clave	% Δ
cuenta nomina	112.4% ↑
cuenta clara abanca	-9.1% ↓
abanca nomina	76.3% ↑
abanca cuenta nomina	89.2% ↑
abanca cuenta remunerada	248.3% ↑
cuenta remunerada abanca	168.9% ↑
cuenta nomina abanca	74.3% ↑
abanca	-28.1% ↓
abrir cuenta online	18.1% ↑
cuenta abanca	36.0% ↑

Aumento de clics, impresiones para **palabras clave de marca y genericas**. Destaca la subida de búsquedas que incluyen el término *remunerada*.

URL de hipotecas

Clics

5.919
↑ 33.7%
Este mes

Impresiones

760.071
↑ 43.9%
Este mes

Palabra clave	% Δ
abanca	40.6% ↑
abanca hipoteca	39.2% ↑
hipoteca abanca	-3.5% ↓
hipoteca	64.5% ↑
hipotecas	-1.5% ↓
abanca hipotecas	47.3% ↑
hipotecas abanca	0.7% ↑
prestamo hipotecario	294.1% ↑
hipoteca autopromotor abanc	90.9% ↑
a banca	-2.6% ↓

Aumento de clics e impresiones para la **URL de hipotecas**, para **palabras clave de marca y genericas.**

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
Corrección de etiquetado de URLs y sitemap	SEO	Pendiente ABANCA
Datos estructurados de preguntas frecuentes	SEO	Pendiente ABANCA

Gracias