Informe mensual SEO & Contenidos

Blog Cuentas Claras cuentasclaras.es



Febrero 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 tareas extra	Recomendación	¿Por qué?	Hilo de basecamp	Viable
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
Hecho	Enlace dofollow desde el menú www.abanca.com	Linkbuilding		Sí
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
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
Descartado	Publicar autoría en los artículos	Confiabilidad y experiencia (EEAT)	Hilo	No
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
Hecho	Mejoras en robots	Optimización general de la indexación y el crawlbudget		Sí
Pendiente HACCE	WPO	Para mejorar la velocidad de carga del site		Sí
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
Pendiente HACCE	Corregir datos estructurados de artículos	Optimización de resultados enriquecidos y clasificación de la informació	Hilo	Sí

- **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
	1.834.974	31.551
Feb 24 vs. Ene 24	-12,9 %	-13,3 %
Feb 24 vs. Feb 23	- 39,1 %	-51 %

Para hacer una buena lectura de los resultados hay que tener en cuenta los cambios en las SERPs. Actualmente hay muchas búsquedas que ya tienen respuesta en el mismo buscador y otras a las que Google ha dado el posicionamiento a medios de comunicación.

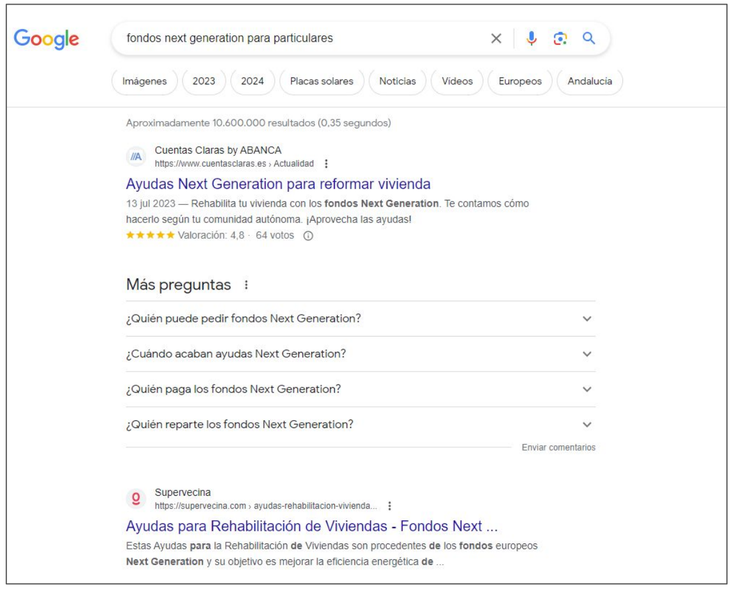
Los artículos que mejor funcionan este mes por clics por temas de bancos y finanzas son: *Cómo incluir a los hijos en la declaración de la Renta 2023, ¿Cuál es el ahorro medio español del 2023?, ¿Cómo modificar los datos de catastro de tu finca?, Mi tarjeta va a caducar, ¿qué debo hacer?* y *¿Cuál es el cambio de pesetas a euros?, ¿cuánto valdrían ahora?*.

En algunas que perdemos clics, se sigue posicionando bien:

Consultas principales que más clics ganan
cuanto dinero tiene de media un español en el banco
ahorro medio españoles
cuanto ahorra un español al año
cargo y abono
recursos intangibles
interes
tarjeta virtual abanca
anticipo nomina abanca
abanca tarjeta caducada
producto nacional bruto
que son los flujos financieros
a partir de que cantidad hay que declarar criptomonedas
edr coche
caracteristicas del estado de flujo de efectivo
renovar tarjeta abanca

Consultas principales que más clics pierden
25000 pesetas a euros
como devolver un recibo en abanca
devolver recibo abanca
cuando paga la seguridad social
pesetas a euros
500 millones de pesetas en euros
fondos next generation para particulares
500 000 pesetas a euros
declaracion responsable
declaración responsable
cuando paga el inss la incapacidad temporal
ayudas de minimis
pib nominal
500.000 pesetas a euros
cuando hay que hacer la declaración de la renta

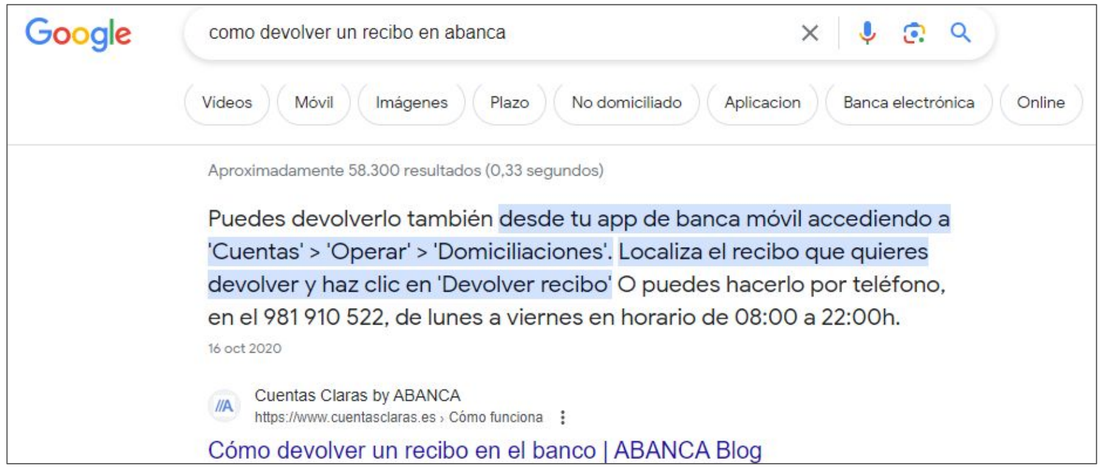
Feb 24 vs. Feb 23

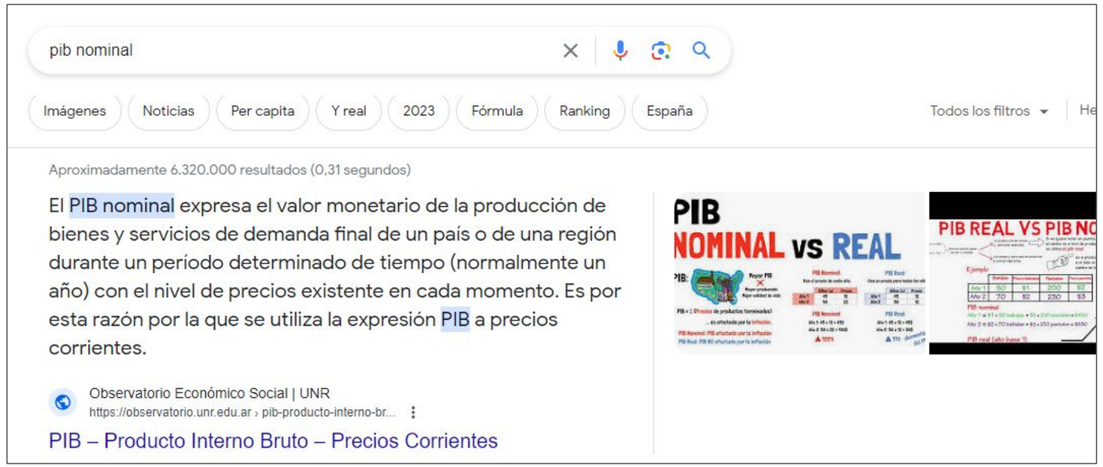


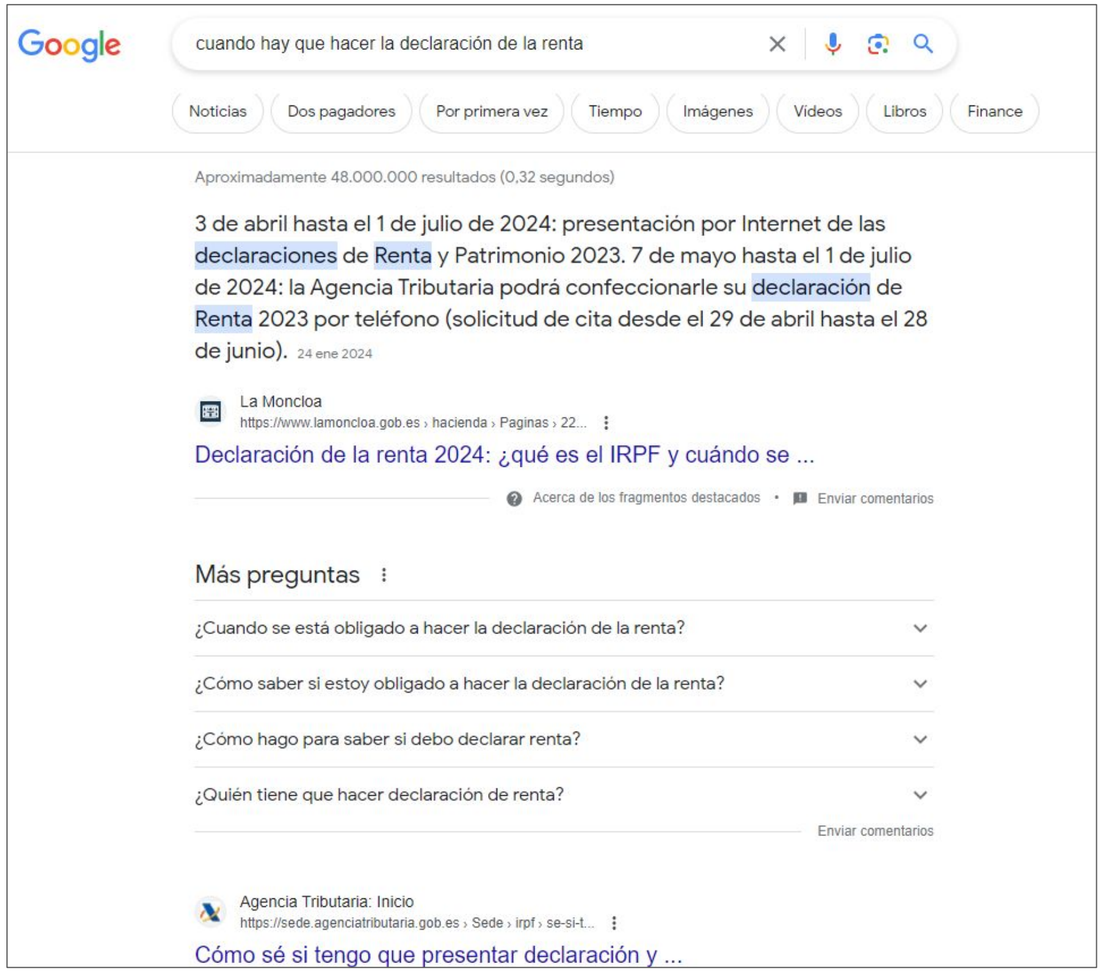
//ABANCA

Tráfico orgánico | Datos Google

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







Posición palabras clave monitorizadas

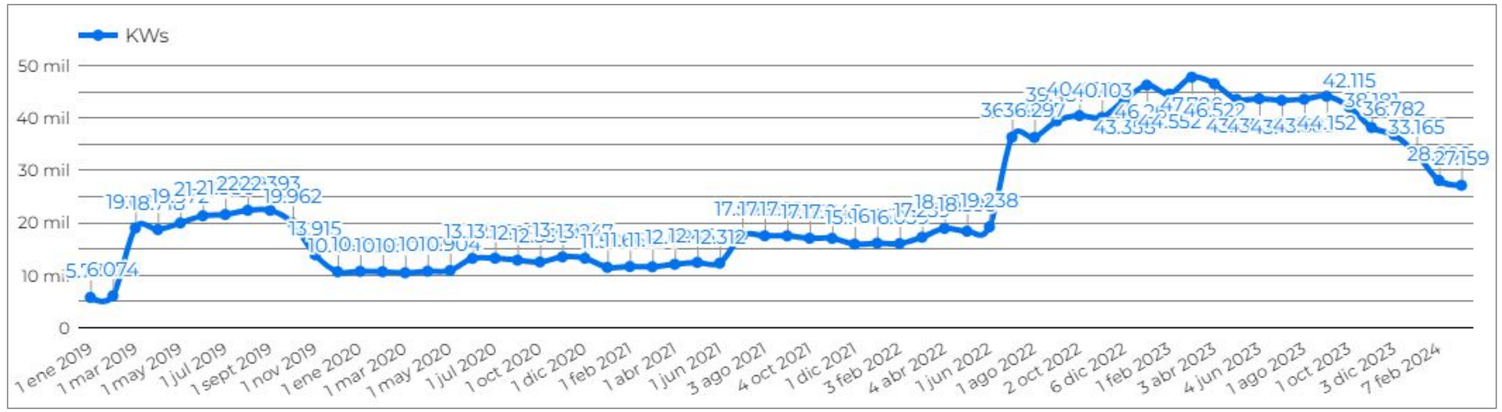
Palabras clave en seguimiento con más mejoría de posiciones en comparación con el mes anterior

Palabra clave	Búsqueda	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	12/23	ene24	feb24	Dif. posición
descuento comercial	3.600	10	14	16	28	16	32	87	36	51
domiciliación bancaria	3.600	47	38	100	68	75	54	82	42	40
Tarjeta de crédito o débito	6.600	43	45	53	54	62	70	70	36	34
pignorar	18.100	21	62	87	53	54	59	59	30	29
PSD2	22.200	61	69	78	61	96	58	58	31	27
directiva psd2	140	21	23	34	32	42	51	96	77	19
irpf ganancias patrimoniales	50	7	9	11	15	16	33	24	6	18
limite subida alquiler	320	12	11	11	12	14	23	34	17	17
app compartir gastos	720	10	10	-	18	19	25	40	24	16
bono joven alquiler	8.100	32	30	46	54	69	57	38	22	16
Gravamen	40.500	18	19	27	28	40	35	41	26	15
ratio de liquidez	9.900	20	29	41	45	43	47	47	33	14
swift bic	40.500	28	17	24	40	27	31	31	19	12
limitaciones bizum	90	23	21	25	28	37	48	57	45	12
compartir loteria	140	7	6	15	13	23	22	27	15	12
subida del euribor	1.900	44	40	54	46	47	53	53	42	11
Compensación	33.100	22	20	23	22	24	41	79	68	11
Montar una franquicia	320	55	51	64	38	60	56	61	50	11
apps productividad	320	16	16	18	34	33	28	41	30	11
aplicacionoes para buscar trabajo	-	37	51	45	39	47	57	72	62	10

Este mes vemos que ***irpf ganancias patrimoniales*** *y* ***compartir loteria*** son las que más mejora en primeras posiciones por cambio, destacando también ***limite subida alquiler*** y ***bono joven alquiler***

Continuaremos optimizando los artículos publicados y manteniendo el ritmo de publicación si es posible por feedback desde ABANCA, 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



PALABRAS TOTALES

27.159

-43,18 %

Mar 24 vs. Mar 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 pendientes de implementación en el blog**.

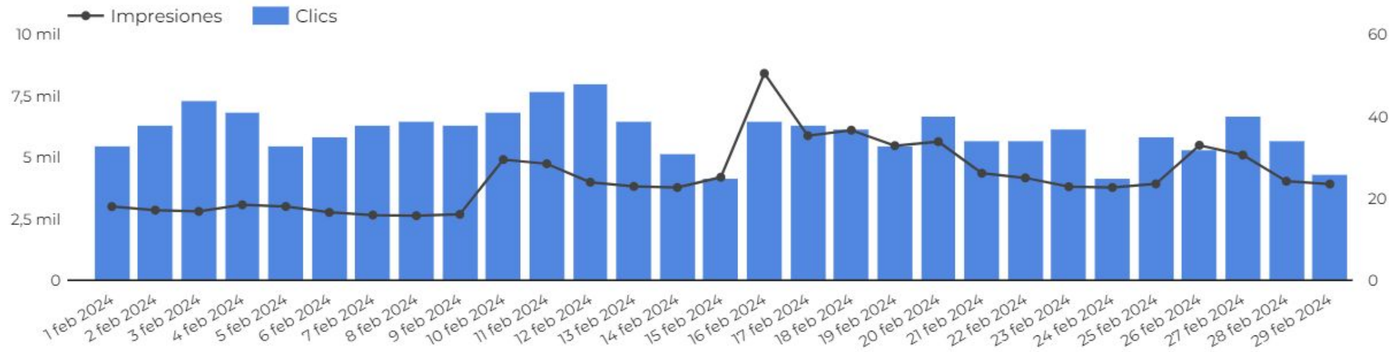
Ahora mismo estamos ante una nueva Core Update que Google que tardará en desplegarse todo el mes, y otra Spam Update, con la misma **se hace foco de nuevo en contenido útil para la persona usuaria**.

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

Resultados Meta Ads

Impresiones	Clics en el enlace	CTR	Interacciones con el anuncio
120.969	1.053	0,87 %	61.284
⬆ 15.3%	⬇ -15.4%	⬇ -26.6%	⬆ 119.9%

> Evolución de impresiones y clics por día





La campaña de febrero continúa con el post https://www.cuentasclaras.es/ahorro/cual-es-ahorro-medio-espanol/ que está teniendo un gran rendimiento general.

Durante este mes, se han logrado más de 120.000 impresiones de los anuncios y más de 1.000 clics hacia el blog. Actualmente estamos revisando las acciones indbound para cohesionar estrategias y potenciar las suscripciones a la newsletter.

Informe mensual SEO

www.abanca.com



Febrero 2024

Departamento de Marketing

//ABANCA

KPI's tráfico orgánico

	IMPRESIONES	CLICS	CTR	POSICIÓN MEDIA
	3.798.059	631.431	16,6 %	21
vs. Ene 24	-11,3 %	-15 %	-4,1 %	-2,5 %
vs. Feb 23	-13,3 %	-10,9 %	+2,9 %	-4,3 %
Media anual	2.823.806,67	477.045,33	16,9%	21,4

En comparativa general se aprecia una **mejora de posición media y también de CTR** en comparación con el mes del año 2023. 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 *prestamo*, *perfil/seguridad*, *cuenta-empresas*, *hipotecas/buenas-practicas***, ***préstamo-24h*, *grandes-empresas, hipotecas*,** algunas de marca como la de *llave-abanca y abanca-conecta.* Disminuyen en mayor medida para *home, banca-electronica* y *banca-electronica-empresas.*

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**, entro otras para ***prestamo-24h,* URLs de *ayuda* , *banca-a-distancia*** y ***seguro-salud***.

Tráfico referido de Cuentas Claras

	Visitas totales	Páginas totales	Páginas totales /sesión	Tiempo en página (segundos)	Leads
	361	1.385	3,8	257,5	9
Feb 24 vs. Ene 24	-26,9 %	-16,9 %	-25,5 %	-28,5 %	-40 %
Feb 24 vs. Feb 23	-59,6 %	-48,6 %	+6,8 %	+20,5 %	-30 %

Clics CTA abanca.com	
157	
Feb 24 vs. Ene 24	-24,5 %

Top 10 de páginas de destino según visitas

Página de destino enlazada	Total visitas
https://www.abanca.com/es/	32
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online...	17
https://solicitudonline.abanca.com/simulador-hipo...	16
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/ban...	13
https://www.abanca.com/es/?utm_source=blog&ut...	11
https://www.abanca.com/es/clientes/	11
https://www.abanca.com/es/cuentas/cuenta-online...	10
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/ban...	9
https://www.abanca.com/es/legal/cambio-de-divis...	9
https://www.abanca.com/es/banca-a-distancia/ban...	8

Vista general: índice de visibilidad



Índice de visibilidad

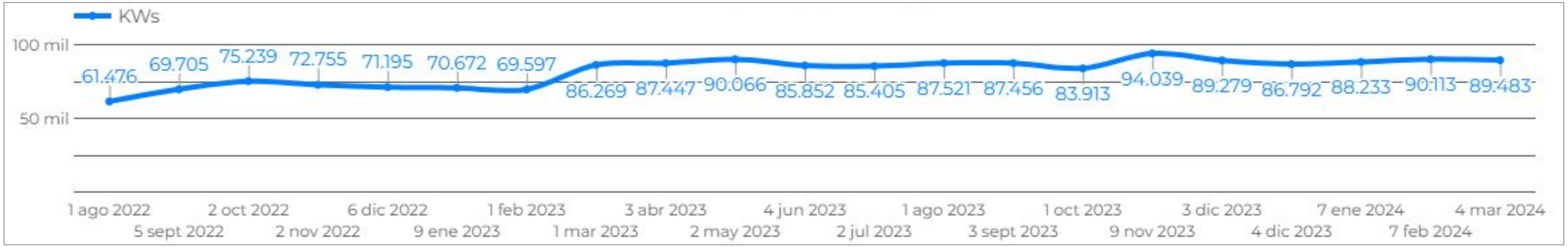
5,969

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 en febrero. Veremos cómo evoluciona con las actualizaciones de algoritmo y las implementaciones pendientes.

Dic 2023	Ene 24	Feb 24	Mar 24
5,295	**4,606**	**5,621**	**5,621**

Evolución palabras clave

Evolución y total de palabras por las que posiciona el dominio



PALABRAS TOTALES

89.483

+3,73 %

Mar 24 vs. Mar 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

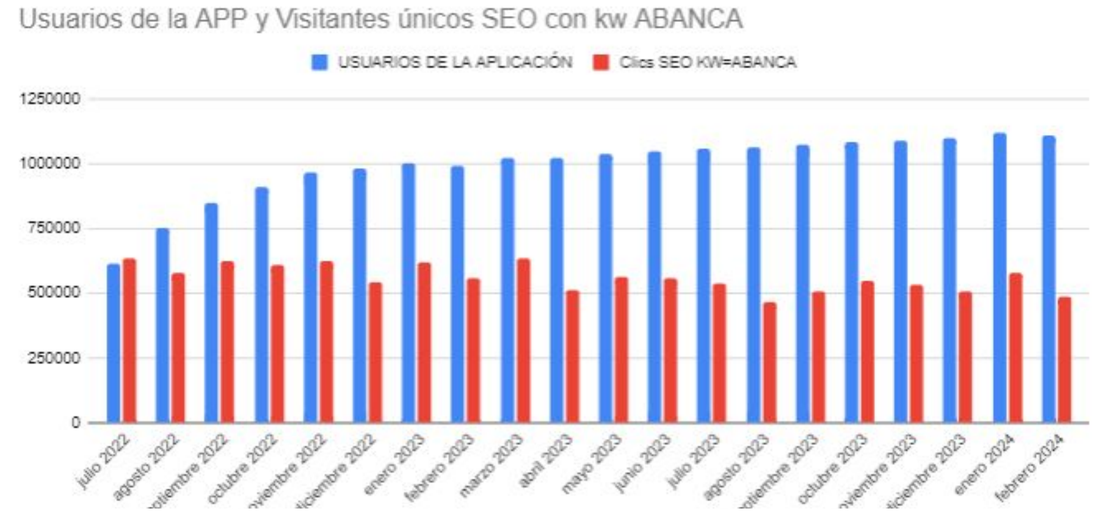
TOP 3 Google genéricas	- cuenta online banco - cuenta empresas - abrir cuenta nomina - cuenta deposito - solicitar prestamo - prestamos personales online - prestamos con tarjeta - tarjetas visa oro - tarjeta de crédito para autónomos - cuenta clara - seguro negocios - predica seguros - prestamo coche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

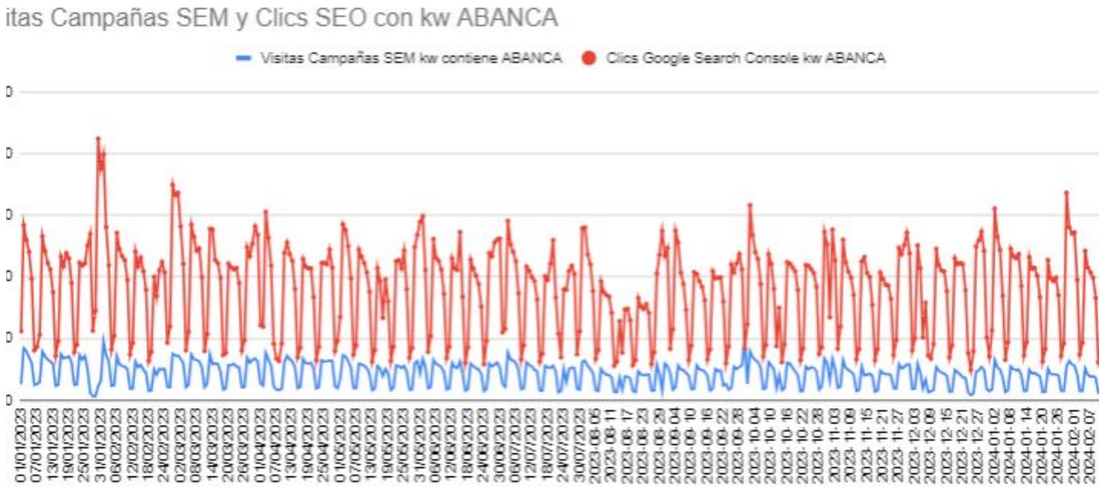
TOP 10 Google genéricas	- simulador hipoteca - prestamo personal - banco - cuenta nomina online - hipoteca - cuenta online - pedir prestamo online - prestamo coche - hipoteca mixta - hipoteca variable - financieras online - banco online sin comisiones - seguro de negocio - seguro de saude - nuevos seguros 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





Febrero 2024

USUARIOS APP	CLICS GSC	IMPRESIONES GSC	SESIONES GOOGLE ADS
1.107.453	486.675	1.032.354	117.963
+11,56 %	-12,3 %	+2,4 %	-16,5 %

Feb 24 vs. Feb 23

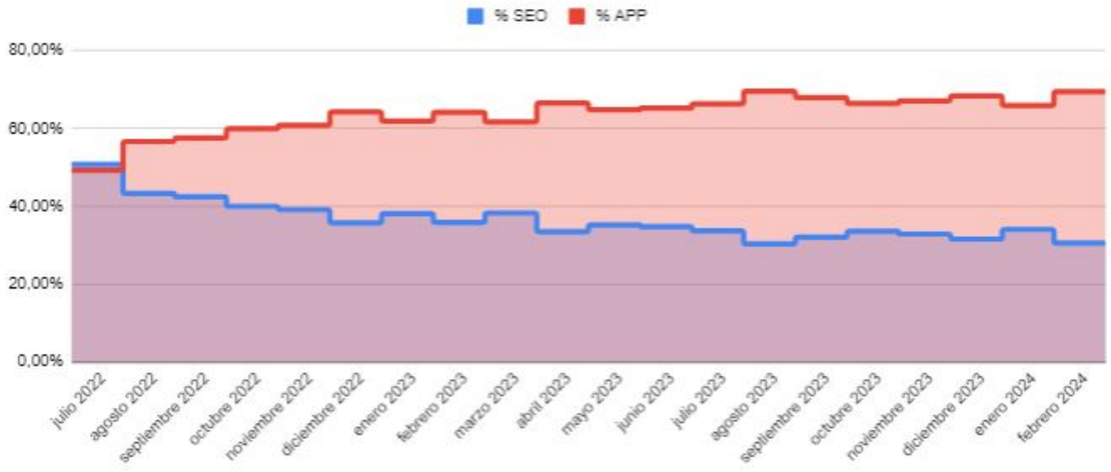
Seguimos con la **relación entre los clics de marca de pago y de SEO**.

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 febrero**, 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”

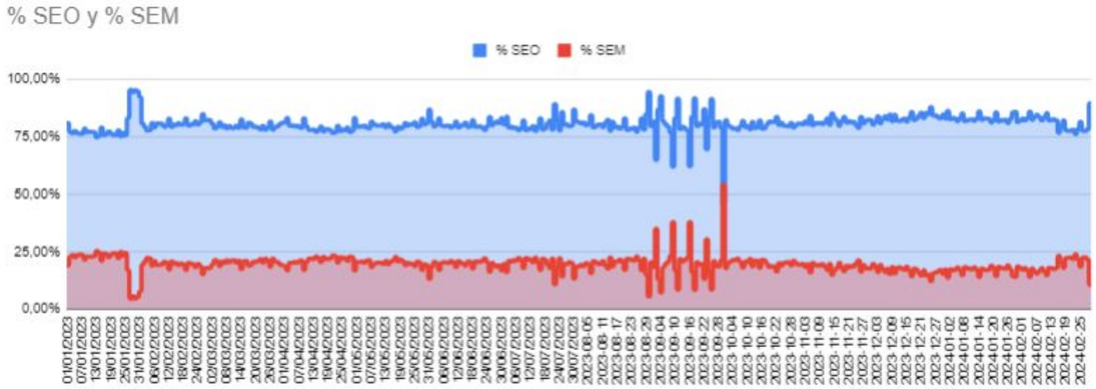
SEO, APP y SEM

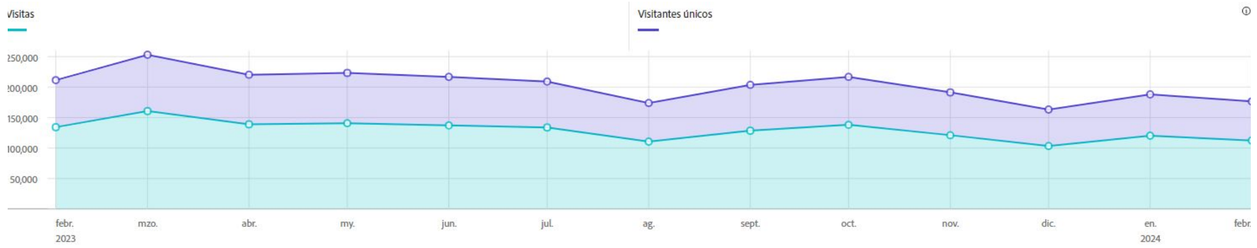
1 Ene 23 - 31 Dic 23



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 febrero de 2024 en comparación con enero de 2023:

Consultas principales	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	Impresiones diferencia
banco	16142	8291	7851
credito	7675	5230	2445
prestamo hipotecario	2279	0	2279
crédito	2248	0	2248
creditos	6417	4838	1579
linea de credito	1429	0	1429
www.damemisaldo.com de abanca	2878	1472	1406
981779147	1116	0	1116
bancos online	1055	0	1055
simulador credito personal	956	0	956

Destaca el aumento de impresiones para ***banco*** y ***crédito***, y para algunas que antes ni tenían impresiones como ***préstamo hipotecario*** y ***linea de credito.***

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

Consultas principales	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	1/2/23 - 28/2/23 Impresiones	Impresiones diferencia
prestamos online	36964	10151	26813
credito	7675	0	7675
banco	16142	9126	7016
abanca empresas	93003	87610	5393
prestamos	38120	33305	4815
creditos	6417	1627	4790
bancos	3251	0	3251
hipoteca fija	6187	2978	3209
prestamo personal	22277	19321	2956
hipoteca mixta	2917	0	2917

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

Este mes ya no destaca tanto el servicio de *dame mi salgo*, pero si destaca de marca ***abanca empresas***.

Consultas principales

Vista de los 10 términos genéricos que más impresiones pierden en febrero en comparación con enero:

Consultas principales	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	1/2/23 - 28/2/23 Impresiones	Impresiones diferencia
hipoteca	19963	44713	-24750
hipotecas	22051	44372	-22321
abanca	531890	549515	-17625
tarjeta dorada renfe	9.860	20393	-10.533
prestamos personales	43859	50920	-7061
fondos de inversion	1081	6202	-5121
abanca electrónica	7179	11174	-3995
abanca electronica	38146	42112	-3966
abanca online	19899	23740	-3841
banca movil	2363	5138	-2775

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 febrero en comparación con el mismo mes del año pasado:

Consultas principales	1/2/24 - 29/2/24 Impresiones	1/1/24 - 31/1/24 Impresiones	Impresiones diferencia
abanca	531890	606495	-74605
abanca empresas	93003	104889	-11886
hipotecas	22051	33559	-11508
prestamos personales	43859	53492	-9633
abanca electronica	38146	41742	-3596
abanca online	19899	23246	-3347
abanca particulares	20751	23617	-2866
prestamos online	36964	39764	-2800
hipoteca fija	6187	8482	-2295
abanca electrónica	7179	9131	-1952

Destacan la bajada de impresiones para palabras clave de marca sobretodo.

Datos del mes destacables de PRT

Palabra clave	Búsquedas	enero 2024	febrero 2024	Dif. posición
renta fija corto plazo	null	90	1	89
tarjeta de credito	480	76	1	75
visa electron	30	70	1	69
seguro pyme	1.000	83	14	69
seguro de alquiler	480	73	13	60
seguro alquiler	210	59	1	58
cuenta corriente	40.500	75	20	55
seguros coche	1.600	50	1	49
prestamos para emprendedores	201.000	44	7	37
tarjeta visa electron	10	36	1	35
seguro auto	20	36	1	35
mediacion de seguros de vida	null	66	31	35
seguro de viaje	33.100	52	21	31
seguro vida	40	31	1	30
seguro hogar	320	30	1	29
mediacion de seguros de coche	10	28	1	27
prestamos ico	450.000	34	7	27
privilegios euro6000	210	33	6	27
fondos renta fija	1.000	82	58	24
seguros vida	9.900	48	24	24

Como vemos, seguimos recuperando posiciones tras las fluctuaciones de las SERPs de los últimos meses, veremos como evoluciona este.

En febrero destaca la mejora en primeras posiciones para ***renta fija corto plazo***, ***tarjeta de credito*** y bastantes relativas a ***seguros***.

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

IMPRESIONES	CLICS
525.237	18.210
+13,2%	+17,9 %

Feb 24 vs. Feb 23

Este mes destaca de nuevo el aumento de clics para la URL de *prestamo-24h*. Tambien destacan otras de *ayuda, banca a distancia, seguro de salud* y la misma categoría de *cuentas y depósitos*.

Top términos por clic

Palabra clave	Tipo de KW	URL Clics
prestamos	No marca	1.496
prestamos personales	No marca	1.414
prestamo personal	No marca	1.269
prestamos online	No marca	1.146
prestamo	No marca	516
prestamos personales online	No marca	460
prestamo online	No marca	427
abanca prestamos	Marca	411
prestamo abanca	Marca	383
prestamo personal abanca	Marca	278

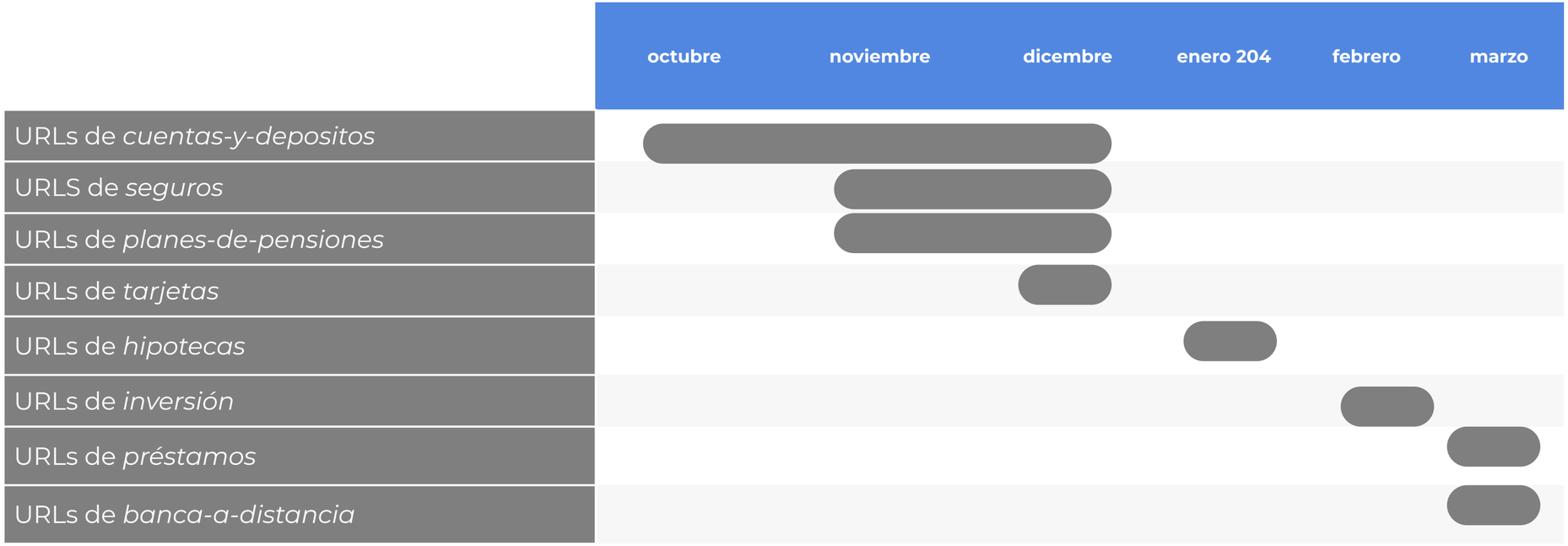
Top términos por impresiones

Palabra clave	Tipo de KW	Impresiones
prestamos personales	No marca	42.289
prestamos	No marca	37.143
prestamos online	No marca	36.540
prestamo personal	No marca	22.116
prestamo	No marca	16.426
prestamo online	No marca	10.209
prestamos personales online	No marca	5.885
pedir prestamo	No marca	5.771
préstamo personal	No marca	5.413
credito personal	No marca	4.118

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.



Gracias