

Propuesta



Índice - Clinica Beiman

1. Contexto
2. Análisis Digital Actual
3. Estrategia
4. Plan de acción



Contexto Actual



Contexto - Clinica Beiman

Clínicas Beiman es un grupo de centros de salud con el objetivo de proporcionar una amplia gama de servicios médicos.

Esta clínica se dedica a la atención médica general, especialidades médicas y terapias especializadas. Su equipo está compuesto por profesionales entre los que se incluyen médicos, enfermeras y terapeutas, que trabajan juntos para brindar atención de calidad a los pacientes.

Clínica Beiman se esfuerza por ofrecer soluciones de salud integrales y personalizadas para satisfacer las necesidades de cada individuo que busca sus servicios.

Cuenta con 14 clínicas en España.

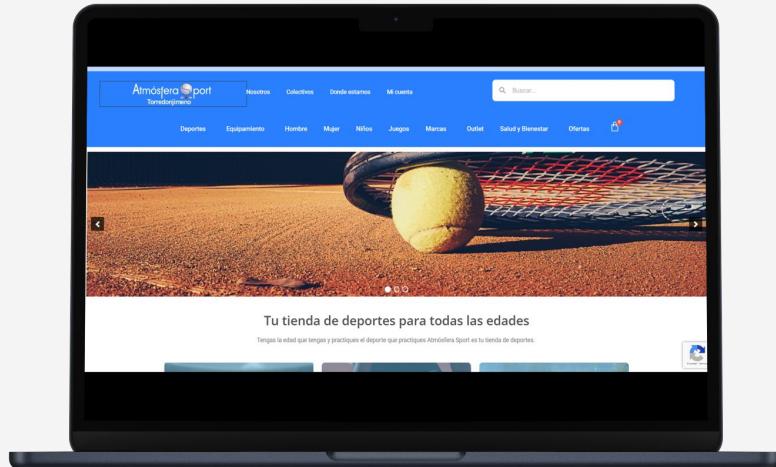


Contexto- Análisis de negocio

Deportes atmósfera es una tienda de material deportivo situada en Torredonjimeno (Jaén) con una web para potenciar las ventas a través del canal online.

Cuenta con un amplio catálogo y trabaja con las mejores marcas deportivas del mercado.

Deportes atmósfera es una franquicia a nivel nacional.



Análisis cliente

Empresa fundamentalmente orientada al **B2C**, aunque queremos empezar a desarrollar una línea **B2B**

Clientes actuales: Deportistas locales, aficionados al deporte, padres con hijos que practican deporte...

Target: Queremos aumentar el número de clientes potenciales a través de la página web, con un desarrollo SEO y a su vez, aumentar el número de conversiones (CRO), mejorando la experiencia de usuario (UX) y la usabilidad de la web.



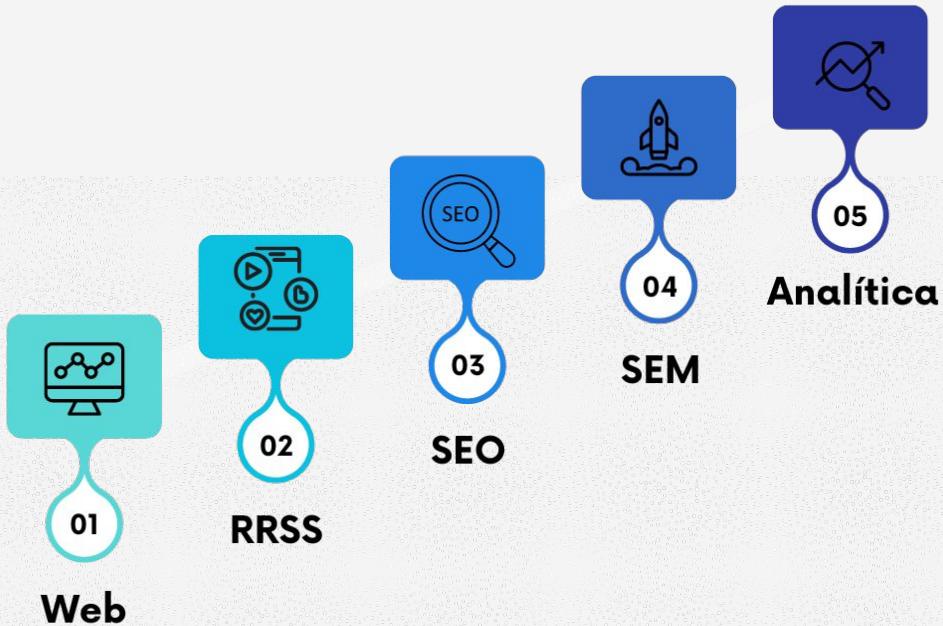
Análisis Digital Actual



Análisis Digital Actual

A continuación se llevará a cabo un análisis de las siguientes áreas.

- Análisis Web
- Análisis RRSS
- Análisis SEO
- Análisis SEM
- Analítica de datos



Análisis Digital Actual

Análisis Web

- En primer lugar, se identifican **2 webs relacionadas con la clínica Beiman:**
 - <https://www.clinicabeiman.es/>
 - <https://beimancapilar.com/>
- **Ésta no es una buena práctica**, ya que siendo la misma compañía, el tráfico que obtenga una web, no será aprovechado para la otra web, además, será mucho más complejo analizar el público objetivo.
- **Necesario centralizar el tráfico** y la estrategia en una sola web.
- Clinicabeiman.es mientras beimancapilar.com, no existe una homogeneidad.



Análisis Digital Actual

Análisis Web

<https://www.clinicabeiman.es/>

Análisis técnico:

- El análisis general de la web **indica que tiene un bajo rendimiento en la versión móvil.**
- **Necesidad de mejora en SEO On-Page.**
- Pocas descripciones de los servicios y contenido.
- Estructura web compleja para servicios y clínicas



Análisis Digital Actual

Análisis Web

<https://www.clinicabeiman.es/>

No hay llamadas a la acción llamativas en el encabezado, el reservar cita online no destaca suficiente



Arquitectura de los servicios muy extensa y sin un orden, difícil para el usuario encontrar el servicio que busca

Se necesitan textos más optimizados para SEO local y una llamada a la acción (formulario o llamar a la clínica) al principio.

Especialidades y líneas:
Fisioterapia en Córdoba
Nutrición
Podología
Psicología
Enfermería
Medicina general
Medicina interna
Medicina deportiva
Traumatología
Nutrición y deportiva
Oftalmología (oftalmoscopio)
Fisioterapia avanzada
Fisioterapia deportiva
Podología general
Bariátrica
Cirugía podológica
Cirugía traumatólogica
Urgencias
Cirugía estética
Reconstrucción Médica
Práctica de enfermería

A lo largo de estos últimos seis años Grupo Beiman ha convertido a cada uno de sus centros de especialidades médicas y medicina del deporte en referentes andaluces.

Clinica Beiman Córdoba es un ejemplo de liderazgo. Con una superficie total de 1.700 m² se encuentran en un moderno edificio, dentro de un complejo de cuatro plantas: sala de urgencias, quirófano, radiología digital, sala de resonancia magnética vertical de última generación, gimnasio, sala de rehabilitación, hospitalización, reanación, sala de curas, etc.

Nosotros + Clínicas + Especialidades + Prácticas de enfermería + Atención telefónica

Jerez - Guadalcacín
Jerez - Avenida D. Arcos
Jerez - Montealto
Las Cabezas
Sevilla
Mutualidad Futbolistas Sevilla
Córdoba
Jaén
Granada
Guadix
Huelva
Almería
Pamplona
Logroño
Valencia

No está organizado por provincias o alfabéticamente, resulta confuso y poco optimizado para la experiencia de usuario

Análisis Digital Actual

Análisis Web

<https://www.beimancapilar.com/>

Análisis técnico:

- La web se **redirige la mayoría de las veces a una web maliciosa**.
- Muchos de los **enlaces son de una página en chino**. → [Link](#)
- **Todas las páginas son una réplica de la home**, la duplicidad de contenido es penalizada por google.
- En general, la web tiene una estructura más limpia que la anterior clinicabeiman.es.



Imagen de la Home replicada

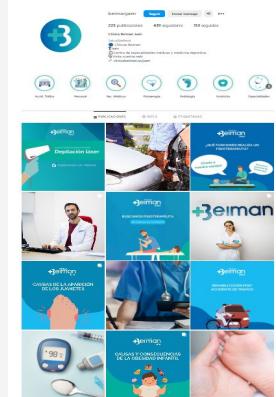
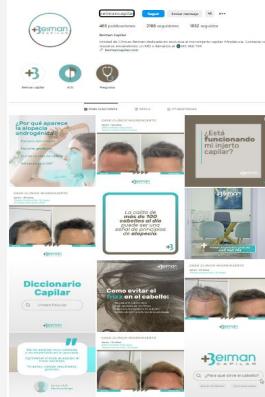
Resultados en Google de clinicabeiman.es

Página a la que se redirige el tráfico

Análisis Digital Actual

Análisis RRSS

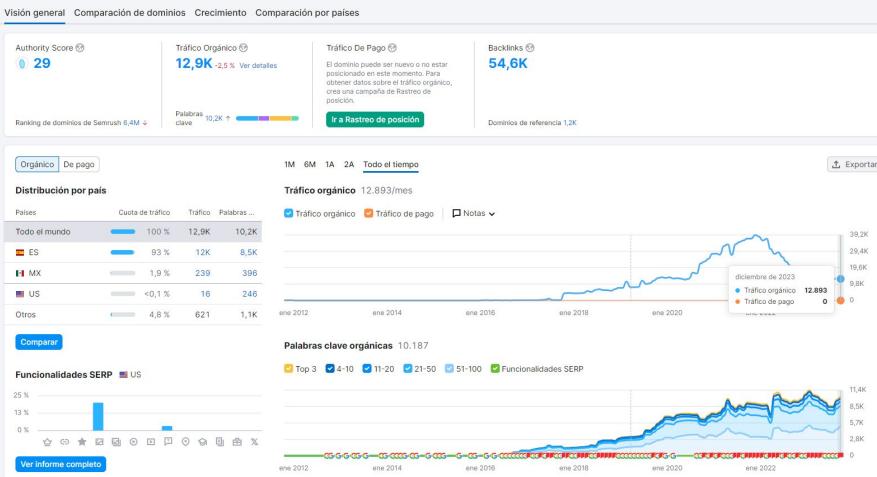
- **Hay diferentes cuentas en RRSS →** No hay unicidad entre ellas. No hay una estrategia de Social Media Común.
 - Recursos duplicados, no centralizados.
 - Seguidores dispersos.
- La cuenta general y la cuenta de capilar no siguen ningún tipo de patron, (tomar de referencia el instagram de Jaén).
- La cuenta general está muy enfocada a deporte e injertos capilares, se debería seguir un % asignado a cada tema de manera mensual.
- Muy enfocado a Jerez y Sevilla, debería haber un equilibrio entre las 14 clínicas.



Análisis Digital Actual

Análisis SEO

- Pérdida de más del 60% del tráfico orgánico en el último año y medio
 - Tráfico actual estimado → 12.000 visitas / mes
 - Tráfico en Marzo 2022 → 38.000 visitas / mes
 - Pérdida de posiciones de palabras clave: 886 palabras clave han perdido posiciones.



Datos Clínica Belman

F8	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Keyword	Position	Previous position	Difference Btw Positions	Search Volume	Keyword Difficulty	CPC	Keyword Intents
8741	uña y carne jaen	0	45	0	480	17	0	navigational
8742	quinton sevilla cita	0	45	0	170	32	0,5	commercial
8743	prueba pcr covid	95	46	49	210	59	0,35	commercial, informational
8744	terapia con ozono	93	46	47	90	34	0,22	commercial, informational
8745	test de intolerancia alimentaria precio	88	46	42	170	18	0,3	transactional
8746	upo telefono	67	46	21	50	23	0	navigational, transactional
8747	maquina resonancia abierta	63	46	17	260	10	0	informational, transactional
8748	cita dni jerez de la frontera	60	46	14	140	17	0,79	commercial
8749	clinicas privadas granada	59	46	13	210	16	0,63	commercial
8750	cita para renovar dni jerez	59	46	13	30	12	0,51	navigational
8751	infiltraciones de ozono opiniones	55	46	9	170	23	0	commercial, informational
8752	belloto	50	46	4	1900	44	0,09	informational
8753	como funciona el test de antígenos	40	46	-6	30	34	0	informational
8754	joaquin navarro	37	46	-9	390	34	0	informational
8755	renovar carnet de conducir online	36	46	-10	390	31	0,42	informational
8756	reconocimiento carnet de conducir	33	46	-13	390	24	0,63	commercial
8757	donar ovulos sevilla	31	46	-15	140	15	3,05	commercial, informational
8758	dolor parte externa odiolla	30	46	-16	390	12	0	commercial, informational
8759	donde conseguir test antígenos	0	46	0	140	29	0,23	informational
8760	reconocimiento medico coche	0	46	0	110	25	0,56	commercial

Analisis de la pérdida de palabras claves

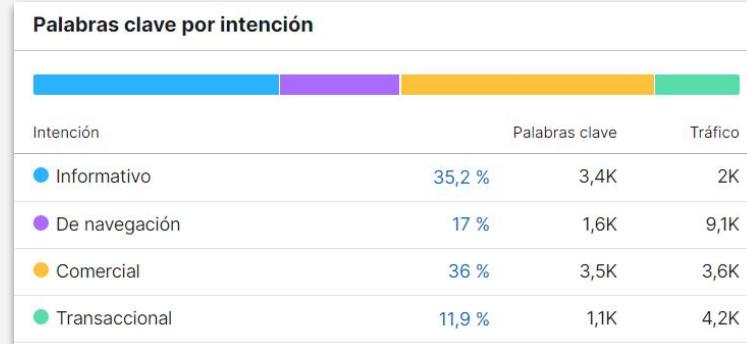


Descargar Datos

Análisis Digital Actual

Análisis SEO - Tráfico orgánico

- Más del **70%** proviene de tráfico de marca.
- Parte del 30% de esas palabras son con **palabras claves locales**.
- Tiene una **buena Autoridad de Dominio**.
- **Alta cantidad de cantidad de Backlinks** (enlaces que traen tráfico a la web).
- Cuenta con **36% palabras claves Comerciales**, porcentaje mayor que las informacionales.



Authority Score

29

Ranking de dominios de Semrush 18,4K ↑

Tráfico Orgánico

12,1K +4,1 % [Ver detalles](#)

Palabras clave 7,8K ↑

Tráfico De Pago

0 -100 %

Palabras clave 0 ↓

Backlinks

49,2K

Dominios de referencia 1,2K

Análisis Digital Actual

Análisis SEO - Competidores

Principales competidores en la web:

- <https://www.fisioterapiamalagacentro.com/>
- <https://fisiocasa.es/>
- <https://clinicalosalamos.com/>

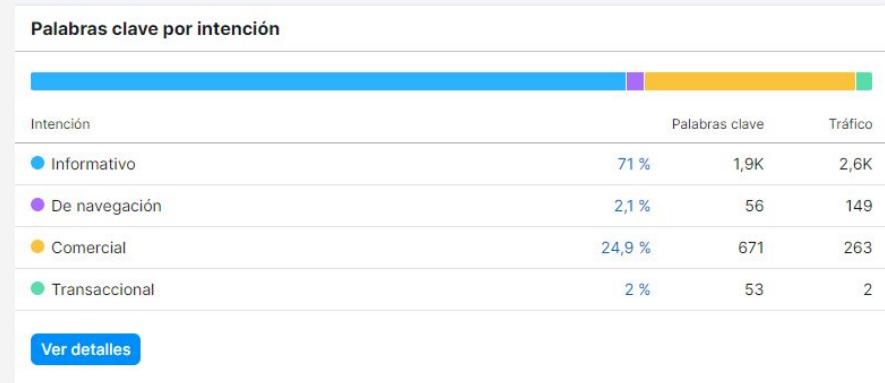


Análisis Digital Actual

Análisis SEO - Competidores

<https://www.fisioterapiamalagacentro.com/>

- Más de 600 artículos posicionados.
- Gran crecimiento orgánico desde 2022
- 94% de tráfico no es de marca
- Posicionadas palabras informacionales muy interesantes para el público objetivo.
- Menú muy extenso y vertical.
- Blog extensos.



Análisis Digital Actual

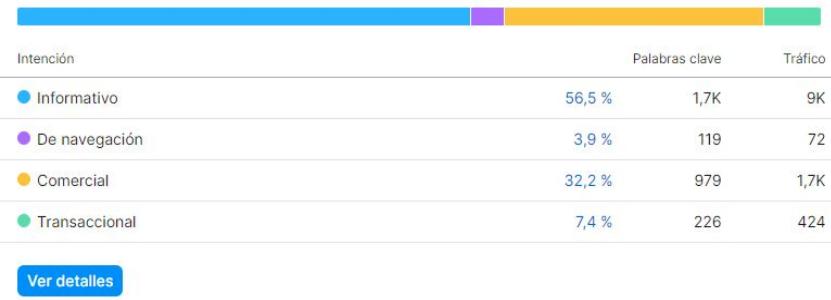
Análisis SEO - Ejemplo Competidor



[Fisiocasa.es](#)

- Muy buena arquitectura SEO en Home.
- Una página por tipo de tratamiento que posiciona bien en Google
- Mucho crecimiento orgánico desde enero 2022
- Buena estrategia de backlinks
- Tráfico de marca casi nulo
- Muy fuertes en "magnetoterapia"
- Más de 2000 páginas indexadas.
- Tráfico constante sobre 3500 visitas mensuales.

Palabras clave por intención



Tráfico de marca vs. sin marca



● De marca 0,8 % 1 palabras claves
● Sin marca 99,2 % 2,31K palabras claves

[Ver detalles](#)

Authority Score

22

Ranking de dominios de Semrush

22,9K ↓

Tráfico Orgánico

35K -13 % Ver detalles

Palabras clave 6K ↓

Tráfico De Pago

El dominio puede ser nuevo o no estar posicionado en este momento. Para obtener datos sobre el tráfico orgánico, crea una campaña de Rastreo de posición.

[Ir a Rastreo de posición](#)

Backlinks

4,7K

Dominios de referencia 811

Análisis Digital Actual

Análisis SEM

- No se han encontrado campañas de anuncios:
 - [Link](#)
- Por lo tanto, **no se observa ninguna estrategia** para fomentar el o promocionar un servicio o clínica en desarrollo.
 - No se realizan **funnels de venta**
 - No existe una **segmentación de cliente**.
 - No hay información sobre **audiencias** específicas.
 - No hay **estrategia de captación de clientes definida**.



Análisis Digital Actual

Analítica de datos - Seguimiento & Analítica de negocio

- Desconocido el plan de seguimiento de las acciones llevadas a cabo.
- No se conoce como se miden los resultados de las acciones propuestas.

Al no conocer el plan, no puede ser medido o evaluado.

“No existe lo que no se mide, y por tanto, no se puede mejorar”



Análisis Digital Actual

Conclusiones

Web

- Se identifican **dos sitios web de Clínica Beiman**, lo cual no es recomendable para una misma compañía, ya que **complica el análisis del público objetivo** y el aprovechamiento del tráfico web.
- La web clinicabeiman.es presenta bajo rendimiento en versión móvil, **necesidad de mejora en SEO On-Page**, descripciones insuficientes de servicios y contenido, y una estructura web compleja.
- El sitio beimancapilar.com **redirige a menudo a una web maliciosa** y presenta **duplicidad de contenido**, penalizado por Google.

RRSS

- Existen diferentes cuentas en RRSS **sin una estrategia de Social Media unificada**, con recursos duplicados y seguidores dispersos.
- La cuenta general y la de capilar no siguen un patrón definido, estando demasiado enfocadas en deporte e injertos capilares, **sin un equilibrio entre las 14 clínicas**.

SEO

- La clínica ha experimentado una pérdida significativa de tráfico orgánico, con una **disminución de más del 60%** en el último año y medio.
- Mantiene una buena Autoridad de Dominio y una alta cantidad de Backlinks.

SEM

- No se encontraron campañas de anuncios activas, lo que indica la **ausencia de una estrategia de promoción** o de captación de clientes definida.

Analítica

- **No se conoce un plan de seguimiento** de las acciones ni cómo se miden los resultados de las estrategias propuestas.

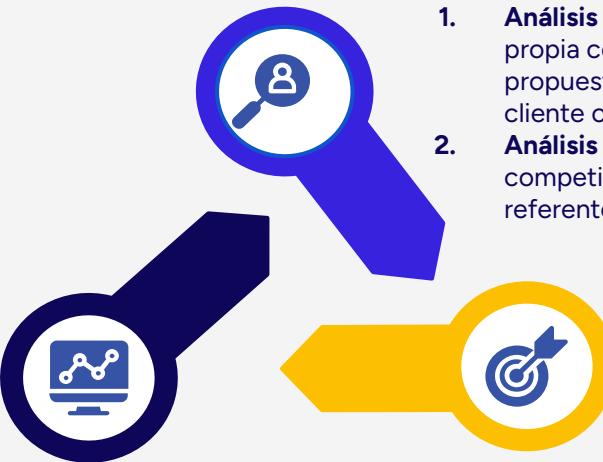
Estrategia Clínica Beiman

Estrategia - Clínica Beiman

Estrategia

Contar con una **plan directriz del marketing de la clínica Beiman**, ya que actualmente no se muestra o se aprecia unicidad en la estrategia.

- Para ello se propone una estrategia basada en la **estrategia de cleardent**.
- Que la estrategia digital sea en uno de los pilares decisores en la toma de acciones de captación, ya que será el principal canal de adquisición de nuevos clientes.



3. Ejecución y seguimiento

1. Ejecución de la estrategia desarrollada, en base a un calendario y el **plan de acción definido**.
2. En base a los objetivos se plantea una **estrategia**, un plan de acción bien definido.

1. Análisis de negocio

Estudio 360° sobre la compañía en 2 fases:

1. **Análisis interno:** Conocimiento de la propia compañía, modelo de negocio, propuesta de valor, servicios, canales, cliente objetivo...
2. **Análisis externo:** Estudio de competidores, análisis keywords, referentes...

2. Objetivos y estrategia

1. **Establecimiento de unos objetivos alcanzables y medibles.** (Aumento de tráfico, generar comunidad, aumento de conversión...)
2. En base a los objetivos se plantea una **estrategia**, un plan de acción bien definido (calendario, presupuesto, acciones, impacto, beneficio...)

Estrategia - Clínica Beiman

Objetivos

La estrategia contará con los siguientes **objetivos**:

- **Conocimiento del público objetivo** y cliente ideal por servicio y ubicación.
- **Mantenimiento** de clientes actuales
- **Captación de nuevos clientes**
- **Aumento significativo del tráfico** (tanto orgánico como de pago)
- **Aumento significativo del número de conversiones**
- **Medición y analítica**, desarrollo de una metodología



Plan de acción Clínica Beiman

Plan de acción- Clínica Beiman

Plan de acción

A continuación se procede a desarrollar el plan de acción en las diferentes áreas:

- Análisis de negocio
- Optimización Web
- RRSS
- SEO
- SEO Local
- Campañas de pago
- Analítica

El plan de acción, se realizará de acuerdo a lo siguiente:

- Impacto / Resultado esperado
- Dificultad de implantación

De tal manera que se llevarán a cabo en primer lugar las acciones que más resultados tengan.

Plan de accion	Dificultad	Impacto / Resultado
Acción 1		Alto
Acción 2		Bajo
Acción 3		Medio

Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización Web - Acciones

Optimización Web Clínicas Beiman

- Optimización de la estructura web por provincias.
- Optimización arquitectura web de los servicios.
- Optimización de los textos de servicios y provincias.
- Más llamadas a la acción, botón de llamada o Whatsapp en todas las páginas. Incluir más formularios o un calendario de reserva para citas.

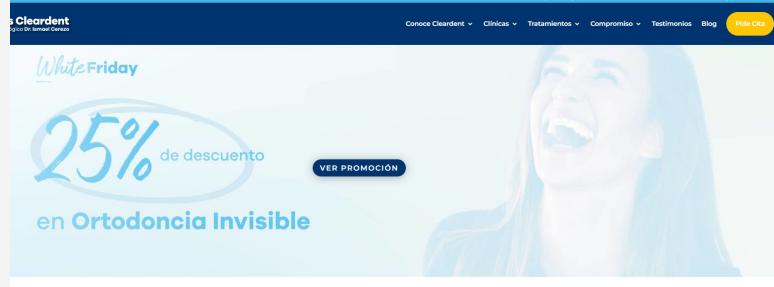
Optimización Web Clínicas Beiman

- Todas las páginas son iguales, hacer páginas bien diferenciadas.
- El botón en la página de contacto te vuelve a llevar a la página de contacto, hacer un formulario específico.
- Rectificar la redirección a página maliciosa y desindexar páginas en chino.

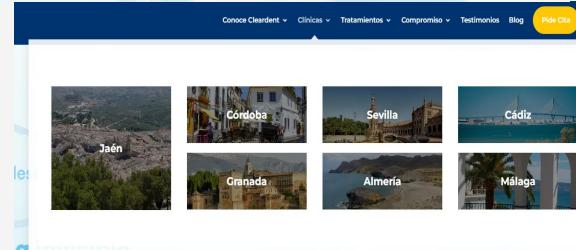
Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización Web - Ejemplos

Se añade en la Home las ofertas más relevantes de la empresa, para captación de clientes.



El menú de servicios está optimizado y priorizado, para encontrar los servicios más relevantes.



Se añaden muchas más llamadas a la acción, que pueden convertir en clientes:

- Formularios
- Botón whatsapp
- Teléfono
- Clics a servicios
- emails

A screenshot of a contact form for 'Clínica Dental Doctor Ismael Cerezo'. The form includes fields for 'Número' (Number), 'Número de teléfono' (Phone number), 'Número de móvil' (Mobile number), 'Número de preferencia' (Preference number), '¿Cuál es el motivo de la cita?' (Reason for the appointment?), 'Hora de preferencia' (Preferred time), and 'Selección' (Selection). Below the form is a map showing the location of the clinic. At the bottom, there are terms and conditions and a 'Enviar' (Send) button.

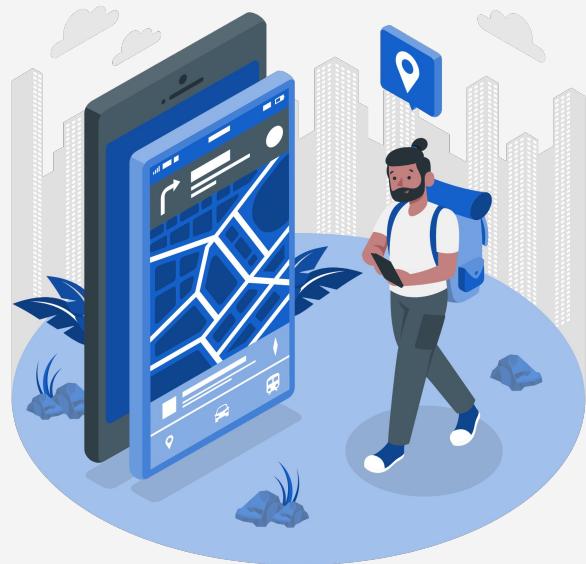
Se ha optimizado el

Estrategia SEO Local

Nuestra estrategia tendrá como punto fundamental impulsar el SEO local.

¿Por qué?

- El 46% de las búsquedas tienen una intención local
- Las búsquedas locales son, en su mayoría, transaccionales.
- El 72% de la gente que busca local, visita un negocio en un radio de 5KM.



Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEO - Acciones



SEO Local

- Optimización de los perfiles de Google para cada clínica
- Mejora de las páginas locales de la web para cada clínica
- Mejora de las especialidades por municipio para cada clínica



SEO Web

- Deep Análisis de palabras clave
- Mejorar la arquitectura web para cada especialidad.
- Optimización de la estructura de títulos y encabezados
- Inclusión de las palabras clave más relevantes y con menor competitividad.
- Textos más extensos y ricos en palabras clave.
- Necesidad en toda la web de H3, H4...

Blog

- Desarrollo de contenido Blog organizado en diferentes categorías; Publicaciones/Noticias, Informacionales y comerciales.
- Añadir elementos publicitarios y llamadas a la acción de los diferentes servicios.

Ejemplo de Contenedores de ideas y Blog desarrollados →



¿Por Qué Deberías Considerar la Externalización de Call Center?

Externalizar el Call Center es una decisión estratégica que puede tener un impacto significativo en la eficiencia y calidad del servicio. Antes de profundizar en los detalles, consideremos algunas de las razones más comunes para optar por esta opción.

Ventajas de Externalizar un Call Center

- Reducción de costos: Externalizar el Call Center puede resultar en ahorros significativos en comparación con mantener un equipo interno.
- Acceso a experiencia: Las empresas de Call Center especializadas cuentan con personal capacitado y experiencia en la gestión de llamadas, lo que mejora la calidad del servicio.
- Flexibilidad: Puedes escalar tu servicio de Call Center según las necesidades de tu negocio, evitando tener que arrancar a tu marca más temprano.
- Enfoque en el núcleo del negocio: Al externalizar las llamadas, puedes concentrarte en actividades clave de tu empresa, como la expansión, la innovación y el crecimiento.

SECRETARÍA VIRTUAL
El mejor servicio de atención al cliente para empresas

Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEO - Ejemplos

Comercial

Conseguir un Préstamo Hipotecario para tu Hogar

La Importancia de un Espacio de Descanso

La vida moderna es agitada y, en ocasiones, estresante. En este contexto, tener un rincón de descanso se vuelve esencial. ¿Quién no anhela un lugar para desconectar del ajetreo diario y relajarse? En este artículo, descubrirás cómo puedes obtener un préstamo hipotecario que te permita asegurar tu propio hogar, un oasis de tranquilidad en medio del bullicio. Sigue leyendo para aprender los pasos que te llevarán a este merecido refugio.

Preparativos para Comprar una Segunda Residencia

Determina tu Presupuesto

Antes de embarcarte en la búsqueda de tu rincón de descanso, es fundamental establecer un presupuesto claro y realista. Define cuánto estás dispuesto a invertir en tu segunda residencia. Esto te ayudará a enfocar tus esfuerzos en opciones financieramente alcanzables y a evitar sorpresas desagradables en el camino.

Informacional

Inversión Inmobiliaria: Minimiza Riesgos y Maximiza Rentabilidad

Importancia de una Gestión Inmobiliaria Eficiente

La gestión inmobiliaria eficiente es esencial para aquellos involucrados en el mundo de la inversión en propiedades. Ya sea que seas un inversionista experimentado o estés considerando ingresar a este mercado, entender la importancia de una gestión inmobiliaria sólida es clave. No se trata solo de comprar y vender propiedades, sino de maximizar tus beneficios mientras minimizas riesgos.

Una gestión inmobiliaria eficiente implica no solo tomar decisiones informadas, sino también asegurarse de que las transacciones sean fluidas y rentables. A continuación, [exploraremos](#) los beneficios de la gestión inmobiliaria profesional y cómo te ayuda a tomar decisiones inteligentes en este mercado en constante cambio.

Los Beneficios de la Gestión Inmobiliaria Profesional

Reducción de Riesgos en Inversiones Inmobiliarias



Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEM - Acciones

Fase 1. Análisis potenciales campañas

- Estudio de anuncios de la competencia
- Estudio de las potenciales audiencias
- Segmentación de las audiencias
- Estudio de presupuesto estimado de gasto
- Estudio de las mejores plataformas para gasto en campañas

Fase 2. Desarrollo de Creatividades

- Desarrollo de Imágenes
- Desarrollo Vídeos
- Desarrollo de textos

Fase 3. Desarrollo embudo técnico

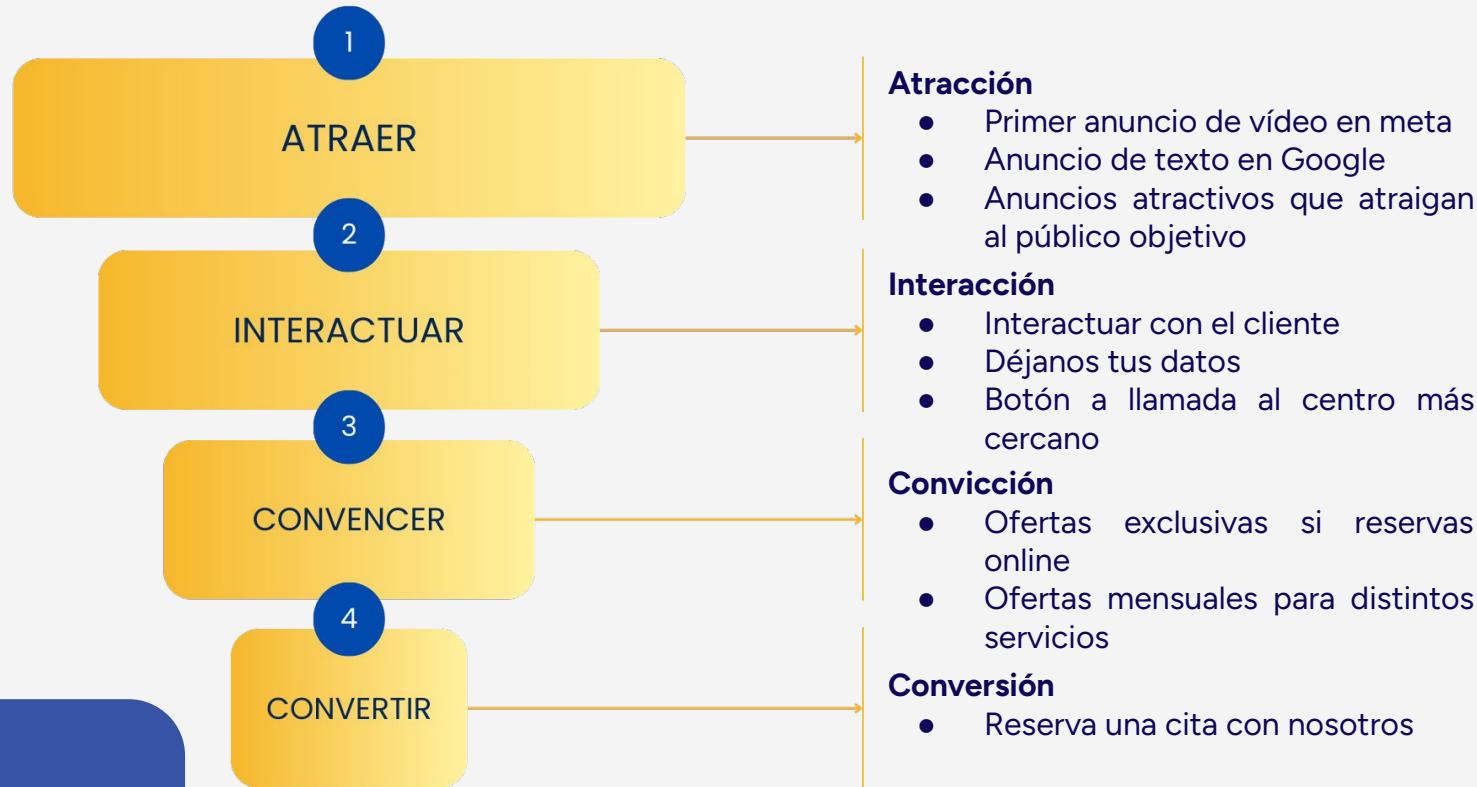
- Desarrollo de landing pages (donde aterriza el cliente después del anuncio)
- Desarrollo de formularios
- Desarrollo de guiones comerciales
- Desarrollo de vídeos explicativos

Fase 4. Optimización de anuncios

- Análisis de resultados
- Optimización de campañas y retargeting

Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEM



Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEM - Ejemplo funnel de ventas



Enlace de ejemplo:

<https://www.solarsg.es/oportunidad-de-ahorra-001/>

Enlace de ejemplo:

<https://www.solarsg.es/reservar-cita/>

Plan de acción- Clínica Beiman

Optimización SEM - Competencia Meta



Dezeroameta

Publicidad

Ir al fisio está genial, pero ir cada 15 días porque te estás pasando de rosca entrenando, no lo es tanto ❌

En deZeroaMeta, somos más partidarios de ayudar a nuestros deportistas a ponerse en forma para entrenar mejor, que correr y correr sin ningún orden, para ponerse en forma 🏃...



WWW.DEZEROAMETA.COM
Aléjate del sobreentrenamiento

Ver más



afranco_fisio

Publicidad

- ▲ LA TENDINOPATÍA
- ◆ ASPECTO Y SÍNTOMAS
- ◆ NI TANTO, NI TAN POCO
- ◆ PIEDRA ANGULAR
- ◆ ROL DEL EJERCICIO
- ◆ NO TODA VALE PARA TODOS

#fisioterapiahuelva #rodillahuelva



INSTAGRAM

Visit Instagram



INSTAGRAM

Visit Instagram



FisiMuro Fisioterapia Avanzada y Osteopatía

Publicidad

¡Descubre la Revolución en Terapia: Resonancia Magnética Terapéutica o MBST en la Clínica Fisomuro!

✓ ¿En qué consiste la Resonancia Magnética Terapéutica?

MBST es la respuesta a tus problemas de dolor y recuperación. Esta innovadora terapia utiliza campos...



WWW.FISIOMURO.COM
FisiMuro Fisioterapia Avanzada y Osteopatía

Más inform...

Plan de acción- Clínica Beiman

Analítica de datos - Acciones

Set Up (Instalación e integración de datos)

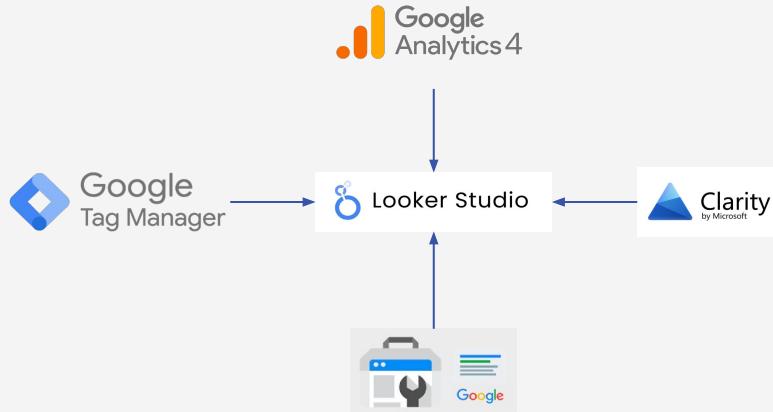
- Configuración Google Analytics (Analiza las principales métricas de la web)
- Configuración Search Console (Analiza el tráfico orgánico e impresiones)
- Configuración Tag Manager (Analiza conversiones: Clicks whatsapp, llamadas, formularios...)
- Configuración Clarity (Graba las acciones del usuario)
- Configuración Metricool (Analiza redes sociales)
- Configuración Pixel (Analiza Campañas)
- Configuración Ads (Analiza campañas de google)
- Configuración Looker (Unifica toda la información en un cuadro de mando)

Análisis de resultados

- Establecimiento de las métricas más relevantes para el negocio para su posterior análisis.
- Seguimiento semanal de las métricas más relevantes: Tiempo medio de usuario, tipo, eventos y conversiones...
- Búsqueda de nuevas audiencias

Plan de acción- Clínica Beiman

Analítica de datos - Set Up



1

Métricas de tráfico (Adquisición)

- Usuarios nuevos vs Usuarios recurrentes
- Tiempo medio en la web
- Canal de adquisición
- Páginas vistas
- Tasa de rebote
- Evolución de la presencia en el buscador de Google (impresiones).

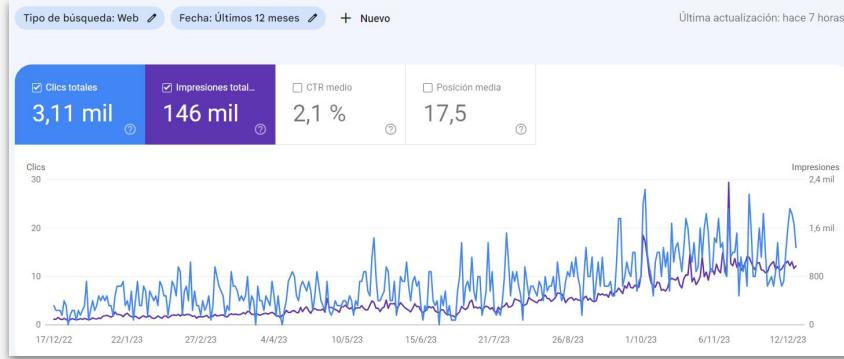
2

Métricas de interacción (conversión)

- Eventos (acciones realizadas por los usuarios en la página)
- Solicitud de presupuesto, contacto, vista de página de servicios privados, clicks whatsapp, formularios...
- Tasa de conversión

Plan de acción- Clínica Beiman

Analítica de datos - Análisis de resultados



Ejemplo de datos web de productosvip.com

Informe completo:

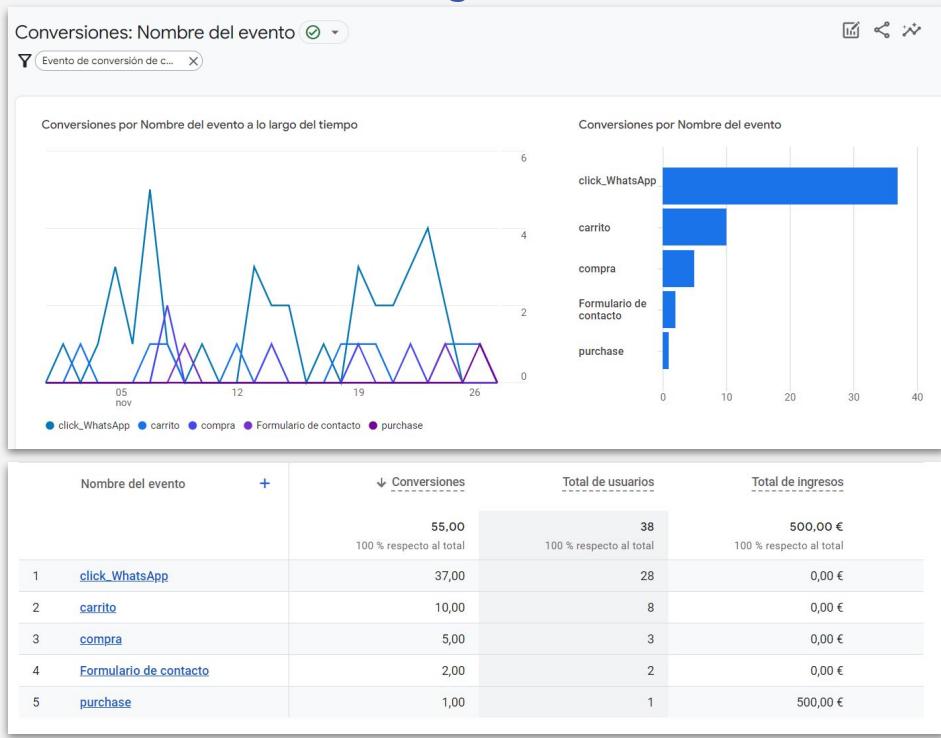


Seguimiento constante y monitoreo de las **Posiciones, Clicks y Impresiones** en el principal buscador web (Google).

Monitoreo de la web; **tráfico, su origen**, tiempo de **interacción**, como también **eventos relevantes** y entre otros.

Plan de acción- Clínica Beiman

Analítica de datos - Seguimiento de conversiones



- Es importante tener monitorizado las conversiones para identificar posibles fallos o irregularidades como también saber si las acciones realizadas son positivas y se alcanzan los objetivos.
- Estas pueden ser definidos y determinados según los objetivos y necesidades.

Ejemplo panel:



Ejemplo de datos de conversiones productosvip.com

Plan de acción- Clínica Beiman

Analítica de datos - Seguimiento de Interacción



Ejemplo introducción de usuarios productosvip.com

- Monitorizar el comportamiento de los usuarios en la web con ello es posible:
 - Identificar fallos.
 - Mejorar accesibilidad.
 - Añadir botones a la acción más efectivos.
 - Evaluar el impacto de los cambios.

Ejemplo de vídeo:



Plan de acción- Clínica Beiman

Conclusiones

Dirección y estrategia:

1. Estudio de negocio exhaustivo (potenciales clientes, potenciales nichos, competidores...)
2. Definición de unos objetivos y estrategia
3. Plan de acción y medición de las acciones llevadas a cabo

Optimización Web:

- Reestructuración web centrado en palabra claves locales.
- Mejora arquitectura y textos de servicios.
- Incremento de llamadas a la acción.

SEO (Local y Web):

- Optimización de perfiles de Google.
- Mejoras en páginas y especialidades locales.
- Análisis y mejora de palabras clave.

Desarrollo de Blog:

- Contenido en categorías: Noticias, Informacionales, Comerciales.
- Inclusión de elementos publicitarios.

Campañas de Pago (SEM):

- Análisis de competencia y audiencias.
- Planificación de presupuesto y selección de plataformas.

Configuración Analítica:

- Implementación de Google Analytics, Search Console, Tag Manager y más.
- Integración de datos para análisis unificado.

Muchas gracias

Annalit | Consultoría estratégica digital

