WHEN EVERYTHING FLOWS

Informes Sectoriales: Seguros

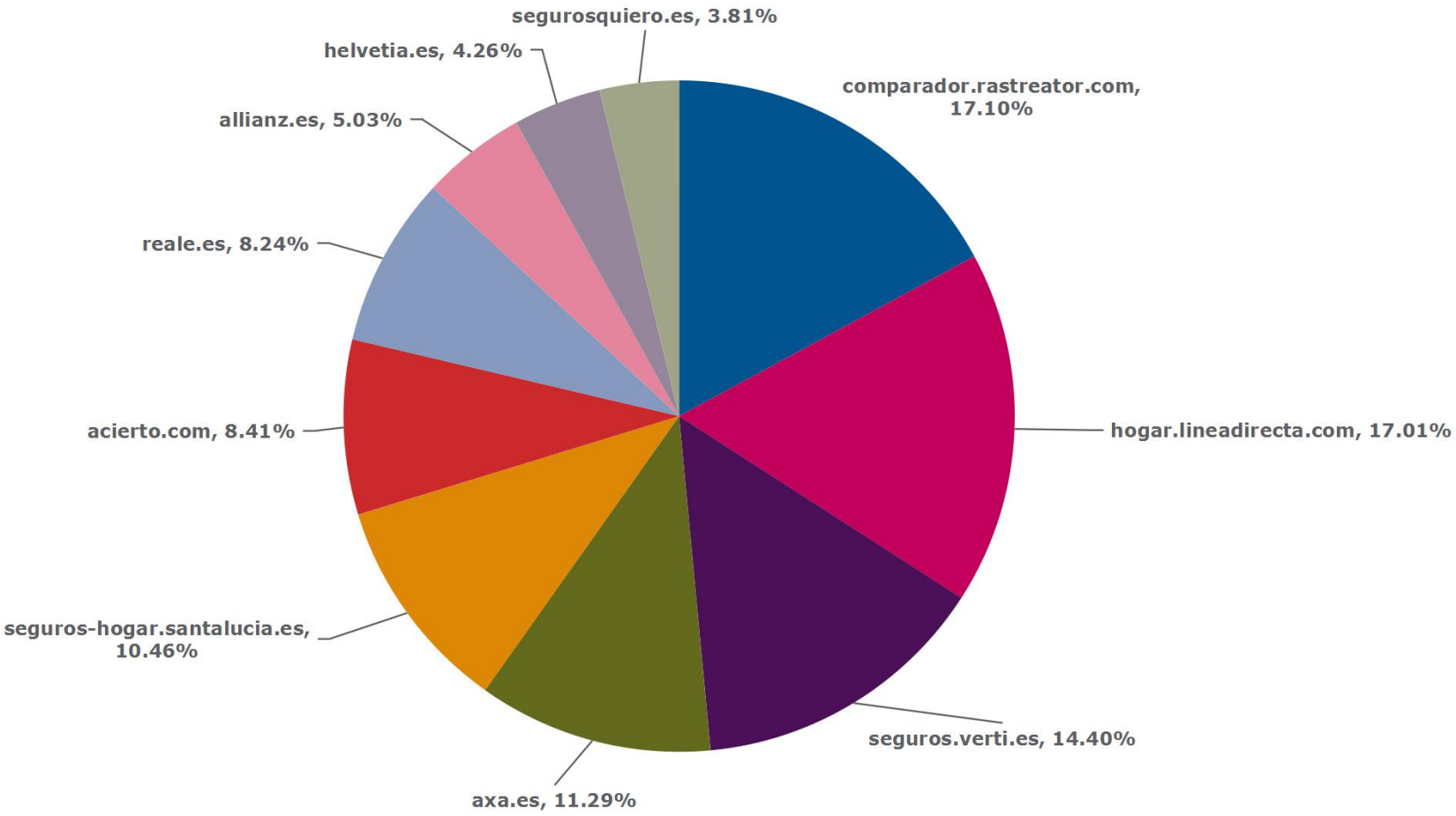
Seguros de Hogar en buscadores

Septiembre 2017

Seguros de Hogar en Adwords

¿Cuál es el *share of voice* de los principales actores?

Top 10 Anunciantes en Septiembre 2017



Share of Voice

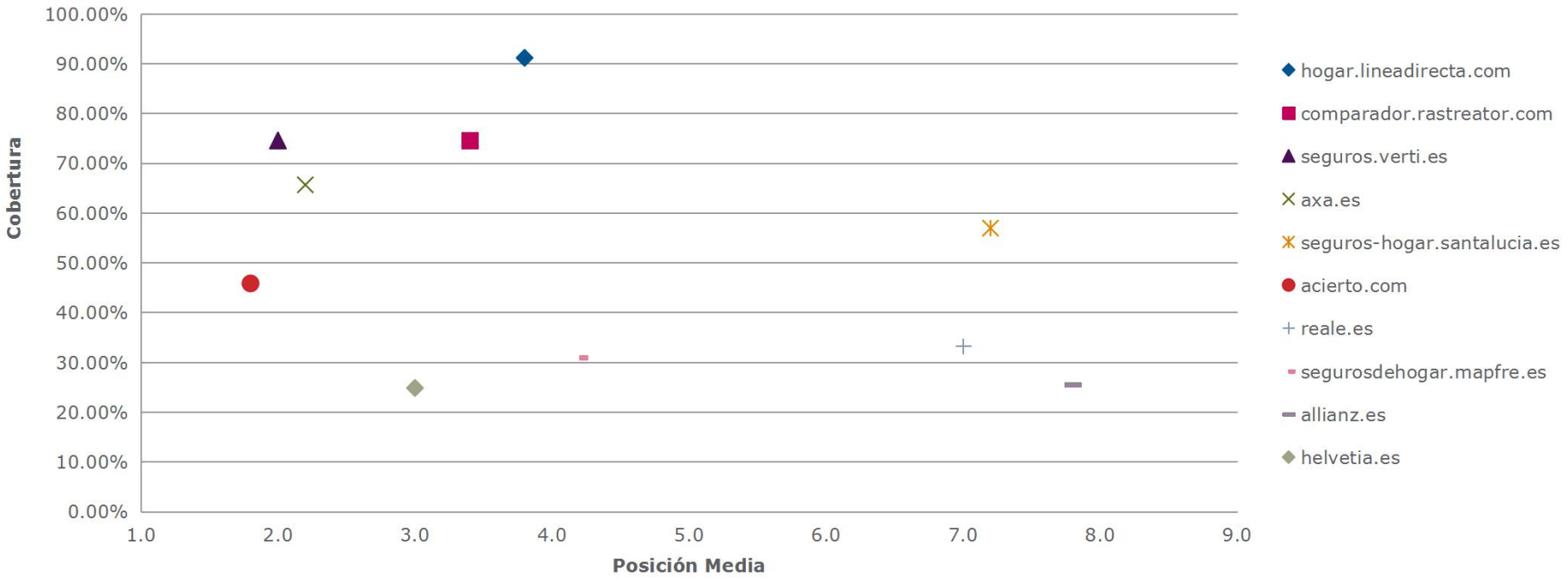
Este informe muestra el porcentaje total de impresiones que un anunciante recibe en comparación con todas las impresiones servidas para el conjunto de términos seleccionados.

Insights

Los anunciantes que tienen un mayor *share of voice* están presentes en un mayor número de búsquedas y en mejores posiciones que sus competidores.

¿Cuál es la estrategia de cobertura y posición?

Top 10 Anunciantes en Septiembre 2017



Informe de cobertura y posición

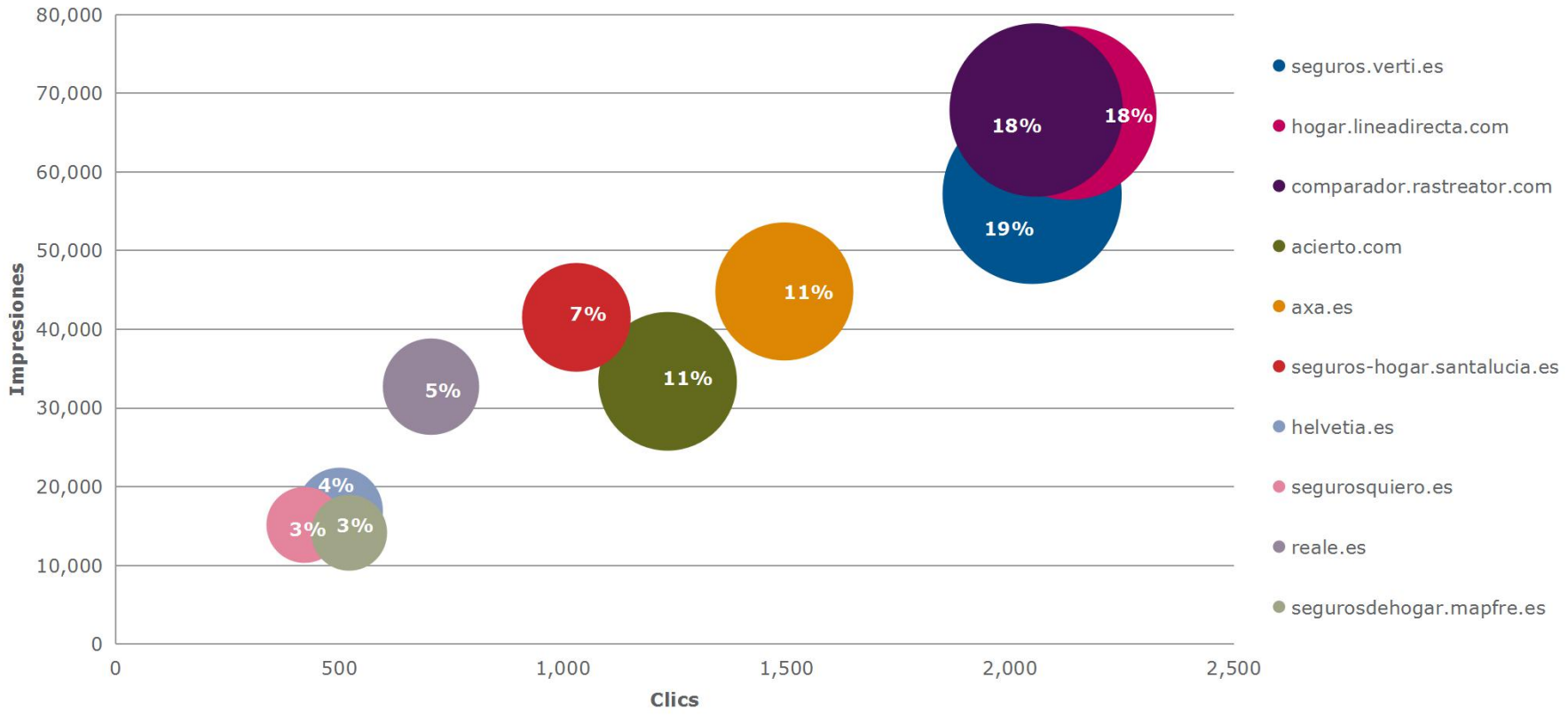
El informe muestra la cobertura media para un conjunto de términos en relación a la posición media de los anuncios. La cobertura es el porcentaje de veces en los que un anunciante es encontrado en la primera página de resultados.

Insights

Los anunciantes con una gran cobertura tienen una mayor visibilidad para los usuarios. Si ésta se combina con una buena posición media el rendimiento se maximiza.

¿Cuáles son los actores que destinan una mayor inversión?

Top 10 Anunciantes en Septiembre 2017



Informe de inversión

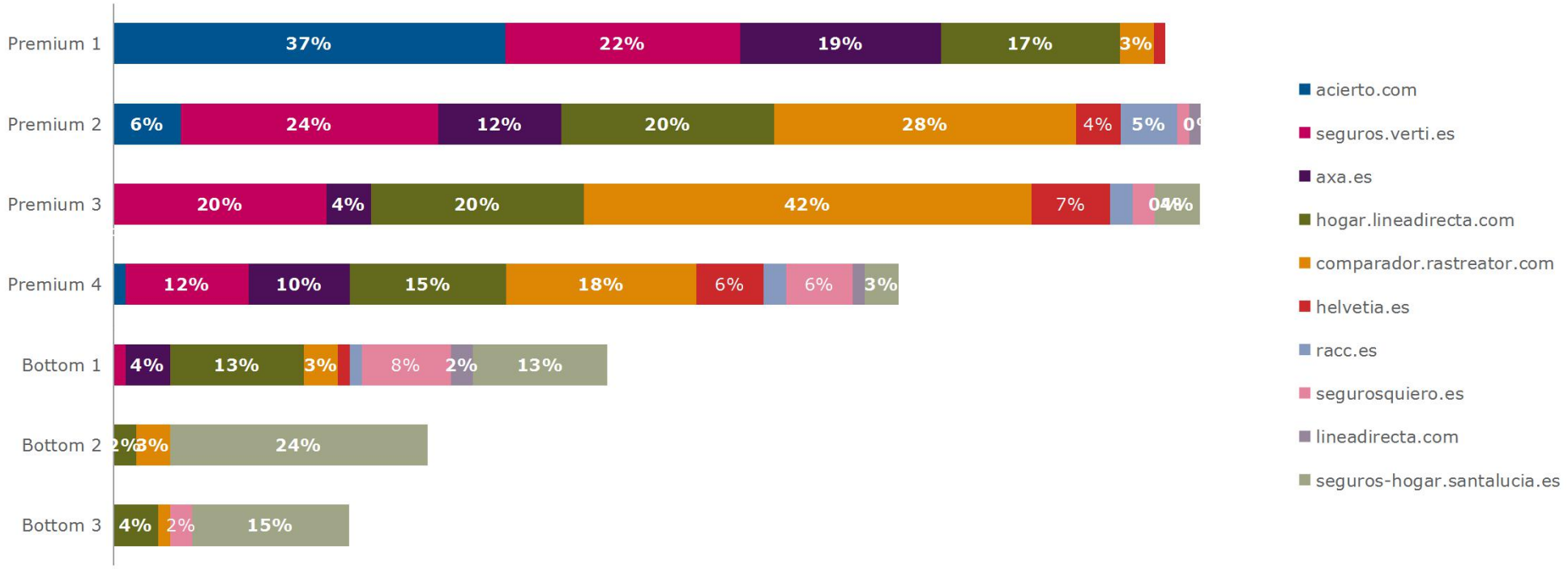
Este informe muestra la inversión de los diferentes anunciantes para el conjunto de palabras clave seleccionadas en un periodo determinado, así como las impresiones abarcadas.

Insights

Los datos de inversión permiten conocer el grado de importancia de los términos analizados para un anunciante, así como los recursos destinados y las impresiones abarcadas con dicha cantidad.

¿Cuáles son las estrategias de posición media para el término “seguros de hogar”?

Top 10 Anunciantes en Septiembre 2017



Informe de posición media

Permite analizar la cobertura de los anunciantes para cada posición de anuncio y para una palabra clave determinada.

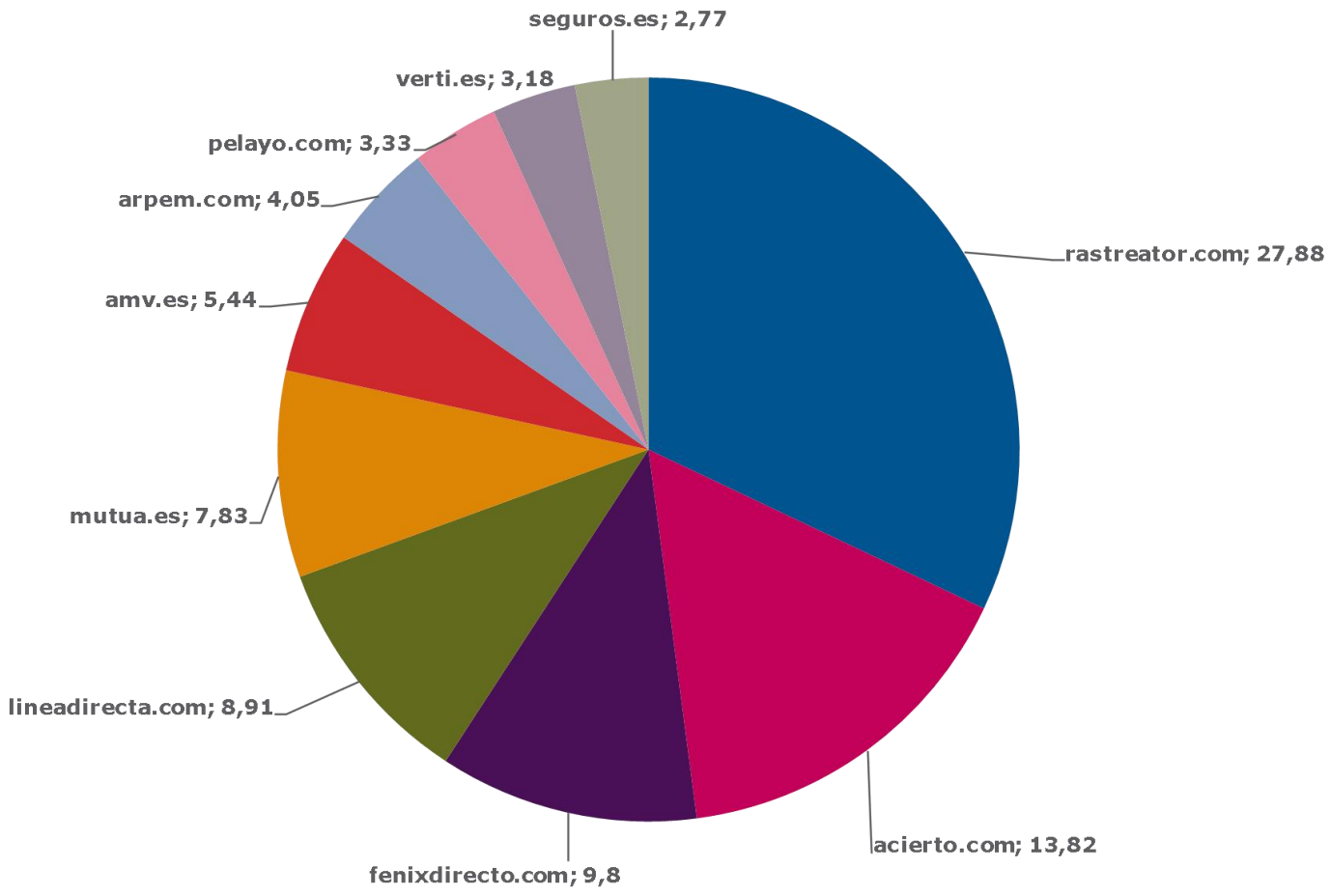
Insights

Esta información responde a preguntas como ¿qué cobertura tiene mi competencia en posiciones Premium?
Permite ver las estrategias de posicionamiento para KW determinadas.

Seguros de Hogar en Posicionamiento SEO

¿Cuál es el *Traffic Share* orgánico de los principales actores?

Top 10 Actores en Septiembre 2017



Traffic Share

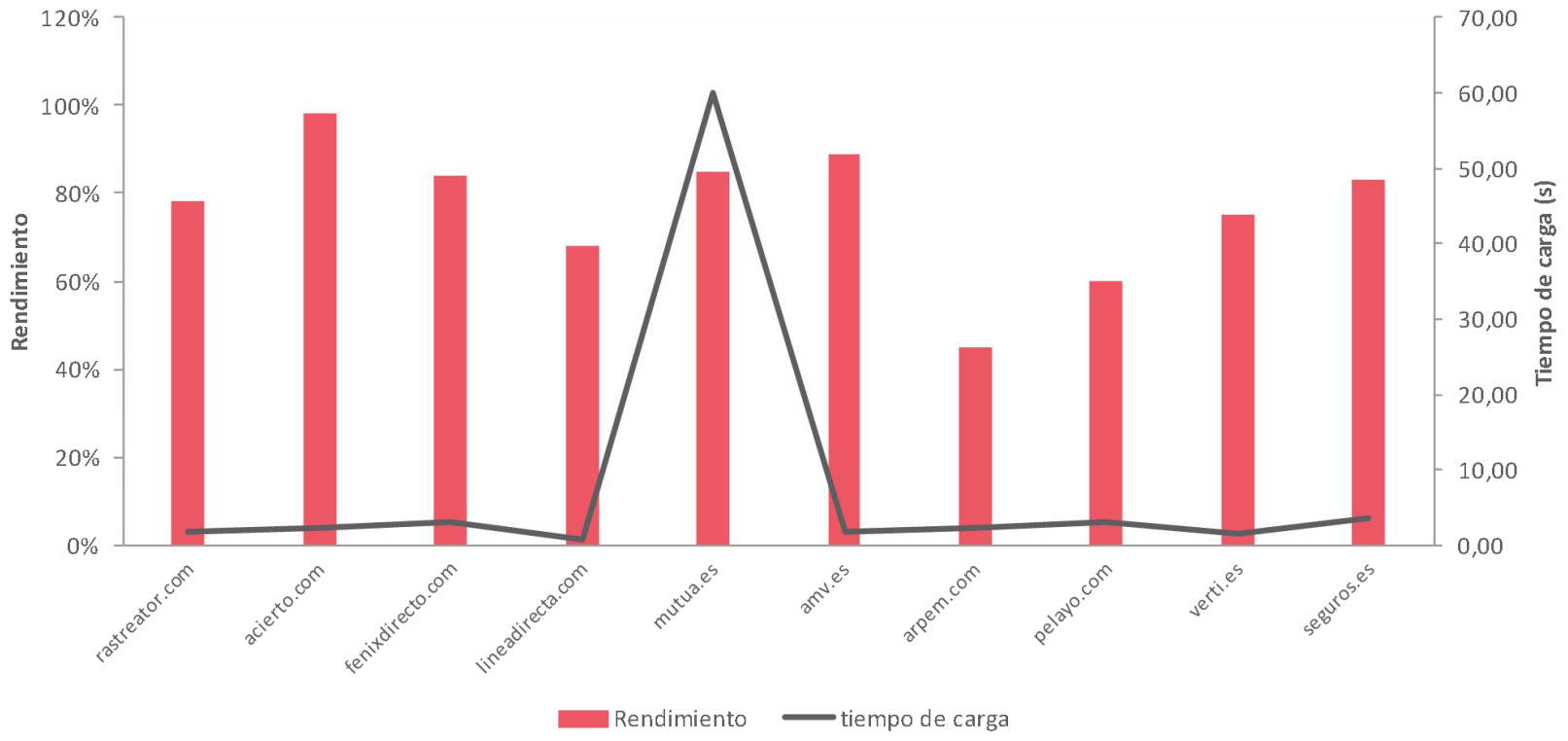
Este informe muestra el porcentaje de tráfico que un dominio recibe en comparación con el total del tráfico para el conjunto de términos seleccionados.

Insights

Los actores que tienen un Septiembrer traffic share están presentes en un Septiembrer número de resultados de búsqueda y aparece en mejores posiciones que sus competidores para los términos seleccionados.

¿Cuál es la salud de los tiempos de carga y rendimiento de los principales dominios?

Top 10 Actores en Septiembre 2017



Informe de rendimiento del sitio

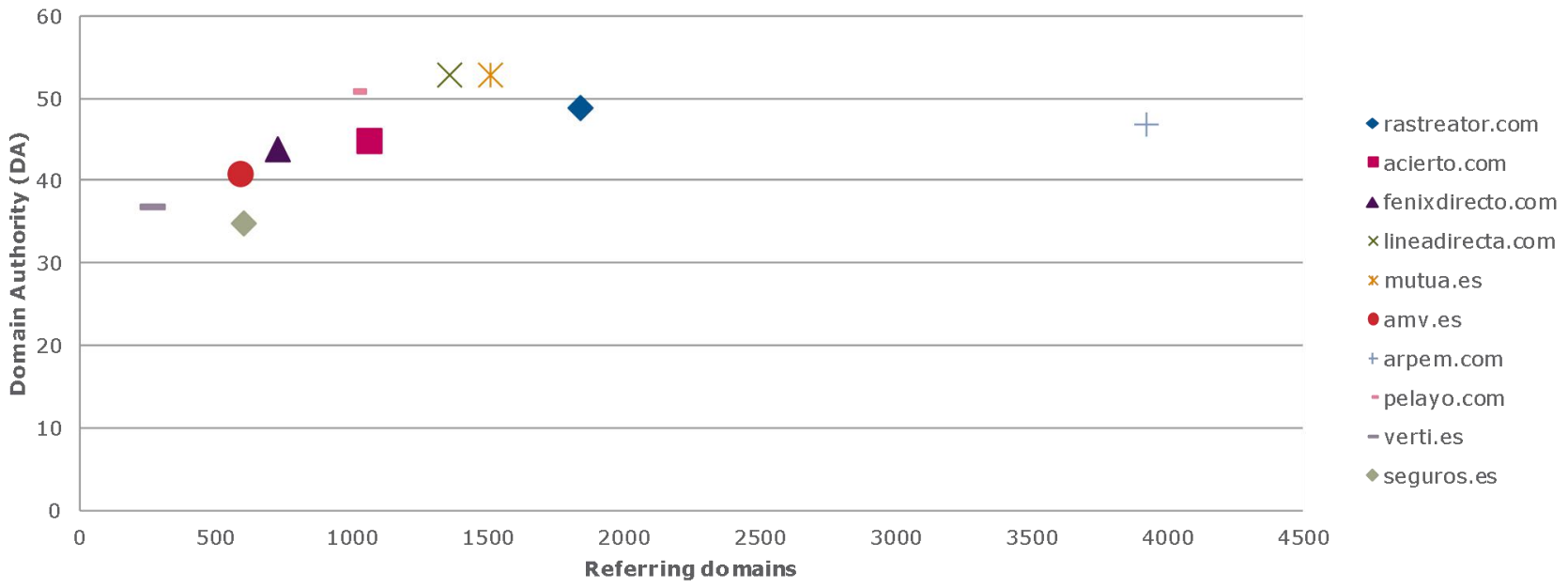
El informe analiza la salud de los tiempos de carga para los actores principales del sector. Para ello toma como referencia una puntuación del 1 al 100 –de menos a más optimizada- así como el tiempo de carga de la página en segundos.

Insights

Los sitios con una Septiembrer velocidad para todos los dispositivos son mejor valorados por Google y mejoran la experiencia de usuario. Si ésta se combina con un buen grado de performance, el efecto positivo SEO se maximiza.

¿Cuál es la relevancia del dominio de las marcas mejor posicionadas?

Top 10 Actores en Septiembre 2017



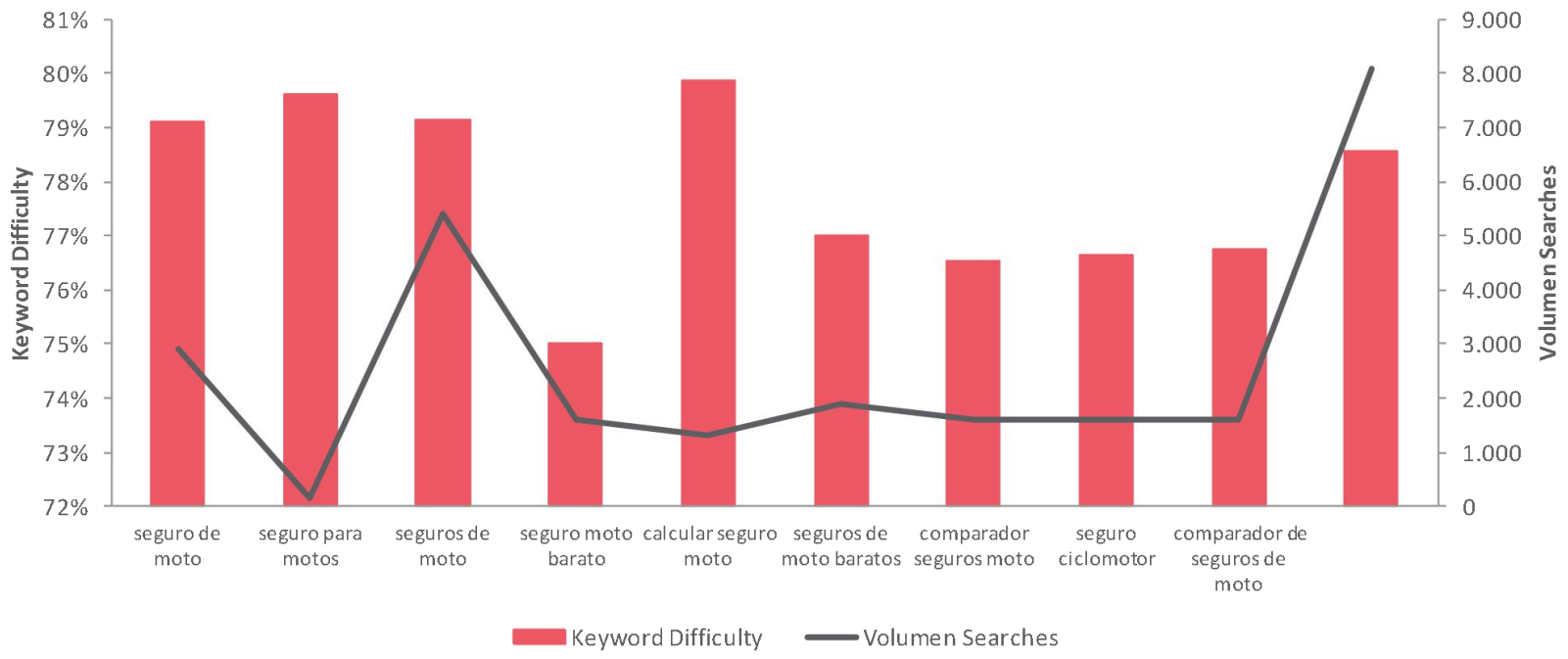
Informe de relevancia del dominio

Este informe muestra la autoridad del dominio de los diferentes sites analizados, así como el número de dominios externos que enlaza a cada uno de ellos.

Insights

La autoridad del dominio indica el peso o relevancia del dominio respecto al posicionamiento orgánico. Indica, por tanto, la calidad y credibilidad de éste frente a otros sites.

¿Cuál es la *Keyword Difficulty* de los principales términos del sector “seguros de hogar”?



Informe Keyword Difficulty

Permite analizar la dificultad para alcanzar las primeras posiciones en los resultados orgánicos para cada una de las palabras claves analizadas (1-100%), así como en número de búsquedas mensuales para cada uno de los términos.

Insights

Esta información sirve para evaluar la dificultad de las palabras clave y por tanto, el panorama competitivo de un término de búsqueda. Esta información es determinante a la hora establecer una estrategia de palabras clave coherente.

¿Qué otra información relevante podemos ofrecerte?

Si quieres saber más o solicitar tu auditoría gratuita* de SEM y/o SEO **llámanos**

(+34) 91 725 92 20
consultoria@kanlli.com

* Sólo para marcas con una inversión en Paid Search de al menos 300.000 euros anuales y/o SEO de 20.000 euros anuales.