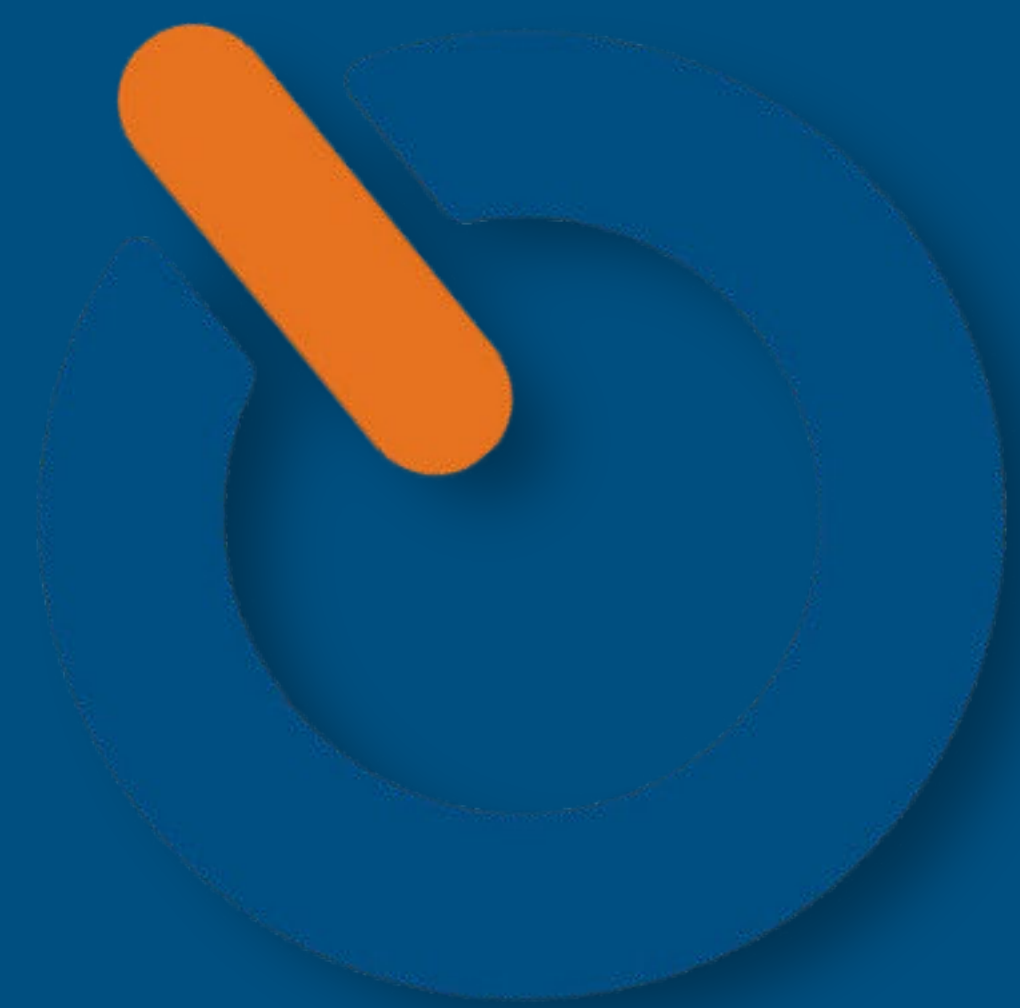




FERVILELA
Digital Consulting

MARKETING DIGITAL,
DESARROLLO Y SOPORTE TECNOLÓGICO
Y ACADEMIA ONLINE

PROFESIONALES[≡]
ALTAMENTE
CAPACITADOS



SERVICIOS[≡]
DIGITALES A
MEDIDA



Son acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de google.



PORTAFOLIO EN³ SEO

i. KEYWORDS ORGÁNICOS - EEUU

Posiciones en búsquedas orgánica 1 - 100 (259)

Palabra clave	Obj...	SF	Pos.	Dif.	Tra...	Volum...	KD %	CPC...	URL	S...	Act...
cuy guinea pig			12	12	0	30,66	3600	46	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	04 feb
cuy animal			8	8	0	14,00	720	44	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	31 ene
huaraz elevation			1	1	0	9,33	30	18	0	thelazydoginn.com/acclimatization-guide-for-visiting-the-huaraz-area/	25 ene
cuy peru			18	18	0	4,66	2400	42	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	04 feb
cuy cuy			8	8	0	4,66	260	45	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	31 ene
what is cuy			12	12	0	4,00	480	37	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	30 ene
cuy colombia			11	11	0	4,00	140	28	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	29 ene
guinea pig ecuador			15	15	0	4,00	1300	29	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	05 feb
chacho			35	40	2,5	4,00	9900	44	2,6	thelazydoginn.com/chacho-the-most-beautiful-andean-super-food/	06 feb
cuy ecuador			24	24	0	3,33	3600	32	0	thelazydoginn.com/cuy-guinea-pig-an-andean-delicacy/	04 feb

Palabras claves actualmente ganadas con la página web con usuarios de EEUU.
Las principales palabras claves son del tipo informativas, por lo cual hay que trabajar en traer palabras claves más comerciales.

THE LAZY DOG INN Referencias:
C = Comercial, I = Informativo, N = Navegación, T = Transaccional

i. KEYWORDS - ORGÁNICOS

Palabra clave	Obj...	SF	Pos.	Dif.	Tra...	Volumen	KD %	CPC (USD)	URL	SERP	Act.
chocho			29	29	0	58,33	9900	37	0	thelazydoginn.com/chocho/	17 dic
lodge huaraz			10	10	0	37,50	320	17	0,1	thelazydoginn.com/	03 dic
el chocho			16	16	0	4,16	260	29	0	thelazydoginn.com/chocho/	26 nov
google maps			39	39	0	< 0,01	260	27	0	thelazydoginn.com/	27 nov
rma rma			21	21	0	< 0,01	390	30	0	thelazydoginn.com/rma/	25 nov
chocho o tani			84	84	0	< 0,01	90	33	0	thelazydoginn.com/chocho/	06 dic
bus de lima a huaraz			63	63	0	< 0,01	260	17	0,1	thelazydoginn.com/rma/	05 dic
huacacan national park			35	35	0	< 0,01	110	42	0	thelazydoginn.com/ark/	06 dic
penu dog			66	66	0	< 0,01	90	40	0	thelazydoginn.com/bin/	14 dic
cancha recipe			59	59	0	< 0,01	90	28	0	thelazydoginn.com/chocho/	06 dic

Palabras claves segmentadas solo para Perú. Está ordenado en base a oportunidades detectadas. La mayoría son palabras nuevas, pero no vemos mucha orientación al rubro (hoteles).

THE LAZY DOG INN

v. KEYWORDS - EVOLUCIÓN



iii. ANALIZAMOS 1 COMPETIDOR

Investigación orgánica: huarazlodge.com

PE 14 US 13 CA 3 Dispositivo: Escritorio Fecha: 18 dic 2021 Moneda: USD

Visión general Posiciones Cambios de posición Competidores Páginas Subdominios

Filtrar por palabra clave Posiciones Volumen KD Objetivo Funcionalidades SERP Filtros avanzados

Palabras clave 14 27,27 % Tráfico 50 92,31 % Coste de tráfico 2 US\$ 100,0 %

Posiciones en búsquedas orgánica 1 - 14 (14)

Palabra clave	Obj...	SF	Pos.	Dif.	Tra...	Volumen	KD %	CPC (USD)	URL	SERP	Act.
huarazlodge.com			3	2	1	44,00	170	20	0,1	huarazlodge.com/new/	18 dic
lodge huaraz			6	6	0	32,00	320	17	0,1	huarazlodge.com/	03 dic
lodge huaraz			7	7	0	24,00	320	17	0,1	huarazlodge.com/new/	03 dic
google maps			40	40	0	< 0,01	260	27	0	huarazlodge.com/	27 nov
hoteles baratos en huaraz			37	37	0	< 0,01	260	15	0,1	huarazlodge.com/rma/	08 dic
churup mountain lodge			52	52	0	< 0,01	320	29	0,1	huarazlodge.com/	05 dic
huaraz trek			73	73	0	< 0,01	90	26	0,2	huarazlodge.com/new/	10 dic
trekking huaraz			82	82	0	< 0,01	140	17	0	huarazlodge.com/new/	22 nov

La estrategia utilizada por el competidor es la de palabras clave que el resto de palabras...

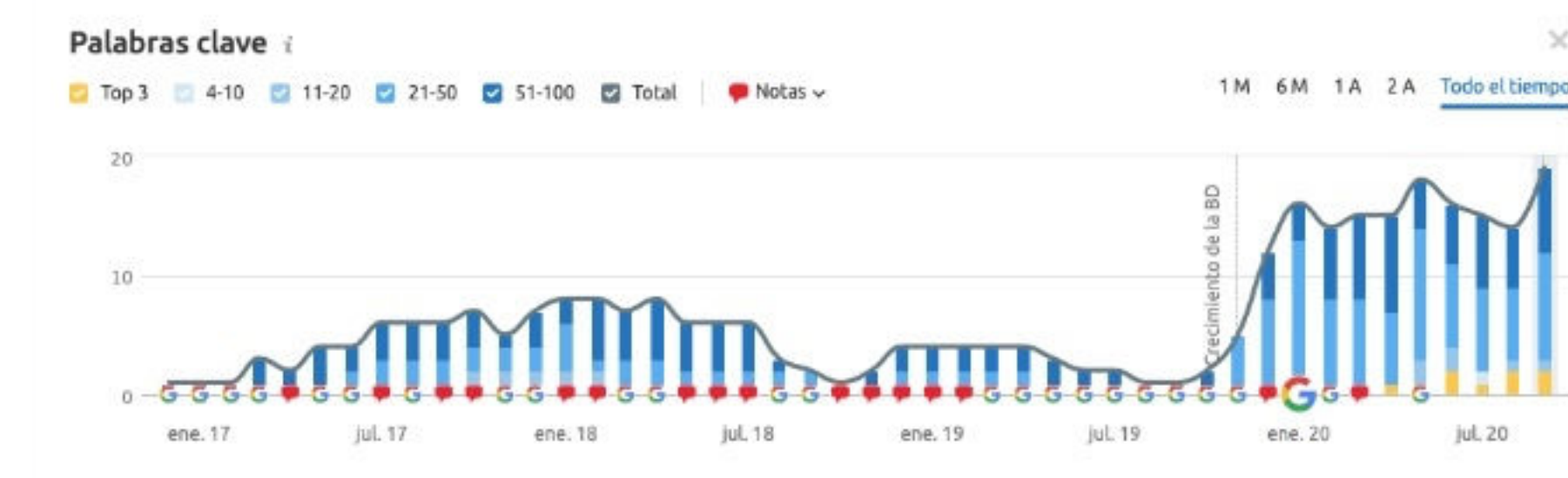
THE LAZY DOG INN



TECNOFOOD S.A.C



iii. KEYWORDS -WEB



V. PLAN DE ACCIONES

Objetivo	Actividades	Tiempo de Implementación	Responsables	Recursos involucrados
Posicionar 3 Keywords	Definir Keywords	1 semana	FerVilela	Google Ads, KPIs
	Establecer presupuesto		Tecnofood	Google Ads
	Creación de campañas		FerVilela	Google Ads, KPIs
Marketing de Contenidos	Crear sección de Noticias Blog en la web	1 semana	FerVilela	WordPress
	Estrategia de Contenidos Keywords para Noticias	2 semanas	FerVilela	Herramientas Google
	Implementar noticias con palabras claves	1 mes	FerVilela	Creación de noticias
Objetivo	Actividades	Tiempo de Implementación	Responsables	Recursos involucrados
Optimización de Página Web	Comprimir imágenes, CSS JavaScript	1 semana	FerVilela	Código

v. TÉCNICO

VISTA PREVIA SERP:

Equipos y Maquinaria para la industria de alimentos en Peru
<https://tecnofood.pe/>
Somos distribuidores de maquinaria y equipos para la Industria de Alimentos en Peru. Tenemos los mejores precios y el mejor servicio tecnico, Visitanos

ENLACES EXTERNOS:

Se han encontrado 2 enlaces hacia otras Webs (16.7% del total).

URL	ANCHOR	TITLE	REL
https://www.youtube.com/watch?v=...	(img)		wp-video-lig..
http://www.firusays.com/	FIRU STUDIO	-	-

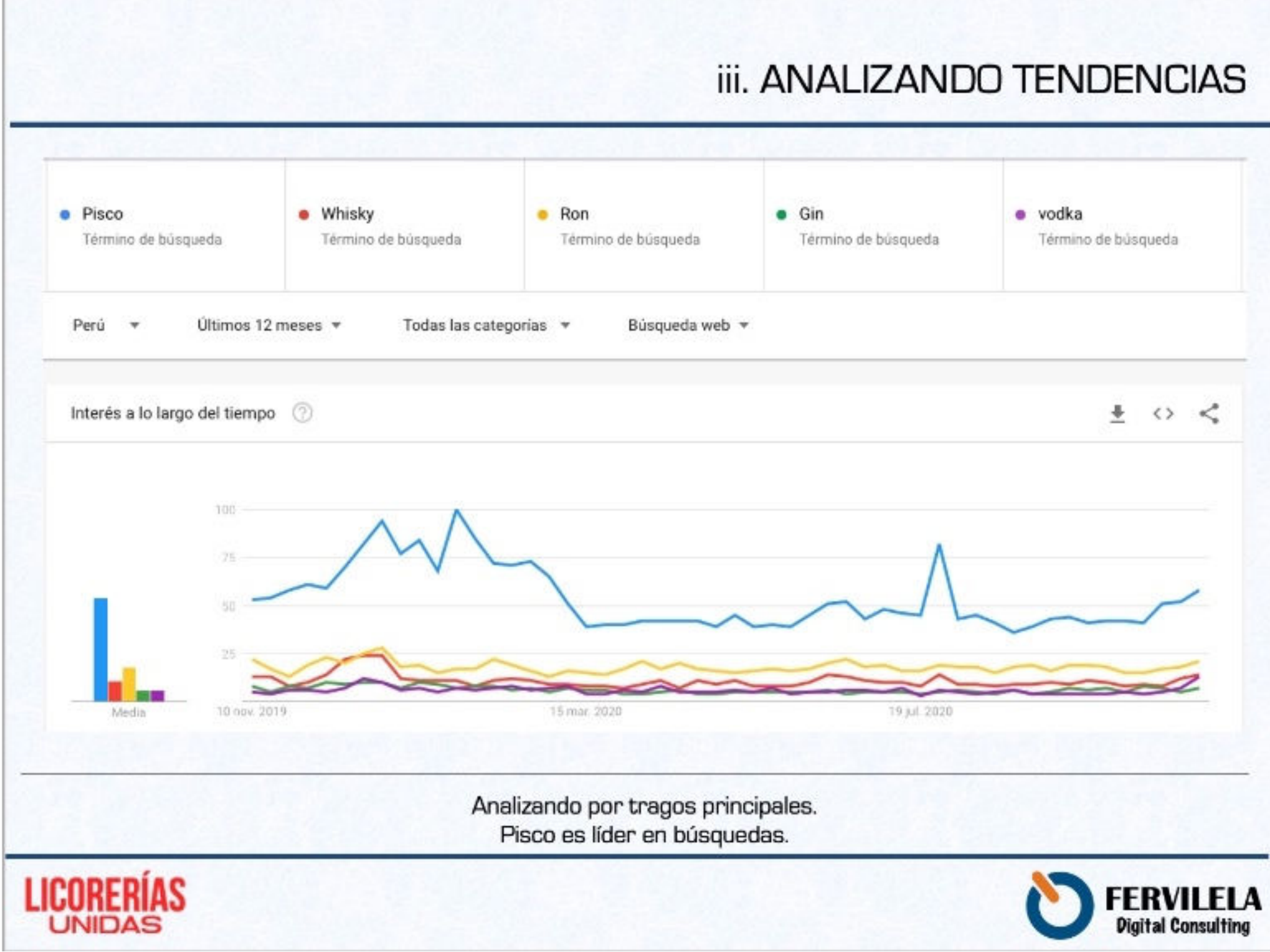
Todo ok con el SERP (Search Engine Result Page), mientras que los enlaces hacia páginas externas solamente se encontraron 2, por mejorar.
Fecha de corte: Setiembre 2020.

RUBRO:
EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Logro: Crecimiento orgánico exponencial

TECNOFOOD
tecnofood.pe

LICORERÍAS UNIDAS



iii. KEYWORDS - ORGÁNICOS

Palabra clave	Funcionalidades SERP	Pos.	Dif.	Tráfico %	Volumen	KD %	CPC (USD)	URL
licorerias unidas	📍 📱 🌐 🌟 🌟	1 - 1	0	96,55	140	64,79	0,14	www.licoreriasunidas.pe/
bercheva	📍 📱	15 - 15	0	1,72	480	74,91	0,00	www.licoreriasunidas.pe/p/coctel-de-leche-bercheva-750ml
pisco de ciruela queirolo	📍 📱 🌟	12 - 12	0	0,86	90	73,19	0,00	www.licoreriasunidas.pe/p/masco-de-ciruela-santiago-queirolo-750ml
licorerias en lima	📍 📱 📱 🌟	26 - 26	0	0,86	720	69,73	0,17	www.licoreriasunidas.pe/
ron parce	🌟 🌟	77 - 77	< 0,01		110	69,10	0,00	www.licoreriasunidas.pe/p/ron-parce-8-anos
pisco queirolo precio	📍 📱	48 - 48	< 0,01		170	76,40	0,14	www.licoreriasunidas.pe/c/pisco
vino santiago queirolo	📍 📱 🌟	41 - 41	< 0,01		390	75,46	0,26	www.licoreriasunidas.pe/c/vinos-nacionales
pisco tabernero precio	📍 📱 📱	58 - 58	< 0,01		140	82,98	0,14	www.licoreriasunidas.pe/c/pisco
vino tuyo borgoña	📍 📱	18 - 18	< 0,01		90	73,04	0,00	www.licoreriasunidas.pe/c/vinos-nacionales
ron cartavio superior 750 ml precio	📍 🌟	22 - 22	< 0,01		70	73,97	0,20	www.licoreriasunidas.pe/c/ron

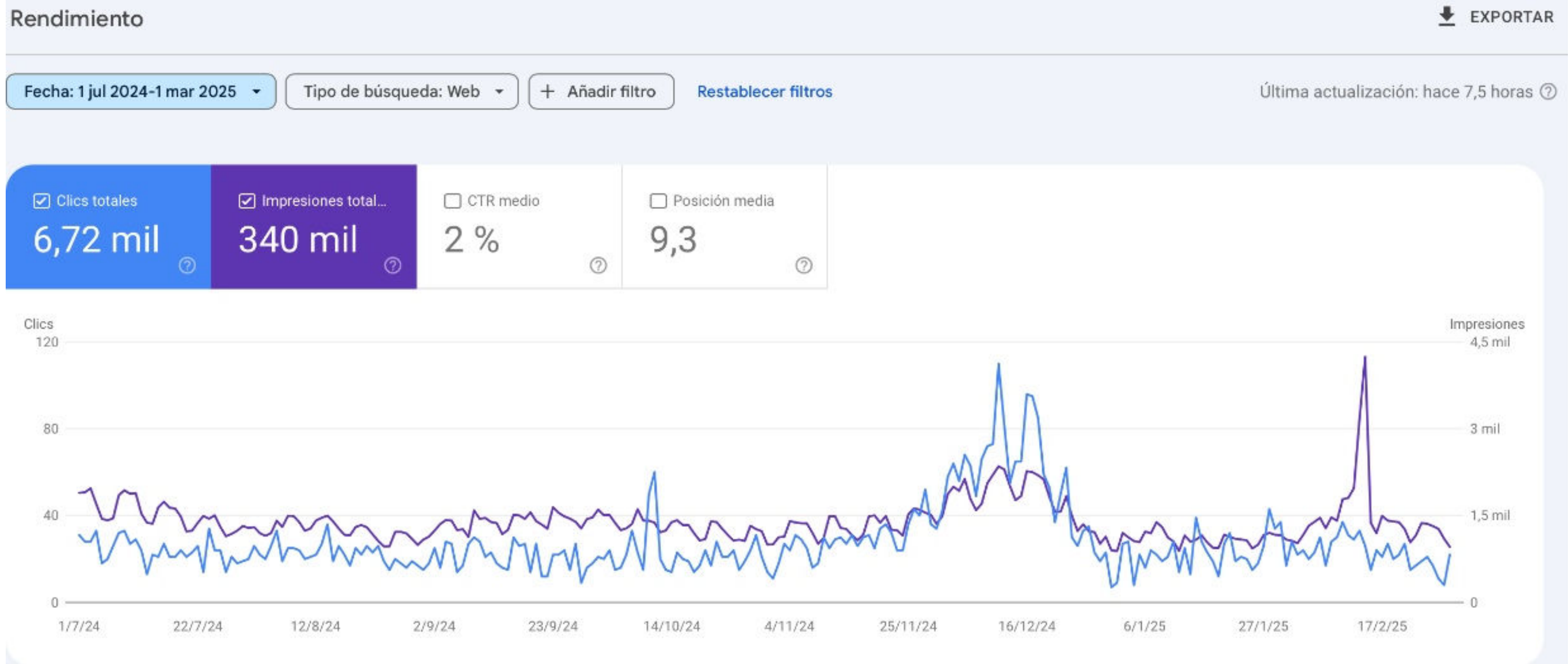
Los Keywords Orgánicos son aquellas palabras claves en donde LICORERIAS UNIDAS tiene cierto posicionamiento ganado en Google (fecha de corte: NOVIEMBRE 2020).

LICORERÍAS UNIDAS

FERVILELA Digital Consulting

RECOMENDACIÓN: Se puede realizar un trabajo orientado a "Licorerías en Lima", o a tragos.



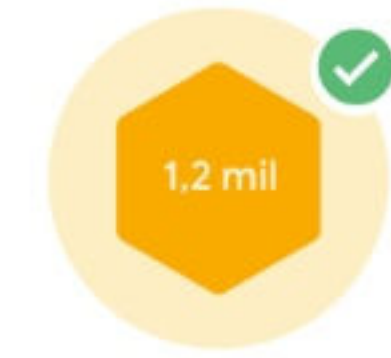


CONSULTAS	PÁGINAS	PAÍSES	DISPOSITIVOS	APARICIÓN EN BÚSQUEDAS	FECHAS
	Páginas principales			↓ Clics	Impresiones
	https://locasa.com.pe/			1.452	12.176
	https://locasa.com.pe/felpudos-divertidos?tag=sarcastico			344	12.826
	https://locasa.com.pe/producto/movies-poster-para-raspar/			271	14.460
	https://locasa.com.pe/gatos-de-la-suerte?search=Gato			262	17.926
	https://locasa.com.pe/producto/tarjetas-de-felicitaciones/			254	10.309
	https://locasa.com.pe/producto/lampara-esfera/			233	20.764
	https://locasa.com.pe/producto/tarjetas-romanticas/			219	26.686
	https://locasa.com.pe/producto/mapamundi-de-madera/			149	6.729
	https://locasa.com.pe/producto/mandiles-divertidos-personajes/			147	10.747
	https://locasa.com.pe/producto/tazas-de-acero-esmaltado/			132	3.942

Conseguido



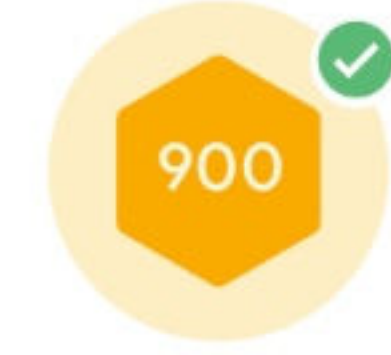
Impacto en la Búsqueda de Google: 1,5 mil
Tu sitio ha recibido 1,5 mil clics en la Búsqueda de Google en 28 días
19 dic 2023



Impacto en la Búsqueda de Google: 1,2 mil
Tu sitio ha recibido 1,2 mil clics en la Búsqueda de Google en 28 días
12 dic 2023



Impacto en la Búsqueda de Google: 1 mil
Tu sitio ha recibido 1 mil clics en la Búsqueda de Google en 28 días
21 dic 2022



Impacto en la Búsqueda de Google: 900
Tu sitio ha recibido 900 clics en la Búsqueda de Google en 28 días
19 dic 2022

RUBRO:
E-COMMERCE

Logro: Crecimiento orgánico exponencial

LOCASA
locasa.com.pe

2. CAMPAÑAS ACTIVAS - ÚLTIMOS 3 MESES

Campaña	Tipo	Costo	Ppto. Diario	Impresiones	Clics	CTR	Conversiones	Coste / Conversión	Nivel de Optimización
* Trafico Excel Cursos online bcm	Buscar	S/. 448.0	S/. 5.0	109,108	1,788	1.64%	1,707	S/. 0.3	71.3%
Trafico Camex Peru	Buscar	S/. 521.7	S/. 20.0	46,059	1,526	3.31%	4	S/. 130.4	56.6%
Oferta 2x1 Cursos Online	Inteligente	S/. 177.3	S/. 2.0	43,917	2,769	6.31%	30	S/. 5.9	--
*Excel Cursos lista Camara bcm	Buscar	S/. 178.9	S/. 2.0	13,535	877	6.48%	4	S/. 44.7	75.4%
* Variaciones curso excel bcm	Buscar	S/. 89.0	S/. 1.0	9,906	492	4.97%	8	S/. 11.1	83.3%
Certificate	Inteligente	S/. 9.1	S/. 0.1	4,323	83	1.92%	1	S/. 9.1	--
*Cursos Camara Peruana de Comercio Exterior	Buscar	S/. 10.5	S/. 10.0	1,343	156	11.62%	2	S/. 5.3	91.6%

- En 3 meses se han gastado S/.1,435, de los cuales aproximadamente el 68% está invertido en las 2 primeras campañas
- Lo ideal sería que las campañas donde más se invierta se tenga un mejor nivel de optimización, sin embargo se ve que en las de Búsqueda está en menos de 80%
- La efectividad de los anuncios se evalúa con indicador CTR, en campañas de Búsqueda debería estar alrededor de 5% , sin embargo vemos que se tienen valores muy bajo.
- Por otro lado, se ve que el número de conversiones varía mucho entre las campañas. Por ejemplo en las 2 primeras campañas que tienen casi el mismo objetivo



6. PÁGINAS DE DESTINO – CURSOSONLINE.US
GTM-K6TD9R5 UA-127737652-1

	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/s...	Duración media de la sesión
	16.368	16.110	19.307	63,33 %	2,18	00:01:36
1 (Other)	6.440			61,85 %		
2 Direct	4.711			56,47 %		
3 Social	2.839			68,53 %		
4 Paid Search	1.069			79,13 %		
5 Referral	549			64,10 %		
6 Organic Sear	440			73,52 %		
7 Display	408			93,88 %		

- Los usuarios ingresan directamente y por (Other), lo más probable es que sea por las campañas, pero ese indicador es raro.
- Las redes sociales juegan un buen papel en el trabajo para que se llegue a la página.

6. PÁGINAS DE DESTINO – CURSOSONLINE.US
GTM-K6TD9R5 UA-127737652-1



- Se revisó la página de destino de las campañas de Google Ads.
- Su flujo es alto en personas que abandonan, y los que se quedan, básicamente van a videoteca.php (videos demostrativos) con segundas interacciones en los videos (es decir, hay interacción).

7. PÁGINAS DE DESTINO – CAMEXPERU.ORG.PE
GTM-W64M647 UA-127737652-3

Página	Número de visitas a páginas	Número de páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Entradas	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas
	79.062 % del total: 100,00 % (79.062)	62.027 % del total: 100,00 % (62.027)	00:02:02 Media de la vista: 00:02:02 (0,00 %)	47.174 % del total: 100,00 % (47.174)	72,82 % Media de la vista: 72,82 % (0,00 %)	59,67 % Media de la vista: 59,67 % (0,00 %)
1. /	32.465 (41,06 %)	25.275 (40,75 %)	00:02:26	24.511 (51,96 %)	71,38 %	67,53 %
2. /course/importaciones-de-china/	10.153 (12,84 %)	8.639 (13,93 %)	00:02:25	7.771 (16,47 %)	76,52 %	76,12 %
3. /EspecialistaExcel	4.999 (6,32 %)	3.769 (6,08 %)	00:03:11	3.346 (7,09 %)	76,42 %	70,51 %
4. /ChinaImportar	2.149 (2,72 %)	1.682 (2,71 %)	00:03:54	895 (1,90 %)	80,45 %	66,54 %
5. /course/especializacion-en-excel/	1.629 (2,06 %)	1.265 (2,04 %)	00:02:42	828 (1,76 %)	65,82 %	58,38 %
6. /especialistaexcel	1.409 (1,78 %)	1.071 (1,73 %)	00:04:03	736 (1,56 %)	75,00 %	61,04 %
7. /page/2/	1.105 (1,40 %)	785 (1,27 %)	00:00:53	67 (0,14 %)	55,22 %	16,65 %
8. /product/importaciones-de-china/	982 (1,24 %)	629 (1,01 %)	00:01:08	74 (0,16 %)	63,51 %	29,94 %
9. /course/master-en-excel/	914 (1,16 %)	754 (1,22 %)	00:02:10	608 (1,29 %)	88,49 %	70,68 %
10. /ExcelEmpresarial	848 (1,07 %)	626 (1,01 %)	00:02:13	132 (0,28 %)	71,21 %	37,15 %

- La mayoría va al home y luego a la publicidad, pero de todos...

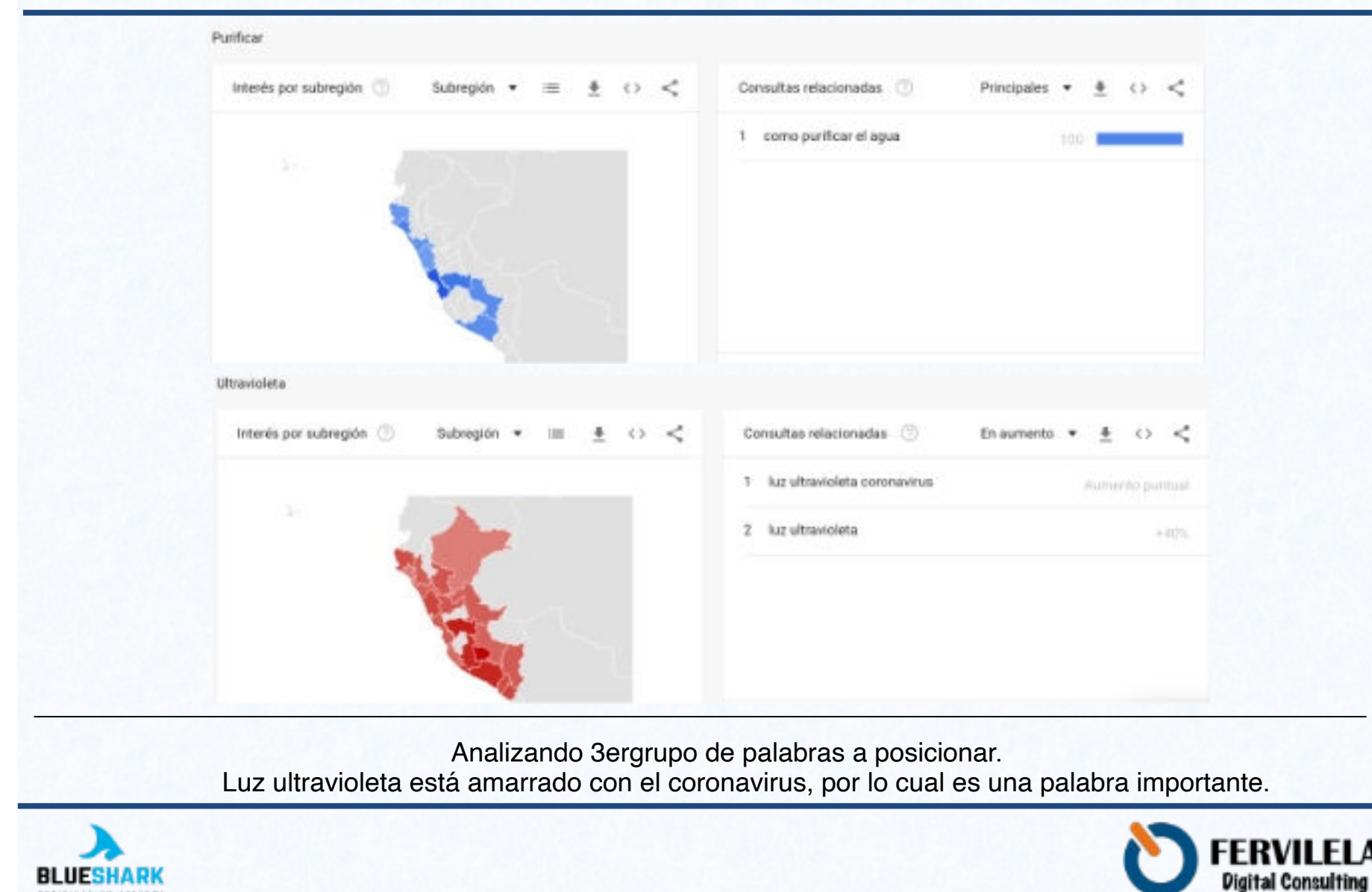
iii. KEYWORDS -TENDENCIAS



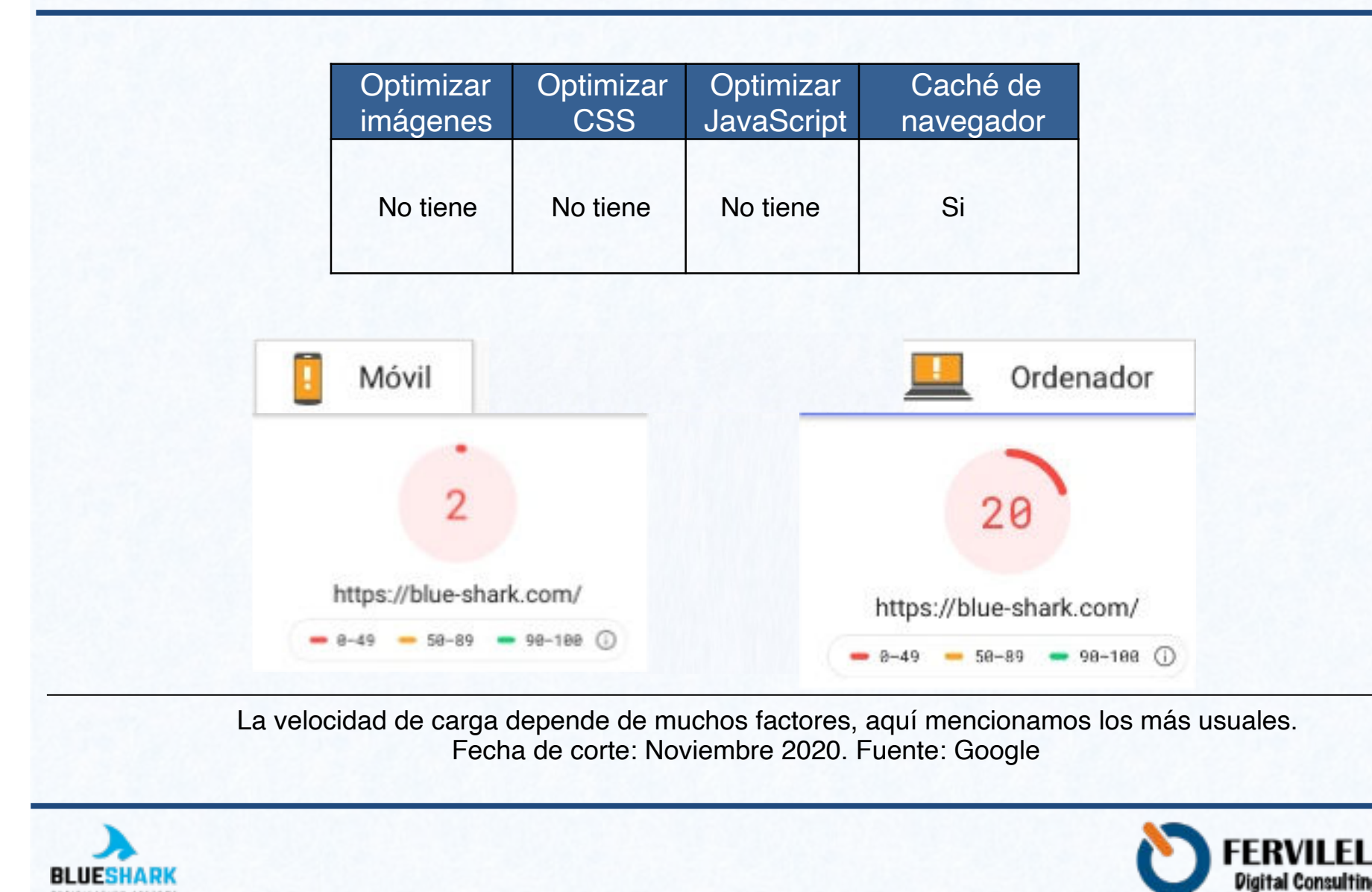
i. MEJORAS REALIZADAS



iii. KEYWORDS -TENDENCIAS



iv. VELOCIDAD





FERVILELA

Digital Consulting

☎ 991 559 559

📘 Fervilela Digital Consulting

✉ ventas@fervilela.com

📍 Oficinas: La Molina - Lima
Huancayo - Junín