

GRICOL

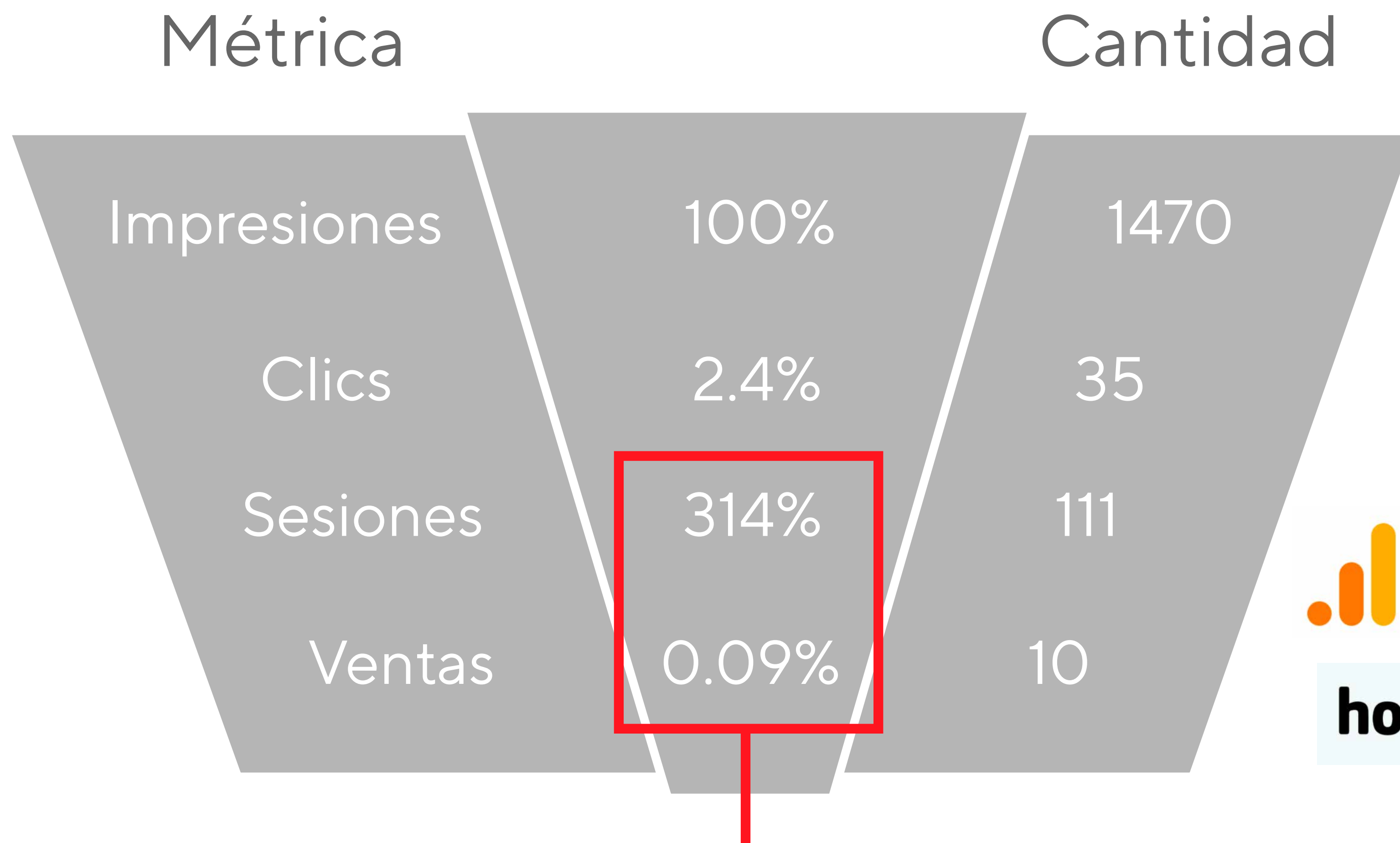
DESDE 1962

Optimización SEO Kit Osma y Lugano

Informe

01-09-20 al 31-10-20

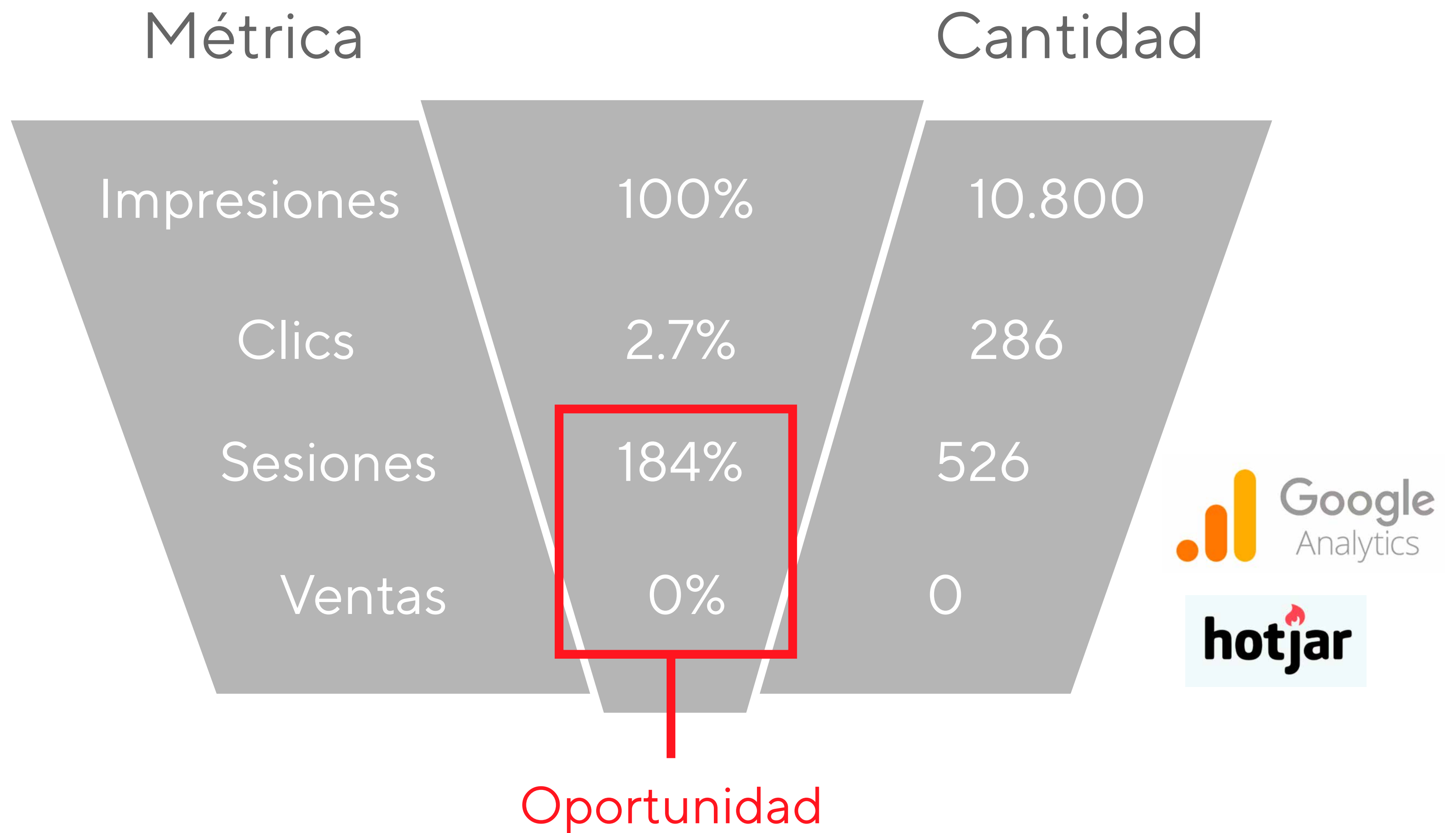
Válvula de pedal Lugano



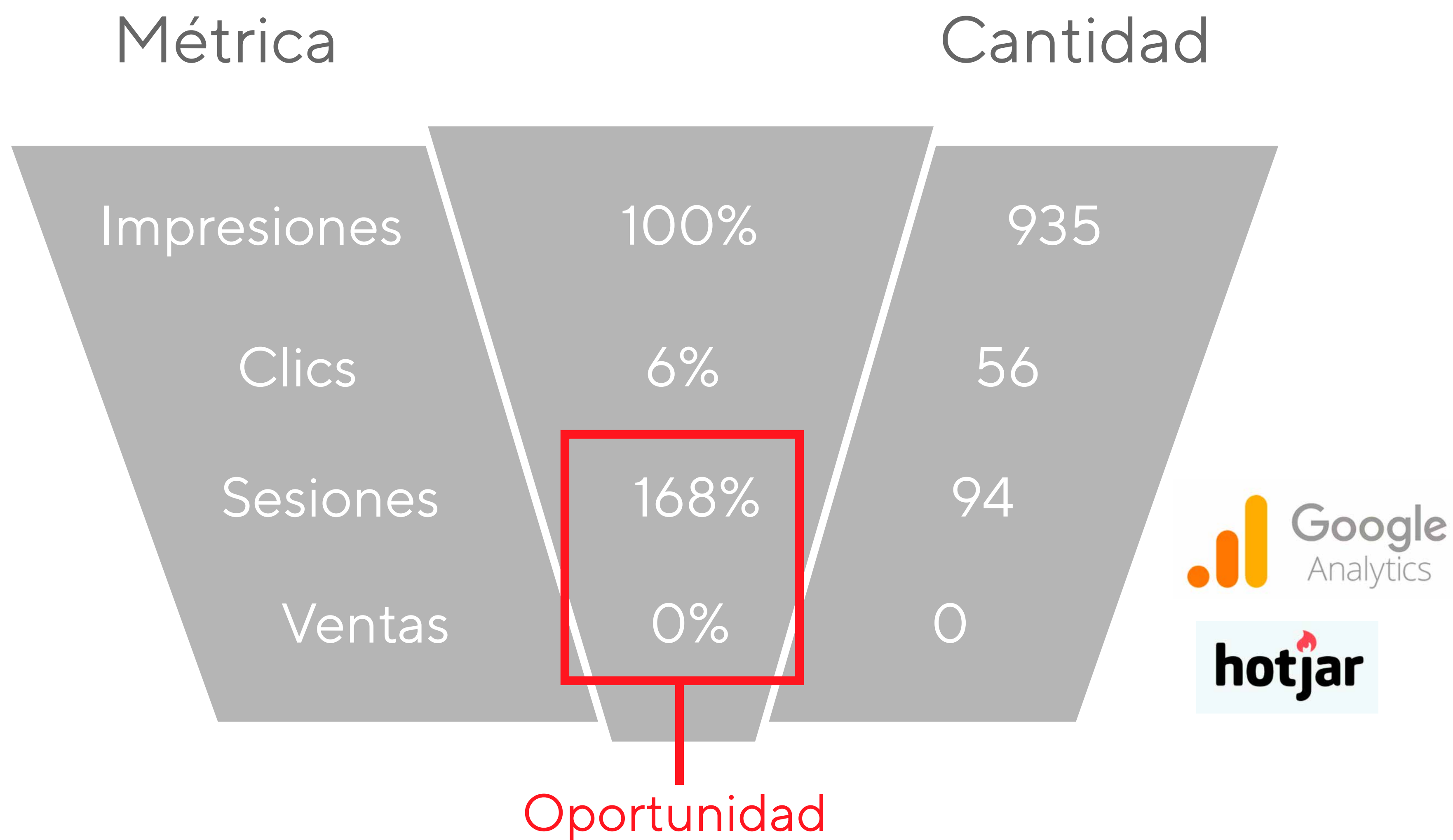
Oportunidad



Dispensador antibacterial Osma



Estación de lavado Osma



Conclusiones

El indicador del CRT es positivo ya que se encuentra por encima de un 2% incluso llegando a un 6% en la Estación de lavado OSMA, lo que nos ha llevado a estar en la primera página de búsqueda en Google para estos productos.

Ahora que estamos logrando el objetivo en la primera parte del Funnel, debemos implementar oportunidades de mejora en la página para poder obtener la información de comportamiento de los usuarios y saber que puede estar sucediendo, ya que a pesar de que llegan al sitio no realizan compras.

La propuesta es, primero realizar la configuración completa de las atribuciones del comercio electrónico en Google Analytics o crear la nueva propiedad de Google Analytics 4, el cual ya nos mostrará información más avanzada sobre las sesiones y los usuarios, adicional Universal Analytics no se va a actualizar más.

Segundo, podemos realizar la instalación de otras herramientas en la página para poder conocer el comportamiento de los usuarios dentro del sitio, una de ellas es HotJar, con esta herramienta sabremos exactamente los movimientos del usuario y podremos determinar acciones centradas en la optimización del sitio que nos lleven a obtener los objetivos de conversión esperados.

GRA
—
CIAS