

Situación previa

El eCommerce de Claro Argentina no lograba alcanzar los objetivos de ventas que se establecían mensualmente, ya que sus páginas no se posicionaban orgánicamente para búsquedas brand genéricas relacionadas a marcas de celulares.

La solución

Generar contenido que resuelva las necesidades del usuario con información referente a cada etapa del proceso de compra, siendo concordante con las más de 400 variables del algoritmo de Google para posicionar orgánicamente.

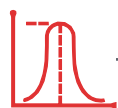
Ante esto se planteó una estrategia de Inbound Conversion Marketing para poder generar contenidos optimizados para SEO que contemplen: funciones del producto, información técnica, diferenciadores de cada uno, imágenes, interlinking con landings relacionadas, y navegación del usuario.

El resultado



En 12 meses, **las ventas** provenientes de tráfico orgánico **incrementaron un**

+220%



El promedio de **posicionamiento orgánico** de Claro, **incrementó un**

80%



Debido a la implementación de la estrategia de Inbound Conversion Marketing **la tasa de conversión aumentó más de un**

110%