

El desafío

Movistar venía trabajando una campaña SEO con puntorojo, desde hace 3 años. Para 2018 el desafío se centraba en encontrar nuevas oportunidades y nichos de tráfico non-brand para búsquedas únicamente comerciales relacionadas a su tienda online, potenciando las landings de marca y modelos de celulares.



La solución

Se llevó adelante una estrategia que tuvo como foco principal potenciar el posicionamiento de tienda movistar.com.ar para sus páginas de marcas y modelos. Se trabajó en la optimización de la home de dicho subdominio optimizando mediante técnicas semánticas con las keywords principales y se implementó un plan de interlinking atomizando la autoridad en base a la oportunidad de cada categoría.

Además trabajamos aquellas búsquedas short tail de marcas de equipos como "Celulares Motorola" e hicimos foco en keywords non-brand como "Celulares Usados" mediante generación de contenido optimizado e interlinking.

El resultado



En un año, se registró un **crecimiento de sesiones del**

261,06%



En un año, se registró un **incremento de ventas de un**

860,4%