

PAUTAS PARA LA VENTA DE VINO ONLINE.

LA INFOESFERA DEL VINO EN LOS RESULTADOS DE GOOGLE: WEBS CORPORATIVAS, MARKET PLACES Y WEBS DE TERCEROS



QUIÉNES SOMOS



CARLOS GONZALO PENELA

SEGUIR

Profesor de comunicación online

Dirección de correo verificada de upf.edu - [Página principal](#)

[SEO](#) [Google](#) [SERP](#) [Media](#) [search](#)

TÍTULO

CITADO POR

AÑO

[Cheers in UK: How Visible Are Spanish Sparkling Wines on Google. co. uk?](#)

C Gonzalo-Penela, N Jiménez-Asenjo, DA Filipescu
Promotion and Marketing Communications

2019

[Insights from a Google keywords analysis about Italian wine in the US market](#)

P De Luca, G Pegan, C Gonzalo-Penela
Micro & Macro Marketing 28 (1), 93-116

4 2019

[Insights from Google search user-generated data: a study on European Wine in the US Market](#)

CG Penela, P De Luca, G Pegan
Contributo in Conference proceedings XIV SIM conference: "Il marketing di ...

2 2017

[Posicionamiento web y medios de comunicación: ciclo de vida de una campaña y factores SEO](#)

L Codina, C Gonzalo Penela, R Pedraza, C Rovira

21 2017

[La selección de palabras clave para el posicionamiento en buscadores](#)

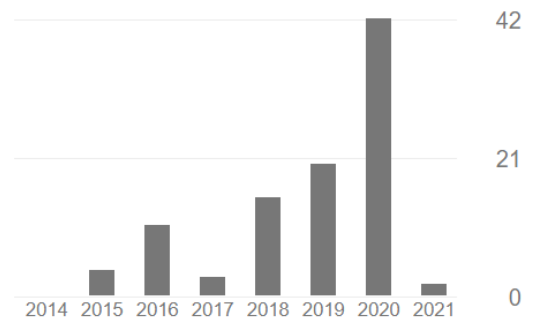
C Gonzalo Penela
Hipertext. net

19 2004

Citado por

[VER TODO](#)

	Total	Desde 2016
Citas	122	93
Índice h	6	5
Índice i10	5	3



Carlos Gonzalo Penela, PhD
Analista de Small Data

Universitat Pompeu Fabra
Barcelona, Cataluña, España

PUNTO DE PARTIDA: LAS SERPs



wines from madrid



TODOS

TRABAJO

IMÁGENES

VÍDEOS

MAPAS

NOTICIAS

SHOPPING

HERRAMIENTAS

5 Underrated Wines to Order in Madrid

1. Toro. Just a two-hour drive northwest of Madrid lies the lush, fertile Toro wine region. The high altitude along the...
2. Verdejo. Most people only think of reds when it comes to Spanish wine, but the country produces some spectacular...
3. Petit Verdot. This unique wine, produced mainly in nearby Castilla La Mancha, breaks the...



More ...

5 Underrated Wines to Order in Madrid – Devour Madrid

 madridfoodtour.com/wines-to-order-in-madrid/

¿Te ha resultado útil?  

LA GENTE TAMBIÉN PREGUNTA

Is there wine in Madrid Spain? 

What wines are grown in Madrid? 

How do you make Madrid wine? 

When was Madrid wine first discovered? 



Where can I drink wine in Madrid?



Todo

Imágenes

Maps

Shopping

Noticias

Más

Configuración

Herramientas

Aproximadamente 94.700.000 resultados (0,68 segundos)

Drink Up at Our 8 Favorite Wine Bars in Madrid

- Vinoteca Vides. Want to get off the beaten path—both in **Madrid** and with your **wine**? ...
- García de la Navarra. ...
- Bodegas Rosell. ...
- De Vinos. ...
- Stop **Madrid**. ...
- Casa Gonzalez. ...
- La Venencia. ...
- Tienda de Vinos ("El Comunista")

16 oct 2020

[madridfoodtour.com > wine-bars-in-madrid](https://madridfoodtour.com/wine-bars-in-madrid)

Drink Up at Our 8 Favorite Wine Bars in Madrid – Devour Madrid

 Acerca de los fragmentos destacados •  Enviar comentarios

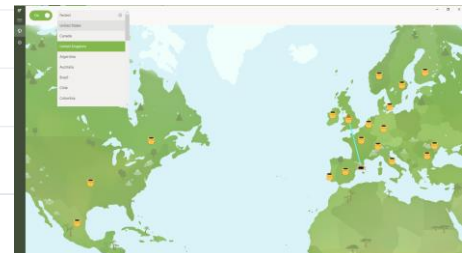
Otras preguntas de los usuarios

Where can I buy wine in Madrid? 

How much is a glass of wine in Madrid?

Does Madrid have wine?

What is there to drink in Madrid?

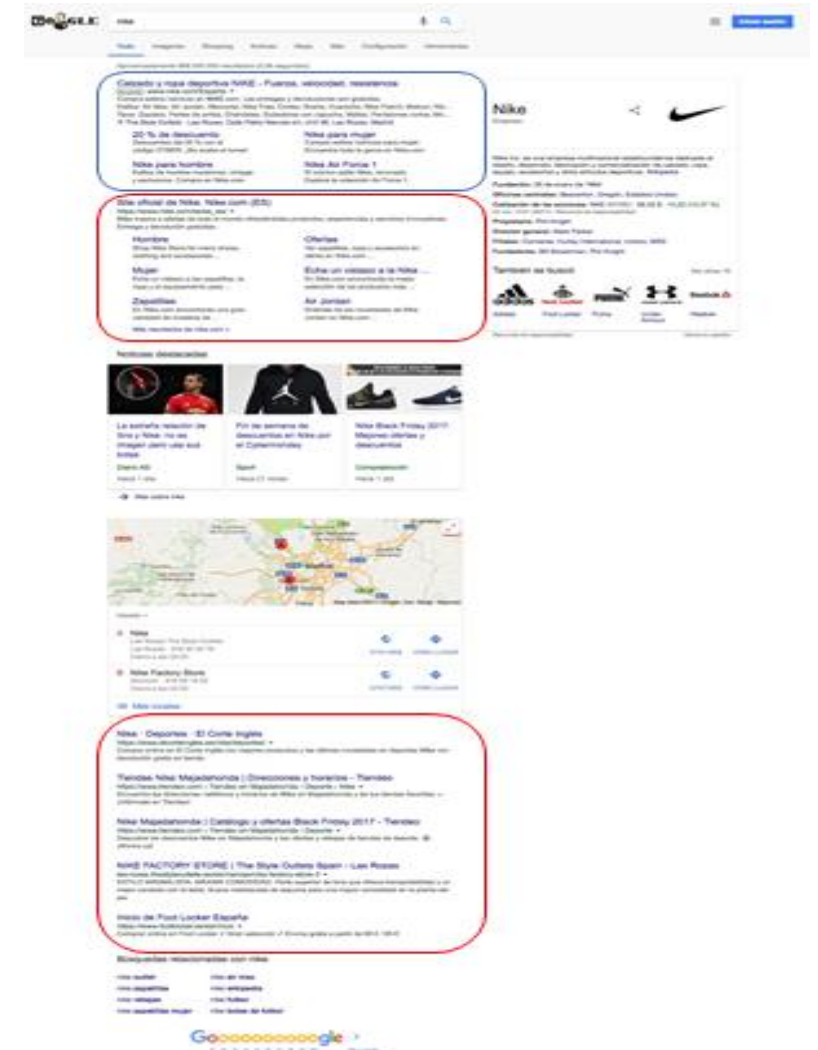


PUNTO DE PARTIDA: LAS SERPs

Las SERPs no son un bloque indivisible, están formados por 2 tipos de resultados de búsqueda:

- **Resultados orgánicos:** aparecen en la columna central. Son aquellos en los que apareces de forma “natural” (sin pagar directamente por ello) y con una posición algorítmica. El SEO es quien te ayuda a ganar visibilidad en este espacio.

- **Resultados de pago:** son aquellos en los que apareces por pagar al motor de búsqueda. La posición depende de cuánto pagues y de otros factores como la calidad de la página (QS). Para ganar visibilidad aquí se utiliza el PPC o Pago por Click (Google Ads, antiguo Adwords).

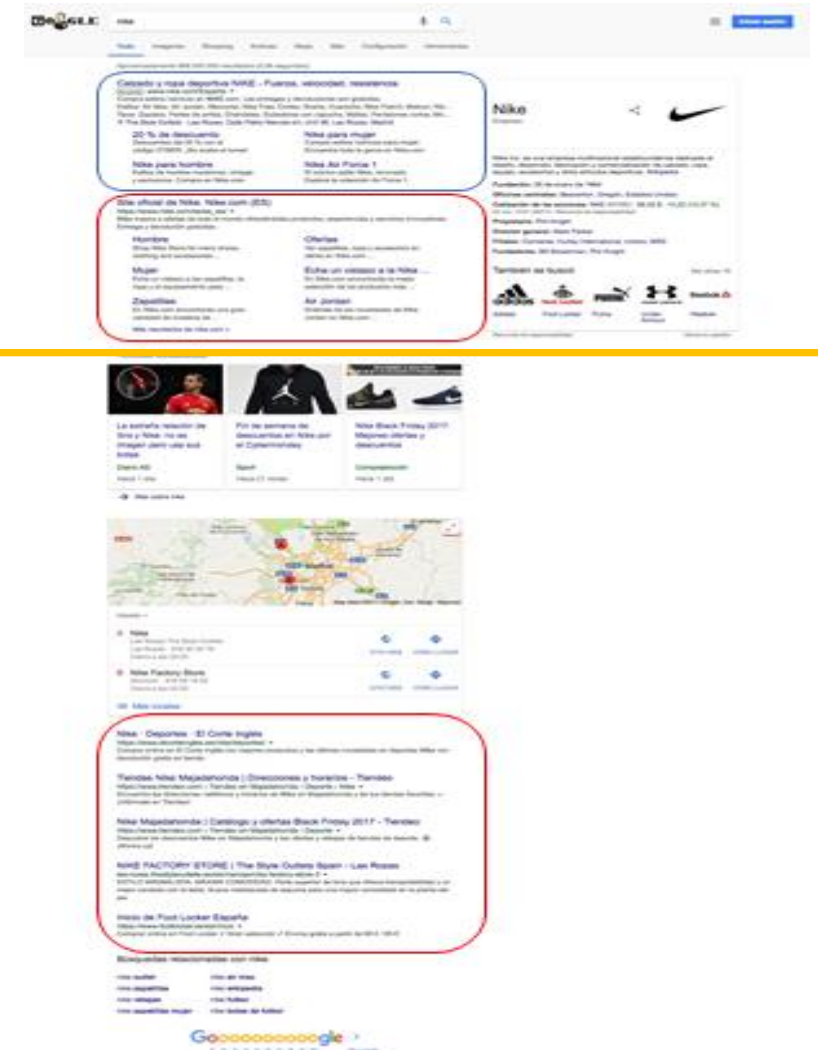


PUNTO DE PARTIDA: LAS SERPs

Las SERPs tienen dos áreas:

• **Área visible:** incluye los resultados visibles sin necesidad de hacer scroll. Son los resultados que reciben más clics.

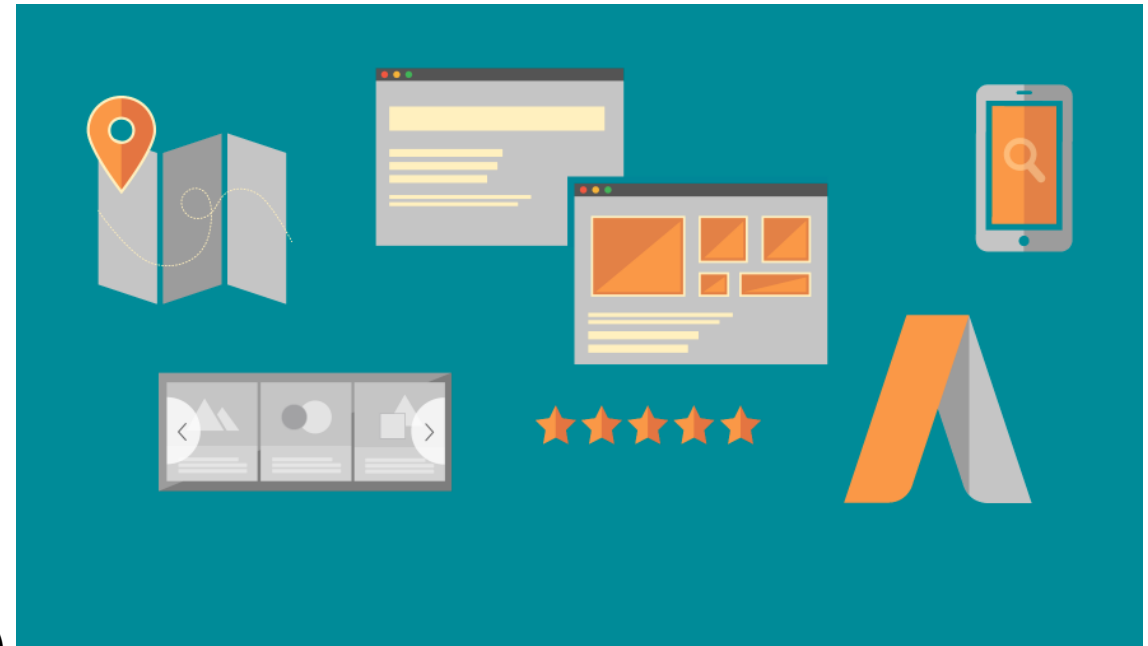
• **Zona de desplazamiento:** incluye aquellos resultados visibles cuando hacemos scroll. Los resultados reciben clics en función de su posición en la SERP.



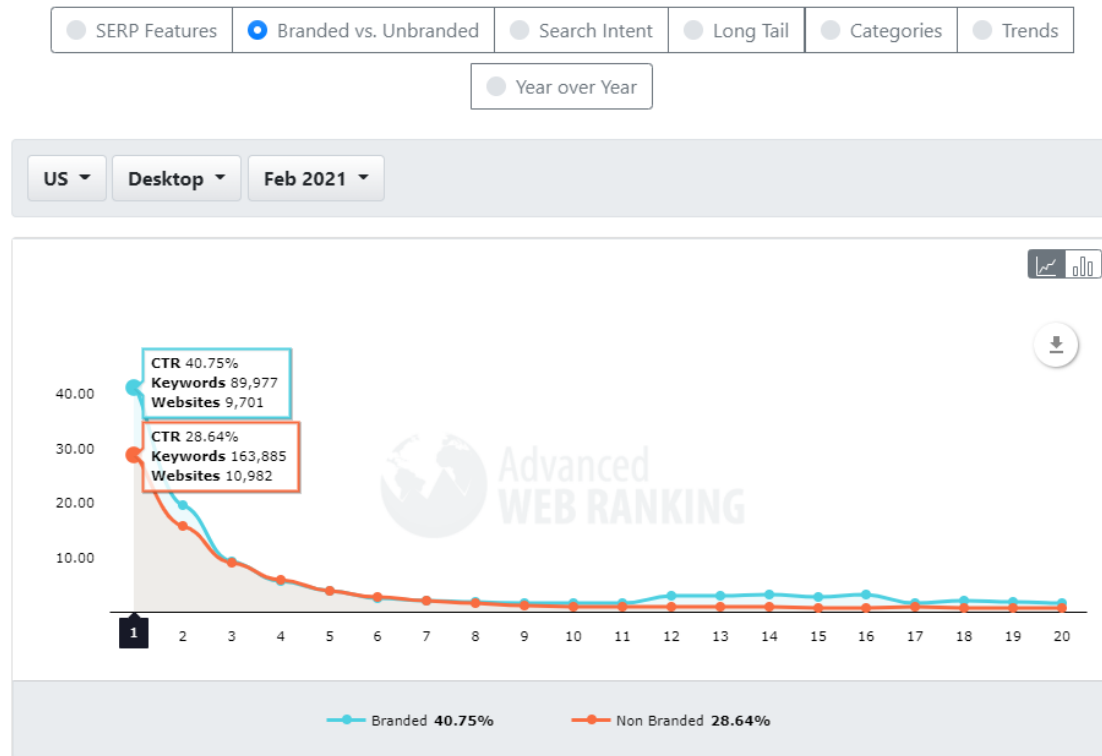
ELEMENTOS DE LAS SERPs

Las características más populares de la SERP de Google son:

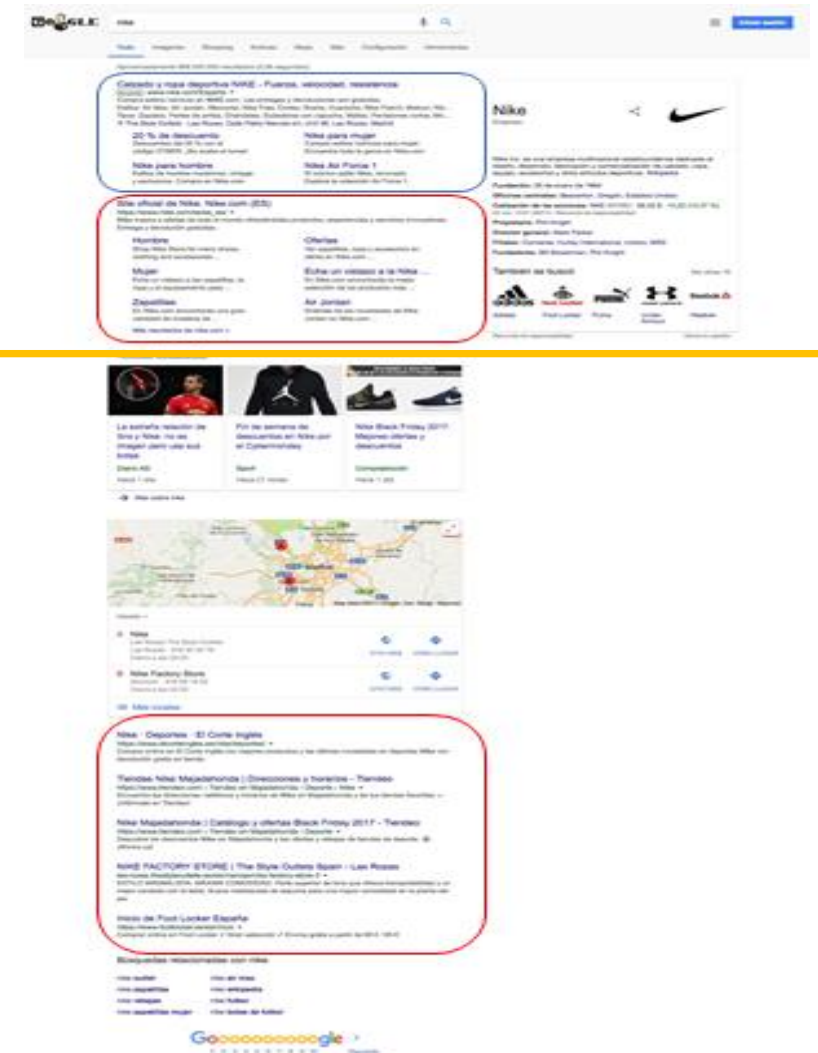
- **Featured Snippet**
- **Local Pack**
- **Reviews**
- **AMP**
- **Sitelinks**
- **Videos**
- **Top Stories**
- **Images**
- **Twitter**
- **Knowledge Panel**
- **Instant Answer** (Answer Box)
- **People Also Ask** (Related Questions)
- **Google Ads**
- **Shopping Ads** (Product Listing Ads)



LAS SERPs Y EL CTR



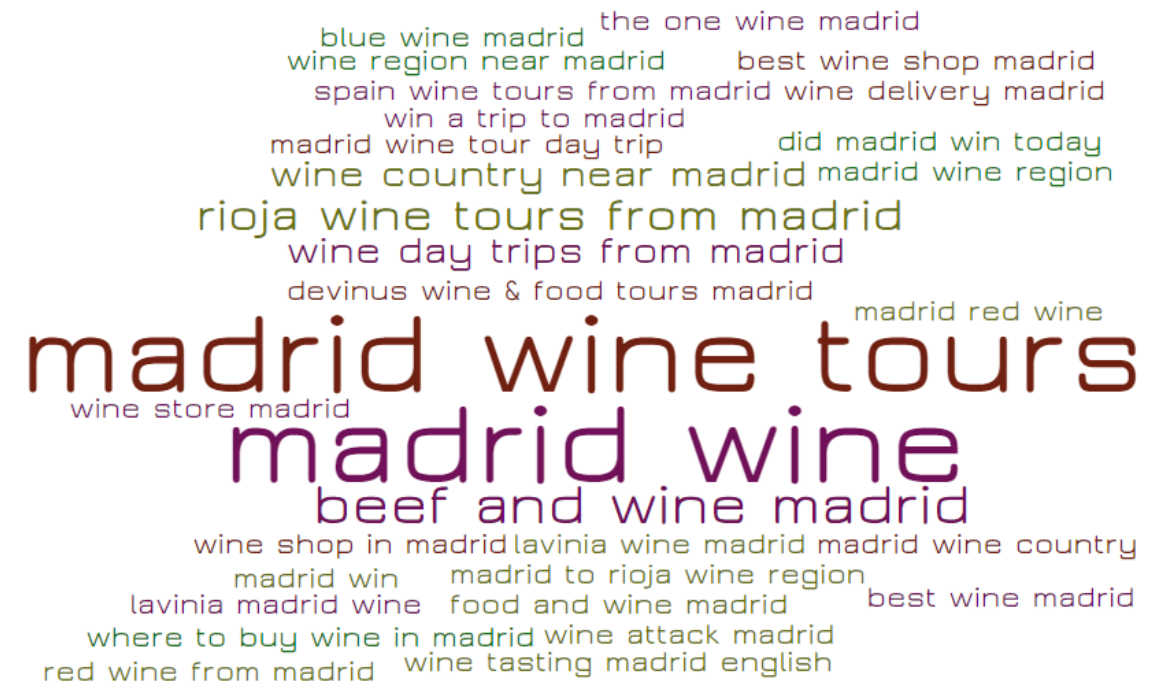
El **CTR**, Click Through Rate o **porcentaje de clics**, es un porcentaje que representa el volumen de usuarios que tras visionar un enlace hicieron clic en él. Es una fórmula que se emplea en analítica web tanto para valorar el funcionamiento de una campaña publicitaria como el posicionamiento SEO.



PUNTO DE PARTIDA: LAS PALABRAS CLAVE

En internet todo empieza y acaba en las **palabras clave**

- El usuario expresa sus necesidades mediante cadenas de texto, las palabras clave, que introduce en los buscadores.
- Los bots de **Google** escanean todas las páginas por las que pasan en busca de palabras clave para hacerse una idea del contenido de las mismas.
- Los **resultados** de buscadores devuelven enlaces que son relevantes a los usuarios en función de las necesidades implícitas en la búsqueda.



A word cloud of search queries related to wine in Madrid. The most prominent phrases are "madrid wine tours" and "madrid wine". Other visible queries include "rioja wine tours from madrid", "wine day trips from madrid", "blue wine madrid", "the one wine madrid", "best wine shop madrid", "spain wine tours from madrid", "win a trip to madrid", "madrid wine tour day trip", "did madrid win today", "wine country near madrid", "madrid wine region", "devinus wine & food tours madrid", "madrid red wine", "wine store madrid", "beef and wine madrid", "wine shop in madrid", "lavinia wine madrid", "madrid wine country", "madrid win", "madrid to rioja wine region", "lavinia madrid wine", "food and wine madrid", "best wine madrid", "where to buy wine in madrid", "wine attack madrid", "red wine from madrid", and "wine tasting madrid english".

Pero... ¿qué palabras clave utiliza nuestro **Buyer Persona?**

BUYER PERSONA

Sumiller de UK busca
ruta enológica todo
incluido 2weeks

Estudiantes que
buscan información
para un trabajo del
colegio

Inversor que busca
las mejores bodegas
para un contrato

Sibarita que busca
vinos tintos de un
tipo específico de
uva

Desde RRHH un
regalo de empresa,
una caja de vinos



Egipcio copto busca
vinos españoles
premiados para su
pedido anual

Escapada de seniors
británicos a la
soleada España
buscan actividades

Propietaria de tienda
ECO del norte de
Europa busca vinos
sin sulfitos

Pareja busca un plan
para el fin de semana
fuera de la ciudad.
Ella es la decisora

Estudiante de
Ingeniería agrónoma
italiano en busca
prácticas

¿CON QUÉ INTENCIÓN BUSCAN LOS BUYER PERSONA?

- Clasificación de la intención del usuario para la búsqueda en la Web (Broder, 2002; Rose y Levinsson, 2004; Jansen et al., 2008; Gonzalo-Penela et al., 2015)
 - **Intención informativa:** son las consultas que buscan obtener informaciones sobre algún tema, y en concreto pueden buscar imágenes, canciones, vídeos o documentos.
 - **Intención de navegación:** son aquellas en las que los usuarios desean poder ir a una URL específica.
 - **Intención transaccional:** son las consultas que buscan obtener informaciones sobre algún tema, como imágenes, canciones, vídeos o documentos.



¿EN QUÉ MOMENTOS BUSCAN?



I-want-to-know
moments:

When someone is
exploring or
researching, but is not
necessarily in
purchase mode.



I-want-to-go
moments:

When someone is
looking for a local
business or is
considering buying a
product at a nearby store.



I-want-to-do
moments:

When someone
wants help
completing a
task or trying
something new.



I-want-to-buy
moments:

When someone is ready
to make a purchase
and may need help
deciding what to buy
or how to buy it.

¿QUÉ BUSCAN EXACTAMENTE?

TÉRMINOS DE AUDIENCIA

Cualquier tipo de término que la audiencia potencial pueda buscar

SUSTITUTIVOS Y COMPLEMENTARIOS

Términos de productos sustitutivos y complementarios de nuestra marca

COMPETENCIA

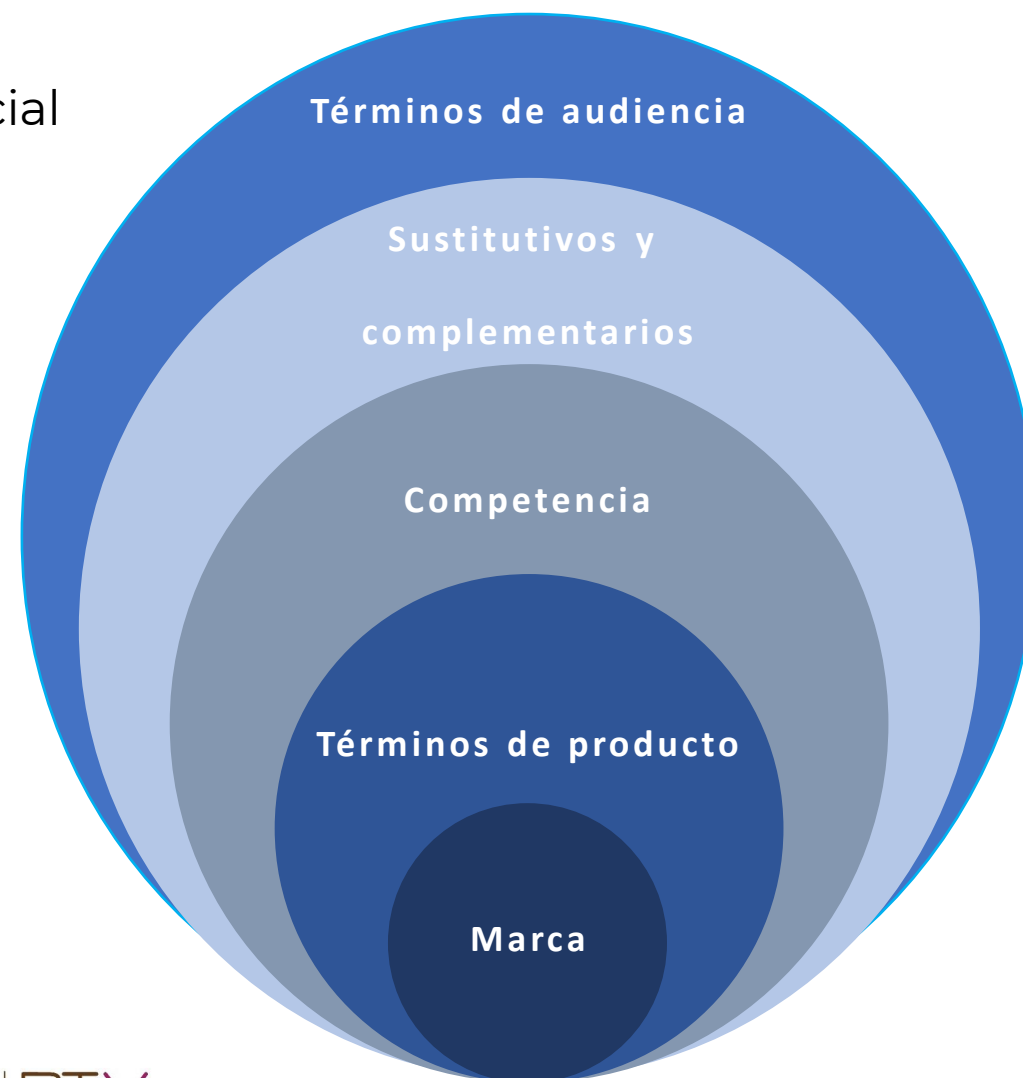
Las marcas de la competencia y sus atributos

TÉRMINOS DE PRODUCTO

Términos genéricos de producto y sus beneficios

MARCA

Keywords centradas en el nombre de la marca o algunos de sus atributos



¿CUÁNDO BUSCAN EXACTAMENTE?

Google Trends: proporciona tendencias en la búsqueda de palabras clave desde enero de 2004 hasta el presente. Esta herramienta se utiliza para ver la evolución a largo, medio y corto plazo de las palabras clave.

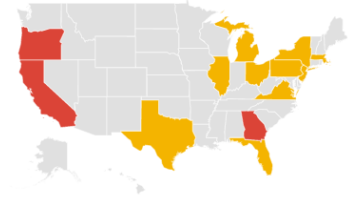
Google Ads: brinda estadísticas de búsqueda de palabras clave de los últimos 48 meses a nivel nacional o internacional de temas tanto generales como específicos.

SEMrush: una de sus funcionalidades devuelve estadísticas de búsqueda de palabras clave de los últimos 12 meses junto con detalles de la composición de la SERP en los distintos países.



Keyword (by relevance)		Avg. monthly searches ?	Competition ?
red wine		49,500	Medium
best red wine		12,100	High
wine delivery		8,100	High

CUÁNDO SEGÚN GOOGLE TRENDS

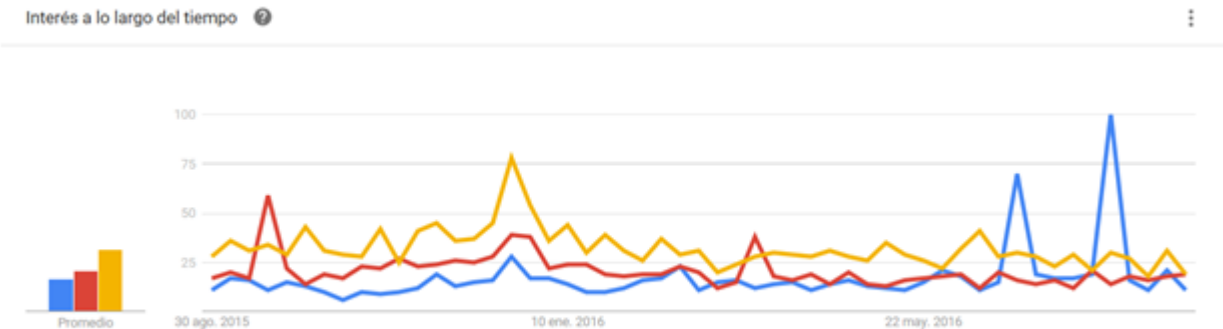


Esta herramienta nos permite **detectar** y **predecir**:

- Tendencia de corto, medio y largo plazo
- Picos de búsqueda
- Curvas de demanda
- Eventos de la industria
- Otros eventos
- Fuerzas de mercado

Gracias a ella podemos responder:

- La razón de esa KW en ese momento.
- Las fuerzas externas (clima, eventos, mercado)
- Quién es el **buyer persona** y cuál es su expectativa.
- Por qué esa y no otra similar
- Lenguaje de usuarios vs. compañía



CUÁNDO SEGÚN GOOGLE ADS

Google Ads: brinda estadísticas de búsqueda de palabras clave de búsqueda de los últimos 48 meses a nivel nacional o internacional de temas tanto generales como específicos.

Permite detectar **tendencias** a **corto, medio y largo plazo**.

En base a los datos recuperados, podemos responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la **tendencia** de los últimos cuatro años?
- ¿Cuál es la **estacionalidad** de las búsquedas?
- ¿Cuáles son los meses del año con mayor frecuencia de búsqueda?
- ¿Estamos ante un **crecimiento** del interés sobre esta marca, producto o variedad?
- ¿Cómo ha afectado el **COVID-19** a las búsquedas?

Google Ads | Planificador de palabras clave

Descubre nuevas palabras clave
Recibe ideas para palabras clave que pueden ayudarte a llegar a más usuarios interesados en tu producto o servicio

Consulta el volumen de búsquedas y las previsiones
Consulta el volumen de búsquedas y el historial de métricas de rendimiento futuro

Ubicación

Introduce una ubicación

Ubicaciones objetivo (2)	Cobertura
Irlanda país	5.200.000
Reino Unido país	64.400.000

CANCELAR GUARDAR

Google

Datos de mapas © 2021 Google, INEGI | Términos de uso

Introduce productos o servicios relacionados estrechamente con tu empresa



wine Madrid x madrid wine x madrid wine tours x wine and tapas madrid x

wine and tapas tour madr... x wine shop madrid x best wine to buy in madrid x

madrid wine experience x wine tours madrid spain x beef and wine madrid x

Has alcanzado el límite de 10 palabras clave. Para añadir más, quita algunas.

op + wine to buy + wine buy + vino

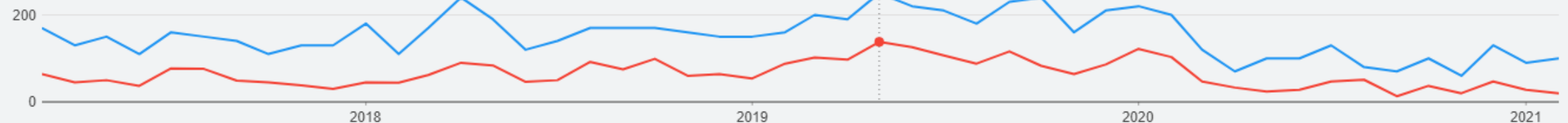
AFINAR PALABRAS CLAVE

mayo de 2019

32 % más

Total: 250

Móvil: 138



Excluir ideas de contenido para adultos

AÑADIR FILTRO

17 ideas para palabras clave disponibles



Vista de palabra clave ▾



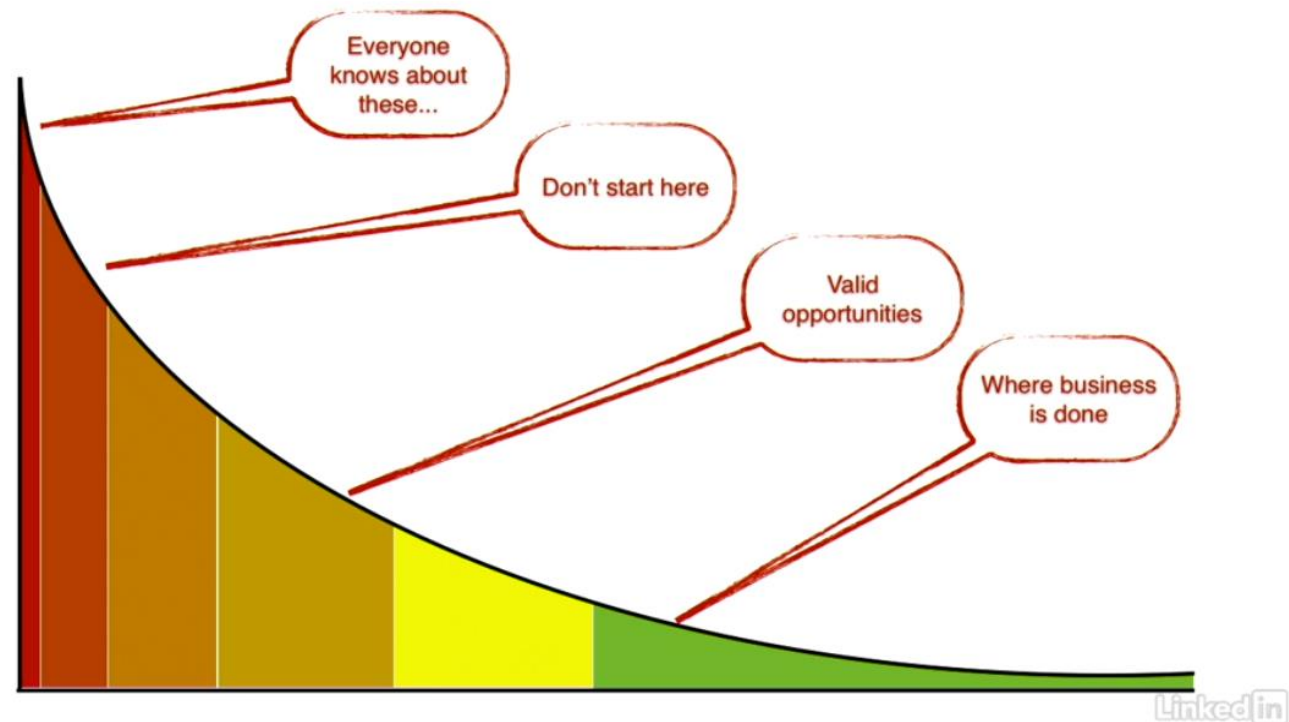
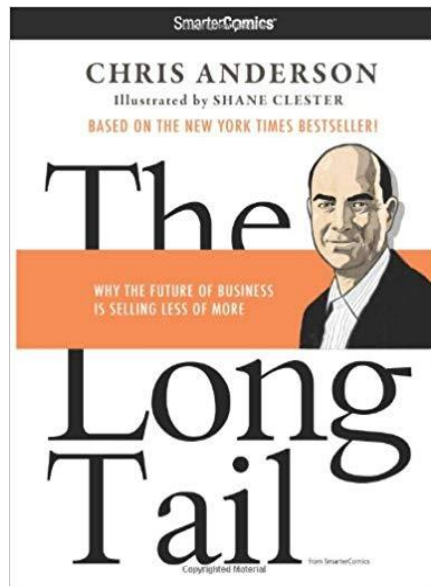
☐ Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)	Estado de la cuenta
Palabras clave proporcionadas						
☐ wine madrid	40	Alta	—	—	—	
☐ madrid wine tours	30	Baja	—	—	—	
☐ wine and tapas madrid	10	—	—	—	—	
☐ wine and tapas tour madr...	10	—	—	—	—	
☐ wine shop madrid	20	Baja	—	0,27 €	2,04 €	
☐ best wine to buy in madrid	10	—	—	—	—	

CUÁNDO SEGÚN GOOGLE ADS

Avg. monthly	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	Evolución 48h	ene 20 vs 19	feb 20 vs 19	mar 20 vs 19	abr 20 vs 19	20 vs 19	jun 20 vs 19	jul 20 vs 19	ago 20 vs 19	sept 20 vs 19	oct 20 vs 19	nov 20 vs 19	dic 20 vs 19
90500	60500	60500	74000	74000	90500	90500	90500	74000	110000	110000	90500	110000	135000	135000	110000	110000	110000	135000	135000	110000		122%	149%	122%	182%	223%	223%	149%	149%	122%	149%	149%	149%
90500	40500	40500	49500	74000	60500	74000	110000	74000	74000	74000	368000	368000	165000	90500	60500	60500	90500	135000	165000	135000		82%	82%	273%	335%	407%	223%	122%	82%	150%	182%	150%	182%
90500	74000	60500	60500	74000	74000	90500	90500	135000	74000	90500	201000	450000	246000	135000	90500	110000	110000	135000	201000	135000		100%	100%	222%	497%	332%	223%	150%	149%	122%	149%	149%	
90500	60500	74000	90500	74000	74000	74000	90500	90500	74000	90500	90500	135000	135000	90500	110000	90500	110000	90500	110000	135000		100%	150%	150%	223%	223%	122%	122%	122%	149%	122%	122%	149%
74000	49500	60500	49500	49500	60500	60500	60500	74000	60500	49500	90500	110000	74000	49500	49500	40500	49500	49500	60500	60500		82%	82%	150%	222%	149%	82%	100%	82%	82%	100%	82%	
74000	60500	49500	60500	74000	60500	60500	74000	74000	74000	74000	246000	246000	135000	74000	60500	74000	74000	90500	90500	74000		100%	100%	332%	332%	223%	149%	100%	100%	122%	150%	122%	100%
74000	49500	40500	40500	49500	49500	60500	74000	60500	74000	60500	110000	165000	90500	60500	49500	49500	49500	60500	60500	49500		100%	100%	182%	333%	183%	149%	122%	100%	100%	82%	82%	
60500	49500	49500	74000	90500	74000	60500	60500	49500	60500	60500	74000	135000	110000	74000	90500	110000	74000	74000	74000	60500		122%	149%	149%	273%	222%	149%	122%	122%	100%	122%	122%	
60500	40500	60500	49500	49500	49500	60500	60500	90500	74000	49500	90500	110000	74000	49500	40500	40500	40500	60500	74000	90500		100%	100%	183%	222%	183%	82%	82%	82%	82%	100%	122%	100%
60500	40500	33100	27100	40500	49500	74000	74000	60500	49500	49500	135000	301000	165000	74000	40500	49500	60500	110000	110000	90500		82%	82%	223%	608%	407%	224%	149%	122%	122%	149%	150%	
60500	49500	49500	60500	74000	60500	60500	74000	74000	74000	90500	201000	201000	110000	74000	60500	74000	74000	74000	60500	60500		122%	122%	272%	332%	222%	149%	100%	100%	122%	122%	100%	82%
60500	74000	135000	165000	135000	74000	40500	27100	22200	22200	33100	33100	49500	110000	135000	165000	135000	60500	27100	18100	14800		123%	149%	100%	122%	149%	100%	100%	100%	82%	67%	67%	67%
60500	40500	33100	40500	40500	40500	49500	49500	49500	49500	49500	110000	165000	90500	60500	49500	49500	49500	60500	60500	60500		82%	82%	182%	333%	223%	183%	122%	122%	122%	122%	122%	122%
60500	49500	40500	33100	40500	49500	60500	74000	60500	60500	74000	201000	246000	110000	49500	33100	40500	40500	60500	60500	49500		100%	122%	332%	407%	222%	122%	100%	100%	82%	100%	82%	
49500	33100	27100	33100	40500	40500	49500	60500	40500	49500	49500	165000	301000	110000	49500	40500	40500	49500	74000	74000	60500		100%	100%	273%	407%	332%	183%	122%	100%	122%	149%	122%	149%
49500	33100	27100	33100	40500	40500	49500	60500	40500	49500	49500	165000	301000	110000	49500	40500	40500	49500	74000	74000	60500		100%	100%	273%	407%	332%	183%	122%	100%	122%	149%	122%	149%
49500	40500	33100	33100	33100	40500	40500	49500	49500	49500	40500	90500	165000	110000	60500	49500	49500	49500	60500	60500	74000		100%	100%	183%	407%	272%	183%	150%	150%	122%	149%	122%	149%
49500	33100	27100	27100	33100	49500	60500	60500	49500	60500	49500	90500	110000	74000	40500	33100	33100	49500	60500	74000	49500		100%	100%	183%	272%	224%	149%	122%	100%	100%	100%	122%	100%
49500	27100	27100	33100	40500	40500	40500	49500	40500	49500	49500	165000	201000	135000	60500	49500	60500	49500	60500	60500	60500		122%	122%	407%	496%	498%	223%	150%	149%	122%	149%	122%	149%
40500	33100	33100	33100	40500	40500	33100	40500	40500	40500	40500	201000	201000	110000	49500	49500	49500	49500	60500	60500	49500		100%	100%	406%	406%	332%	150%	150%	122%	183%	149%	122%	
40500	33100	27100	33100	40500	40500	40500	40500	33100	40500	40500	74000	110000	74000	49500	40500	40500	40500	49500	49500	40500		122%	122%	224%	332%	224%	183%	122%	100%	122%	122%	122%	122%
40500	33100	27100	22200	22200	33100	40500	40500	33100	40500	40500	165000	246000	110000	40500	27100	33100	33100	49500	49500	40500		122%	100%	333%	607%	332%	149%	122%	149%	100%	122%	122%	122%
40500	33100	33100	40500	40500	40500	40500	40500	40500	40500	40500	74000	110000	74000	49500	40500	40500	49500	60500	60500	49500		100%	122%	183%	332%	224%	150%	100%	100%	122%	149%	149%	122%
40500	27100	22200	22200	27100	33100	40500	49500	40500	33100	40500	90500	165000	110000	40500	33100	33100	33100	49500	49500	49500		100%	100%	223%	498%	406%	182%	149%	122%	100%	122%	100%	122%
40500	33100	27100	33100	40500	40500	40500	40500	33100	40500	40500	74000	110000	74000	49500	40500	40500	49500	49500	49500	40500		122%	122%	224%	332%	224%	183%	122%	100%	122%	122%	122%	122%
40500	40500	49500	60500	60500	60500	60500	60500	49500	49500	60500	49500	49500	49500	49500	74000	90500	74000	60500	49500	49500		183%	183%	122%	122%	122%	100%	122%	150%	122%	100%	82%	100%
33100	27100	22200	22200	22200	33100	40500	40500	40500	40500	33100	49500	90500	74000	40500	33100	33100	40500	49500	60500	74000		122%	122%	183%	334%	273%	182%	149%	149%	122%	122%	149%	183%
33100	27100	22200	18100	22200	33100	40500	40500	27100	33100	33100	110000	201000	90500	40500	22200	27100	33100	49500	60500	33100		122%	100%	332%	607%	334%	182%	123%	122%	100%	122%	149%	122%
33100	22200	27100	27100	33100	22200	22200	27100	60500	33100	22200	18100	27100	33100	40500	33100	33100	49500	33100	40500	110000		67%	100%	82%	122%	149%	122%	150%	149%	149%	149%	182%	
33100	27100	22200	22200	22200	22200	27100	33100	40500	33100	40500	90500	165000	74000	33100	22200	27100	27100	33100	40500	49500		100%	122%	223%	498%	273%	149%	100%	122%	122%	122%	122%	122%
33100	27100	22200	18100	22200	22200	27100	33100	40500	33100	33100	110000	165000	74000	40500	27100	27100	27100	40500	40500	49500		149%	122%	406%	498%	273%	182%	150%	122%	149%	122%	122%	122%
33100	33100	33100	40500	33100	33100	33100	33100	27100	27100	27100	49500	74000	49500	40500	33100	33100	33100	27100	27100	27100		100%	100%	150%	224%	150%	122%	82%	100%	100%	100%	82%	100%
33100	18100	12100	12100	18100	18100	22200	27100	27100	27100	33100	74000	246000	60500	22200	14800	22200	18100	27100	27100	33100		150%	149%	224%	332%	334%	183%	122%	123%	100%	122%	100%	122%
33100	40500	40500	40500	40500	33100	33100	33100	33100	40500	40500	40500	49500	60500	49500	40500	33100	33100	33100	33100	27100		122%	149%	122%	150%	149%	122%	100%	82%	100%	100%	100%	82%
33100	27100	27100	33100	40500	40500	40500	40500	27100	33100	33100	40500	60500	49500	33100	33100	40500	40500	33100	33100	27100		149%	122%	122%	223%	183%	122%	100%	100%	82%	82%	82%	100%
27100	271																																

¿CUÁLES SON LAS MÁS INTERESANTES?

The long tail: la cola larga, en los negocios, es una frase acuñada por **Chris Anderson** en 2004. Anderson argumentó que los productos con poca demanda o con un volumen de ventas bajo pueden constituir colectivamente una cuota de mercado que rivaliza o supera a los relativamente más vendidos y exitosos éxitos de taquilla.



INTENCIONALIDAD PALABRA CLAVE

Las diferentes consultas se pueden clasificar como **transaccionales** en función de la ocurrencia de ciertos **modificadores de búsqueda** y bienes complementarios asociados al vino.

En este grupo clasificamos todas las búsquedas que incluyen los siguientes modificadores: *buy, bargain, cheap, deal, deliver, discount, flight, for sale, gift, market, order, prezzo, shop, shipping, price, purchase, sale, store, taste and tasting*.

Las palabras clave transaccionales más populares son aquellas que incluyen el término “**gift**” seguido de consultas que incluyen “**store**” o “**shop**”.

La siguiente tabla muestra los diez principales **modificadores transaccionales** aparecidos en las búsquedas realizadas desde USA durante 2016 junto a su frecuencia acumulada.

Modificador	Frecuencia 2016
gift	1.011.440
store OR shop	735.560
taste OR tasting	458.380
cheap	312.160
price	290.760
deliver	185.700
buy	181.790
sale	138.580
deal	25.970
discount	25.610

¿QUÉ APARECE AL HACER ESAS BÚSQUEDA?

Sistrix y SEMrush: herramientas de marketing digital que proporcionan informes de visibilidad de sitios web basados en palabras clave orgánicas. Estas herramientas consultan y almacenan regularmente los resultados de entre **15 y 20 millones de palabras clave** en diferentes índices de Google. Sus informes muestran las clasificaciones de sitios web para estas palabras clave y su evolución.

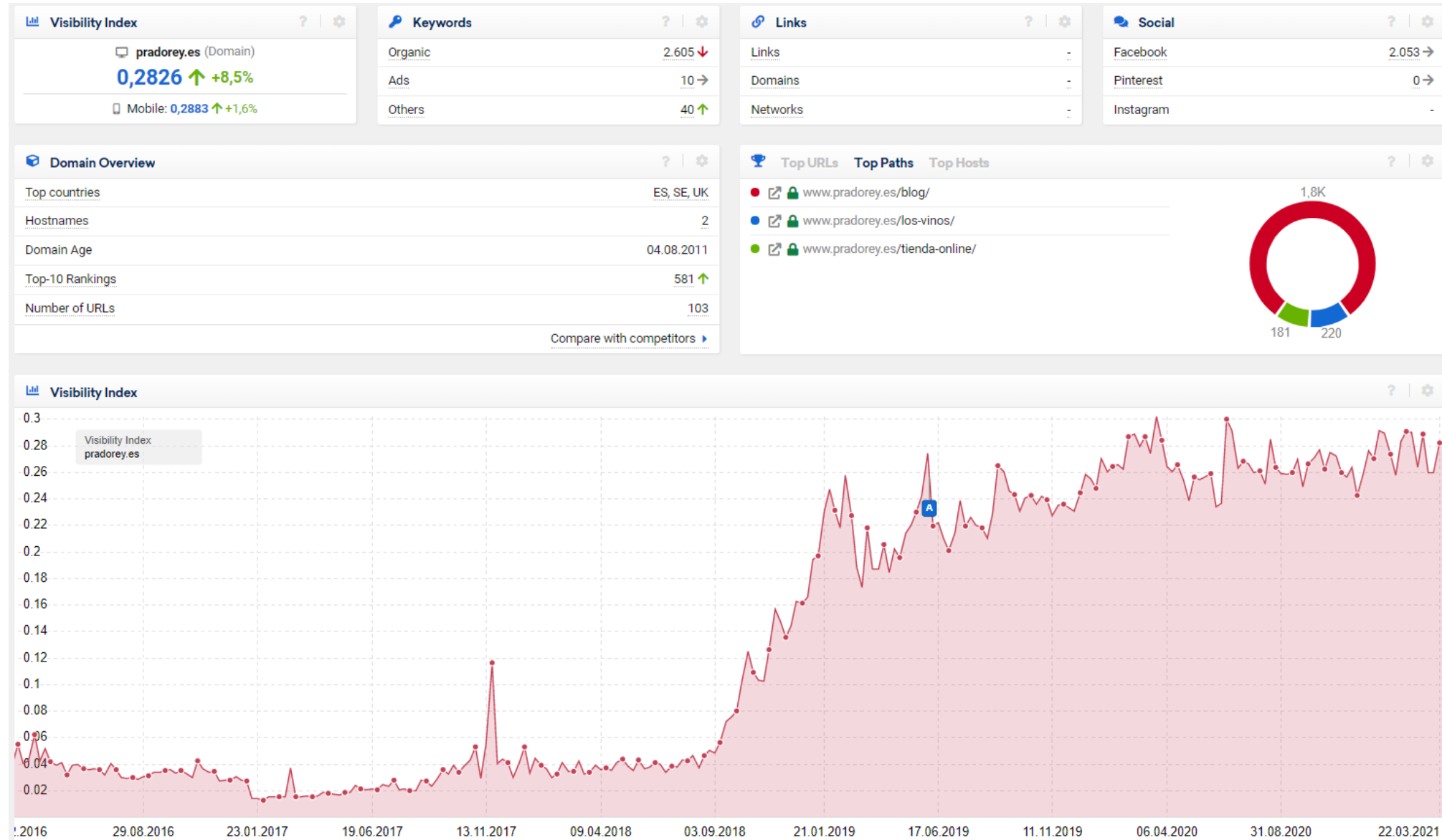


- **SEMrush** calcula su **índice** de **visibilidad** en base a una selección propia de **20.000.000 de** búsquedas.



- **Sistrix** calcula la **visibilidad** sobre una muestra **semanal** de **18.000.000** de búsquedas.
- **SEO Técnico:** ambas auditan, extraen y analizan, todas las **URLs** de un sitio web y detectan problemas (errores 3XX,4XX,5XX)

SISTRIX ES

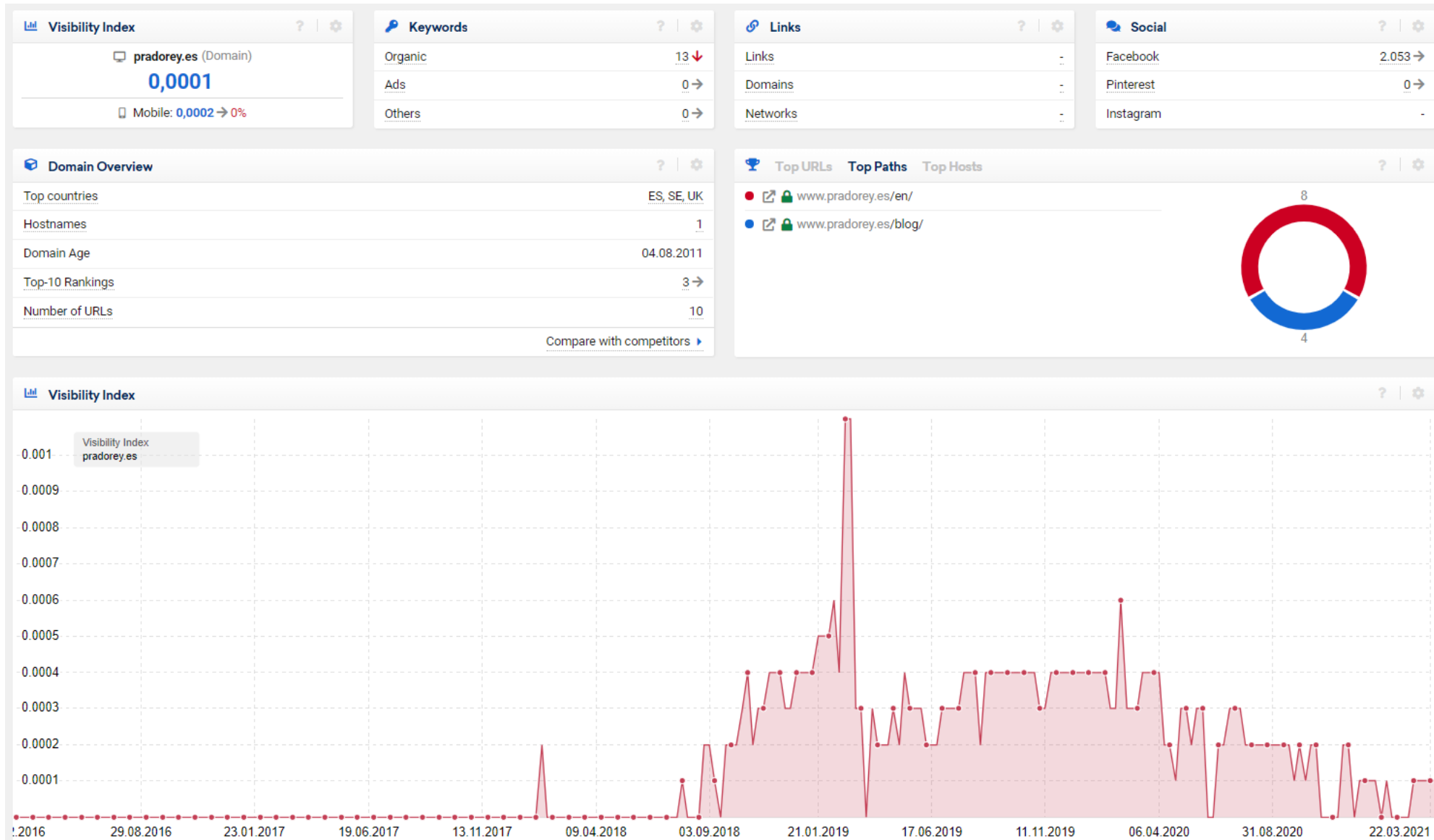


SISTRIX ES

Interesting Rankings							
Keyword ?	Rankin...	URL ?	Search Volume ...	Competition ...	Traffic Trend ...	CPC...	
verdejo vino	1 NEW	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-blanco-verdejo/	2.950	40%		0,60 €	
verdejo	4 NEW	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-blanco-verdejo/	6.550	38%		0,90 €	
vino verdejo	1 NEW	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-blanco-verdejo/	2.850	45%		0,60 €	
tempranillo	5 NEW	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-tempranillo/	3.750	43%		0,50 €	
prado rey	1	www.pradorey.es/	1.000	43%		0,20 €	
vinos blanco verdejo	2	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-blanco-verdejo/	1.650	0%		0,60 €	
vino prado rey	1 NEW	www.pradorey.es/tienda-online/	900	43%		0,20 €	
prado rey vino	1	www.pradorey.es/tienda-online/	900	0%		0,20 €	
bodegas pradorey	1	www.pradorey.es/	850	0%		0,20 €	
prado rey bodega	1	www.pradorey.es/	850	0%		0,20 €	
bodega pradorey	1	www.pradorey.es/	850	0%		0,20 €	
vino tempranillo	2 NEW	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-tempranillo/	1.250	43%		0,60 €	
tempranillo vino	2	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-tempranillo/	1.250	0%		0,60 €	
vino crianza	3 NEW	www.pradorey.es/blog/cuales-son-las-diferencias-entre-un-vino-jove...	1.250	36%		0,30 €	
vinos blancos verdejo	6	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-blanco-verdejo/	1.600	0%		0,60 €	

Show all 2.605 keywords with a top-100 ranking ▶

SISTRIX UK

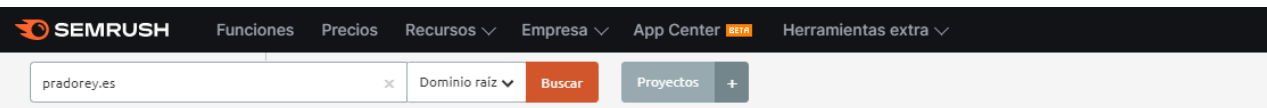


SISTRIX UK

Interesting Rankings ? ⚙️							
Keyword ?	Ranking ...	URL ?	Search Volume ...	Competition ...	Traffic Trend ...	CPC...	
prado rey	1	www.pradorey.es/en/	20	0%		-	
sapidity in wine	1	www.pradorey.es/en/blog/ultimate-guide-to-recognizing-wine-flavor...	10	0%		-	
prado rey verdejo	5 -2	www.pradorey.es/en/the-wines/pradorey-verdejo/	10	0%		-	
prado rey tempranillo	11 +12	www.pradorey.es/en/the-wines/pradorey-roble/	10	0%		-	
wine flavors	30 -1	www.pradorey.es/en/blog/ultimate-guide-to-recognizing-wine-flavor...	10	51%		0,50 €	
crianza vino	82 -6	www.pradorey.es/blog/cuales-son-las-diferencias-entre-un-vino-jove...	30	0%		-	
taninos vino	13	www.pradorey.es/blog/que-son-los-taninos-del-vino/	0	0%		-	
catar vinos	82	www.pradorey.es/blog/guia-definitiva-para-sobrevivir-a-una-cata-de...	10	0%		-	
prado rey rose	39 -8	www.pradorey.es/en/the-wines/lia/	0	0%		-	
www prado	39	www.pradorey.es/en/	0	0%		-	
lerma spain parador	92	www.pradorey.es/	0	0%		-	
wine aroma list	92	www.pradorey.es/en/blog/ultimate-guide-to-recognizing-wine-flavor...	0	0%		-	
tanino definicion	100	www.pradorey.es/blog/que-es-un-vino-joven/	0	0%		-	

Show all 13 keywords with a top-100 ranking ▶

SEMRUSH – TODO EL MUNDO - USA



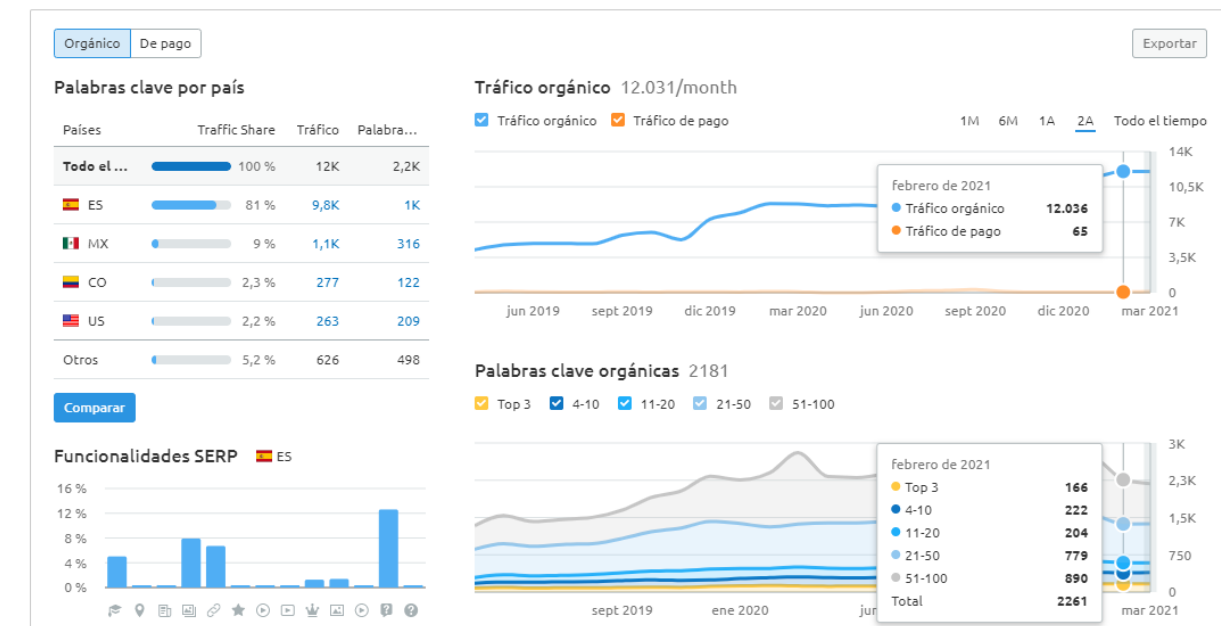
Visión general de dominio: pradorey.es

Manual de usuario | Enviar opinión

Todo el mundo | US | UK | ES | ... | Escritorio | 21 mar 2021 | USD | Exportar a PDF

Visión general | Compara dominios | Crecimiento | Comparación por países

Authority Score 39 Ranking De Domini... 25,94K ↓	Tráfico Orgánico 12K 0% Palabras Clave 2,18K ↓	Tráfico De Pago 112 +72% Palabras Clave 6 ↑	Backlinks 4,2K Dominios De Referencia 482	Publicidad De Display 36 Editores 32
---	---	--	--	---



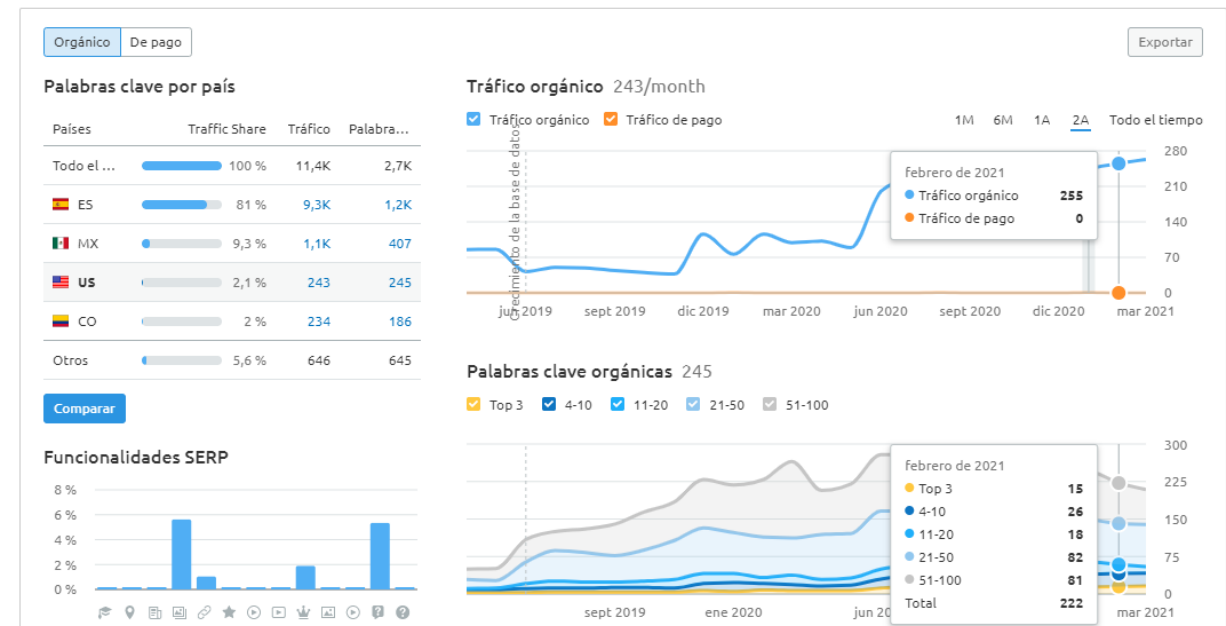
Visión general de dominio: pradorey.es

Manual de usuario | Enviar opinión

Todo el mundo | US | UK | ES | ... | Escritorio | enero de 2021 | USD | Exportar a PDF

Visión general | Compara dominios | Crecimiento | Comparación por países

Authority Score 39 Ranking De Domini... 2,41M ↑	Tráfico Orgánico 243 +18% Palabras Clave 245 ↑	Tráfico De Pago 1 +100% Palabras Clave 1 ↑	Backlinks 4,2K Dominios De Referencia 482	Publicidad De Display 36 Editores 32
--	---	---	--	---



SEMRUSH – ENLACES ENTRANTES

Backlinks: pradorey.es

[Exportar a PDF](#)

Alcance del informe: [Dominio raíz](#) | Categorías: Home & Garden > Kitchen & Dining > Cookware & Diningware [9 más](#)

[Visión general](#) [Backlinks](#) [Anclajes](#) [Dominios de referencia](#) [IPs de referencia](#) [Páginas indexadas](#) [Competidores](#)

Dominio raíz

Dominio raíz

[Tú](#) pradorey.es

[Añadir competidor](#)

[Comparar](#)

[+ Añade hasta 3 competidores](#)



Authority Score

Dominios de referencia

482 +6 -31

Backlinks

4.187 +154 -941

Visitas mensuales

514

Palabras clave

2.285

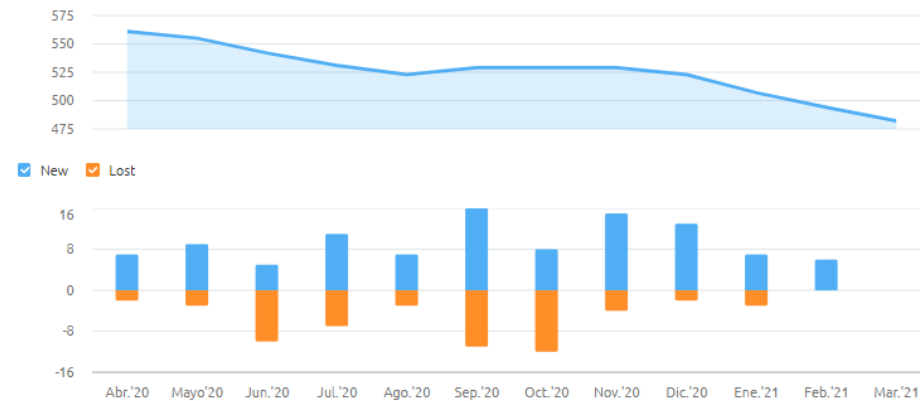
Overall Toxicity Score

[Set up Backlink Audit](#)

Dominios de referencia

Alcance del widget: Dominio raíz

6 M 1A Todo el tiempo

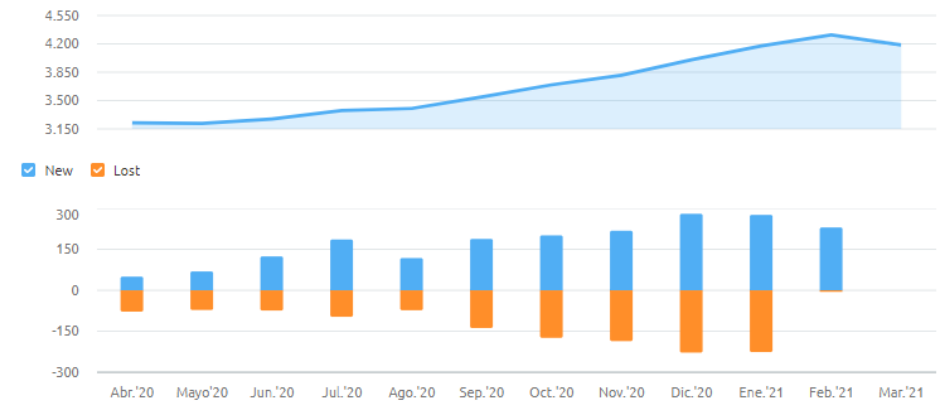


[Ver informe completo](#)

Backlinks

Alcance del widget: Dominio raíz

6 M 1A Todo el tiempo



[Ver informe completo](#)

SEMRUSH – CALIDAD DE LOS ENLACES

Categorías de los dominios de referencia

Travel > Travel Agencies & Services > Vacation Offers



[Ver informe completo](#)

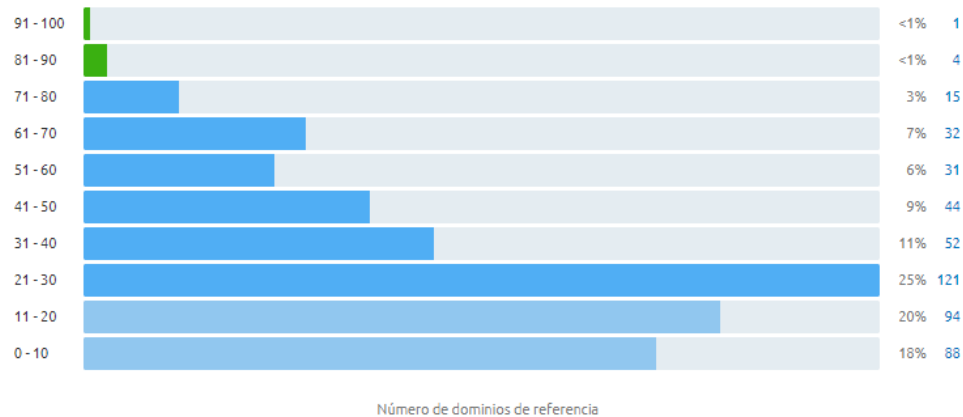
Mejores anclajes



[Ver informe completo](#)

Dominios de referencia por Authority Score

Alcance del widget: Dominio raíz

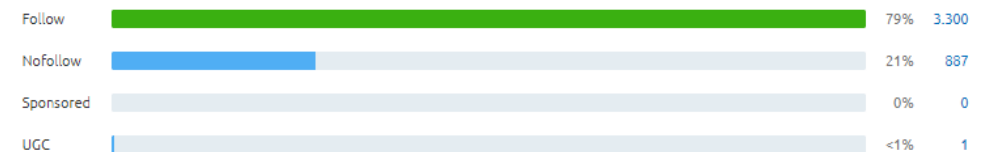


[Ver informe completo](#)

Tipos de backlinks



Atributos del enlace



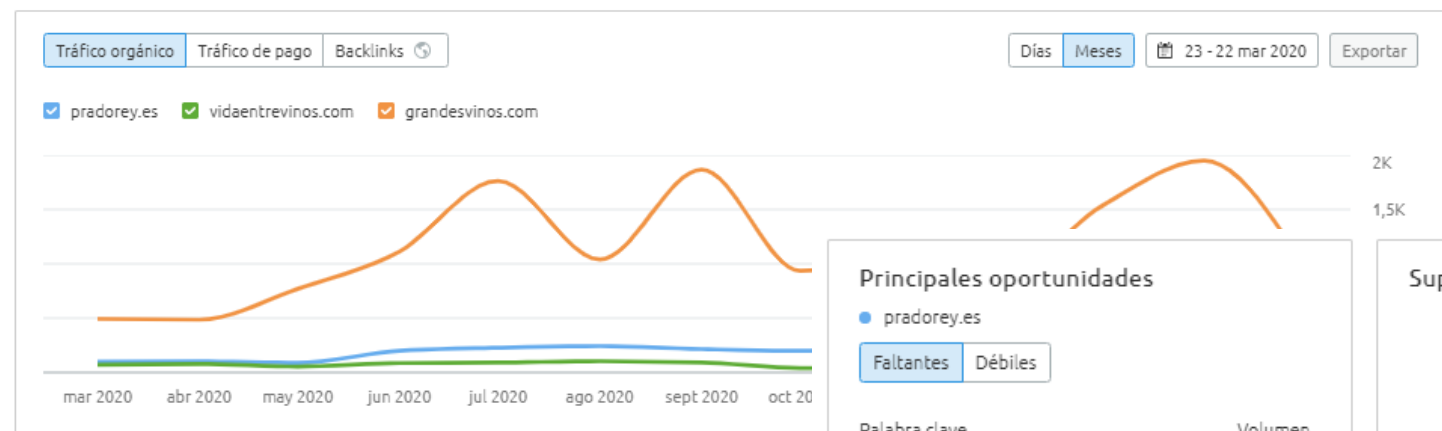
SEMRUSH – BENCHMARKING

Mide el rendimiento de tu dominio frente al de tu competencia

Domino raíz ▼ Domino raíz ▼ Domino raíz ▼

☒ pradorey.es ☒ vidaentrevinos.com ☒ grandesvinos.com ☐ Añade competidor ☐ Añade competidor

Domino	Authority Score	Ranking de SE...	Tráfico org.	Palabras clave...	Backlinks	Domínios de ref.	Palabras clave...	Coste del tráfi...
☒ pradorey.es	39	2,41M ↓	243 ↑	245 ↑	4,19K	482	1 ↑	0 US\$
☒ vidaentrevinos.com	12	6,19M ↑	41 ↓	175 ↓	4,8K	45	0	0 US\$
☒ grandesvinos.com	38	731,67K ↓	1,54K ↑	601 ↑	7,86K	616	0	0 US\$



Principales oportunidades

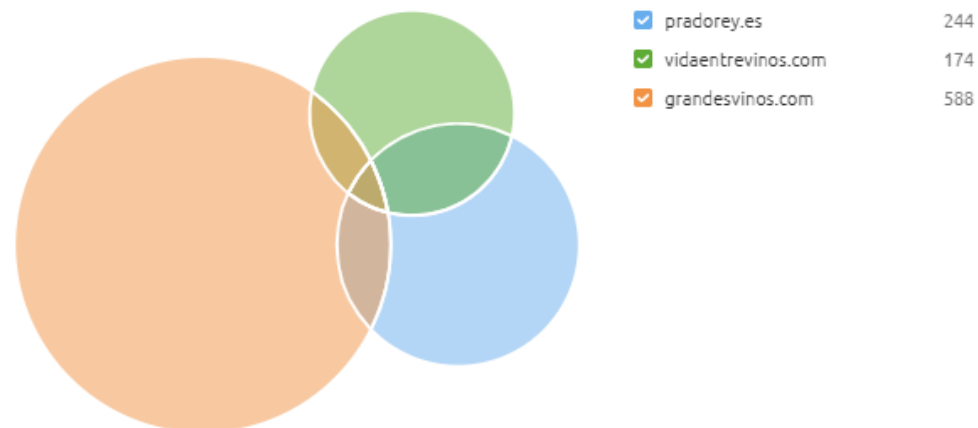
☒ pradorey.es

Faltantes Débiles

Palabra clave	Volumen
almacenamiento de los vinos	70
guardar vino en refrigerador	70
a que temperatura debe estar el vino ...	50
a que temperatura tiene que estar el ...	50
como conservar las uvas mas tiempo	40

Ver detalles

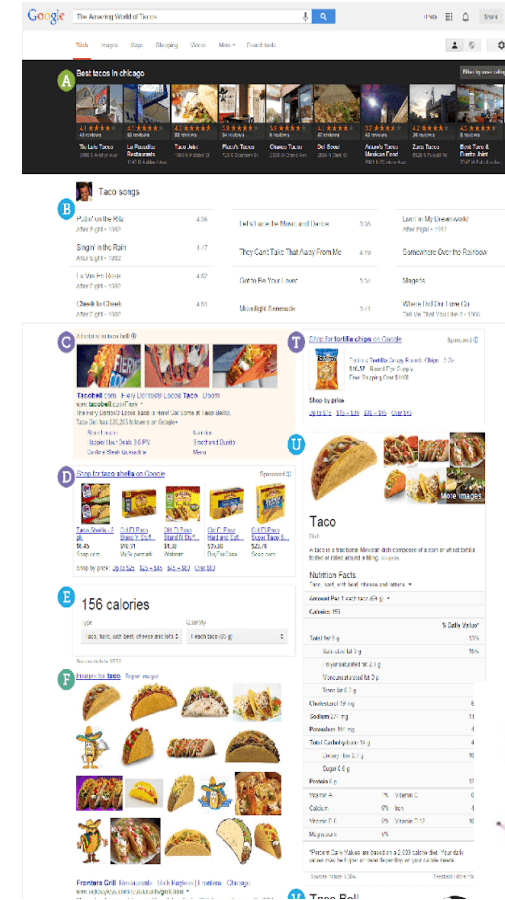
Superposición de palabras clave



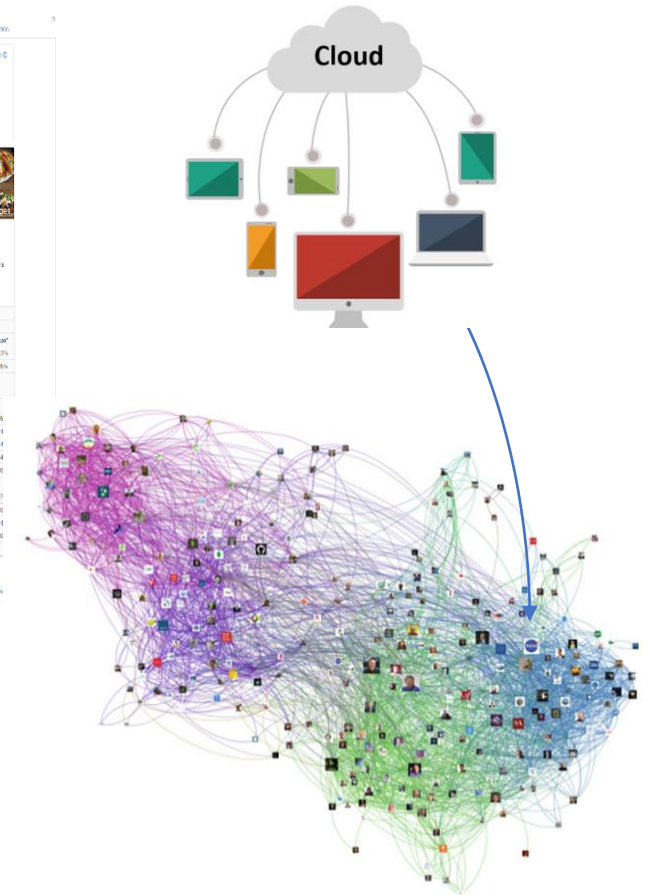
¿CÓMO NOS AYUDA EL SEO?

Mediante la extracción y análisis de **millones de SERPs de Google** podemos mapear los resultados de un nicho de búsqueda.

Herramientas de visualización de datos permiten transformar millones de resultados de Google en un **grafo del nicho** que nos muestra todos los **actores** del mercado y su influencia en cualquier segmento de la muestra total, ya sea de una **audiencia** específica o de **conglomerado** temático.



* XM



¿CÓMO NOS AYUDA EL SEO?



London Mobile

Cómo se visualizan los resultados cuando usamos un iPhone desde Londres



Madrid Desktop

Cómo se visualizan los resultados cuando usamos un portátil desde las Rozas



Google Ads en USA Mobile

Qué anuncios aparecen en Google.com cuando alguien busca mi marca en un móvil



Evolución mensual

¿He mejorado mi visibilidad este mes desde Estados Unidos / UK ?



Las tablets los domingos

Mi audiencia usa la tablet los domingos por la mañana desde la cama (9-11 am).

¿Qué nuevos contenidos está viendo este mes sobre enoturismo?

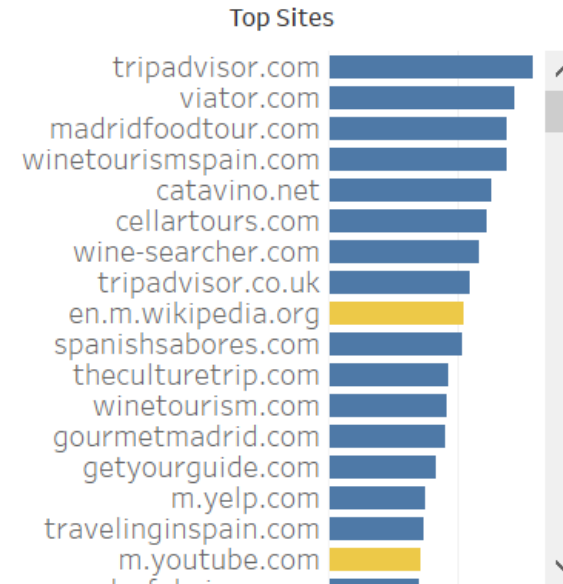
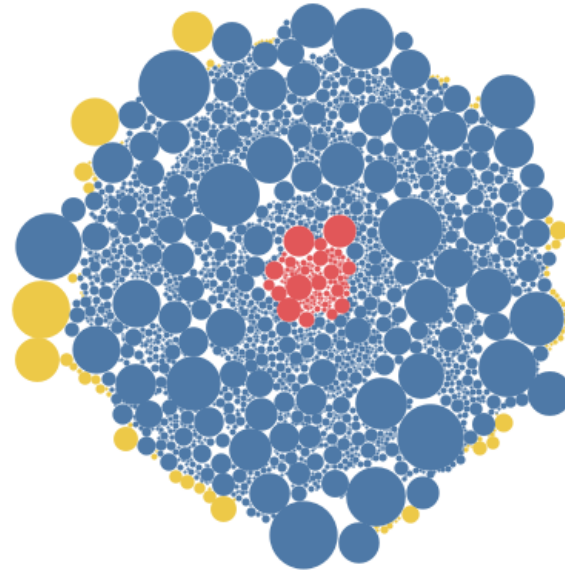
¿CÓMO NOS AYUDA EL SEO?

Motor de búsqueda:

- Google US y UK

Cluster:

- Wine + DO
- Wine tasting + DO
- Wine Madrid
- Wine Madrid Tasting

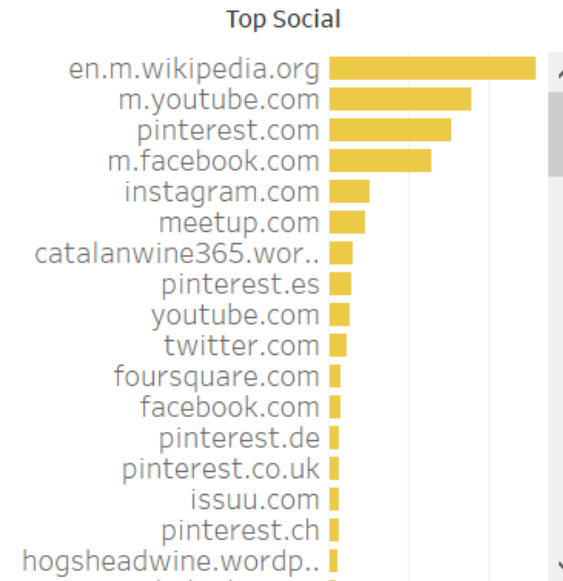
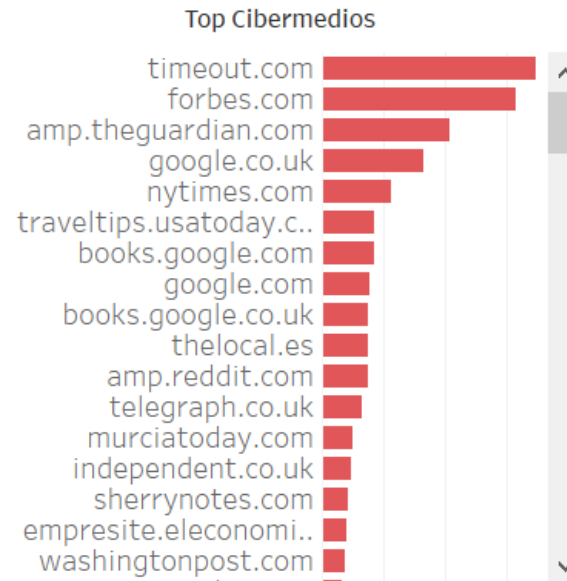


Search Engine

- ☒ (Todo)
- ☒ Google.co.uk Mo...
- ☒ Google.com-EN ...

Kw type

- ☒ (Todo)
- ☒ Wine+DO
- ☒ Wine+DO+tasting
- ☒ Wine+DO+tours
- ☒ Wine+Madrid
- ☒ Wine+Madrid+T...



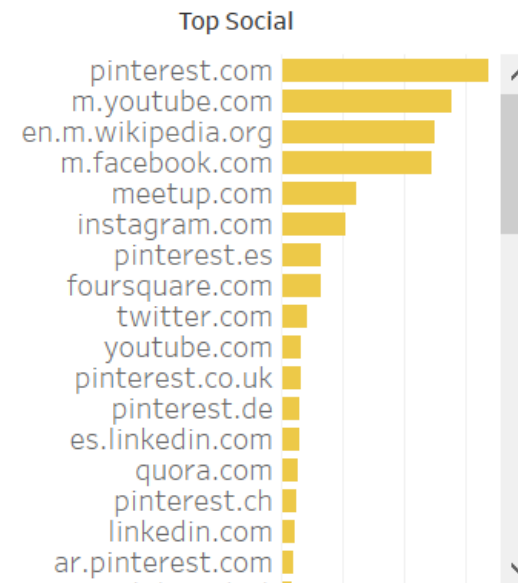
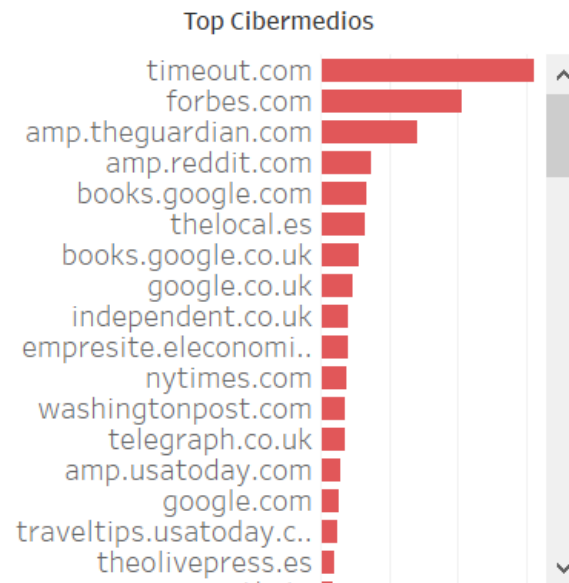
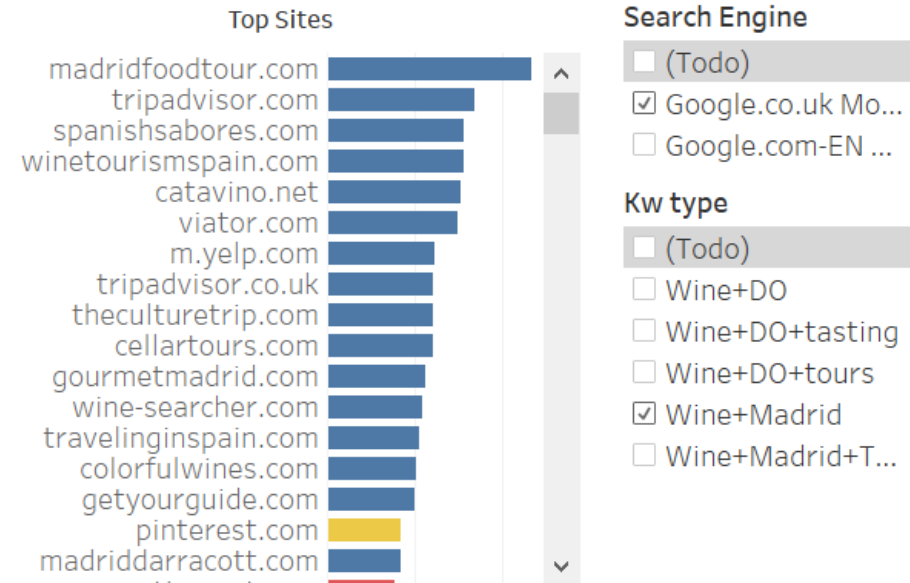
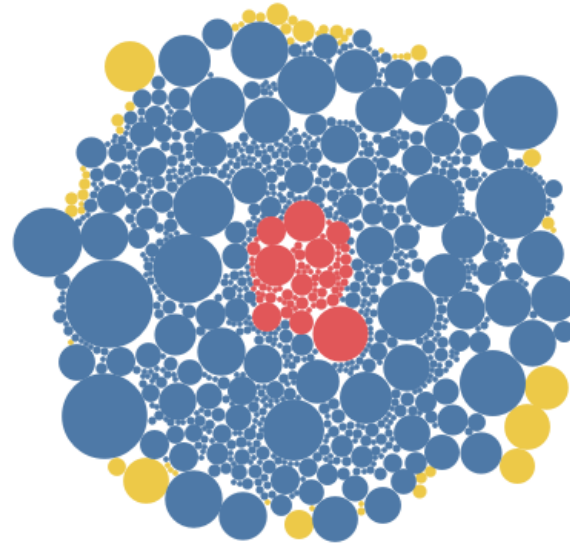
¿CÓMO NOS AYUDA EL SEO?

Motor de búsqueda:

- Google UK

Cluster :

- Wine Madrid



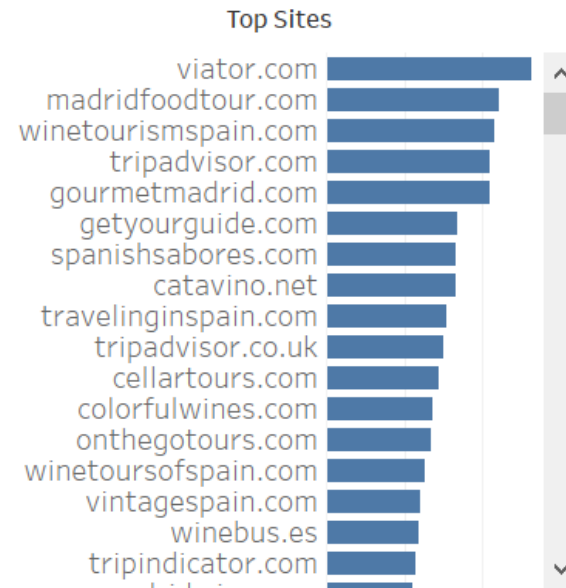
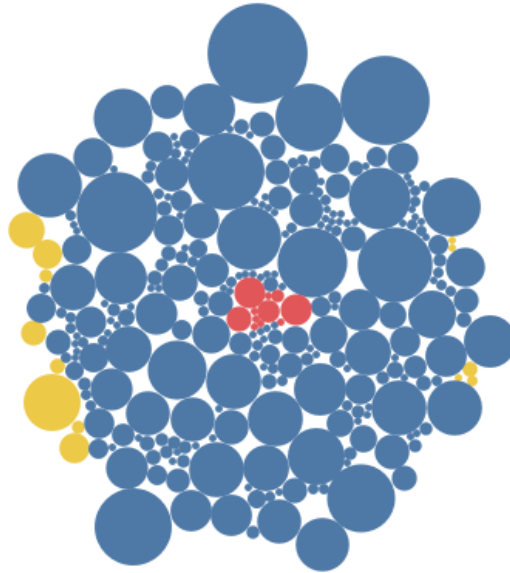
¿CÓMO NOS AYUDA EL SEO?

Motor de búsqueda:

- Google US

Cluster :

- Wine tasting Madrid

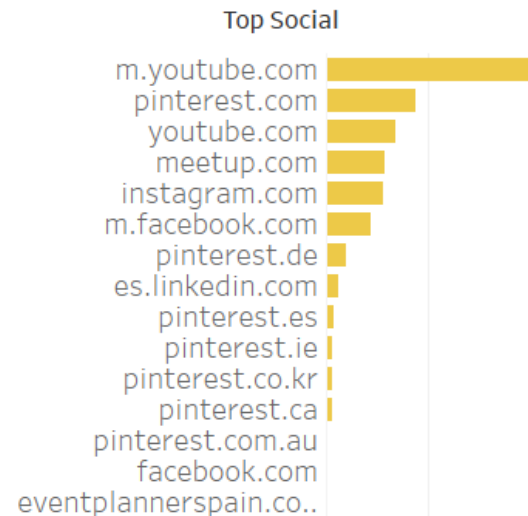
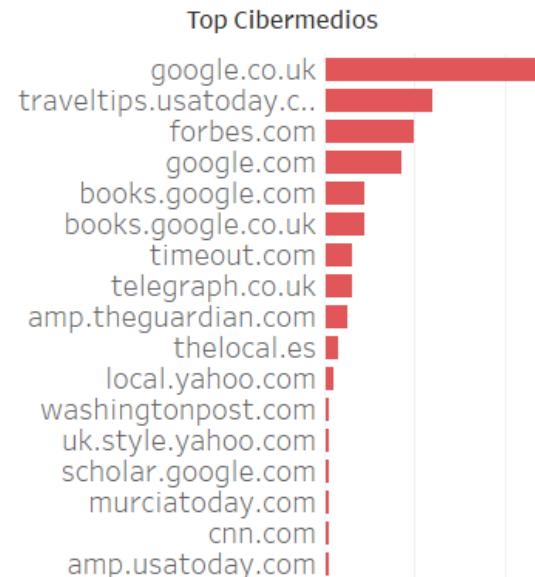


Search Engine

- ☐ (Todo)
- ☐ Google.co.uk Mo...
- ☒ Google.com-EN ...

Kw type

- ☐ (Todo)
- ☐ Wine+DO
- ☐ Wine+DO+tasting
- ☐ Wine+DO+tours
- ☐ Wine+Madrid
- ☒ Wine+Madrid+T...



APLICACIONES PRÁCTICAS

- El análisis de **Big Data SEO** abre la puerta a numerosas oportunidades para desarrollar nuevos conocimientos para remodelar nuestra comprensión del comprador y apoyar la toma de decisiones en la industria del vino.
- El **análisis de keywords** ofrece detalles sobre el comportamiento de búsqueda del vino en los mercados internacionales del vino. Este método de investigación permite descubrir lo que los **Buyer Persona** realmente están buscando sobre los productos, sugiriendo nuevas formas de segmentar y apuntar correctamente a los mercados internacionales.
- El conocimiento de la estacionalidad de búsqueda a corto, mediano y largo plazo se puede utilizar **para mejorar el posicionamiento** y **aumentar la interacción** de las campañas de **Redes Sociales** durante los tiempos de búsqueda de mayor frecuencia.
- Los **resultados** enfatizan la necesidad de que las bodegas se conecten con los consumidores mediante el desarrollo de **estrategias de posicionamiento** y campañas de **marketing de contenidos** que den respuesta a las necesidades informativas de los usuarios.
- Las **estrategias de marketing de contenidos** se deben centrar en **contenido relevante** enfocado a **nichos transaccionales** (mayor propensión comercial).