

2ª OLEADA DE 2012. Estudio sobre Posicionamiento Optimizado en Buscadores. SECTOR SEGUROS

MAPFRE se mantiene como la aseguradora con mayor visibilidad en la Red, liderando los rankings de popularidad, saturación y Page Rank GÉNESIS y LÍNEA DIRECTA le siguen, una vez más, en el ranking de visibilidad Mapfre amplía, de nuevo, su liderazgo en el posicionamiento SEO dentro del Sector Seguros, y comienza este trimestre aumentando su visibilidad respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de un 91,6% a un 98,1%.

Madrid, 5 de julio de 2012.- Éstos son algunos de los principales resultados extraídos de la segunda oleada de 2012 dentro del Estudio sobre Posicionamiento Optimizado en Buscadores para el sector Seguros. Dicho estudio pretende reflejar la posición absoluta de algunas de las aseguradoras más representativas del mercado español, midiendo su presencia orgánica en buscadores a partir del nivel de visibilidad alcanzado y de los valores obtenidos en Popularidad, Saturación y Page-Rank. Estos parámetros están relacionados directamente con el posicionamiento natural en buscadores y con la visibilidad.

La conclusión principal que se desprende de esta última revisión sectorial presentada por Adesis Netlife, es que durante la primera mitad de 2012 Mapfre ha continuado acrecentando su liderazgo en posicionamiento SEO. La aseguradora ha obtenido el índice de visibilidad más alto desde el comienzo de este estudio, un 98,1% y también el más favorable de su historia. El segundo y tercer lugar en el ranking, respectivamente, han sido para Génesis y Línea Directa, quienes han sufrido, de nuevo, un descenso respecto al trimestre anterior: Génesis ha descendido casi cuatro puntos y se sitúa en un 68,4%, mientras que Línea Directa ha pasado de 63% a 56%. Axa (50%) se mantiene en el cuarto lugar en el ranking de posicionamiento SEO sectorial.

Mutua Madrileña y Pelayo vuelven a intercambiar, una vez más, sus posiciones. Mutua Madrileña recupera el quinto puesto, al aumentar casi cuatro puntos desde el último estudio, mientras que Pelayo desciende hasta la sexta posición, al haber experimentado un ligero descenso en el índice de visibilidad respecto al primer trimestre del año.

Los descensos más notables son los de DirectSeguros y Seguros Broker, cuya visibilidad se ha reducido casi a la mitad. Por orden, desde el séptimo al decimoprimer lugar, se encuentran situadas: Directseguros (16,6%), Santalucía Seguros (8,3%), Segurosbroker (6,8%), Catalana Occidente (5,7%), y Fiatc (1,8%). En último lugar se encuentra Zurich (0,5%).

Para obtener el nivel de visibilidad, Adesis ha recogido las posiciones obtenidas en Google por cada aseguradora para una selección concreta de palabras clave genéricas –las más representativas del sector-, a las cuales se les ha asignado

una valoración en función de su popularidad. Las palabras que mayor tráfico han generado durante el trimestre han sido: seguro coche, seguros y seguros automóvil. El Ratio de Visibilidad depende de la posición que ocupa la empresa por palabra clave y del número de usuarios que consulta esa palabra clave. En la siguiente tabla se muestra el ranking de visibilidad obtenido.

1. Mapfre 98,1%
2. Génesis 68,4%
3. Línea Directa 56,1%
4. Axa 50%
5. Mutua Madrileña 49,2%
6. Pelayo 38,2%
7. Directseguros 16,6%
8. Santalucía seguros 8,3%
9. Segurosbroker 6,8%
10. Catalana Occidente 5,7%
12. Fiatc 1,8%
11. Zurich 0,5%

El índice de saturación o número de páginas indexadas por un buscador con respecto a un sitio web concreto, ha sido otro de los parámetros analizados. En este indicador, la primera posición continúa estable con respecto al período anterior: Mapfre (207.000) sigue liderando el ranking de saturación ampliamente, habiendo incluso experimentado un aumento. Fiatc, analizado por primera vez en el estudio realizado en el cuarto trimestre de 2011, se sigue manteniendo en segundo lugar con páginas indexadas (98.400) y a gran distancia del resto. En general, en este trimestre, todos los competidores han mejorado sus valores con respecto al estudio anterior excepto Axa, Línea Directa y Zurich. Catalana Occidente ha experimentado un ligero ascenso respecto al trimestre anterior.

1. Mapfre 207.000
2. Fiatc 98.400
3. SegurosBroker 13.400
4. Santalucía 6.980
5. AXA 6.400
6. Directseguros 5.950
7. Pelayo 3.530
8. Génesis 2.960
9. Línea Directa 2.150
10. Zurich 2.000
11. Catalana Occidente 1.450
12. Mutua madrileña 1.440

El informe de Adesis también refleja el índice de Popularidad. Esta variable se calcula según las páginas externas que enlazan a un sitio web a modo de recomendación o reseña. En la segunda oleada de este estudio sectorial, Mapfre vuelve a revalidar su liderazgo en el ranking de popularidad, experimentando

además, un ligero aumento. El aumento más notable es el de Zurich, que ha pasado de 35 a 80 puntos, alcanzando así la quinta posición.

Los valores de popularidad de la mayor parte de las aseguradoras han experimentado, además, ascensos, como Mutua Madrileña, Fiatc, DirectSeguros, Seguros Broker o Génesis que, pese a haber aumentado cinco puntos en popularidad, se mantiene estable en la última posición.

1. Mapfre 452
2. AXA 251
3. Catalana Occidente 103
- 4 Línea Directa 85
5. Zurich 80
6. Mutua Madrileña 78
7. Pelayo 57
6. Fiatc 50
10. Directseguros 36
9. Santalucía seguros 25
11. Seguros Broker 25
12. Génesis 17

Por último, este estudio recoge el Page Rank o PR. Indicador elaborado por Google que mide sobre una escala logarítmica de 10, la popularidad en la red de un website. Mapfre y Axa lideran este índice con seis puntos. Por detrás le siguen con un PR5, Línea Directa (la única que ha descendido en este periodo), Pelayo, Zurich, Mutua Madrileña, Catalana Occidente, Santalucía y Fiatc. El resto de aseguradoras continúan con el mismo PR4 que tenían en la última revisión realizada.

1. Mapfre 6
2. AXA 6
3. Línea Directa 5
4. Pelayo 5
5. Zurich 5
6. Mutua Madrileña 5
7. Catalana Occidente 5
8. Fiatc 5
9. Santalucía 5
10. SegurosBroker 4
11. Directseguros 4
12. Génesis 4

Acerca de Adesis Netlife

Adesis Netlife es una compañía de capital 100% español e independiente fundada en 2000 y con oficinas en Madrid y México. Su amplia experiencia en el sector de la consultoría y estrategia en la Red, y los casi 600 proyectos realizados para las principales compañías del país, avalan su trayectoria.

Como compañía de servicios integrales, Adesis Netlife cubre la totalidad de las áreas de negocio relacionadas con las nuevas tecnologías: negocio online, desarrollo y adaptación de aplicaciones web de gestión, creación y adaptación digital y marketing on-line. Su estrategia de negocio se basa en tres pilares: internalización de los servicios, resultados basados en ROI, y compromiso de calidad.

<http://www.adesis.com>
