Análisis de la situación SEO actual de "EcoModa"

**Compromiso ecológico**

**Catálogo atractivo**

**Visibilidad en motores de búsqueda**

**Tráfico orgánico bajo**

**Desconocimiento de herramientas avanzadas**

**Herramientas SEO que ayudarán a EcoModa**

**Google Analytics:** Se usaría para analizar el comportamiento del usuario: por ejemplo, si los visitantes llegan a la página principal y se van sin interactuar, es una señal de que tal vez el diseño o la oferta inicial no están atrayendo lo suficiente. También les permitirá medir las conversiones, observando cuántos usuarios que llegan al sitio terminan comprando.

Google Search Console: Les permitiría hacer un seguimiento de las consultas de búsqueda para las que están rankeando. Si descubren que los usuarios buscan "ropa sostenible para el trabajo", pero esa palabra clave no está bien optimizada en su sitio, podrían crear contenido específico para esa búsqueda.

SEMRush: Luis y Carmen podrían realizar una auditoría SEO técnica del sitio para detectar posibles errores (como tiempos de carga lentos o enlaces rotos), así como hacer un análisis de la competencia para encontrar las mejores palabras clave que EcoModa aún no ha capitalizado.

### ****Metas claras para la optimización SEO de "EcoModa"****

1. **Aumentar el tráfico orgánico** en un 20% en los próximos seis meses.
	* Medida: Utilizar Google Analytics para comparar el tráfico orgánico antes y después de la optimización.
2. **Mejorar el ranking de palabras clave** relacionadas con moda sostenible.
	* Medida: Monitorear el posicionamiento en Google Search Console y SEMRush para palabras clave como "ropa ética", "moda sostenible" y "accesorios ecológicos".
3. **Aumentar la tasa de conversión** en un 10% en tres meses.
	* Medida: Analizar las tasas de conversión de usuarios orgánicos mediante Google Analytics para ver cómo las mejoras en la experiencia del usuario impactan en las ventas.
4. **Reducir la tasa de rebote** en un 15% en seis meses.

Medida: Usar Google Analytics para hacer un seguimiento de las tasas de rebote en las principales páginas del sitio, mejorando el contenido y el diseño para mantener a los usuarios más tiempo en la tienda.