

CASO DE ÉXITO LUZETE

Transformación Digital con Impacto Comercial Medible

E-commerce de Iluminación y Mobiliario

Noviembre 2022 - Enero 2024

Liderado por: **Yel Martínez**

Head of Digital Strategy & Brand Experience

Documento preparado con fines de análisis estratégico y portafolio profesional

Basado en implementaciones reales y datos verificados

1. RESUMEN EJECUTIVO

Luzete, empresa española del sector de iluminación y mobiliario con presencia omnicanal (tiendas físicas + e-commerce), implementó una estrategia integral de transformación digital entre noviembre de 2022 y enero de 2024.

La intervención abarcó SEO técnico, optimización UX, estrategia de contenido y SEO local, generando resultados medibles y sostenidos sin inversión adicional en paid media.

Resultados Principales

Métrica	Resultado
Tráfico Orgánico	+50% (41.4K → 62.2K visitas mensuales)
Keywords Posicionadas	+2,100 keywords (migración a posiciones 11-50)
Domain Authority	+8% (de 24 a 26 puntos)
Engagement Rate	80.27% (alta calidad de tráfico)
Ingresos Orgánicos	+65% en 14 meses
Ingresos Sin Marca	+42% (captación nuevo público)
Conversiones	+90% (50 → 95 mensuales)
Base de Usuarios	+33% (22.5K → 29.9K/mes)

Fuentes: SEMrush, Google Analytics 4, Google Search Console

2. EVOLUCIÓN DE INGRESOS ORGÁNICOS

El análisis de ingresos atribuibles exclusivamente a tráfico orgánico (sin inversión en paid search, display o social ads) demuestra un crecimiento sostenido a lo largo del período de implementación.

Evolución por Fases

Fase	Crecimiento	Período
Baseline	100%	Septiembre-Diciembre 2022
Fase 1	+18%	Enero-Junio 2023
Fase 2	+38%	Julio-Diciembre 2023
Final	+65%	Enero 2024

Nota metodológica: Todos los datos de ingresos presentados en porcentajes para proteger información comercial sensible. Métricas extraídas de Google Analytics 4, segmento "Organic Search". Crecimiento calculado sobre baseline de septiembre-diciembre 2022. Los valores reflejan ingresos atribuibles exclusivamente a tráfico orgánico, sin inversión en paid search, display o social ads durante el período analizado.

3. ESTRATEGIA IMPLEMENTADA

La estrategia se estructuró en cuatro pilares fundamentales, ejecutados de forma integral y coordinada:

3.1. SEO Técnico

- Auditoría completa y corrección de errores 404
- Optimización de arquitectura y enlazado interno
- Implementación de schema markup
- Mejora de Core Web Vitals (WPO)
- Optimización de imágenes a formato WebP

3.2. SEO Local

- Creación de páginas Luzete+GEO por cada tienda física
- NAP (Name, Address, Phone) diferenciado por ubicación
- Promociones localizadas
- Enlazado interno estratégico

3.3. UX & Conversión

- Rediseño de páginas de producto
- Señales de confianza (Ekomi, sistemas de pago)
- FAQs estratégicas por categoría
- Comparador de productos
- Servicios destacados (instalación, soluciones B2B)

3.4. Contenido

- Texto útil en categorías con venta cruzada
- Depuración de blog (foco informativo)
- Galería de trabajos para empresas
- Fichas enriquecidas de producto

4. CONCLUSIÓN

Este caso de éxito demuestra que una estrategia integral de SEO técnico, UX y contenido puede generar crecimiento comercial sostenido sin grandes inversiones en paid media.

El incremento del 65% en ingresos orgánicos en 14 meses, acompañado de mejoras significativas en métricas de engagement y conversión, valida la metodología aplicada.

El framework implementado es replicable en e-commerce y retail en general, adaptándose a las particularidades de cada sector y modelo de negocio.

Yel Martínez

Head of Digital Strategy & Brand Experience

SEO Técnico y de Contenido • UX/CRO • Marketing Digital
Análisis de Datos • Estrategia de Marca • Sostenibilidad Empresarial