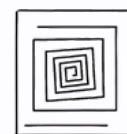


CASO 1

ALMA SPA

Optimización de copy y SEO on-page para transformar un mensaje genérico en una propuesta de valor más clara, persuasiva y orientada a búsquedas locales.



COPYWRITING WEB • SEO ON-PAGE • UX WRITING

Proyecto demostrativo • Sector bienestar • Monterrey

ANTES



H1 genérico

No comunica una propuesta de valor ni incluye ubicación.

Mensaje centrado en el negocio

Habla de instalaciones y personal, no de los beneficios para el cliente.

CTA genérico

No indica qué va a pasar después.

Resultado en Google (Antes)



Meta title sin keyword

No incluye la ubicación ni el tipo de servicio.

Metadescripción poco persuasiva

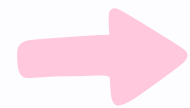
No comunica beneficios ni diferenciadores.

DESPUÉS



CADA CAMBIO RESPONDE A UNA ESTRATEGIA

La optimización combina claridad del mensaje, intención de búsqueda y elementos orientados a conversión.



H1 – De presentación a propuesta de valor

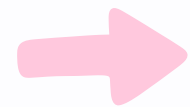
Antes:

“Bienvenidos a Alma Spa”

Después:

“Recupera tu energía sin salir de Monterrey”

El nuevo H1 sustituye un saludo genérico por un beneficio concreto e incorpora la ubicación para reforzar la relevancia local.



Mensaje – Del negocio al cliente

Antes se hablaba de:

“instalaciones modernas y personal capacitado”

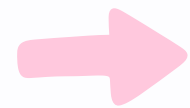
Ahora:

“Tratamientos de spa diseñados para mujeres que no tienen tiempo de agotarse.”

El mensaje deja de centrarse en características del negocio y conecta con una necesidad específica del público objetivo.

CADA CAMBIO RESPONDE A UNA ESTRATEGIA

La optimización combina claridad del mensaje, intención de búsqueda y elementos orientados a conversión.

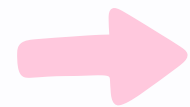


CTA – De contacto a acción

Antes:
“Contacto”

Después:
“Reserva tu lugar hoy”

El CTA comunica claramente el siguiente paso y reduce la ambigüedad de una llamada a la acción genérica.



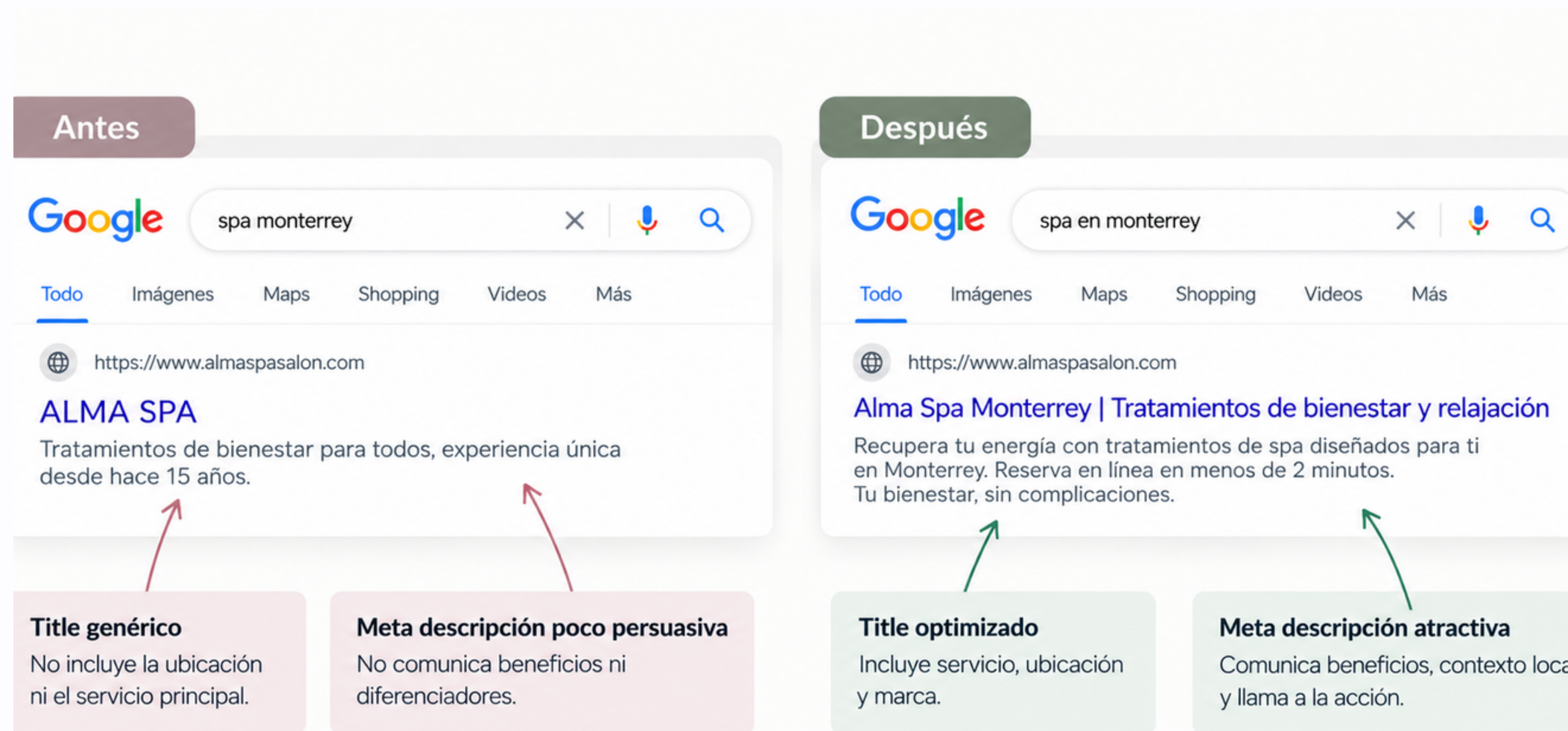
Texto de apoyo al CTA- Reducción de fricción

Reserva en línea en menos de 2 minutos

El texto de apoyo anticipa un proceso sencillo y reduce una posible barrera antes de la conversión.

El copy también trabaja fuera de la página

La optimización continúa en los elementos que ayudan a Google y al usuario a entender qué ofrece la página antes de visitarla.



Decisiones SEO

01 · Relevancia local

Se incorpora Monterrey tanto en el contenido principal como en los metadatos para aportar contexto geográfico.

02 · Intención de búsqueda

El title deja claro desde el resultado qué encontrará el usuario: un spa en Monterrey y tratamientos orientados al bienestar y relajación.

03 · Coherencia del mensaje

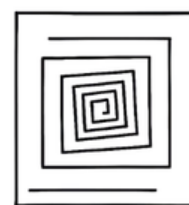
El resultado de búsqueda y el hero mantienen la misma promesa, evitando una desconexión entre lo que el usuario ve en Google y lo que encuentra al entrar.

04 · Conversión

La descripción no se limita a describir el servicio: incorpora el beneficio y anticipa una reserva sencilla.

¿NECESITAS APOYO PARA UN PROYECTO SIMILAR?

Proyectos puntuales · Paquetes mensuales · Colaboración recurrente



Portal del copy