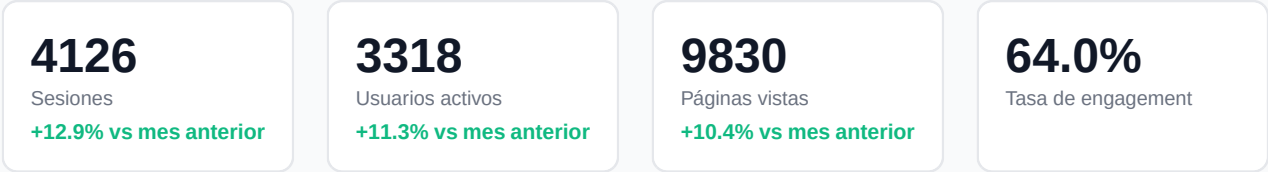


RESUMEN EJECUTIVO



Métricas Detalladas



Usuarios Nuevos vs. Recurrentes



Calidad del Tráfico



Comparativa con el Mes Anterior

Sesiones		+12.9%	4126
Mes anterior			3655
Este mes			4126
Usuarios activos		+11.3%	3318
Mes anterior			2980
Este mes			3318
Páginas vistas		+10.4%	9830
Mes anterior			8905
Este mes			9830
Sesiones comprometidas		+16.6%	2640
Mes anterior			2265
Este mes			2640

Análisis del Mes

Resumen ejecutivo

Agosto cierra con 212 contactos para el restaurante, entre reservas hechas en la web y llamadas desde el botón de teléfono: un +17,1% frente a julio (181) y un +8,2% frente a agosto del año pasado (196). Es un buen mes, y no solo por la temporada. Las visitas crecieron menos que los contactos, así que la web convierte mejor que hace un año.

La subida coincide con la activación del botón «Reservar» en tu ficha de Google el día 5, que era nuestra primera recomendación de julio, aunque con un solo mes no se puede separar su efecto del de agosto. El punto débil está en el móvil: trae tres de cada cuatro visitas, convierte bastante peor que el ordenador y la web tarda casi 6 segundos en verse en el teléfono. Ahí está el margen del mes que viene.

Análisis de tráfico y engagement

Tu web recibió 4.126 sesiones de 3.318 personas, un +12,9% y un +11,3% frente a julio, con 9.830 páginas vistas (+10,4%). Buena parte de ese crecimiento es temporada: la serie de los últimos doce meses sube sin interrupción desde enero, y agosto del año pasado ya fue el mes más alto. Comparado con él, el tráfico solo crece un +3,7%.

Lo que sí es de este año es la calidad. Las sesiones comprometidas suben más que las visitas (+16,6%, hasta 2.640), la tasa de engagement queda en el 64,0% y el rebote baja del 39,0% al 36,0% (-7,7%). Para un restaurante eso significa más gente que mira la carta, el horario o cómo llegar en lugar de irse a la primera pantalla, que son justo las visitas que acaban en una mesa.

Comportamiento del usuario

El 76,7% de quienes entraron son nuevos (2.544) y el 23,3% repite (774). En agosto es lo esperable: es el mes de los turistas y de quien descubre el restaurante por primera vez, y la fase que domina es la de descubrimiento. La duración media sube a 1:58 (+5,4%) con 1,24 sesiones por persona, así que la decisión se toma en una o dos visitas.

Las páginas de entrada lo confirman. La mayoría llega por la portada (1.960 sesiones), pero quien entra directamente por la página de reservas es el más decidido: 510 sesiones, un 78,4% comprometidas y 55 contactos, el 10,8% de ellas. La carta también funciona como puerta de entrada, con 820 sesiones y un 72% que se queda. El menú del día atrae a otro público, el de mediodía: 290 entradas y solo 6 contactos.

Fuentes de tráfico y alcance geográfico

La búsqueda orgánica, tu canal prioritario, trae 1.812 sesiones (44%) y 104 contactos, casi la mitad del mes, con un 68% de visitas comprometidas: rinde bien y sostiene el negocio. Le siguen el tráfico directo, con 986 sesiones (24%) y 58 contactos, y las redes sociales, con 702 (17%) pero solo 21 contactos y la mitad de las visitas sin quedarse. Las otras webs que enlazan a la tuya aportan poco volumen, 318 sesiones, y son el canal que mejor convierte: 22 contactos, un 6,9%.

En Google la web apareció 61.400 veces y recibió 1.960 clics, un +14,6% frente a julio. Algo más de un tercio son de gente que ya busca el restaurante por su nombre; el resto son clientes nuevos que buscan «restaurante frente al mar» o «arroz a banda». Siguen llegando 188 sesiones sin asignar (4%), casi siempre campañas sin etiquetar. Por países, el 71% del tráfico es de España y el resto llega de fuera.

Contenido y conversiones

Los contactos del mes son de dos tipos: 168 reservas confirmadas en la web y 44 llamadas desde el botón de teléfono. Sobre el total de sesiones es una tasa del 5,14%, buena para un restaurante que vive de las reservas y mejor que la de agosto del año pasado. La portada (3.380 visitas), la carta (2.610) y la página de reservas (1.540) forman el recorrido completo: se entra, se mira qué hay y se reserva. Cómo llegar (640) y grupos y eventos (390) son páginas de apoyo que se consultan antes de decidir.

Hay dos frenos a la vista. La carta que enlaza la portada es un PDF, y se abrió 610 veces: en el móvil es lento de leer y no lleva a ningún botón de reservar. Y el formulario de reservas pide nueve campos, siete de ellos obligatorios: se empezaron 260 y se confirmaron 168, así que una de cada tres que empieza a reservar no termina.

Recomendaciones estratégicas

1 Acción recomendada

Simplifica la reserva en el móvil: te proponemos dejar el formulario, que hoy pide nombre, apellidos, email, teléfono, fecha, hora, personas, comentarios y aceptar la privacidad, en fecha, hora, personas y teléfono, y aligerar la portada, que tarda casi 6 segundos en verse en el teléfono. El motivo está en los datos: el móvil trae 3.160 sesiones, el 77% del total, pero convierte un 4,4%, frente al 7,8% del ordenador. Quien busca restaurante desde el móvil decide dónde comer hoy, y si reservar le cuesta, prueba en el sitio de al lado. Con este volumen, cada punto de conversión que se gane son unos 30 contactos más al mes. El cambio lo hacemos nosotros; solo necesitamos que decidas qué datos son imprescindibles para gestionar una mesa. El mes que viene miraremos la tasa de conversión en móvil, que hoy es del 4,4%.

2 Acción recomendada

Termina la versión en inglés con la carta como página web y el botón de reservar traducido. Seguimos con esta recomendación de julio, y esta vez con la cifra delante: Francia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos e Italia suman 1.168 sesiones, pero solo 260 entran por la versión en inglés, donde apenas el 51,9% se queda y salen 7 contactos. Los turistas que buscan dónde comer en la costa ya te encuentran; lo que no encuentran es una web que les deje reservar en su idioma sin adivinar. Cada visitante de fuera que se va sin reservar es una mesa de temporada que ya no vuelve. Para hacerlo necesitamos que nos pases o revises la traducción de los platos, que es lo único que no podemos escribir nosotros. El mes que viene miraremos las entradas por la versión en inglés y sus contactos, hoy 260 y 7.

3 Acción recomendada

Prepara ya la página de grupos y eventos para el otoño, con un formulario propio y trabajada para «comida de empresa restaurante playa». En esa búsqueda apareces 1.600 veces al mes, pero en la posición 13,5, en la segunda página de Google, y solo te llegan 14 clics; y la página, que ya recibe 390 visitas en pleno verano, no tiene ningún formulario, así que hoy no sabemos cuántas acaban en una petición. La serie del último año enseña por qué importa: después de agosto las visitas caen hasta las 1.960 de noviembre. Una comida de empresa llena el comedor en uno de los meses más flojos del año. Te proponemos el formulario, con fecha, personas y presupuesto orientativo, marcado como conversión, y reescribir la página para esa búsqueda. Necesitamos que nos confirmes los menús de grupo y sus precios. El mes que viene miraremos su posición, hoy 13,5, y las solicitudes de grupo.

Top Páginas

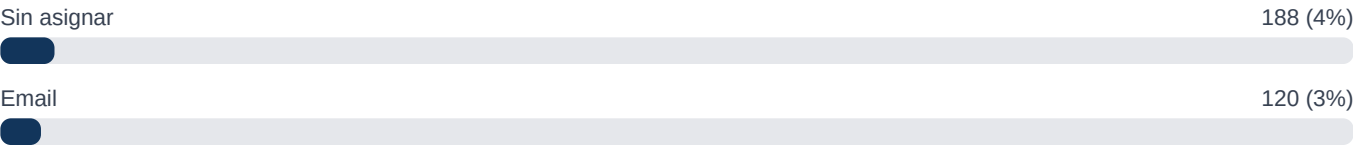
#	Página	Visitas
1	/	3380
2	/carta	2610
3	/reservas	1540
4	/menu-del-dia	780
5	/como-llegar	640
6	/grupos-y-eventos	390
7	/en/	360
8	/galeria	130

Páginas de Entrada

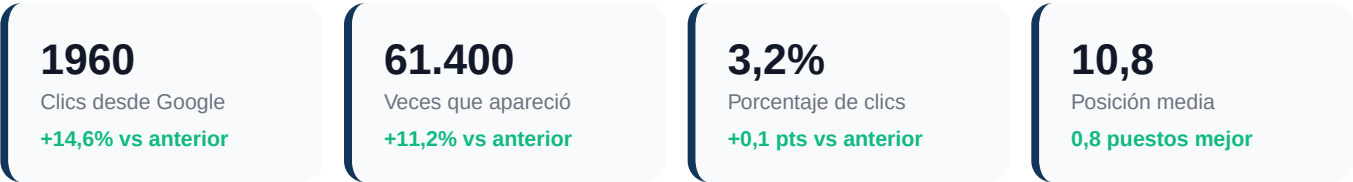
Página de entrada	Sesiones
/	1960
/carta	820
/reservas	510
/menu-del-dia	290
/en/	260
/como-llegar	150

Fuentes de Tráfico

Búsqueda orgánica	1812 (44%)
Directo	986 (24%)
Redes sociales	702 (17%)
Referencia	318 (8%)



Búsquedas en Google

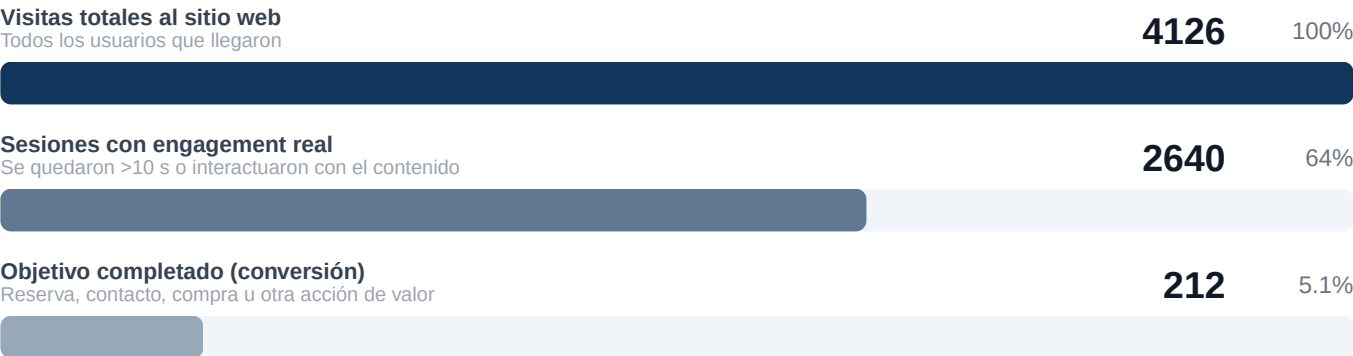


Búsqueda	Clics	Impresiones	Posición
restaurante el mediterraneo	520	1180	1,1
el mediterraneo restaurante	190	520	1,3
restaurante frente al mar	96	5200	7,4
arroz a banda	71	3900	8,9
restaurante con terraza en la playa	64	2700	6,8
menu del dia cerca de mi	52	4400	11,2
paella en la playa	48	1300	4,6
comida de empresa restaurante playa	14	1600	13,5

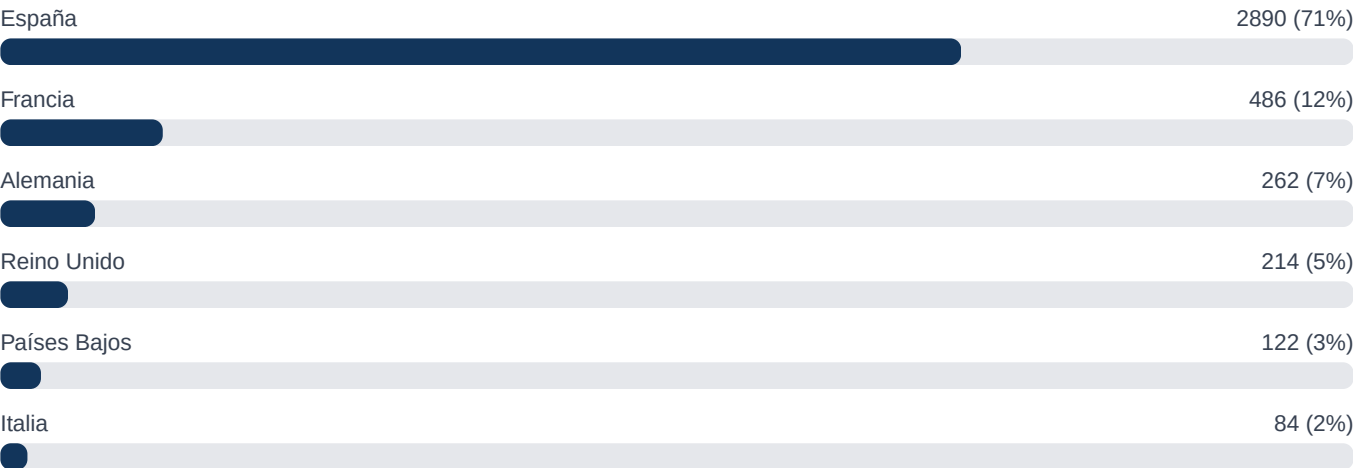
Oportunidades: ya aparece, pero lejos de los primeros puestos

Búsqueda	Clics	Impresiones	Posición
restaurante frente al mar	96	5200	7,4
menu del dia cerca de mi	52	4400	11,2
arroz a banda	71	3900	8,9
restaurante con terraza en la playa	64	2700	6,8
comida de empresa restaurante playa	14	1600	13,5

Embudo de Conversión



Geografía — Top Países



Dispositivos

