sodalemon

PROPUESTA

SEO · GEO · CRO · SEM

Arquetas *Estancas*

Una propuesta de trabajo mensual para atraer compradores desde Google, desde las inteligencias artificiales y con anuncios, y convertir sus visitas en pedidos.

Noviembre · 2026

01 · POR QUÉ DE FORMA CONJUNTA

Propuesta *de trabajo*.

Primero, la casa lista. *Después, los invitados.*

Cuando organizas una cena en casa, primero la recoges, la arreglas y la dejas perfecta. Después invitas a la gente. Con una tienda online pasa lo mismo: antes de traer más visitas, conviene que esté lista para que quien entre acabe comprando.

1 CRO

Dejar la casa lista

Preparamos la tienda para que venda: fichas claras, ayuda para elegir la medida y una compra sin fricciones.

→

2 SEM

Los primeros invitados

Anuncios en Google para quien ya está buscando una tapa estanca. Traen visitas desde el primer mes.

→

3 SEO / GEO

Que sigan llegando

Que os encuentren en Google y os recomienden las inteligencias artificiales, sin pagar por cada clic.

POR QUÉ TIENE MÁS SENTIDO ASÍ

Ninguna visita se desperdicia.

Traer gente a una tienda que no convence es como invitar a una casa a medio recoger: vienen, pero no compran.

Cada canal llega a su tiempo.

Los anuncios dan visitas desde el primer mes. El SEO y el GEO tardan más, pero después siguen trayendo visitas sin pagar por cada clic.

Un solo equipo, una sola estrategia.

El mismo equipo lleva la tienda, los anuncios y el SEO, así cada canal aprovecha lo que aprenden los demás.

Nuestra propuesta: una estrategia combinada, con el CRO, el SEM y el SEO / GEO trabajados cada mes. En las páginas siguientes os contamos qué incluye cada parte.

02 · SEO / GEO

Que os encuentren *y os recomienden.*

QUÉ ES

El **SEO** es el trabajo para aparecer en los resultados de Google sin pagar por cada clic. El **GEO** es lo mismo en las inteligencias artificiales como ChatGPT, Gemini, Perplexity o el Modo IA de Google: que os mencionen y os recomienden cuando alguien pregunta qué tapa de arqueta necesita. Lo trabajamos como una sola cosa porque las IA buscan en internet antes de responder y se fijan en las mismas señales que Google.

QUÉ INCLUYE

- **Estudio de búsquedas y preguntas:** qué buscan arquitectos, constructoras y particulares en Google y qué preguntan a las IA, por uso, medida y normativa.
- **Categorías y fichas de producto:** textos, datos técnicos, preguntas frecuentes y datos estructurados para que Google las posicione y las IA las citen.
- **Contenido técnico:** guías para elegir medida y modelo, instalación y normativa, escritas para resolver dudas reales.
- **SEO técnico:** indexación, velocidad, datos estructurados y acceso de los rastreadores de Google y de las IA.
- **Autoridad:** directorios de construcción y arquitectura, colegios profesionales y menciones en medios del sector, sin comprar enlaces.
- **Seguimiento en IA:** preguntas fijas cada mes en ChatGPT, Perplexity y el Modo IA de Google para ver si os recomiendan y qué fuentes citan.

POR QUÉ TRABAJARLO

Los profesionales también preguntan a una IA.

Cada vez más personas consultan a ChatGPT o al Modo IA de Google qué producto usar, y se quedan con las opciones que les recomiendan.

Un activo que se acumula.

Lo que se posiciona sigue trayendo visitas sin pagar por cada clic, y reduce la dependencia de los anuncios.

Hay evidencia.

Un estudio de la Universidad de Princeton midió hasta un 40 % más de visibilidad en las respuestas de las IA al añadir citas, datos y fuentes.

03 · CRO

Que quien entra *compre*.

QUÉ ES

CRO son las siglas en inglés de optimización de la conversión. Es el trabajo de mejorar la tienda para que más personas de las que la visitan den el paso: comprar o pedir asesoramiento. No se trata de traer más visitas, sino de aprovechar mejor las que llegan.

QUÉ INCLUYE

- **Análisis del recorrido:** por dónde entran las visitas, qué hacen y en qué punto abandonan, ya sea en la ficha, el carrito o el pago, con analítica y mapas de calor.
- **Fichas que venden:** fotos, medidas, ayuda para elegir el modelo y la información técnica a mano, sin salir de la ficha.
- **Carrito y pago:** un proceso de compra corto, con portes, plazos y formas de pago claros desde el principio.
- **Confianza y ayuda:** reseñas, garantía, certificados y WhatsApp o teléfono visibles para resolver dudas antes de comprar.
- **Medición:** ventas, carritos y consultas registrados en Analytics, para mejorar primero lo que más impacto tiene.

POR QUÉ TRABAJARLO

Más pedidos con las mismas visitas.
Si la tienda convierte mejor, cada visita cuenta más, venga de Google, de una IA o de un anuncio.

Los anuncios también rinden más.
Cada mejora en la conversión baja el coste de cada venta en Google Ads, sin aumentar el presupuesto.

Decisiones con datos.
Cada cambio se mide, así sabemos qué funciona en lugar de cambiar la tienda a ciegas.

04 · SEM

Compradores *desde el primer mes.*

QUÉ ES

El **SEM** es la publicidad en buscadores: anuncios en Google que aparecen cuando alguien busca lo que vendéis, y por los que solo se paga cuando hacen clic. Llega a quien ya tiene intención de compra y da resultados desde las primeras semanas, mientras el SEO y el GEO crecen.

QUÉ INCLUYE

- **Estudio de palabras clave:** las búsquedas con intención de compra, por uso, medida y tipo de tapa, y las que conviene excluir.
- **Campañas de búsqueda:** anuncios para cada tipo de uso, con precios y ventajas visibles en el propio anuncio.
- **Google Shopping:** vuestros productos con foto y precio en los resultados de Google, a partir del catálogo de la tienda.
- **Remarketing:** volver a mostrar los productos a quien visitó la tienda y no llegó a comprar.
- **Medición de ventas:** cada pedido y su importe registrados en Google Ads y Analytics, para saber qué campaña vende.
- **Optimización continua:** pujas, presupuesto y anuncios ajustados cada mes hacia lo que más vende.

POR QUÉ TRABAJARLO

Ventas mientras el SEO crece.
El SEO y el GEO tardan unos meses. Los anuncios traen compradores desde el principio.

Control del gasto.
Solo se paga por clic y el presupuesto lo decidís vosotros. Cada mes lo movemos hacia lo que más vende.

Datos para el resto del plan.
Las búsquedas que más venden en los anuncios nos dicen qué productos y qué páginas posicionar primero.

Quién trabajará *en vuestro proyecto*.

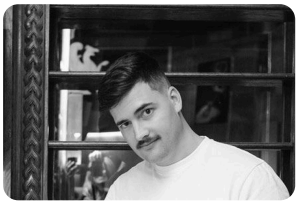
Estas son las personas de Soda Lemon que trabajarán en el proyecto de Arquetas Estancas. Forman parte de un equipo más amplio en la agencia. Salus es vuestro interlocutor para todo.



DIRECTOR DE MARKETING

José Rodrigo

Dirige la estrategia del plan.



PROJECT MANAGER

Salus Durbá

Vuestro interlocutor para todo.



SEO MANAGER

Javier López

Define la estrategia de SEO / GEO.



SEO SPECIALIST

Andrea Navarro

Lleva el SEO y los contenidos del día a día.



PAID MEDIA SPECIALIST

Daniela Álvarez

Lleva las campañas de Google Ads.



DISEÑO GRÁFICO

Anna del Álamo

Diseña las mejoras de conversión.



DESARROLLO

Carlos Gimeno

Aplica los cambios en la tienda.

06 · LO QUE DICEN NUESTROS CLIENTES

No lo decimos *nosotros*.

★★★★★ Google

«Llevo casi 5 años colaborando con la agencia y estamos muy contentos. (...) A nosotros nos diseñaron la página web, además nos llevan el SEO y el SEM. Y desde hace unos meses nos llevan el contenido para redes sociales. Nos han ayudado a crecer y a ser más visibles.»

David Madrid Reseña en Google

★★★★★ Google

«El crecimiento de mi empresa gracias a su trabajo ha sido exponencial. Con una inversión relativamente moderada, solo este año pasado hemos obtenido un retorno del 1216 %, que traducido a euros, son 13,16 € por cada euro invertido.»

Rodian Abogados Reseña en Google

★★★★★ Google

«Trabajar con Soda Lemon ha sido fácil, rápido y efectivo. Nos han creado la web y han conseguido que aparezcamos en los primeros resultados de Google en poco tiempo.»

Isabel Leal Reseña en Google

★★★★★ Google

«Comenzamos hace 3 meses y este mes hemos cerrado con récord de sesiones y de ventas. Un equipo muy profesional y con las ideas muy claras.»

Carlos López Pérez Reseña en Google

07 · INVERSIÓN Y DEDICACIÓN

La propuesta, *mes a mes*.

SERVICIO	QUÉ INCLUYE	DEDICACIÓN	IMPORTE
SEO / GEO	Estudio de búsquedas, categorías y fichas, contenido técnico, SEO técnico, autoridad y seguimiento en IA	≈ 5 h/mes	**Incluido**
CRO	Análisis del recorrido, fichas, carrito y pago, confianza y medición	≈ 1 h/mes	**Incluido**
SEO, GEO y CRO	6 h a 70 €/h	6 h/mes	**420 €** / mes
SEM	Gestión de Google Ads: búsqueda, Shopping, remarketing, medición y optimización		**190 €** / mes + 12 % de la inversión publicitaria
Propuesta mensual	IVA no incluido		**610 €** / mes + 12 % de la inversión publicitaria

Reparto orientativo de las 6 horas: si un mes una parte necesita más tiempo, lo tomamos de la otra. Cada mes recibís un informe con la evolución en Google, en las IA y en las campañas, las visitas y las ventas por origen.

08 · POR DÓNDE EMPEZAR

Si hay que elegir, *Google Ads primero*.

Lo ideal es trabajarlo todo a la vez. Si ahora no hay presupuesto para abordarlo todo, el primer canal sería Google Ads, y el SEO llegaría después.

1 MESES 1 A 3

Google Ads

Validamos el canal de captación en 3 meses, con el objetivo de hacerlo rentable: que las ventas cubran la inversión y la gestión.

190 € / mes
+ 12 % de la inversión publicitaria

→

2 DESDE EL MES 4

SEO, GEO y CRO

Con el canal validado, empezamos con el SEO y sumamos el resto de la propuesta, apoyados en lo que ya funciona en los anuncios.

+ 420 € / mes
6 h a 70 €/h

INVERSIÓN MÍNIMA RECOMENDADA EN GOOGLE ADS

500 € / mes

Vale para las dos opciones. La pagáis directamente a Google. Con esa inversión, la gestión de los anuncios queda en 250 €/mes: 190 € más el 12 %.

> La validación dura 3 meses, ni más ni menos: el tiempo justo para tener datos fiables de qué se vende y a qué coste, sin retrasar el SEO.

09 · CONDICIONES

Acuerdos de *partida*.

Seis meses para empezar

El SEO y el GEO necesitan unos meses para dar resultados. Después, seguimos mes a mes. Si empezáis por fases, los seis meses cuentan desde que arranca el SEO.

Pago mensual

Por adelantado al principio de cada mes, desde el primero. Importes sin IVA.

Inversión publicitaria

La pagáis directamente a Google y la decidís vosotros. El 12 % de gestión se calcula sobre lo invertido cada mes.

Sobre vuestra tienda

Trabajamos sobre vuestra tienda, sin pararla. Los cambios importantes y los datos técnicos os los enseñamos antes de publicarlos.

Nuestro compromiso

No podemos garantizar resultados concretos, sino una metodología de trabajo eficaz y eficiente, y dedicación al proyecto.

Todo a vuestro nombre

La tienda, las cuentas de Google Ads y Analytics y los contenidos que produzcamos son vuestros.

10 · ACEPTACIÓN

Aceptación de la *propuesta*.

Con su firma, las partes aceptan esta propuesta, que tiene valor de contrato de prestación de servicios en los términos, condiciones e importes descritos en ella.

Se rige por la legislación española. Para cualquier controversia, las partes se someten a los juzgados y tribunales de Valencia.

Opción elegida

☐ **Propuesta completa**
SEO, GEO, CRO y SEM desde el primer mes: 610 €/mes + 12 % de la inversión publicitaria.

☐ **Por fases**
Google Ads durante 3 meses (190 €/mes + 12 %) y, desde el mes 4, SEO, GEO y CRO (+ 420 €/mes).

El cliente

RAZÓN SOCIAL

CIF

REPRESENTANTE

CARGO

DOMICILIO

CORREO DE FACTURACIÓN

TELÉFONO

Soda Lemon

Imagine Department, S.L. · CIF B44541126
Calle Almirante Cadarso 34, 1ª planta, 46005 Valencia · Representante: José Rodrigo Sanfeliu

LUGAR Y FECHA

POR ARQUETAS ESTANCAS

POR IMAGINE DEPARTMENT, S.L.

sodalemon

Construyamos *algo grande*.

hola@sodalemon.es 656 58 60 00 sodalemon.es