

# MIGRACIÓN DISEÑO WEB Y ACTUALIZACIÓN PLATAFORMA PRESTASHOP

Diseño, actualización de plataforma & cambio de directorios



CALMA  
—HOUSE—



**Calma House** es una marca de accesorios de decoración y textil de hogar especializada en cojines. Su apuesta por artículos textiles de calidad y originales han hecho de **Calma House** una marca de referencia en el sector. La marca presenta cada temporada una amplia y variada colección con diferentes catálogos donde se recogen las nuevas creaciones.

Ofrecen un amplio catálogo de productos de diferentes materiales y diseños inspirados en los lugares más emblemáticos del Mediterráneo, y diseñan sus propios productos pensando en los colores y los tejidos perfectos para vestir el hogar.

## INTRODUCCIÓN

### ¿QUÉ TIPO DE MIGRACIÓN LLEVAMOS A CABO?

**Calma House** rediseñó su sitio web y la categorización de sus productos. Además, actualizó su plataforma Prestashop (de la versión 1.6 a la 1.7).

## EL CONTEXTO

### ¿CÓMO LLEGA EL CLIENTE A ESTUDIO34?

**Calma House** estaba en pleno proceso de rediseño de su nueva web; y querían asegurarse de que a la web a la que migraban fuera SEO Friendly y que no perdieran todo el posicionamiento y el tráfico por culpa de una migración.



Además, les preocupaba principalmente:

- Cómo **trabajar las url's** en el nuevo site para las diferentes combinaciones de color y tamaño.
- Cómo **trabajar a nivel de SEO** ciertas categorías que se activan y desactivan por temporadas (coming soon o rebajas).
- Cómo **evitar el contenido duplicado en productos** que existen en varias categorías.
- La **implementación correcta** de la etiqueta hreflang.

## EL CONFLICTO

### ¿QUÉ PROBLEMAS DETECTAMOS?

En la auditoría que llevamos a cabo antes del lanzamiento, identificamos varios problemas:

- **No existían urls estáticas para abordar oportunidades SEO** a nivel de color y tamaño, ya que el CMS generaba urls dinámicas.
- **No existía una estrategia fuerte** de enlazado interno.
- **Las urls de producto dependían de la carpeta de categoría** (y no del root).
- **Problemas de cloaking**: Encontramos numerosos enlaces que eran accesibles en HTML, pero estaban ocultos para el usuario.
- **No existía un sitemap** con todo el listado de urls del sitio web.
- **La etiqueta Hreflang** estaba mal implementada.
- Muchos otros problemas.

Además a nivel de arquitectura y onsite detectamos que no se estaba trabajando correctamente ciertas categorías, para ello:

- Propusimos la **creación de páginas** para abordar oportunidades SEO (cojines para niños).
- **Optimizamos los metadatos** de las categorías principales.
- Propusimos **reglas dinámicas** para la optimización de producto.

## LA ESTRATEGIA

### ¿QUÉ ESTRATEGIA SEGUIMOS

Teniendo en cuenta las necesidades de Calma House, que combinaban una parte de optimización de la nueva web y otra de migración, pensamos y ejecutamos la siguiente estrategia SEO:



#### 01

Una **auditoría técnica de la nueva web** con un análisis de su estado en aquel momento desde el punto de vista de accesibilidad, usabilidad, contenidos, enlaces internos, etc.

En esta fase nos focalizamos en la identificación y resolución de los principales errores: arquitectura web, enlazado interno, hreflang...

Además, hicimos checks constantes con su equipo técnico para asegurarnos de una correcta implementación de las soluciones



## 02

Un **análisis de palabras clave SEO y análisis de competidores** con el objetivo de trabajar en la estructura de la nueva página web.



## 03

Un **análisis de la competencia** para ver qué estaban haciendo bien otros ecommerce y cómo optimizaban sus páginas.



## 04

Una **optimización onsite de la nueva web**, creando las etiquetas H1, los meta títulos y las meta descripciones de las páginas principales; y ofreciendo reglas dinámicas para las páginas de producto.



## 05

La **migración web** donde realizamos los checks técnicos web antes, durante y después de la migración para asegurarnos de su correcta realización.

### Antes y durante la migración:

- Recopilación de datos de tráfico y posicionamiento.
- Relación entre las URL antiguas y las nuevas.
- Validación de sitemaps, robots.txt y Google Search Console.

### Después de la migración:

- Monitorización y corrección de errores.
- Monitorización de índice de URL indexadas en GSC.
- Monitorización del tráfico total, orgánico y referido.

## LOS RESULTADOS

### ¿QUÉ RESULTADOS OBTUVIMOS?

#### Mes siguiente de la migración:

- Crecimiento del **número de impresiones en un 54%**
- Crecimiento del **124% de keywords en la primera página y un 115% de las palabras clave en las dos primeras páginas.**
- En cuanto a las palabras clave posicionadas en total (top100), pasamos de **2.613 keywords a 4.103, representando un 57% de crecimiento en global.**

Organic Keywords Trend

