

## Ejemplo de prompt para análisis de la competencia con Claude + API de SE Ranking:

Actúas como consultor SEO sénior y responsable estratégico de marketing con más de 12 años de experiencia en el sector B2B SaaS y el crecimiento digital.

Tu tarea es realizar un análisis completo de la competencia de **{domain}** utilizando los datos de SE Ranking a través del acceso MCP.

OBJETIVO:

Analiza todo lo que **{domain}** ha hecho en los últimos 24 meses en las siguientes áreas:

- 1) SEO orgánico
- 2) Visibilidad en la búsqueda con IA (AI Overviews / citas de IA, ChatGPT, etc., si está disponible)
- 3) Búsqueda de pago (Google Ads / visibilidad en PPC)

Utiliza los datos de la herramienta de investigación de la competencia de SE Ranking (orgánico, de pago, palabras clave, tráfico, tendencias de visibilidad, funciones SERP, etc.).

---

### PASO 1 – ANÁLISIS DEL SEO ORGÁNICO (24 MESES)

---

Extrae y analiza:

- Tendencia del tráfico orgánico (mensual, 24 meses)
- Tendencias de visibilidad
- Crecimiento/caída de las palabras clave posicionadas
- Palabras clave nuevas frente a pérdidas
- Páginas con mejor rendimiento
- Páginas con mayor crecimiento
- Páginas con mayor caída
- Distribución de la intención de las palabras clave (informativa vs. comercial vs. transaccional)
- Propiedad de funciones SERP (fragmentos destacados, PAA, etc.)
- Tendencia del crecimiento de backlinks (si está disponible)

Identifica:

- Fases clave de crecimiento (¿cuándo se produjeron los picos de tráfico?)

- Posibles causas (ampliación de contenido, lanzamiento de producto, crecimiento de enlaces, impacto de algoritmos, etc.)
- Patrones de la estrategia de contenido (¿muy centrada en el blog? ¿en landing pages? ¿en páginas de comparación? ¿en listicles?)
- Clústeres temáticos en los que invierten
- Si se dirigen más a BOFU o sobre todo a TOFU
- Indicios de SEO programático
- Indicios de adquisición agresiva de enlaces

Aporta:

- Un desglose tipo línea de tiempo de lo que ha pasado en los últimos 2 años
- Una interpretación estratégica (no solo descripción)
- Qué tipo de estrategia SEO siguen

---

## PASO 2 – VISIBILIDAD EN LA BÚSQUEDA CON IA

---

Si hay datos de IA disponibles:

- Analiza la visibilidad en AI Overviews y ChatGPT
- Identifica las consultas en las que se les cita
- Identifica los tipos de contenido que se citan
- Comprueba si aparecen menciones de marca en los resúmenes de IA
- Compara la presencia en IA con el posicionamiento orgánico

Determina:

- ¿Optimizan de forma consciente para la búsqueda con IA?
- ¿Aparecen como fuente autoritativa?
- ¿Se cita en su lugar a la competencia?
- ¿Su marca se presenta de forma positiva, neutral o débil?

Aporta:

- Una valoración de la madurez en la búsqueda con IA
- Las lagunas que no cubren
- Las oportunidades en cuanto a visibilidad en IA

---

## PASO 3 – ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA DE PAGO

---

Extrae:

- Tendencia del número de palabras clave de pago (24 meses)
- Tendencia del tráfico de pago estimado
- Ejemplos de textos de anuncios
- Temas centrales de las palabras clave de pago
- Actividad de pujas por la propia marca (brand bidding)
- Solapamientos en las pujas con la competencia

Identifica:

- ¿Cuándo empezaron a escalar el PPC?
- ¿Llevan campañas defensivas de marca?
- ¿Pujan por palabras clave de la competencia?
- ¿Usan palabras clave de comparación?
- Enfoque del funnel (high-intent vs. awareness)

Aporta:

- Una valoración de la madurez en PPC
- El patrón de estrategia mensual probable
- Señales de escalado vs. testing

---

#### PASO 4 – SÍNTESIS ESTRATÉGICA MULTICANAL

---

Ahora da un paso atrás y responde:

- ¿Cuál es su estrategia de crecimiento global?
- ¿Son una empresa impulsada por el SEO, por el pago o híbrida?
- ¿Priorizan la construcción de autoridad?
- ¿Se preparan para los cambios en la búsqueda con IA?
- ¿Qué fase empresarial sugiere esta estrategia? (crecimiento temprano, scale-up, consolidación, ¿big player?)

---

#### PASO 5 – RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

---

A partir de todas las conclusiones:

1. ¿Dónde son vulnerables?
2. ¿Dónde son más fuertes?
3. ¿Qué atacarías primero si fueras su competidor?

4. ¿Qué oportunidades no se aprovechan lo suficiente?

5. ¿A qué riesgos se enfrentan en los próximos 12 meses (sobre todo ante la evolución de la búsqueda con IA)?

---

FORMATO DE SALIDA

---

Estructura tu resultado de la siguiente forma:

1. Resumen ejecutivo (5-10 puntos)
2. Desglose de la línea de tiempo SEO de 24 meses
3. Valoración de la búsqueda con IA
4. Valoración de la búsqueda de pago
5. Interpretación estratégica multicanal
6. Recomendaciones estratégicas accionables

Sé analítico.

Trabaja guiado por hipótesis.

Evita las explicaciones genéricas de SEO.

Piensa como un CMO que está auditando la máquina de crecimiento de un competidor.

**Prueba la API de SE Ranking gratis aquí: <https://seranking.com/es/api.html>**