

Nota de prensa

cosmomedia.

Cosmomedia, entre las 20 mejores agencias de Marketing Digital de España

Según el último estudio realizado por la Escuela Europea de Empresa, que recoge las compañías con más cantidad de reseñas y mejor valoración de los usuarios de Google.



Valladolid, 27 de febrero del 2024 - ¿Cuáles son las mejores agencias de Marketing Digital de España? El último estudio realizado por la Escuela Europea de Empresa ha recogido aquellas empresas mejor valoradas por los usuarios de Google durante todo el año 2023, para establecer un listado de las compañías que cuentan con más satisfacción y confianza por parte del cliente.

A través de las estadísticas, ofrecidas mediante las reseñas en Google Business Profile, el análisis establece las 52 compañías líderes en satisfacción, con un sistema de puntos que calibraba tanto el número de reseñas como su valoración media, estableciendo una jerarquía a nivel nacional y provincial.

De todas las empresas analizadas, Cosmomedia se encuentra entre las 20 mejores agencias de marketing digital, con una valoración media de 4,7 con cerca de 200 reseñas, además de ser la primera agencia de marketing digital en Valladolid.

"Trabajar tu reputación online en Google Business Profile permite obtener mejores oportunidades de negocio y determina el camino que transita el usuario hasta convertirse en cliente", indica en este sentido Silvia Fernández, Brand Content de Cosmomedia. Lo cierto es que, disponer de una ficha de Google en propiedad, donde puedas autogestionar todos tus datos, facilita controlar aspectos tan relevantes como la calidad del servicio, para poder comprender las posibilidades de mejora, pero también para poder fidelizar al cliente satisfecho, agradeciendo esas valoraciones que el usuario deja al situar a la empresa en el "mapa de Google".

En este sentido, además, Google tiene en cuenta tanto el número, como la calidad de las valoraciones, para poder ordenar a las empresas en el mapa de una forma más o menos visible.

Con respecto al ranking por ciudades, en Cosmomedia además lideramos el carácter local de este listado, posicionándonos como la principal agencia de marketing en Valladolid en valoraciones de Google.

En este enlace, facilitamos más información sobre el estudio:

<https://escuelaeuropeadeempresa.eu/mejores-agencias-de-marketing-digital-de-espana/>

Artículo complementario:

6 claves de Google Maps para la pyme

- Las reseñas de una empresa pueden incrementar en un 270% sus posibilidades de que le compren.
- Desde tomar la propiedad de su ficha, hasta responder a las reseñas, los expertos de Cosmopedia indican 6 claves para ser más visible en Google Maps.
- La geolocalización de una pyme en el mapa de Google determina su crecimiento y mejora su rentabilidad, según apunta la tecnológica Cosmopedia, que desarrolla 6 claves para el posicionamiento local de las empresas.

Valladolid, 27 de febrero del 2024 - Si hace unos años estar en el mapa para una pyme significaba posicionarse dentro de su barrio, con la irrupción de la Era Digital, las empresas han pasado a posicionarse de manera online, y más concretamente en el mapa de Google. Pero ¿qué importancia tiene aparecer en ese mapa virtual y hasta qué punto puede impulsar el crecimiento de una pequeña empresa? Los especialistas de [Cosmopedia](#) analizan 6 claves sobre el "mapa de Google" para que las empresas puedan posicionarse de una manera eficaz.

1. Más y mejores reseñas para ser más visible

Para aparecer en el mapa, las reseñas juegan un papel crucial, y especialmente, aquellas que mejoran la valoración media de la empresa. Parece sencillo, a más y mejor puntuación, más y mejores resultados, indica en este sentido, José Manuel Fuentes, CEO de la tecnológica. En este sentido, Fuentes señala que, ya no se trata sólo de aparecer en Google Maps como empresa de referencia, sino de poder salir en el ranking de las empresas mejor valoradas por los usuarios, "en Cosmopedia, hemos conseguido aparecer entre las mejores agencias gracias a las reseñas positivas en Google", indica en este sentido.

Las reseñas determinan la decisión de compra de los consumidores y también favorecen la construcción de la imagen de marca de una empresa. Un 90% de los usuarios leen reseñas de clientes antes de confiar y realizar una compra. De media, leen entre 3 y 10 valoraciones para formarse una opinión previa a tomar la decisión de comprar. Además, hasta un 70% indica que está dispuesto a gastar más si ve valoraciones positivas, según el informe de la consultora Apache Digital, lo cual subraya el impacto significativo de las reseñas positivas en el comportamiento del consumidor.

Además, según ha revelado la investigación de la Northwestern University, la "tasa de conversión", o lo que es lo mismo, la compra o contratación de un producto o servicio, puede aumentar hasta el 270% a medida que va acumulando reseñas.

2. De Google Maps a Google Business Profile

¿Cómo funcionan las reseñas en Google? Seguramente hayas leído, visto o incluso escrito alguna valoración al salir de un restaurante, hotel o tienda, es decir, tras finalizar una interacción comercial. Google ha ido perfeccionando su universo de reseñas y fichas de empresas, hasta constituir una auténtica red social de geolocalización. Esto es, una plataforma donde las empresas pueden colocar

los datos de contacto, pero también las fotos, servicios y publicaciones o novedades, como lo haría en Facebook.

"Toda esta gestión de la ficha de Google repercute en que sea más visible en el mapa, es decir, aumenta la relevancia digital de la pyme, en su zona de actuación", indican desde Cosmomedia.

3. Conectar el negocio físico con la ficha de Google

Otra de las claves que indica la tecnológica Cosmomedia es la necesidad de vincular de alguna manera el espacio físico con el virtual. En este sentido, los códigos QR que tanto se popularizaron durante el 2020 y 2021 son una herramienta cómoda, fácil y accesible para que la pyme pueda solicitar reseñas en Google. "El truco está en colocarlas en un espacio visible de entrada, salida o espera", señalan desde Cosmomedia.

4. Cómo responder a las reseñas de Google

No hay una única norma para responder a las reseñas de Google, pero sí hay una recomendación, según apunta la tecnológica, que se basa en responder desde "la empatía, tranquilidad y control de la situación. Si la valoración es negativa, pero el usuario aporta veracidad, es recomendable tratar el asunto por vía privada, disculpándose de forma pública. Si el usuario entra en descalificaciones, es mejor responder de forma corta y sin entrar a debate. El truco está en evitar la confrontación, ya que las reseñas más detalladas suelen ser las más visibles", indican en Cosmomedia.

Y agradecer siempre las valoraciones positivas, que la empresa nunca debe olvidar o incluso puede premiar, para fidelizar a sus clientes.

5. Tomar el control de la ficha

Parece obvio, pero muchas empresas no pueden gestionar su ficha en Google porque no tienen su propiedad, es decir, alguien creó la ficha en su día, pero la empresa no tiene vinculada esa ficha para acceder a su gestión, y así poder responder reseñas, cambiar datos...

"En traspasos de negocio, por ejemplo, las pymes no tienen en cuenta que la propiedad de la ficha de Google también debe traspasarse." No es necesario que el anterior propietario realice nada, la propia empresa puede contactar con Google y, aportando pruebas de esa titularidad del negocio, reclamar la propiedad del perfil de Google Business Profile, para tener el control de su presencia digital.

6. Publica en tu ficha de Google de forma periódica

Google Maps ha ido evolucionando hasta convertirse en una auténtica red social de negocios locales, que pueden ver cómo su tráfico web y su visibilidad en el mapa puede incrementarse gestionando y publicando contenidos y novedades con cierta periodicidad.

"Nosotros hemos detectado que publicar novedades en la ficha de Google es un factor muy determinante a la hora de mejorar su geoposicionamiento", señalan en este sentido desde Cosmomedia, matizando que "no sólo se trata de mantener la ficha activa, sino de aportar

publicaciones que incluyan servicios, productos o enlaces a la web que permitan aumentar su tráfico de visitas y, por lo tanto, su número de clientes”.

Para estar en el mapa digital, de la mejor manera posible, las pymes deben contar con el control de su ficha de Google Business Profile, para publicar novedades, actualizar todos sus datos y, por supuesto, gestionar sus reseñas, que además de impulsar su negocio dentro y fuera de Internet, también suponen una potente herramienta para conocer lo que dicen y tenerlo en cuenta para mejorar sus productos o servicios.

Contacto: comunicacion@cosmomedia.es

Silvia Fernández o María Hernández - 983 666 555