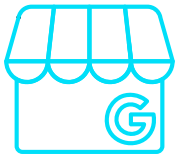




**CLAVES DE GOOGLE BUSINESS  
PROFILE PARA PYMES  
CONVIERTE TU FICHA DE GOOGLE  
EN TU MEJOR COMERCIAL**

**cosmomedia.**  
te ayudamos a digitalizar tu negocio





## **ÍNDICE:**

### **Local Pack:**

la medalla de oro de tu negocio

### **La consistencia NAP como base de tu ficha**

### **Categorías y atributos:**

el idioma del GEO

### **El poder visual:**

Google ya no solo lee, ahora también entiende las imágenes

### **Reseñas:**

el alma de tu reputación digital

### **Google Posts:**

tu micro-blogging de empresa

### **Herramientas técnicas:**

Place ID y mensajería

### **Insights:**

Lo que no se mide, no se puede mejorar

### **Tu negocio merece estar el número uno en Google**



## INTRODUCCIÓN



Si tienes un negocio físico, un local donde acuden tus clientes o prestas servicios en una zona concreta, **tu mejor escaparate no está en tu fachada o rótulo sino en el móvil de tu vecino**, cuando busca en Google lo que tú ofreces.

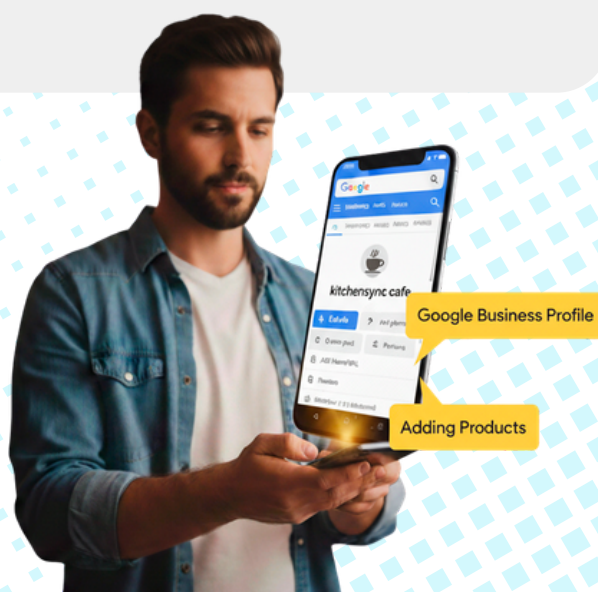
**Google Business Profile (GBP)** es la primera puerta de tu tienda, oficina o local y si no está bien optimizada, estás cerrando oportunidades de que te llamen, contacten o visiten.

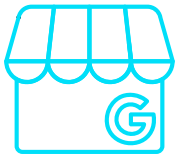
En esta guía descubrirás las **claves para que tu perfil de Google Business Profile esté bien optimizado** y así, tu pyme consiga un Local Pack de nivel, para salir por delante de tus competidores.

### El dato:

El **76%** de las personas que realizan una **búsqueda local** en su móvil visitan un negocio físico en menos de 24 horas. Si no estás ahí, estás financiando el crecimiento de tu competencia.

Ya no hablamos solo de aparecer en un mapa; hablamos de dominar la **intención de búsqueda**. En esta guía, aprenderás a transformar una ficha estática en un imán de clientes. Comenzamos.





## LOCAL PACK: LA MEDALLA DE ORO DE TU NEGOCIO

### DESCUBRE POR QUÉ EL LOCAL PACK PUEDE SER COMO ESTAR EN LA CALLE MÁS COMERCIAL DE TU LOCALIDAD, ZONA O COMARCA

Cuando alguien busca "clínica veterinaria" o "fontanero 24h", Google muestra el famoso **Local Pack**: ese mapa con tres resultados destacados. Estar ahí es el equivalente a tener un local en la calle más comercial de tu ciudad con el alquiler pagado por Google.

1

#### Relevancia

¿Cómo de bien coincide tu perfil con lo que el usuario busca? Si buscas "pizza artesana" y tu ficha solo dice "Restaurante", pierdes puntos.

2

#### Distancia

Cómo de lejos estás del usuario. Aunque no podemos mover tu local, un buen SEO compensa los kilómetros, ampliando su alcance.

3

#### Prominencia

Aquí entra la autoridad. Google mide cómo de conocido eres, basándose en tus reseñas y en el contenido de calidad que ofreces, en tu ficha de Google, en tu web...





## VISIBILIDAD DE TU EMPRESA & NIVEL DE OPTIMIZACIÓN

Nivel de optimización	En resultados	Posibilidad de clic
Perfil fantasma (sin datos o con datos erróneos)	Página 3 o inferior	Página 3 o inferior
Perfil básico (Solo horario o teléfono)	Listados secundarios	15%
Perfil Top (datos correctos, descripción, servicios, fotos...)	Local Pack (Top 3)	Más del 70%

En esta tabla puedes comprobar cómo un buen perfil en Google Business Profile puede ser la diferencia entre el clic (llamada, cómo llegar, web...) o que el usuario pase de largo al siguiente negocio, con mejor presencia digital.



## Perfil Top en Google Business Profile

**SEGURIDAD R.G.R.**  
5,0 ★★★★★ 39 reseñas ⓘ  
Proveedor de sistemas de seguridad en Meco

Sitio web | Cómo llegar | Reseñas  
Guardar | Compartir | Llamar

**Dirección:** C. Peñalara, 17, 28880 Meco, Madrid  
**Teléfono:** 918 82 78 33  
**Horario:** Abierto · Cierre: 14:00 · Próxima apertura: 15:30 ▾  
Actualizado por esta empresa hace 7 semanas  
**Provincia:** Madrid  
Sugerir un cambio · ¿Eres el propietario de esta empresa?

**Productos** [Ver todo](#)

- Cámaras IP  
Sistemas de vide...
- Cámaras especi...  
Sistemas de vide...
- Fotodetección  
Sistemas de seg...

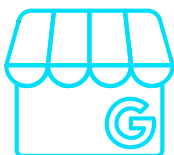
**Ver categorías**

- Sistemas de videovigilancia
- Sistemas de seguridad



### Un ejemplo de optimización buena para conseguir el top3 está en Seguridad RGR

- Buena categorización local
- Datos de contacto correctos y completos
- Apoyo visual profesional
- Productos y servicios
- Descripción completa
- Publicaciones en su ficha



## LA CONSISTENCIA NAP COMO BASE DE TU FICHA

### NAP: LAS TRES SIGLAS QUE DETERMINAN SI GOOGLE CONFÍA EN TI O TE IGNORA

El acrónimo **NAP** corresponde a Name, Address, Phone (Nombre, Dirección y Teléfono). Y se trata de los datos más básicos y esenciales que tu ficha de Google tiene que tener.

Parece básico, pero el mayor fallo del Local Pack de las pymes españolas está en no tener estos datos bien publicados..

Google es un detective de la coherencia: si en tu ficha pones "C/ Mayor, 5" y en Facebook pones "Calle Mayor, nº 5", Google detecta una inconsistencia y tu autoridad baja.

Por eso, tu dirección debe ser igual en todos los sitios, para que se mantenga la coherencia en los resultados de búsqueda.

### ¿Qué puedes hacer?



#### Nombre comercial puro

No rellenes el nombre con palabras clave como "Peluquería Barata Madrid - Juani". Eso se llama keyword stuffing y te puede causar un disgusto porque Google lo penaliza. Usa el nombre que sale en tu letrero (si incluye tu oficio o sector, puedes incluirlo, por supuesto, pero no "fuerces" para sobreoptimizar)





### Geolocalización del teléfono

Siempre que sea posible, usa un fijo local. Un número móvil puede dar la sensación de ser una empresa "sin sede", mientras que un fijo refuerza tu presencia en la ciudad. Puedes añadir fijo y móvil, si quieres facilitar un teléfono móvil para contactos por WhstsApp. Si no sueles atender el fijo, redirecciona a la línea móvil.



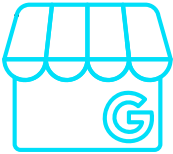
### Horarios dinámicos

Actualiza siempre los festivos. No hay nada que enfade más a un cliente que ir a un negocio que Google dice que está "Abierto" y encontrar la persiana bajada. Ese cliente te pondrá una reseña negativa antes de volver a casa o, incluso, puede solicitar una revisión de tu ficha, para indicar que estás cerrado.

Una agencia profesional puede realizar un análisis digital, para rastrear la red y asegurar que tu **NAP sea igual en redes sociales, web y Google**, entre otros espacios digitales.

La coherencia es el primer paso para la confianza del algoritmo.





## CATEGORÍAS Y ATRIBUTOS: EL IDIOMA DEL GEO

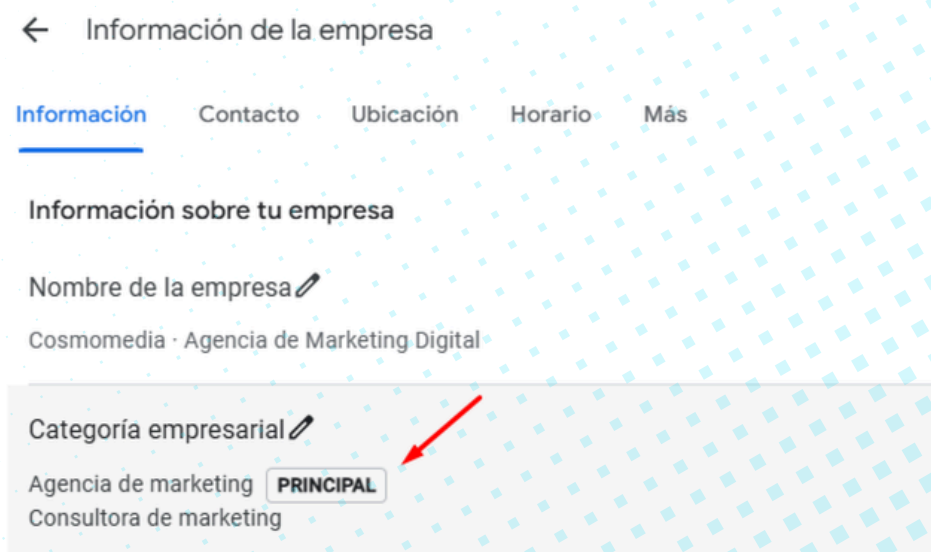
### TRABAJAR BIEN LA FICHA DE GOOGLE DE TU EMPRESA

#### ¿Cómo hablar el idioma de la Inteligencia Artificial (GEO)?

En tu ficha de Google es donde el SEO o “posicionamiento tradicional” se encuentra con el **GEO (Generative Engine Optimization)** o posicionamiento en la IA. Las inteligencias artificiales como Gemini o el propio buscador generativo de Google analizan tu ficha para responder preguntas complejas de los usuarios.

#### Tu categoría principal en Google

Es tu base, el rey que te corona. Por eso, es muy importante **definir bien la categoría principal de tu negocio**. Si eres una "Agencia de viajes", esa es tu etiqueta principal. Las secundarias captan nichos: "Especialista en cruceros" u "Organizador de bodas". Puedes tener hasta 10 categorías, pero siempre habrá una principal.





## Tus atributos en Google

Los atributos son los detalles que venden. Son etiquetas que definen la experiencia que pueden encontrar en tu empresa. ¿Tienes WiFi? ¿Es accesible para sillas de ruedas? ¿Es un espacio seguro? ¿Tiene terraza? Esos atributos son configurables, pero también se pueden incluir basándose en las respuestas de tus clientes.

*Ejemplo de atributos en la ficha de Google*

**Información de la empresa**

Información Contacto Ubicación Horario Más

NO muestra de trabajo a terugraus

**Clientela** ✎

Amigable con la comunidad LGBTQ+  
Es un espacio seguro para personas transgénero

**Opciones de servicio** ✎

Servicios en las instalaciones disponibles

- Ofrece citas online
- No usan lengua de signos americana
- No se habla árabe
- No se habla cantonés
- No se habla inglés
- No se habla filipino
- No se habla francés
- No se habla alemán
- No hablan criollo haitiano
- No se habla hindi
- No hablan italiano
- No se habla coreano
- No se habla mandarín
- No se habla polaco
- No se habla portugués
- No se habla rumano
- No hablan ruso
- No se habla ucraniano

**Rendimiento** De oct 2023 a mar 2024 Ver más

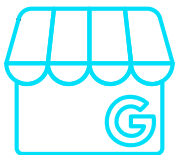
1,2 mil	328	381
Reservaciones	Interacciones	Reservas

**Acciones recomendadas**

Exponer, Editar perfil, Asociarse, Mensajes, Reservas, Añadir una foto, Horario, Añadir oferta, Añadir evento, Añadir novedad, Logotipo, Foto de portada

### Ejemplo:

Si un usuario pregunta: "¿Dónde hay una cafetería tranquila para trabajar con portátil?", Google buscará el atributo "Wi-Fi" y analizará si en tus reseñas alguien mencionó la palabra "tranquilo". Si no tienes esos datos marcados, aunque seas la cafetería más silenciosa del mundo, Google no te recomendará.



## EL PODER VISUAL: GOOGLE YA NO SOLO LEE, AHORA TAMBIÉN ENTIENDE LAS IMÁGENES

### LA IA DE GOOGLE "LEE" LAS IMÁGENES

**¿Por qué tus fotos te posicionan más de lo que crees?** Google utiliza tecnología de reconocimiento visual. Si subes una foto de un plato de pulpo a la gallega, su IA "entiende" que en tu carta tienes pulpo, y te mostrará cuando alguien busque dónde comer pulpo en una zona, aunque no lo hayas escrito.

Las fichas con fotos reciben un **42% más de solicitudes de indicaciones** para llegar.

### ¿Qué fotos publicar en la ficha de Google?

Aquí te dejamos un pequeño checklist:



- Foto del exterior**  
Para que el cliente te reconozca al llegar de un vistazo.
- Fotos del interior**  
Muestra el ambiente. ¿Es acogedor? ¿Está limpio? ¿Es moderno? Las fotos profesionales atraen a más usuarios, dispuestos a pagar un ticket mayor de precio.
- El equipo en acción**  
Humanizar la empresa aumenta la confianza. Queremos ver quién nos va a atender: foto de equipo, foto del trabajo... pero que sean foto profesionales, para generar una autoridad.



### ✓ **Fotos de tus productos o servicios**

Nada de fotos de stock de internet. Google detecta las imágenes repetidas y las ignora. Deben ser fotos de tus artículos, sacadas por ti o de tu catálogo (preferiblemente fotos tuyas, para evitar la duplicidad con el proveedor del catálogo)

### **Recuerda...**

Evita los filtros excesivos. Google prefiere la realidad. Recomendamos subir contenido visual al menos una vez al mes, para demostrar que el negocio está activo.

### **RESEÑAS: EL ALMA DE TU REPUTACIÓN DIGITAL**

#### **NO SON SOLO ESTRELLAS; SON PALABRAS CLAVE, DATOS SEMÁNTICOS PARA EL BUSCADOR**

Las reseñas son uno de los factores de posicionamiento principales en el Local Pack, pero no sólo importa la nota media, importa el **volumen**, la **frecuencia** y, sobre todo, las **palabras clave** que el cliente usa en el texto.



#### **¿Cómo pedir reseñas de alto valor?**

No pidas estrellas, pide experiencias, detalladas, de los productos o servicios que les has ofrecido. Tampoco pidas la reseña básica, intenta solicitar algo más, una frase, un párrafo, un texto que explique el motivo de su satisfacción.



### MAL



"Todo muy bien"



### BIEN



**(oro para el SEO):**

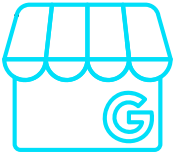
"Me encantó la reparación de mi portátil en este servicio técnico de Madrid. Fueron muy rápidos, económicos y además muy cercanos. En sus instalaciones puedes aparcar en la calle fácilmente, además, tienen acceso para minusválidos"



## ¿Y qué hago si no consigo que detallen nada?

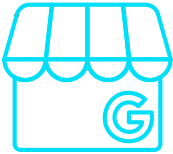
La recomendación: Responde de forma detallada (si identificas al cliente) detallando tú mismo el servicio que le has ofrecido y motivándole a detallar más. Por ejemplo: "Juan, muchas gracias por tu valoración. Nos alegra saber que has quedado tan satisfecho del servicio de reparación de tu portátil. Aquí nos tienes para cualquier otro arreglo de hardware, aunque esperamos que no lo necesites ;)"

En esta respuesta te muestras cercano, aportando datos relevantes y palabras clave.



## ¿Cómo responder a las reseñas de Google?

Tipo de Reseña	Objetivo de la respuesta	Truco de experto
<b>Positiva</b> <b>(5 estrellas)</b>	Fidelizar y reforzar SEO	Incluye en la respuesta el nombre del producto o servicio.
<b>Neutra</b> <b>(3 estrellas)</b>	Investigar la mejora	Pregunta qué faltó para las 5 estrellas, pero con asertividad.
<b>Negativa</b> <b>(1-2 estrellas)</b>	Control de daños	Nunca discutas. Pide disculpas y lleva la queja al plano privado.



## GOOGLE POSTS: TU MICRO-BLOGGING DE EMPRESA

### TU FICHA DE GOOGLE TAMBIÉN ES UNA RED SOCIAL

Mucha gente no sabe que en su ficha de Google puede publicar noticias, ofertas y eventos. Estos posts aparecen de forma destacada en el móvil, cuando alguien te busca y ayudan a reforzar el posicionamiento de tu empresa.

### ¿Qué publicaciones funcionan mejor?



#### Ofertas

Con fecha de inicio y fin. Ideales para Black Friday o rebajas locales.



#### Novedades

"¡Ya tenemos la nueva colección!". Ayudan a que el cliente vea que el negocio se mueve.



#### Eventos

Talleres, catas o jornadas de puertas abiertas.



#### Noticias

tus artículos de blog, presencia en prensa, noticias corporativas...



### Calendario de publicaciones

¿Sabes que en Cosmomedia nos ocupamos de publicar en tu ficha de Google de forma periódica, con noticias, servicios y contenidos que refuercen tu autoridad y tu posicionamiento? En este enlace encontrarás más información: <https://www.cosmomedia.es/optimizamos-y-creamos-publicaciones-en-tu-perfil-de-google>

## HERRAMIENTAS TÉCNICAS: PLACE ID Y MENSAJERÍA

### PLACE ID: TU "DNI DE GOOGLE" PARA CONSEGUIR RESEÑAS EN UN CLIC

Aquí es donde nos ponemos técnicos para que tú no tengas que hacerlo. El **Place ID** es un código único de Google. En Cosmomedia lo usamos para crear un enlace directo que, al ser pulsado, abre la ventana de valoración del cliente.



También puedes enlazar a la ficha y que luego ellos busquen la manera de dejar la reseña, pero muchos lo pospondrán si tienen que dedicarle más tiempo.

Cuanto más facilites la tarea de dejar la reseña de tu empresa, mayor tasa de éxito tendrás.

Tu **Place ID** también te sirve para colocar el enlace directo de cómo llegar, que trazará la ruta directa desde la ubicación donde se encuentren.





## INSIGHTS: LO QUE NO SE MIDE, NO SE PUEDE MEJORAR

### LAS MÉTRICAS DE GOOGLE BUSINESS PROFILE SON LA MEJOR RADIOGRAFÍA DE TU CLIENTE

Tu ficha te regala datos que valen miles de euros si sabes interpretarlos. Aprende a leer la mente de tus clientes con las estadísticas de Google. No mires solo el número de visualizaciones, **analiza la intención**.

#### ¿Qué métricas de Google te ayudan a entender tu negocio?



##### Consultas de búsqueda

¿Por qué palabras te encuentran? Si vendes "zapatos" pero te encuentran por "sandalias de fiesta", el mercado te está diciendo qué promocionar. Céntrate en las sandalias, especialízate.



Una zapatería de barrio contactó con nosotros para que nos ocupáramos de su presencia digital. A priori, era una zapatería "normal" que cuidaba mucho su género, apostando por calzado español de calidad. ¿Qué hicimos en base a las búsquedas? Centrarnos en eso, en "calzado español" "sandalias hechas en España" etc. Ahora es líder local, pero además, se ha posicionado a nivel nacional.



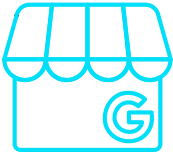
##### Acciones del usuario

¿Cuántos han pulsado "Cómo llegar"? Esto es tráfico real a tu puerta.



##### Llamadas

¿Qué días recibes más llamadas desde la ficha? Esto te ayuda a organizar tus turnos de personal o a reforzar el servicio de atención al cliente



¿Clics en la web? Puedes analizar el tráfico que te visita directamente desde tu ficha y así, evaluar el interés de tu audiencia en tu web.



### **Visualizaciones de fotos**

Qué fotos gustan más para replicar ese estilo o qué tipo de novedades o publicaciones que compartes.



### **¿Cómo saber si funciona?**

Un aumento en las búsquedas de "descubrimiento" (gente que no sabía tu nombre pero buscaba tu servicio) es la señal definitiva de que nuestro trabajo de SEO Local está funcionando.

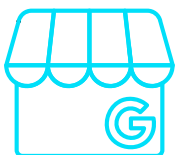
## **TU NEGOCIO MERECE ESTAR EL NÚMERO UNO EN GOOGLE**

### **GESTIONAMOS TU FICHA; IMPULSAMOS TU CRECIMIENTO LOCAL**

Optimizar y mantener al día un perfil de Google Business no es una tarea de "hacerlo una vez y olvidarse".

Para que Google te mantenga en el Top 3 y las nuevas IAs te recomienden, necesitas constancia, estrategia y un flujo continuo de contenido fresco.





En **Cosmomedia** hemos diseñado un servicio específico para que tú te centres en atender a tus clientes mientras nosotros nos encargamos de que no dejen de llegar.

### Las 3 claves de la gestión profesional:

#### ✓ Optimización inicial y control de tu ficha

Reclamamos tu ficha si no tienes acceso, verificamos la propiedad y realizamos una auditoría completa de tus datos (NAP).



#### ✓ Creación de publicaciones estratégicas

No dejamos que tu perfil parezca abandonado. Creamos y publicamos periódicamente contenido de tu negocio. Estas publicaciones son "señales de vida" que Google valora positivamente para subirte en el ranking y que los clientes usan para decidirse por ti.

#### ✓ Mantenimiento

La información errónea ahuyenta a los clientes. Revisamos periódicamente que tus datos sean 100% correctos, tu ficha se mantenga activa y actualizada. Mantenemos un contacto directo, actualizado y un seguimiento activo.

**Deja de ser invisible: Domina el mapa local con Google Business Profile y atrae clientes sin pagar por anuncios**

**¿Quieres que optimicemos tu perfil de Google y empecemos a publicar por ti?**

**HABLAMOS:**

**Tlf. 983 666 555**

**[hola@cosmomedia.es](mailto:hola@cosmomedia.es)**

**[www.cosmomedia.es](http://www.cosmomedia.es)**