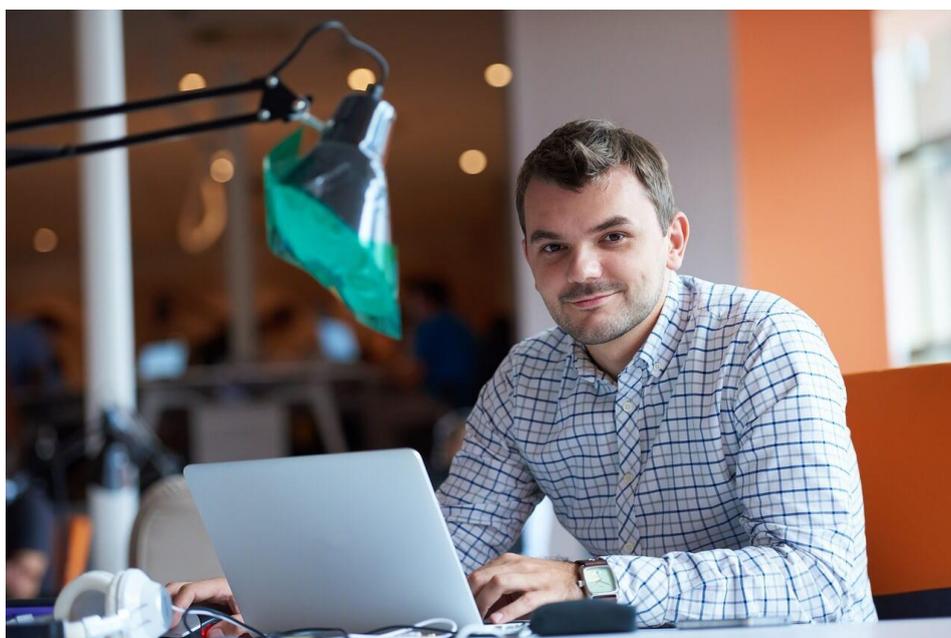


¿Aún no tienes una ficha de Google My Business?



En la actualidad es indispensable para todo negocio ser visible en Internet. No obstante, existen tantos competidores, que se hace muy difícil obtener visualizaciones y aún más complicado que los clientes hagan clic en los anuncios. Por ello, en este breve artículo te decimos cómo [posicionar google my business](#), una de las herramientas más útiles para tener presencia online.

Esta información te será de gran utilidad, tanto si tienes un negocio, como si estás cerca de abrir uno. Google My Business marca la diferencia en las ganancias de cualquier negocio actual porque incrementa las ventas al captar la atención de los clientes potenciales que estén cerca del mismo.

¿Qué es Google My Business?

Google My Business es una herramienta gratuita de Google diseñada para la creación y gestión de perfiles informativos de empresas y negocios. En palabras sencillas, es una plataforma que permite crear una ficha con información puntual y precisa sobre tu marca o negocio.

Adicionalmente, My Business también permite incluir fotografías y presentaciones. En suma, esta plataforma gratuita permite gestionar la presencia online de empresas y negocios de un modo sencillo y económico, al mismo tiempo que facilita recibir el *feedback* de los clientes.

Disponer de una ficha de Google My Business se ha convertido en una necesidad para todo negocio en la actualidad. Esto se debe a que la presencia en Internet permite obtener un mayor flujo de visitantes y, en consecuencia, un mayor número de ventas efectivas.

Ventajas principales de tener una ficha de Google My Business

Es importante tener una ficha de Google My Business porque eleva la visibilidad de tu negocio e impacta positivamente sobre las ventas. No obstante, pueden señalarse otras ventajas de importancia asociadas con esta plataforma.

Los perfiles informativos también sirven para entablar intercambios con los usuarios. Estos pueden dejar sus opiniones, experiencias y valoraciones después de visitarte en tu tienda física.

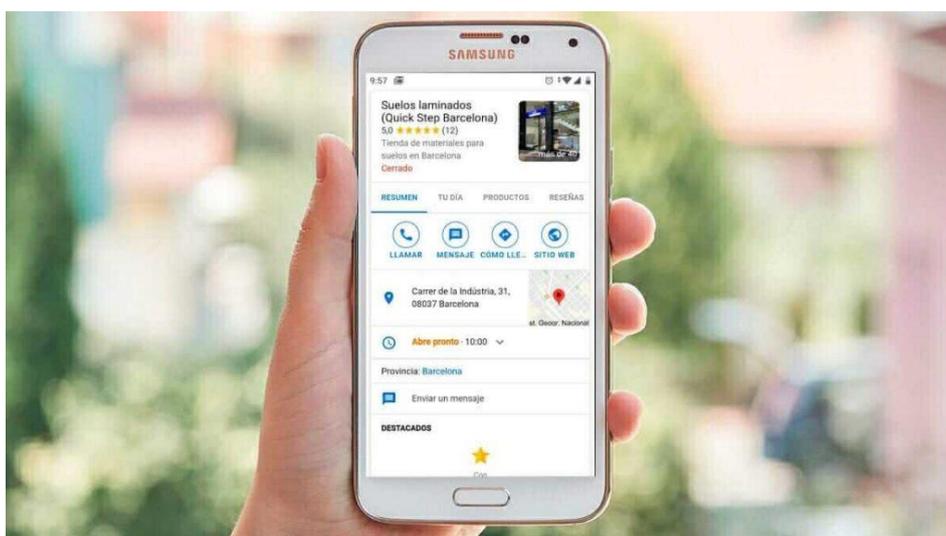
Estas fichas también potencian la geolocalización de tu negocio. Cuando tus clientes potenciales estén cerca de tu negocio o realicen búsquedas asociadas con tus productos y servicios, tu tienda podrá aparecer entre los primeros resultados de búsqueda.

¿Cómo crear tu cuenta de Google My Business?

Darte de alta en Google My Business es un procedimiento muy sencillo. Tan solo necesitas ingresar en [este enlace](#) y hacer clic en “Obtener tu página”. De inmediato, tendrás que especificar el tipo de empresa o local que llevas, su nombre y su dirección exacta.

Posteriormente, como en toda plataforma, tendrás que cumplir con un proceso de verificación, lo cual puedes lograr por diversas vías. Puedes verificar tu cuenta de Google My Business tanto por correo postal como por teléfono o, lo más sencillo, por correo electrónico.

Sin esta verificación tu ficha de Google My Business no tendrá visibilidad. Una vez que hayas culminado este proceso ya contarás con una cuenta verificada en Google My Business. A continuación te explicaremos que debes hacer para optimizar tu perfil informativo.



¿Cómo optimizar tu ficha de Google My Business?

No hay que perder de vista que Google valora la información completa y precisa. En la medida en que tu ficha de Google My Business esté mejor optimizada tendrás mayores oportunidades de aparecer entre los primeros resultados de las búsquedas locales..

Todo esto se traduce en la necesidad de optimizar la información inicial. Puede que no tengas que hacer muchos cambios, pero es importante que verifiques los horarios de atención, los números telefónicos y que, de ser posible, coloques fotografías del establecimiento.

En concreto debes asegurarte de que los siguientes campos estén en perfecto orden:

- **Título y descripción:** Debes verificar que el título sea el correcto y que la descripción sea breve y consistente con la imagen de marca que deseas transmitir.
- **Datos de contacto:** Tus datos deben ser claros y no deben contradecirse entre plataformas. Los números telefónicos en tu ficha de Google My Business no debe contradecir otros números que hayas colocado en otras plataformas o Redes Sociales.
- **Etiquetas y Categorías:** Puedes colocar un máximo de 3 categorías y de 10 etiquetas. Las categorías clasifican tu negocio en grandes regiones asociados al tipo de servicio o productos prestados a los clientes. Las etiquetas complementan esta información general.
- **Horarios de atención:** Los horarios de atención pueden cambiar a lo largo del año. Es importante que esta información se actualice y verifique constantemente. Si colocas un horario de atención erróneo y los clientes se acercan en vano, puedes llevarte una calificación negativa.
- **Ubicación:** Es crucial que aportes información precisa y clara, tanto para tus clientes como para Google. Esto será bien valorado por ambos, lo cual te beneficiará en tu presencia online.

Importancia de las buenas reseñas

Recuerda siempre que la información precisa ahorra tiempo y disgustos a los clientes. Por esto es relevante que tu ficha sea certera, precisa y sin ambigüedades. De esta manera los clientes que se acerquen lo harán con la seguridad de que podrían comprar algo en tu tienda. De lo contrario, puedes hacerle perder el tiempo a tus clientes potenciales. Esto, naturalmente, puede acarrearle varias consecuencias como reseñas y valoraciones negativas.

Por otra parte, las reseñas positivas puedes aportar un plus a tu negocio. Una buena experiencia en tu tienda puede generar buenas valoraciones y estas, a su vez, pueden potenciar la visibilidad de tu ficha de Google My Business. Ten esto en mente al momento de crear tu cuenta en Google My Business. Luego, puedes optimizar tu perfil informativo y empezar a recibir los beneficios de esta importante herramienta, la cual es de uso casi obligatorio en la actualidad.