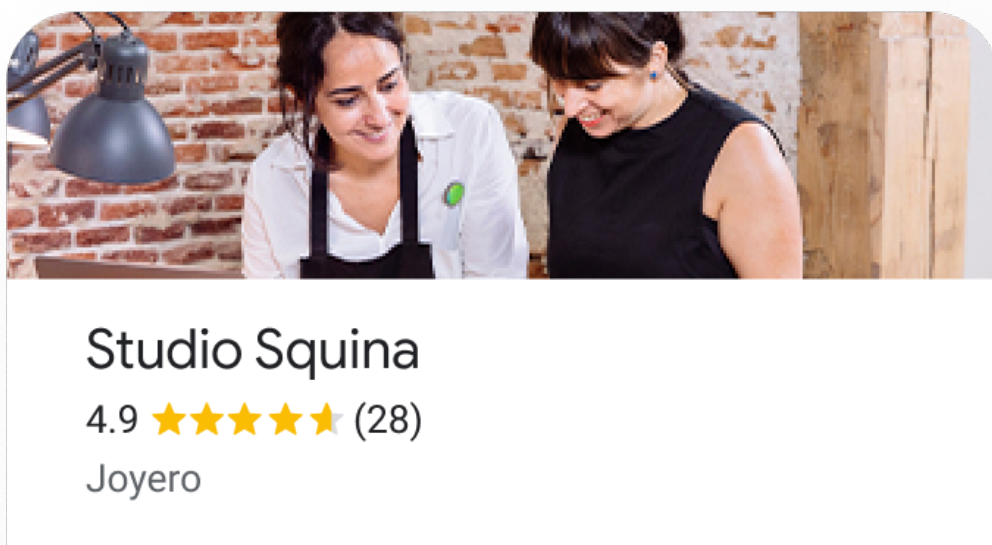


Identifica si tu negocio necesita el Perfil de Empresa de Google para promocionarse

Investiga si tu negocio ya tiene un perfil. ¿Cómo hacerlo?

- Si buscas el nombre de tu negocio en Google o Google Maps, ¿aparece en la lista de resultados?
- Si ya existe un perfil de empresa de Google para tu negocio, ¿tienes el control para realizar cambios y actualizaciones de la información que se muestra?



Ejemplo de Perfil de Empresa en Google

No tomar el control sobre el perfil de Google supone perder la oportunidad de promocionarse gratis en un medio que es capaz de atraer personas al establecimiento o al servicio.

Comprueba si tus competidores tienen perfiles de empresa en Google

- ¿Tu negocio pertenece a una industria o sector altamente competitivo a nivel local?
- ¿Hay más de un establecimiento en la zona que se dedica al mismo sector?
- ¿Quieres destacar las características únicas de mi negocio local frente a los competidores?

Al investigar a tus competidores locales y ver si están aprovechando esta herramienta para promocionar sus negocios, te hará considerar dar el paso para que tu negocio sea el mejor de la zona.

Evalúa la visibilidad de tu negocio en internet

- ¿Deseas dirigir tus esfuerzos de marketing y publicidad hacia un público local concreto?
- ¿La información que aparece de tu negocio en Google Maps es precisa y actualizada?
- ¿Los clientes pueden encontrar fácilmente tu negocio cuando buscan productos o servicios similares en tu ubicación?

🔍 Restaurante cerca de mi ✕



Si tienes problemas para aparecer en los resultados de búsqueda locales, un perfil de empresa de Google podría mejorar tu visibilidad en línea.

Y por último...

Hablemos de las opiniones de tus clientes y los objetivos que tienes para promocionar tu negocio.

¿Alguna vez has oído hablar de algún producto o servicio por recomendación de un amigo?

Es exactamente lo mismo, pero de manera online. Actualmente más del 50% de usuarios antes de consumir un producto o servicio se informan y toman una decisión basándose en las reseñas.

Cuanto más promociones tu negocio, podrás llegar a más personas y que hablen bien de ti a través de las reseñas de Google.

Antes de comenzar con tu estrategia de promoción y buena imagen, debes hacerte estas preguntas:

Las opiniones de tus clientes	Objetivos de promoción
- ¿Mi negocio se beneficia de las reseñas y recomendaciones boca a boca de los clientes?	- ¿Quieres evaluar y medir el rendimiento de tu negocio en términos de tráfico local y conversiones?
- ¿Respondes a todas las reseñas de tus clientes, ya sean positivas o negativas?	
- ¿Tus competidores tienen una mayor cantidad de reseñas positivas en Google?	

Un perfil de empresa de Google te ayudará a consolidar tu reputación a través de las reseñas, atraer a nuevos clientes interesados y alcanzar tus objetivos empresariales, como aumentar el tráfico a tu sitio web, generar más ventas o atraer clientes a tu tienda física.

Recuerda que estas preguntas son solo una guía para ayudarte a evaluar si tu negocio puede beneficiarse de una plataforma de visibilidad local.