

¿Cómo lograr las primeras posiciones en Google gracias a Google Places?

Por Francisco Sanz

¿Por qué usted debe leer este artículo? Responderé esta pregunta con un ejemplo. Realicemos una búsqueda en [Google Argentina](#) utilizando la frase clave: “hotel en buenos aires”. Analicemos el resultado:



Los sitios que se encuentran en la *zona de pago* están pagando actualmente entre \$5 y \$2,5 por cada click (costos estimados), dependiendo no sólo de la zona sino de la posición: cuanto más arriba, más se debe pagar.

A los sitios web que figuran en la zona de *Resultados de Búsqueda Orgánicos* les ha costado mucho trabajo y una gran cantidad de tiempo el figurar en tan privilegiada posición.

Con todo el esfuerzo, el tiempo y el dinero que dichos sitios están invirtiendo y han invertido para figurar en las ya mencionadas posiciones... ¿No cree que es **MARAVILLOSO** que por estar presente en Google Places, en **forma gratuita** y en **no más de 15 minutos**, usted figure en las primeras posiciones?

Ahora que conoce el importantísimo beneficio de figurar en **Google Places (GP)**, comience a leer nuestro artículo.

¿Qué es Google Places?

Antes de comenzar a ver en detalle **Google Places (GP)**, explicaré en pocas palabras para qué sirve.

En GP usted podrá dar de alta los datos físicos de su empresa o, si su empresa ya se encuentra presente, podrá reclamar la titularidad de la misma y así actualizar sus datos. Esta información es luego utilizada por Google para publicarla en **Google Maps** y en las diversas páginas de resultados de **búsquedas locales de Google**. ¿Por qué digo “búsquedas locales”? Por el hecho de que Google utiliza la información de GP solamente cuando están asociadas a una ciudad. Para el anterior ejemplo, con la frase clave *hotel en buenos aires*, Google desplegó los resultados de **Google Places** porque la palabra Buenos Aires estaba asociada a la frase, caso contrario no figurarían más que los resultados orgánicos y/o las zonas de pago.

Si desea conocer más características de GP, vea el siguiente video:

¿Funciona para todas las frases claves?

Dependiendo de la cantidad de empresas que haya en GP o del **volumen de búsquedas mensuales** que tenga dicha frase, **Google** podrá o no publicar los resultados de GP en su página de resultados.

La forma de analizar esto es simplemente utilizando **Google**. Pruebe buscar con sus frases claves, luego realice variaciones empleando sinónimos y vea los resultados. Recuerde siempre de asociar su ciudad a las búsquedas, caso contrario GP carecerá totalmente de relevancia en los resultados.

Si no logra visualizar los resultados de búsqueda de GP con ninguna frase y/o sinónimo, no se preocupe. Simplemente ingrese su empresa y deje pasar el tiempo. Aliente a sus colegas a figurar, cuantas más empresas con similar frase clave haya ingresadas en GP, mayores son las chances para que **Google Argentina** tome como primeros resultados los de GP.

Por lo tanto, no pierda tiempo e ingrese su empresa.

Pasos para dar de alta su empresa en Google Places (GP)

Antes de ver en detalle cómo lograr las primeras posiciones en las búsquedas locales en Google, daremos el paso más importante: **DAR DE ALTA SU EMPRESA**. Luego optimizaremos sus datos para lograr las primeras posiciones.

A continuación detallaré paso a paso cómo debe ingresar su empresa en GP:

1.1 – Ingresar a GP

Para ingresar a GP se necesita una Cuenta de Google (Google Account). Si no dispone de una puede hacer click en “Regístrate ahora >>” y seguir los pasos detallados a continuación.



Si no posee una Cuenta de Google puede crear una en el siguiente link: [Crear una Cuenta de Google](#)

Si ya posee una Cuenta de Google, comience a dar de alta su empresa: [Google Places](#)

1.2 – Alta de empresa

Una vez dentro de GP deberá realizar un click en el botón “Añadir una nuevo negocio”.



1.3 – Analizar posible existencia

GP necesita conocer si su empresa ya se encuentra registrada para no tener así empresas duplicadas. Para esto, deberá ingresar el número de su empresa con el siguiente formato para Argentina: *código de área con el cero + número separado cada cuatro dígitos con un guión*. Para el caso de Bariloche por ejemplo: 02944 4292-04

Si no dispone de un teléfono fijo podrá ingresar su celular con el siguiente formato para Argentina: *código de área con el cero + el número de celular separado cada cuatro dígitos por un guión*. Por ejemplo para Bariloche: 02944 1555-5555



1.4 – Completar la ficha de su empresa

Si su empresa no se encuentra ya ingresada (el 99% de los casos para Argentina), es el momento de completar sus datos. Caso contrario: lea cómo optimizar su empresa para lograr las primeras posiciones y actualice sus datos.



Empresa/organización

En este campo usted debe ingresar el nombre real de su empresa. Como ya lo veremos en la siguiente sección, Google le otorga mucha importancia a este campo a la hora de medir qué sitio irá primero en la página de resultados de GP.

Dirección postal

Aquí se debe ingresar la *calle* y la *altura* física donde se encuentra su negocio. Si el nombre de la calle es complejo, le recomiendo que use [Google Maps](#) para así ver cómo Google la tiene indexada en su sistema. Le ahorrará mucho tiempo y dolores de cabeza.

Código Postal

Se debe ingresar el código postal completos. Por ejemplo, para la zona Centro de Bariloche, el código postal correcto es R8400AHJ y no 8400. Puede buscar el código completo de su dirección en la página del [Correo Argentino](#).

Teléfono principal

Si bien ya lo ha ingresado para comprobar la presencia o no de su empresa en GP, usted cuenta con la posibilidad de ingresar más teléfonos haciendo click en el link: “Agregar más números de teléfono”.

Dirección de email

En este campo no es obligatorio ingresar el email de su Google Account. Puede ingresar el email de su empresa o inclusive hasta un email de Hotmail. Este campo no es obligatorio, por lo que solamente le sugiero completarlo en el caso que quiera recibir emails. Si busca potenciar su sitio web, no complete este campo.

Sitio web

Si su empresa no cuenta con un sitio web tiene la posibilidad de tildar el checkbox “No tengo un sitio web.”. Caso contrario ingrese el mismo con el “http://www” inclusive.

Descripción

Actualmente GP permite hasta un máximo de 200 caracteres, por lo que cuando escriba sobre su empresa intente ser eficiente y específico. Describa su negocio utilizando las frases claves que más se identifican con sus servicios o productos. Intente relacionarlas con el siguiente campo que analizaremos: las Categorías. Este es otro campo que cuenta con peso a la hora de ranquear en GP.

Categorías

Actualmente se pueden elegir hasta 5 categorías para su negocio. Le recomiendo que complete las cinco, ya que cada una de ellas potenciará aún más su empresa online. Este es otro factor que tiene peso a la hora de figurar en los primeros lugares de Google. ¡Aprovéchelo!

Áreas de servicio y parámetros de ubicación – Horario de apertura – Opciones de pago

Complete estos campos con los datos que considere necesarios. Actualmente, no se consideran factores importantes a la hora de posicionar su empresa en las primeras posiciones.

Fotografías

Intente cargar como primera imagen su logo o la fachada de su empresa. Si su empresa es un comercio a la calle, es sumamente importante que muestre su fachada lo más profesional posible. En FJ siempre recomendamos contratar los servicios de un Fotógrafo Profesional, ya que éste le otorgará la seriedad que su empresa necesita. ¡Recuerde que en internet, a las personas se les llega por los ojos! Por lo tanto, no muestre imágenes de mala calidad, porque eso es lo que le transmitirá a sus visitantes. Sea profesional en todo, principalmente en los pequeños detalles.

1.5 – Verificación

Una vez completados todos los datos de su empresa, se debe proceder a la verificación de la titularidad de los mismos. Para ésto, GP nos ofrece tres posibilidades:



Por teléfono

Ni bien confirmamos que la verificación la realizaremos por teléfono, casi en forma instantánea el mismo comenzará a sonar. Se nos indicará el PIN dos veces y luego se cortará la comunicación, por lo que esté preparado para tomar nota.

Por SMS

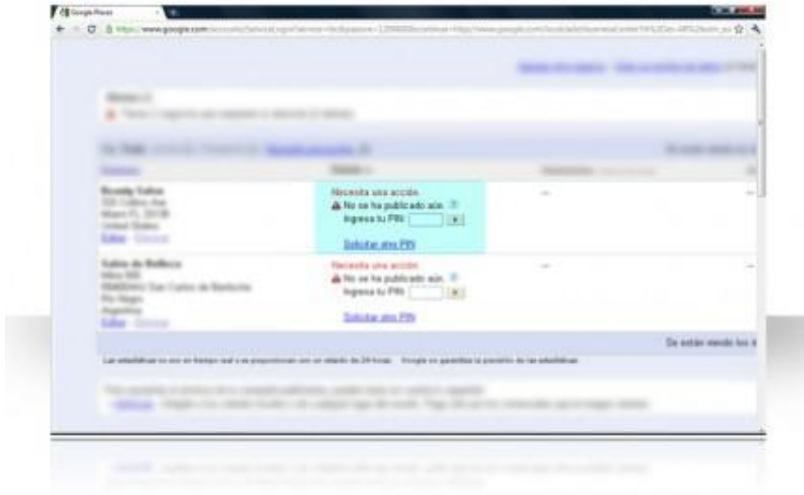
A los pocos minutos de haber confirmado esta opción nos llegará un SMS al celular con el número de PIN. Este proceso puede demorar más de cinco minutos.

Por postal

Esta opción es la menos utilizada ya que posee una gran demora. A las 4 o 5 semanas llegará una carta a su empresa dentro de un sobre de Google, con el PIN necesario para la activación del servicio.

1.6 – Ingreso del PIN

Independientemente de la forma utilizada y ya con el PIN en mano (un número de 5 dígitos), llegó el momento de ingresarlo en GP para finalizar con el proceso de alta:



Una vez ingresado el mismo se debe hacer click en el botón “Ir” y si ha ingresado el número correctamente ya tendrá a su empresa en GP. ¡Felicitaciones!

Si desea ampliar aún más la información vea el siguiente Webinar en inglés (subtitulado en castellano) realizado por GP: [Google Places How To Webinar](#) (41:49 minutos de duración)

¿Cómo hago para figurar en las primeras posiciones de resultados de Google Places (GP)?

Una vez dada de alta y verificada su empresa, deberá aguardar unas horas para que la misma comience a figurar en Google Maps. Para alcanzar la primera posición se deben tener en cuenta ciertos factores. Ya ha hecho lo principal: ¡Figurar!

A continuación les detallaré los factores más importantes para figurar en la primera posición de **Google Places**:

Dirección física con respecto al Centro de su ciudad

En los inicios de GP, éste era el factor más importante. Por el mismo se entiende qué tan cerca está la dirección física de su empresa con respecto al Centro que Google ha configurado para su ciudad. Puede o no corresponder con el centro comercial de la misma. Para verificar el Centro que Google configuró para su ciudad, diríjase a [Google Maps](#) y simplemente escriba el nombre de su ciudad. Será inmediatamente re-direccionado al mismísimo centro.

¿Actualmente, es el factor más importante? Algunos expertos consideran que sí, otros que no influye demasiado. Nosotros hemos ido más allá para despejar posibles dudas y hemos decidido realizar un experimento en [Google Maps Argentina](#). Lo que hicimos fue hace 6 semanas dar de alta nuestro viejo sitio web (www.fjwebsites.com) en el centro mismo de San Carlos de Bariloche para analizar si eso incidía en los resultados: [Ver resultados online](#)

¿Cuál fue el resultado obtenido? Alcanzamos a las 3 semanas la primera posición en

Google tanto con la frase “diseño web bariloche” como con “diseño web en bariloche”:



Luego de esta experiencia, consideramos que actualmente es un factor sumamente importante hasta tanto Google no realice una modificación en el algoritmo de búsqueda. ¿Por qué? Porque esto originó una “falsificación” de datos por parte de dueños de empresas y colegas (el experimento que hemos realizado con FJ Websites es un claro reflejo del mismo). Si el estar cerca del Centro de la ciudad es uno de los factores más importantes, entonces ingreso mi dirección en el centro mismo que Google configuró para mi ciudad y soy el primero: ¡A mi no me interesa que las personas vean mi dirección, sino que éstas hagan click en mi página web!

Categorías

Las categorías son sumamente importantes para alcanzar los primeros puestos en **Google**, por lo tanto dicha selección no debe tomarse a la ligera.

Seleccione aquellas que más se asemejan con sus productos o servicios, no se apure, tómese el tiempo necesario. Realice búsquedas dentro de **Google Maps** o Google para analizar qué sitios están figurando actualmente. En las primeras posiciones. ¡Investigue!

Google está otorgándole cada vez más importancia a la selección que usted hace de ellas. ¡A tenerlo en cuenta!

Frases claves en la Descripción

Las frases claves importantes para su negocio **DEBEN** estar presentes en la descripción de su empresa. Usted cuenta con 200 caracteres, aprovéchoslos sin incurrir en una penalización. ¿Qué intento transmitirle con ésto? Que no sobrecargue dicha descripción con frases claves, ni tampoco repita todas las Categorías que ha seleccionado ya que Google podría penalizarlo.

Utilice su imaginación para mencionar muy sutilmente sus frases claves más importantes para su sitio, así como también las categorías que ha seleccionado previamente.

Frases claves en el título de su empresa

Si bien Google recomienda no alterar este campo, usted al ingresar su frase clave principal dentro del título o nombre de su empresa, estará potenciando así sus chances de figurar en las primas posiciones. Al mismo tiempo estará ayudando a sus [Clientes Ideales](#) a encontrar lo que buscan más fácilmente.

¿Qué quiero decir con esto? Si por ejemplo su empresa es un Spa en Mendoza llamado Spa Relax, yo le sugeriría que no ingrese “Spa Relax” como nombre de su negocio, sino que lo cambie por: “Relax – Spa en Mendoza” o “Relax Spa en Mendoza”.

Realizando esta pequeña modificación en su nombre, usted tendrá mayor peso en Google cuando alguien busque un *Spa en Mendoza*, a la vez que le facilitará la lectura/búsqueda a sus potenciales visitantes, ya que ellos sabrán que usted es un Spa, que está en la ciudad de Mendoza.

Nota importante: no fuerce su nombre, simplemente haga cambios sutiles para facilitarle la búsqueda a las personas. Mientras usted optimice su ficha de empresa pensando en sus clientes no tendrá problemas. Si abusa o fuerza demasiado las cosas, Google irrumpirá para penalizarlo.

Asociar fotos con su perfil

Factor discutido entre los expertos, se considera que ayuda a lograr una mejor posición si carga la máxima cantidad permitida (10), a la vez que colabora en brindarle más información al visitante que ingresa a la ficha de su empresa. Utilícelo como un medio para mostrar sus productos o servicios, su logotipo, una foto de su oficina o fachada.

Tómese el trabajo de cargar 10 fotos, hemos comprobado que cargando el máximo permitido (10 imágenes) contribuye a mejorar el ranking.

A grandes rasgos, estos son los factores que más influyen a la hora de posicionar en **Google Places (GP)**.

¿Hay más?

Si, no tan importantes como éstos, pero hay. Optimice la ficha de su empresa para estos factores y ante cualquier duda escribanos en [Facebook](#) o en [Blog Marketing por Internet](#).

¿Estos factores funcionarán siempre?

No, Google está constantemente cambiando, mutando, adaptándose y evolucionando, por lo que en FJ trabajamos día a día en seguirle el paso para que su empresa no quede relegada al pasado.

CASO DE ÉXITO – Capel Travel

De todos nuestros clientes hemos tomado como Caso de Éxito a esta [Agencia de Viajes en Bariloche](#) ya que fue al primer cliente al que le sugerimos realizar estos pasos.



Por aquella época (mediados de 2009) nos encontrábamos en plena fase de [diseño web](#). Mientras desarrollábamos su sitio, le recomendamos a Natalia Diaz (propietaria de la Agencia) realizar los pasos para dar de alta su empresa en **Google Places**. Al cabo de unas semanas de haberlo realizado... ¡CONSULTAS! Le estaban llegando consultas de visitantes que debido a que figuraba primera en las búsquedas, ingresaban a su sitio web en construcción y le enviaban consultas a través de su email, ya que no había otra forma disponible.

¡No poseían el sitio web online y ya estaban recibiendo consultas!

Conclusión final

Lo invitamos a que se tome los 15 minutos necesarios y dé de alta su empresa teniendo en cuenta todos los factores que influyen en los resultados. Una vez realizado este proceso, comparta con todos nosotros su experiencia en nuestro Blog o [Facebook](#).

Autor:

Francisco Sanz
Fundador de FJ Solutions