

¡HOLA GOOGLE!

Cómo empezar a posicionar de forma local,
desde el primer momento
y sin necesidad de tener una web



Guía Rápida para usar Google my Business

VANESA *Ramos*
Humanizing TECHNOLOGIES

vanesaramos.com



¡HOLA!

Bienvenido y gracias por descargar esta guía. La he escrito pensando en ti y en tu negocio. Da igual si es un negocio físico o un negocio online. Es necesario estar en Google y Google My Business es la forma más fácil de empezar a posicionar localmente.

Antes de empezar... ¡Déjame presentarme!

Soy Vanesa Ramos y me apasiona la tecnología.

Hoy en día, disponemos de muchas herramientas que ayudan a hacer que los proyectos crezcan. Sin embargo, muchas personas por miedo o por dificultad a la hora de emplear estas herramientas, no las emplean.

Quiero conseguir que empresas, grandes, pequeñas, profesionales independientes o personas en general vean la tecnología como una amiga y no una enemiga.

Dominando la tecnología, tenemos la oportunidad de hacer grande todo aquello en lo que nos embarquemos.

Si quieres saber por qué y cómo he llegado hasta aquí, no tienes más que ir a la sección [sobre mí](#) de mi web.

¡TE ESPERO!

Contenido

Introducción	2
¿Qué es Google My Business?.....	3
¿Por qué es importante estar dado de alta en Google My Business?.....	3
¡Empezamos!	5
¿No tienes cuenta de Google? Sigue estos pasos	5
Verifica tu empresa	10
Completa tu ficha	13
Edita tu ficha	13
¿Ofreces servicios? Este debería ser el aspecto de tu dirección.	15
Sube fotos y vídeos	15
Empresa no verificada	17
Empresa verificada	18
Publicaciones	18
Analíticas.....	20
Estadísticas.....	20
Reseñas.....	22
Obteniendo nuevas reseñas	22
Responder a reseñas	22
Y si es negativa.....	23
Cómo se ve la ficha en Google	24

Introducción

Como te decía en la presentación, es necesario estar en Google My Business. Y es necesario porque es la forma más rápida y efectiva de estar en Google.

No hace falta que te diga que todo lo buscamos en Google. No en vano, **Google es el buscador que más tasa de uso tiene en España**. Y usamos Google para todo, desde el e-mail, pasando por recordar la web del banco que usamos habitualmente, hasta búsquedas más específicas.

Google no es único, pero es el único.

Existen más buscadores, Bing de Microsoft, DuckDuckGo que es independiente... pero siempre tiramos de Google.

Su rapidez, su fiabilidad a la hora de mostrarnos los resultados... No cabe duda que es el rey de los buscadores.

Tener la información optimizada en Google por tanto es esencial para tu presencia en Internet. Sobre todo si te diriges a un público local. Google piensa cada vez más en local, de ahí que esta herramienta sea fundamental.

Te habrás dado cuenta de que cuando haces una búsqueda de un negocio o servicio suele salir una ficha de Google Maps al lado indicándote además, valoraciones y reseñas de dicho negocio. Google quiere ser útil y esta es su forma de hacerlo: Ofreciéndote información alrededor de ti, de tu ubicación, con fotos e información básica de las empresas que podrían interesarte.

Esta es una guía sencilla para que tú mismo puedas hacer las configuraciones básicas en Google My Business.

Alrededor del 40% de los negocios locales no tienen la información correcta en Google o Google Maps. Esto implica que **hay muchos clientes alrededor que no conocen dichos negocios**. Puedes estar

perdiendo clientes potenciales, sólo por no tener correctamente configurado la herramienta que Google pone a disposición de todos los negocios locales: Google My Business.

¿Qué es Google My Business?

Es una herramienta desconocida para el gran público pero muy útil. En ella darás de alta tu empresa, configurarás un nombre, dirección y teléfono y desde el mismo momento de su creación, tu empresa pasará a mostrarse en el mapa de Google Maps a personas que estén buscando alguno de tus productos o servicios.

Se trata de un panel centralizado donde los negocios podrán dar toda la información necesaria al “ecosistema” de Google. Todo desde un único sitio.

Al mantener la información actualizada en esta plataforma Google ya se encargará de mantenerla actualizada en el resto de sus sistemas: Google Maps, Google +, o los resultados de búsqueda.

Nota: Google Adwords, va a parte. Google Adwords es el sistema de pago que pone Google a nuestra disposición para aparecer en los resultados de una búsqueda. Toda la información de la empresa que se da de alta en Adwords **no está manejada desde My Business.** Esta última es para búsquedas orgánicas (es decir, las que no se pagan).

¿Por qué es importante estar dado de alta en Google My Business?

Hay mucha información relevante que los usuarios pueden querer saber de tu negocio: dónde está ubicado, qué productos y servicios ofreces, cómo contactar y qué opiniones tienen otras personas de tus productos o servicios.

Alrededor del 75% de los compradores están más interesados en visitar un negocio después de encontrar información útil sobre ellos en los resultados de la búsqueda.

Reconócelo... tú también lo haces...

Por esto, cuanto más información des y más actualizada esté tu ficha en Google, más oportunidades para conseguir clientes.

Además, Google My Business es fundamental para el SEO. ¡Poco más que añadir, señorita!

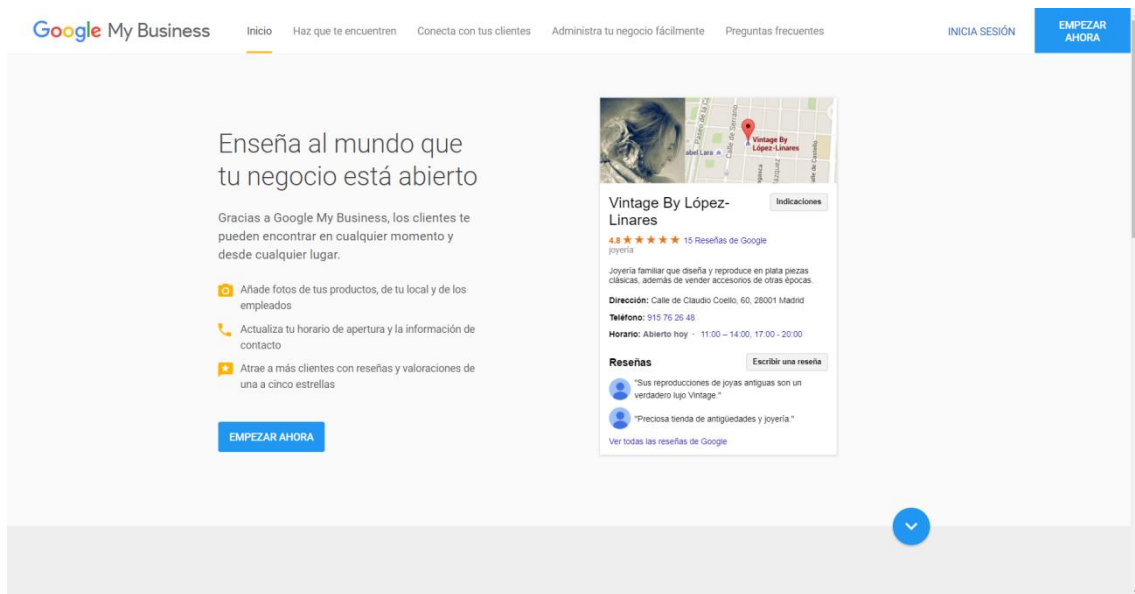
Entonces, ¿qué vas a encontrar en este guía?

Un paso a paso para dar de alta, configurar y optimizar tu información en Google My Business con la idea de que empieces desde ya **(¡incluso sin web!)** a que tus clientes potenciales te encuentren desde cualquier búsqueda realizada por cualquier medio con conexión a internet...

¡Al lío!

¡Empezamos!

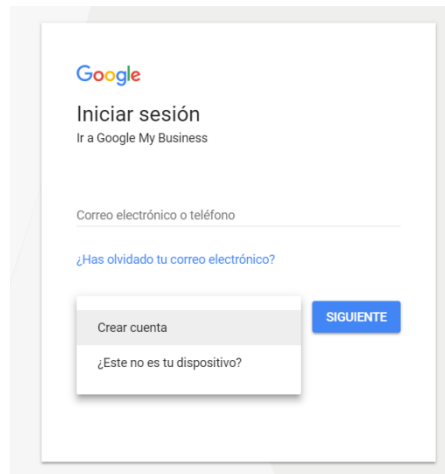
Lo primero es... obvio... acceder a la página.
<https://www.google.es/intl/es/business/>



Puedes acceder con una cuenta de Google e Iniciar sesión, en cuyo caso, harás clic en el botón "Inicia Sesión" o bien, crearla desde cero en "Empezar Ahora"

¿No tienes cuenta de Google? Sigue estos pasos


- 1) Haz clic en Empezar Ahora
- 2) Clic en Crear Cuenta:



3) Rellena toda la información

Crea tu cuenta de Google

Solo necesitas una cuenta
Accede a todos los servicios de Google con una cuenta gratuita.



Tu información siempre disponible
Cambia de dispositivo y continúa desde la última acción que hayas realizado.



Nombre

Tu dirección de correo electrónico

[Quiero una nueva dirección de Gmail](#)

Contraseña

Confirma tu contraseña

Fecha de nacimiento
Día Mes Año

Sexo

Teléfono móvil

Ubicación

[Siguiente paso](#)

4) Verifica tu cuenta: Google hace esto para demostrar que no eres un sistema automatizado y que le creen millones de cuentas falsas o de spammers. Es su sistema de protección.

Verifica tu cuenta

Casi hemos llegado al final. Ya solo falta que **verifiquemos tu cuenta** para que puedas empezar a utilizarla.

Número de teléfono

por ejemplo: 810 12 34 56

- Se pueden aplicar tarifas estándar de mensajes de texto.

¿Cómo quieres que enviemos los códigos?

Mensaje de texto (SMS)

Llamada de voz

Continuar

5) Una vez la hayas verificado, entra en: <https://www.google.es/intl/es/business/> e inicia sesión.

Datos iniciales

Hay una guía paso a paso para guiarte en la introducción de los datos básicos de tu empresa:

¿Cómo se llama tu empresa?

Nombre de la empresa



Si continúas, aceptas las siguientes [condiciones de servicio](#).

SIGUIENTE

← ¿Dónde está tu empresa?

Pais o región
España

Dirección postal

Código postal

Ciudad
Introduce el nombre completo de la ciudad

Provincia
Seleccionar

Entrego productos y ofrezco servicios a mis clientes. [Más información](#)

SIGUIENTE

Atención al check que es más importante de lo que parece.

Google sabe (normal) que no todas las empresas tienen un local físico. Puede que ofrezcas servicios online o que atiendas a empresas y clientes en sus locales. En este caso hay que dejar desmarcado el check. Si eres una empresa con local FÍSICO, lo marcas.

Si no te has aclarado con esto no te preocupes ya que más adelante lo podrás cambiar. Déjalo así.

Siguiente paso: A qué se dedica tu empresa. Es importante determinarlo correctamente ya que si soy por ejemplo, un centro de formación NO apareceré en las búsquedas que hagan sobre “diseñadores gráficos” pero sí en las de “cursos de diseño”.

← ¿A qué se dedica tu empresa?

Selecciona la categoría que mejor represente a tu empresa para atraer a los clientes que busquen negocios como el tuyo en tu zona. [Más información](#)

Categoría empresarial


Centro de formación

- Formación en emergencias
- Centro de formación
- Centro de formación profesional
- Centros de formación para obtener el carné de conducir
- Escuela de formación para emergencias
- Panel de información de llegadas
- Panel de información de salidas
- Zona de formación de conductores
- Centro de información turística
- Instituto de formación en aviación
- Facultad de Medios y Ciencias de la Información
- Reformas de cocinas
- Explotación acuícola

Teléfono y web:

← Establecer conexiones (opcional)

Proporciona información actualizada para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo y conocer mejor tu empresa.

  Número de teléfono

 Sitio web

SIGUIENTE

Y por último verás un montón de checks. Esto sirve para confirmar que tienes autorización para ver todo lo que ocurre con esa ficha de empresa.

← Verificar tu conexión con esta empresa

Queremos confirmar que tienes autorización para administrar esta ficha de empresa. Una vez que verifiquemos la cuenta, podrás sacarle el máximo partido a tu ficha en Google.

- ✓ Haz que encuentren tu empresa en la Búsqueda de Google y Maps
- ✓ Responde a las reseñas de tus clientes
- ✓ Crea publicaciones promocionales y sube fotos
- ✓ Realiza un seguimiento de las analíticas de tu empresa

CONTINUAR

Cuando estés dando de alta toda esta información, asegúrate que está actualizada y es correcta. Si tienes web, debe ser la misma que la de tu web. Esto implica que si la calle en la que está tu empresa lleva acento y en la web lo tienes sin acento... o modificas la web o quitas el acento (¡acentúa siempre por favor!)

Esto hace que Google te reconozca y confíe en ti a través de la web. Es crítico para tu presencia online.

Verifica tu empresa

Elegir un método de verificación

Selecciona qué método quieres usar para recibir códigos de verificación. [Más información](#)

- Tarjeta por correo postal**
Recibir una tarjeta con el código en esta dirección

Persona de contacto

CORREO

Cursos Vanesa Ramos

- Probar con otro método**
Más opciones de verificación

Necesitas verificar la información que le das a Google antes de que él haga el enorme favor de hacerte visible en las búsquedas locales ;-)

Puedes elegir o bien recibir una postal con un código o, si seleccionas “Probar con otro método” puedes elegir que te envíen el código a través del móvil o vía mail.

Si has introducido el móvil, lo más rápido, es que elijas esa opción. Sólo haz clic en “Llámame ahora” y en unos segundos Google te llamará. Si esto no ocurre, como digo, siempre tienes la opción de o bien pedirle que te llame de nuevo o bien intentar el método de la postal. Por experiencia, te diré que es mejor que te llame. Puede ocurrir que la postal se pierda o que, como ha ocurrido recientemente, te olvides de que ha llegado y no avises a la persona que administra la página de Google My Business perdiendo tiempo, ya que el código tiene una caducidad de 30 días.

Todo ese tiempo que pierdes en verificar tu negocio son clientes perdidos.

Si aún así eliges este método, verás un botón en la parte superior izquierda de la pantalla donde podrás solicitar dicha postal.

La tarjeta está en camino

Recibirás una tarjeta con tu código de verificación y las instrucciones en **13 días**.



Cursos Vanesa Ramos

Personaliza tu ficha añadiendo fotos, un logotipo y el horario de apertura. Estas modificaciones se mostrarán en Google una vez que hayas realizado la verificación.

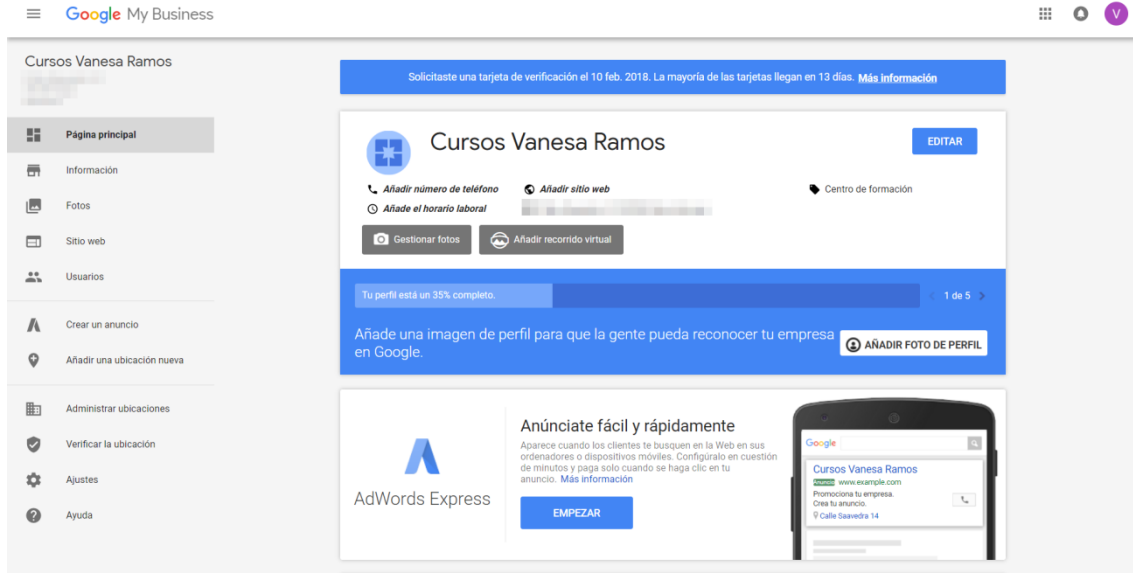
[PERSONALIZAR FICHA](#)

A partir de este punto pasarás a personalizar tu ficha.

Nota: Ahora Google da la opción de crear una página Web directamente a través de Google My Business. Si no quieres tener web, puede ser una buena opción pero como no es el objeto de esta guía y se puede hacer más adelante, haz clic en “No” y pasa al siguiente punto.

Google que es muy majo, te pide en la siguiente pantalla si quieres recibir información que mejore tu presencia, tanto si eliges sí como si eliges no, el siguiente punto es completar tu información.

Completa tu ficha

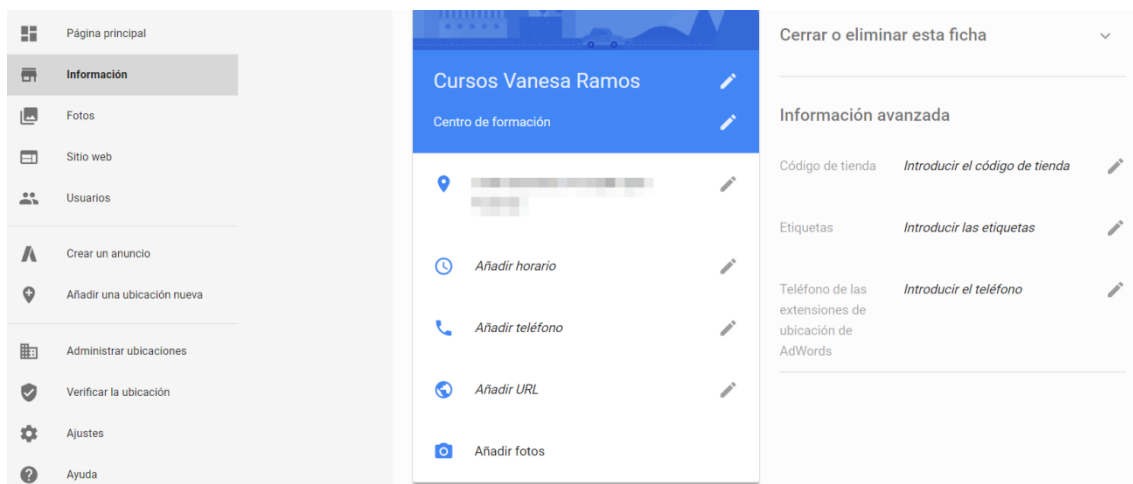


Este es el aspecto de tu ficha recién creada. La información básica ya se la has dado pero como ves, arrancas con un 35% de datos completos.

Hay que empezar a rellenar información.

Edita tu ficha

Desde el botón “Editar” nos lleva al menú de Información desde donde además de cambiar los datos básicos del negocio, podemos indicar:



- Horario: Es altamente recomendable añadir el horario en la ficha. De Esta forma en los resultados de la búsqueda Google mostrará esta información. Recuerda que cuanto más información mejor para tu posible cliente y para tu negocio.
- Teléfono
- Url de la Web
- Fotos: Lo veremos en el siguiente apartado
- Eliminar la ficha: Puedes o bien marcarla como cerrada o directamente eliminar la ficha de negocio.
- Información Avanzada: La información avanzada permite informar de etiquetas y extensiones de teléfono para Google Adwords. Las etiquetas van enfocadas a empresas que gestionen muchas ubicaciones. Las extensiones de Google Adwords son para informar campos específicos en los anuncios de Google. Te dejo aquí la explicación de ambos cambios [según Google](#)

Ten en cuenta que hay cambios que pueden tardar hasta tres días en llevarse a cabo ya que Google comprueba la veracidad de dicho cambio.

Es importante que te asegures de que toda la información que proporcionas es correcta y consistente con la información de tu negocio que haya en la web. Recuerda que los signos de puntuación, las abreviaturas o los acentos, también influyen en Google.

¿Ofreces servicios? Este debería ser el aspecto de tu dirección.

Dirección

Proporcionar una dirección precisa de tu empresa es importante para que tu negocio se muestre en la ubicación correcta en Google.

Ciudad

Palma de Mallorca

Provincia

Islas Baleares



Entrego productos y ofrezco servicios en la ubicación de mis clientes: [Información importante](#)

Sí No

Mi empresa ofrece bienes y servicios a clientes de esta área:

España x

Región, ciudad o código postal [AÑADIR](#)

A 0 km de mi empresa

También atiendo a los clientes en la dirección de mi empresa (la dirección no se mostrará de forma pública si esta casilla no está marcada).

CANCELAR [APLICAR](#)

En este ejemplo, el dueño del negocio indica que tiene su sede en Palma de Mallorca pero ofrece servicios en la ubicación de sus clientes. Fíjate en la información de la última casilla: la dirección no se mostrará de forma pública si la casilla no está marcada.

En este caso, puedes indicar una región, ciudad, código postal o Km. A la redonda desde la ubicación de tu empresa donde ofreces tu servicios.

Google no mostrará la sede física de la empresa si no que mostrará un área.

Sube fotos y vídeos

Google te permite (y te anima) a que subas fotos y vídeos de tu empresa. Google sugiere añadir al menos tres fotos de cada categoría.

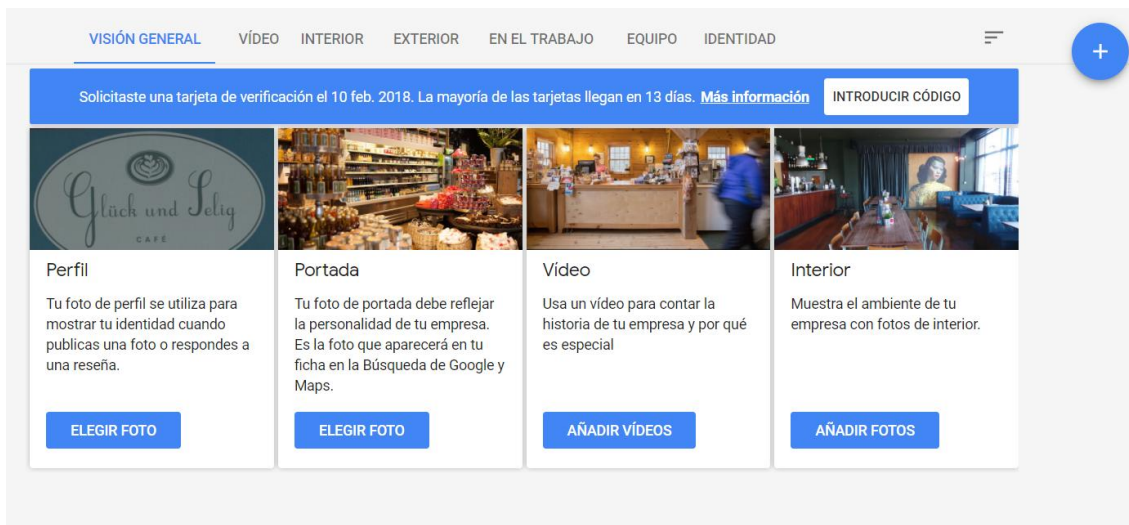


Foto de Perfil o Identidad: Esta foto tiene que ayudar a que la gente te reconozca en Google. Deberá corresponderse, por tanto, con el logo o la imagen de tu negocio. Las dimensiones para esta foto son: 250 x 250 píxeles.

Portada: Es la foto que se muestra en tu página de empresa de Google +. Como con la foto de perfil, debe ser algo que indique la personalidad de tu negocio y ayude a clientes potenciales a que te identifiquen y reconozcan. Puede ser una foto del exterior de tu negocio o una foto de cabecera similar a la que puedes usar en otras redes sociales, si vendes servicios. Las dimensiones de esta foto son de 2120 x 1192 píxeles.

Vídeo: Google sugiere que subas un vídeo contando la historia de tu empresa y por qué eres especial, vamos, que le pongas cara y cuerpo a tu empresa.

Interior: Si posees un local físico, puedes enseñarles a tus clientes cómo es el interior de tu local.

Exterior: Ayuda a los clientes a reconocer tu negocio.

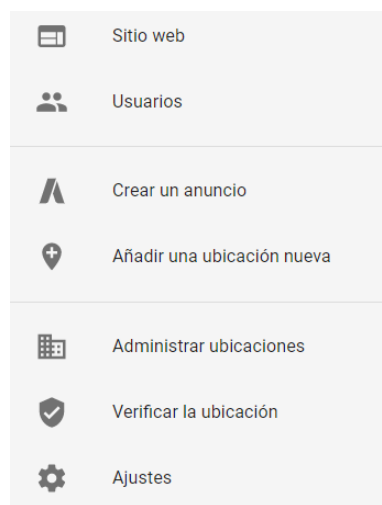
En el trabajo: Aquí puedes mostrar los servicios o productos que ofreces.

Equipo: Fotos de la gente que trabaja contigo. Obviamente, deben haber consentido previamente salir en dichas fotos y que se suban a Google.

Recuerda: Completar tu perfil incluyendo fotos según lo que te sugiere Google puede hacer que tu negocio aparezca en los resultados de búsqueda de productos y servicios y da al usuario información acerca de cómo es trabajar contigo o ir a visitarte. Esto puede ser un factor determinante para que una persona pueda querer ir a tu negocio y no a otro.

Empresa no verificada

Mientras tu empresa no esté verificada, este será el menú que vas a ver:



Te lo describo brevemente a continuación:

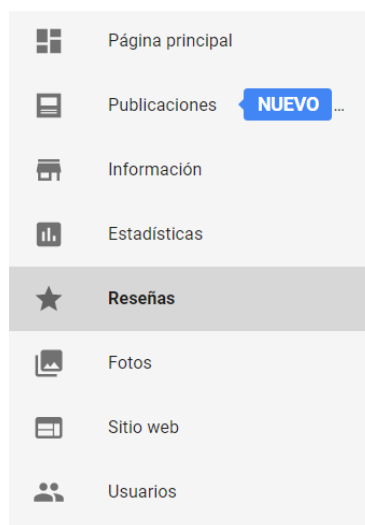
- **Sitio Web:** Desde hace poco, Google permite crear un Sitio Web directamente en la página de tu negocio. Personalmente, prefiero la opción de un sitio independiente ya que como sabes, es mucho más controlable y permite realizar cambios de una forma más sencilla. Si no tienes sitio Web, puedes crearlo para probar a ver qué tal va (y si me lo cuentas en mi página, será genial conocer tu opinión).
- **Usuarios:** Administras los usuarios que pueden ver y modificar tu página.
- **Crear un Anuncio:** Creas directamente una cuenta en Google Adwords y un anuncio.
- **Añadir una ubicación nueva:** Si abres otro local pero es la misma empresa, es aquí donde debes incluir la nueva ubicación.

También es el sitio a utilizar si manejas más de una cuenta de Google My Business.

- **Administrar ubicaciones:** Muestra una pantalla con todas las ubicaciones que tienes de las diferentes empresas que puedas estar administrando. Va enfocado a personas o empresas que manejen más de una entidad (no relacionadas).
- **Ajustes:** Indicas qué información quieres recibir por correo electrónico. Si quieres que se te informe cuando alguien indique una reseña de tu negocio, cuando se suba alguna foto, etc.

Empresa verificada


Si la empresa está verificada, el menú nos ofrece información más avanzada y por tanto más jugosa:



Publicaciones

X Crear publicación [VISTA PREVIA](#) [PUBLICAR](#)

💡 **¿Necesitas ideas?** Consulta algunos ejemplos de publicaciones.


Añade una foto para que tu publicación destaque

Escribe tu publicación ?
100-300 palabras

Convertir esta publicación en un evento

Añadir un botón

Desde hace relativamente poco tiempo, Google permite subir pequeñas publicaciones a modo de “microbloggin” que los usuarios tendrán oportunidad de ver cuando busquen tu empresa o tus servicios.

La idea es que lo uses para informar de eventos, ofertas o noticias.

El mismo sistema te muestra ejemplos de publicaciones:

OFERTA



Publicada: hace 1 día

Para promocionar nuestras últimas novedades, ofrecemos un 10 % de descuento. Ven a descubrir los nuevos colores y diseños de la temporada de verano y obtén un 10 % de descuento en todas tus compras. Puedes echar un vistazo a la colección en nuestro sitio web, pero este descuento solo se aplica a las compras en tienda.

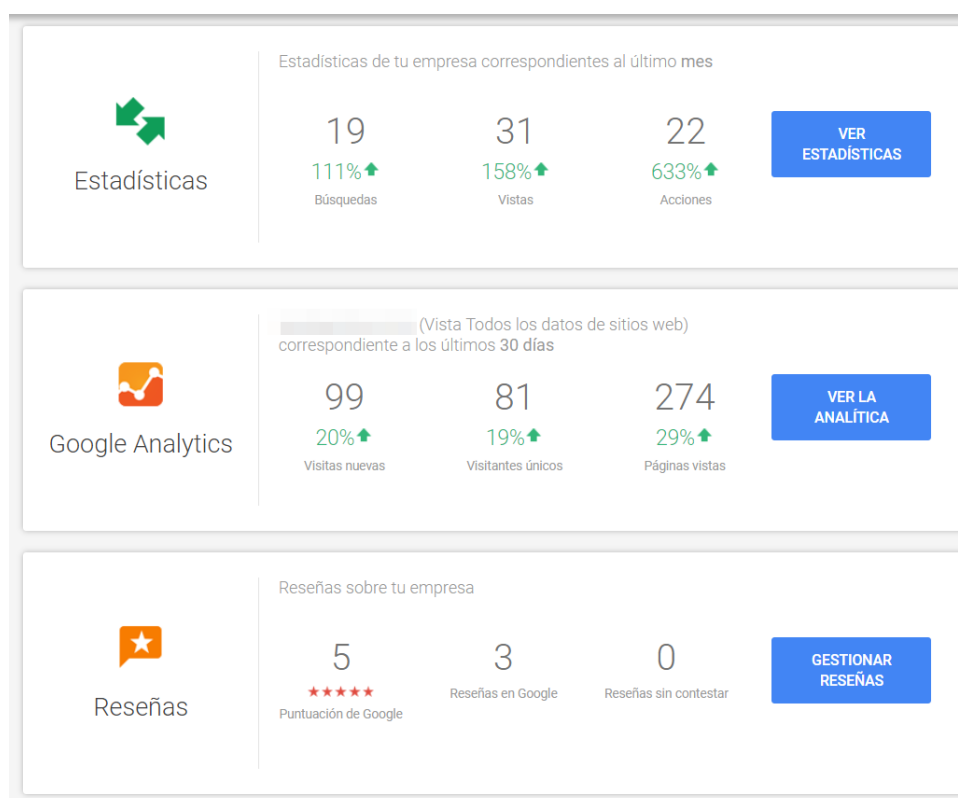
[COMPRAR](#)

De esta forma, desde Google se asegura que siempre haya información actualizada en tu ficha.

Analíticas

Si tienes una página web, asociada a tu cuenta de Google My Business y a su vez, tienes la web dada de alta en Google Analytics, la ficha de Google My Business te ofrece acceso a esta información desde la pantalla principal.

De esta forma, en un vistazo, puedes ver el rendimiento de tu web y de tu presencia online. Pinchando en el botón de “Ver la analítica” el sistema lleva directamente a los informes de [Google Analytics](#).



Estadísticas

Las estadísticas indican datos interesantes sobre cómo de efectiva está siendo tu ficha de Google My Business en el buscador. Esta información va desde cómo buscan tus clientes información sobre tu empresa, si

piden indicaciones para llegar, si realizan acciones (llamadas de teléfono, consultas en tu web...) y si tus fotos son interesantes con respecto a las fotos de la competencia.



De esta forma puedes analizar tu actividad. Según vayas consiguiendo más vistas, llamadas y visitas a la web, más alto estarás en los resultados de la búsqueda local de Google.

Reseñas

Las reseñas son tremendamente importantes para tu negocio. El 97% de los consumidores indican que leen reseñas online sobre los negocios locales y el 90% de ellos indican que las reseñas positivas les han influenciado a la hora de solicitar un servicio o comprar un producto.

Las reseñas se muestran como estrellas en las búsquedas orgánicas que se realizan en Google. Hay dos aspectos a tener en cuenta: Cómo obtener nuevas reseñas positivas y monitorizar y responder a las reseñas negativas.

Obteniendo nuevas reseñas

- Si tienes una web, puedes añadir el icono de Google + en tu página.
- Puedes pedirles a tus clientes que dejen una reseña después de haberte visitado.
- Puedes pedir a tus clientes más fieles que te hagan una reseña a través de la newsletter.
- No tengas miedo a pedir reseñas. Más de un 80% de personas indican que no les molesta añadir esta información si han tenido una experiencia positiva así que da un buen servicio y pide su reseña.

Responder a reseñas

Para hacerlo, tienes que acceder a tu cuenta de Google My Business y en la pestaña de "Reseñas" haces clic en la que quieres responder y se abrirá un apartado para ello.

The screenshot shows a Google review interface. At the top, there is a profile picture and the name 'Vanessa Ramos' with the title 'Dueña de Vanesa Ramos'. Below this is a 5-star rating and a snippet of a review in Spanish. The main part of the interface is a response box with a grey circle icon on the left, the text '(propietario) Ahora', and a blue link 'Tu respuesta'. Below the link is a text input field with a blue underline. At the bottom, there is a warning: 'Ten en cuenta que tu respuesta se mostrará públicamente en Google y que debe cumplir las políticas de contenido locales de Google. Más información'. At the very bottom are two buttons: 'PUBLICAR RESPUESTA' and 'CANCELAR'.

Y si es negativa...

Si ya es importante responder a una reseña positiva ¡cuanto más una negativa!

- **Párate:** Te va a doler. Por lo menos un poco en tu ego, si eres suficientemente responsable... te va a doler. Así que respira y lee con calma la reseña para identificar el problema que hace que el cliente se queje.
- **Responde:** Escribe tu respuesta intentando ser siempre asertivo, comprensivo, sincero y servicial. Olvídate de ponerte a la defensiva y trata siempre de continuar con la conversación... fuera de Google. Deja tu número de teléfono o dirección de correo electrónico para que el usuario pueda contactar contigo y de esta manera, solucionar su problema.

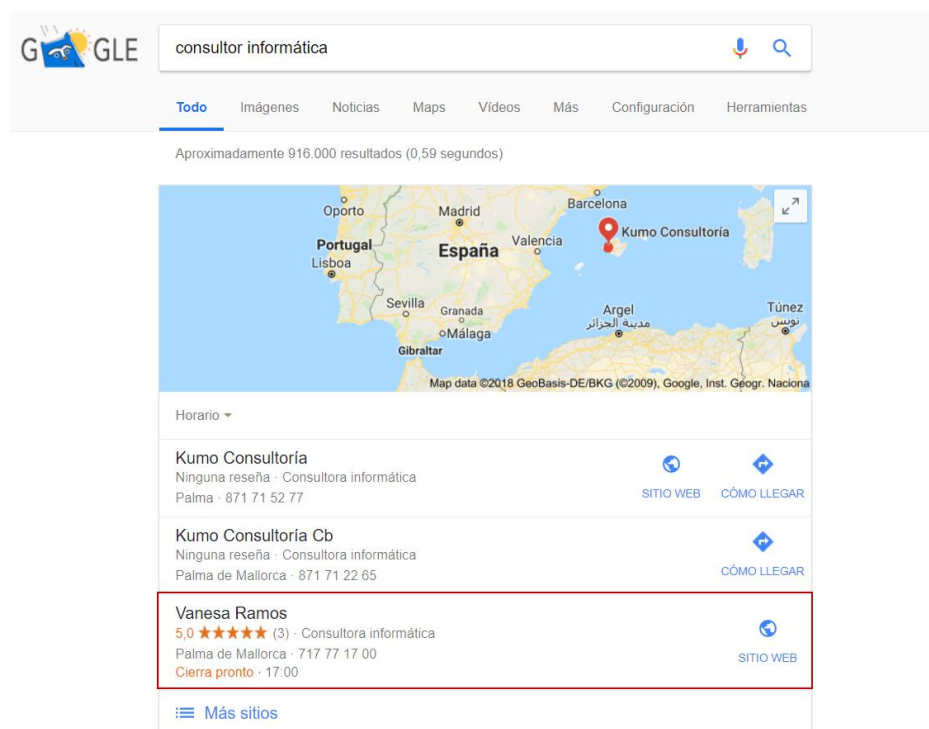
Cómo se ve la ficha en Google

¡Ok! En este punto ya hemos configurado la ficha en Google My Business, ahora, ¿cómo veo qué aparece y dónde? ¡Fácil! ¡Búscate en Google!

Recuerda que si no está apareciendo aún tu ficha es porque los cambios pueden tardar en actualizarse hasta tres días. Y eso, teniendo la empresa verificada.

Para este ejemplo voy a utilizar mi propio negocio. He realizado dos búsquedas en dos pestañas diferentes y **siempre con navegación privada**. Esto es importante porque los resultados son más “puros” que si fuera una búsqueda normal, donde influyen las cookies que tengas en tu sistema. Si obviamos las cookies la búsqueda que te ofrece es más similar a la que verá una persona que no te ha visitado nunca.

Si hago la consulta para “consultor informática” este es el resultado:



Si realizo la búsqueda directamente con el nombre “Vanessa Ramos”, me muestra a la derecha la información de la ficha de Google My Business.

Google vanesa ramos

Todo Imágenes Videos Noticias Maps Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 367.000 resultados (0,41 segundos)

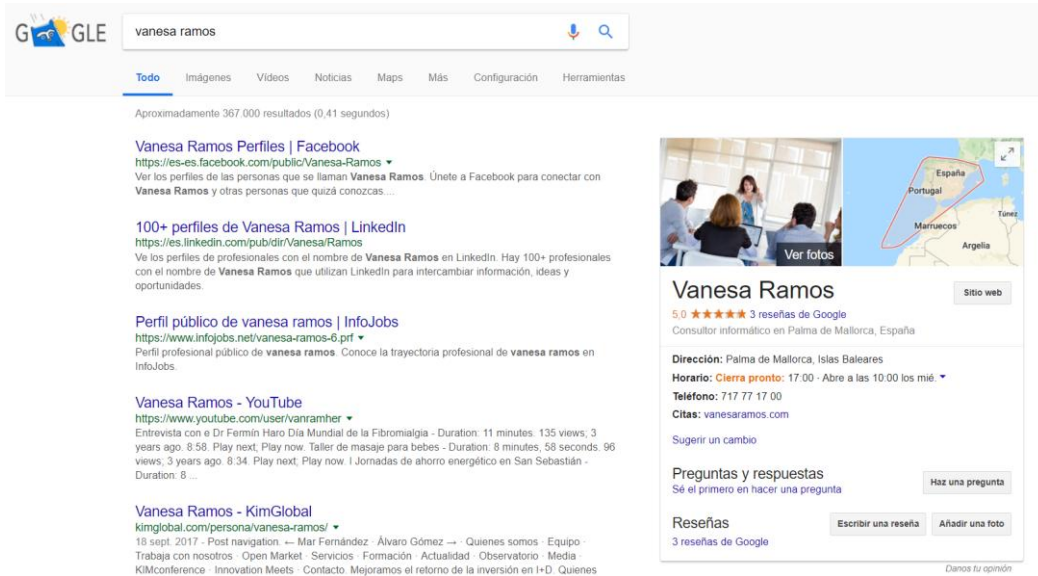
Vanesa Ramos Perfiles | Facebook
<https://es-es.facebook.com/public/Vanesa-Ramos>
Ver los perfiles de las personas que se llaman **Vanesa Ramos**. Únete a Facebook para conectar con **Vanesa Ramos** y otras personas que quizá conozcas...

100+ perfiles de Vanesa Ramos | LinkedIn
<https://es.linkedin.com/pub/dir/Vanesa/Ramos>
Ve los perfiles de profesionales con el nombre de **Vanesa Ramos** en LinkedIn. Hay 100+ profesionales con el nombre de **Vanesa Ramos** que utilizan LinkedIn para intercambiar información, ideas y oportunidades.

Perfil público de vanesa ramos | InfoJobs
<https://www.infojobs.net/vanesa-ramos-6.prf>
Perfil profesional público de **vanesa ramos**. Conoce la trayectoria profesional de **vanesa ramos** en InfoJobs.

Vanesa Ramos - YouTube
<https://www.youtube.com/user/vanramher>
Entrevista con « Dr. Fermín Haro Día Mundial de la Fibromialgia - Duration: 11 minutes, 135 views, 3 years ago. 8:58. Play next, Play now. Taller de masaje para bebés - Duration: 8 minutos, 58 seconds. 96 views, 3 years ago. 8:34. Play next, Play now. | Jornadas de ahorro energético en San Sebastián - Duration: 8 ...

Vanesa Ramos - KimGlobal
kimglobal.com/persona/vanesa-ramos/
18 sept. 2017 · Post navigation. — Mar Fernández · Álvaro Gómez — · Quiénes somos · Equipo · Trabaja con nosotros · Open Market · Servicios · Formación · Actualidad · Observatorio · Media · KIMconference · Innovation Meets · Contacto. Mejoramos el retorno de la inversión en I+D. Quiénes



Vanesa Ramos
5.0 ★★★★★ 3 reseñas de Google
Consultor informático en Palma de Mallorca, España

Dirección: Palma de Mallorca, Islas Baleares
Horario: Cierre pronto: 17:00 - Abre a las 10:00 los mié.
Teléfono: 717 77 17 00
Ciudad: vanesaramos.com
Sugerir un cambio

Preguntas y respuestas
Sé el primero en hacer una pregunta [Haz una pregunta](#)

Reseñas
3 reseñas de Google [Escribir una reseña](#) [Añadir una foto](#)

Danos tu opinión

No está tan mal, ¿verdad?

¡HASTA AQUÍ!

Espero que hayas visto la utilidad de crear una ficha de Google My Business tanto para productos como para servicios.

Una vez tengas actualizada y optimizada la información en la ficha de negocio de Google My Business, tu página puede aparecer en búsquedas locales y de mapas relacionadas con tu empresa o nombre comercial. Es muy importante el manejo de las reseñas ya que pueden ayudar a dar un empujón a aquellas personas que estén pensando en contratar un producto o servicio.

Como hemos visto, las reseñas positivas ayudan a obtener más clientes.

Las publicaciones, hacen que tu ficha se "mantenga viva" en Internet.

Ahora es tu turno. Y en cualquier caso, ya sabes que puedes contactar conmigo para que te eche una mano más allá de esta guía para ayudarte en tu relación con las nuevas tecnologías.

¡GRACIAS!