



Posiciona tu negocio en Google

Konfío Digital Hub

Contenido

01

S.E.O

02

On-site

03

Off-site

04

Google My

Business

Existen temporalidades en las que tu negocio puede crecer de manera exponencial si creas estrategias que te permitan llegar a más clientes. El 14 de Febrero, Buen Fin, Hot Sale, Día de la Madre, son solo algunas de ellas, por eso en Konfío hemos creado una guía que te permitirá aumentar tu exposición en Google con el objetivo de incrementar las ventas de tu negocio aprovechando esta y otras fechas importantes.

Con esta guía podrás obtener los conocimientos que te permitirán dar tus primeros pasos para posicionar tu negocio en Google y dar a conocer tu producto o servicio a nuevos clientes.

Aprenderás desde cómo crear tu cuenta de Google My Business, hasta mejorar la visibilidad de tu sitio en el buscador.



S.E.O. Specialist

Marco Pimentel

Ingeniero En Sistemas
Computacionales con Especialidad
en Creación de Microempresas
con 10 años de experiencia en SEO
trabajando para empresas de diversas
industrias y agencias que van desde la
automotriz, e-commerce y generación
de contenido. Cuenta con dos
certificaciones SEO en Estados Unidos.



01

S.E.O.

**Search Engine
Optimization**

Importancia de Local SEO



18%

de las búsquedas de negocios en mobile terminan en una venta **el mismo día**



50%

de las búsquedas móviles de negocios lo hacen **buscando información** como la **dirección y horarios**



71%

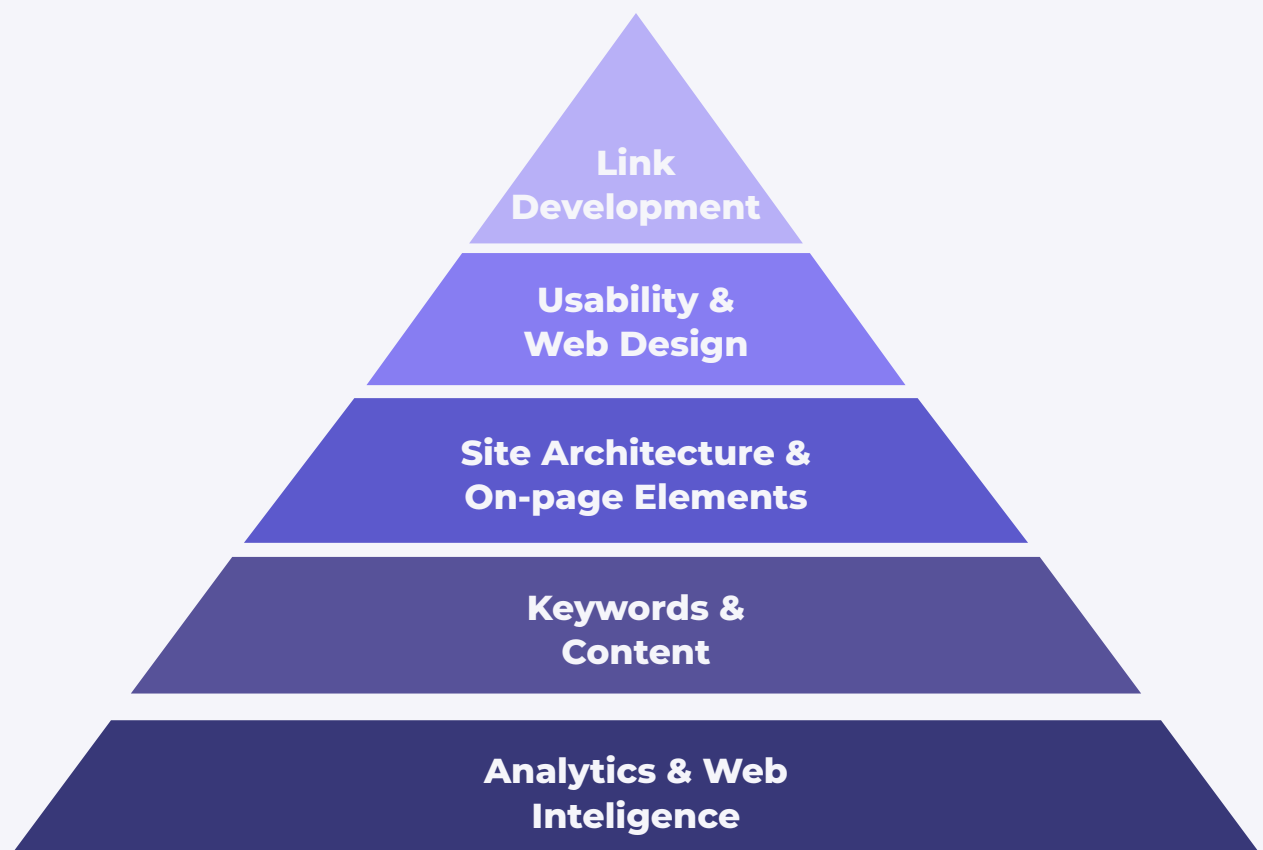
de las personas que hacen búsquedas locales buscan si el negocio que piensan visitar **existe realmente**.

¿Qué es **S.E.O?**

01

Es el proceso de mejora continua que se lleva a cabo en un sitio para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda de forma natural (orgánica).

Google toma más de 200 variables para decidir las posiciones de las hojas de resultados y hace 2 ajustes a su algoritmo al día en promedio.



**Elementos que se deben de contemplar en el
proceso de optimización S.E.O.**

¿Por qué **S.E.O?**

01

- **Awareness** de la marca en buscadores.
- **Atraer tráfico de calidad** optimizando palabras más específicas.
- **Impactar en el ciclo de compra** con información relevante del producto.
- **Mejorar experiencia del usuario** ofreciendo un sitio útil y amigable.
- **Construir Credibilidad y confianza** de la marca y el sitio al aparecer en las búsquedas.
- Es una **estrategia a largo plazo** que puede durar años sin tener que invertir en futuros cambios.

S.E.O. No es un costo, ES UNA INVERSIÓN



Elementos S.E.O.

01

ON-SITE

- Keyword analysis.
- Performance técnico.
- Arquitectura del sitio.
- Urls y meta tags.
- Sitio amigable con dispositivos móviles (Versión AMP de cada página)
- Optimización de cada página individual (código e imágenes)
- **Contenido “Fresco”, relevante y original.**

OFF-SITE

- Antigüedad del dominio.
- Autoridad del dominio.
- Historial del sitio.
- Google My Business.
- Señales de redes sociales.
- Links de otros sitios al propio.



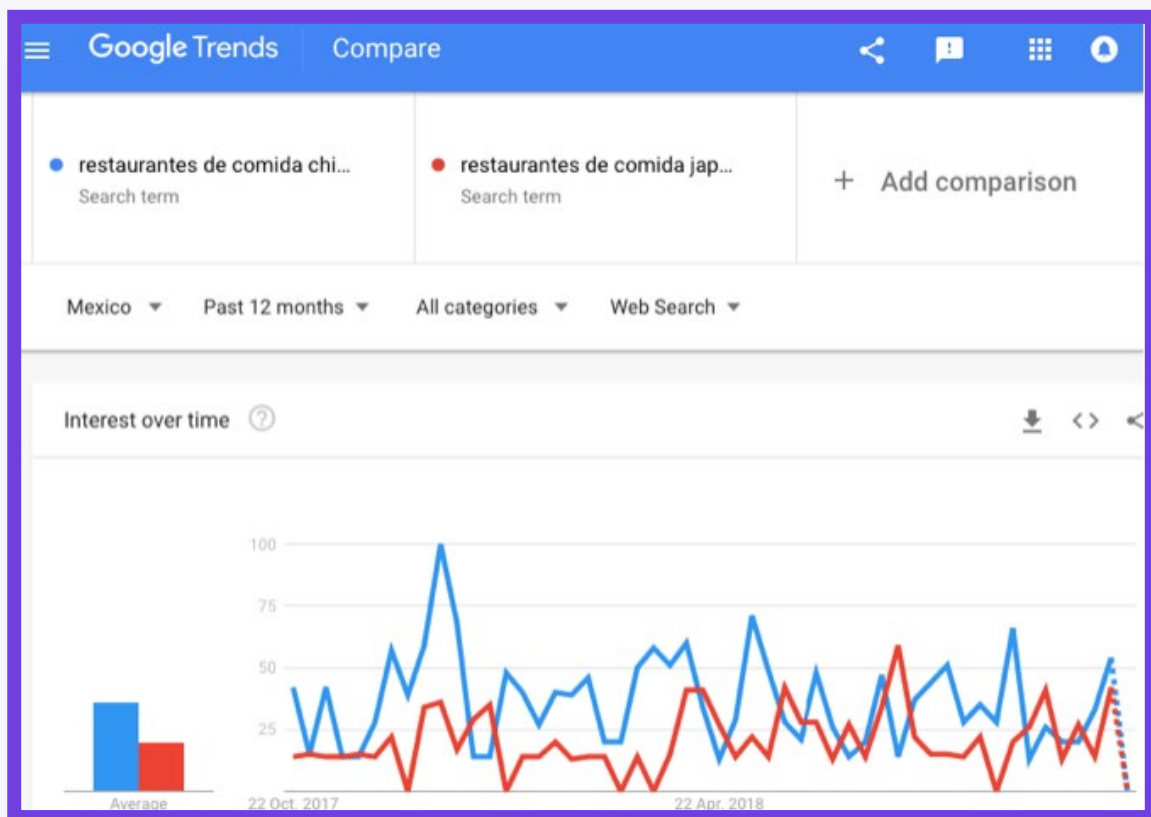
ON-SITE

Keyword analysis

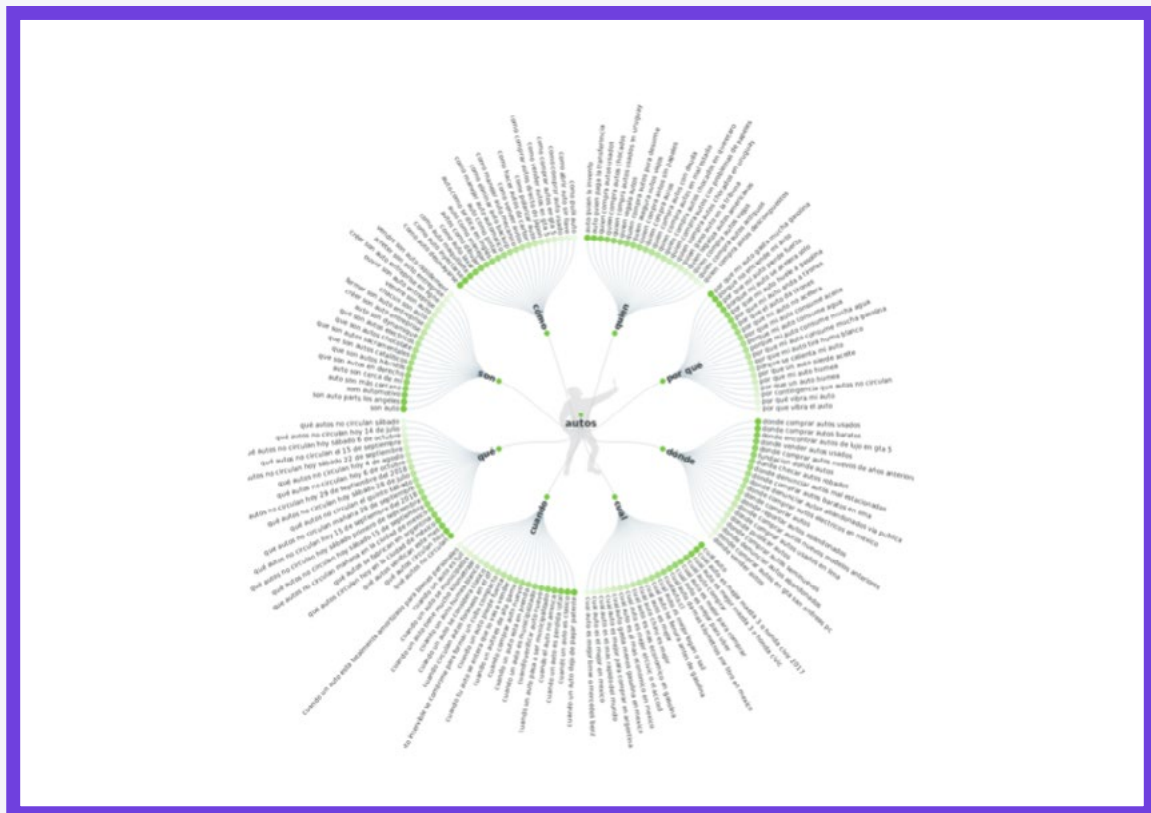
02

Existen diversas herramientas para hacer un análisis de keywords, la idea es entender los hábitos de búsqueda de los usuarios, entender las temporalidades y aplicar dicha información a nuestro sitio para capitalizar las búsquedas en el momento correcto.

- Para saber que tan buscado es una keyword podemos usar **“Google Trends”** que nos dice el nivel de interés de los usuarios a través del tiempo.



- Para encontrar búsquedas relacionadas a una keywords podemos usar la herramienta de **“answer de public”** que nos da ideas de términos relacionados.



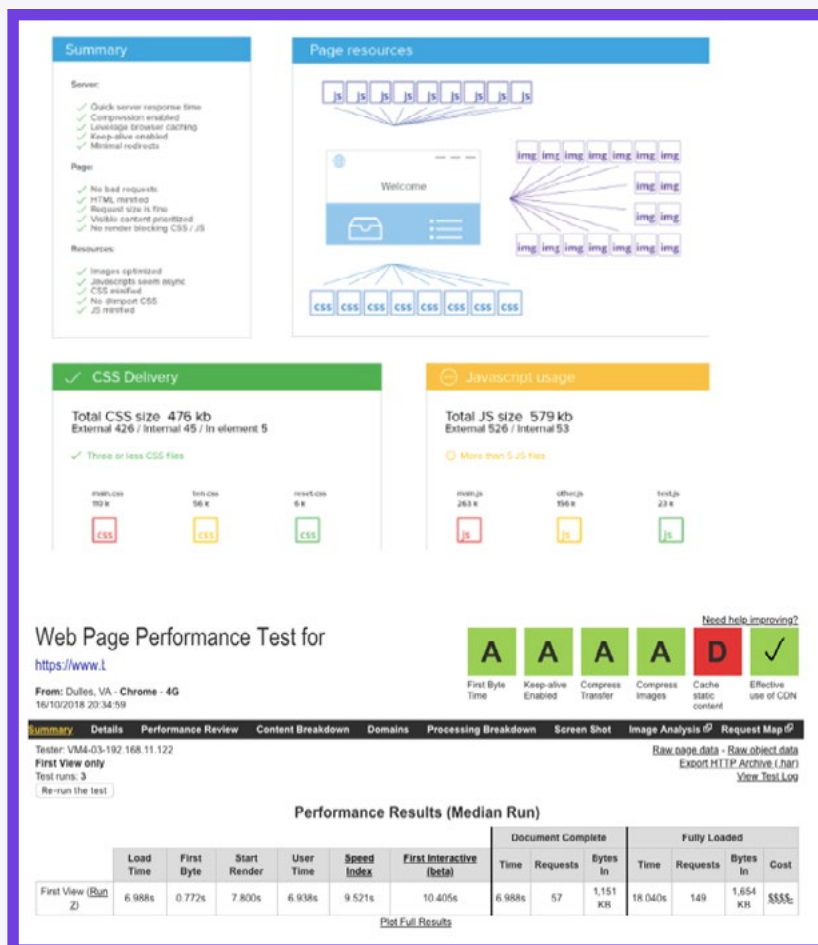
Con estas dos herramientas podemos darnos una idea de cómo buscan los usuarios y aplicarlo a nuestra industria y negocio.

Performance técnico

02

Al hablar de performance técnico nos referimos a la velocidad de respuesta del servidor, saber si tenemos configurado el caché del sitio, si nuestro sitio es seguro y otros elementos.

- Para realizar una revisión del sitio existen varias herramientas entre las que destacan por su facilidad para usar **“varvy” Google page speed y webpagespeed**

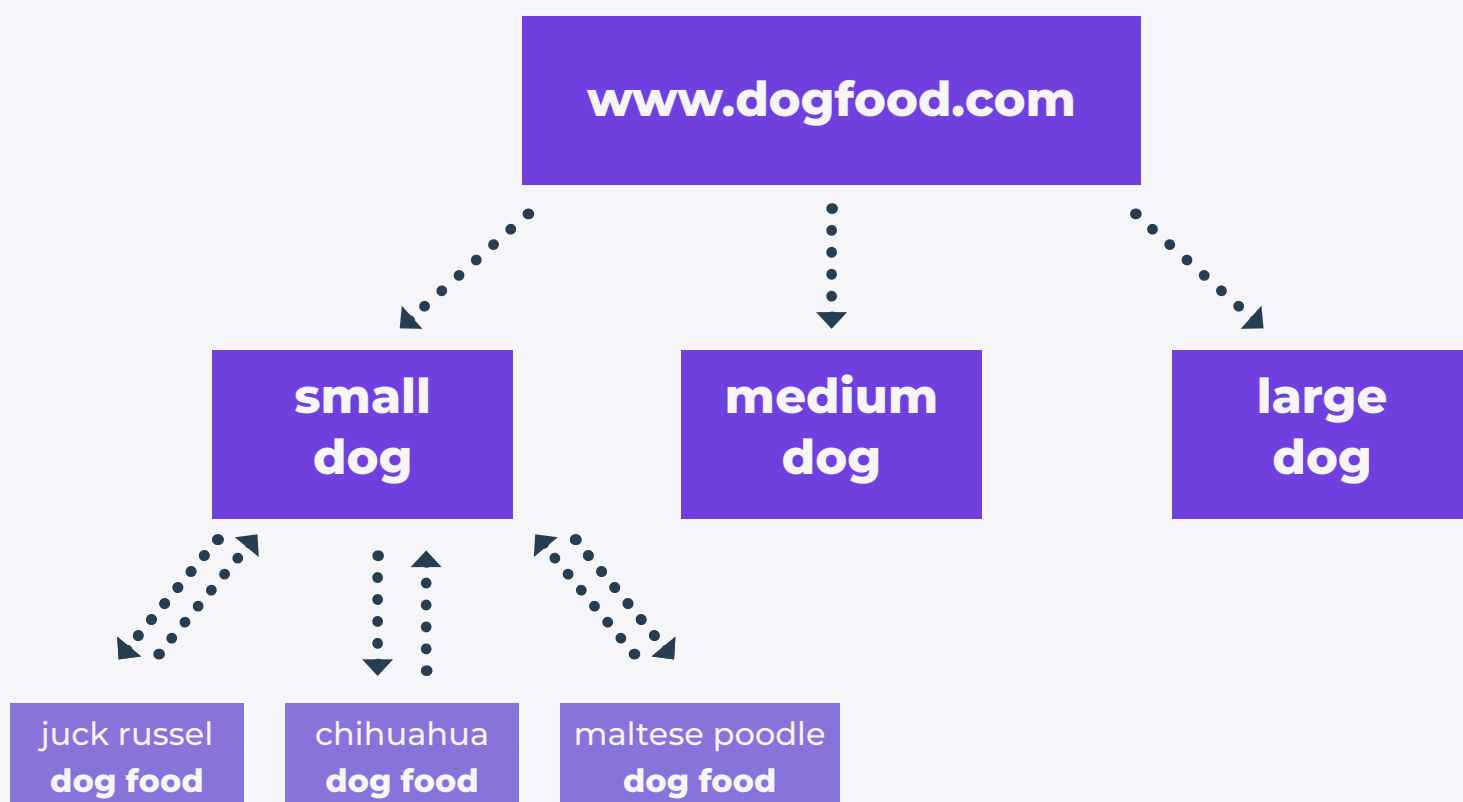


Ambas herramientas nos ayudarán a entender de forma fácil que cosas que pueden mejorar para tener una mejor User Experience.

Arquitectura de sitio

02

Al hablar de arquitectura nos referimos a la organización del contenido y la creación de cada página en su respectiva sección para que le sea a más fácil entender a Google los temas que tratamos en nuestro sitio.



- Es importante mantener nuestros contenidos y páginas organizados de la mejor forma para poder aspirar a posicionarnos con nuestras palabras clave.

Url's amigables y meta tags

02

URL amigable

Debe ser descriptiva, contener nuestra keyword principal para dicha página, separar por medio de guión medio y no contener caracteres especiales.

Meta Title

Debe ser descriptivo, de máximo 60 caracteres y contener la keyword principal de la página.

Meta Description

Debe ser descriptivo, de un máximo de 200 caracteres y debe incluir la keyword principal.

Open Graph (OG's)

Son una serie de etiquetas que se añaden al código de la página, invisibles de cara al visitante de la web, que ayudan a Facebook y a otras redes sociales como Twitter y Google+ a identificar los elementos principales del artículo que se quiere compartir: título, imagen, descripción, etc.

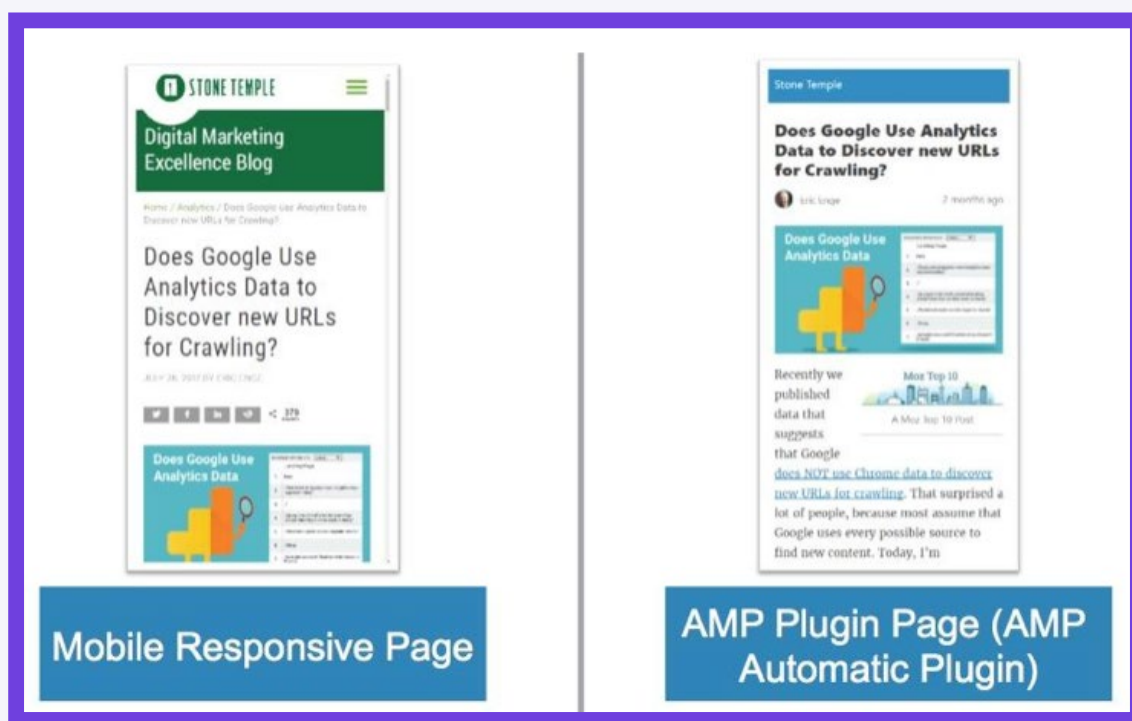
Cada página debe de tener su set único y exclusivo de meta tags, bajo la premisa de que cada página es un contenido único y relevante.

Sitio amigable con dispositivos móviles

02

(Versión AMP de cada página)

User Experience es parte fundamental de S.E.O. por lo que es vital contar con un sitio que sea **mobile friendly** y de ser posible que cada **página cuente con su versión AMP** (Accelerated Mobile Pages) que no es más que una versión liviana de cada página que Google muestra solo en búsquedas desde dispositivos móviles.



En caso de no contar con la versión AMP es necesario que el sitio este pensando para dispositivos móviles en una versión responsive que sea ágil desde smartphones.

Optimización de imágenes

02

Otro elemento importante S.E.O. es la optimización de imágenes, ya que debemos:

- Nombrarlas los archivos de forma descriptiva, usando nuestra keyword:



compra-de-suv-mexico.jpg

- Utilizar el atributo ALT Text en el código html de cada imagen para dar una descripción adicional a la foto que buscamos posicionar.

Con estas acciones nos aseguramos de que Google pueda indexar las fotos de nuestro sitio y mostrarlas dentro de sus resultados lo cual nos ayuda a generar tráfico orgánico.

Contenido “Fresco” y relevante y original

02

El contenido es otra parte fundamental de una buena estrategia S.E.O. ya que al generar contenido único y relevante en nuestro sitio nos beneficia de las siguientes maneras:

- Nos ayuda a posicionarnos con una base de keywords más amplia.
- Construir reputación del tema de nuestro negocio.
- Generar links de otros sitios hacia el nuestro.
- Crear Brand Awareness
- Atraer más tráfico

.....

Para obtener todos los beneficios de un buen contenido debemos evitar:

- Copiar contenido de otros sitios.
- Crear diversas páginas con el mismo contenido solo realizando pequeños cambios.
- Crear páginas con poco contenido no relevante.

Es importante contar con una estrategia de Content Marketing, un calendario editorial con temas relacionados a nuestra industria dándole exposición en nuestras diversas plataformas sociales.

Contenido “Fresco” y relevante y original

02



Featured Snippets /

Voice Search

02

Una de las mayores tendencias en búsquedas es sin duda la búsqueda de voz que cada vez cobra más fuerza por lo que debemos de tenerlo en mente desde ahora con la proliferación de asistentes de voz como Siri, Alexa o Cortana.

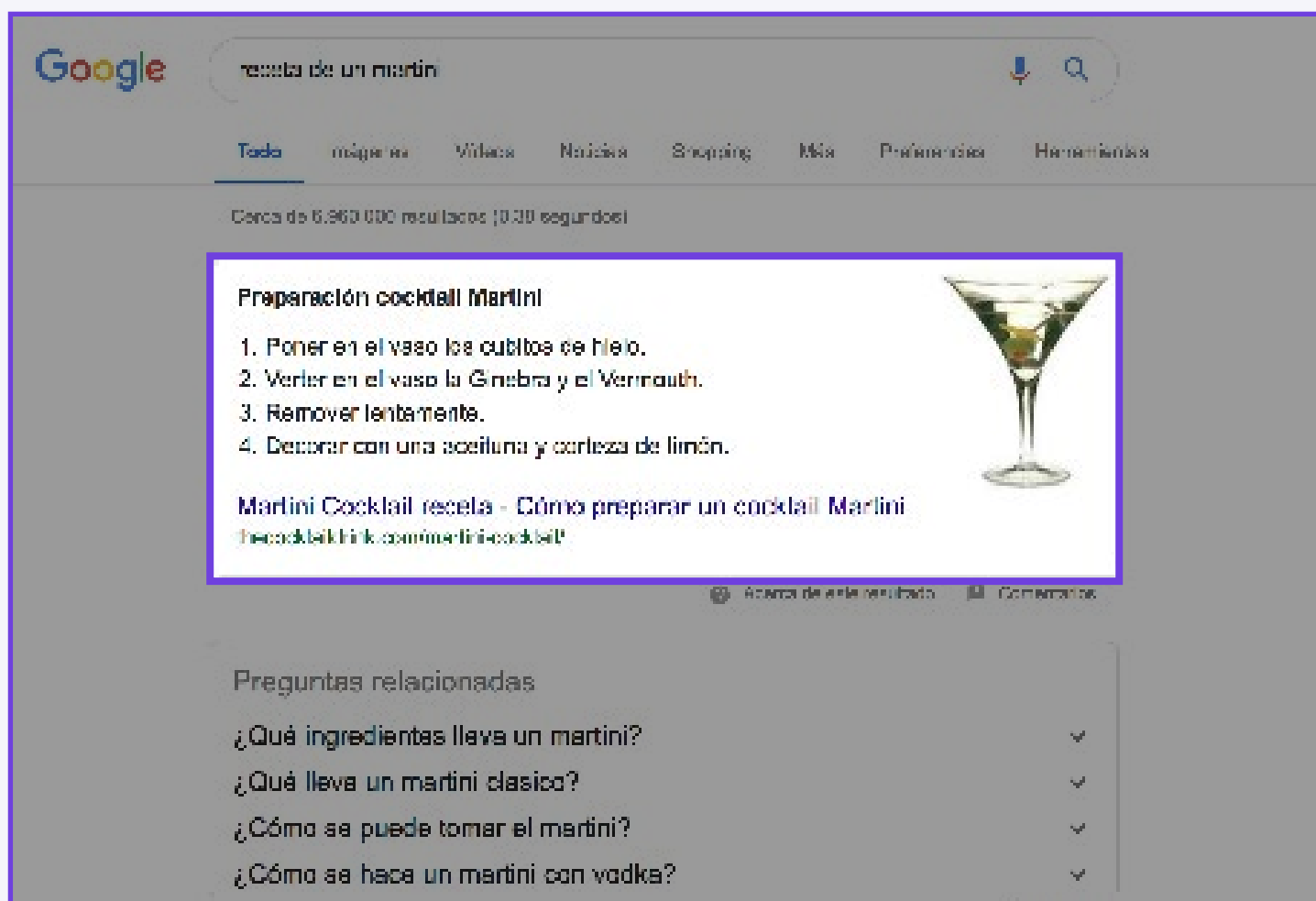
Usualmente las búsquedas de voz son consultas o preguntas concretas, lo que nos lleva a hablar de la posición cero de Google: **Los Featured Snippets**.



Featured Snippets

02

Actualmente ya son un punto crítico en las búsquedas de Google al ubicarse en la posición cero orgánica por lo que da un incremento en visitas, visibilidad y relevancia.



- Se recomienda utilizar listas en html `<ol>` y tablas `<table>` para
- que Google contemple la información como opción para featured
- snippets

Optimizar para búsquedas de voz tiene un solo resultado, la posición cero es el único resultado que muestra la respuesta a las búsquedas en la misma hoja de Google.

Para tener éxito es importante conocer el contexto de las búsquedas, es importante conocer las preguntas más comunes y frecuentes que hace nuestra audiencia y con base en ese conocimiento crear contenido específico de dichos temas orientado a responder dichas consultas.

Google suele tomar estos contenidos que aparecen en los featured snippets y usarlos como respuestas en búsquedas de voz.

• Aún no sabemos mucho de “voice search” y Google aún no da
• suficiente información o data para poder analizar y saber más al
• respecto, pero en EUA la búsqueda de voz ya equivale al 10% como
• lo fue móvil hace 6 o 7 años.

Resumen

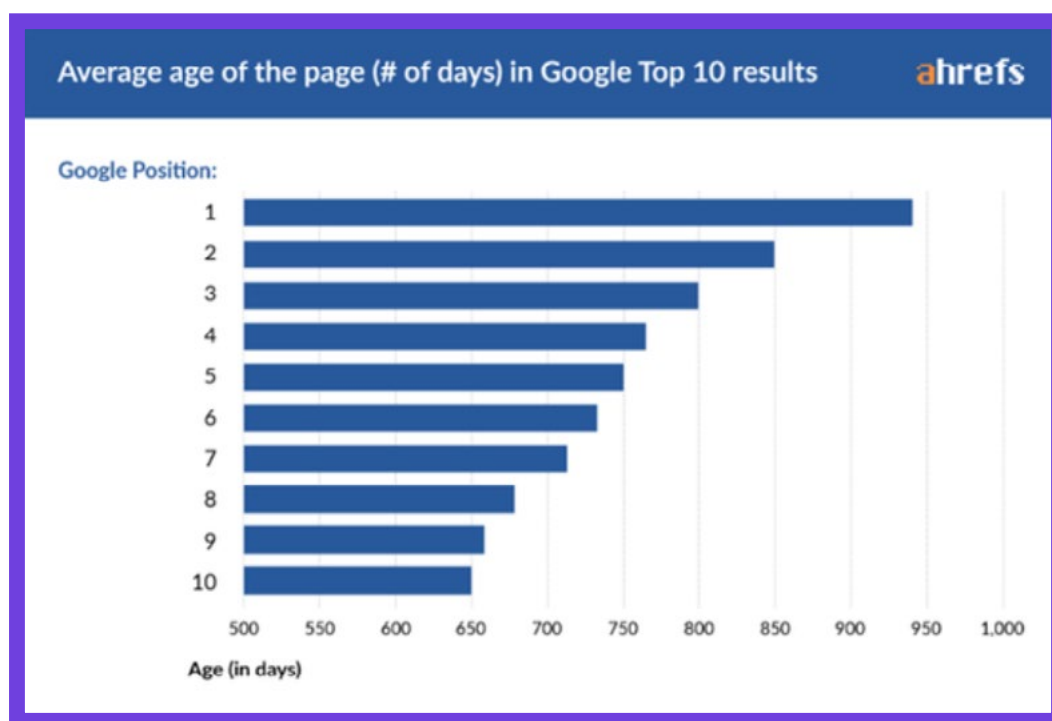
- Optimizar para la posición cero de Google es prepararse para Voice Search.
- Investigar las preguntas más frecuentes y relevantes de nuestra industria.
- Crear contenido enfocado a resolver las consultas de nuestra audiencia.
- Crear contenido para los usuario, conociendo la intención de búsqueda y no escribir pensando en los motores de búsqueda (Yahoo, Google, Bing)



OFF-SITE

Antigüedad del dominio e historial del dominio

Se dice que la edad del dominio no influye directamente como un factor de S.E.O. pero lo cierto es que a mayor antigüedad de un sitio mayor es el tamaño del sitio y su contenido, lo cual se traduce en un mayor número de links apuntando a sus servicios, productos y contenido relevante lo cual le da ventaja ante nuevos competidores que pudieran surgir posteriormente.



Es importante revisar que el dominio no haya pertenecido a otra organización o negocio previamente ya que pudo haber incurrido en malas practicas y haber sido penalizado por Google, lo cual complicaría el posicionamiento. Es siempre importante

Google My Business

03



Es una plataforma destinada a empresas y que ayuda a que los negocios tengan más visibilidad en Internet. Es una herramienta que puede resultar muy útil para tu empresa, ya que ofrece información sobre tu negocio y favorece la presencia online de tu empresa.

Señales de redes sociales

03

Cómo bien sabemos, Google busca mostrar siempre los mejores resultados, y que mejor que una página o contenido que ha sido compartido cientos o miles de veces en redes sociales, ¿qué mejor indicador de que un contenido es valioso?

Es por eso que las señales sociales son importantes en una estrategia S.E.O. Si un contenido es compartido en Twitter, Pinterest, Tumblr, Youtube y LinkedIn es probable que sea relevante y de interés para los usuarios.

Siempre hay que contemplar como parte de la difusión de nuestros contenidos, una estrategia de social media que nos ayudará indirectamente a nuestra estrategia S.E.O.



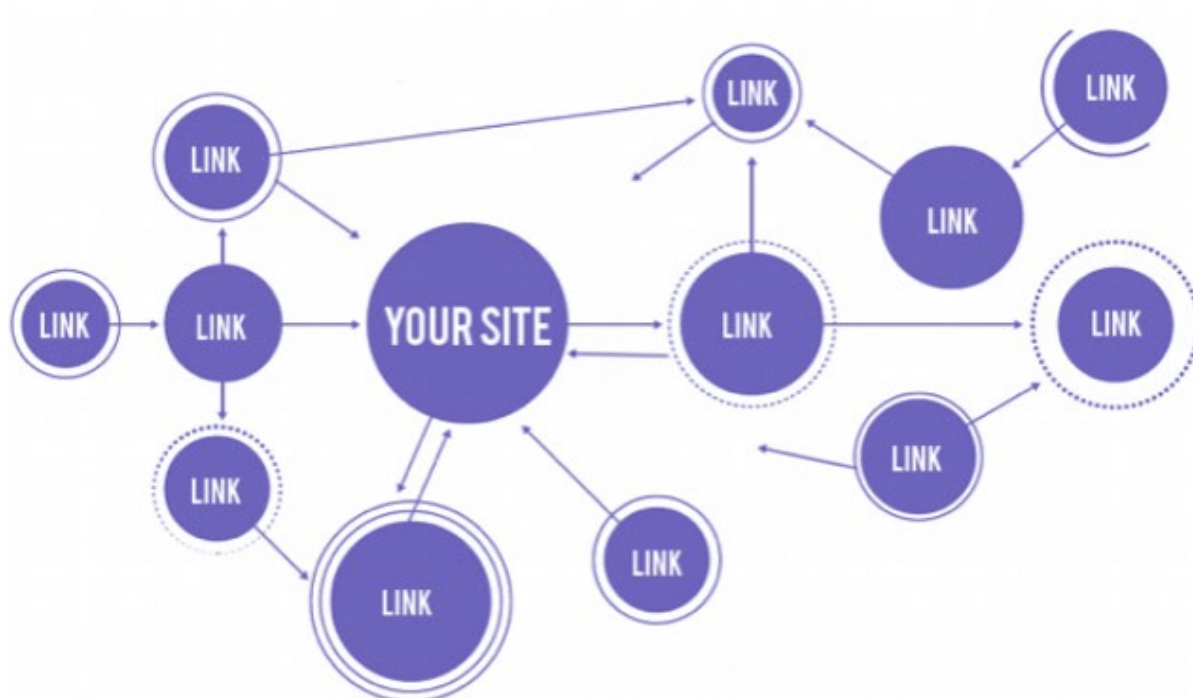
Links de otros sitios al propio

03

También llamada “Linkbuilding” o “backlinks” es una de las partes más importantes del S.E.O. Al tener links de otros sitios de autoridad apuntando a nuestro sitio es una señal muy valiosa para Google ya que no hay otra prueba más contundente de que nuestro contenido, oferta, servicio o producto es de valor.

• Cada link de otro sitio hacia el nuestro es un voto de confianza y de autoridad que Google valora, sin embargo hay que contemplar que vale más la calidad que la cantidad de links.

• Es mucho mejor tener 1 link de un sitio de renombre que 100 links de blogs o sitios pequeños o desconocidos.



Links de otros sitios al propio

03

Al pagar por links Google puede notar un crecimiento anormal de links a nuestro sitio, lo cual puede incurrir en una falta y una eventual penalización de Google por lo que hay que tener cuidado y dejar que nuestro contenido genere los links de forma natural.

Hay que tomar en cuenta que links de sitios sin autoridad, nuevos o no relacionados con nuestra industria también pueden lastimar nuestro posicionamiento ya que Google. No tendría razón de que un sitio de apuestas online tenga un link al sitio de una cafetería. Por lo cual los links deben de ser de sitios relacionados a nuestra industria.

Resumen

S.E.O

El ecosistema orgánico consta de muchísimas variables a contemplar, desde las más técnicas como temas de infraestructura y servidores, hasta las que podrían parecer más lejanas como es el caso de social media pasando por el contenido de nuestro sitio, la organización del mismo, el diseño y la programación de cada página.

Una Estrategia S.E.O. debe de contemplar los siguientes puntos:

- Keyword Research
- Estrategia de Content Marketing
- Estrategia de Linkbuilding
- Sitio pensado en Mobile First con buena UX
- Optimización técnica de la infraestructura
- Organización y programación eficiente de la página.
- Medición del tráfico orgánico
- Monitoreo de los cambios de algoritmo de Google

04

Crea tu cuenta de Google My Business

Ventajas

de Google My Business

Es una herramienta gratuita con la que empresas y organizaciones pueden administrar su presencia online en diversos productos de Google, como búsquedas, Google Maps e información general de la empresa.

Administrar información

Horarios, ubicación(es), link al sitio del negocio, teléfono de contacto e información de tus productos o servicios.

Interactuar con tus clientes

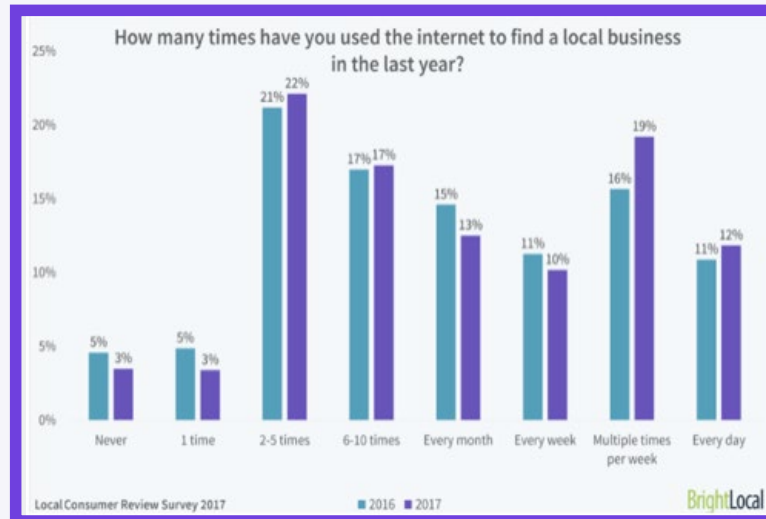
Lee reseñas y responde preguntas de los clientes, además de subir fotos de tu negocio. Las empresas que suben fotos regularmente tienen un 35% más clicks en sus sitios y un 42% más interacciones en sus publicaciones.

Ampliar presencia

Ideal para generar brand awareness, revisar estadísticas y saber cuantos clicks has tenido, cuantas llamadas y consultas en Google Maps.

Google My Business

04



Es importante revisar que el dominio no haya pertenecido a otra organización o negocio previamente ya que pudo haber incurrido en malas practicas y haber sido penalizado por Google, lo cual complicaría el posicionamiento. Es siempre importante

Al crear tu ficha en GMB en conjunto con tu sitio web y redes sociales podrás ser dueño de tus resultados en Google.

Gourmet Burgers @ Umami Burger | Burger Restaurants
<https://www.umamiburger.com/>

Eat at the best burger restaurant in your city. Umami Burger serves gourmet burgers, truffle fries & craft beers for lunch and dinner.

Palo Alto
Palo Alto's Best Burger Restaurant on University Ave. Come in and ...
[More results from umamiburger.com >](#)

Menu
Review our gourmet burger menu and check out our appetizers ...

Umami Burger (@umamiburger) · Twitter
<https://twitter.com/umamiburger>

Man crush everyday. You already know we're looking at you. #ManlyBurger @MCM #UmamiBurger @thatonefoodiecalvin pic.twitter.com/gthhgz...

Crushed avo is good for the soul. 🥑 #UmamiBurger @thatonefoodiecalvin pic.twitter.com/3cDPBkC...

Play your part this #EarthDay, April 22, as we support sustainable products that are good for the environment. Dine in at any #UmamiBurger location nationwide at 4:22 PM, and you might just win the ULTIMATE @ImpossibleFoods swag bag + a \$50 Umami Burger Gift Card! pic.twitter.com/VYFSKc9...

2 hours ago · Twitter

2 days ago · Twitter

3 days ago · Twitter

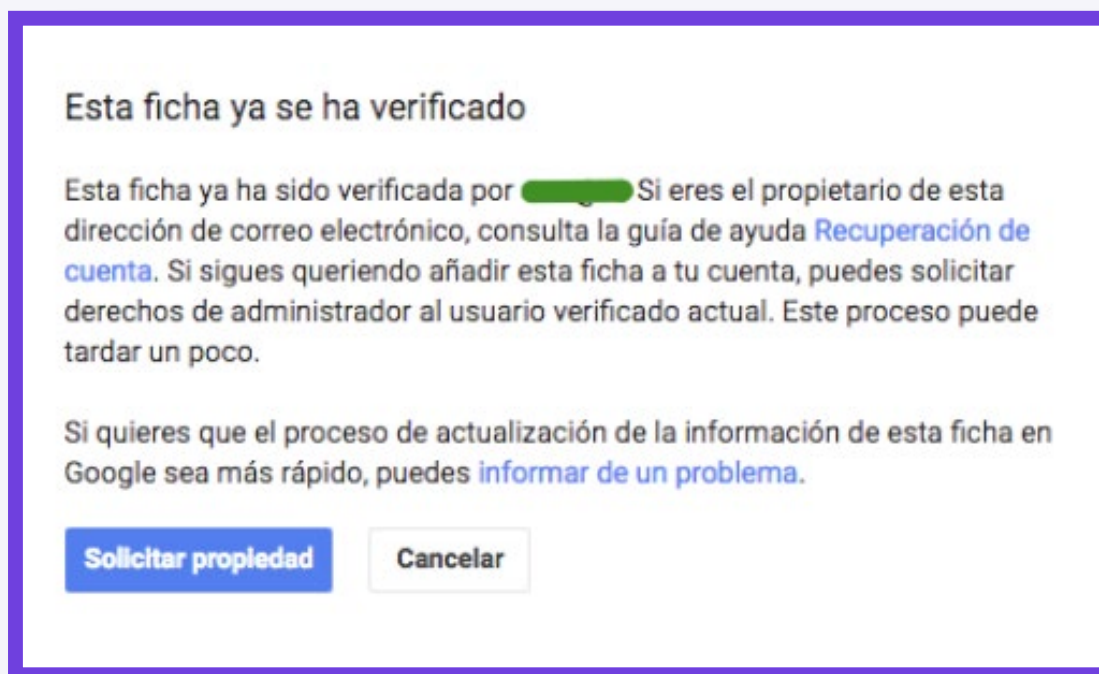
Umami Burger Palo Alto ★
4.3 ★★★★★ 521 Google reviews
5 - Hamburger Restaurant
[Website](#) [Directions](#)

[FIND A TABLE](#)

Lively chain outpost serving elevated burgers & sides plus creative cocktails in a sleek space.
Address: 452 University Ave, Palo Alto, CA 94301
Hours: *Opens soon* - 11:30AM - See more hours
Menu: [umamiburger.com](#)
Reservations: [opentable.com](#)
Order: [doordash.com](#)
Phone: (650) 321-6626
[Suggest an edit](#)

Antes de crear tu cuenta de Google My Business debes de verificar que tu negocio no haya sido dado de alta previamente por alguien más.

Te aconsejamos que hagas una búsqueda en Google para validar que no exista y en caso de que la ficha de GMB ya exista debemos de reclamarla para notificar que somos el propietario.



Crear una cuenta

04

1

Contar con una cuenta de correo en gmail.

Si no tienes puedes crearla en: <https://www.gmail.com>

2

Regístrate.

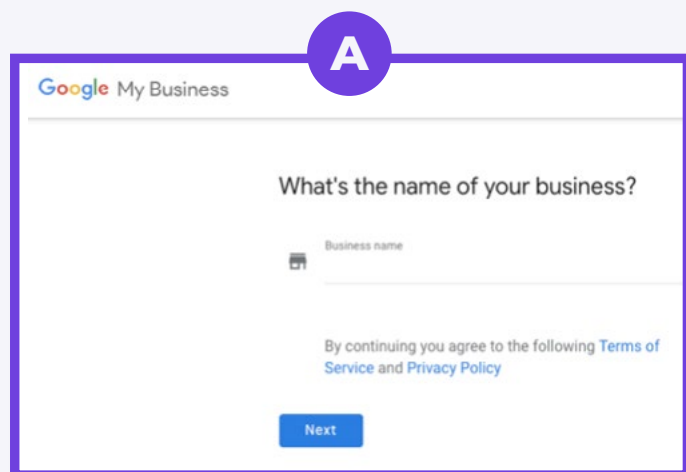
Entra a: <https://www.google.com/business/>

3

Llena el formulario.

A continuación te mostramos como:

A



Google My Business

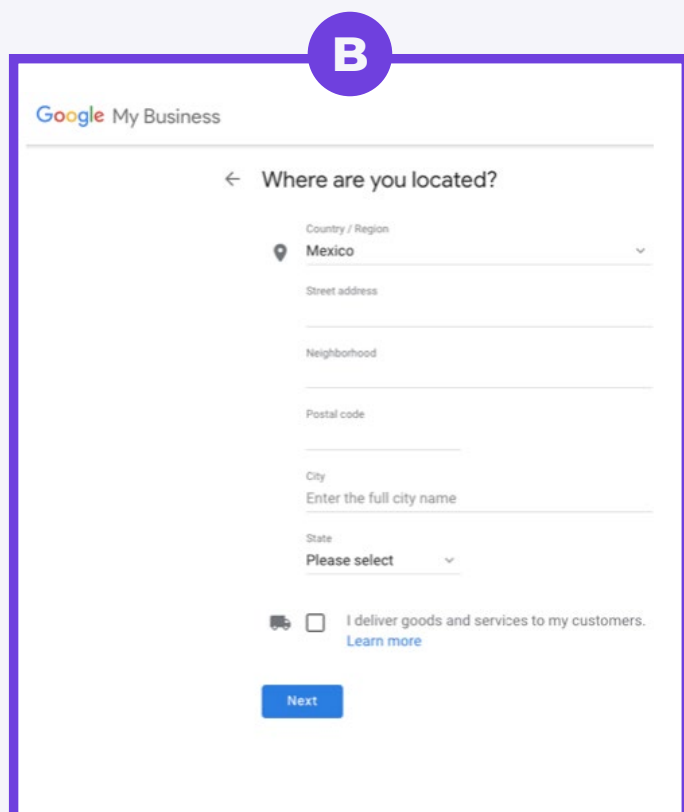
What's the name of your business?

Business name

By continuing you agree to the following [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#)

Next

B



Google My Business

← Where are you located?

Country / Region
Mexico

Street address

Neighborhood

Postal code

City
Enter the full city name

State
Please select

☐ I deliver goods and services to my customers. [Learn more](#)

Next

Crear una cuenta

04

C

Google My Business

← Service area

Add the areas you serve

☐ Distance around your business location

☐ Specific areas

Next

A progress bar at the bottom shows the first step is completed.

D

Google My Business

← Choose the category that fits your business best

This helps customers find you if they are looking for a business like yours. [Learn more](#)

Business category

Resort

Rest Stop

Restaurant

Resume Service

Research Engineer

Research Institute

Research Foundation

Residential College

Residents Association

Restaurant Supply Store

Resident Registration Office

Research and Product Development

Dress and Tuxedo Rental Service

Dress Store

Dressmaker

A search bar with the text 'Resort' is visible above the list of categories.

E

← What contact details do you want to show to customers?

Help customers get in touch by including this info on your listing (optional)

Contact phone number

Current website URL

☐ I don't need a website

☐ Get a free website based on your info. [See details](#)

Next

A progress bar at the bottom shows the first step is completed.

F

Google My Business

← Finish and verify this business

To manage your listing, you'll need to verify your connection with this business. What you'll get with verification:

- ✓ Allow new customers to find you on Google Search & Maps
- ✓ Promote your business with photos and posts
- ✓ Track business analytics to understand your customers
- ✓ Respond to customer reviews

Finish

A progress bar at the bottom shows the first step is completed.

Verifica el negocio

04

Una vez que hayas creado la cuenta tendrás que verificar que el negocio es tuyo, el método de preferencia es que Google envíe una postal al domicilio que fue dado de alta en GMB.

Choose a way to verify.

In order to fully manage and represent this business on Google, you'll need to confirm that it's yours.
Select how you'd like to get a verification code. [Learn more](#)



Postcard by mail
Have a postcard with your code mailed to this address
May take up to 16 days to arrive

Mail



Verify now through live video chat with our operators

Connect



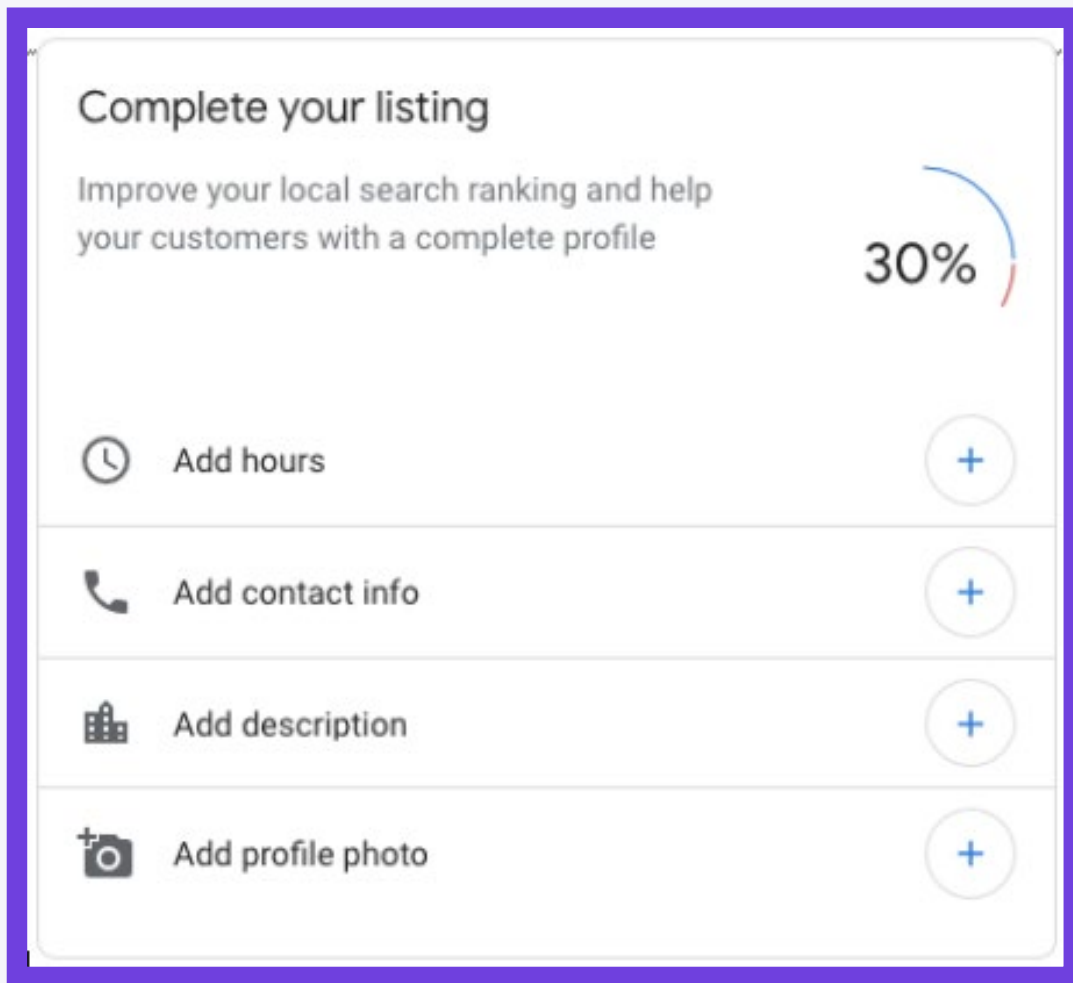
Verify later
You can't fully manage your listing until you're verified

Later

Llena tu información

04

Creada la ficha de GMB es necesario llenar los campos como: horario, información de contacto, Descripción, ubicación precisa en Google Maps, y foto principal



The screenshot shows a mobile interface for completing a Google My Business listing. At the top, the title 'Complete your listing' is followed by the text 'Improve your local search ranking and help your customers with a complete profile'. To the right of this text is a progress indicator showing a blue arc and the text '30%'. Below this are four rows, each with an icon, a text label, and a circular button with a plus sign. The rows are: 'Add hours' with a clock icon, 'Add contact info' with a phone icon, 'Add description' with a document icon, and 'Add profile photo' with a camera icon.

Icon	Action	Progress
🕒	Add hours	+
📞	Add contact info	+
📄	Add description	+
📷	Add profile photo	+

Llena tu información

04

Horario de apertura

Día	Estado	Hora de apertura	Hora de cierre
lunes	Abierto		
martes	Abierto		
miércoles	Cerrado		
jueves	Abierto		
viernes	Cerrado		
sábado	Cerrado		
domingo	Cerrado		

Toda la información que subas será pública y a pesar de que puedes actualizarla en cualquier momento te aconsejamos que la valides antes de incluirla en GMB.

Se especifica en los días y horarios en los que tu negocio opera.

Incluye una descripción concreta que incluya todos los productos o servicios que ofreces.

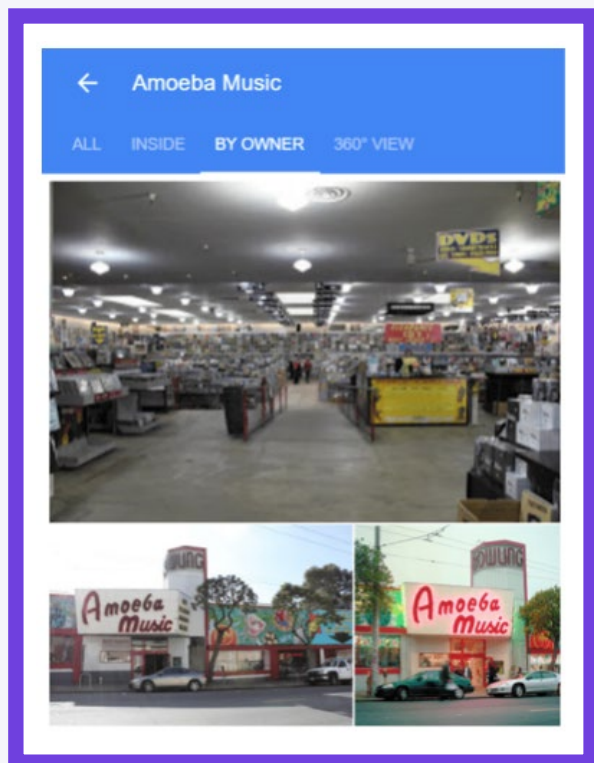
Send to your phone Send

Reviews Write a review Add a photo
12 Google reviews

From Konfio
"Konfio es una plataforma en línea creada para cambiar el proceso de crédito en México. Facilitando a los pequeños y medianos negocios el acceso a financiamiento formal; mediante el uso de tecnología. Buscamos que las micro y pequeñas empresas... [More](#)"

Llena tu información

04



Sube imágenes representativas e ilustrativas de tu negocio para complementar la descripción. Puedes catalogarlas por fotos interiores, fachada, fotos del equipo, fotos 360^a

Te recomendamos subir vídeos adicionalmente a las fotos para darle variedad al listado y de preferencia con una resolución de 720p o mayor.

Especifica la locación exacta dentro de Google Maps donde se ubica tu negocio y sucursales (en caso de que existan)

Address

Providing an accurate business address is important so your business shows up in the right place on Google.

Country / Region
Mexico

Street address
Av. Horacio 1844

Piso 8

Neighborhood
Polanco

Postal code
11510

City
Ciudad de México

State
Ciudad de México

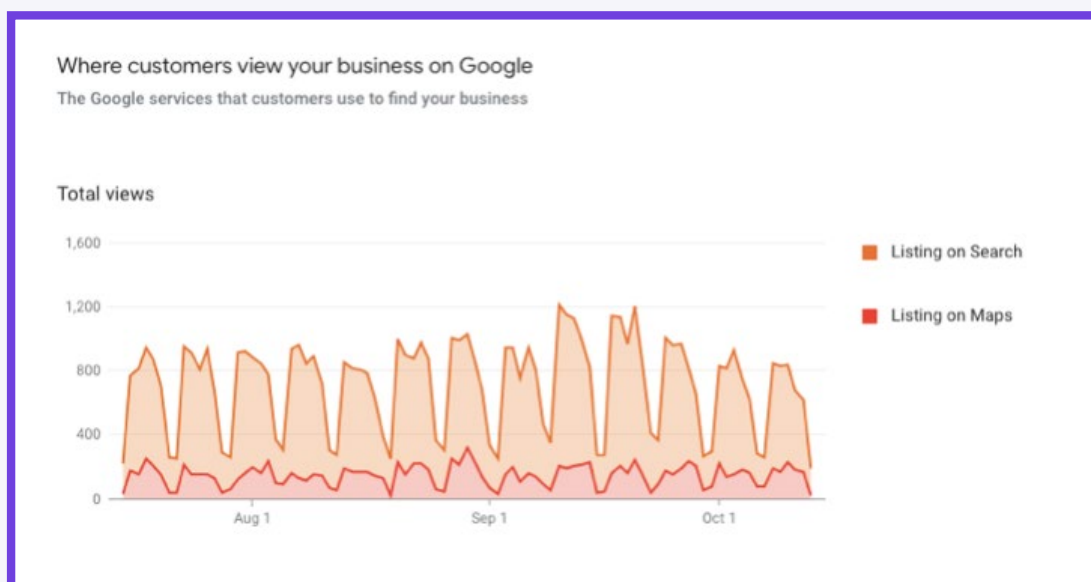
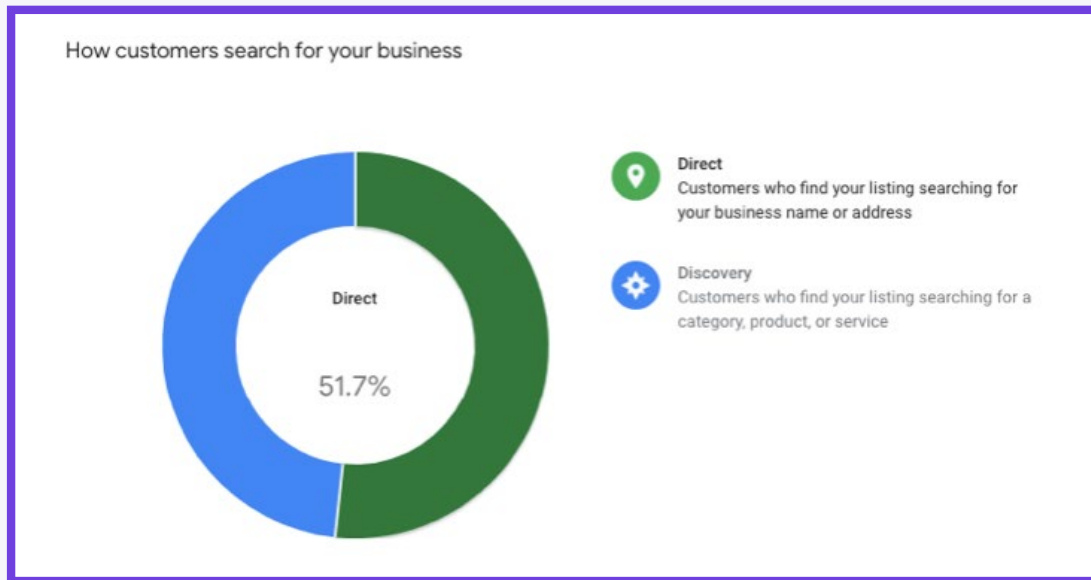
Drag pin to reposition

Reset



Aquire

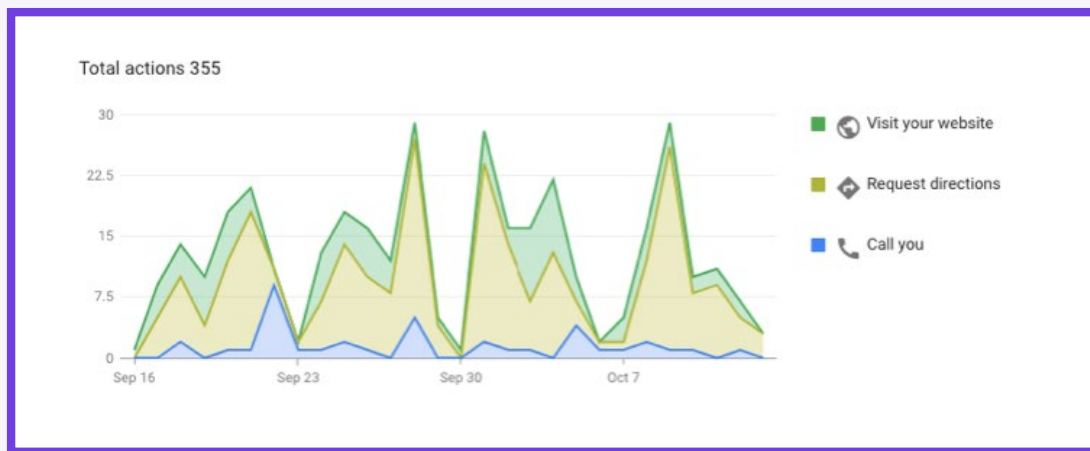
En esta sección puedes descubrir que búsquedas hicieron los usuarios cuando apareció tu ficha de GMB, saber si te buscaron en Google o Google Maps



B

Engage

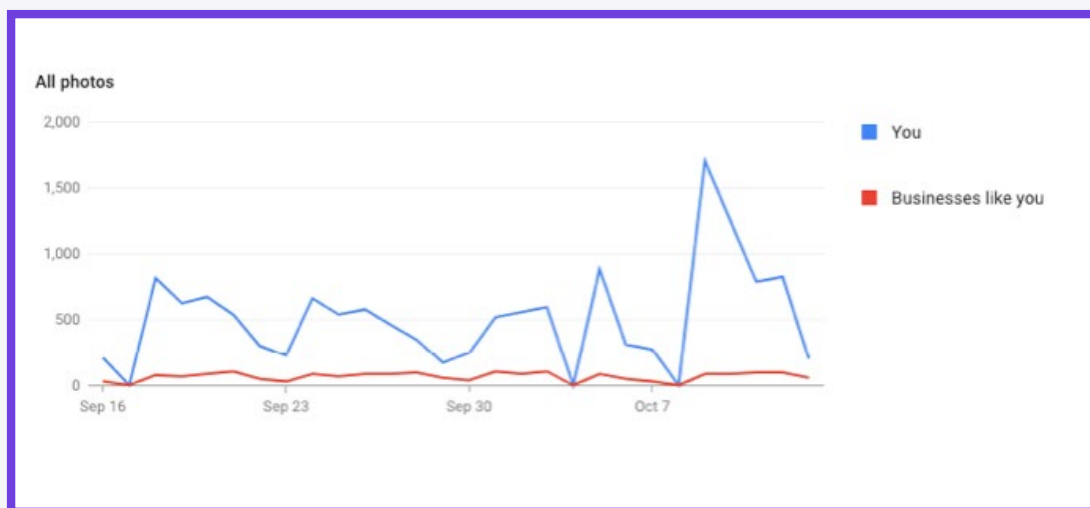
Conoce cuales son las acciones que realizan los usuarios al encontrar tu ficha: visitar tu sitio, realizar llamada a tu número de contacto o las rutas para llegar a tu negocio.



C

Compare

Realiza una comparación de tu actividad vs. La de otros negocios de la misma industria y conoce que tan bien lo estás haciendo.





GMB

Es un reporte mensual vía e-mail con estadísticas relevantes y recomendaciones para implementar en la ficha de tu negocio

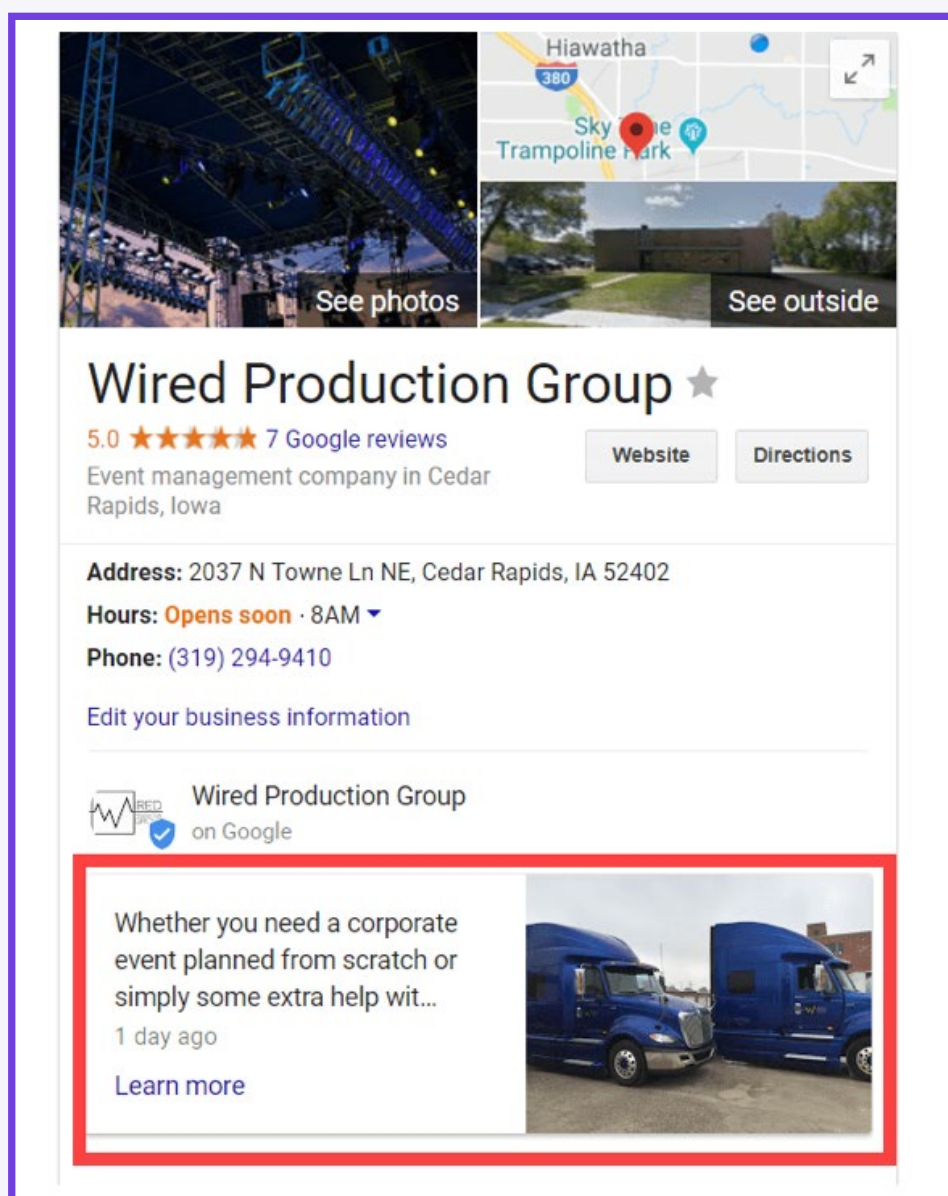


TURN YOUR LISTING INTO A VISUAL EXPERIENCE

- 1 Showcase your business with interior photos that give viewers a sense of your business' atmosphere
- 2 Feature exterior photos of your business taken at different times of the day to let your customers know what to look for
- 3 Plan ahead and make a list of the photos that best represent your business's vibe, atmosphere, and selection or services
- 4 Post a mix of photos including shop overviews, stocked shelves and tight product shots

Los post dan oportunidad a los usuarios de **aprovechar y conocer ofertas o promociones, promover eventos específicos o dar a conocer diversas noticias.**

Los post aparecen visualmente debajo de la ficha de GMB

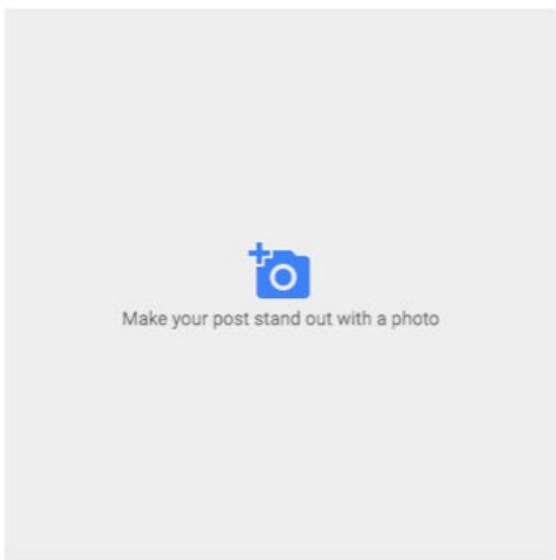


The screenshot displays a Google Business Profile for 'Wired Production Group'. At the top, there are two images: one of stage lighting and another of a building, with links to 'See photos' and 'See outside'. Below these is the business name 'Wired Production Group' with a star icon, a 5.0 rating from 7 Google reviews, and the address '2037 N Towne Ln NE, Cedar Rapids, IA 52402'. The business is categorized as an 'Event management company'. A post is highlighted with a red border, featuring the text: 'Whether you need a corporate event planned from scratch or simply some extra help wit...', dated '1 day ago', and a 'Learn more' link. The post includes an image of two blue semi-trucks. Navigation buttons for 'Website' and 'Directions' are visible.

Crear un Post

04

× Create post PREVIEW



Write your post

100 - 300 words

i

Event title

(Example: Sale this week)

Start Date

Start Time

End Date

End Time

Add a button

Enter a website

☒ Learn more

example.com

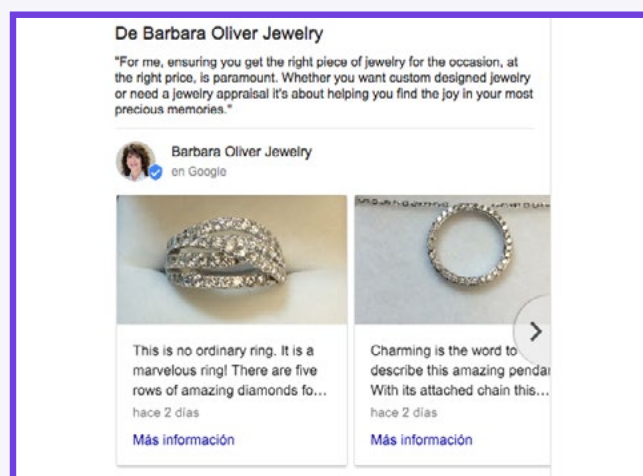
☐ Reserve

☐ Sign up

☐ Buy

☐ Get offer

- Utiliza de 80 a 100 palabras por post
- Utiliza una keyword importante con la que busques posicionarte
- Sube una imagen atractiva de 750x750
- No subas imágenes menores a 250x250
- Utiliza texto dentro de las imágenes ya que se puede cortar en la versión móvil
- Direcciona a una página dentro de tu sitio que contenga información relevante.
- Crea un post con información relevante al menos cada 15 días.



Resumen

Google My Business

- Antes de crear tu ficha de GMB revisa que no exista, y si ya existe reclama la ficha.
- Valida toda la información previo a dar de alta tu ficha en GMB.
- Sube fotos de tu negocio, productos o servicios de forma continua.
- Responde las preguntas de los usuarios a la brevedad posible.
- Revisa los insights al menos 1 vez a la semana para conocer como interactúan los usuarios con tu ficha de GMB.
- Utiliza los post al menos 1 vez cada 15 días.
- Baja la app para android o ios y lleva siempre GMB en tu dispositivo móvil.

Links de referencia

[Google my business](#)

[Foro de GMB](#)

[Ayuda de GMB](#)

[Google My Business Post](#)

[Google My Business Photo](#)

En Konfío creamos nuevas soluciones que apoyan a los empresarios a mejorar sus finanzas y exponenciar su crecimiento. Además de ofrecer crédito en línea para pymes, creamos herramientas que ayuden a fortalecer los negocios en México.

Para conocer más herramientas de crecimiento ingresa a konfio.mx/tips