



LA GUÍA DEFINITIVA DE **SEO LOCAL**

QUE TU COMPETENCIA NO
DEBE LEER NUNCA

¡Hola!

Me presento, primero de todo. Me llamo **Carlos Ortega** y soy consultor SEO desde hace una década... y prácticamente desde entonces ya empecé a oír hablar de **SEObox**. En realidad, llegué a tener una en la primera agencia donde trabajé.

Quién me iba a decir que unos cuantos años después terminaría siendo **Country Manager** de la herramienta... la vida ¿no?

Así que por eso estoy aquí, por mi condición de representante de SEObox y por la experiencia que he acumulado a lo largo de los años en el sector.

De hecho, mi intención hoy es ayudarte a dar un buen empujón a tu negocio haciendo que tu web aparezca más y mejor para las diferentes búsquedas que hacen tus potenciales clientes en Google.

¿Y cómo lo voy a hacer? Pues muy fácil, con una breve guía centrada en SEO local que he venido a llamar...

**“ La Guía Definitiva sobre SEO Local
que no querrás que lea tu competencia ”**



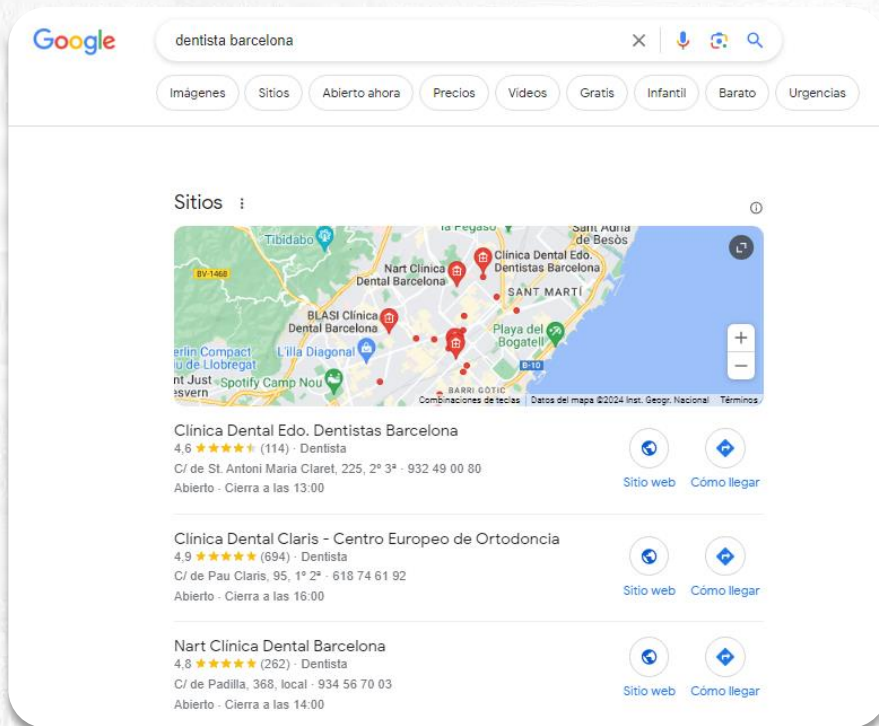
Carlos Ortega

Country Manager de SEObox, Consultor SEO técnico y co-fundador de Gravyton



Pero antes de saber **CÓMO** optimizar tu SEO local ¿sabes qué sería todavía mejor? **Saber POR QUÉ** optimizarlo.

Y nada más fácil para ilustrarlo que una imagen, pongamos por ejemplo una para la búsqueda... 'dentista barcelona':

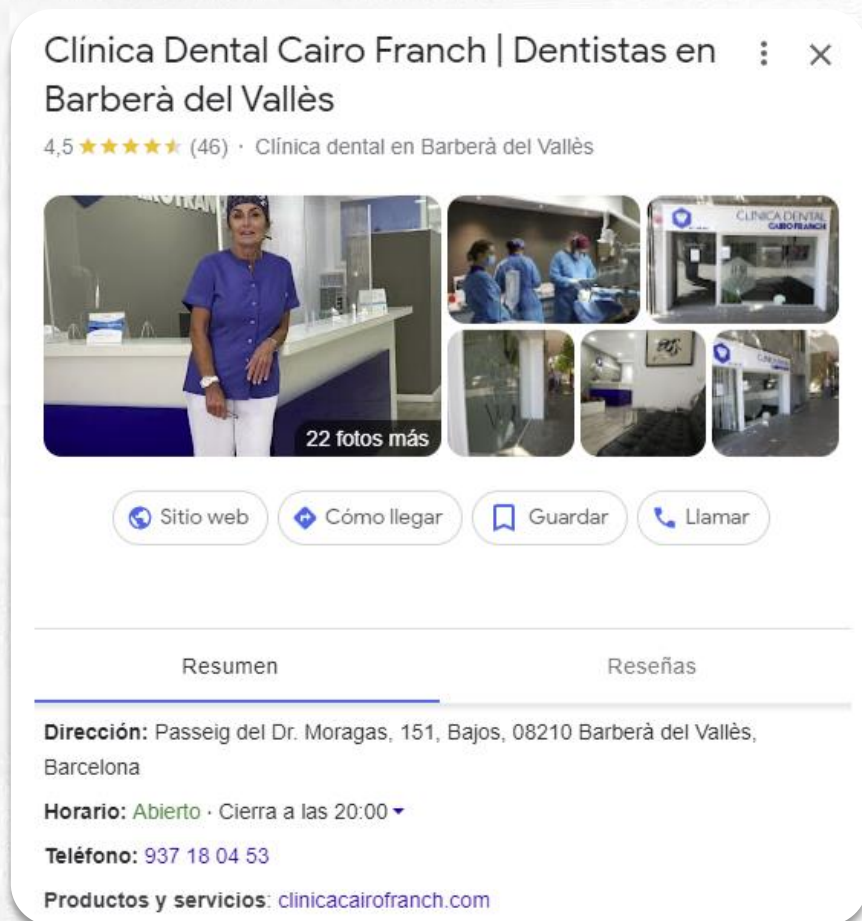


¿Te has fijado qué tipo de página está en primera posición? Efectivamente, yo tampoco. Porque no aparece ninguna.

Todo lo que vas a ver en pantalla como resultado cuando busques eso va a ser de entrada un mapa de Google con unos pocos negocios listados. Ninguna URL, que aparecen hundidas bastante más abajo.



¿Sabes qué necesitas para ser uno de esos negocios que aparece en el mapa? Crear una ficha de My Business Profile con tu cuenta de Google, como ésta:



Clínica Dental Cairo Franch | Dentistas en Barberà del Vallès

4,5 ★★★★★ (46) · Clínica dental en Barberà del Vallès

22 fotos más

Sitio web · Cómo llegar · Guardar · Llamar

Resumen · Reseñas

Dirección: Passeig del Dr. Moragas, 151, Bajos, 08210 Barberà del Vallès, Barcelona

Horario: Abierto · Cierra a las 20:00 ▾

Teléfono: 937 18 04 53

Productos y servicios: clinicacairofranch.com

Y es que si no la tienes, y no sólo eso, si no la tienes bien optimizada a nivel SEO, no aparecerás en esa búsqueda tan clave para tu negocio si eres un dentista de Barcelona o alrededores.

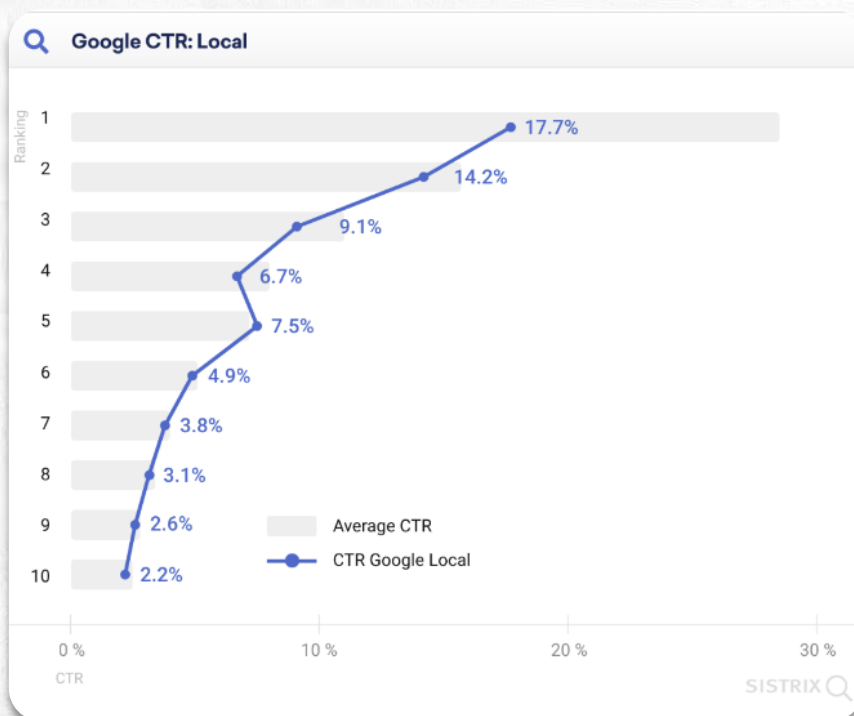
Y como imagino que supondrás y puedo confirmarte, no salir en ese mapa supone perder fácilmente un 80% de clics de potenciales clientes ya que ocupa tanto espacio y tan relevante que es una verdadera aspiradora de tráfico.



Luego veremos cómo hacer una ficha TOP, no te preocupes.

Sin embargo, no podemos olvidarnos de nuestro sitio web. Al final, aunque relegado a un claro segundo plano, sigue siendo una opción para captar tráfico. El otro 20% de clics.

Por cierto, lo de los clics no lo digo yo, lo dice Sistrix. Cuando aparece un mapa, el primer resultado sólo se lleva un 18% de clics de media.



A lo que íbamos. Estos son las páginas que aparecen tras el mapa para la misma búsqueda de 'dentista barcelona':



¿Ves alguna cosa que puedan tener en común para aparecer ahí?

Eso es, en todas ellas puedes ver claramente cómo enfatizan que se encuentran en Barcelona a través de sus títulos y descripciones.

Es una de las cosas que te recomendará en la guía.



Pero también hacen más cosas, como añadir un marcado de datos estructurados con el que indican a Google que son dentistas. E incluso sus coordenadas físicas.

| Dentist | | 0 warnings | 0 errors | ^ |
|----------------|---|------------|----------|---|
| @context | https://schema.org | | | |
| @id | | | | |
| @type | Dentist | | | |
| <u>address</u> | | | | |
| | PostalAddress | ▼ | | |
| <u>geo</u> | | | | |
| | GeoCoordinates | ▼ | | |
| <u>image</u> | https://www.clinicapuyuelo.es/wp-content/uploads/2019/12/puyuelo_logo-08-08-08-08-08-08.png | | | |
| <u>name</u> | Clínica Puyuelo | | | |

También lo comentaremos, claro. Y bastantes cosas más.

En realidad, casi que podemos empezar ya, y por supuesto lo haremos por la **FICHA DE PERFIL DE EMPRESA (My Business Profile)**

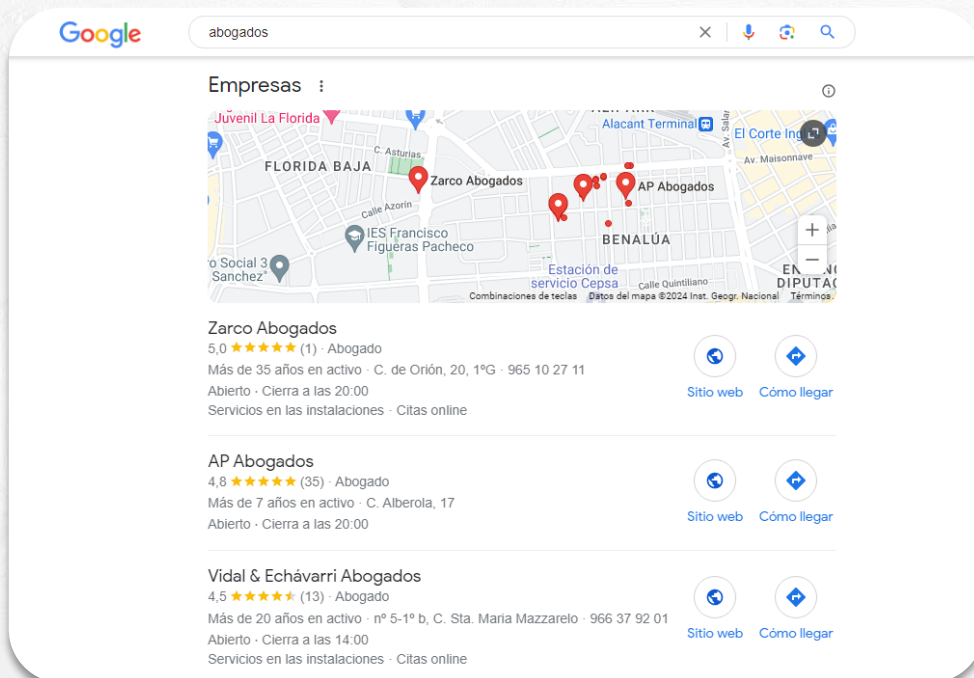


Ficha de Perfil de Empresa (My Business Profile)

Lo primero que necesitas es una ficha en My Business Profile.

Puedes crearla aquí: https://www.google.com/intl/es_es/business/

Es básico, ya que la necesitarás para salir en el pack local de todo este tipo de búsquedas, gran protagonista de la función cuando hablamos de SEO local:



Aquí ten varias cosas en cuenta, te las voy enumerando junto a una breve forma sobre cómo ir optimizando cada una de ellas.



1 NAP

Viene de las iniciales en inglés: Name - Address - Phone.

Nombre, dirección y teléfono, vamos.

Ni que decir tiene que el nombre, dirección y teléfono han de ser correctos, PERO también consistentes siempre.

Escribe siempre los mismos y DE LA MISMA FORMA en la ficha, tu web, directorios... allá donde sepas que aparecen y tengas posibilidad de modificar.

The image shows three overlapping forms representing NAP data entry for different platforms. Each form has a logo at the top left and three input fields on the right, each followed by a green checkmark. The top-left form is for Facebook, the top-right for Google, and the bottom-center for Bing. All forms use a blue storefront icon for the logo.

| Platform | Name | Phone | Address |
|----------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Facebook | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Google | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Bing | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Fuente de la imagen: Birdeye.com

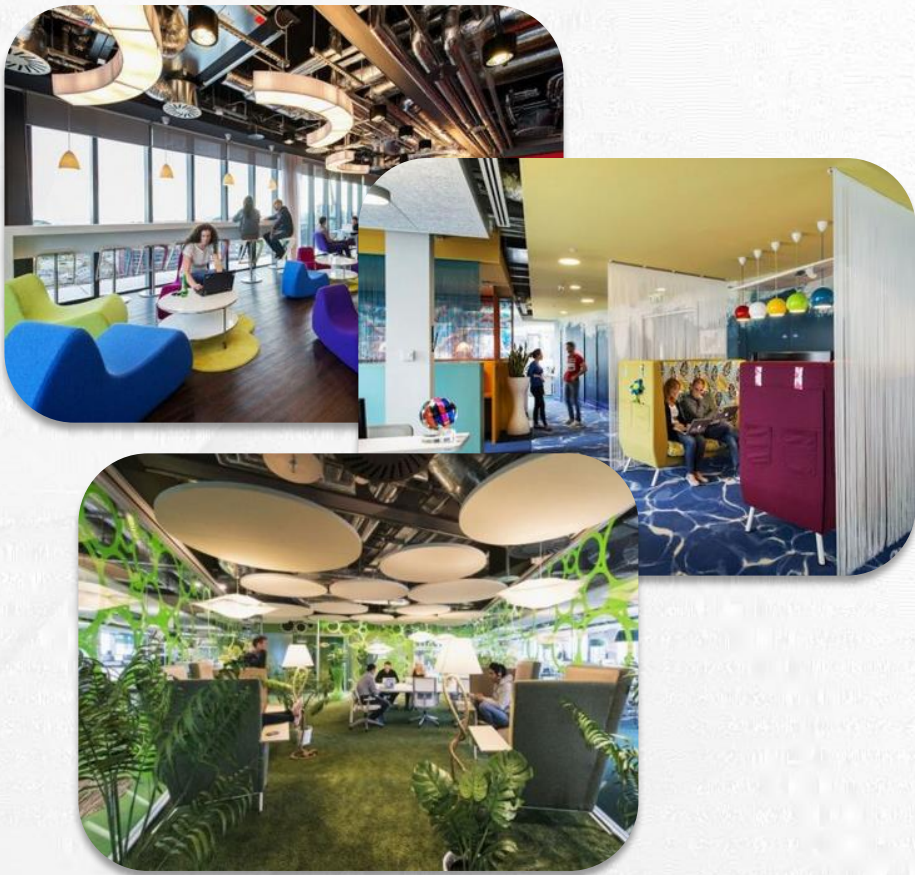


2

FOTOS

Añade imágenes de calidad y que muestren bien cómo son tus instalaciones, equipo o cualquier cosa que creas que pueda ser relevante para el usuario.

A la gente le gusta poder hacerse a la idea de cómo es un sitio antes de decidirse a visitarlo.



Fuente de las imágenes: ofiprix.com



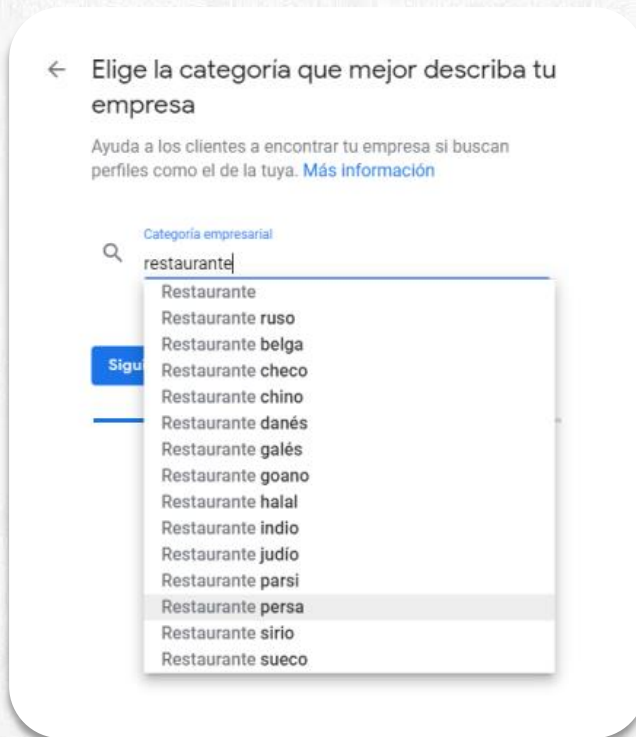
3

CATEGORÍAS

Pon al menos tres. Siempre y cuando tengan sentido.

Google las utiliza para catalogar los negocios, con lo que te interesa tener esas opciones extra de aparecer por una u otra.

Puedes elegir entre las opciones que te irá mostrando en el desplegable.



4

OTRA INFORMACIÓN

Horario, descripción, logotipo... rellena todo lo que puedas para que Google tenga el máximo de información posible.

Siempre que puedas, en la descripción, incluye algunas keywords:

Ejemplo: 'Empresa de instalación de aire acondicionado... blablabla.'

The screenshot shows a Google Business Profile interface with the following elements:

- Navigation tabs:** Descripción general (selected), Servicios, Reseñas, Fotos.
- COVID-19 updates:** A shield icon followed by the text "Novedades relacionadas con el COVID-19: Se aceptan trabajos a domicilio y 10 más". Below this, two columns of text list updates: "Se aceptan trabajos a domicilio", "Servicio de recogida sin contacto", "Opciones de financiación", "Sin gastos de cancelación", "Se usan equipos de protección", "Presupuestos por vídeo" on the left; and "Se aceptan trabajos urgentes", "Descuentos en algunos servicios", "Se mantiene la distancia", "Pagos sin contacto", "Citas por vídeo" on the right.
- Contact info:** A phone icon followed by the number "919 18 38 77".
- Services:** A menu icon followed by the text "Servicios: Empresa de instalación de aire acondicionado, Mantenimiento de calentadores térmicos, Reparación de calentadores térmicos, Otro".
- Service areas:** A truck icon followed by "Ofrece sus servicios en Alicante (Alacant) y zonas cercanas". Below this, a list of locations with checkmarks: Alicante (Alacant), Murcia, Elche, and Valencia.



5

RESEÑAS

Consigue tantas reseñas positivas como puedas. Pero que sean (o parezcan) naturales. No pongas 10 de golpe, ni desde el mismo ordenador.

Si esas reseñas también son descriptivas y contienen alguna palabrita clave... tanto mejor.

Como a la gente muchas veces le da pereza buscar tu negocio en Google y demás para la reseña (¿?), pónselo fácil:

Dirígete a tu panel de administrador de la ficha de GMB en la SERP (página de resultados) de Google y pulsa sobre "solicitar reseña"

seobox

Imágenes Videos Noticias Sitios de lugares Sitios web de empleo Libros Finance

Aproximadamente 69.200 resultados (0,60 segundos)

Tu empresa en Google 360 interacciones con clientes Seguridad del perfil Completar información

Editar perfil Leer reseñas Mensajes Añade una fo... Rendimiento Anunciarse

Editar produ... Editar servici... Reservas Preguntas y r... Añadir noved... Solicitar reseña

Datos de rendimiento de... Consultas las nuevas interacciones y los resultados de tu empresa

Añadir novedad Comparte las novedades de tu empresa

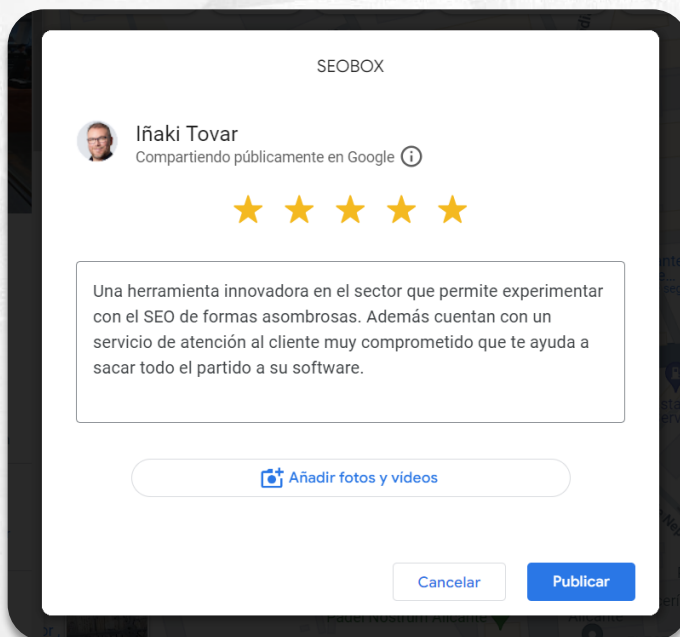
Consigue más reseñas Comparte tu formulario de reseña con clientes que han visitado tu empresa.



A continuación, copia el enlace directo para solicitar una reseña desde este icono:



Ahora podrás enviar dicho enlace a todos tus usuarios (por la vía que quieras Whatsapp, email, RRSS, etc.) para que puedan dejar una amable opinión sobre tu negocio.



6

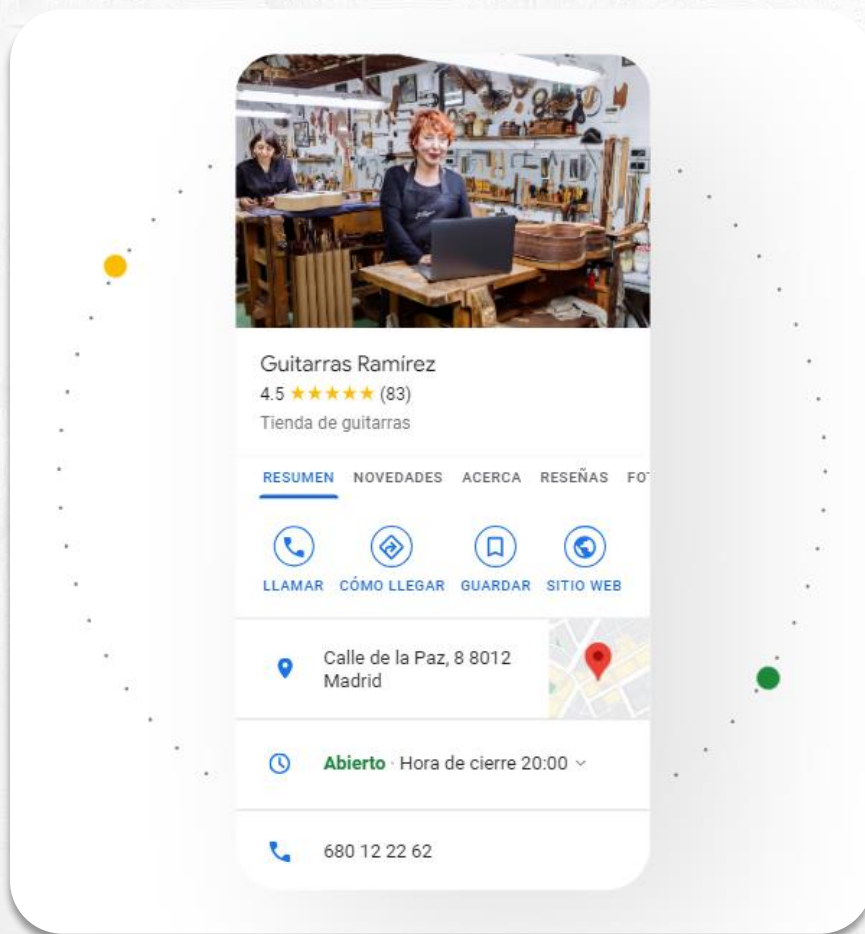
ACTUALIZACIÓN CONSTANTE

Es importante que mantengas la ficha viva:

- ◆ Ve añadiendo más fotos.
- ◆ Contesta a todas las reseñas (Sí, especialmente las malas)
- ◆ Mantén actualizado tu horario.

Puedes incluso escribir pequeñas publicaciones, te dejo más información aquí:

<https://support.google.com/business/answer/7662907?hl=es>



Fuente de la imagen: [Google.com/intl/es_es/business](https://support.google.com/business/answer/7662907?hl=es)



7

VITALINK MAPS

Falta la guinda. La especia que le da el toque especial al plato. Y esa es **Vitalink**.

Si todavía no lo conoces, **VitalinkPro** es un servicio con el cuál puedes **'vitaminar' todo tipo de cosas**: enlaces, vídeos de YouTube... y fichas de Google My Business Profile. Ahora mismo ésta última opción es la que te interesa, y puedes hacerlo en apenas dos minutos desde la web de **VitalinkMAPS**.

Pero ¿qué quieres decir 'vitaminar'? Te lo explico en un minuto.

Imagina que eres Google y que, gracias al resto de consejos que te he explicado hasta ahora, pasas de aparecer 10 veces al mes con tu ficha en el buscador a 50 veces, por ejemplo. Si además de aparecer mucho más, ve que la gente hace clic en tu ficha, en el enlace a la web... ¿no creerías que es **un buen resultado** que gusta y lo mantendrías o mejorarías su posición?

Desde luego. Pero **¿Y si en lugar de aparecer 50 veces tu ficha apareciera 150 veces manteniendo el mismo nivel de alta interacción?** Exponencialmente mejor.

VitalinkMAPS

Dale fuerza a tu ficha de Google MAPS con tráfico real geolocalizado y [destaca frente a tus competidores](#)



Eso es precisamente lo que hace VitalinkMAPS: Buscar en Google las palabras clave por las que quieras aparecer y, una vez encuentre tu ficha, **interactuar con ella accediendo desde ahí a tu página web para enviar señales a Google** de que eres el mejor resultado, acelerando así los resultados.

Si quieres saber más sobre este servicio, [¡echa un vistazo aquí!](#)

IMPORTANTE: Al final de esta guía encontrarás un enlace para probar un mes **GRATIS** de este potente servicio.



Solo tendrás que indicar el nombre y un par de datos de tu ficha, y las búsquedas (criterios) en las que quieras mejorar posiciones. Una vez completado, Vitalink comprobará y confirmará que todo es correcto y empezará a trabajar.

VitalinkGMB
Vamos a vitaminar TU FICHA de GOOGLE MY BUSINESS® para subir sus posiciones.


Datos de la ficha
Introduce los siguientes parámetros para que el sistema pueda [localizar](#) tu ficha en los resultados de GMB.

Url del sitio web
Introduce la URL exacta de tu web a la que se accede desde la ficha de Google My Business®.

CRITERIO
Introduce el criterio por el que quieres que se posicione tu ficha. Recuerda que este debe aparecer en el título de la ficha.

GEOBOX
¿Quieres comprobar el ranking geolocalizado de tus criterios? elige tu provincia.

NOTA: Una vez seleccionada provincia, no podrá modificarse.



Haz clic en la siguiente imagen para ver ampliado el ejemplo...



SITIO WEB

Hemos hablado mucho de MBP (My Business Profile) pero... ¿Y la web?
¿Qué podemos hacer para mejorar el SEO local en nuestra propia página web?

Bueno, también hay muchos detalles que podemos optimizar.



1 Meta Titles, Meta Descriptions y Encabezados

El onpage más básico de todas la vida. Como el color negro, nunca pasa de moda.

Introduce (con medida) la localidad o localidades donde operes en las etiquetas "meta title", "meta description" y en tus encabezados:

'Floristeria en Alicante'

'Escuela de idiomas Tarragona'



2

Datos estructurados

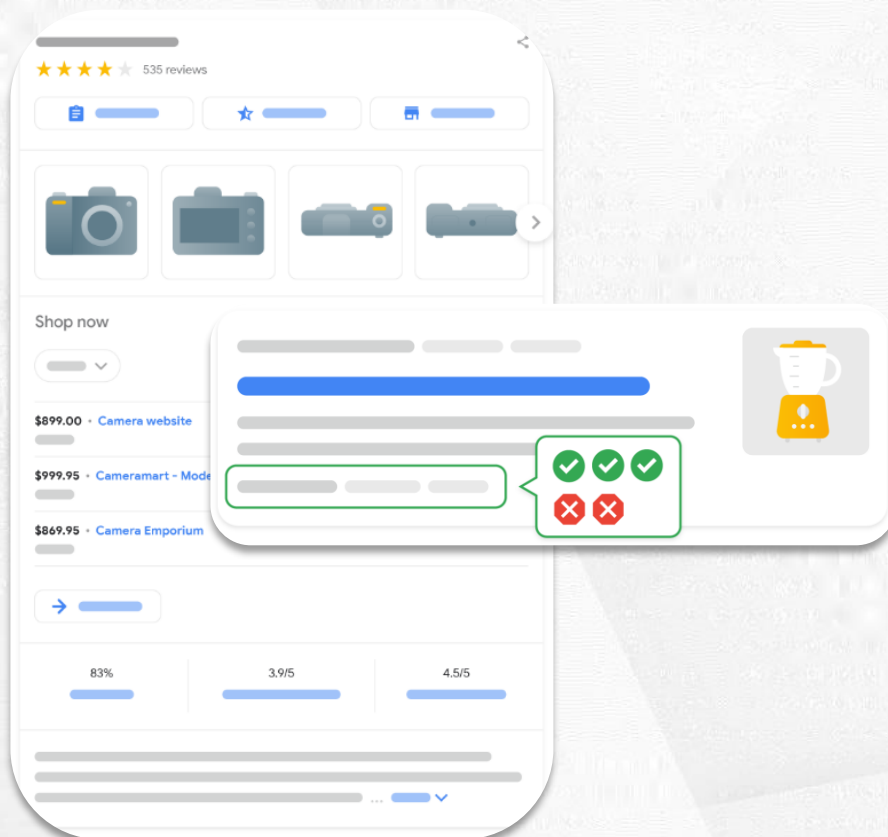
Incluye marcado Schema (preferiblemente en formato Json) en la home y página de servicios indicando toda la información posible sobre tu local/negocio.

Por lo menos el de LocalBusiness: <https://schema.org/LocalBusiness>

Ten en cuenta que el listado de marcados posible es muy extenso (y va aumentando), con lo que es posible que tengan uno aún más concreto para tu caso.

Hay colegios, dentistas, refugios de animales, casinos...

Busca el tuyo en la lista completa: <https://schema.org/docs/full.html>



Fuente de las imágenes: developers.google.com



3

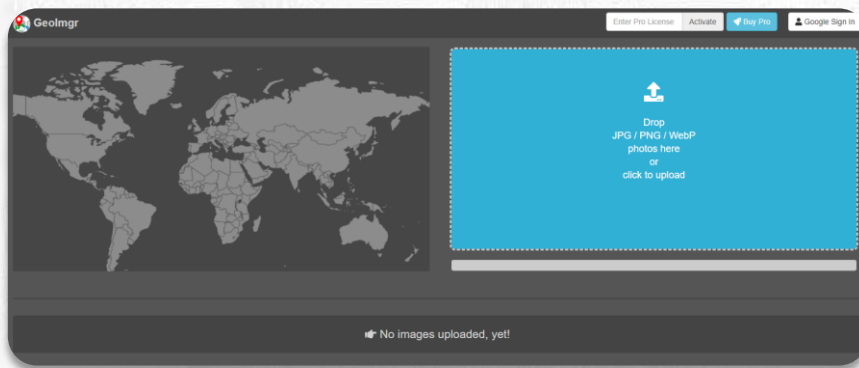
Imágenes

Aprovecha y nombre las imágenes que subas a tu web con cosas como 'dentista-barcelona.jpg'. Lo mismo para el ALT.

Aquí hemos venido a jugar fuerte, y Google Imágenes también lo vamos a tener en cuenta.

Puedes incluso geolocalizar tus imágenes aquí:

<https://www.geoimgr.com/>



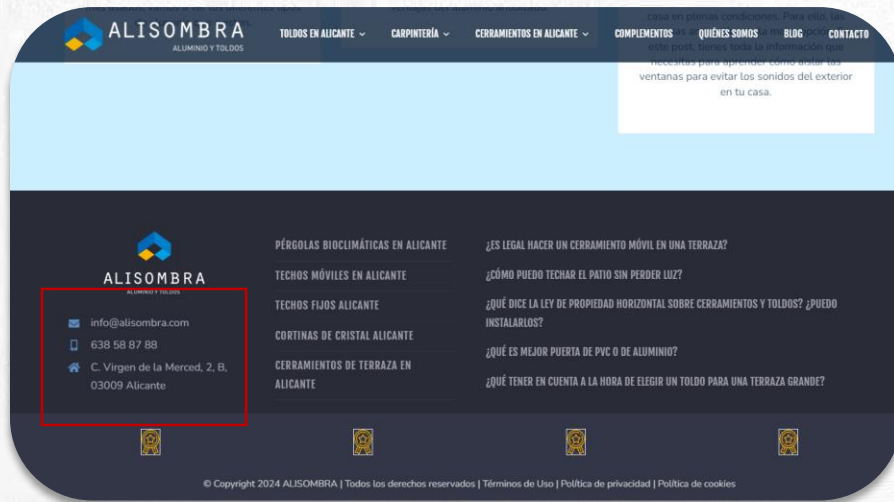
4

NAP

Oh sí, de nuevo el nombre de la empresa, dirección y teléfono.

Ponlo en un sitio como el footer, accesible desde todas las páginas y escrito IGUAL que en la ficha de Google My Business Profile.

Vamos a ponérselo fácil y consistente al buscador.



5

DIRECTORIOS

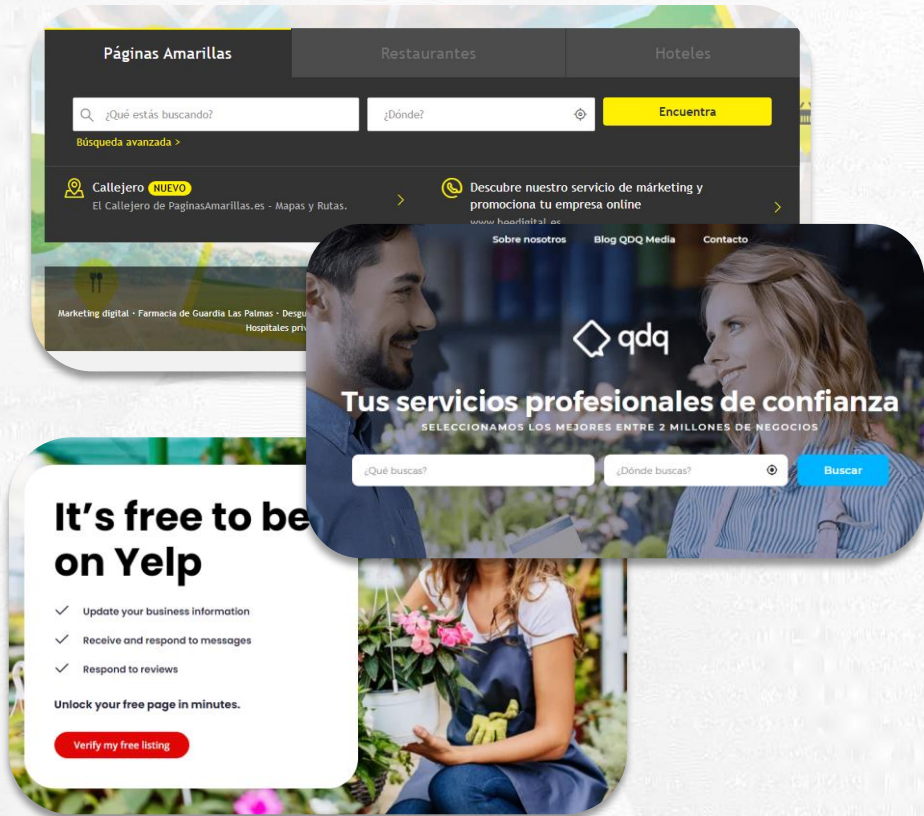
Para remarcar aún más nuestra geolocalización, date de alta en algunos directorios locales.

Siempre enlazando a tu web y manteniendo la consistencia en el NAP y demás detalles.

<https://www.paginasamarillas.es/>

<https://www.qdq.com/>

<https://business.yelp.com/>



6

BLOG

Si tienes un blog, plantéate la posibilidad de escribir sobre temas locales, o en los que sea fácil poner alguna referencia.

Negocio en Girona:

'La fiesta de las flores llega a Girona un año más'
'¿Dónde comprar flores un sábado en Girona?'

Bueno... tú me entiendes.



Fuente de la imagen: spain.info

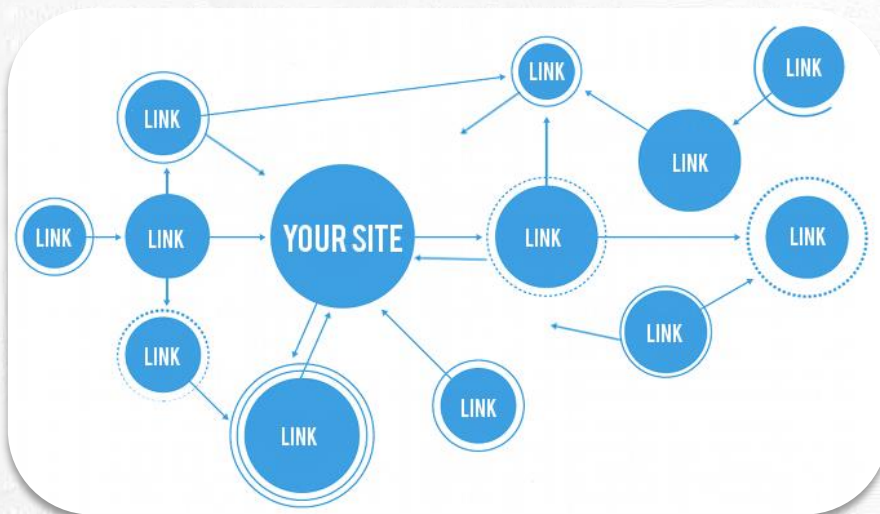


7 LINK BUILDING

Esto no falla nunca tampoco. Los viejos enlaces.

Intenta conseguir enlaces desde webs de la zona. Pongamos un ejemplo top que sería la web del ayuntamiento, pero servirá cualquiera.

Todo lo más 'natural' posible, por favor.



Fuente de la imagen: blogesfera.com

Pero una vez optimizamos la web ¿cómo seguimos la evolución de las palabras clave?



7

SEGUIMIENTO CON RANKBOX

Aquí entra en juego RankBox, ya que para temas de geolocalización es claramente la mejor opción.

Lo primero es crear el proyecto y las keywords a seguir:

The screenshot shows the RankBox configuration interface. It includes a form with the following fields and options:

- Nombre:** Instalaciones Ortega
- Protocolo:** HTTPS
- Dominio:** instalacionesortega.com
- Tipo búsqueda:** Three radio button options: "Solo búsquedas en escritorio" (selected), "Solo búsquedas en móvil", and "Búsqueda en escritorio y móvil (el número de criterios computará doble)".
- Criterios:** A list of search terms: "instalacion calefaccion barcelona", "instalador gas barcelona", "aire acondicionado barcelona", "lampista sabadell", and "instalador de calderas cerdanyola".

Below the criteria list, there is a small instruction: "Introduce en este campo tu lista de criterios separados por coma (comas en criterios deben ir escapadas: \). Puedes añadir hasta 470 criterios."

Pero lo chulo viene ahora, porque al tener IP's por todo el país, podemos escoger desde qué sitio queremos que nos haga la comprobación de posiciones.

Esto se hace con la opción de Geobox.

En este caso cojo Barcelona, pero puedo elegir hasta 5 a la vez:

The screenshot shows a modal window titled "Provincias" (Provinces) for selecting geolocation. The modal contains the following text and options:

Haz la selección de provincias (máximo 5) por las que quieres obtener datos localizados.

| | |
|------------------|------------|
| Alava | Albacete |
| Alicante | Almería |
| Asturias | Baleares |
| <u>Barcelona</u> | Burgos |
| Cáceres | Cádiz |
| Cantabria | Castellón |
| Córdoba | Coruña, La |
| Gerona | Granada |
| Guipuzcoa | Huelva |
| Jaen | León |

The modal also shows a progress bar at the top right indicating 47% completion.



A partir de entonces puedo llevar un seguimiento claro de cómo está mi proyecto en MI CIUDAD que es lo que realmente nos interesa si somos un negocio local.

| Barcelona |
|-----------|
| 5 |
| 6 |
| 8 |
| 8 |
| 8 |

Puedes ver la posición actual, la anterior, la mejor a nivel histórico o con la que empezaste al dar de alta el proyecto.

Todos los detalles que necesites para controlar al milímetro tu visibilidad online.

| Actual | Anterior | Mes | TOP | Inicio |
|---------------|---------------|-----|---------------|---------------|
| 5 19/11/20 | 5 10/11/20 | - | 5 19/11/20 | 5 06/11/20 |



Espero que, si tienes un negocio local, esta guía te pueda ayudar a mejorar tu situación en Internet y si tienes cualquier duda, por aquí nos tienes 😊

¡Saludos y a por esas búsquedas locales!



Carlos Ortega

POTENCIA TU SEO LOCAL EN PILOTO AUTOMÁTICO



PRIMER MES **GRATIS** DE VITALINK MAPS



[QUIERO MI MES GRATIS](#)

Haz clic en el botón de arriba y envíanos un WhatsApp indicando el email con el que te has descargado esta guía. **Recibirás al instante el enlace exclusivo para activar tu mes GRATIS.**





www.seobox.club

