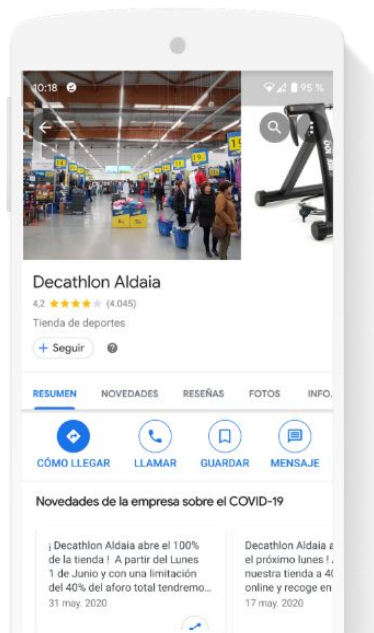




Google My Business

Cómo optimizar las fichas de empresa

Consejos para la recuperación



NUEVO

1. Crea publicaciones relacionadas con el COVID-19

Usa las nuevas publicaciones sobre COVID-19 para compartir las últimas novedades. Por ejemplo, puedes añadir información sobre cambios en el horario comercial y cierres temporales de tiendas, medidas de higiene y seguridad puestas en marcha, cambios en cómo funcionan las tiendas, atención a mayores, etc. La información sobre el COVID-19 se muestra de forma más visible en la ficha, lo que te permite destacar ante tus clientes.

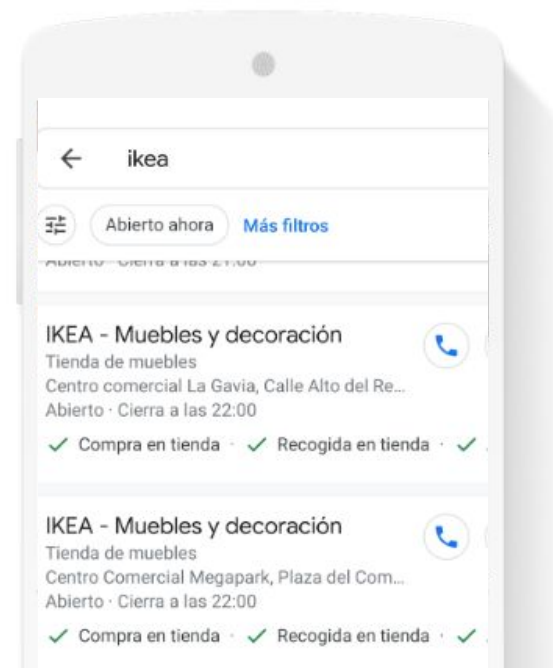
[Crear una publicación relacionada con el COVID-19](#) →

NUEVO

2. Añade atributos para mostrar lo que ofreces a los clientes

Las tiendas y restaurantes pueden añadir atributos a sus fichas para informar de lo que ofrecen. Para las tiendas, ahora se incluyen Opciones de servicio como "Compra en tienda", "Recogida en tienda", "Recogida sin contacto" y "Envío". Los restaurantes cuentan con opciones como "Servicio de comida", "Comida para llevar", "Servicio a domicilio" y "Entrega sin contacto". Los nuevos atributos estarán visibles para los clientes que busquen tu empresa en Google Search y Maps. Los atributos disponibles aparecen marcados con el signo "✓" y los no disponibles, con una "X".

[Añadir o editar atributos](#) →





3. Actualiza tu estado y el horario de apertura

Puedes [reabrir](#) un establecimiento que está marcado como [cerrado de forma permanente](#) o [cerrado temporalmente](#). Si fuera necesario, puedes actualizar tu horario de apertura para que los clientes sepan cuándo pueden visitarte. [Consulta cómo actualizar el horario](#). También puedes programar horarios especiales por festivos, eventos especiales u otras circunstancias excepcionales. [Definir un horario especial](#)



4. Usa etiquetas para facilitar los cambios en bloque

Si gestionas varios establecimientos, las etiquetas te permiten organizarlos en grupos. Esto resulta muy útil cuando necesitas hacer un cambio en varios establecimientos a la vez; por ejemplo, cuando tienes varias tiendas listas para la reapertura. [Utilizar etiquetas](#)



5. Comprueba que todas tus fichas estén verificadas

Asegúrate de que la información de tu empresa está verificada y de que tu ubicación se muestra como "Activa" y aparece marcada con el signo verde "✓". Si está marcada con el signo rojo "!", [verifica tu ficha de empresa](#) o [ponte en contacto con el equipo de asistencia](#).



6. Comparte el acceso a tu cuenta con varios usuarios

Si gestionas varias ubicaciones, crea un grupo de ubicaciones para activar el acceso compartido. Una vez agrupadas, comparte el acceso con otros usuarios. Un grupo de ubicaciones funciona como una carpeta compartida. Añadir propietarios de grupos de ubicaciones



7. Mantén actualizada la información de tu empresa

¡Las fichas completas generan, de media, 7 veces más clics! Comprueba que los datos básicos están incluidos: número de teléfono, sitio web, horario de apertura y fotos.



8. Responde a reseñas y preguntas de clientes

Dos de cada tres clientes afirman que las reseñas positivas son un factor importante a la hora de elegir una ubicación. Las respuestas como propietario te permiten establecer relaciones con los usuarios, por lo que debes comprobar las reseñas de los clientes de forma regular y responderlas. [Responder a reseñas](#)



9. Añade fotos y vídeos

El 90 % de los clientes son más propensos a visitar un establecimiento que tiene fotos en la página de resultados de la Búsqueda o Maps. Añadir fotos ayuda a que los usuarios reconozcan tu negocio. Elige una foto de portada y un logo en alta calidad, y añade fotos que muestren la tienda, el personal o los productos y servicios que ofreces. [Añadir fotos o vídeos a fichas de empresa](#)



10. Activa los mensajes y mantén el contacto con tus clientes

La función de mensajes permite comunicarse fácilmente a propietarios y clientes. Puedes responder preguntas, contar tu historia y atraer más clientes a tu negocio. Los mensajes funcionan mejor cuando se establece una conversación entre la empresa y los usuarios. Para que la experiencia de interacción entre ambas partes sea la mejor posible, sigue nuestras [directrices sobre los mensajes](#).



11. Consulta qué funciones están disponibles para tu empresa

En la pestaña “Información” de tus ubicaciones puedes ver qué funciones podrían ser adecuadas para tu negocio. En función de tu categoría empresarial, podrás activar alguna de estas funciones: [Catálogo de productos](#), [platos populares de restaurantes](#), [servicios](#), [reservas](#).



12. Revisa las Estadísticas de empresa

Las Estadísticas te dan información valiosa sobre cómo te encuentran los usuarios a través de la Búsqueda de Google y Maps, y cómo interactúan cuando dan con tu empresa: llamadas de teléfono, solicitudes sobre cómo llegar a la tienda o visitas al sitio web. También puedes saber la procedencia de tus clientes, qué días tienes más probabilidades de recibir visitas y muchos otros datos de interés. [Consulta qué tipos de estadísticas puedes recoger sobre tu empresa](#)

¿Necesitas ayuda?

- Consulta el [Centro de Ayuda de Google My Business](#)
- Pregunta a la [comunidad de ayuda](#)
- [Contacta con el equipo de asistencia](#)

