

Sumario

1. [Perfil de empresa: datos para crear una ficha](#)
2. [Protocolo para solicitar reseñas.](#)

Perfil de Empresa (GMB) - DATOS PARA CREAR UNA FICHA

El Perfil de Empresa (antiguo Google My Business) sirve para que las empresas puedan ganar visibilidad en el propio buscador y proporcionar información relevante de la empresa a sus clientes.

Esta herramienta te permite mostrar:

- Dirección
- Teléfono
- Página web
- Mostrar tus productos o servicios
- Horario
- Fechas especiales o cambios de horarios
- Publicar información relevante para tus clientes
- Subir fotos
- Hacer publicaciones
- Publicar ofertas
- Obtener reseñas de los clientes
- Activar un chat para tus clientes

VENTAJAS DE USAR EL PERFIL DE EMPRESA DE GOOGLE

- Más tráfico a tu web
- Mayor número de llamadas
- Más visitas a tu ubicación física (si tienes)
- Dar a conocer productos o servicios (sin necesidad de web)
- Interactuar con los clientes
- Obtener reseñas. Las positivas generan mayor confianza, y las negativas te permiten conocer qué aspectos debes mejorar.

PASOS PARA LA CREACIÓN DE UNA FICHA EN GMB:

1. Inicia sesión con tu cuenta de gmail.
2. Ve a la pestaña de Perfil de Empresas
3. En la parte derecha, verás un botón azul que pone “Añadir empresa”. Clica

4. Si todavía no tienes la ficha creada, deberás seleccionar “Añade tu empresa en Google”
5. Rellena la información que te pide Google My Business.

INFORMACIÓN QUE PUEDES AÑADIR (ficha sin verificar):

- Nombre de la empresa
- Categoría empresarial
- Número de teléfono y página web (si tienes).
- Añadir tu horario comercial (lo podrás modificar siempre que quieras).
- Descripción de tu empresa. Tienes un límite de 750 caracteres por lo que intenta comunicar lo que haces: tus servicios, productos, lo que te diferencia de tu competencia, etc., de forma clara y concisa.
- Subir fotos de la empresa, del equipo, el logotipo, fotos del exterior, de los productos, etc. Es muy recomendable hacerlo siempre y publicar nuevas fotos periódicamente.

Una vez tienes tu ficha creada en Google My Business, **necesitas verificarla**.

El proceso puede tardar hasta 13 días, pues deberás recibir el código de verificación por correo postal.

OPTIMIZAR LA FICHA (una vez verificada):

Si bien es cierto que parte del trabajo ya lo hemos hecho cuando hemos creado nuestra ficha de Google My Business, la recomendación es que revises que toda la información está completa y actualizada. Y que de vez en cuando alimentes con nuevas fotos, ofertas, o novedades, la ficha.

Información sobre tu empresa

- **Nombre de tu empresa**
- **Categoría empresarial.** Aquí debes saber que puedes seleccionar varias categorías. En algunas ocasiones puede que tu empresa no encaje en una única categoría y por tanto, es recomendable que pongas más de una.
- **Descripción.** Intenta que tu descripción comunique bien lo que ofreces, el valor que le aportas a tus clientes y lo que te diferencia de tu competencia.
- **Fecha de apertura.** Fecha en la que se abrió tu empresa.
- **Contacto:** Teléfono y Sitio Web.
- **Ubicación y zonas.** La dirección debe corresponder con la dirección en la que está tu empresa, (la ubicación física), siempre y cuando tengas alguna. Si ofreces servicios pero no tienes ninguna tienda o espacio físico en el que los clientes te pueden visitar y comprar tus productos o servicios déjalo vacío.

- **Zonas de servicio.** Aquí debes poner las zonas en las que ofreces servicios. Puedes poner hasta 20 pero recuerda que, según las directrices de Google, no puedes poner ninguna zona de servicio que esté a más de 2 horas de trayecto del lugar donde se ubica tu empresa y siempre debes poner las zonas en las que tienes contacto presencial.
- **Horario.** Horario y días festivos o fechas especiales
- **Añadir “otro horario”.** Esta sección está pensada para que puedas poner otros horarios como “entrega a domicilio”, “happy hour”, “Para llevar”, etc
- **Más.** En esta sección encontrarás espacio para ofrecer información de otra índole.
- **Información proporcionada por la empresa.** Atributos para que tus clientes te conozcan mejor.
- **Accesibilidad.** ¿Tienes silla de ruedas? ¿Tu negocio está adaptado para discapacitados?
- **Planificación.** ¿Es necesario concertar una cita? En el caso que sea afirmativo, aquí es dónde debes ponerlo.
- **Servicios**

Leer y responder reseñas de clientes. En este apartado podrás leer (y responder) las reseñas de tus clientes. Recuerda que es importante que tus clientes dejen reseñas ya que si son positivas, van a generar mayor confianza a tus posibles clientes. En el caso de que sean negativas son una fantástica forma de conocer cuáles han sido tus errores y mejorar. **Un consejo:** [*invita siempre a tus clientes que te dejen una reseña.*](#)

Mensajes. En la sección de Mensajes puedes activar un chat para poder hablar con tus clientes de forma rápida y fácil. Mi recomendación es que lo actives siempre y cuando lo revises regularmente. De poco sirve tenerlo activado y que te lo mires cada dos semanas.

Añade fotos. Este apartado incluye:

- Foto
- Logotipo
- Foto de portada

Rendimiento: Estadísticas. Aquí podrás visualizar todo lo que consigues a través de tu ficha de GMB

- Detalles: Esta sección te da un resumen de las interacciones que ha recibido tu empresa.
 - Desglose por plataforma y dispositivo
 - Resultados de búsqueda
- Llamadas
- Mensajes
- Reservas
- Cómo llegar
- Clicks de sitio web

Crear un anuncio. Aquí puedes crear tu propio anuncio.

Editar productos. En este apartado puedes añadir nuevos productos o modificar los que tienes creados. Por ejemplo puedes definir en un producto la categoría principal a la que pertenece, el precio, añadir una pequeña descripción o incluso añadir un botón con un enlace hacia tu página web.

Editar Servicios. Algo parecido al punto anterior. Puedes añadir servicios en cada una de las categorías que tienes creadas.

Preguntas y respuestas. En esta sección los clientes pueden añadir preguntas que la empresa puede responder, es un apartado realmente interesante para el usuario ya que puede resolver sus dudas de forma muy cómoda.

Añadir novedad

- Novedad
- Oferta
- Evento

Protocolo para lograr reseñas en el perfil de Empresa (GMB)

1. Decide cómo pedir a los padres y a otros públicos que escriban reseñas. Puede ser tras una tutoría, de la que salgan contenidos, o a través de WhatsApp a padres concretos.
2. Escribe un mensaje -que también se pueda imprimir como un tarjetón- para que quienes soliciten reseñas sepan transmitirlo correctamente. En el mensaje genera un código qr que lleve directamente a las reseñas ([mira cómo se hace](#)).

Ejemplo:

Muchas familias leen las opiniones que aparecen en Google sobre los colegios y se fían de la experiencia de otros padres.

Por eso te agradeceríamos mucho que, con toda libertad y confianza, escribieras cuál es la tuya.

Si fuera posible, detalla en qué ha consistido: quizá en un aspecto de trato personal, o en la calidad educativa de una asignatura o en un proyecto de innovación, en las actividades extraescolares, las instalaciones, etc.

Te dejamos el código qr para que accedas a las reseñas. ¡Muchas gracias! (imagen del código qr).

3. Es relevante que redacten textos sobre cuestiones concretas, pues Google organiza las reseñas por temáticas de los comentarios recibidos hasta el momento.