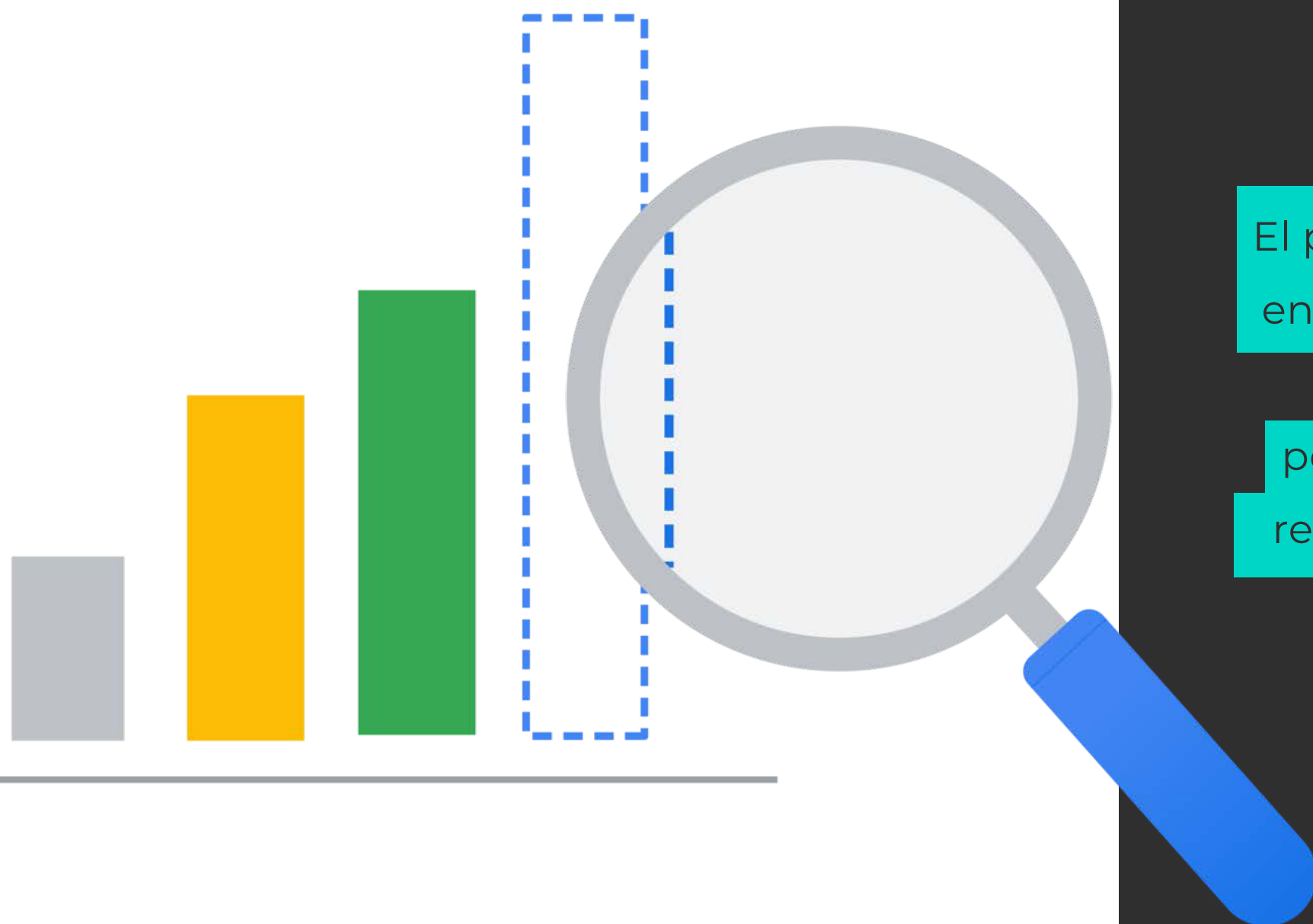


POSICIONA TU PÁGINA
CON UNA ESTRATEGIA

SEO





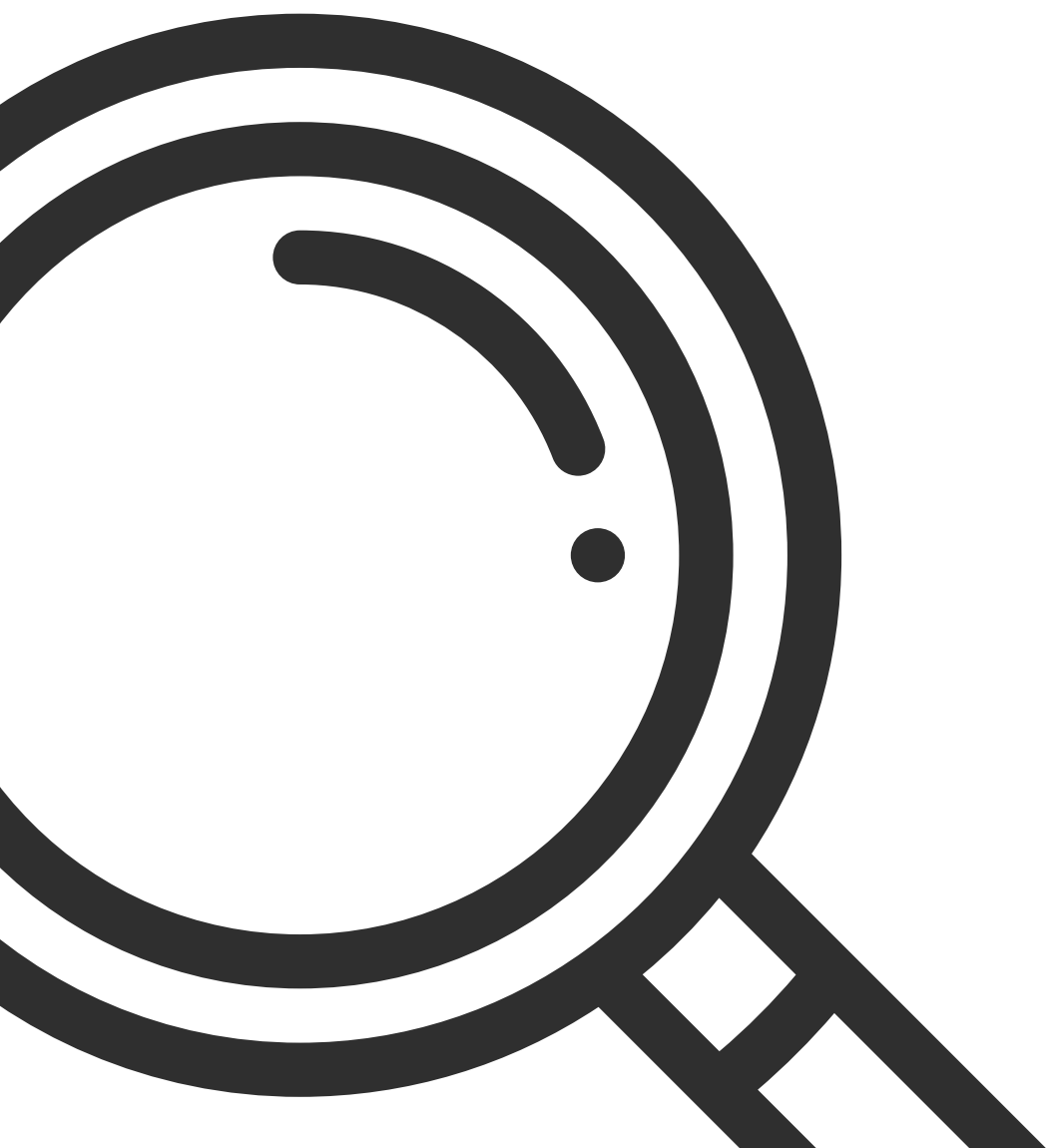
El posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda o SEO, es un conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de Google, Bing u otros buscadores de internet.

Índice

- 4. ¿Qué es el SEO LOCAL?
- 5. ¿Por qué es importante el SEO LOCAL?
- 7. ¿Qué es SERP?
- 9. Beneficios del SEO LOCAL
- 10. ¿Cómo funciona el SEO LOCAL?
- 11. Diferencias entre SEO LOCAL y SEO en Página Web
- 15. Herramientas para implementar SEO LOCAL
- 16. ¿Cómo hacer SEO LOCAL?
- 17. SEO ON PAGE
- 19. NAP
- 20. Conclusión



¿Qué es el SEO LOCAL?

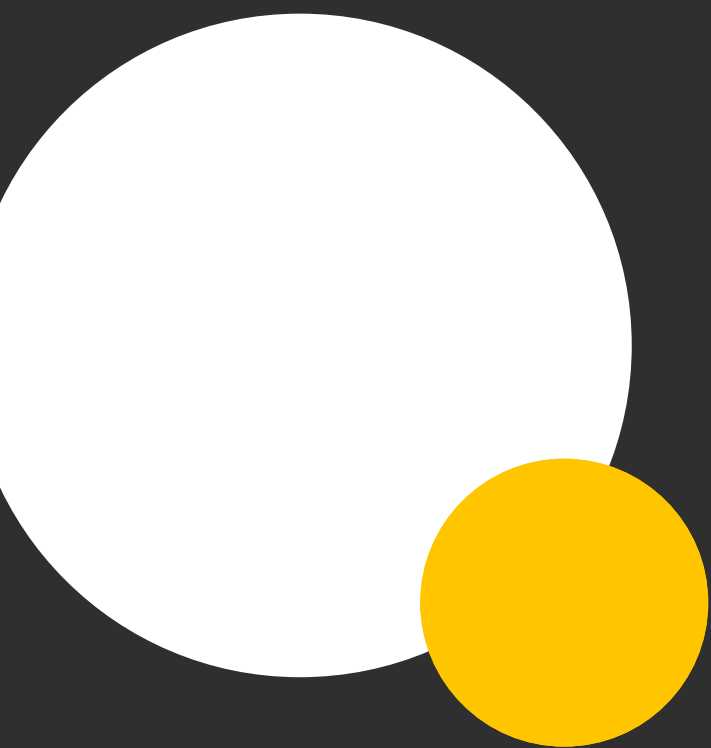


El **SEO LOCAL** es un proceso estratégico que se enfoca en enfatizar los esfuerzos de optimización de los negocios locales conocidos como *“brick and mortar”* en inglés, es decir, aquellos negocios que tienen a la tienda física como única protagonista de su oferta comercial.

El objetivo del **SEO LOCAL** es hacer que los usuarios encuentren negocios locales en una determinada ubicación geográfica. Si tienes una buena estrategia de posicionamiento local, tendrás más posibilidades de que tu potencial cliente te encuentre a ti y no a tu competencia.

Claro está que el **SEO LOCAL** no es apto para todas las marcas. Una empresa que no tiene un punto de venta físico no le va a hacer mucha falta esta vertiente del SEO.

¿Por qué es importante el **SEO LOCAL?**



46%

De todas las búsquedas en Google tienen una "intención local", por ejemplo un usuario busca "cafeterías cerca de mí" o "farmacias cerca".

76%

De los consumidores que buscan algo local en su teléfono visitan una tienda ese día.

29%

De todas las SERP de Google contienen un dato enriquecido o Featured Snippet en el resultado, como: dirección, calificaciones y reseñas, número de teléfono, disponibilidad y hora de apertura y cierre de la tienda física.

45%

De los usuarios que busca un negocio en Google, selecciona aquel que le permite llegar al local a través de la dirección registrada en Google Maps.

¿Qué es SERP?




SERP significa “Página de Resultados de Búsqueda” o “Search Engine Result Page” en inglés.

Tanto si tienes un negocio en internet como si tienes un blog personal, uno de los factores que más debería preocuparte es llegar al mayor número posible de lectores.

Y la mejor forma de lograrlo es estando en las primeras posiciones de los buscadores web para ciertas palabras clave relacionadas con tu temática.

Pero llegar a estas posiciones no es nada fácil. En muchas temáticas es una guerra entre webmasters y SEOs que intentan rankear en Google gracias a la optimización de los textos, a responder a la intencionalidad de búsqueda de los usuarios y al link building (hay muchas más técnicas, pero estas son las que primero deberías dominar).

Beneficios del **SEO LOCAL**




El SEO LOCAL puede ayudarte a conseguir nuevos clientes



Aumenta tu visibilidad a un 100%

El 2021 nos reta a buscar nuevos canales de comunicación y el SEO LOCAL es una buena opción porque podrás decirle a tus clientes dónde estás ubicado, tus horarios de apertura y números de teléfono



En la última actualización de Google agregaron los procesos de compras directas, esto hace que sea una excelente opción.

¿Cómo funciona el SEO LOCAL?

Algo que debes saber es que el **SEO LOCAL** funciona como una búsqueda de Google "normal".

Cuando alguien realiza una búsqueda, Google analiza su índice para proporcionar los mejores resultados para la consulta de esa persona.

El **SEO LOCAL** tiene un conjunto de señales de clasificación únicas, que incluyen:

- La ubicación desde donde la persona está buscando
- Presencia en Google My Business
- Palabras clave utilizadas en el perfil de Google My Business
- Existencia de reseñas en la ficha o perfil de Google My Business
- Palabras clave utilizadas en las reseñas online

Diferencias entre

SEO

LOCAL Y

SEO

en Página Web



Academia de Repostería Artesanal Mi Dulce Creación D.A.

3,8 ★★★★★ (36) · \$\$ · Panadería

Calle 40 · 0212-4716211

Cerrado · Horario de apertura: mar. 09:00

✓ Compras en tienda

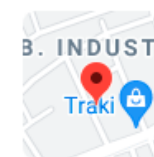


Repostería Caracas C.A.

No hay opiniones. · Fábrica

1020, Av. San Martín · 0212-4610844

Cerrado · Horario de apertura: lun. 08:00



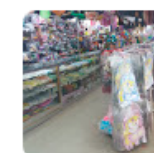
EL PALACIO DE LA REPOSTERIA C.A

4,1 ★★★★★ (135) · Comercio

Calle Colombia · 0212-8722647

Cerrado · Horario de apertura: lun. 08:00

✓ Compras en tienda · ✓ Retiro en tienda



El **SEO LOCAL** es el más interesante para los negocios con presencia física, en cambio el **SEO** abarca páginas web donde solo se quiere dar a conocer un servicio o tener presencia digital.



A través de **SEO LOCAL** tu negocio aparecerá en Google Maps señalado con el Pin de Google, mientras que con **SEO en página** mejorarás el posicionamiento orgánico en buscadores.



<https://unbuendiaenbarcelona.com> › las-10-mejores-ha... ▼

[Las 10 mejores hamburguesas de Barcelona · Un buen día en ...](#)

8 feb. 2021 — En UBDEB os traemos las 10 mejores hamburguesas de Barcelona, una selección de las hamburguesas gourmet de referencia en la ciudad ...

<https://www.timeout.es> › barcelona › restaurantes-bares ▼

[La lista definitiva de hamburguesas de Barcelona - Time Out](#)

12 abr. 2021 — Es un hecho: Barcelona es territorio de hamburguesa gourmet. En los últimos diez años, tomando como zona cero de la hamburguesa ...

<https://www.tripadvisor.com> › Restaurants-g187497-zf...

[LOS MEJORES sitios de Hamburguesas en Barcelona ...](#)

El mejor Hamburguesas de Barcelona, Provincia de Barcelona: Encuentra 393.533 opiniones de viajeros de Tripadvisor sobre los mejores Hamburguesas y ...

Una de las mejores ventajas del **SEO en página web** es que puedes captar tráfico cualificado con solo posicionar tu contenido con las palabras clave que realmente te identifican, mientras con el **SEO LOCAL** puedes decirle a tus posibles clientes: horario de apertura, teléfonos de contacto y dirección exacta de tu negocio.

Herramientas

para implementar

SEO LOCAL

Ahora que ya sabes la importancia del **SEO LOCAL** y cómo optimizar tu web para aparecer en las búsquedas de tu ciudad, es momento de utilizar herramientas externas que también te ayudarán a tener un buen posicionamiento local.

GOOGLE MY BUSINESS

Sin duda alguna tener un perfil en Google My Business es la tarea más fácil de hacer, pero que tiene una de las mayores repercusiones en el **SEO LOCAL**.

Si no tienes presencia en la plataforma tienes que comenzar creando una ficha de tu local dentro de esta plataforma. Con esto vas a lograr que tu negocio aparezca cuando un usuario haga una búsqueda en Google Maps.

DIRECTORIOS

Aparecer en la lista de empresas de Google My Business es un paso imprescindible para tener un buen **SEO LOCAL**, pero también es importante aparecer en otras plataformas que ofrezcan listados semejantes: los directorios.

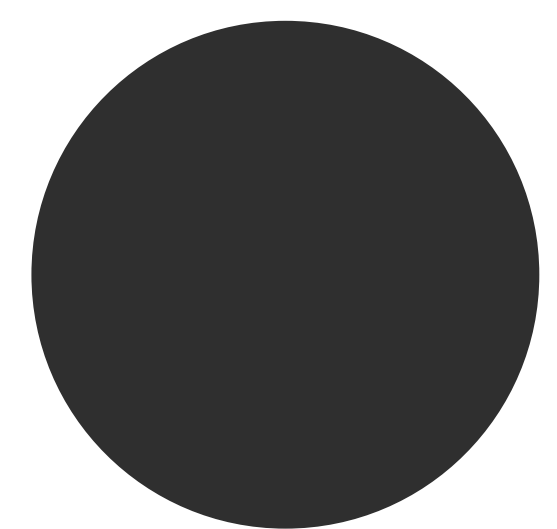
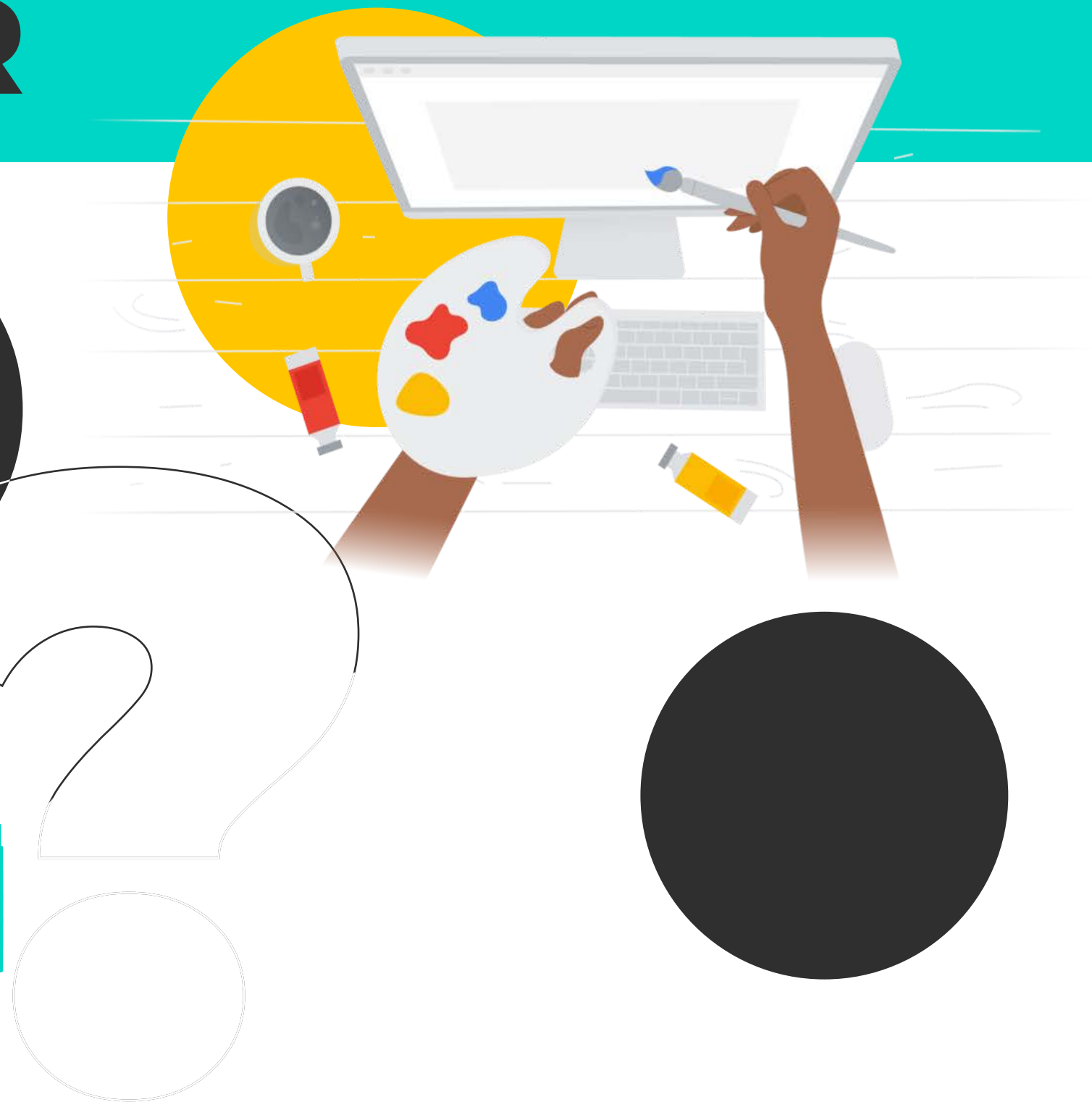
Localiza los directorios locales y nacionales de mayor relevancia para tu sector y que tengan una autoridad para Google. Algunos de ellos son:

- Páginas amarillas
- Foursquare
- Yelp

¿CÓMO HACER

SEO

LOCAL



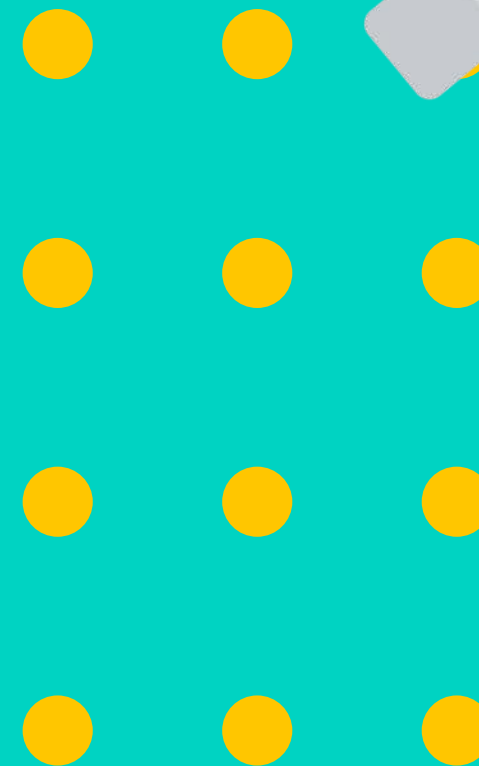
SEO ON PAGE

Lo ideal para potenciar el posicionamiento de tu negocio es que incluyas algunos factores como, agregar la palabra clave por la que te quieres posicionar + “tu ciudad”, dentro de las keywords a la que estás tomando en cuenta para tu web.

La optimización es la llave maestra para lograr que el SEO de negocio funcione, puedes hacerla a través de:

Crear una página en concreto atacando a esa “palabra clave + ciudad”.

Añadir tus datos de localización en el header o footer y en páginas necesarias como la de “Contacto”.



¿Tienes una web en wordpress?

Si ya tienes una web creada en Wordpress, agrega una página donde añadas esa “palabra clave + el nombre de tu ciudad”. Tomando en cuenta los factores claves, cómo:

- Deja muy claro la zona donde te encuentras. Si agregas, palabra clave + ciudad: tu keyword se vuelve mucho más específica con tan solo añadir tu ciudad, pero si también incluyes el nombre de la comunidad en la que se encuentra, será aún más selectivo.
- URL: Utiliza una palabra clave con la que se quiere posicionar.
- Encabezados: las etiquetas “H” son, como siempre, un gran aliado al momento de posicionar. Por tanto, asegúrate de:

H1: sea la palabra clave + tu ciudad

H2, H3...: palabras clave relacionadas e incluyendo (sin abusar) el nombre de la ciudad.

SEO semántico: El contenido de tu página debe tener keywords relacionadas a la palabra clave principal a la que estás atacando.

Imágenes: A todas imágenes de tu página agrégale la keyword + tu ciudad.

Meta title: Añade el nombre de tu ciudad en el título de la página.

Meta descripción: Introduce el nombre de tu ciudad, además agrega los principales beneficios de asistir a tu local (precio, hora de atención, especialización, etc.)

Mapa de Google Maps: Este será uno de los mayores indicadores para que Google sepa, a través de tu web, dónde está tu negocio.

NAP

NAP o también conocido como “Name-Address-Phone” son los 3 datos de vital importancia si quieres posicionar tu web en un área geográfica.

Lo “único” que tienes que hacer para cumplir con este paso es que tu web debe mostrar dónde está localizado tu negocio y, aún más importante, repetir los mismos datos en todas las partes donde se muestre esta información.

Google siempre está analizando la web, así que si ve que estos datos coinciden en varios lugares, entonces, entenderá que es ahí dónde estás. Por lo tanto, tendrás mayor posibilidad de que tu negocio aparezca cuando alguien busque aquello que tú ofreces en la zona en la que tú estás.



Conclusión

El **SEO LOCAL** persigue posicionar tu negocio en áreas geográficas específicas y es imprescindible si te has marcado el objetivo de proyectar una imagen de marca, promover la diferenciación y desde luego, vender.





Contacto

Correo:

optimiza@MiNegocio.PRO

