

Capítulo 4

La empresa en Google



Contenido

1. Introducción
2. Conociendo Google
3. Requisitos para darse de alta en Google My Business. Ventajas de hacerlo
4. Empresas que deben estar en Google My Business
5. Pasos a seguir para dar de alta una página de empresa en Google My Business
6. Personalización de los servicios para empresa de Google
7. Google AdWords
8. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en Google My Business
9. Resumen

1. Introducción

Una vez se han conocido dos de las redes sociales con más usuarios a nivel global, Facebook y Twitter, en este capítulo se explicará Google, haciendo hincapié en su plataforma social Google+.

El origen de Google puede fijarse en el año 1995, como parte de un proyecto universitario de investigación llevado a cabo por Larry Page y Sergey Brin, dos estudiantes de posgrado de la Universidad de Stanford.

En un principio, en 1996, crearon una herramienta de búsqueda a la que llamaron Backrub, y que consistía en usar enlaces para determinar la importancia de páginas web concretas; pero no sería hasta el año 1998 cuando realmente naciera el motor de búsqueda Google. La sociedad Google Inc. fue fundada el 4 de septiembre de 1998.



Sabía que...

El nombre de Google se basa en el término matemático “gúgol”, que es el número uno seguido de 100 ceros.

Como se podrá ver en este capítulo, la importancia de esta empresa ha ido creciendo exponencialmente a lo largo de los años, y lo que en un principio nació como un motor de búsqueda se ha ido convirtiendo en una serie de servicios que abarcan desde la búsqueda por internet hasta la plataforma social Google+, pasando por todo tipo de servicios y aplicaciones. Todo esto ha llevado a Google a convertirse en el gran gigante de la informática en la actualidad.



Nota

Google+ es la plataforma social de Google, tal y como la propia empresa se encarga de recalcar. Se trata de mucho más que una red social: es una plataforma en la cual el usuario puede integrar todos los servicios que ofrece Google.

Este capítulo resultará muy importante para el conocimiento de los diferentes servicios a los que se puede acceder a través de Google, y que son de vital importancia para la empresa o negocio.

Servicios conocidos, como Gmail o Google Maps, se mezclarán con otros menos conocidos, como la plataforma social de Google, Google+, o el servicio Google My Business, que agrupa esta plataforma social, y Google Places para empresas.



Definición

Google Maps

Es una aplicación que permite visualizar mapas, además de buscar y compartir direcciones. También se denomina Google Places o, más recientemente, Google+ Local.

2. Conociendo Google

Como se ha dicho anteriormente, Google comenzó como un motor de búsqueda y ha ido añadiendo cada vez más servicios y productos, algunos de los cuales se enumerarán a continuación, haciendo hincapié en los más apropiados para las empresas.

Búsqueda de Google

Es el pionero de los servicios de la empresa. Se trata del buscador más importante del mercado, y permite buscar en una base de datos que contiene la mayor parte de páginas web existentes en internet. Permite realizar diferentes tipos de búsqueda, bien sea por imágenes, libros, noticias, etc.

Desde el punto de vista empresarial, es de vital importancia conseguir una buena indexación de la página web del negocio o empresa, si se tiene; y si no, de los contenidos que se publiquen en las diferentes redes sociales.

Google Mail

Es el servicio de correo electrónico de Google. Comúnmente conocido como Gmail, se trata del más potente y completo del mercado, y permite al usuario asociar su dirección de correo electrónico al resto de servicios de Google.

Google Maps o Google Places

Una aplicación que permite visualizar mapas, además de buscar y compartir direcciones. También se denomina Google Places o, más recientemente, Google+ Local.



Nota

Desde el punto de vista de un negocio, es muy importante darse de alta en Google Places, para que cualquier usuario de internet pueda saber dónde se encuentra situado y ver las indicaciones oportunas para acceder a él.

YouTube

Es un sitio web en el cual los usuarios comparten vídeos. Para un negocio, tal y como se verá en el siguiente capítulo, puede ser una herramienta de gran valor.

Google Chrome

Es el navegador web de Google. Dispone de una gran cantidad de extensiones que permiten diversas funcionalidades de gran utilidad. Toda la información que se produce cuando se navega con dicho navegador queda almacenada y se puede sincronizar a través de la cuenta de usuario de Google.

Google Drive

Permite almacenar contenido en la nube, todo tipo de archivos que el usuario puede guardar y acceder a través de su cuenta de Google desde cualquier dispositivo.

Google+

Es la plataforma social de Google; tal y como la propia empresa se encarga de recalcar, se trata de mucho más que una red social. Es una plataforma en la cual el usuario puede integrar todos los servicios que ofrece Google.

Para una empresa, se puede decir que Google+ es una herramienta de marketing muy importante, puesto que permite a los negocios promocionar sus productos y servicios, pudiendo acceder a una gran cantidad de usuarios. También contribuye a una mejor indexación del negocio en el buscador de Google.

Google My Business

Se trata de una plataforma ideada, como su propio nombre indica, para las empresas y negocios. Se podría decir que es un concentrador de las diferentes formas en las que Google permite vincular a los negocios locales con su entorno.

Permite mantener el contacto con los clientes, sea cual sea la forma en que busquen a la empresa, ya sea a través de Google+, de Google Places (también llamado para empresas Google+ Local o Google Places) o de la Búsqueda de Google.



Nota

El potencial de esta plataforma para empresas es enorme, puesto que permite que la empresa tenga, en un único sitio, todos los servicios que permiten una mejor y mayor facilidad para estar visibles y en contacto con los usuarios, y que estos puedan acceder a los datos de la empresa desde cualquier dispositivo y de una forma más cómoda.

Google Translate

Se trata del servicio de traducción de Google, que permite traducir tanto textos como páginas web.

Google AdSense

Es el servicio de Google que permite mostrar publicidad en las páginas. Se podría decir que es el intermediario. Permite obtener ingresos por compartir contenido en la red. Si se quiere que aparezca publicidad en la página web del negocio, habrá que darse de alta en este servicio.

Google Anuncios | AdSense [¿Ya tienes una cuenta? Inicia sesión](#)

Descripción general | [Por qué utilizar AdSense](#) | [Productos](#) | [Cómo funciona](#) | [Partners](#) | [Recursos](#) | [Casos de éxito](#)

Saque más provecho a su contenido online

Si quiere obtener ingresos mostrando anuncios relevantes e interactivos junto a su contenido online de forma flexible y sin complicaciones, Google AdSense es la opción ideal. Publicar anuncios de AdSense en su sitio web, en sitios para móviles y en los resultados de búsqueda de un sitio es muy sencillo.

Vea este vídeo para saber por qué más de dos millones de editores de todos los tamaños utilizan AdSense en todo el mundo.

[Empiece hoy mismo](#) o póngase en contacto con el departamento de ventas

AdSense me ha permitido vivir la vida con la que siempre había soñado
Greg Fidan, Editor
RealCarTips.com

Más información

<p>Ingresos Trabajamos con millones de anunciantes para mostrar anuncios relevantes de alta calidad, lo que se traduce en que usted obtiene más ingresos.</p>	<p>Controles Puede controlar el tipo de anuncios que aparece en sus páginas.</p>	<p>Estadísticas y métricas Los informes detallados le indican el rendimiento de su sitio.</p>	<p>Ingresos Trabajamos con millones de anunciantes para mostrar anuncios relevantes de alta calidad, lo que se traduce en que usted obtiene más ingresos.</p>
--	---	--	--

Página de inicio de Google AdSense

Google AdWords

Es la plataforma publicitaria para anunciantes de Google. Permite a las empresas crear anuncios para un sitio web, generalmente el suyo, o a través de las redes sociales.

A lo largo del capítulo, se hará una pequeña introducción a este servicio para aquellas empresas que quieran invertir en publicidad a través de la web.

Google Analytics

Se trata de una herramienta que proporciona Google para que las empresas puedan saber el uso que hacen los usuarios de su sitio web. Permite saber cómo los visitantes usan la página web, cómo han llegado a ella, y se ofrecen consejos para que puedan seguir visitándola. Se puede obtener todo tipo de informes referentes a lo relacionado con el sitio web y los usuarios que lo visiten.

Google Hangouts

Es una funcionalidad que está incluida dentro de Google+. Permite conectarse con cualquier persona del mundo que tenga una cuenta de Google+. Se pueden realizar llamadas y videoconferencias hasta con diez personas diferentes, lo cual, desde el punto de vista empresarial, es una gran ventaja con respecto a otro tipo de servicios de mensajería instantánea.

Google Sites

Es la herramienta gratuita que ofrece Google para crear un sitio web. Se trata de una aplicación *online*.

Google Local

Es un servicio de Google pensado para empresas y negocios, que permite a las empresas con sede física y que ofrezcan servicios en sus instalaciones una mayor visibilidad en las búsquedas y de cara a los usuarios.



Actividades

1. Cree una cuenta de Google y visite la nueva cuenta de correo electrónico creada.
 2. Instale el navegador Google Chrome y visite varios sitios web por los que navegue habitualmente, añadiendo alguno de ellos como favorito.
-

3. Requisitos para darse de alta en Google My Business. Ventajas de hacerlo

Como se ha visto con anterioridad, Google cuenta con gran cantidad de servicios que hacen indispensable que una empresa se dé de alta en una serie de ellos, pues la ayudarán a promocionarse en el mundo digital.

Promoción de la empresa en internet y redes sociales

Para darse de alta en los servicios de Google como empresa, es necesario disponer de una cuenta de correo electrónico de Gmail; con lo cual, si no se tiene una, habrá que crearla.

Además, para dar de alta una página de empresa en Google+, se requiere crear un perfil personal en la plataforma, tal y como se explicará en el capítulo siguiente, para poder crear la página desde dicho perfil personal.

También es conveniente, antes de crear la página de empresa en Google+, tener preparada una breve descripción de la empresa, la foto de perfil y la foto de portada para ella.

Google My Business

Inicia sesión o Aparece en Google

Inicio Haz que te encuentren Conecta con tus clientes Fácil gestión de tu negocio Preguntas frecuentes

Haz que tu negocio aparezca en Google gratis

Novedad: Google My Business te conecta directamente con los clientes, tanto si te buscan en la Búsqueda de Google, en Maps o en Google+.

Aparece en Google

Aparece en todo Google

Proporciona a los clientes la información adecuada

Crea relaciones duraderas

Google My Business

Ventajas de tener un perfil en Google My Business y Google+

El uso de esta plataforma social aporta una serie de ventajas a la empresa que hacen que sea conveniente abrir una página de empresa en ella:

- **Conseguir nuevos clientes y relacionarse con los actuales.** En la actualidad, más de mil millones de personas hacen búsquedas en Google todos los días. Esto permite conectar con un enorme público potencial que hará mucho más visible la empresa.
- **Está integrada con el resto de servicios de Google.** Google My Business aglutina los servicios de Google para empresas, y esto proporciona una gran cantidad de ventajas, puesto que servicios tan diversos como YouTube, Google Maps o Google+ están todos relacionados bajo una misma cuenta de empresa. Esto convierte Google+ en una red social con mucho potencial, puesto que los usuarios pueden acceder desde diversos sitios.
- **Mejora el posicionamiento SEO.** Google sigue siendo, con diferencia, el motor de búsqueda más usado por los usuarios. El hecho de crear una página de empresa en la red social perteneciente a Google hará que las posibilidades de que la página aparezca entre las primeras posiciones sean superiores a las de las páginas de otras redes sociales.



Definición

SEO

Son las siglas en inglés de *Search Engine Optimization*: consiste en la utilización de una serie de técnicas (entre las que se incluyen la navegación del sitio web, la edición de palabras clave, etc.) para mejorar, dados unos términos de búsqueda concretos, el posicionamiento de un sitio web en los buscadores.

El botón *+1* de Google+ tiene mucho más peso para el posicionamiento que, por ejemplo, el *Me gusta* de Facebook o cualquier interacción de otra red social.

Además, cada publicación hecha en Google+ otorga un enlace, y, cuando es contenido propio, se consiguen más enlaces gracias a los comentarios y *+1* que reciba el contenido. Publicar un contenido en Google+ hace que el buscador lo indexe con rapidez.

- **Posicionamiento físico de la empresa.** La integración de Google Places y Google+ en Google My Business permite indicar dónde se encuentra una empresa físicamente, lo que permitirá al usuario localizar la empresa más fácilmente y se ganará en visibilidad de cara al resto de usuarios.
- **El botón *+1*.** Se podría definir el botón *+1* de Google+ como una versión mejorada del *Me gusta* de Facebook. Cuando un contenido que se publique resulte de interés a algún otro usuario, este hará clic sobre el botón, lo cual ayudará a que a todos los contactos que dicho usuario tenga, cuando hagan una búsqueda, les aparezca que dicho contenido fue de interés para ese usuario. Por ejemplo, si un usuario hace una búsqueda sobre uno de los productos de la empresa o de cualquier contenido publicado por esta, y un contacto suyo le dio anteriormente al botón *+1*, a él también le aparecerá que este contenido le gustó a su contacto. De esta forma, se podrá saber qué contenidos resultan de interés para el resto de usuarios y, a la vez, se recibirán más visitas por parte de usuarios a cuyos amigos les gustó el contenido.
- **Hangouts.** Los *hangouts* permiten mantener una videoconferencia con varias personas a la vez. Esto los convierte en una gran herramienta para interactuar con los clientes, bien respondiendo dudas o presentando nuevos productos o servicios.
- **Posibilidad de crear una comunidad y participar en otras comunidades.** Una de las grandes ventajas de Google+ respecto a otras redes sociales es la existencia de comunidades en las que los usuarios se agrupan y aportan contenido referente a un tema o a una actividad concreta.
- **Segmentación de las publicaciones.** Google+ ofrece la posibilidad de segmentar las publicaciones; esto quiere decir que se puede publicar contenido que solo sea visto por círculos escogidos. De esta forma, se pueden hacer publicaciones para antiguos clientes, otras para nuevos, otras para todo tipo de público, etc., siempre que se creen círculos para cada uno de este tipo de clientes.



Consejo

Si se participa en una de las comunidades relacionadas con la actividad a la que se dedique la empresa, se podrán conseguir clientes potenciales y tráfico hacia la página del negocio.

También existe la posibilidad de crear una comunidad sobre un tema que resulte de interés y relacionado con la empresa, para que puedan unirse usuarios interesados en el tema.



Actividades

3. Enumere cuatro ventajas que ofrece el uso de Google My Business para las empresas.
 4. Visite Google Sites e intente crear un sitio web de prueba.
-

4. Empresas que deben estar en Google My Business

Google My Business agrupa los servicios que ofrece Google a las empresas y negocios locales para relacionarse con su entorno, es decir, Google+ y Google Places. Por lo tanto, merece la pena darse de alta en este servicio a cualquier tipo de empresa o negocio, puesto que se trata del servicio que ofrece para empresas el gran gigante Google, cuyo buscador es, con diferencia, el más usado a nivel mundial. Esto mejorará el posicionamiento de la página de empresa y dará una mayor visibilidad al negocio o empresa en la red.

Para empresas que ofrezcan sus servicios o vendan sus productos a través de un establecimiento físico, es muy importante darse de alta en este servicio, puesto que les permitirá aparecer en Google Maps y mejorar el posicionamiento en el buscador de Google.

Se trata de una de las redes sociales con más usuarios activos, lo que habla de la importancia de estar presente en esta plataforma.

Negocios como **tiendas, bares, restaurantes, centros de enseñanza, clínicas dentales, peluquerías, centros de estética, farmacias, talleres mecánicos**, etc., o cualquier empresa que atienda a sus clientes en sus instalaciones, merece la pena que se den de alta en este servicio, puesto que así aparecerán en Google Maps, incluso si se limitan a ofrecer la mínima información posible en Google+.

Por otra parte, se recomienda participar a las empresas en aquellas *Comunidades* creadas a través de Google+ que estén relacionadas con las actividades o sectores a los que se dediquen. Este uso es importante para **empresas dedicadas a la construcción, asesorías, gestorías**, etc. También es aconsejable, para cualquier empresa que quiera realizar una campaña publicitaria a través de Google y mejorar sus resultados de búsqueda, darse de alta en el servicio de Google AdWords.

En definitiva, se recomienda crear un perfil en Google My Business para todo tipo de empresas, sea cual sea su actividad, puesto que esto mejorará su posicionamiento y su visibilidad.

Sin embargo, el uso de Google+ se aconseja a aquellas empresas que tengan contenido de interés que ofrecer y tiempo para mantener dicha página actualizada y poder sacar partido a los diferentes servicios que proporciona. En caso contrario, se recomienda no crear un perfil para la empresa en esta red social.



Aplicación práctica

Suponga que es propietario de una peluquería y quiere promocionar su empresa en internet. ¿En qué aplicaciones o servicios de Google debería darse de alta?

SOLUCIÓN

Debería darse de alta en Google My Business, puesto que así su empresa aparecerá en Google Maps, lo que permitirá figurar en la búsqueda de Google con la dirección exacta de

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

la peluquería. Esto es una gran ventaja, puesto que el buscador de Google es el más importante y a través del cual nos encontrará la mayoría de los usuarios.

También sería conveniente crear un perfil en la plataforma social de Google, Google+, en el que ofrecer contenido y la información que queramos hacer llegar a los clientes de la peluquería o de temas relacionados con la actividad. De este modo, se mejorará el posicionamiento de la web de empresa. Para ello, se recomienda enlazar la página de Google+ de empresa con el sitio web de empresa.

Si se quiere promocionar más la empresa e invertir cierto presupuesto en ello, se recomienda darse de alta en Google Adwords también.

5. Pasos a seguir para dar de alta una página de empresa en Google My Business

En este apartado, se explicarán paso a paso las pautas a seguir para la creación de un perfil en las diferentes herramientas que nos proporciona Google para promocionar la empresa.

Todos estos servicios están agrupados en Google My Business, plataforma que reúne las diferentes formas en las que Google permite relacionar a los negocios locales con los usuarios de su entorno. Engloba tanto la plataforma social de Google, Google+, como la ubicación de la empresa, por medio de Google Places (o Google+ Local). Permite encontrar a las empresas de forma local con la información más interesante de las mismas.

Habrá que crear un perfil de usuario personal para Google+, puesto que el perfil de empresa en esta plataforma social ha de ir asociado a él. Asimismo, se dará de alta la empresa en Google+ Local, lo que permitirá aparecer en Google Maps cuando cualquier persona realice una búsqueda por el buscador de Google.


5.1. Creación de cuenta de Google

El primer paso, si no se dispone de cuenta de Google, sería crear una, con la cual darse de alta en los distintos servicios que dicha web proporciona.

Para ello, se introduce en la barra de direcciones del navegador la siguiente dirección: <https://accounts.google.com/signup>.


Solo necesitas una cuenta

Accede a todos los servicios de Google con solo un nombre de usuario y una contraseña.



Tu información siempre disponible

Cambia de dispositivo y continúa desde la última acción que hayas realizado.



Nombre

Juan Pérez

Nombre de usuario

miempresaeinternet2@gmail.com

Contraseña

Confirma tu contraseña

Fecha de nacimiento

1 Enero 1980

Sexo

Hombre


Teléfono móvil

+34

Tu dirección de correo electrónico actual

Demuéstranos que no eres un robot

Omitir esta verificación (es posible que sea necesaria la verificación por teléfono)



Escribe el texto:

3257

Ubicación

España

Acepto las [Condiciones del servicio](#) y la [Política de privacidad de Google](#).

Creación de cuenta de Google



Nota

Si dispone de una cuenta de Google, es decir, de una cuenta de correo electrónico de Gmail, pase al apartado siguiente.

Se rellenan los diferentes campos con los datos personales, se aceptan las *Condiciones del servicio* y la *Política de privacidad* de Google y se hace clic en el botón *Siguiente paso*.

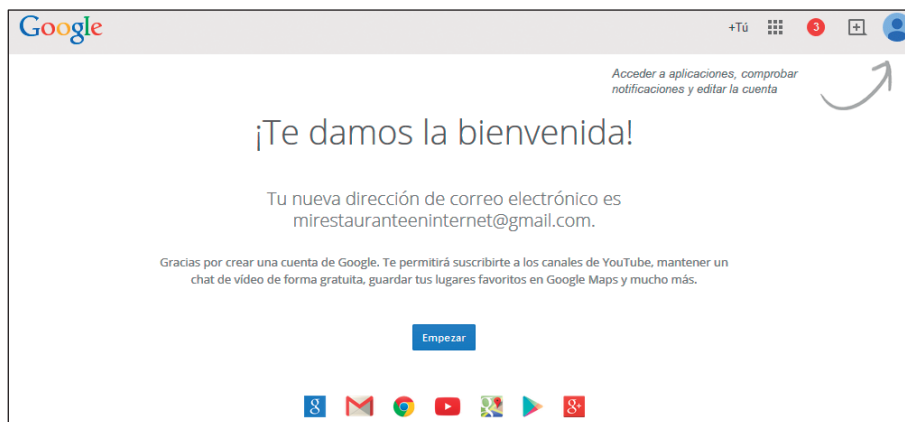
De esta forma, ya está creada la cuenta de Google y se ofrece la posibilidad de crear un perfil público en Google +.



Creación de perfil público en Google+

Se hace clic sobre el botón *No, gracias*. Posteriormente, se explicará con mayor detenimiento el funcionamiento de Google+, la red social de Google.

Ya está creada la cuenta, con la cual se podrá acceder a los diferentes servicios que ofrece Google, tal y como se muestra en la figura siguiente:



Página de bienvenida a los servicios de Google

5.2. Creación de cuenta en Google My Business

Para dar de alta una empresa o negocio en Google My Business, en primer lugar hay que crear un perfil personal en Google+ y, posteriormente, se podrá crear la página de empresa.

Perfil personal en Google+

En primer lugar, se pide rellenar una serie de datos personales, que ya han sido introducidos al crear anteriormente la cuenta de Google, pero que pueden modificarse. También se ofrece la posibilidad de añadir una foto de perfil.

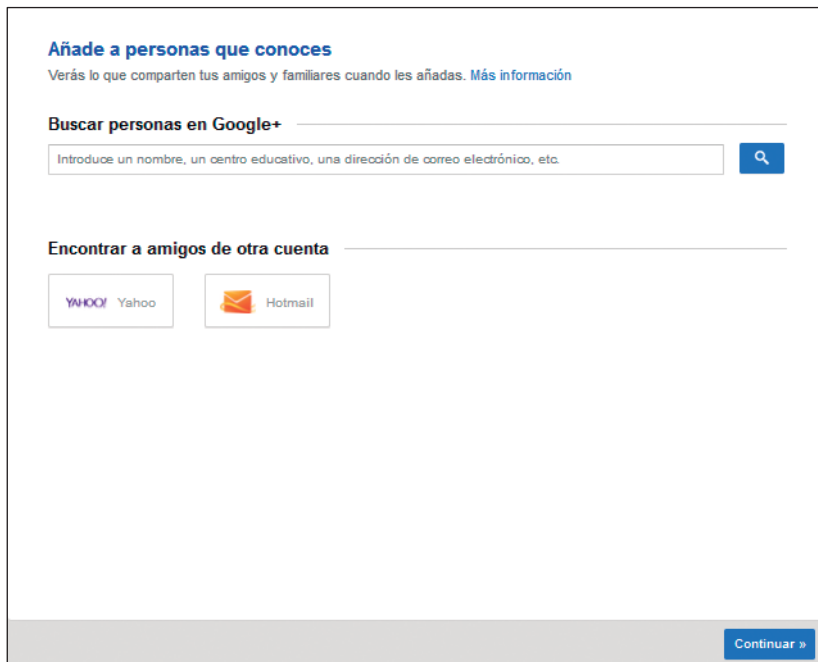
Creación de perfil personal en Google+. Datos personales

Se hace clic en el botón *Actualizar* y se va al siguiente paso, en el cual se ofrece la posibilidad de añadir amigos, bien buscándolos directamente en Google+ por su nombre o importándolos de cuentas de otros servidores de correo.



Recuerde

Al igual que sucede con Facebook, para crear una *Página de negocio*, Google requiere crear un perfil personal que actúe como administrador de la página y, a partir de ese perfil personal, crear dicha *Página*.

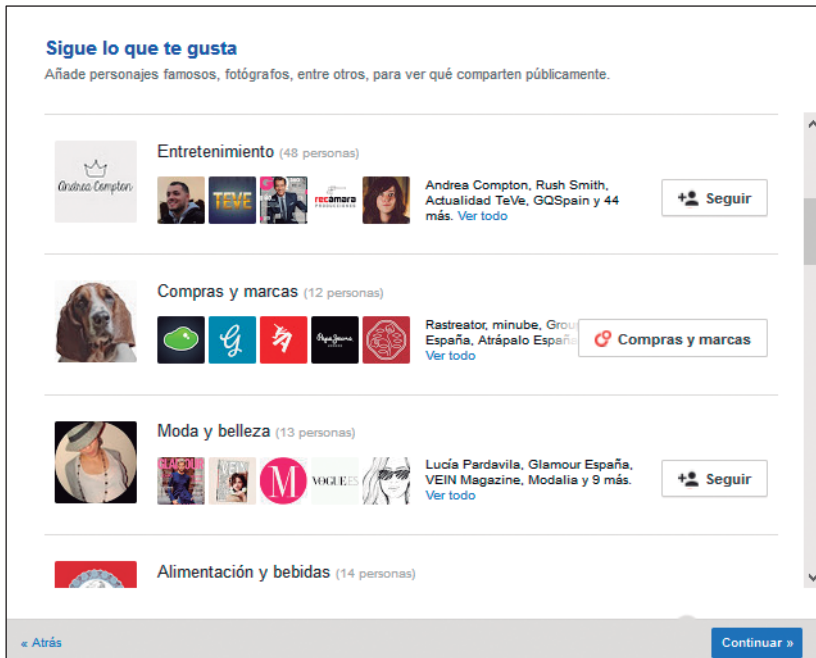


The screenshot shows the 'Añade a personas que conoces' (Add people you know) section of a Google+ profile creation page. It features a search bar under the heading 'Buscar personas en Google+' with a search icon. Below it, a text input field is labeled 'Introduce un nombre, un centro educativo, una dirección de correo electrónico, etc.' (Enter a name, an educational center, an email address, etc.). Underneath, there's a section 'Encontrar a amigos de otra cuenta' (Find friends from another account) with buttons for 'Yahoo!' and 'Hotmail'. At the bottom right, there is a 'Continuar »' (Continue) button.

Creación de perfil personal en Google+. Buscar amigos

Se importan los contactos que se desee, y se hace clic sobre el botón *Continuar*.

Seguidamente, Google sugiere una serie de páginas agrupadas por temas y pide que se añadan las que resulten de interés. Para ello, se hace clic sobre el botón *Seguir* y, de esa forma, se añade la página al círculo de la página de empresa y aparece con el símbolo de dos círculos rojos superpuestos, tal y como puede apreciarse en la figura, en la que se ha añadido a los círculos la categoría *Compras y marcas*.



Creación de perfil personal en Google+. Añadir a círculos

Se hace clic sobre el botón *Continuar* una vez se han agregado los temas que resulten de interés.

Por último, Google solicita una serie de datos personales, tales como una foto, empresa donde se trabaja, colegio donde se ha estudiado y lugar donde se vive.

Promoción de la empresa en internet y redes sociales

Ponle cara a tu nombre
Actualiza tu perfil público y tu foto.

Juan Pérez
Subir una imagen

¿Dónde trabajas?
Empresa: Puesto:

¿Dónde has estudiado?
Nombre del centro educativo: Año:

¿Dónde vives?
Escribe una ciudad o país:

Así es como te verán los demás:

Trabajo en...
Estudié en...
Vivo en...

« Atrás Continuar »

Creación de perfil personal en Google+. Datos personales

Se hace clic sobre el botón *Continuar* y ya se tiene creado el perfil público en Google+. Aparecerá la página de inicio del perfil de usuario de Google+, como puede observarse en la figura.

Google+ | Buscar personas, páginas o publicaciones

+Juan

Inicio | Todos | Amigos | Familia | Conocidos | Más | Menciones

Comparte tus novedades...

Texto | Fotos | Enlace | Vídeos | Eventos | Encuestas

Comunidades que te pueden gustar

- Hoteles con Encanto (1 persona que conoces) [Entrar]
- Architecture and Interior Design (1 persona que conoces) [Entrar]
- Golf Travel (1 persona que conoces) [Entrar]

El Corte Inglés
Compartido públicamente. - 10:48 #ElCorteInglés

#YaEsPrimavera

#YaEsPrimavera en El Corte Inglés

+1 | Añade un comentario...

Google+ es más divertido con amigos. [Buscar a gente](#)

Página de inicio de perfil personal de Google+

También se puede crear este perfil personal accediendo a la siguiente dirección web: www.plus.google.com.

Se introducen el correo electrónico y la contraseña y se hace clic sobre el botón *Iniciar sesión*; ya puede accederse a crear la cuenta de Google+ siguiendo los pasos explicados anteriormente.



Nota

Para crear un perfil de usuario o personal en Google+, se ha de tener una cuenta de Gmail.

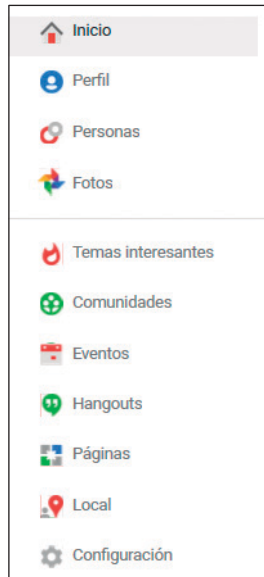


Actividades

5. Cree un perfil personal en Google+ y rellene todos los datos personales.
 6. Importe varios contactos de otras cuentas de correo electrónico y añádalos como contactos de su perfil personal de Google+.
-

Creación de la página de empresa en Google+

Una vez se tiene creado el perfil de usuario o personal, ya se puede crear la página de empresa asociada a él. Para ello, se sitúa el cursor sobre *Inicio*, ubicado en la parte izquierda superior de la página de inicio del perfil, y se abrirá el siguiente desplegable:



Menú de perfil personal en Google+

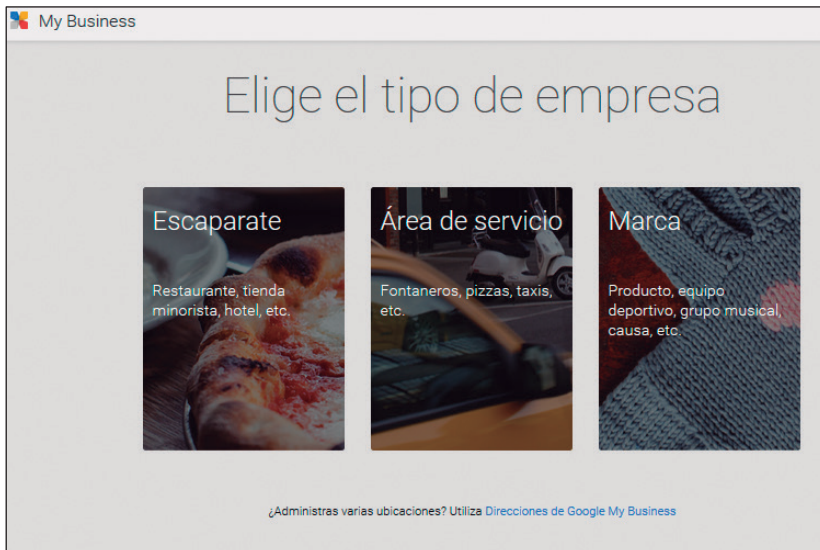
Como puede observarse, en el menú aparecen los diferentes apartados que permiten gestionar todo lo referente a la cuenta de usuario.

En este caso, se quiere crear una página de empresa, para lo cual, se hace clic sobre el enlace *Páginas* y aparecerá una página en la que se destacan las características de abrirse una página de empresa en Google+, así como un vídeo de introducción.



Creación de página de empresa

Para crear la página de empresa, se hace clic sobre el botón *Obtener tu página* y se abrirá otra en la que se muestran tres opciones diferentes de tipos de empresa, tal y como se muestra en la figura:



Creación de página de empresa. Elegir tipo de empresa

Cabe resaltar, tal y como puede observarse en la parte superior izquierda de la figura, que se deja de estar en el perfil de usuario o personal y se pasa a estar en Google My Business, plataforma de Google que permite asociar los diferentes servicios que tiene para empresas, tales como Google+ o Google Places.



Nota

Para la creación de una página de empresa, también se puede acceder en cualquier momento, una vez se tenga creado el perfil personal, mediante la dirección web: <https://plus.google.com/pages/create>.

Como se observa, para la creación de la página, lo primero que hay que hacer es definir el tipo de empresa. Se tienen tres opciones diferentes:

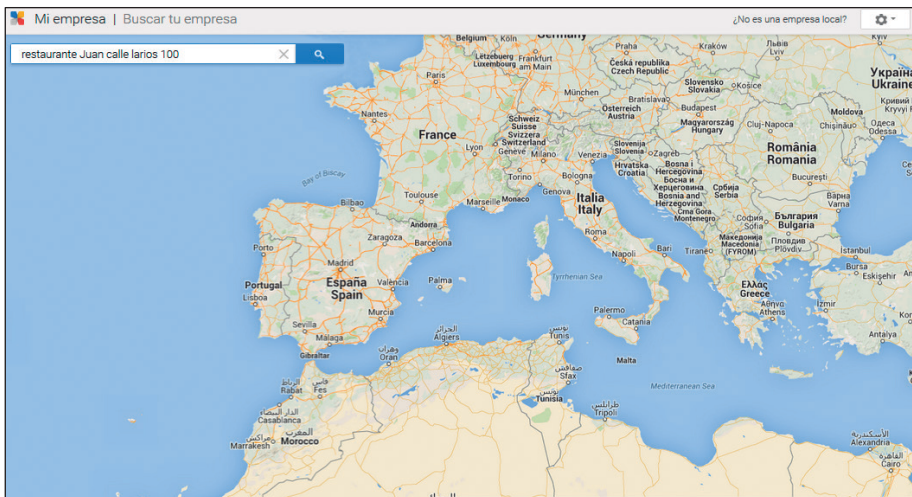
- *Escaparate*: es la opción que hay que elegir en el caso de un **restaurante, tienda, minorista, hotel, peluquería, clínica dental**, etc. Siempre que la empresa o negocio **atienda y ofrezca el servicio en un establecimiento físico concreto**, se elegirá esta opción. Aparecerá con dicha dirección en Google Places o Google+ Local.
- *Área de servicio*: será la opción elegida cuando el negocio local **ofrezca el servicio en la dirección física de los clientes**. Es el caso de **fontaneros, repartidores de pizzas, taxis**, etc. Aparecerá en Google Places o Google+ Local con un círculo que muestra toda su zona de actuación.
- *Marca*: es la opción propia de equipos deportivos, marcas, productos, grupos musicales, etc.



Nota

En este caso, se ha seleccionado la opción *Escaparate*, puesto que se va a crear la página de un restaurante, a modo de ejemplo. En caso de ser un negocio que atiende a los clientes en la dirección de los mismos, se tendría que elegir *Área de servicio*. El proceso de creación sería similar, exceptuando uno de los pasos, que se especificará posteriormente.

Se pulsa sobre la opción elegida y se pasa al siguiente apartado, en el que solicita que se introduzcan el nombre del negocio y su dirección:



Creación de página de empresa. Nombre y dirección I

Una vez introducidos los datos requeridos, se hace clic sobre la lupa o bien se pulsa el botón *[Intro]*.

Si no se ha dado de alta anteriormente el negocio en Google Maps, ni hay asociado ningún otro negocio a esa dirección concreta, se mostrará el siguiente mensaje, en el que se advierte que no se ha podido encontrar el negocio en dicha dirección:

Promoción de la empresa en internet y redes sociales

Mi empresa | Buscar tu empresa

restaurante Juan calle larios 100

No hemos podido encontrar **restaurante Juan calle larios 100**

Asegúrate de haber escrito la búsqueda correctamente.
Prueba a añadir un nombre comercial y la dirección completa, incluida la ciudad, la provincia y el código postal.

He introducido correctamente el nombre y la dirección
Quiero introducir la información completa de la empresa

Creación de página de empresa. Nombre y dirección II

Se comprueba que estén introducidos los datos correctamente y se selecciona la opción que aparece bajo el epígrafe *He introducido correctamente el nombre y la dirección*, y se abre otra página en la que se solicitan los siguientes datos acerca del negocio o empresa:

Nombre de la empresa
Restaurante Juan

País o región
España

Dirección postal
Calle larios 100

Código postal [añadir línea](#)
29005

Ciudad
Malaga

Provincia
Málaga

Teléfono principal de la empresa
-

Categoría
Bar restaurante

Ofrezco bienes y servicios en la ubicación de mis clientes
[información importante](#)

Atrás Continuar

Creación de página de empresa. Datos personales

- Nombre de la empresa
- País o región
- Dirección postal
- Código postal
- Ciudad
- Provincia
- *Teléfono principal de la empresa*: es aconsejable introducir el teléfono desde el que se atiende a los clientes.
- *Categoría*: en este apartado, se selecciona la categoría más acorde con la actividad de la empresa. Al introducir las primeras letras, Google sugerirá diferentes categorías relacionadas.
- *Ofrezco bienes y servicios en la ubicación de mis clientes*: este apartado será seleccionado por aquellas empresas que atiendan a sus clientes en el domicilio de estos o, simplemente, fuera de su establecimiento físico. Se podrá seleccionar la distancia máxima dentro de la cual se ofrece servicio.

Una vez se han introducido los datos, se hace clic sobre el botón *Continuar* y se abre una ventana emergente, en la que aparece un listado con diferentes empresas similares a la que se ha añadido y se pregunta si alguna de ellas coincide con la misma.

Las empresas que se indican a continuación son similares a la que has añadido. ¿Alguna de ellas es tu empresa?

A **Figón de Juan**
 Pje Esperanto, 1
 29007 Málaga
 952 28 75 47

B **Restaurante Juan. Cocina Mediterranea
 Pescado Frito**
 Calle Mar, 11
 29620 Torremolinos
 Málaga
 952 38 56 56

C **Restaurante Juan Carmona**
 Calle Mar, 25
 29620 Torremolinos
 Málaga
 952 38 25 96

Ninguna de estas opciones coinciden
[Conservar la información que he introducido](#)

Creación de página de empresa. Coincidencias



Aplicación práctica

Un centro de enseñanza está dando de alta su perfil de empresa en Google+. ¿Qué opción debería seleccionar cuando se solicita el tipo de empresa? ¿Habría que escoger algún otro apartado?

Repita las mismas preguntas para un caso en el que se estuviese dando de alta en Google+ un electricista.

SOLUCIÓN

El centro de enseñanza debería elegir la opción de *Escaparate*, puesto que ofrece el servicio en un establecimiento físico concreto. De este modo, aparecerá con dicha dirección en Google Places o Google+ Local. No debería seleccionar ninguna otra opción.

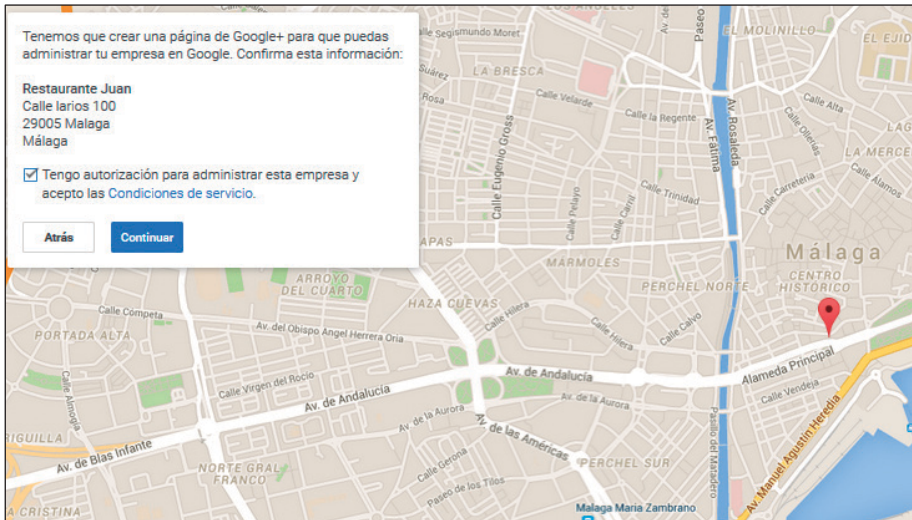
En el caso del electricista, debería elegir la opción *Área de servicio*, puesto que ofrece sus servicios en la dirección de los clientes. Así, aparecerá en Google Places o Google+ Local con un círculo, que mostrará toda su zona de actuación. En este caso, debería seleccionar además la opción *Ofrezco bienes y servicios en la ubicación de mis clientes*, y aquí especificar la distancia máxima dentro de la cual ofrece sus servicios.

Como se está dando de alta por primera vez la empresa en Google *My Business*, no coincidirá con ninguna de las mostradas. Por lo tanto, se hará clic sobre el enlace *Ninguna de estas opciones coinciden*, que aparece en la parte inferior.



Nota

Si al dar de alta la empresa, apareciese otro negocio con la misma dirección de la empresa (por ejemplo, un negocio anterior que estuviese en esa misma dirección), siempre podrá reclamarse a Google la propiedad de dicha dirección.

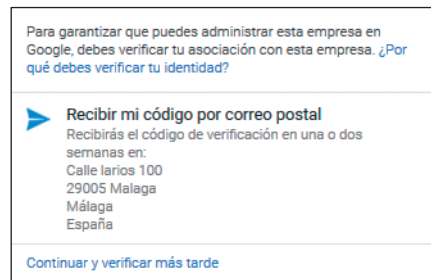


Creación de página de empresa. Ubicación

Se abre una página en la que se informa que se ha de crear una página en Google+ para administrar la empresa en Google. Se pide la confirmación de los datos de la empresa y hay que seleccionar el apartado *Tengo autorización para administrar esta empresa y acepto las condiciones de servicio*.

Una vez se ha comprobado que está todo correcto y se ha aceptado el apartado señalado anteriormente, se hace clic sobre el botón *Continuar*. Aparecerá un mensaje en pantalla en el que se informa que se ha de verificar la asociación con la empresa.

Para verificar dicha asociación, Google envía una postal a la dirección donde se encuentra la empresa o negocio. En dicho correo, que se recibirá en una o dos semanas, se recibirá un código que se introducirá en el *Panel de control* y con el que la cuenta quedará completamente verificada.



Creación de página de empresa. Verificación

Esta verificación es la forma que tiene Google de asegurarse de que no se dan de alta perfiles falsos y no puedan aparecer, ni en Google+ ni en Google Places, empresas o negocios que realmente no existan.

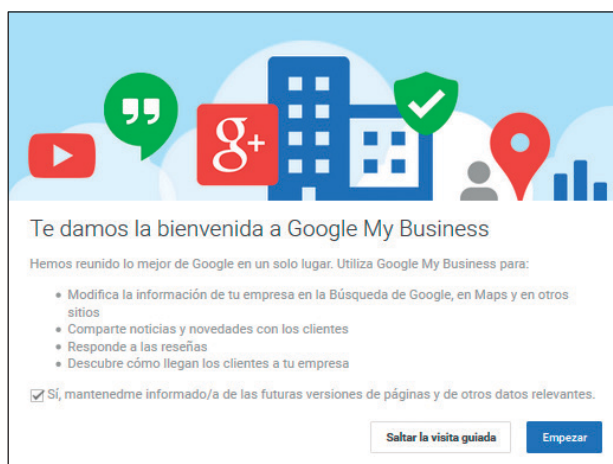


Nota

Mientras no se verifique la empresa, se limitará la funcionalidad de la página de empresa y esta no aparecerá en las búsquedas de Google. Por ello, se aconseja verificar la empresa o negocio lo más rápido posible.

En este caso, como se ha comentado anteriormente, los datos proporcionados para la creación de la empresa son totalmente ficticios, por lo que se ha hecho clic sobre el enlace que aparece debajo de los datos de la empresa, *Continuar y verificar más tarde*.

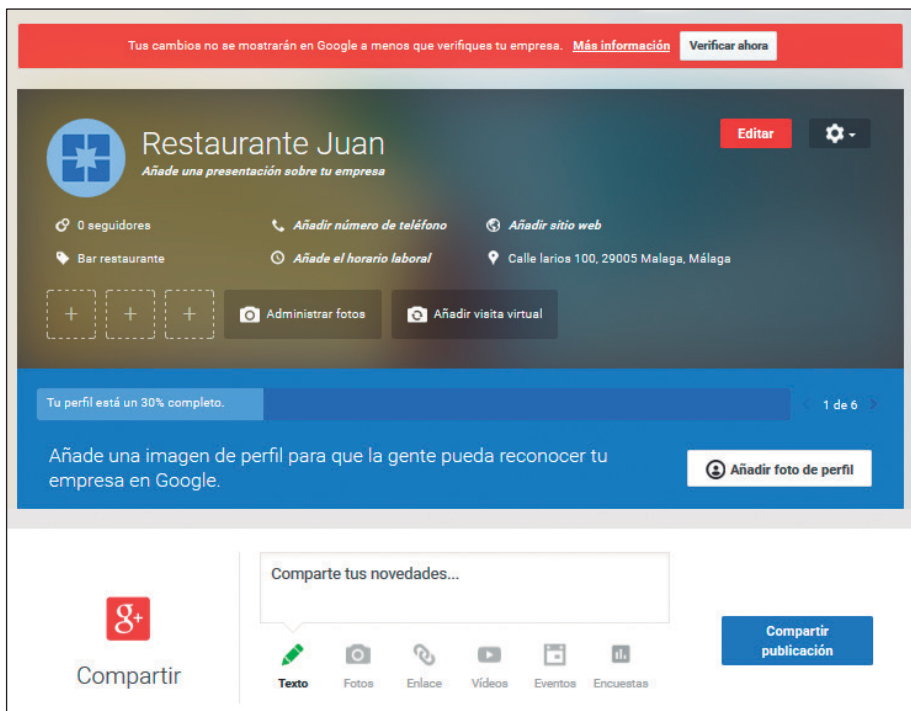
Al hacer clic sobre dicho enlace, se muestra en pantalla la página de inicio de Google My Business, lo que significa que ya se ha creado la página de empresa en dicha plataforma.



Página de inicio de Google My Business

En esta página se enumeran las características de Google My Business y qué uso se les puede dar. También se ofrece la posibilidad de mantenerse informado acerca de futuras versiones de páginas y otros datos relevantes.

En la parte inferior aparecen dos botones que se pueden seleccionar: por una parte, *Saltar la visita guiada* (opción que no se recomienda, a no ser que el usuario esté ya familiarizado con la plataforma); y, por otra, *Empezar*, con el que se pasará a una breve visita guiada por la página de inicio de la plataforma, que permitirá un mejor conocimiento de las tareas básicas que se pueden realizar.



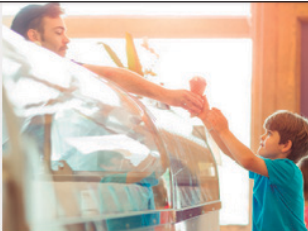
Continúa en página siguiente >>


<< Viene de página anterior

Atrae a más clientes


Llega a más clientes online. Crea tu anuncio en cuestión de minutos.

[Empezar](#)






Insights




Bloqueado

Verifica tu empresa para ver estadísticas

[Verificar ahora](#)




Reseñas



Bloqueado

Verifica tu empresa si quieres leer y contestar las reseñas que escriban sobre ella

[Verificar ahora](#)



Inicia una conversación

Inicia una videollamada con tus seguidores.

[Unirse a una conversación](#)

© 2014 Google - [Condiciones](#) - [Política de privacidad](#) - [Política de contenidos](#) - [Ayuda](#) - [Descargar la aplicación para Android](#) - [Descargar la aplicación para iPhone](#)

Página de inicio de Google My Business



Actividades

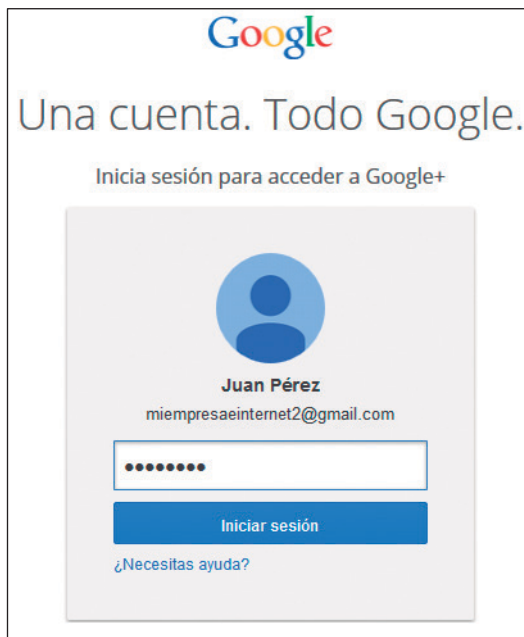
7. Visite la página de Google+ de varias empresas relacionadas con su sector y analice el tipo de contenido que publican, las comunidades a las que pertenecen, los hashtags utilizados, etc.
 8. Cree en Google+ una página de empresa de su negocio.
 9. Haga una búsqueda en Google+ de centros de enseñanza y acceda a las páginas de las tres primeras entradas que aparezcan. Observe y analice los diferentes apartados de cada página, prestando especial atención a las publicaciones, a la foto de perfil y el encabezado y a los círculos a los que pertenece.
 10. Repita el apartado anterior, pero, en este caso, busque asesorías y también un taller mecánico.
-

6. Personalización de los servicios para empresa de Google

En el apartado anterior, se ha visto cómo crear un perfil de usuario en Google+ y una página de empresa en Google My Business. A continuación, se conocerá un poco mejor esta herramienta que proporciona Google, y en la que están integrados todos los servicios para la empresa.

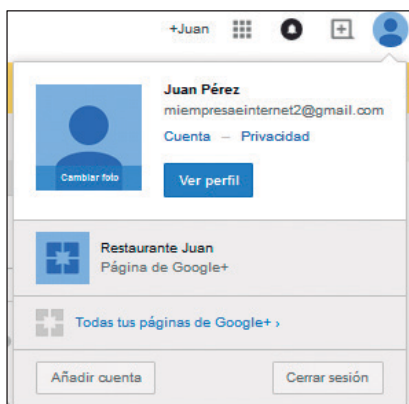
Para acceder al perfil de empresa de Google My Business, en primer lugar se accede a la cuenta de usuario de Google. Para ello, se teclea en la barra de direcciones: *<https://plus.google.com>*.

Se introducen los datos de acceso a la cuenta de Google y se hace clic sobre el botón *Iniciar sesión*.



Página de acceso a una cuenta de Google

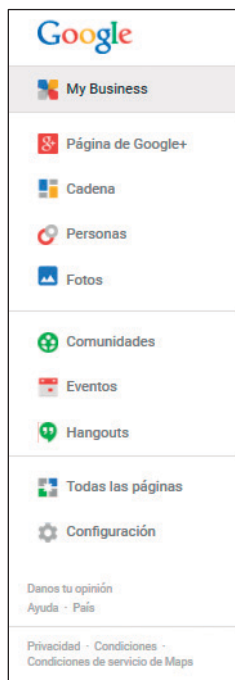
De esta forma, se accede al perfil personal de Google+. Para acceder a la página de empresa anteriormente creada, se hace clic sobre la foto de perfil que aparece en la parte superior derecha de la pantalla y se abrirá una pequeña ventana, tal y como muestra la siguiente imagen:



Accediendo a la página de empresa

Se selecciona la página de empresa y se hace clic sobre dicho enlace; en este caso, *Restaurante Juan*.

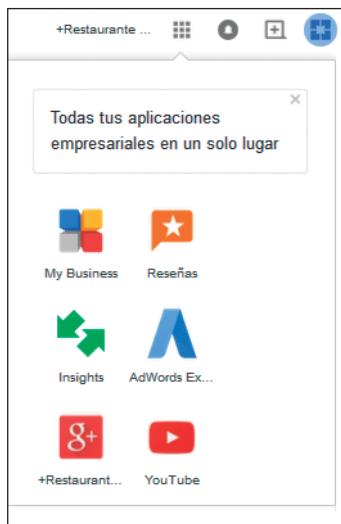
Se abre una nueva ventana, en la que se muestra la página de inicio de Google My Business. En la parte izquierda de la página de inicio, aparece un menú que permitirá moverse por los diferentes servicios y herramientas a los que se tiene acceso con la cuenta de empresa de Google, y que serán explicados con posterioridad.



Menú de página de empresa

6.1. Aplicaciones empresariales de Google

Si se hace clic sobre el botón cuadrado compuesto por otros más pequeños que aparece en la parte superior derecha de la página, se abrirá un menú en el que se mostrarán todas las aplicaciones empresariales.



Aplicaciones empresariales

Google My Business

Tal y como se está viendo en este capítulo, Google My Business abarca, en un solo servicio, la forma de relacionar a la empresa con su entorno local a través de las páginas de empresa de Google+ y de Google Places (Google+ Local).

Reseñas

Este apartado permite consultar las reseñas que se han hecho sobre el negocio, tanto a través de Google+ como desde la red, y responder a los usuarios que las han realizado.



Nota

No se podrá consultar ni responder a las reseñas mientras no se haya verificado la empresa.

Además se pueden consultar, a través de *Google Analytics*, las estadísticas de los usuarios que han hecho reseñas sobre el negocio.

Insights

Esta sección permite consultar las estadísticas acerca del uso por parte de los usuarios de la página de empresa en Google+. Muestra información sobre cómo el negocio es encontrado por parte de los usuarios y cómo interactúan con él a través de Google. Es una herramienta muy importante de cara a la estrategia de *marketing* a seguir por parte de la empresa.

Como en el caso de las *Reseñas*, hay que verificar la empresa para poder acceder a este servicio.

AdWords Express

Este apartado permite crear rápidamente una campaña de publicidad para la empresa a través de Google AdWords.

Google AdWords es la plataforma publicitaria de Google que permite anunciar la empresa en su buscador.

Página de Google+ de la empresa

Haciendo clic sobre este enlace, se accederá a la página de empresa de Google+ anteriormente creada, a la que se puede acceder, ya sea como propietario o como público, para comprobar cómo ve la página el resto de los usuarios.

En el apartado siguiente, se explicarán brevemente las diferentes secciones que tiene una página de empresa.

YouTube

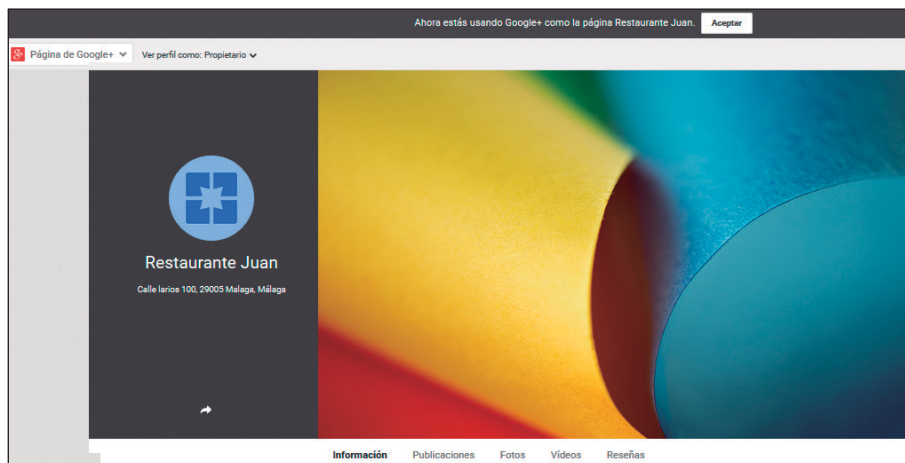
Permite acceder al canal de empresa de esta plataforma si se ha creado anteriormente, o da la posibilidad de crear uno, como se explicará en el capítulo siguiente.

6.2. Aplicaciones de Google My Business

Como ya se ha visto anteriormente, en la parte superior izquierda de la página de inicio de empresa existe un menú con el que se puede acceder a las diferentes herramientas que proporciona Google My Business. A continuación, se enumerará cada una de ellas con una breve descripción.

Página de Google+

Se divide en cuatro apartados, como se puede ver en la parte central de la página, debajo de la foto de portada.



Página de inicio de página de empresa en Google+

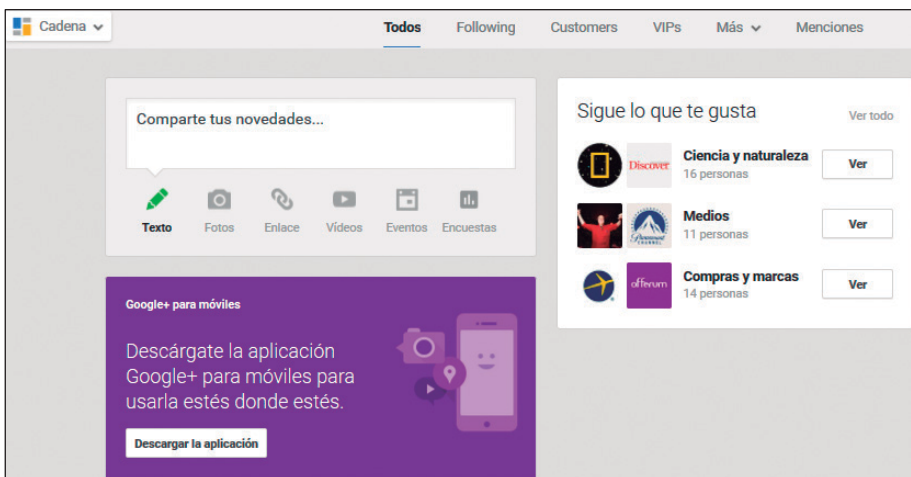
- **Información:** en este apartado, se configura toda la información que se muestra en la página de empresa. Se escribirá una descripción del negocio en el apartado *Historia* (en definitiva, toda la información de contacto, el enlace a la página web de empresa, la categoría, etc).
- **Publicaciones:** aquí se consultan todas las publicaciones que se hagan en la página. Se puede comprobar qué publicaciones se han hecho recientemente o qué personas se han agregado a los círculos, o quiénes han agregado la página de empresa a sus círculos.

- **Fotos:** sección para consultar todas las fotos, que ofrece la posibilidad de añadirlas. Se puede controlar qué personas se quiere que vean las fotos.
- **Vídeos:** igual que la sección de *Fotos*, pero en este caso con vídeos.
- **Reseñas:** se muestran las reseñas que se han realizado como usuario. Como con el resto de las pestañas, se puede elegir que sea visible o no a través de la *Configuración de Google+*.

Cadena

Este apartado es una especie de *timeline* de la página de empresa.

Aquí se podrán consultar todas las publicaciones realizadas, las personas que pertenecen a cada círculo creado, las menciones que se han hecho, etc.



Cadena

Personas

Es una de las características más importantes de Google+: la posibilidad de agrupar a los contactos o seguidores según interés. Se podría definir como un “organizador de amigos”.



Personas o Círculos

Como características de los grupos en las páginas de empresa, se pueden destacar las siguientes:

- No se permite añadir a cualquier persona a un círculo. Se necesita que esta persona haya añadido a la empresa anteriormente a uno de sus círculos.
- La restricción anterior no tiene vigencia para añadir páginas de empresa.
- Por defecto, estarán creados los siguientes círculos, que siempre se podrán eliminar o perfilar como se desee:
 - *Following*: personas a las que se está siguiendo, aunque no se tenga relación con ellas.
 - *Customers*: clientes.
 - *VIPS*: clientes importantes del negocio.
 - *Team members*: miembros del equipo, es decir, trabajadores de la empresa.
- Se pueden compartir, reorganizar, renombrar o importar círculos creados por otros usuarios y que hayan decidido compartirlos.



Nota

Se recomienda agrupar a los usuarios de forma estratégica, para poder segmentar posteriormente la información que se desee hacer llegar a cada uno de ellos.



Aplicación práctica

Suponga que está perfilando la página de empresa de Google My Business de un comercio de ropa. ¿Qué círculos recomendaría crear, y cómo los crearía?

SOLUCIÓN

Habría que iniciar sesión en la cuenta personal de Google+. Desde ahí, acceder a la sección Páginas y entrar en la página de empresa del comercio de ropa, haciendo clic sobre el botón Personas.

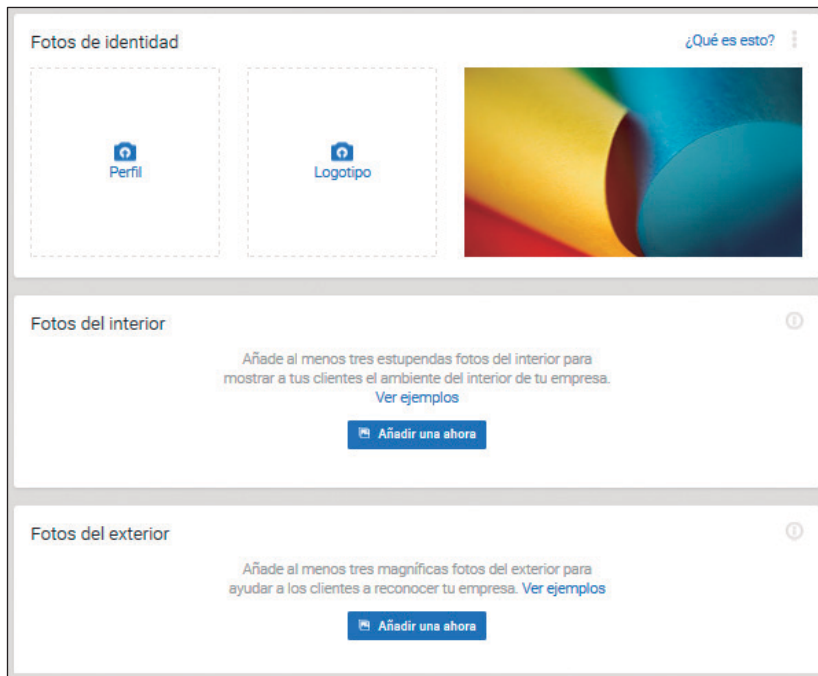
Una vez dentro de este apartado, en primer lugar se debería consultar, en el apartado correspondiente, qué personas tienen en sus círculos a la página, puesto que, para añadir a una persona a tu círculo, es imprescindible que esta persona te haya añadido previamente al suyo. Esta limitación no existe en el caso de las páginas.

Podría crear un círculo para los clientes habituales, otro para los clientes que alguna vez hayan comprado en la tienda (siempre comprobando que posean perfil de Google+ y que nos tengan en su círculo). También se podrían crear círculos en los que agrupar las páginas de las diferentes marcas que se vendan en la tienda, así como otro círculo de otro tipo de proveedores, u otras tiendas que vendan artículos complementarios a los que se vendan en nuestra tienda.

Fotos

En este apartado, se podrán añadir y consultar fotos del negocio, para que sea encontrado más fácilmente tanto en el buscador de Google como en Google+.

Dichas fotos serán las que aparezcan cuando un usuario busque a la empresa por Google.



Fotos de empresa

Existen varios tipos de fotos que se pueden añadir a la página de empresa:

- **Fotos de identidad.** Se dividen, a su vez, en tres tipos de foto:
 - **Perfil:** ayudará a los usuarios a reconocer la empresa en Google.
 - **Logotipo:** para añadir el logotipo de la empresa, se recomienda que la foto sea cuadrada.
 - **Portada:** esta foto mostrará la personalidad de la empresa. Aparecerá en la parte superior de la página de inicio, en formato 16:9.
 - **Fotos del interior:** se pueden mostrar al menos tres fotos del interior del local.
 - **Fotos del exterior:** se pueden mostrar al menos tres fotos del exterior del local.



Nota

Cualquiera de las tres fotos pertenecientes a las fotos de identidad se puede elegir para que sea la imagen que se muestre en primer lugar cuando se haga una búsqueda de la empresa a través de Google o de Google Maps.

También se verá otro tipo de fotos, dependiendo del tipo de negocio del que se trate. En este caso, al ser un restaurante, existe la posibilidad de añadir otro tipo de fotos, como se muestra en la figura siguiente.

Fotos de comidas y bebidas ⓘ
Añade al menos tres fotos de comidas y bebidas que se sirvan. [Ver ejemplos](#)
[Añadir una ahora](#)

Fotos del menú ⓘ
Añade capturas de tu delicioso menú de comidas o bebidas. [Ver ejemplos](#)
[Añadir una ahora](#)

Fotos del equipo ⓘ
Añade al menos tres fotos en el que aparezcan el equipo de dirección y los empleados. [Ver ejemplos](#)
[Añadir una ahora](#)

Fotos adicionales ⓘ
Añade fotos adicionales de tu empresa que no encajan en ninguna de las demás categorías. [Ver ejemplos](#)
[Añadir una ahora](#)

Fotos para restaurantes



Nota

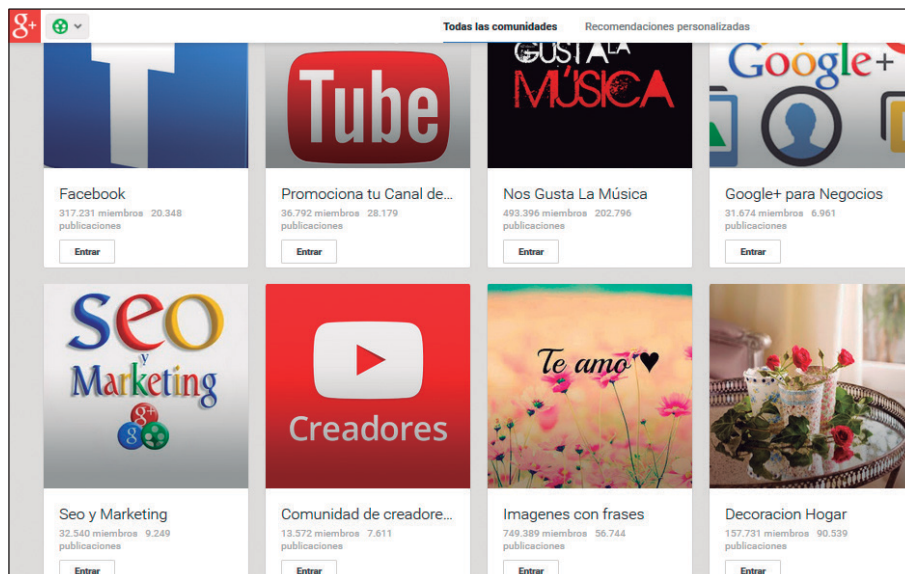
Las fotos no se podrán mostrar en Google hasta que se verifique el negocio.

Comunidades

Se pueden definir como grupos sobre una temática concreta. Su funcionalidad es muy parecida a la de los grupos en Facebook.

Se crean comunidades en los que se trata sobre un tema concreto, y se pueden unir a ellas todas aquellas personas o páginas que tengan ese interés afín.

En este apartado, se podrán ver las comunidades a las que se pertenece, las comunidades de las cuales se es moderador, la posibilidad de entrar en varias comunidades que se sugieren o la de crear una comunidad.



Comunidades



Aplicación práctica

Imagine que es usted propietario de una marisquería y está diseñando la página de empresa en Google+. ¿Qué fotos debería añadir para que su página sea más atractiva y ofrezca mayor información a los otros usuarios?

SOLUCIÓN

Habrá que acceder a la página de empresa creada dentro del perfil de usuario de Google+ y, en la parte superior de la página, hacer clic sobre el botón Administrar fotos, o bien a través del apartado Fotos del menú que aparece en la parte izquierda, en el que se muestran las distintas aplicaciones empresariales de Google.

Una vez que se haya accedido a este apartado, se añadirán las siguientes fotos:

- Perfil: una foto que sea representativa de la marisquería (por ejemplo, de un plato típico o de la fachada del negocio).
- Logotipo: añadir el logotipo de la marisquería. Se recomienda que la foto sea cuadrada.
- Portada: se elegirá una foto que muestre la personalidad que queremos transmitir de la marisquería; por ejemplo, una foto del local. Se verá en formato 16:9.

Cualquiera de estas tres fotos se puede elegir para que sea la que se muestre cuando se realice una búsqueda en Google. Sería buena opción poner una foto de la fachada de la marisquería o del local en sí.

En este apartado, se podrán añadir y consultar fotos del negocio o empresa; de esta forma, será encontrado más fácilmente, tanto en el buscador de Google como en Google+. Dichas fotos serán las que aparezcan cuando un usuario busque la empresa por Google.

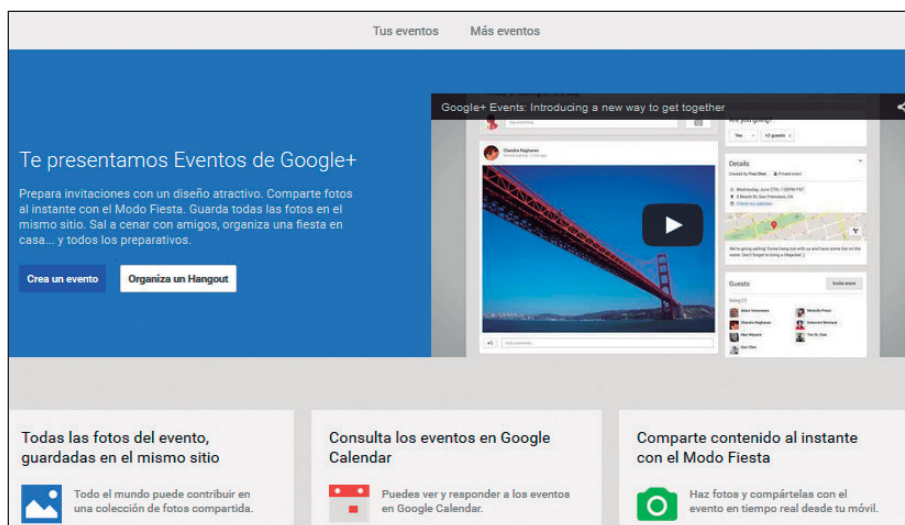
Después habrá que completar las fotos, tanto del interior como del exterior del negocio, y podrán mostrarse al menos tres fotos de cada uno.

Por último, en los apartados correspondientes, se mostrarán fotos de comidas y bebidas, del menú y del personal de la marisquería.

Eventos

Este servicio permite tratar todo lo relacionado con cualquier tipo de evento que tenga que ver con la empresa: desde consultar las fotos de un evento concreto, hasta realizar invitaciones a un evento para el resto de usuarios o consultar en el calendario los próximos eventos que se tengan, a modo de agenda.

También ofrece la posibilidad de crear un evento u organizar un *hangout*.



Eventos

Hangouts

Se trata de una aplicación muy interesante para las empresas, puesto que permite realizar videoconferencias que lleguen al resto de usuarios de la plataforma social, de modo que, a través de ella, se podrían realizar presentaciones de productos.

Hangouts



Recuerde

Hangouts es un servicio o aplicación abarca todas las formas de comunicación que ofrece Google para ponerse en contacto: servicio de mensajería, llamadas de voz y videollamadas.

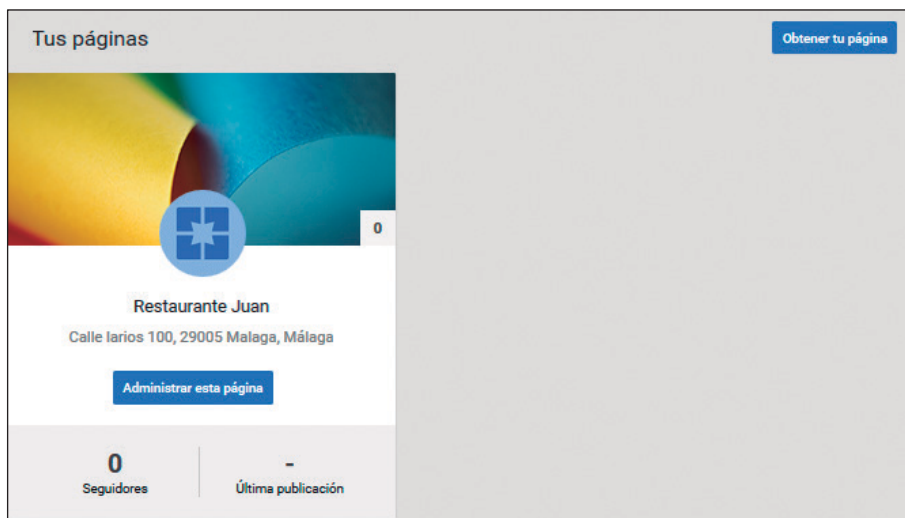
Todas las páginas

En este apartado se podrán consultar todas las páginas asociadas a ese perfil de usuario, y ofrece la posibilidad de crear cuantas páginas se quieran.

Promoción de la empresa en internet y redes sociales

Puede ser interesante, si por ejemplo se dispone de dos locales, crear una página para cada local, ofreciendo información independiente de cada uno de ellos.

Para crear una nueva página, se hará clic sobre el botón que aparece en la parte superior derecha de la página *Obtener tu página*.



Todas las páginas

Configuración

En este apartado se puede configurar todo lo referente al perfil de empresa y a las diferentes aplicaciones y servicios que ofrece Google. Aspectos como la privacidad, los administradores, las notificaciones, etc.

Configuración
Servicios conectados
Administradores
Público

Configuración

Quién puede interactuar contigo y con tus publicaciones

¿Quién puede enviarte notificaciones? [Más información](#) Círculos ampliados ⇅

¿Quién puede comentar tus publicaciones públicas? [Más información](#) Cualquier usuario ⇅

Quién puede participar en una conversación contigo
 Cambiar la configuración de las invitaciones de las personas que todavía se han puesto en contacto contigo. [Más información](#)

Personalizar

Recomendaciones compartidas Sí [Editar](#)

Envío de notificaciones

Correo: En estos momentos, las notificaciones se entregan en la dirección de notificación de la página del propietario. Haz clic en [Cambiar](#) para utilizar otra dirección de correo electrónico. [Cambiar](#)

Teléfono: [Añadir número de teléfono](#)

Configuración



Actividades

11. Enumere cuatro aplicaciones empresariales de Google y explique para qué sirve cada una de ellas.
12. Revise las comunidades que hay en Google+ relacionadas con su actividad y una la página de Google+ de su empresa a dicha comunidad.
13. Publique en su página de empresa en Google+ contenido relacionado con su actividad y etiquételo.
14. Visite el perfil de Google+ del Banco de Santander y vea las diferentes páginas asociadas a su perfil, así como los eventos y las comunidades a las que pertenece.

7. Google AdWords

Google AdWords es el programa de publicidad de Google. Se trata de un servicio que ofrece Google y que permite crear anuncios a partir de palabras claves relacionadas con el negocio. Es un servicio de pago.

Para elegir las mejores palabras clave para el negocio, se recomienda el uso de otros servicios de Google, como Google Analytics o Google Trends.

De esta forma, se mostrará el anuncio creado cuando alguien busque en Google algo relacionado con lo que el negocio ofrece.

Hay que destacar que solo se pagará por los clics que reciba el anuncio; esto hace de Google Adwords un servicio muy interesante para pequeñas y medianas empresas, para darse a conocer de cara al gran público y mejorar su visibilidad en internet.



Nota

Cuando se da de alta una empresa en Google My Business, Google envía un cupón Adwords para empezar a utilizar este servicio. Dicho cupón ofrece 75 euros gratis para anunciarse en Google si se invierten 25 euros. Tiene una vigencia de tres meses desde la emisión del cupón.

Entre las principales ventajas que ofrece el uso de este servicio a las pequeñas y medianas empresas, se encuentran:

- Aumenta la visibilidad online de la empresa o negocio.
- Aumenta las posibilidades de venta del negocio, puesto que la página web será más visitada y, probablemente, dará lugar a más clientes.
- Solo se paga por clic, es decir, cuando algún usuario acceda al anuncio.

Por todo lo expuesto, se aconseja darse de alta en este servicio y **al menos probarlo con ese primer cupón descuento** para ver qué resultados ofrece al negocio, puesto que se trata del principal canal de publicidad hoy en día en internet y es una forma directa e inmediata de mejorar el posicionamiento de la empresa.



Aplicación práctica

Una asesoría que ofrece sus servicios en Málaga dispone de una página web, pero observa que su posicionamiento en el buscador de Google es bastante bajo. Ya está dada de alta en redes sociales y buscadores de empresas, y dispone de un pequeño presupuesto destinado a este fin. ¿De qué forma podría mejorar el posicionamiento de la página web?

SOLUCIÓN

Podría destinar ese pequeño presupuesto a darse de alta en Google Adwords y, por ello, aparte recibiría un cupón gratuito por parte de Google Adwords.

Una vez dada de alta en el servicio, se crearía el anuncio y, como palabras clave, se podrían usar: asesoría y Málaga. Así, a cualquier usuario que escriba en el buscador “asesoría en Málaga”, le aparecerá entre los primeros resultados esta asesoría, aunque no haya escrito el nombre concreto de la empresa.

8. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en Google My Business

Ya se han visto el funcionamiento y los principales apartados de la página de empresa en Google My Business, y, más concretamente, en Google+.

A continuación, se dará una serie de consejos y sugerencias que ayudarán a promocionar el negocio en esta plataforma social.

Publicar con frecuencia

Como en cualquier red social, es imprescindible mantener la página de empresa activa y publicar contenido con frecuencia, de modo que el resto de los usuarios pueda interesarse por la página.

Tener una página de empresa en Google+ que apenas se actualice, ofrecerá una imagen negativa para la empresa. No se trata de publicar todos los días, pero sí con regularidad.

Publicar contenido de calidad y variado

Cuanto más contenido interesante y de calidad se publique, más probable será que un mayor número de usuarios siga la página.

Se debe publicar un contenido que sea variado, es decir, no solo hablar de los servicios o productos que ofrece la empresa, sino también de otro tipo de contenidos que tengan que ver con la actividad o el sector de la empresa y que puedan resultar interesantes al resto de usuarios.



Consejo

No se debe publicar exactamente lo mismo en Google+ que en otras redes sociales, puesto que, si un mismo seguidor tiene la empresa en varias redes sociales, siempre verá el mismo contenido y dejará de seguirla en alguna de ellas.

También es aconsejable publicar imágenes a la vez que texto, puesto que el usuario de Google+ demanda el uso de imágenes de calidad y llamativas.

Elaborar un perfil de calidad y actualizado

Es muy importante mantener el perfil y la información de la página de empresa continuamente actualizados y completos.

Hay que tener bien detallados los datos de contacto, para que permitan a los usuarios saber dónde está el negocio y ponerse en contacto con la empresa, y una descripción del negocio que detalle perfectamente la imagen que se quiere transmitir.

También es necesario elegir una foto de perfil y una de portada que sean atractivas y representativas del negocio.

Enlazar la página de Google+ con el sitio web

Esto generará tráfico hacia el sitio web de la empresa y es una buena forma de mejorar su posicionamiento.

Participar en comunidades

Hay que estudiar qué comunidades existen en la red social que tengan que ver con la actividad de la empresa o el sector al que se dedica, y participar en ellas. Esto hará que el resto de usuarios y empresas conozcan la empresa, y da la posibilidad de poder interactuar con ellos. Esto fomentará el tráfico web hacia la página de empresa.

Usar los *hangouts*

Los *hangouts* son videoconferencias que pueden realizarse a través de esta red social, de modo que pueden ser vistos por el resto de usuarios de la comunidad.

Son una buena forma de realizar lanzamientos de productos, promocionar el local o los servicios que se ofrecen, así como responder dudas o comentarios a los seguidores de la página o a cualquier otro usuario.

Usar correctamente los círculos

Como se ha explicado anteriormente, los círculos permiten agrupar al público en diferentes grupos (o círculos). De esta forma, se puede hacer llegar el mensaje que se quiera a cada círculo.

Es importante personalizar estos mensajes para cada uno de estos grupos, puesto que darán una mejor imagen de cara al cliente y se podrá hacer llegar mejor el mensaje. Incluso se puede ofrecer información a través de páginas privadas, de forma que solo puedan visitarla aquellos círculos que el administrador de la página desee.

Usar las etiquetas

Al igual que en otras redes sociales (como Twitter), en Google+ también es muy importante el uso de etiquetas. Se recomienda etiquetar el contenido que se publique, de modo que sea más fácil de encontrar por el resto de usuarios. También es aconsejable estar pendientes de etiquetas que tengan que ver con el negocio o con su actividad.

Añadir la insignia

Se recomienda añadir la insignia de Google+ al sitio web de la empresa, si se tiene. De esta forma, se recibirán más recomendaciones del sitio web en la búsqueda de Google y además el número de seguidores en Google+ aumentará.

Para añadir la insignia al sitio web, solo hay que dirigirse a la dirección y copiar el trozo de código que se indica en la página donde quiera añadirse la insignia:

<https://developers.google.com/+web/badge/>



Insignia de Google

Relacionarse con el resto de usuarios

No hay que olvidar que Google+ es una plataforma social, por lo cual el objetivo ha de ser interactuar con el resto de usuarios de un modo cercano y accesible. Se recomienda interactuar con los seguidores de la página, por ejemplo, pidiendo opinión acerca de los productos o servicios que se ofrecen, contestando a preguntas o comentarios, e incluso realizando promociones.



Actividades

15. Enlace la página de Google+ creada con su sitio web de empresa.
 16. Enumere las principales ventajas que proporciona el servicio de Google AdWords para empresas.
 17. Visite varios sitios web de empresas y vea si disponen de la insignia de Google+. Añada la insignia a su sitio web.
 18. Enumere cinco ventajas que ofrezca el uso de Google My Business a la empresa.
-

9. Resumen

Google Maps, o Google Places, es una aplicación que permite visualizar mapas, además de buscar y compartir direcciones.

Google My Business es la plataforma de Google para empresas donde se concentran las diferentes formas en las que Google permite vincular a los negocios locales con su entorno y mantenerlos en contacto con los clientes.

Google+ es la plataforma social de Google en la cual el usuario puede integrar todos los servicios que ofrece.

Ventajas de tener un perfil en Google My Business y Google+:

- Conseguir nuevos clientes y relacionarse con los actuales.
- Está integrado con el resto de servicios de Google.

- Mejora el posicionamiento *SEO*.
- Permite indicar dónde se encuentra una empresa físicamente, mejorando su posicionamiento físico.
- Dispone del botón *+1*, versión mejorada del *Me gusta* de Facebook.
- Dispone de *hangouts* que permiten mantener una videoconferencia con varias personas a la vez.
- Posibilidad de crear una comunidad y participar en otras comunidades.
- Segmentar las publicaciones para que solo sean vistas por los círculos con los que se quieran compartir.

Existen varios tipos de **fotos** que se pueden añadir a la página de empresa:

- Fotos de identidad:
 - Perfil
 - Logotipo
 - Portada.
- Fotos del interior del local.
- Fotos del exterior del local.

Los **consejos** para promocionar la empresa en Google My Business son:

- Publicar con frecuencia.
- Publicar contenido de calidad y variado.
- Elaborar un perfil de calidad y actualizado.
- Enlazar la página de Google+ con el sitio web.
- Participar en comunidades.
- Usar los *hangouts*.
- Usar correctamente los círculos.
- Usar las etiquetas.
- Añadir la insignia de Google+ al sitio de la empresa.
- Relacionarse con el resto de usuarios.

