



Optimizando Google My Business para tu restaurante

Informado por expertos y compilado por UFS



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿Qué es “Google My Business”?

Google My Business (GMB) es un producto de Google que te permite crear y administrar un “Perfil de Negocio” gratuito, que aparece en los resultados de búsquedas. ¿Alguna vez has buscado en Google o Google Maps y has visto un pop-up en la parte superior o al costado derecho, con imágenes y comentarios? Esos son.

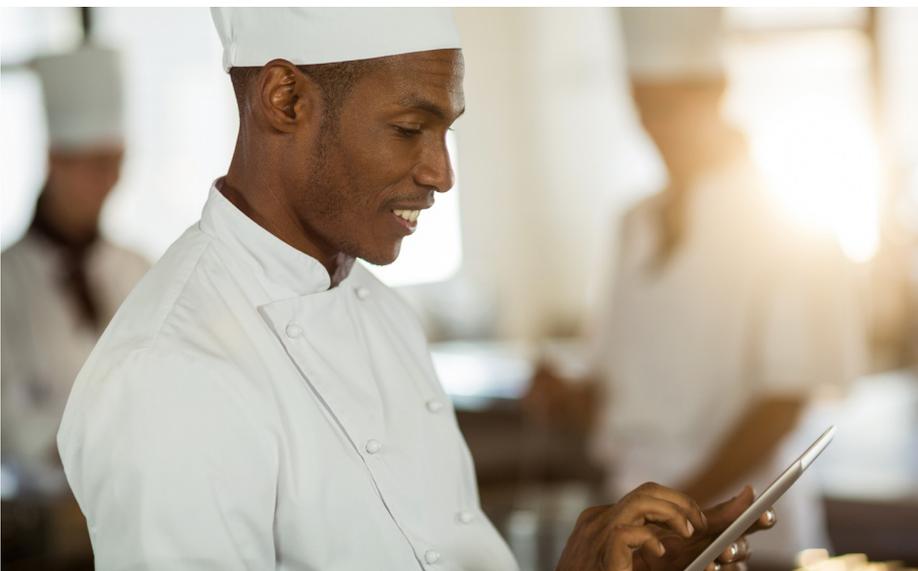
Por qué vale la pena tenerlo

Los negocios que cuentan con este perfil tienen cerca del doble de posibilidades de ser considerados por los usuarios.

Cuando un negocio arma un listado y proporciona la mayor cantidad de información posible, se vuelve más visible y atractivo para los consumidores potenciales. Incluso, perfiles completos son 29% más probables de llevar a una venta.

Adicionalmente, tiene características súper útiles, especialmente para negocios de hospitalidad. Por ejemplo, puedes incluir botones de acción específicos, tales como:

- Hacer un pedido
- Reservar una mesa
- Ver menú



Los negocios que cuentan con este perfil tienen cerca del doble de posibilidades de ser considerados por los usuarios



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Reclamar y verificar

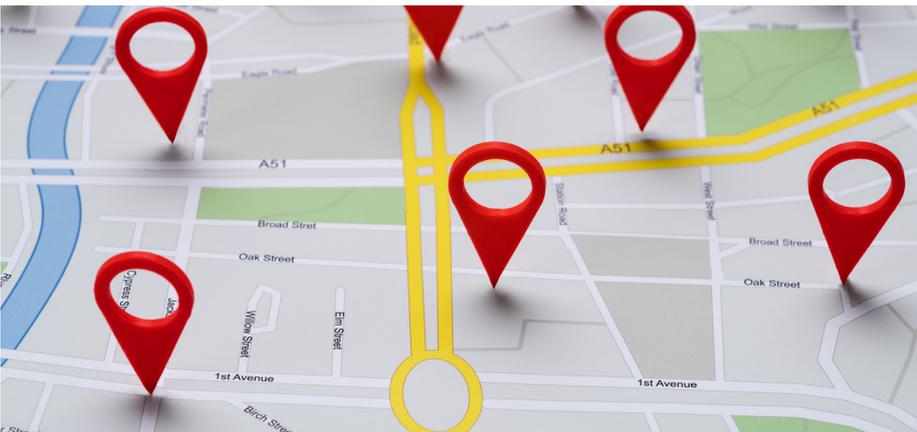
El primer paso es revisar si es que aún no tienes un listado de GMB. Aún cuando no recuerdes haber creado uno, otro usuario podría haberlo hecho por ti. Simplemente debes hacer una búsqueda rápida de Google (también hazlo en Google Maps) y ve si es que un pop-up aparece para tu negocio. Si es así, necesitarás “reclamarlo” como tu negocio. Si no, puedes crear un

Cómo configurar una cuenta nueva

- 1** Ir al [sitio web de Google My Business](#) e iniciar sesión en la esquina superior derecha (puede que necesites crear una sesión primero).
- 2** Ingresar la dirección de tu negocio.
- 3** Elegir si es que te gustaría que tu negocio apareciera en Google Maps.
- 4** Buscar y seleccionar la categoría del negocio.
- 5** Si tienes uno, ingresa la URL de tu sitio web y número de teléfono, luego selecciona “terminar”.

Cómo reclamar una cuenta existente

- 1** Realiza una búsqueda por el nombre de tu negocio. Puede que tengas que incluir la dirección en la búsqueda si es que tu nombre es similar al de otro negocio.
- 2** Haz click en “¿Eres propietario de esa empresa?”.
- 3** Sigue las indicaciones. Se pedirá que confirmes el nombre, dirección, categoría (e.g. restaurante, café, bar, etc.) y la información de contacto de tu negocio.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Editar y completar tu listado

Información básica

Para editar tu listado y actualizar tu información básica, inicia sesión en Google My Business y selecciona tu negocio. Selecciona "Info" y después haz click en el lápiz de "Editar" en cada una de las secciones. Si has verificado tu listado en GMB, sólo te tomará unos segundos actualizar las cosas. Una buena forma de empezar es asegurando que tus horarios de apertura están correctos.



tip:

También puedes agregar "categorías adicionales" a tu listado.

Si bien puede que seas un restaurante, también puedes tener un espacio de alquiler adicional con otra oferta. Esto ayudará que los usuarios que están buscando esas palabras claves, encuentren tu negocio.



Agrgando fotos

Existen tres tipos de fotografías que puedes subir:

- 1 Logo: el logo de tu negocio, si es que tienes uno.
- 2 Foto de portada: una imagen de tu restaurante, tu plato estrella, etc.
- 3 Fotos adicionales: cualquier foto que dé soporte a tu negocio, por ejemplo, comidas, bebidas, equipo de trabajo, consumidores, etc.

Es importante que tengas en consideración que los consumidores también pueden subir fotos y publicar reseñas de tu negocio.

Los negocios que tienen fotos reciben un 42% más de direcciones de "Cómo llegar" al local, en comparación con aquellos que no tienen fotos. ¡Mientras mejores sean las fotos, más efectivas serán!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Incluyendo un menú

¡Los menús pueden ser vistos directo desde los resultados de búsqueda de Google! Así se hace:

- 1** Visitar la pestaña de “Menú” en el costado izquierdo de Google My Business.
- 2** Puedes agregar fotos de tu menú, además de agregarlo de manera escrita.
- 3** Una vez que completes el nombre, precio y descripción del artículo, haz click en “Agregar”.

Esto agregará una nueva sección de Google My Business, donde podrás incluir diferentes menús para desayuno, almuerzo, cena, etc.

Reservas de citas

Google ha incluido la reserva de citas vía GMB, lo cual puede ser útil para tu restaurante. Por ejemplo, puedes agregar un botón de “Reservar mesa” directo en el listado. Google [explica cómo agregar reservas en este link](#).



Mantenerlo activo con “posteos”

Una vez que tengas listo tu perfil, trata de asegurarte de mantenerlo lo más activo y actualizado posible. Puede que tu información básica no cambie, pero puedes mantenerla activa con posteos promocionales y descuentos, por ejemplo.

Otra forma de impulsar tu perfil es utilizando la función “Posts”, que puedes encontrar en el menú. Úsala para agregar detalles y links para futuros eventos. Los posteos también pueden mostrar contenido fotográfico y/o videos.



Unilever
Food
Solutions

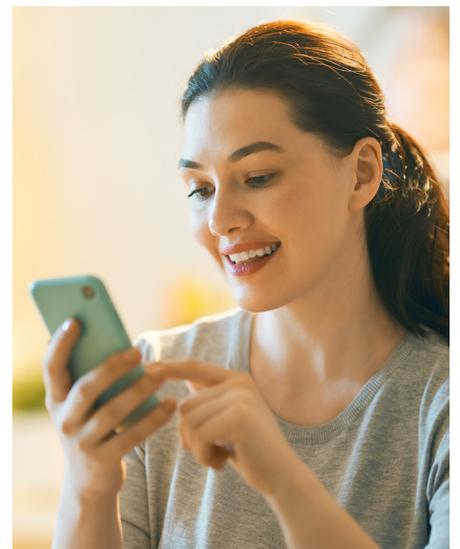
Acompañar. Inspirar. Transformar.

Opiniones e interacción con clientes

El negocio gastronómico prospera con los clientes leales, y los restaurantes y cafés están usando la plataforma de GMB para motivar a las personas a volver al local. Una forma importante de hacer esto es incentivando al consumidor a dejar su opinión en tu perfil. Después de todo, los consumidores confían en las opiniones que dejan los demás.

De acuerdo a una investigación publicada por la revista Forbes investigación publicada por la revista Forbes, el 90% de los consumidores lee las opiniones antes de visitar un negocio. Y, el el 84% de las personas confían en las online reviews tanto como en las recomendaciones personales.

Los consumidores consideran que las empresas que responden las opiniones de los clientes son hasta 1,7 veces más confiables que aquellas empresas que no lo hacen. Los usuarios son notificados cuando les respondes y, para la mayoría de las personas, esto es muy importante. Si tienes evaluaciones negativas, es importante que respondas rápidamente, de manera calmada y constructiva hacia cualquier retroalimentación. A veces, sólo basta con que te tomes el tiempo de contestar para lograr que un cliente insatisfecho le dé una nueva oportunidad a tu local. Aún cuando ese cliente no vuelva, tu respuesta le mostrará a futuros clientes que eres atento y que te preocupas.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

UFS.com