

▷ **SEO Local** □ **Los trucos EXCLUSIVOS que nunca te han contado** □

¡De nuevo por aquí una semana más querido lector! Hoy voy a contarte todo lo que necesitas saber sobre **SEO Local**.

Si, lo sé, es un tema más que trillado en internet y del que es complicado conocer cosas nuevas ya que sobre este tema “está todo dicho”.

No obstante, no estoy de acuerdo con esta afirmación. **La mayoría de post que he visto en internet sobre SEO Local cuentan los consejos básicos de SEO Local para Google My Business.**

Sin embargo, no cuentan todo lo que se puede hacer con esta ficha y como optimizarla hasta el extremo para que Google te coja cariño en sus búsquedas locales.

Y ahí querido lector, ahí es donde entro yo. **Hoy voy a contarte los TRUCOS de SEO Local que no suelen ser públicos y que realmente funcionan para optimizar tu SEO Local.**

Todos estos trucos han sido testados por mi y otros SEOs de mi confianza (mucho más expertos en este ámbito que yo). Por lo tanto, no te entretengo más que hay mucho que contar en el post de esta semana.

¡Vamos con ello!

¿Qué es el SEO Local?

El SEO Local es una rama del SEO que se especializa exclusivamente en las búsquedas geolocalizadas que muestra Google gracias a las fichas de Google My Business.

Es decir, **para hacer SEO Local tendrás que tener sí o sí una ficha de Google My Business**. Esta ficha la podrás conseguir haciendo click [aquí](#) siempre y cuando tengas una cuenta de Google.

Una vez tengas tu ficha publicada, comenzarás a aparecer en las búsquedas locales que los usuarios realicen cerca de la dirección del negocio que hayas incluido en tu ficha (Siempre y cuando hayas hecho un buen SEO Local).

Por lo tanto, **si quieres captar a usuarios que busquen tu negocio de forma local no puedes dejar escapar esta oportunidad**.

¿Para que sirve el SEO Local?

Cada día es los resultados de Google se complican más y más.

Además, dependiendo la keyword que se esté buscando en Google, el buscador te podrá mostrar hasta 5 resultados enriquecidos (Imágenes, vídeos, noticias, relacionados, posiciones 0, etc.)

Por si esto fuera poco, **para ciertas keyword locales como “tiendas de ordenadores” o “reparaciones de móviles” el primer resultado que aparecerá casi con total seguridad** (tanto en móvil como en desktop) **será un mapa con las localizaciones de las diferentes tiendas físicas** que tienen ficha de Google My Business y que se dedican a ello a la keyword que has buscado. Te pondré un ejemplo:

Supongo que tras ver estos resultados ya empezarás a ver lo importante que es tener esta presencia en internet y la cantidad de posibles clientes que podrás captar mediante esta vertiente del SEO...

¿Cuando es útil el SEO Local para

un negocio?

El SEO Local será especialmente útil para las tiendas físicas de toda la vida que buscan captar a sus clientes más cercanos o que estos al menos tengan el teléfono de contacto del establecimiento.

De hecho, el SEO Local es la única oportunidad que tienen algunas tiendas de competir contra otros grandes del sector ya que a día de hoy Google está priorizando las búsquedas geolocalizadas por encima de las búsqueda globales.

Por lo tanto, si tienes una tienda física normal y corriente y quieres conseguir clientes a través de internet o que tus posibles clientes del barrio puedan encontrar todos los datos de contacto de tu negocio en 2 simples clicks el SEO Local será tu solución.

Los trucos jamás contados sobre SEO Local

Ahora si que si, vamos con lo que realmente interesa, los trucos de SEO Local que no se suelen contar en internet.

Trucos White Hat para SEO Local

No me voy a entretener mucho en este apartado puesto que existen miles de guías en internet que te indicarán más exhaustivamente como optimizar de forma correcta tu ficha de Google My Business.

Sin embargo, ten en cuenta que para hacerlo vas a tener sí o sí que llevar a cabo estos puntos clave que te voy a contar a continuación:

Utiliza imágenes Geolocalizadas

Detrás de cada imagen existe un montón de información codificada que salvo que busques concretamente dichos datos no los verás a simple vista. Entre algunos de estos datos ocultos se encuentra el campo geolocalización de la imagen.

La geolocalización de una imagen es una información contenida en la propia imagen que otorga información al buscador sobre el lugar en el que se realizó la fotografía.

Cómo supondrás, este apartado se puede modificar y adaptar a la localización que se quiera. En este caso, **se deberá geolocalizar la imagen en la misma dirección que se haya puesto en la ficha de Google My Business.**

¡OJO! Una vez determinada la dirección en la ficha de Google My Business esta dirección será sagrada y no se cambiará más salvo que sea estrictamente necesario...Te lo explicaré más adelante.

Para geolocalizar una imagen bastará con utilizar una de las miles de herramientas online que hacen esto como Geoimgr.com

Una vez tengas creadas y geolocalizadas todas tus imágenes hacia la dirección de tu negocio ya podrás subir dichas imágenes a tu página web y a tu ficha de Google My Business.

Las siglas NAP (Name, Address, Phone) corresponden a los datos principales de todo negocio local como son Nombre, Dirección y Teléfono.

¡IMPORTANTE! Estos datos deberán ser siempre los mismos en todos los sitios donde pongas datos de tu negocio como son las fichas de directorios locales, la página de contacto de tu página web, la geolocalización de imágenes, etc. EN TODOS LOS SITIOS IGUAL.

Esto ayudará a Google a saber que siempre que se mencione

alguno de estos datos en internet se estará refiriendo a tu negocio. Este NAP es una especie de DNI local para negocios físicos.

Implementar Schema de Local Business en tu página web

Cada vez Google da más relevancia al uso de datos estructurados en las páginas web. Si además esta página web esta creada especialmente para un negocio local no te puedes permitir no implementar estos datos estructurados en tu página web.

Para esta tarea yo uso el plugin de WordPress WP Schema PRO que me permite **implementar el Schema de Local Business creado por Google exclusivamente para negocios locales con ficha de Google My Business.**

Los datos marcados en este Schema de nuevo deberán de ser los mismo que los que se hayan puesto en la ficha de Google My Business para que Google siga estableciendo relaciones entre la ficha, la página web y las SERPs.

Conseguir decenas de reseñas

Las reseñas son al SEO Local lo mismo que los enlaces al SEO Tradicional. Por lo tanto, **cuantas más reseñas (lógicamente positivas) consigas para tu ficha de Google My Business mejor que mejor.**

Hay tres trucos para conseguir reseñas para tu ficha fácilmente, estos son:

¡Ojo! Es importante que cuando alguien escriba una reseña lo haga desde la localidad donde se encuentra tu negocio. Es decir, serán más importante las reseñas geolocalizadas en tu zona que las que no.

De todos modos, a la gente le da pereza escribir reseñas y

salvo que seas muy pesado la gente no lo hará. Para facilitar este proceso te recomiendo que sigas esta guía:

Plugin de reseñas de Gogle My business para WordPress

Google cada vez es más quisquilloso con los típicos plugins de estrellitas que aparecen en las SERPs puesto que para el buscador dichas votaciones no son de fiar.

De hecho, **están llegando mensajes de aviso a algunos webmasters pidiendo que retiren dichos plugins o de lo contrario serán penalizados.**

Por este motivo, cada vez va a ser más complicado conseguir las famosas estrellitas en las SERPs a no ser que se tomen las reseñas de Google My Business. **Para Google, sus reseñas/estrellas son las únicas que dicen la verdad** (mentira, pero claro tienen que dar bombo a sus productos).

Por todo esto, y con el fin de seguir sus reglas, **bastará con instalar el [plugin de WordPress Google Reviews Widget](#)**. Estos plugins cogen sus datos de la propia ficha lo cual es válido para Google.

Implementar mapa de Google My business en tu página web

Cómo ya has visto a lo largo del post, **toda referencia a Google My Business es premiada por Google**. Por lo tanto, no puedes perder la oportunidad de instalar un mapa de Google en tu página web.

Para ello, **bastará con cualquier tipo de plugin que te ayude a geolocalizar en un mapa de Google tu negocio** (Elementor lo lleva incorporado de serie) **o directamente copiar y pegar el link de compartir que te proporciona el propio Google para mostrar tu negocio de forma manual.**

Crear enlaces o backlinks a tu ficha de Google My Business

Yo no me lo creía pero es cierto, **crear enlaces a la ficha de Google My Business funciona.**

Sin embargo, esto hay que hacerlo de forma correcta y con el anchor text correcto. Las posibilidades de anchor text para mejorar tu SEO Local serían:

Cómo mucha gente no conoce este truco, **es fácil y sencillo poner el propio enlace desde nuestra propia página web.** De esta forma, la ficha ya tendrá un enlace de autoridad totalmente gratuito.

La dirección de la ficha de Google My Business la podrás conseguir dando al botón de compartir que aparece en la ficha que te he mostrado anteriormente.

Cómo has visto a lo largo del post, **no todo estaba escrito sobre el posicionamiento web SEO Local.** De hecho, estos son solo algunos consejos prácticos que podrás utilizar para ti.

Por lo tanto, si tienes un negocio local, no dejes escapar la oportunidad de posicionar tu negocio para tu zona de influencia.

¡Hasta dentro de dos semanas!

This content was originally published [here](#).