

A man in a blue suit and tie is pointing his right index finger at a digital interface. The interface features a pie chart with four segments: orange, light green, pink, and light blue. A magnifying glass is positioned over a small bar chart with three bars of increasing height. The background is dark with binary code (0s and 1s) and various digital icons like gears and a group of people. A semi-transparent box contains the text 'ONLINE PRESENCE'.

ONLINE PRESENCE

Claves para tener
una buena Presencia
Online

BeeDIGITAL

ÍNDICE

Introducción	3
¿Dónde están mis datos?	4
Efectos de tener inconsistencia en los datos de tu negocio	5
Beneficios de contar con una presencia digital consistente	7
Buenas prácticas para tener una presencia digital adecuada	8
Consistencia NAP	13
Resumen/Conclusiones	14

INTRODUCCIÓN

No cabe duda de que **el consumidor actual ha cambiado radicalmente** con respecto al de pasadas décadas. Sabe lo que quiere y dónde encontrarlo, gracias al abanico de posibilidades que le brindan las nuevas tecnologías.

Según diversos estudios, **más de un 90%* de los usuarios utiliza internet para buscar información antes de adquirir productos**. Esto nos da una clara idea acerca del poder de la Red cuando se trata de contrastar datos a la hora de tomar una decisión de compra. Además, el 34,4%* de ellos afirma desestimar una marca si no encuentra información en internet sobre ella.

Teniendo claro que nuestros clientes, tanto actuales como potenciales, hacen uso de las tecnologías para resolver sus dudas, **tener presencia digital se nos presenta como clave del éxito**, puesto que es la única forma de poder dar una

respuesta a sus necesidades, dado que el consumidor demanda facilidad e inmediatez para considerar una marca.

La presencia digital nos asegura una vía de contacto con nuestra audiencia que, utilizada de forma correcta, nos puede garantizar cinco grandes ventajas:

- 1. Tu negocio obtiene mayor visibilidad**
- 2. Atraerás a un mayor número de clientes**
- 3. Tus ventas aumentarán**
- 4. Reforzarás la imagen de marca**
- 5. Tu presencia online será un canal perfecto de comunicación con tus clientes, tanto actuales como potenciales.**

Por esta razón, en este ebook daremos respuesta a la pregunta **¿cómo conseguir una buena presencia digital?**

*Fuente: Estudio de GJK y Greven publicado en mayo de 2015



¿DÓNDE ESTÁN MIS DATOS?

Obviamente, **una de las primeras fuentes** que tus clientes utilizarán para encontrar información acerca de tu negocio, **será tu página web**. Sin embargo, ésta no será la única y además, para que tu web sea localizable por los usuarios, debemos lograr que esté presente en otros canales.

Los principales canales a través de los cuales **tus clientes te localizarán** son:

- **Publicidad:** por ejemplo la que ofrece Google en su propio buscador y a través de su red de anunciantes.
- **SEO o posicionamiento orgánico:** se trata de los resultados que ocupa tu página web o páginas que incluyen información sobre tu negocio, en los rankings de Google cuando un cliente potencial hace una búsqueda relacionada con tu actividad.
- **Redes sociales:** se han convertido en una de las principales fuentes de tráfico y, lo que es más importante, una fuente inagotable de información que los consumidores consultan asiduamente antes de tomar una decisión de compra.

- **Webs de referencia:** se trata de páginas que hablan de tu negocio y que enlazan tu página web. Tienen especial importancia ya que tienen impacto directo sobre tu posicionamiento orgánico.

- **Directorios online:** se trata de una de las principales fuentes de información que hay en internet. Recogen datos de negocios y páginas web que los usuarios consultan de manera asidua para encontrar proveedores, distribuidores, tiendas, restaurantes, bares, negocios locales y un largo etcétera.

Estos cinco puntos son fundamentales para contar con una buena presencia digital y, además, deben trabajarse de manera cohesionada y coherente, buscando una misma línea y correlación de todos los datos que mostramos en cada uno de ellos.

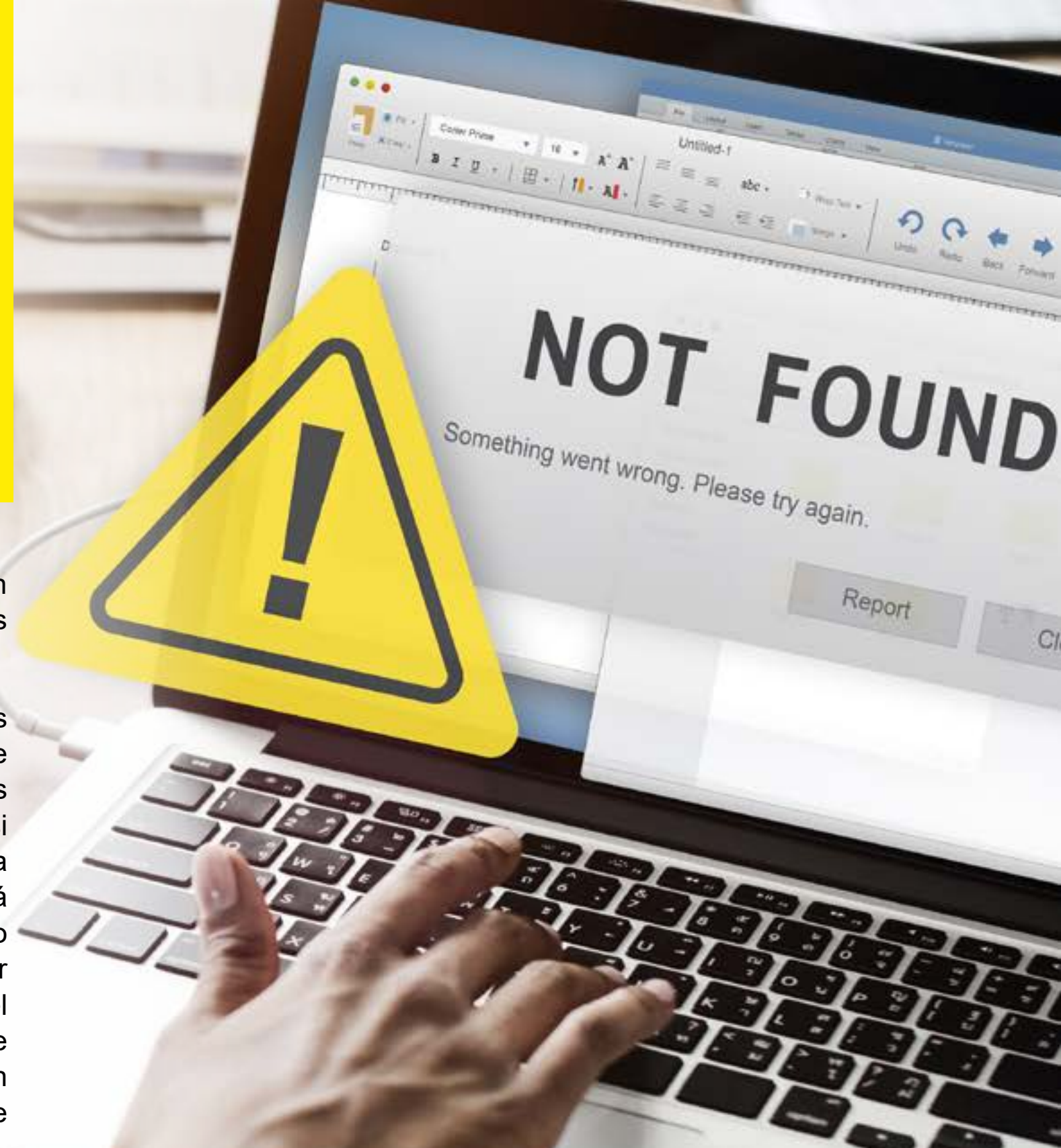
¿Sabías que **8 de cada 10 negocios tienen datos erróneos publicados en internet***? Este hecho se debe a la falta de control de todos los medios que publican contenido sobre nuestro negocio.

*Fuente: Diagnóstico digital realizado a 100.000 negocios por el Área de Segmentación Páginas Amarillas

EFFECTOS DE TENER INCONSISTENCIA EN LOS DATOS DE CONTACTO DE TU NEGOCIO

Una vez que hemos visto los principales canales de tráfico e información que hay en internet, os vamos a mostrar qué ocurre si no contamos con una gestión adecuada de los datos:

- **Pérdida de oportunidades de venta:** si en cualquier medio tenemos mal un dato, estaremos perdiendo una oportunidad de venta y lo que es peor, puede acabar en una página de la competencia. Por ejemplo, supongamos que tenemos un restaurante en Madrid. Un posible cliente busca en Google restaurantes en la zona en la que se encuentra tu restaurante y visualiza los resultados que muestra el buscador, contenidos en Google Maps. Si tu negocio contiene una dirección incorrecta, el usuario nunca lo encontrará y acabará llamando a otro sitio para reservar.
- **Pérdida de confianza:** ¿te imaginas que piensa un cliente si encuentra que tu negocio presenta 2 o 3 direcciones diferentes en distintos resultados o si por ejemplo, en Facebook tenemos una dirección antigua? En primer lugar, tendrá una desconfianza total en el negocio y en segundo lugar, puede acabar acudiendo a un lugar incorrecto con el consiguiente malestar. Además, puede suponer que hable mal de nosotros en redes sociales, llegando a multiplicarse el efecto negativo.



- **Descenso de autoridad de cara a los buscadores***: Los buscadores como Google o Bing, a través de complejos algoritmos, rastrean toda la información que encuentran en la red sobre tu negocio y si no encuentran coherencia entre la información de los distintos sites, le darán menor autoridad, perdiendo posiciones en los rankings de búsqueda.

En definitiva, piensa que sólo hay una oportunidad para causar una primera impresión en tus clientes y, ya sea a través de tu página web, de tus perfiles sociales o de cualquier medio que hable de ti, si la información que encuentra no es correcta, se formará una idea de nosotros inadecuada, pudiendo suponer la pérdida total de su confianza.

Ahora que ya sabemos cómo nos puede perjudicar no tener control sobre nuestros datos en internet:

¿QUÉ **BENEFICIOS** NOS
APORTARÁ HACERLO BIEN?

**Fuente: Estudio de MOZ de 2017 de factores de posicionamiento local*

BENEFICIOS DE CONTAR CON UNA PRESENCIA DIGITAL CONSISTENTE

- 1** Llegas a más usuarios y potenciales clientes ya que tienes más canales en los que mostrarás información sobre tu empresa, facilitando que te encuentren.
- 2** Será más fácil **despertar el interés de tu público objetivo**, ya que los usuarios de internet se muestran más interesados por los perfiles que presentan información actualizada y correcta.
- 3** **No caerás en contradicciones** que puedan confundir a los buscadores como Google o Bing.
- 4** Controlar la información de tu negocio hace que **reduzcas al máximo el peligro** que puede suponer que un tercero publique información en tu nombre.

BUENAS PRÁCTICAS PARA TENER UNA PRESENCIA DIGITAL ADECUADA

Después de conocer los efectos negativos de no contar con una presencia digital consistente y compáralo con los múltiples beneficios de lo contrario, vamos a darte las pautas a seguir en cada uno de los canales para controlar con éxito toda la información que hay en internet sobre tu negocio:

- ¿CÓMO CONTROLAR LA INFORMACIÓN QUE HAY DE MI NEGOCIO EN LAS **REDES SOCIALES**?
- CONTROL SOBRE LOS **RESULTADOS DE GOOGLE**
- FAVORECE LA VISIBILIDAD DE TU NEGOCIO CON EL **USO DE DIRECTORIOS**
- OTROS MEDIOS PARA AUMENTAR TU PRESENCIA



¿CÓMO CONTROLAR LA INFORMACIÓN QUE HAY DE MI NEGOCIO EN LAS REDES SOCIALES?

Lo primero que debes tener en cuenta es que las redes sociales son canales vivos en los que cualquiera puede dar su opinión y **es imposible controlar al 100%** lo que se dice de nosotros, pero si hay unas buenas prácticas que puedes emplear para reducir el impacto negativo al máximo.

- **¿Existen páginas de tu empresa?** Si nunca has utilizado las redes sociales, puede que otros usuarios hayan creado páginas no oficiales de tu empresa. Esto puede derivar en mostrar información incorrecta, como por ejemplo, de la dirección o del teléfono. Lo primero que debes hacer es buscar en las principales redes como Facebook, Twitter y LinkedIn y, si ya hay páginas creadas y no las administras tú, solicita la propiedad de las mismas.
- **Google My Bussines:** herramienta de Google que nos permite situar nuestro negocio en el mapa. Basta con que hagas una búsqueda en Google Maps y compruebes si apareces y si la dirección es correcta. El siguiente paso, será que reclames la ubicación (si todavía no la gestionas) o crear una ficha de Google My Bussines.
- **Monitoriza lo que se dice de ti:** puedes hacerlo de manera manual utilizando los buscadores de las redes sociales, buscando en el propio Google o con herramientas de monitorización. Por ejemplo, puedes crear alertas de Google para que te llegue por email cualquier mención.
- **Establece quién se va a encargar de la gestión de tus perfiles:** parece una obviedad, sin embargo, en muchas empresas sucede que el perfil del community manager no está definido y varias personas tienen acceso a los perfiles. Esto hace que en muchas ocasiones, se ofrezca información diferente en un perfil y en otro. Además, ante cualquier cambio, se reduce la capacidad de acción ya que si no se sabe quién va a cambiar la información de las redes, puede que estemos mostrando durante más tiempo del debido, información desactualizada.
- **Creación de un protocolo de actuación y un plan de crisis:** las redes sociales requieren naturalidad y es imposible prever todas las situaciones, pero si cuentas con un protocolo podrás reducir al máximo la improvisación que solo te llevará a meteduras de pata. Por otro lado, contar con un plan de crisis aumentará tu capacidad de respuesta y evitarás perder tiempo ante cualquier contingencia.





WWW.

Search

CONTROL SOBRE LOS RESULTADOS DE GOOGLE

Google es el buscador por excelencia llegando a una cuota de mercado superior al 90%*. Además, debes tener en cuenta que 9 de cada 10 usuarios no pasa de la primera página del buscador cuando hace alguna búsqueda**. Por eso una parte importantísima de tu presencia digital, deriva de forma directa de los resultados que provienen del buscador, se correspondan o no con tu propia página web.

- **Realiza búsquedas de tu negocio** y las principales keywords de tu sector con una ventana de incógnito: el primer paso es saber qué resultados se muestran cuando alguien realiza una búsqueda. ¿Cómo sale tu página web? ¿toda la información está actualizada? ¿salen medios ajenos a tu organización? ¿aparecen tus perfiles sociales? ¿aparecen otros negocios? ¿aparece tu competencia? ¿hay algún directorio? En definitiva, recopila toda la información que aparezca y asegúrate de que la información esté actualizada.
- **Compara los resultados que obtienes con el ordenador y los de móvil:** los resultados varían en función del dispositivo, por lo que debes repetir el ejercicio anterior con distintos dispositivos.
- **Compensa los rankings en los que no apareces con otros sites:** es imposible, sobre todo si estás empezando, que tu web aparezca en todos los rankings de búsqueda de todas las keywords de tu sector. Sin embargo, esto no quiere decir que tu empresa no deba aparecer. Puedes conseguir tener presencia digital a través de otros medios, como el uso de directorios o perfiles sociales. Los directorios de calidad son páginas con muy buen posicionamiento y su uso puede ayudarte a aparecer en el mayor número de búsquedas posible a través de sus portales.
- **Beneficiate de las búsquedas locales:** Google no muestra los mismos resultados a alguien que busca desde Valencia que a alguien que lo hace desde Galicia, ya que lo que intenta es mostrar los resultados más pertinentes para el usuario. Por esta razón, debes tratar de sacar partido a los resultados locales, cosa que puedes conseguir a través de plataformas como Google My Bussines.

*Fuente: StatCounter

**Fuente: Chitika estudio de Google positioning Value

FAVORECE LA VISIBILIDAD DE TU NEGOCIO CON EL USO DE DIRECTORIOS

Podemos y debemos utilizar los directorios como otra fuente de tráfico cualificado, tráfico de clientes potenciales que tienen una necesidad real de compra: **el que visita un directorio necesita satisfacer una necesidad real de compra.**

Los directorios de calidad, **gozan de muy buen posicionamiento orgánico para búsquedas en las que hay mucha competencia.** Por esta razón, incluir a tu negocio en este tipo de sites puede ser una gran idea para tener presencia en esas búsquedas que de otro modo sería imposible.

Por ejemplo, supongamos que gestionamos un despacho de abogados en Madrid. Una búsqueda en la que nos interesaría salir, sería “despachos de abogados madrid”. Se trata de una búsqueda con muchos competidores, por lo que sería muy difícil aparecer y más aún en el corto plazo. Sin embargo, podemos compensarlo estando en alguno de los directorios online que aparecen en las primeras posiciones. De esta manera, **es fácil que un potencial cliente clique en este directorio y acabe llamándonos.**

OTROS MEDIOS PARA AUMENTAR TU PRESENCIA DIGITAL DE TU NEGOCIO

En el mercado existen un sinnúmero de sitios que recogen información sobre negocios. Además de directorios, hay páginas institucionales, blogs temáticos, aplicaciones, etc. Además, a pesar de que haya alguna red social en la que no tengas un perfil creado, no significa que no estén hablando de ti, por lo que parte de tu presencia digital dependerá de ello y si no lo tratas de controlar, puede que lo que se diga de ti sea falso. A continuación presentamos algunos ejemplos de otros medios que contienen información sobre empresas y que los usuarios utilizan para localizar negocios:

- **Google Maps:** se trata de uno de los servicios más utilizados tanto por consumidores como por empresas, por lo que no puedes permitir que la información que se muestra sea incorrecta. Es más, gran cantidad de usuarios lo utilizan como GPS para llegar a sus destinos.
- **Foursquare:** se trata de una aplicación que permite a los usuarios marcar que han estado en un lugar y comentar su experiencia. Además, premia a sus usuarios a través de premios. Cualquier usuario puede dar de alta la localización de un negocio, por lo que debes esforzarte por ser tú quien gestione esa información.
- **Here:** se trata de otro servicio de localización y navegación que utilizan tanto usuarios como distintas marcas de coches. Es una gran fuente de tráfico potencial que no puedes desaprovechar mostrando información incorrecta.
- **HotForg:** se trata de un directorio de empresas con miles de usuarios. Cada negocio tiene su ficha y puede ser un gran canal para atraer potenciales clientes y lograr otro resultado más que de visibilidad a tu empresa en buscadores.

CONSISTENCIA “NAP”

Ahora que ya entendemos la importancia de una buena presencia digital y de cómo lograrla, vamos a hablar de uno de sus puntos clave, la **consistencia “NAP”**.

Bajo este término se hace referencia a la información que toda empresa debería tener siempre actualizada, como es el **nombre, la dirección y el teléfono**. De hecho, el nombre “NAP” responde a las siglas en inglés de *Name, Address y Phone Number*. Se trata de los **datos más básicos que toda empresa debería mostrar**, ya que es la información que todo potencial cliente va a necesitar.

Aparte de ser información especialmente valiosa, este término empezó a utilizarse hace ya algunos años, gracias a un cambio de algoritmo del buscador de Google en el que se hizo especial hincapié en las búsquedas locales. Con este cambio, uno de los factores que empezó a primar era el de la consistencia “NAP”, que no es otra cosa

que la coherencia y correlación de todos los sites en los que se recoge el nombre, la dirección y el teléfono de nuestra empresa.

Va mucho más allá de que la calle tenga el mismo nombre o que el teléfono coincida, sino que también se refiere a que los denominemos del mismo modo, por ejemplo: supongamos que gestionamos una peluquería con los siguientes datos:

Nombre: Peluquería Estilos Carmen

Dirección: Avda. Rincón de la Ensenada, 5, Valladolid

Teléfono: 983536879

En este caso, la consistencia “NAP” también se vería afectada si en un sitio de internet, en vez de poner Avenida, pone calle, o si el nombre es Peluquería Los Estilos De Carmen, si aparece un segundo número de contacto, etc.

RESUMEN / CONCLUSIONES

A lo largo de este ebook hemos destacado la importancia que tiene contar con una buena presencia digital y os hemos dado las claves para lograrlo. Vivimos en un mundo en el que los usuarios cada vez consumen más información online antes de tomar una decisión de compra, por lo que la presencia digital es fundamental para el éxito de cualquier negocio. Resumiendo todo lo que hemos visto:

- **Los datos de tu negocio se encuentran recogidos en numerosos sites** y puede que ni siquiera seas consciente de ello
- **Si no lo tenemos controlado**, nuestros clientes potenciales pueden acabar recibiendo información errónea, lo que deriva en la **pérdida de oportunidades de venta**.
- En cambio, **si lo gestionamos adecuadamente**, lograremos mayor difusión y confianza, **mejorando la imagen de marca**.
- Entre los principales medios que debes controlar, podemos destacar: **Resultados de Google, Redes Sociales, Google Maps y Directorios Online**.
- **La consistencia “NAP” es fundamental** para contar con una buena presencia online.