

A dark, semi-transparent background image showing a chef's hand using a metal spoon to stir a bowl of food. The food appears to be a salad or a mixture of vegetables and proteins. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the ingredients.

# GUÍA PRÁCTICA

PARA POSICIONAR TU RESTAURANTE

# A NIVEL LOCAL

---

**SOLUCIONES INTELIGENTES**  
PARA SU NEGOCIO

# CONTENIDO

---

- *¿Por qué es necesario trabajar en el posicionamiento local de los restaurantes?*
- **¿Qué necesito para posicionar localmente mi restaurante en Google?**
- *Optimización de los apartados de la ficha.*
- **Actualización de la ficha.**
- *Reseñas.*
- **NAP (Name, Address, Phone)**
- *Consejos extras para posicionar localmente tu restaurante.*



## ¿Por qué es necesario trabajar en el posicionamiento local de los restaurantes?

El posicionamiento local de un restaurante es determinante para mantener o aumentar su rentabilidad. **¿Por qué?** La razón es simple:

*A diferencia de otro tipo de negocios, los restaurantes obligatoriamente deben centrarse en atraer a aquellas personas que estén cerca de sus instalaciones.*

¡Nadie haría un pedido a un restaurante que se encuentra del otro lado de la ciudad!

No importa si el restaurante cuenta con servicio de delivery, **los consumidores optarán siempre por la opción más cercana.**

Por lo que un restaurante bien posicionado en Google es un negocio que **duplica las posibilidades de atraer clientes.**





## ¿Qué necesito para posicionar localmente mi restaurante en Google?

- Crear una ficha en Google My Business.
- Optimizar todos los apartados de la ficha.
- Mantener los datos actualizados.
- Mantenimiento del NAP (Name, Address, Phone)

### • Creación de la ficha

Si ya has creado la ficha o perfil de empresa de tu restaurante en **Google My Business** puedes saltarte este paso, sino créala de la siguiente manera.

- Accede a la página web Google Business Profile.
- Haz clic en la opción “administrar ahora”.
- Completa todos los datos que te irá solicitando la plataforma.

### Verificación de la ficha

Google My Business tiene varios mecanismos de verificación de tu ficha:

- Verificación por carta postal. Esta es enviada a tu restaurante y contiene un código que debes registrar en Google My Business una vez recibida.

- Verificación por correo electrónico.
- Verificación por correo corporativo. Esta solo se encuentra disponible cuando vinculas una página web con Google Search Console.
- Verificación por SMS.
- Verificación por videollamada. En esta deberás mostrar las instalaciones de tu restaurante.

La plataforma decidirá qué tipo de verificación solicitará. Esto depende, en gran medida, del tipo de categoría empresarial de tu negocio, ya que hay unas más sensibles que otras.

En algunas ocasiones, las fichas se verifican de forma automática, pero, más adelante suelen requerir una verificación adicional.

## • Optimización de los apartados de la ficha

Optimizar el contenido de la ficha de tu restaurante ayudará a que el algoritmo de Google la incluya en sus resultados de búsqueda.

La optimización consta de los siguientes pasos.

### Título

El título de tu ficha debe ser exactamente el nombre comercial de tu negocio.

Además, puedes complementarlo con una palabra clave relacionada a tu nicho, por ejemplo:

- El Palacio de las Hamburguesas – Comida Rápida.

Es importante que uses **un guion o un separador** entre el título y la palabra clave para que Google pueda clasificarte según tu nicho.

Ahora bien, en el título no debes incluir:

- Mayúsculas.
- Palabras clave separadas por comas.
- El nombre de la ciudad o el municipio.

Si tu título contiene alguna de estas características **tu perfil puede ser penalizado**.

---

## **Categoría principal y secundaria**

Para identificar las categorías correctas es recomendable investigar cuáles utilizaron los restaurantes de la competencia.

- Para conocer esta información en pocos segundos puedes usar la extensión GMBSpy.

Una vez actives la extensión debes:

- Hacer clic en la ficha de cualquier restaurante de tu competencia, preferiblemente del que aparezca en primer lugar.
- Dirigirte al ícono de la extensión. Allí leerás cuál es la categoría principal y secundaria.

Después haz lo mismo con otras fichas hasta identificar cuáles son las categorías que más se repiten. Una vez identificadas las más recurrentes, define las que incluirás en tu ficha.

## **Descripción**

Google My Business pone a tu disposición 750 caracteres para que describas tu restaurante lo mejor que puedas. Una descripción óptima debe responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué servicio ofrece tu restaurante?
- ¿Cuáles son sus beneficios?
- ¿En qué te diferencias de la competencia.

Además, es importante que indiques **si tu negocio cuenta con alguna característica especial** como ser un espacio Pet Friendly, por ejemplo.



Procura que el texto sea persuasivo y que contenga palabras clave de acuerdo a tu nicho. Si desconoces cuáles palabras clave se ajustan a tu negocio, puedes usar un buscador de palabras clave gratuito como Semrush, por ejemplo.

Ahora bien, al desarrollar tu descripción **debes evitar:**

- Saturar el texto de palabras clave. Si bien la descripción debe contener palabras clave, estas deben incluirse de forma natural, ya que debe ir dirigida a las personas principalmente y no los motores de búsqueda de Google.

Una descripción similar a esta “comida rápida, hamburguesas de carne, hamburguesas de pollo, ambiente familiar, papas fritas” **será rápidamente detectada y penalizada por Google.**

### **Datos del restaurante**

Los datos que solicitará Google para tu ficha incluyen:

- Dirección exacta de tu restaurante.
- Teléfono.
- Página web.
- Horario de trabajo.

**Es crucial ser sincero** al suministrar estos datos, sobre todo, en este último punto.

Si tu restaurante no se encuentra abierto las 24 horas, por ejemplo, jamás escribas que se encuentra abierto todo el día. Debes escribir tu horario de atención real.

La plataforma también puede solicitarte otros datos adicionales en cumplimiento con **ciertas políticas de inclusión**. Por ejemplo, puede pedirte que indiques si tu local cuenta con rampa para silla de ruedas, si es un restaurante Pet Friendly, etc.

### **Imágenes y videos**

*Tu ficha debe contar con un contenido multimedia lo suficientemente atractivo para tus potenciales clientes. Sin embargo, estas fotos y videos deben ser reales.*

- *No incluyas jamás fotos o videos de bancos de imágenes gratuitos o de pago. ¡Ninguna foto descargada de Internet!*
- *No incluyas fotos excesivamente trabajadas o que contengan algún tipo de texto.*

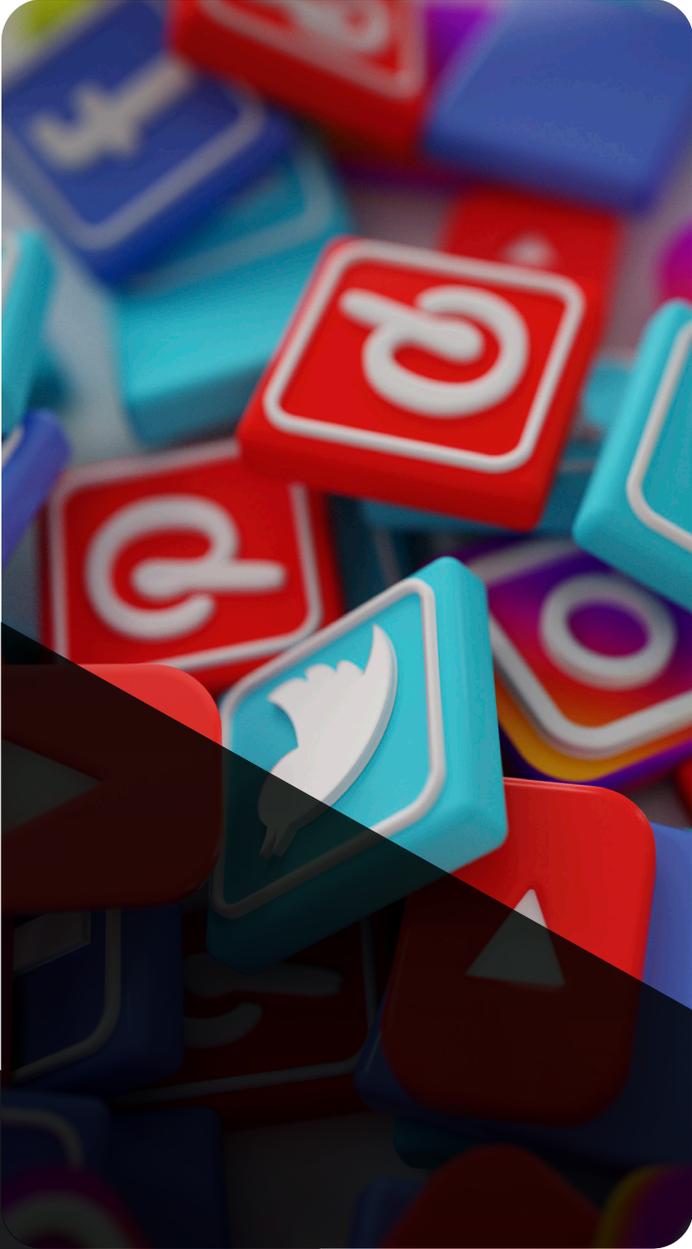
*¡Google My Business valora la naturalidad de las imágenes!*

*Otro punto clave es la geolocalización de las fotos.*



*Al tomar una foto con tu celular, lo común es que se agreguen automáticamente las geotiquetas que le permitirán a Google relacionar las imágenes con la ubicación geográfica.*

*Sin embargo, si quieres comprobar si tus imágenes cuentan con estos datos puedes usar alguna herramienta como Geoimgr.*



## **Redes sociales**

*Debes agregar los perfiles de tus redes sociales, ya que esto ayudará a que las personas conozcan más de tu restaurante. Solo ten en cuenta:*

- Si tus redes sociales se encuentran desactualizadas o con poco contenido es mejor que no las agregues.*

*Muchos clientes se decepcionan al ingresar a los perfiles y ver que la última publicación fue hace 3 años. **Manténlas siempre activas**, con contenido atractivo y de valor.*

### **• Actualización de la ficha**

*Crear una ficha, optimizarla y olvidarse de ella es un error muy grave. Es necesario que la mantengas actualizada. ¿De qué manera?*

### **Publicando fotos constantemente**

*De ser posible, publica un par de fotos o videos nuevos semanal o quincenalmente.*

*Además, en estas fotos se debe reflejar el servicio que ofreces en la descripción.*



*¿Ofreces ambiente familiar?  
¿En tu restaurante prevalece un ambiente juvenil?*

*¡Haz que se vea en tus fotos!*

### **Indicando cualquier cambio que haya en tu restaurante**

*¿Tienes un horario de atención diferente? ¿Cierras tu negocio un día por alguna actividad especial? Incorpóralo a tu ficha.*

### **Agrega los nuevos productos y servicios que ofreces**

*¿Decidiste agregar algún servicio o producto a tu restaurante? Inclúyelo en el apartado de productos y servicios con una correspondiente descripción.*

### **Agrega noticias y anuncios cada tanto**

*Una de las más recientes actualizaciones de Google My Business permite la publicación de noticias, notas, mensajes, etc. ¡Como si de un blog se tratara!*

*¿Ahora tendrás catas de vino en tu restaurante? ¿Tienes promociones o descuentos especiales por el Día de San Valentín?*

**Anúncialo de forma creativa** con algunas palabras clave para mantener a tu comunidad actualizada y, además, ayudar a **que Google detecte actividad constante en tu ficha.**

## • Reseñas

Google invierte millones cada año en recursos para detectar reseñas falsas, así que es inútil intentar engañar a esta compañía.

**¡Un error común es comprar reseñas!** ¡También es un error pedirles una reseña a los familiares o amigos que viven en otra ciudad!

¿Por qué? Porque además de los mecanismos de identificación de reseñas falsas con los que cuenta Google, la dirección IP delata la procedencia.

• Imagina: Si tu restaurante queda en Caracas ¿por qué tendría varias reseñas provenientes de direcciones IP de Ciudad Bolívar? Por ejemplo.

Estas reseñas deben ser reales y la mejor opción para conseguirlas es pedirselas a tus clientes.

Además, es muy importante que estas vayan acompañadas de una foto de tu local. Con este recurso visual, se refuerza la autenticidad de la reseña.

También es importante que las reseñas se publiquen con regularidad y que estas contengan palabras clave.

¿Cómo puedes lograr esto? Pidiéndoles a tus clientes que **cuenten en la reseña qué plato o bebida fue la que más les gustó al visitar tu restaurante.**

## • NAP (Name, Address, Phone)

Es esencial que aparezcan los mismos datos de nombre, dirección y teléfono en todas las menciones de tu restaurante.

- ¿Mencionarán tu restaurante en algún directorio local?
- ¿Algún influencer y hará una reseña de tu restaurante en sus redes?
- ¿Pagarás publicidad en redes sociales?
- ¿Tu restaurante será reseñado en alguna web o blog?

---

En cualquiera de estos casos, siempre se debe mencionar el mismo nombre, la dirección y número de teléfono **sin ningún tipo de variantes**.

¡Asegúrate de que tus colaboradores tengan claro tus datos antes de hacer una mención de tu negocio!

Además, es importante que evites modificar tu nombre, dirección y teléfono constantemente en tu ficha. Google podría identificar cierto grado de inestabilidad en tu perfil y **perjudicar tu posicionamiento**.

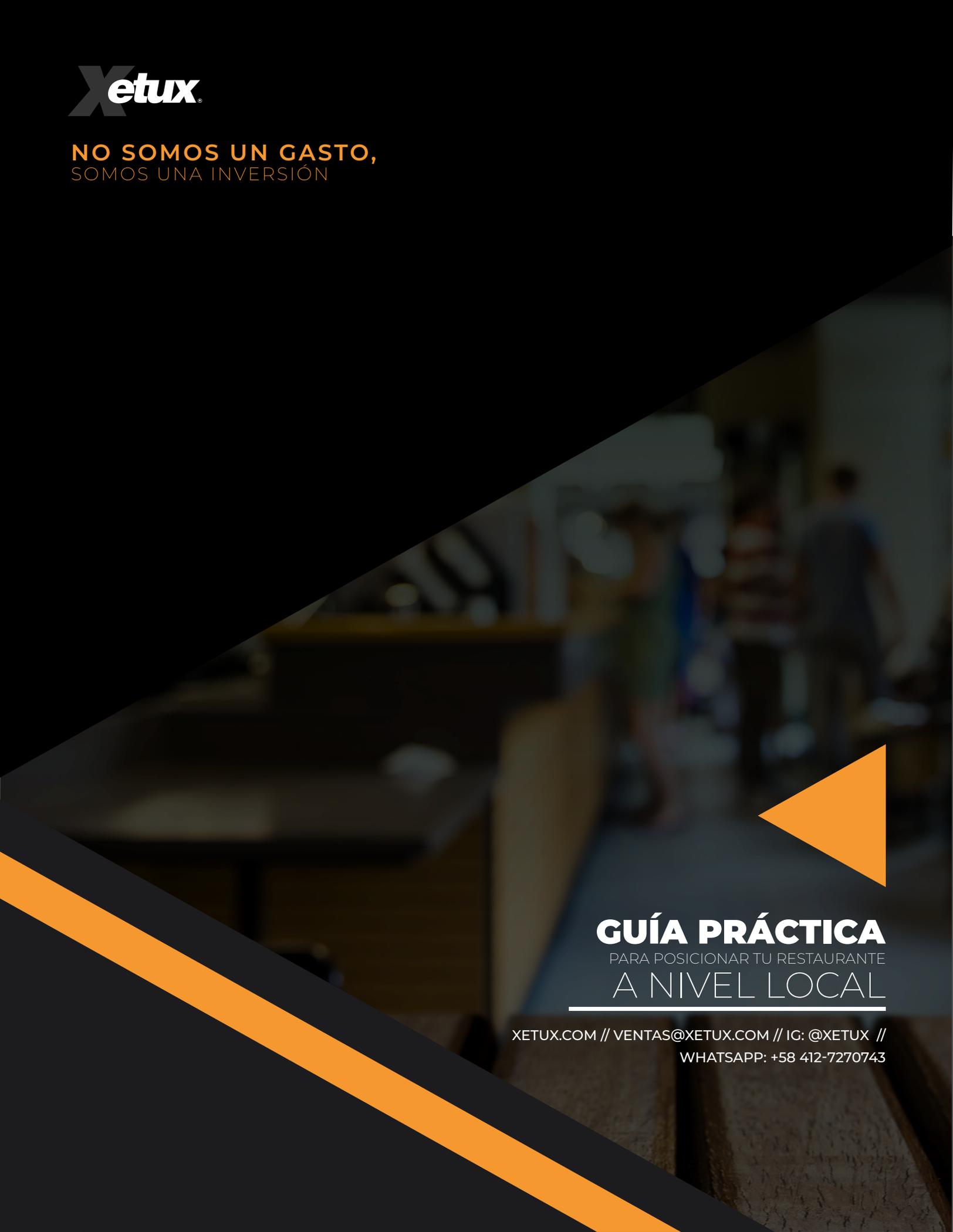
## **Consejos extras para posicionar localmente tu restaurante**

Una vez hayas completado todos los pasos anteriores, te recomendamos tomar en cuenta estos consejos.

- *Identifica las inquietudes más comunes de tus clientes y respóndelas en el **apartado de preguntas y respuestas**.*
- ***Responde a todas las reseñas que dejen tus clientes**, sobre todo, a las negativas. Tu respuesta debe ser profesional y personalizada. Es decir, evita las respuestas predeterminadas, ya que la comunicación se vuelve fría y distante.*
- *Ten una **página web actualizada** y con contenido de valor. Esta debe incluir un blog en el que publiques frecuentemente artículos relacionados a tu nicho. Esto reforzará tu identidad como restaurante y le indicará a Google que tu negocio es un referente en el área.*



**NO SOMOS UN GASTO,**  
SOMOS UNA INVERSIÓN

A blurred background image of a restaurant interior, showing tables, chairs, and a person in the distance. The image is overlaid with a dark grey diagonal shape and an orange triangle.

**GUÍA PRÁCTICA**  
PARA POSICIONAR TU RESTAURANTE  
A NIVEL LOCAL

XETUX.COM // VENTAS@XETUX.COM // IG: @XETUX //  
WHATSAPP: +58 412-7270743