

Marketing local:
**Cómo atraer clientes cercanos
con herramientas digitales**

Roberto García Toledo
Consultor SEO y Web Monitoring en RocaSalvatella



Roberto García Toledo

Consultor SEO en RocaSalvatella

Polop, Alicante 🍷

7 años de experiencia profesional en SEO y marketing digital 📊

Empecé diseñando webs con NVU en 2008

Background en hostelería, inmobiliaria, textil, agencia

Me encanta la historia y la filosofía 📖



[Roberto García Toledo](#)

¿DE QUÉ VA ESTA CHARLA?

¿Para quién?

- Para PYMES que tienen tienda o sucursal física
- Empresas que quieran aumentar sus leads
- Consultores SEO

¿Qué?

- ¿Qué es el SEO local?
- Cómo optimizar GMB y factores de ranking
- Señales de relevancia y autoridad para Google y la IA
- Consejos de SEO local
- Herramientas para conseguir leads de calidad

1

Introducción

-
- Lo que se viene
 - ¿Qué es el SEO Local?
 - El secreto del SEO Local
-

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

I want to buy On running shoes for wide feet and priced under \$150.

Awesome! If you're interested in On running shoes suitable for wide feet and priced under \$150, there are a few options to consider. While On doesn't offer a broad range of wide-width models, they do have select styles designed to accommodate wider feet. Here are some recommendations:



Cloudflyer 4 Wide
\$129.95
Flymesh+ Flyknit



Cloudrunner 2 Wide
\$159.95
Flyknit, Flyknit+ Flymesh+ Flyknit



Cloudgo Wide
\$159.95
Flyknit+ Flyknit

Cloudflyer 4 Wide provides excellent cushioning, a wide fit, and premium comfort. It's designed for runners seeking support and stability.

Cloudrunner 2 Wide At \$159.95, this model provides enhanced stability and support, making it ideal for those who need a bit more control during their runs.

Cloudgo Wide: This lightweight option, priced at \$159.95, is perfect for runners looking for a responsive and agile shoe that doesn't compromise on comfort.

Cloudrunner 2 Wide At \$159.95, this versatile runner is suitable for various running activities, offering a balance between cushioning and responsiveness.

Cloud 5: Priced at \$159.95, this budget-friendly option delivers comfort and style, making it a great choice for casual runners or those new to the sport.

These options should be available for delivery to your NYC location within your specified timeframe. If you have any preferences regarding specific features like cushioning level, weight, or intended use (e.g., daily training, long-distance running), feel free to let me know, and I can provide more tailored recommendations.



Cloudflyer 4 Wide
★★★★★ 4.3 (2000)

Purchasing Options

PlayStation	\$129.95	Buy
On the	\$129.95	Buy
Cardboard Sports USA	\$129.95	Buy

Why you might like this

The On Cloudflyer 4 Wide is an excellent choice for runners with wide feet seeking a blend of comfort, support, and responsiveness. Its advanced Cloud+ cushioning and 4400mm carbon plate provide a plush yet stable ride, while the wider base and engineered mesh upper ensure a secure fit and breathability.

What people are saying

"The On Cloudflyer 4 Wide delivers a smooth ride for

Compras en ChatGPT

Sólo disponible en EEUU, próximamente en el resto de países.

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

Ask i

Google I/O

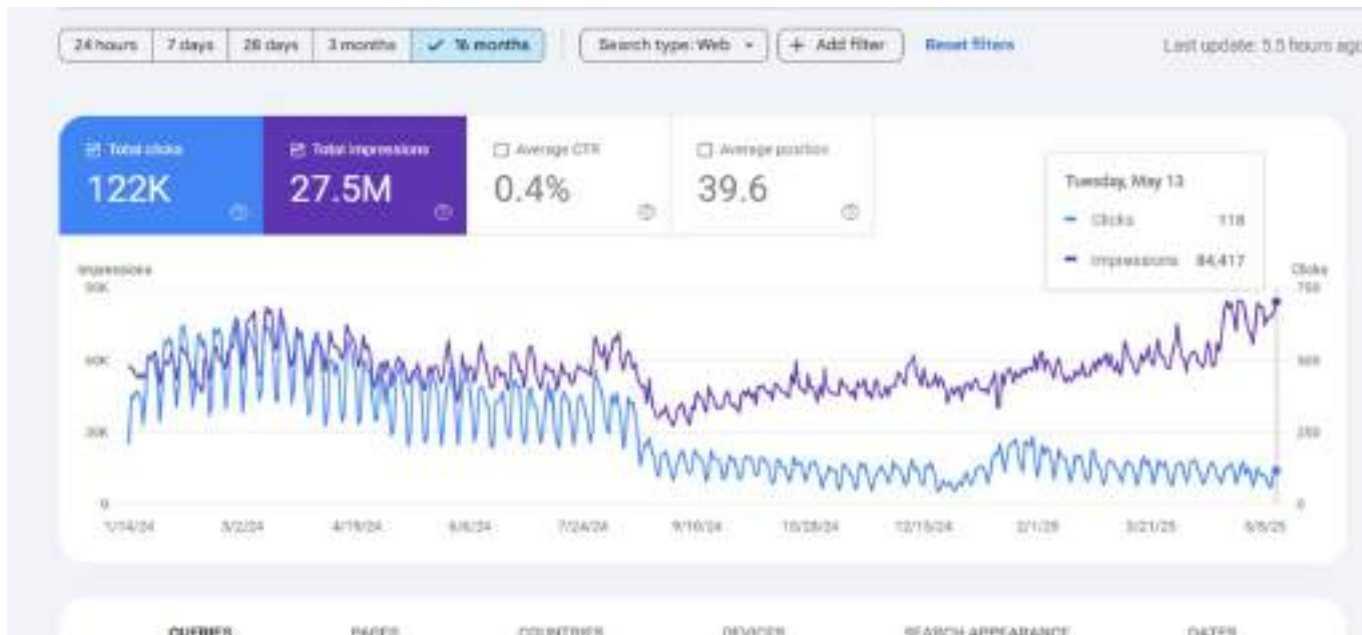
Nuevas funcionalidades de búsqueda por IA de Google.

Sólo disponible en EEUU, próximamente en el resto de países.

[Más info](#)

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local



Efecto Cocodrilo

Desde la salida de AI Overviews vemos menos clics a pesar de las impresiones.

Y esperamos aún menos cuando entre en Europa el nuevo AI Mode de Google.

Imagen de [Syed Muzammil Hussain](#) en LinkedIn

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

¿Qué es el SEO local?

Posicionar y darle relevancia a **negocios físicos** o que tienen algún tipo de **relación física con cliente incluyendo servicio a domicilio**, para atraer más clientes potenciales.

SEO orgánico

Enfoque deslocalizado o global - *“comprar zapatillas online”*

Objetivo: Aparecer en los resultados de búsqueda generales

Factores: KW, contenido de calidad, UX, backlinks...

SEO local

Ubicación específica - *“zapatería en Valencia”*

Objetivo: Aparecer en Local Pack, Google Maps

Factores: Proximidad, NAP, reseñas propias y de terceros...

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

Resultados de Google Shopping

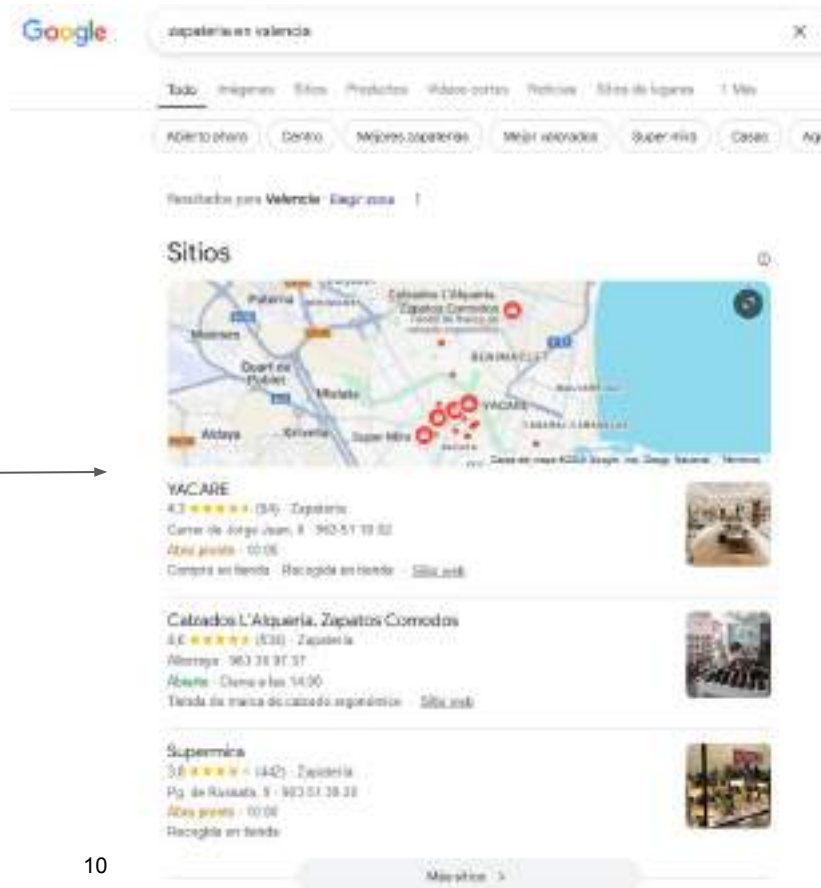


Resultados de búsqueda
generales



1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local



Local Pack



1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

El SEO local es un **nicho muy rentable**, porque las búsquedas de SEO local suelen ser transaccionales y el presupuesto a invertir es normalmente bajo.

Si alguien busca un *hotel de perros en Alicante*, es porque con un 99% de certeza lo necesita.

Gracias al SEO Local conseguimos...

- ✓ Visibilidad de marca en nuestra zona.
- ✓ Competir con grandes empresas en nuestra zona.
- ✓ Atraer clientes cercanos con alta intención de compra.
- ✓ Una marca bien posicionada en SEO local beneficia también al SEO orgánico y viceversa.

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > El secreto del SEO local

¿El SEO local es solo para pequeñas empresas?

No. Si bien el SEO local es imprescindible para las pequeñas empresas, sobre todo las que tienen sede física, también es muy relevante para medianas y grandes compañías, especialmente cuando cuentan con varias oficinas o sedes.

1 Introducción

Lo que se viene > ¿Qué es el SEO local? > [El secreto del SEO local](#)

El secreto del SEO local

Dar un buen servicio, que el cliente se vaya contento.

Esto va a hacer que de manera natural nos lleguen buenas reseñas, el boca a boca, que vengan más clientes.... y todo esto hace que para Google nuestro negocio sea relevante y popular.

2

Google My Business

-
- Google My Business
 - Factores de ranking
-

2 Google My Business

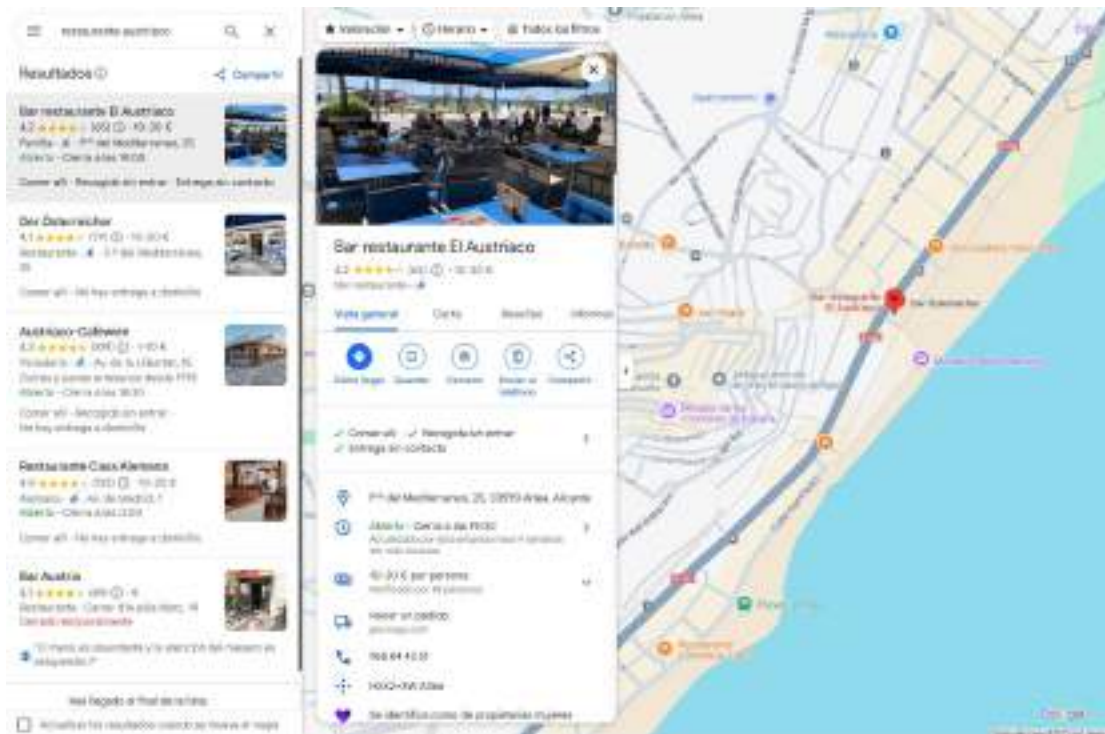
Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

Google My Business

✓ Herramienta con mayor visibilidad

No se trata de rellenar la ficha de manera automática.

Hay muchos aspectos que no se tienen en cuenta y acciones que se están haciendo mal.



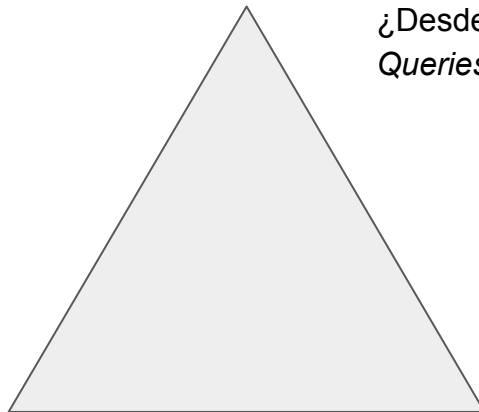
2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

Factores de ranking

Proximidad

¿Desde dónde se hace la búsqueda?
Queries con ubicación



Relevancia

Consistencia del NAP
Categoría y subcategorías
Descripción, servicios

Popularidad

Reseñas
Menciones
Notoriedad de marca

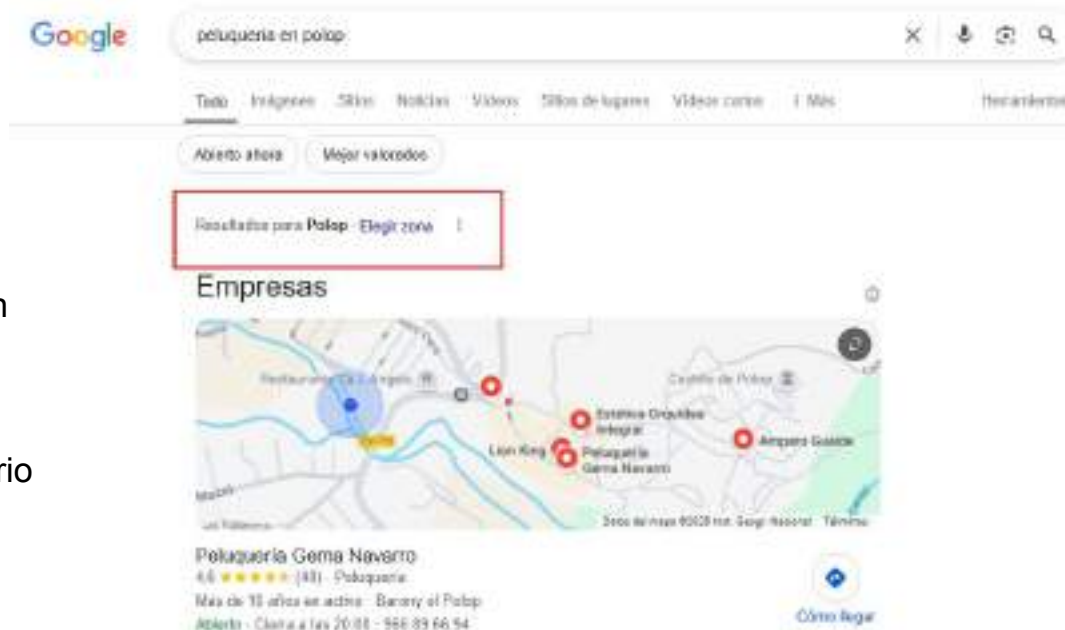
2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

Proximidad

Google quiere darnos resultados relevantes. Nos mostrará hasta x distancia desde nuestra posición.

Google entiende también que en algún momento vamos a atender al usuario cara a cara, por lo que si ponemos el pin en otro sitio diferente o no hay un local, generamos frustración y el usuario puede incluso ponernos una reseña negativa.



2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

No sirve de nada intentar copar el mapa con muchísimos resultados.

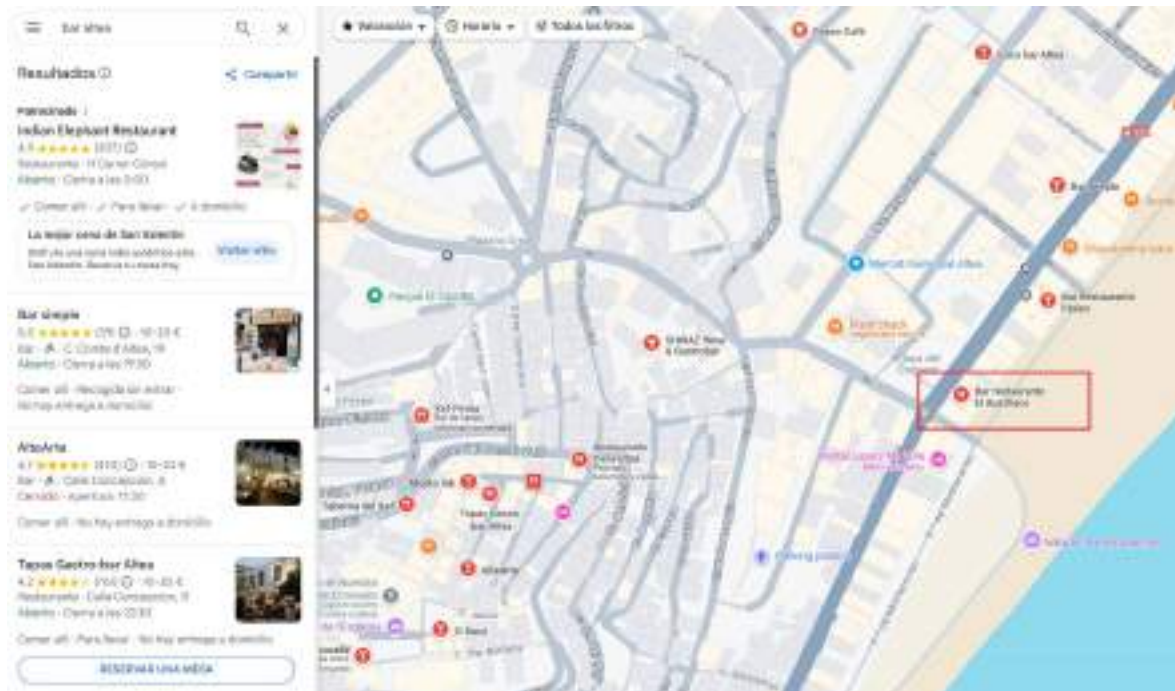


2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

No sirve de nada intentar copar el mapa con muchísimos resultados.

Google al final sólo mostrará 1.



2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad

Enlace al sitio web

En la estrategia de linkbuilding es un backlink más, y procedente del dominio más potente, Google.

Google puede rastrear mejor nuestra identidad y contenidos agregando un enlace a nuestra web.

Podemos enlazar a landing con formulario para captar leads, o para agendar una llamada.

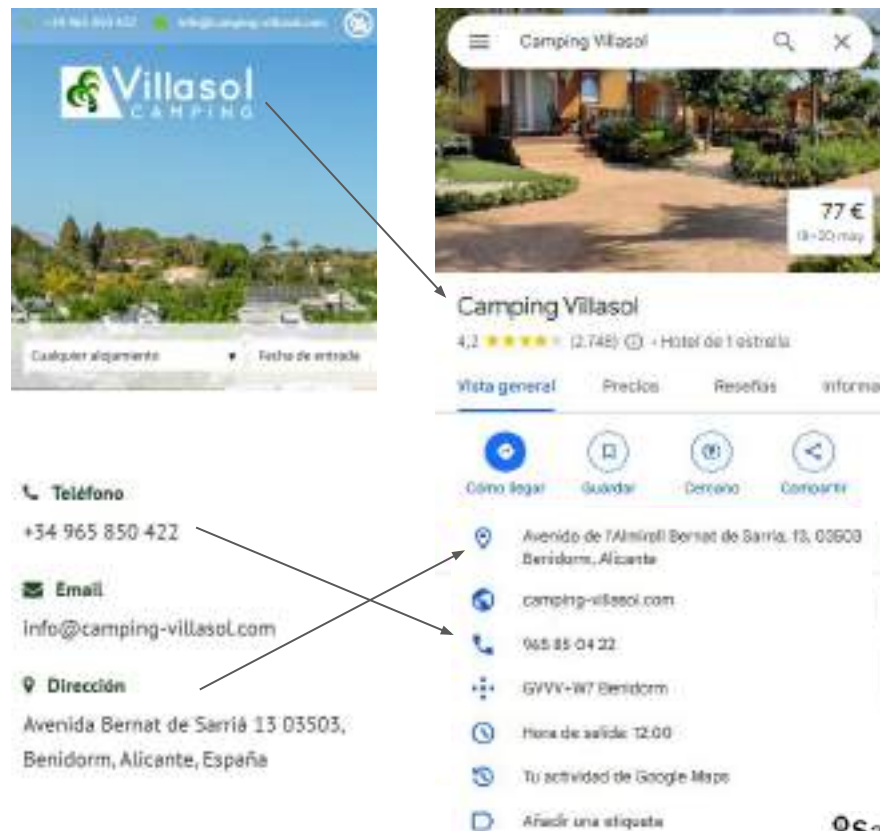


2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad

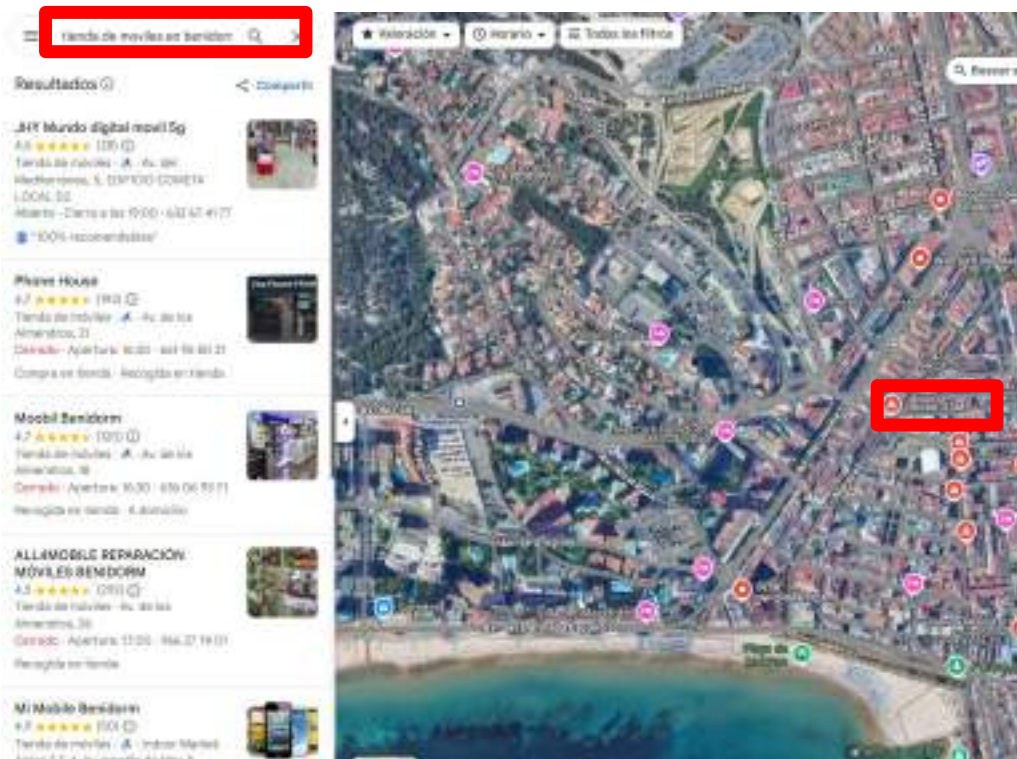
Consistencia en el NAP

Name, Address, Phone



2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad



Google dice que no pongas otra cosa que tu nombre comercial. Ahora bien, puedes probar añadiendo la palabra clave principal (servicio, categoría) sin necesidad de hacer spam.

XX Doctor GSM

✓ Tienda de móviles Doctor GSM

XX Tienda de reparación de Apple, iPhone, iMac, MacBook, MacBook Air...

✓ Servicio técnico de Apple - Doctor GSM

2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > [Relevancia](#) > Popularidad

Categorías y subcategorías

Si buscamos una peluquería, no nos va a mostrar una tienda de ordenadores.

Por eso es esencial poner bien nuestra categoría principal y secundarias.

Ideal centrarnos en 1 categoría principal y añadir máximo 3 subcategorías. **Evitar sobreoptimización.**



Extensión de Chrome para hacer una auditoría de fichas de GMB. Incluye versión de prueba gratuita.



2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad

Descripción

Todos los servicios o productos derivados que ofrece nuestro negocio, y sus palabras clave relacionadas, las ponemos también en la descripción.

Categoría empresarial

Carpintería

Descripción

Taller de carpintería especializado en cocinas a medida.

Más de 30 años trabajando con las más importantes firmas y grandes almacenes de carpintería y construcción.

nl We spreken nederlands!
es We speak english!

2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad

TIP

Hacer una investigación de palabras clave longtail en SEMrush, Ahrefs, Google Trends u otras herramientas.

Añadir estas palabras clave estratégicamente en:

- Nombre del negocio
- Categorías y servicios
- Descripción

2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > **Relevancia** > Popularidad

El horario del negocio

 A menos que seamos un 24h, no estamos abiertos a todas horas.

 Si hay alguien en la oficina, dejar marcado el horario continuo.

 Experimentar.

Inmobiliaria

Resultados

Compartir

Patrocinado

Randol Real Estate
4.7 (11)
Agencia inmobiliaria - 8 Calle de la Iglesia
Albarrín - Cádiz a las 10:00
Ref. 40.76.96

Villa de lujo en Dénia
Inmobiliaria en Dénia, Almería y Murcia
Libera en propiedad de lujo en la...

Patrocinado

Univas Eindhoven
4.4 (1)
Agencia inmobiliaria - 3 Carrer Aragall
Albarrín - Cádiz a las 11:00
Ref. 02.18.49

Inmobiliaria Alfas, Alfas
compraventa, nacional e internacional, de...
tel y en redes profesionales en Costa Blanca

Century 21 Evolution
Inmobiliaria Calpe
4.7 (11)
Agencia inmobiliaria - c/ de Gabriel Miró, 12
Albarrín - Cádiz a las 10:00
Ref. 39.13.44

MP Vilas Inmobiliaria / Real Estate
4.7 (14)
Agencia inmobiliaria - 3 Carrer...

☐ Actualizar mis resultados cuando se mepa de mis...





Grupo Tenza. Inmobiliaria. Alquiler y venta de pisos en Calpe.

2.9  (10) 

Agencia inmobiliaria

Vista general **Reservas**

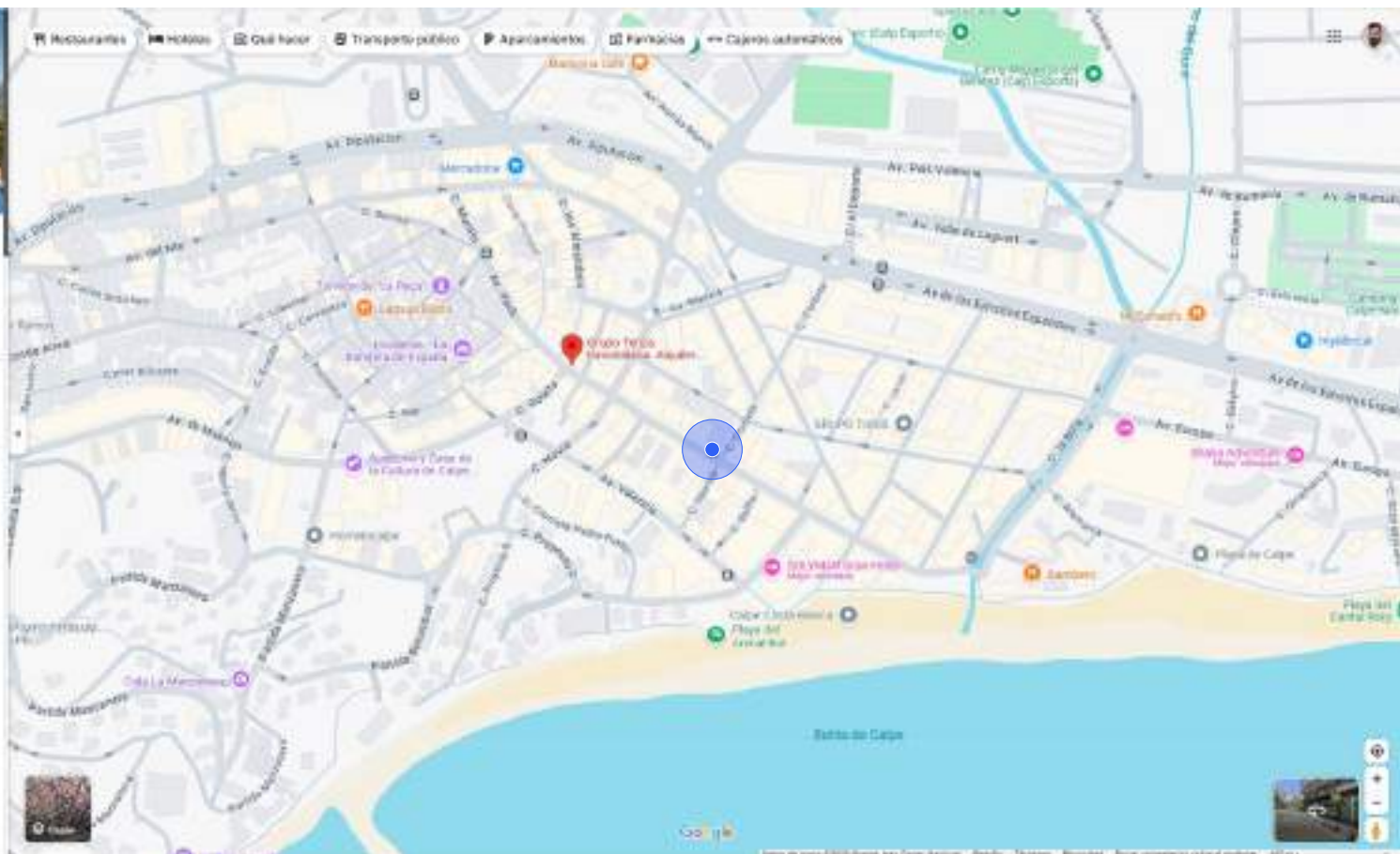
Inicio Ingres Guardar Descartar Enviar al teléfono Comparar

 Los Almendros, 2, 03190 Calp, Alicante

 **Horario**

martes	9:00-14:00	16:00-19:00
miércoles	9:00-14:00	16:00-19:00
jueves	9:00-14:00	16:00-19:00
viernes	9:00-14:00	16:00-19:00
sábado	10:00-13:00	
domingo	Cerrado	
lunes	9:00-14:00	16:00-19:00
martes	9:00-14:00	16:00-19:00

Sugerir nuevo horario



2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

Reseñas

- Palabras clave en la reseña
- Si además tienen fotos, posicionan mejor
- Perfil del reseñador
- Frecuencia con la que nos dejan reseñas
- Responder también a las dudas

✗ Tratar de no falsear o comprar reseñas. A la larga, o son sospechosas o Google te las quita.

✓ “Automatizar” la solicitud de reseñas a nuestros clientes.



Century 21 Evolution |
Inmobiliaria Calpe

通車 4 小時 40 分鐘 訂位 0

[illegible]

Unit 4

Abierto - Cierre a las 23:00

966 349 778-44

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Cable Home Group

4.1 ★★★★★ (100)

Agencia Española de -  - Edificio

Mary Ann Carter is First.

Advertito - Cierra a las 18:00h

445 74-62-43

Karyotypus und das Endozytomat - Effekte online

MP Vilas Imobiliária / Real Estate

4.9 ★★★★★ (194) (3)

Agnieszka Kotarska - A. Carter

Dr. Barbara A. Berman

A14710 · OHSU-424750

9780190238281

May have at least two or three very good results

Engel & Völkers Capital

4.5 ★★★★★ (49) (0)

Species: *Arctostaphylos* - *A. cana*

© 2007 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 261: 103–110

ADVERTO - CANTIERI E SERVIZI

9491.7290

• "Son un equipo de gente responsable y que ama su trabajo."

Immobilier Services
Immobilier Calne

4.1 555-5 - 2761-00



4.3  (3) 
 Apartos turísticos - Casas
 Costa, 5, Irujo 8
 Abanto - Cerca a las WOI -
 915 97 89 22




4.8 ★★★★★ 
 Agência imobiliária - C. de H&A,
 3a
 Alameda - Centro a las 12:00 -
 064.88.39.00




“Admiralty has adopted the most facilitated a restraint of government’s responsibilities.”

4.7 ★★★★★ (10) ☺
 Agência imobiliária - Centro da
 Pra. 1
Cairado - Abertura: 10:00 (qui)
 até 23:00 18

Linka marka: *Elizma Inger*

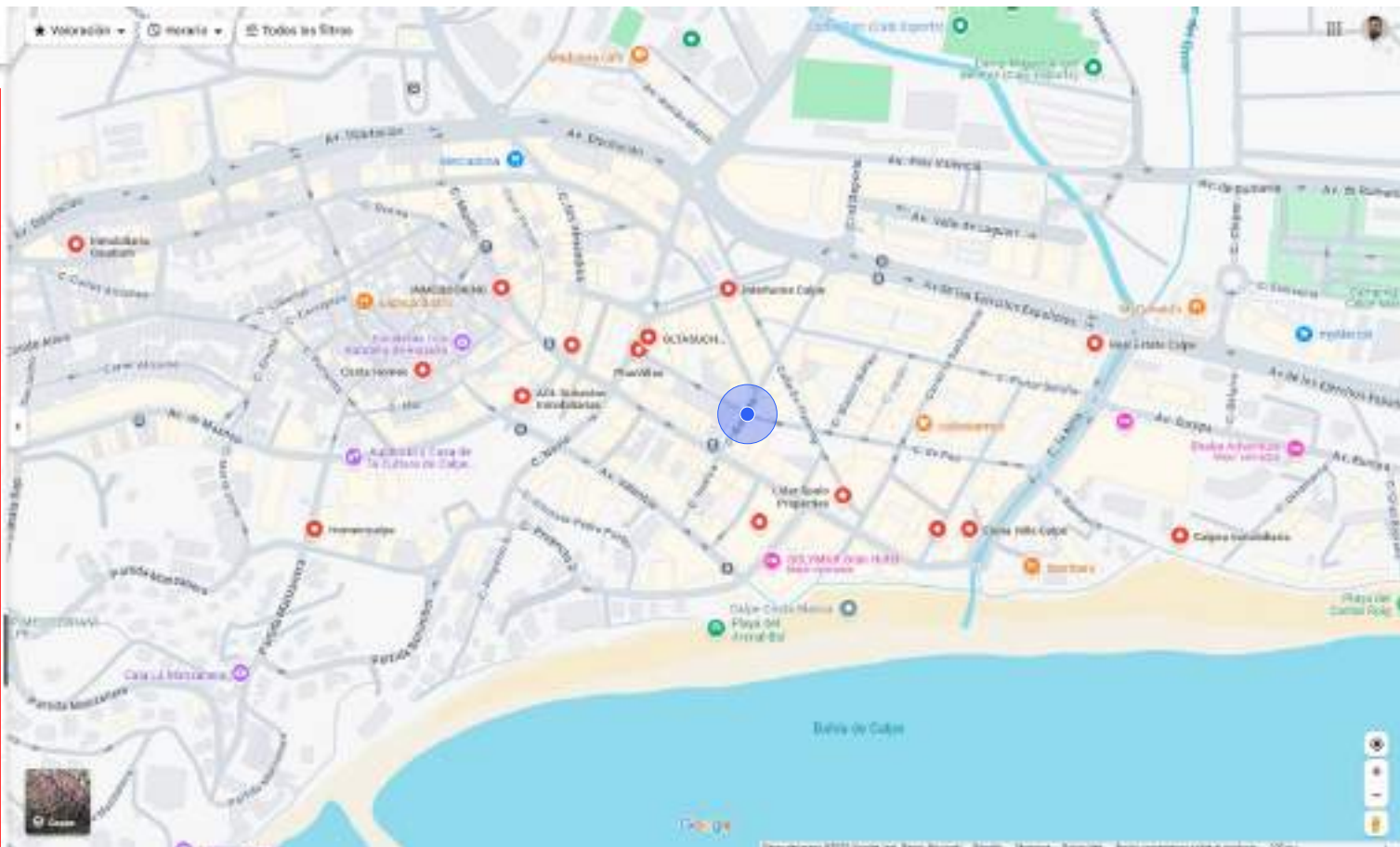
Una gattinona bella, appartento l'incresia
superacrobatica!!!

4.2 ★★★★★ (10) 
 Agencia Inmobiliaria  
 Alemania, 9
 946.83.00.50

this work CERN logo

“Qualche perfetto atto di interesse del
venditore a del compratore.”

4.4 ★★★★★ (4 reviews)

☐ Activate the resulting state in the context of this

2 Google My Business

Google My Business > Factores de ranking > Proximidad > Relevancia > Popularidad

The screenshot shows the Google My Business dashboard. At the top is the Google logo and a search bar. Below this is a navigation bar with tabs: 'Todo' (selected), 'Productos', 'Imágenes', 'Vídeos cortos', 'Vídeos', 'Noticias', 'Web', and 'Más'. A secondary navigation bar contains links: 'Del propietario', 'Directorio', 'Exposiciones', 'Fotos', 'Información', 'Menú', and 'Precios'. The main section is titled 'Tu empresa en Google' and shows a profile icon, a checkmark, and the text '267 interacciones con clientes'. To the right, it displays 'Eficacia del perfil' with a progress indicator and a 'Completar información' link. Below this are several action buttons: 'Editar perfil', 'Leer reseñas', 'Fotos', 'Añadir nove...' (highlighted with a red box), 'Rendimiento', and 'Anunciar'. At the bottom, there are more buttons: 'Editar produ...', 'Editar servici...', 'Reservas', 'Preguntas y r...' (highlighted with a red box), and 'Pedir una res...'.

Google

Todo Productos Imágenes Vídeos cortos Vídeos Noticias Web Más ▾

Del propietario Directorio Exposiciones Fotos Información Menú Precios

Tu empresa en Google

267 interacciones con clientes

Eficacia del perfil Completar información

Editar perfil Leer reseñas Fotos Añadir nove... Rendimiento Anunciar

Editar produ... Editar servici... Reservas Preguntas y r... Pedir una res...

3

Estrategias de SEO Local

- SEO On Page
- Geolocalizar imágenes
- Datos estructurados
- EEAT
- Conectar otras herramientas

3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > [Geolocalizar imágenes](#) > Datos estructurados > EEAT > Conectar otras herramientas

SEO On Page

- **Robots.txt:** Permitir a los bots rastreadores de Google, Bing, ChatGPT, etc. que entren en nuestra web y encuentren nuestro contenido. —→ `User-agent: *`
- **UX:** Que el sitio cargue rápido, que los elementos no cambien de posición, que no esté lleno de anuncios, que sea accesible, que el usuario siga navegando... —→ Informe **Core Web Vitals** en GSC o extensión Lighthouse
- **Localización en el contenido:** En el título, encabezados, textos...

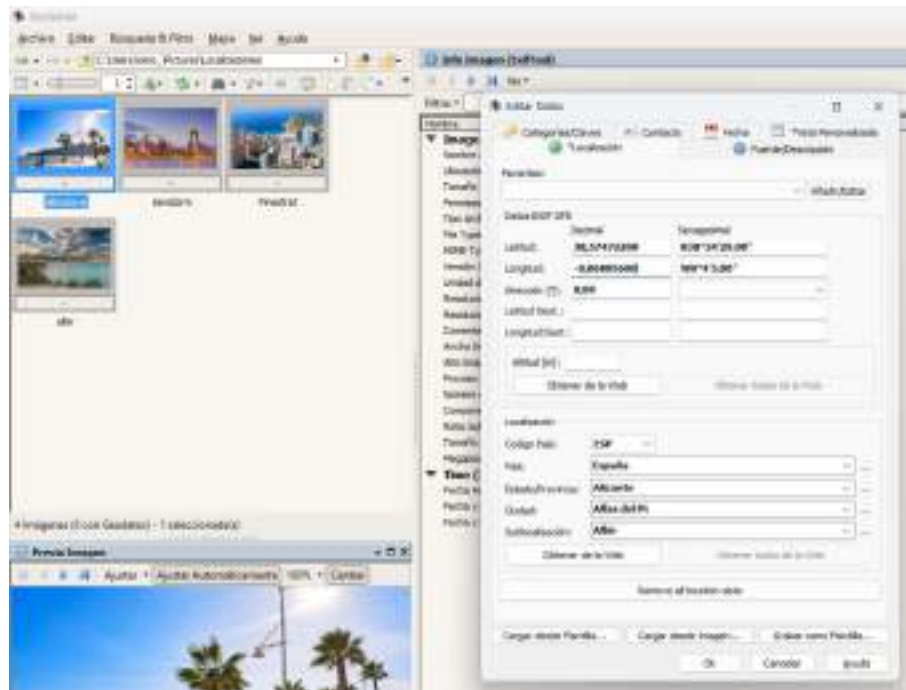
3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > Datos estructurados > EEAT > Conectar otras herramientas

Geolocalizar imágenes



Añadir coordenadas a las fotos para geolocalizarlas. Google posicionará la imagen para búsquedas en *Google Images* relacionadas con esa localización o para búsquedas cercanas a nosotros.



3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > [Datos estructurados](#) > EEAT > Conectar otras herramientas

Datos estructurados

Son pequeños fragmentos de código que añadimos al HTML de nuestra web y que describen con claridad a los motores de búsqueda qué información mostramos en nuestra web: nuestro nombre, los datos de contacto, el logo de nuestra empresa, qué horarios tenemos, las reseñas de los clientes, el precio de nuestro producto, las FAQs...

Algunos CMS como Wordpress tienen plugins que nos incrustan este código de forma sencilla.

[Herramienta para validar el marcado](#)

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Restaurant",
  "image": [
    "https://example.com/photos/1x1/photo.jpg",
    "https://example.com/photos/16x9/photo.jpg"
  ],
  "name": "Dave's Steak House",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "148 W 51st St",
    "addressLocality": "New York",
    "addressRegion": "NY",
    "postalCode": "10019",
    "addressCountry": "US"
  },
  "geo": {
    "@type": "GeoCoordinates",
    "latitude": 40.761293,
    "longitude": -73.982294
  },
  "url": "https://www.example.com/restaurant-locations/manhattan",
  "telephone": "+12122459688",
  "servesCuisine": "American",
  "priceRange": "$ - $$",
  "openingHoursSpecification": [
    {
      "@type": "OpeningHoursSpecification",
      "dayOfWeek": [
```

3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > Datos estructurados > **EEAT** > Conectar otras herramientas

EEAT

Expertise - Experience - Authority - Trust → Conocimiento - Experiencia - Autoridad - Confianza

- **Conseguir enlaces y menciones de sitios relevantes:** Directorios, Trustpilot, Tripadvisor, Prensa, Blogs...
- **Página “Sobre Nosotros” y Homepage**
- **Responder a dudas en foros:** Quora, Reddit, Idealista...
- **Potenciar las búsquedas de marca desde el entorno físico**

Lo importante es ser mencionado, aunque no siempre haya enlace. Google sabe reconocer si están hablando de nuestra marca y el enlace es sólo una pista más, pero no es necesaria.

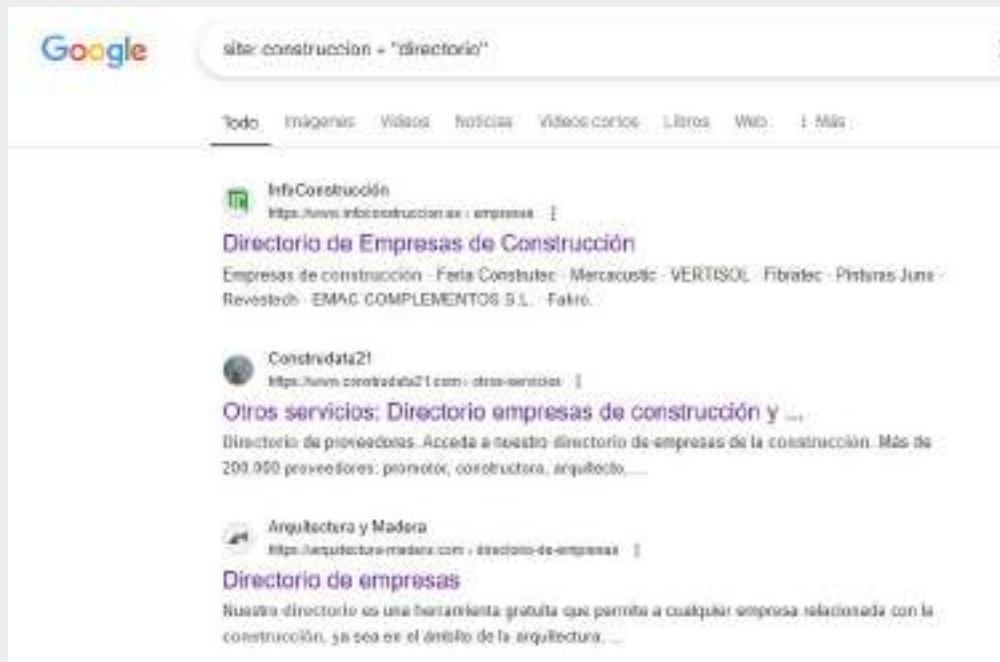
Esto no nos posiciona directamente, pero sí que aumenta la **POPULARIDAD** de nuestra marca y nuestra **CREDIBILIDAD** como expertos.

3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > Datos estructurados > [EEAT](#) > Conectar otras herramientas

TIP para encontrar directorios

site: [sector de tu negocio] + “directorio”

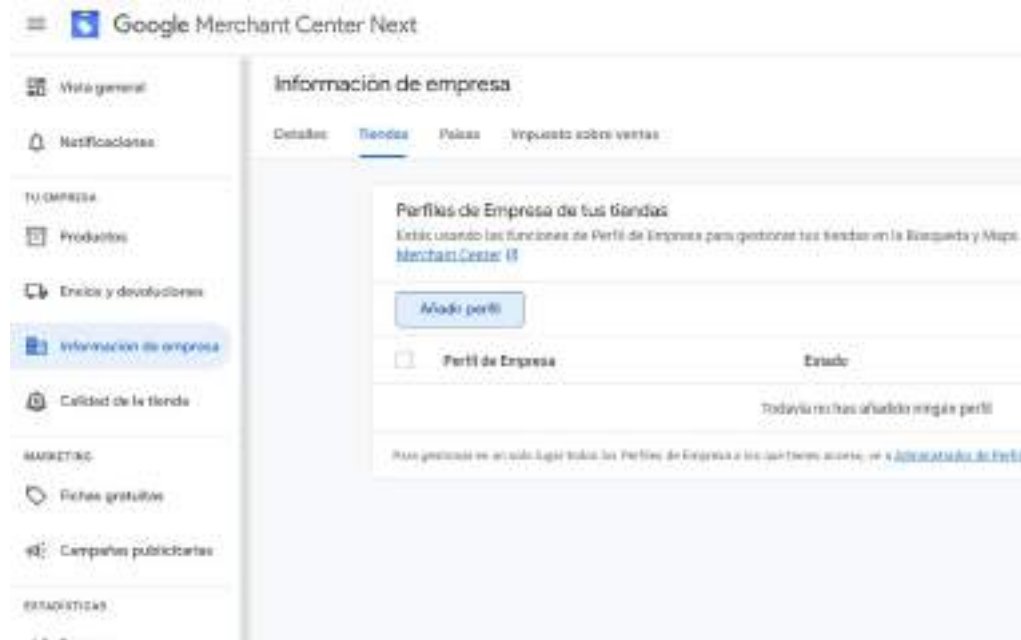


3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > Datos estructurados > EEAT > [Conectar otras herramientas](#)

Google Merchant Center

Si tenemos varias tiendas físicas, podemos asignar productos por cada una de ellas.



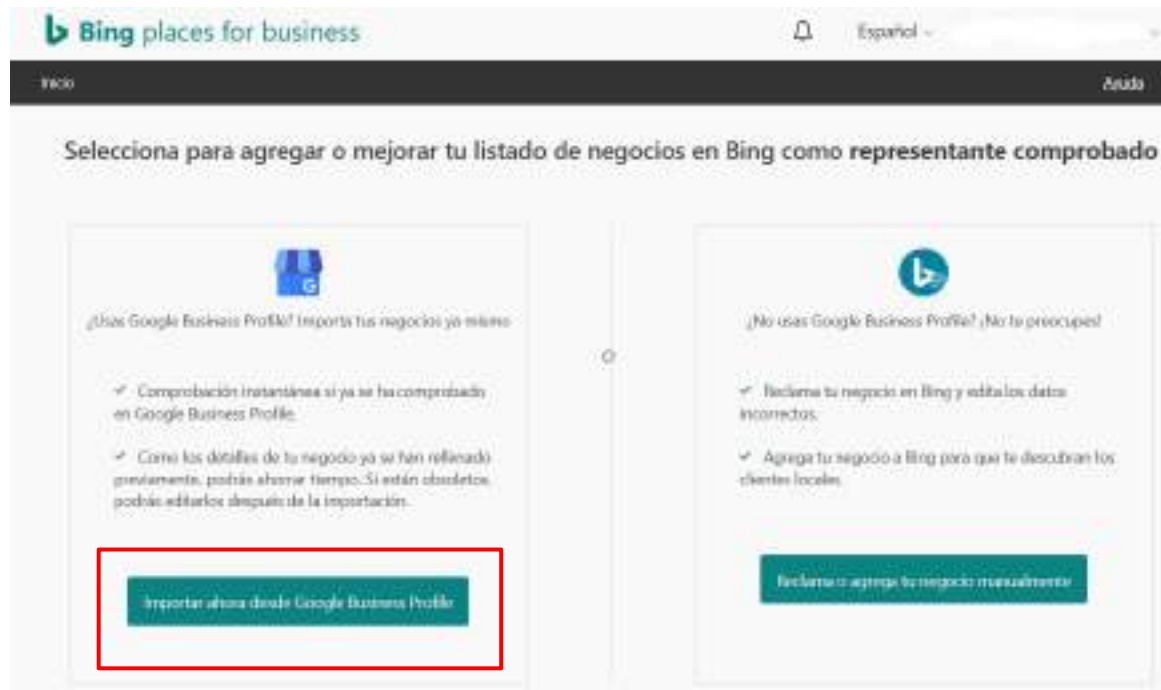
3 Estrategias de SEO Local

SEO On Page > Geolocalizar imágenes > Datos estructurados > EEAT > [Conectar otras herramientas](#)

Bing Places for Business

Podemos sincronizar los datos de Google Maps en Bing Maps de manera automática (siempre revisar).

¡No olvidemos que ChatGPT y otras herramientas se nutren principalmente de los resultados en Bing!



4

Herramientas para conseguir más leads

-
- Herramientas
-

4 Herramientas para conseguir más leads

Herramientas



Encuentra datos de contacto directamente de LinkedIn, basado en puestos laborales y ubicación. Incluye versión gratuita limitada.



“Rank tracker” que te ayuda a mejorar la visibilidad online de tu negocio en base a tu ficha de GMB y tu web. Además, te muestra en qué posición aparece tu negocio en Google Maps desde distintos puntos de tu zona. Desde 25€/mes.



Campañas segmentadas para audiencias que se encuentren en un radio concreto. Utilizar los filtros de formulario de leads.

Gracias!!