

# La guía definitiva del Marketing Local



publicar

guru

# Tabla de contenidos

1. Introducción
2. ¿Qué es Marketing Local?
3. Beneficios del Marketing Local
4. Tips para armar una estrategia de Marketing Local
5. Plataformas para destacarse en marketing local
6. ¿Cómo medir mi estrategia de Marketing Local?
7. Conclusiones

# 1. INTRODUCCIÓN

Si estás pensando en qué estrategia puede ejecutar tu negocio para incrementar la visibilidad en internet, te proponemos una: **marketing local digital**.

Según Wordstream, el **72%** de los consumidores que hicieron una **búsqueda local** visitó una tienda que se encontraba a menos de ocho kilómetros. Así que durante las próximas líneas te contaremos las mejores prácticas que puedes implementar para atraer clientes, darte a conocer y aumentar las ventas localmente.

## 2. ¿Qué es marketing local?

El **marketing local** tiene diferentes connotaciones cuando nos referimos a él, podemos escuchar términos como marketing basado en ubicación, marketing de vecindario o marketing regional, pero todos estos términos hacen referencia a una **estrategia de publicidad online** orientada a usuarios o consumidores en un **lugar específico**.

En otras palabras, es hacer que los productos de una tienda física local que presta servicio en una ubicación determinada sean mostrados a los usuarios que se encuentren cerca y realicen búsquedas relacionadas con el negocio.

Miremos un ejemplo de marketing local que usamos en la cotidianidad: Necesitas celebrar el cumpleaños de tu hijo y tienes una misión especial, encontrar una torta para ese momento, por eso un amigo te recomienda una excelente pastelería en su ubicación ¿Cómo lo buscarías? La manera simple y rápida para hallarla es usar tu celular, abrir el motor de búsqueda para realizar esa investigación en línea y encontrar sus datos de contacto.

Sin darte cuenta usaste marketing local, es decir que tus clientes no son diferentes cuando buscan un producto o servicio similar a lo que vende tu negocio local, se conectan en línea para encontrarlo. Entonces, una estrategia de marketing local sólida es **clave** para atraer a más personas a tu tienda



Entonces, por medio de las búsquedas locales, tu empresa puede mejorar el tráfico a su página web o la visibilidad en el 'local pack' de Google, ¿Qué significa 'local pack'? Hace referencia al listado de negocios que aparecen debajo del mapa. A continuación veamos un ejemplo de la estructura que maneja el "local pack".

En Google escribimos "camisetas personalizadas Bogotá", tal y como se muestra en la imagen

camisetas personalizadas bogotá

Todo Imágenes Maps Shopping Noticias Más Preferencias

Cerca de 943 000 resultados (0.62 segundos)

Mapa de Bogotá con marcadores de negocios: Camisetas Green, T-Shirt Lab, La Gran Stampa.

Calificación Horario de atención Ordenar por

⚠ Los horarios o los servicios podrían variar.

<b>La Gran Stampa</b> 4,7 ★★★★★ (15) · Tienda de camisetas personalizadas Plaza 54 Centro Comercial 10,3 km · Bogotá · 300 6376414 Abierto · Horario de cierre: 16:00 ✓ Retiro en la tienda · ✓ Entrega a domicilio	
<b>T-Shirt Lab</b> 3,4 ★★★★★ (16) · Tienda de camisetas personalizadas 6,7 km · Cundinamarca · 311 4556554 Abierto · Horario de cierre: 20:00	
<b>Camisetas Green</b> 4,1 ★★★★★ (16) · Tienda de camisetas personalizadas 1,7 km · Cundinamarca · 312 3710284 Abierto · Horario de cierre: 18:00	

Más lugares

Google detecta que la intención de búsqueda del usuario local y modifica la estructura de los resultados para mostrar el “local pack”, quiere decir que lo muestra de la siguiente manera:

<b>Naranja</b>	<b>Azul</b>	<b>Verde</b>
En el mapa se muestran las ubicaciones correspondientes a los tres resultados más relevantes	Los tres resultados a los que Google otorga más relevancia y visibilidad para la intención de búsqueda “camisetas personalizadas bogotá”	Botón llamado “Más sitios” que corresponde a lo que Google llama “Local Finder” y que, si hacemos clic en él, se muestran los listados locales que tienen contenido disponible en sitios webs de negocios locales

¿Y por qué no prestarle atención al marketing local?

## 2. Beneficios del Marketing Local

Aprovechar al máximo el marketing local implica que todos los negocios se pueden ver beneficiados al usarlo, te contaremos algunas ventajas que puedes considerar:

- Por medio de reseñas y calificaciones a tu perfil comercial, los usuarios le brindan valor a tu negocio ayudando a mejorar el posicionamiento de ese producto y/o servicio en esa ubicación, ya que podrán hablar sobre la calidad de tus productos y/o servicios o simplemente felicitarte por la atención que les brindaste.
- Aumenta las posibilidades de interacción y de compra con tus clientes a través de información actualizada y sincronizada en tiempo real en redes sociales, directorios y portales web, debido a que el usuario cuenta con la localización exacta de tu negocio y tú número telefónico para contactarte fácilmente.
- Al añadir y geo localizar fotos de tu negocio puedes darle más visibilidad y los usuarios de internet lo pueden descubrir más fácilmente.
- Te ofrece métricas y estadísticas sobre la ficha o los perfiles comerciales de tu negocio, las cuales te permitirán tomar decisiones para saber cómo puedes orientar tus objetivos.
- Estar en Google Mi Negocio, te permitirá ser más competitivo en el posicionamiento contra las grandes empresas al poder aparecer en las búsquedas de resultados locales.
- Posicionamiento de tu web en función de las palabras clave y la zona geográfica. En otras palabras, si colocas la palabra clave principal como título, los navegadores entenderán que quieres posicionar tu página para ellas y aumentarán las posibilidades de que se llegue a posicionar en primera página.
- El marketing local tiene como objetivo adoptar un enfoque más específico con su audiencia y hacerlo de una manera que parezca más personal.

# 3. Tips para armar una estrategia de Marketing Local

Tener una buena estrategia de marketing local significa recibir más clientes, pero ¿por dónde iniciamos? Lo primero es optimizar y actualizar todos los sitios donde tu negocio aparece para que los motores de búsqueda como Google puedan proporcionar resultados relevantes a los usuarios en función de su ubicación ¿Por qué debías hacer esto? Porque tus posibles clientes te pueden encontrar bien sea por tu nombre, ubicación o por los productos y/o servicios que ofreces.

Ahora puedes estar preguntándote: ¿Qué acciones puedo tomar para optimizar mi negocio para la búsqueda local?, ¿Cómo puedo asegurarme de tener el mejor posicionamiento local posible y ocupar un lugar destacado en los resultados de los motores de búsqueda?

Revisemos unos puntos que puedes ejecutar en tu estrategia:

- Asegura que tus datos principales como el nombre, la dirección y el número de teléfono sean consistentes y estén actualizados.
- Monitorea tu reputación en línea por medio de comentarios y puntuaciones que te dan los usuarios.
- Vincula los datos de tu negocio en páginas de terceros como directorios locales para que los motores de búsqueda puedan determinar la consistencia en otros lugares en línea y permitan lograr poco a poco un posicionamiento en los resultados.



- Agrega imágenes, descripciones, información de contacto e instrucciones de cómo llegar a tu negocio para que los usuarios accedan a esta información más rápidamente y con mayores posibilidades de efectuar una compra.
- Invierte en plataformas de publicidad online como Facebook Ads o Google Ads para conectarte con tus clientes digitales o atraer posibles clientes potenciales. Ten presente que la publicidad en Facebook aparece cuando estás mirando esa red social; por su parte Google surge cuando estás buscando algo, es decir, los anuncios se visualizan de acuerdo a las peticiones de búsqueda.
- En tu página web usa las palabras clave que tienen más búsquedas mensuales en el título de la página y en la etiqueta title, puesto que son los dos lugares de más peso a la hora de indicarle a Google de qué trata la página.



En resumen, tener los datos sincronizados, vinculados en diferentes listados y páginas locales es la fórmula perfecta para que tu negocio se destaque frente a la competencia y logres más posibilidades de conversión.

## 4. Plataformas para destacarse en marketing local

Para reforzar nuestro posicionamiento local tendremos que indicarle a los motores de búsqueda que somos un negocio real y para realizar esa acción es necesario tener nuestra información sincronizada y coherente. Estos son algunos de las plataformas en las que puedes tener presencia:

**Google My Business:** La herramienta a través de la cual las empresas pueden suministrar en línea su información, que se mostrará cada vez que un usuario haga una búsqueda relacionada con su negocio en Google o en Google Maps.

Usuarios mensuales activos: 1 billón de usuarios.

**Google Ads:** Es una de las plataforma de pago por clic de Google. Allí se puede crear anuncios en línea para llegar a los usuarios en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofreces.

**Páginas Amarillas:** Es el directorio electrónico más completo y confiable de América Latina con información comercial, industrial y profesional, clasificada en más de 9.000 categorías de productos y servicios. Contamos con más de 14M de visitas mensuales y con presencia en 9 países.

**Facebook (Fan Page y Ads):** Es la red social más grande del mundo, a través de la cual las empresas pueden suministrar datos a Whatsapp e Instagram y así estar presente para millones de usuarios.

Usuarios mensuales activos: 1.35 billones de usuarios.

**Instagram:** Todos los días, los consumidores en movimiento capturan y comparten sus momentos significativos en Instagram. Y con más de 400 millones de usuarios activos mensuales, no debería sorprendernos que las marcas puedan terminar siendo el centro de atención de las publicaciones de Instagram de los clientes.

**Cylex:** Opera en más de 30 directorios comerciales en línea, con presencia en 5 continentes y millones de clientes en todo el mundo. CYLEX proporciona formas rápidas y simples para que los usuarios encuentren el servicio adecuado en cualquier lugar y para que las empresas muestren sus ubicaciones.

Usuarios mensuales activos: 1.000.000 millones de usuarios

## 5. ¿Cómo medir mi estrategia de Marketing Local?

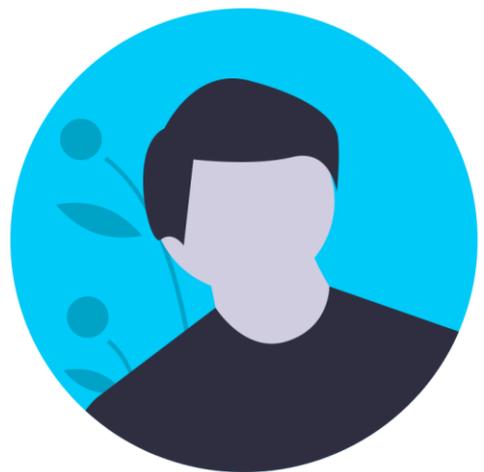
Una parte fundamental en una estrategia de marketing es la medición. Con las métricas podemos tener un acercamiento de algunos resultados que obtenemos gracias a la implementación de tácticas en nuestra estrategia, tales como: qué tan efectiva fue nuestra campaña, qué debo mejorar para obtener los resultados deseados y ver su evolución.

¿Ya tienes en cuenta las métricas en tu estrategia de marketing local digital?

En plataformas como Google Mi Negocio (Google My Business) podemos medir cuántas impresiones, llamadas, clics o nuevos seguidores tiene tu perfil de negocio, cómo interactúan tus clientes potenciales ante tus publicaciones o si han solicitado indicaciones para llegar en coche hasta tu negocio. Te damos una muestra de lo que puedes revisar:

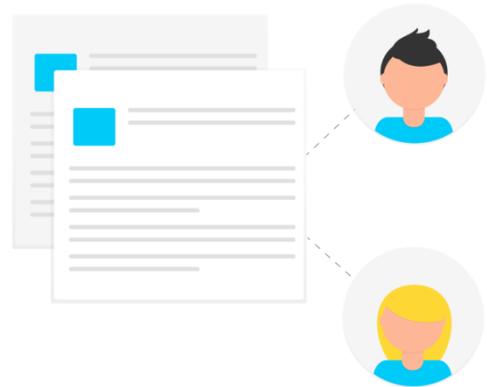
*¿Cómo encuentran mi perfil comercial los usuarios?*

Puede ser por búsquedas directas, es decir que un cliente busco el nombre de o la dirección de la empresa o por búsquedas indirectas es decir buscaron una categoría o un producto o un servicio que ofreces y apareció tu perfil.



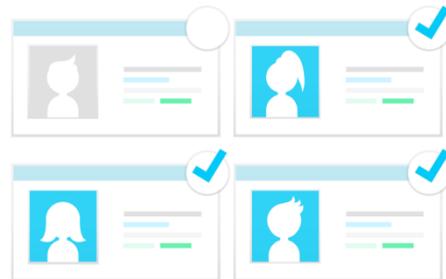
*¿Con qué palabras y desde qué dispositivos encuentran mi perfil comercial?*

Acá monitoreas los términos más frecuentes y las tendencias de búsqueda que usaron para encontrar tu empresa en la búsqueda local. Además puedes tener más detalles si te encontraron por un computador de escritorio o por dispositivos móviles.



*¿Cómo han interactuado los clientes con mi perfil comercial?*

En esta sección se muestra el comportamiento y el interés de los clientes después de que encontraron tu perfil comercial en los motores de búsqueda, es decir, si un cliente le interesó visitar tu sitio web o si prefirió llamar directamente a tu empresa.



Además una parte fundamental en el posicionamiento orgánico son las reseñas, ya que como te habíamos indicado anteriormente son equivalentes a la reputación de la marca, no te preocupes si recibes una opinión negativa puedes darle la vuelta para causar una buena impresión a los futuros clientes. Con estas estas calificaciones Google te puede tener en cuenta a la hora de posicionar tu negocio en los resultados de los mapas ante búsquedas locales.

## 6. Conclusiones

Queremos finalizar mostrándote unas estadísticas que puedas tener en cuenta en la implementación de tu estrategia de marketing local.

El 28% de las búsquedas en lugares cercanos genera compras. (Google, 2016)

El 82% de las personas que compran desde sus smartphones realiza búsquedas «cerca». (Search Engine Land, 2018)

Las búsquedas locales logran que el 50% de los usuarios de dispositivos móviles visite las tiendas en el plazo de un día. (Google, 2018)

El 61% de los usuarios que hacen búsquedas en sus dispositivos móviles tiene más probabilidades de contactarse con una empresa local si esta cuenta con un sitio compatible con ese tipo de dispositivos. (Junto, 2019)

En estos momentos es de vital importancia estar en internet independientemente del tipo de empresa y el marketing local nos brinda la oportunidad de ser mucho más competitivos dentro de nuestra zona geográfica. Además, recuerda que el marketing es dinámico y cambiante, por eso debemos estar atentos a las tendencias, las tecnologías y aplicar las que mejor pueda usar mi negocio.

Con aprecio

