

EL QUE ~~BUSCA,~~ ENCUENTRA!

",,,Y A QUIEN MAS ENCUENTRAN, ES QUIEN MAS VENDE"

Version
2021

"ANTES QUE TU COMPETENCIA"

UNA GUIA PARA NEGOCIOS QUE QUIEREN QUE
LOS ENCUENTREN POR INTERNET EN
TU CIUDAD

- *Jota Santos* -

Algo parecido a una declaración de intenciones

Voy a presentarte que es lo que vas a encontrar por aquí. Así decides de entrada si vale la pena seguir leyéndolo, enviarlo a la papelera ...o ponerte ya mismo a hacerlo.

- **Este NO es un ebook de leer y luego ver que hacer.** De ese tipo, tendrás muchos descargados en tu ordenador para algún día tener tiempo para ver.
- **No voy a darte sugerencias llenas de términos técnicos** que te impresionen y que luego te busques la vida, dejándote tan perdido o perdida como antes de empezar.
- **Este ebook está hecho como una herramienta útil y accionable.** Para gente que necesita hacer sin pasarse horas en comprender. ¡Para gente que quiere volar, no aprender a fabricar el jodido avión!
- **Esto es – Un e-Book de Acción –** de hacer cosas, de completar, de clicar enlaces e ir a completar las acciones para tener. **Es para gente comprometida con su proyecto**

No lo desvalorices porque implementar estas técnicas, pueda salirte CASI-GRATIS y por si se te olvida, el "Coste de Oportunidad" tiene un precio que suele pagarse caro.

El resultado de tomar acción es que puede hacerle llegar una buena cantidad de nuevos clientes desde las búsquedas locales.

¡Hay una buena oportunidad AQUÍ y AHORA, aprovecha el YA MISMO para hacerlo!

Para aparecer en Internet, antes que tu competencia

¿Quién soy y porque de esto?

Soy Jota Santos de www.jsantos.pro Diseñador web, especializado en SEO y enfocado en posicionamiento para negocios locales. Consultor en Estrategias de Marketing Digital con más de 15 años de experiencia en negocios online.

Formador en Técnica SEO y Creador de la Academia online Instituto de Marketing para Emprendedores. Creador de Cursos y talleres sobre Seo Local, Seo por Voz, WhatsApp para Negocios y Marketing Viral en Redes Sociales.

En mi trabajo diario veo mucha gente perdida en este plano, pero con muchas ganas y necesidad de digitalizar su proyecto. Y este es el porqué de esta guía. Este y el que me conozcas. El que sepas que siempre se puede hacer algo "más".

Deseo de todo corazón, poder ayudarte en tu empresa. El motivo definitivo, no lo tengo muy claro, llámalo "puede que crea en el karma" o "me gusta enseñar lo que se" y hasta "devolver en acciones, una parte de lo que mucha gente me ha dado", no creo que sea importante el porqué. ¡Solo está aquí, aprovechémoslo!

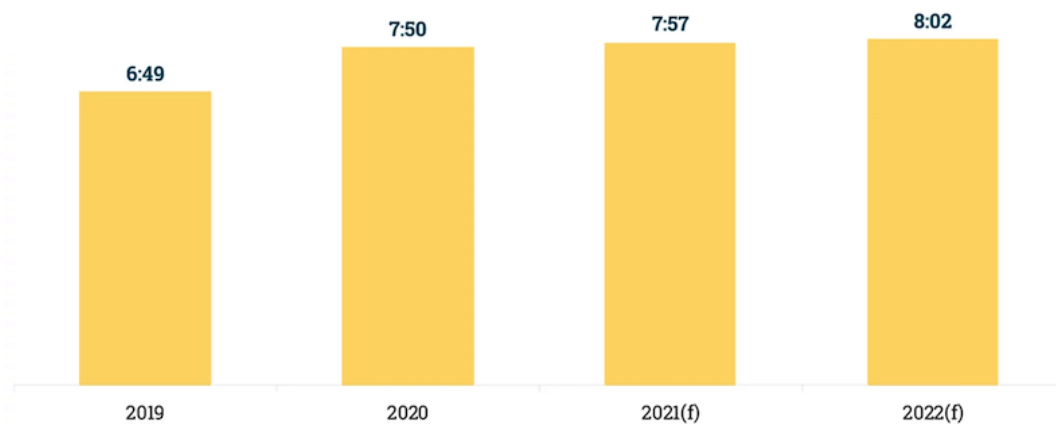


Las **20** mejores formas de aumentar la presencia online para tu negocio local

Sin pararse a pensar mucho, la verdad es que pasamos una enormidad de horas al día haciendo actividades digitales. Los últimos análisis de datos muestran que el usuario de Internet típico entre las edades de 16 y 64 años pasa cerca de 7 horas al día en línea.

Sea por el motivo que sea... y si la media esta esta entre 6 y 8 horas, eso es mucho más de lo que tal vez dormimos cada día (al menos yo) o le dedicamos a otras actividades.

Tiempo promedio que pasan un adulto consultando en Internet



Published on MarketingCharts.com in February 2021 | Data Source: eMarketer

Y en todas esas horas de información digital que consumimos, asumimos diferentes identidades en línea:

- Somos aficionados (juegos)
- Adquirimos alter egos (Reddit)
- Nos volvemos mariposas sociales (Facebook- Instagram- TikTok)
- Generamos opiniones desde Twitter
- Nos volvemos hiper profesionales en LinkedIn

- ... y ante la necesidad de un producto o servicio, nos volvemos consumidores de información antes de comprar nada.

Si, desde saber las características de un producto, artículo o servicio, donde encontrarlo, a que horas, como llegar, formas de contactar y sobre todo saber que opinan los demás, antes de comprar!

Y el hecho es que el 97% de los consumidores se conectan a Internet para buscar e investigar negocios locales con unas estadísticas aplastantes

Y ESTO ES LO QUE LE INTERESA A TU NEGOCIO LOCAL PARA GANAR MAS CLIENTES DESDE INTERNET

Aquí hay algunas estadísticas que seguro te motivarán a implementar algunos, o todas de cada una de las sugerencias de visibilidad que tenemos en este ebook

60%

Mas del 60 % de las búsquedas móviles, terminan con una visita a la tienda o más información sobre esta

98%

El 98 % de los consumidores, utilizan los anuncios locales para buscar tiendas o servicios en su zona de influencia, ya con intención de compra

18%

El 18 % de las búsquedas móviles, conducen a una venta o conversión en el mismo día en que realizan la búsqueda

88%

88 % de los consumidores confían en las reseñas para ayudar a tomar decisiones de compra

#1

Los mapas locales, son la herramienta número 1 para localizar una tienda, oficina o negocio

Soy un convencido de que las cosas se hacen mejor cuando se sabe por qué y cómo funcionan, pero que por otro lado, atender tu negocio te requiere más tiempo del que dispones, así que seremos prácticos y ágiles.

Te enseñare unas cuantas sugerencias para poner en práctica de forma sencilla y así optimizar tu presencia digital para aparecer antes que tu competencia en Internet.

Hablar de posicionamiento web, suele ser aburrido, lleno de términos técnicos y anglicismos; pero intentare que sea sencillo de entender y lo menos complicado posible, para que lo comprendas y puedas aplicarlos a tu negocio sin más conocimientos técnicos que las ganas de salir adelante.



Empezamos

En honor a la verdad y seguramente estés de acuerdo conmigo; la mayoría de las pequeñas empresas se enfrentan a la misma situación cuando se trata de competir con las grandes marcas nacionales o internacionales ya establecidas:

¡El presupuesto es limitado y mejor ni hablamos de competir con las multinacionales o grandes holdings empresariales!

Es cruel realidad de la mayoría de los negocios locales es que ni tu Negocio local tiene un Departamento de Marketing, ni nos da el presupuesto para contratar una Agencia de Marketing en plan **Mad Men** versión 2018, con director creativo, director asociado, departamento de Marketing y Estrategia, analista de Outsourcing, varios copywriter's, otro departamento de Branding más varios asistentes.... que entre zancadillas y putadas; se hacen tiempo para llevar a cabo todas esas ideas a la fase creativa.

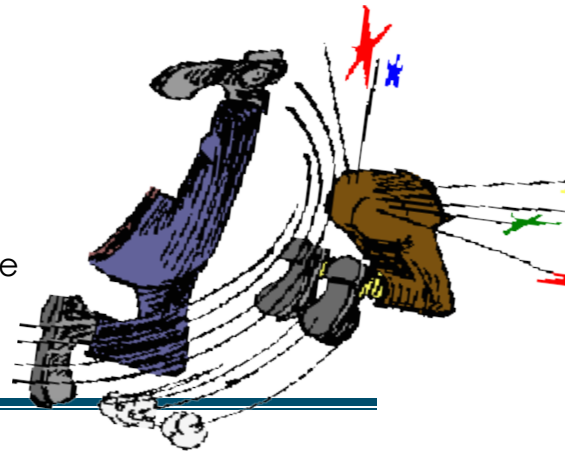


Puedo casi asegurar sin miedo a equivocarme, que tampoco tenemos la estratégica maldad creativa de **House of Cards**, y menos la capacidad de manipular medios de información o contactos políticos fácilmente corruptibles, que, a cambio de una buena cantidad, estén ahí, dispuestos a ponernos las leyes a favor.

Y si me equivoco y dispones de uno solo de estos medios; ¡Abandona YA este e-Book ...

¡Esto No es Para Ti! Ya eres un grande.

Que le voy a hacer, me van las series amerikanuskis sobre Marketing y Publicidad... **Se nota, ¿verdad?**





Y pasando el mismo rasero, tampoco yo soy una Agencia de Marketing de esas de películas, ni mi oficina ocupa una planta completa en el edificio más alto de la ciudad. Menos aún soy un gurú de nada.

Simplemente soy un Profesional dedicado y bastante bueno en lo que hago.

Entonces, la pregunta que se cae de madura es: **“¿...y entonces qué?”**

Si no tengo grandes partidas de dinero destinadas a publicidad ni contactos, ni ...

¿Qué hago? ¿Estoy condenado al ostracismo digital?

¿El SEO esta fuera de alcance para mi negocio?



Puestos en el panorama anterior, pensaras que no puedes luchar contra los grandes sin soltar 2000 o 3000 pavos al mes. **Pero aquí viene la buena noticia para tu empresa.**

¡La repuesta es NOO!!!

Internet es grande, nació para estar al alcance de todos y siempre hay opciones.

Y las vamos a explotar al máximo



Existe el **SEO LOCAL**, donde nos vamos a enfocar, **entre otras estrategias** y que se basa en mostrar los resultados de búsquedas en Internet en tu zona geográfica de influencia.



Aquí es donde vas a centrar tus recursos en destacar y veremos los principales pasos

El **SEO local** es un arma de marketing poderosa porque permite a los propietarios de pequeñas empresas competir con las grandes marcas en la batalla por la supervivencia empresarial.

Además de ser económico, el SEO local es altamente efectivo para darte visibilidad online y generar clientes potenciales.

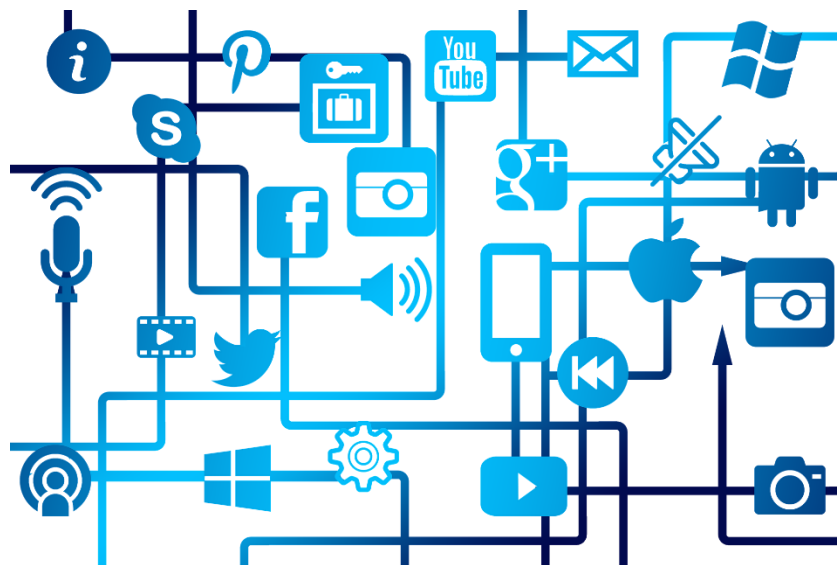
Estas son las razones principales por las que los propietarios de empresas locales deben incluir SEO local y Presencia Online en su estrategia de Marketing Digital

- **Conseguir nuevos Clientes.** SEO local lo ayuda a encontrar nuevos clientes en la zona de influencia de su negocio local
- **Retorno de la inversión** El SEO local ofrece un alto ROI, más de lo que ninguna otra forma de marketing en línea ofrece.
- **Agrega autenticidad a su negocio.** Cuando su empresa aparece en Google Maps o en una búsqueda local, es más probable que sus clientes potenciales consideren que su empresa es auténtica.
- **Es crucial para las búsquedas en dispositivos móviles.** El aumento de los teléfonos inteligentes ha intensificado la importancia de ser visible, especialmente para las búsquedas locales.
- **La clasificación en la búsqueda local lleva directamente a un aumento de visitas y ventas.** Según Google, el 50% de quienes realizaron una búsqueda local en un dispositivo móvil visitaron una tienda ese mismo día y el 18% de las búsquedas móviles locales llevaron a una venta en un día.

Hace unos años, bastaba con **“estar en internet”**, pero a medida que Internet evoluciona, también lo hace la diferencia entre “estar” o tener una **“Fuerte presencia online”**

Usted: Las acciones que realiza y el contenido que produce por y para Internet

Tu público: cómo la gente percibe tu negocio en línea, qué opinan o dicen y cómo se relacionan. Que imagen devuelve en general.



Y esto, es lo que lo diferenciara de su competencia en Internet

Pero vamos por partes ¿Qué es SEO local?

Sintetizado, el SEO local se trata de aparecer en los resultados de búsqueda, basados en la ubicación actual de la persona que esta “buscando”.

Esto no es muy complejo que suceda, ya sea teniendo el GPS del teléfono activado o haciendo una búsqueda estructurada de servicio en una zona o ciudad que quieras buscar.



Un ejemplo de una búsqueda estructurada sería este, muy específico con el lugar:

Con la implementación de la Inteligencia Artificial (IA) y el algoritmo RankBrain, los buscadores ya son capaces de entender, aprender y dar repuestas a ciertos aspectos según la manera de interactuar en internet de cada usuario.

Cuando se está buscando algo en Internet, de manera concreta y global; el único factor que se tendría en cuenta es el idioma de la búsqueda y el país...

Pero internamente, además; existen muchos factores e intenciones de búsqueda que Google tiene en cuenta y conoce de nosotros, al que por supuesto hemos autorizado a utilizar cuando lo descargamos.

Aquí interviene el historial de búsquedas anteriores, intereses, cookies, el GPS activado en tu Smartphone, etc, etc; y con eso, la Tecnología y en este caso Google, trabaja para intentar dar siempre el mejor resultado si interpreta que el usuario está en busca de un resultado local.

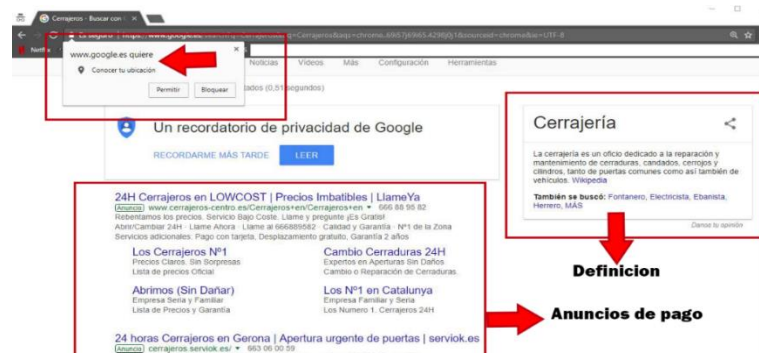


Pero para eso tienes que encontrarte entre sus datos ...

Actualmente, la búsqueda de cualquier oficio o negocio genera resultados locales “geolocalizados” según donde este ubicado el consultante. Y la primera sugerencia que te ofrecen es “near to me” o “cerca de mí” listado por distancia y puesto con un

pincho rojo en el mapa.

Si no tienes el GPS encendido, nos solicita conocer nuestra ubicación antes de ofrecernos resultados dependiendo de nuestra última ubicación conocida.



Y cuando lo autorizamos o tenemos el Gps del teléfono activado, ya nos devuelve los resultados más cercanos a nosotros, con ubicación, fotos, página web, horario de apertura, opiniones y hasta nos facilita como llegar; entre otros datos.

Así que empecemos a dar pasos para conseguirlo, porque si consigues aparecer aquí, tus probabilidades de conseguir más clientes locales aumentan exponencialmente.

Según Google, "Los resultados locales se basan principalmente en la relevancia, la distancia y la prominencia. Estos factores se combinan para ayudar a encontrar la mejor coincidencia para su búsqueda".

Esto simplemente significa que necesita construir relevancia y prominencia en Google para dominar los resultados de búsqueda locales y nos vamos a centrar precisamente en Google porque domina más del 90 % del mercado de preferencia de buscadores.



¿Cómo se posiciona en los resultados locales?

Para esto, hay algunas acciones que imprescindiblemente debes dar y lo puedes hacer sin necesidad de conocimientos avanzados.

Iniciaremos por crear y optimizar tu ficha de **Google My Business**. Aquí, los principales beneficios son que:

- Pertenece al propietario de los dos motores de búsqueda más potentes y utilizados del mundo hoy en día: **Google y YouTube**
- Integra 3 opciones en una: **Google Places, Google Maps y Google Ads** como una sola herramienta para facilitar a las empresas su visibilidad
- **Google Maps** es el servicio de localización más usado del mundo

Una cuenta de Google My Business bien configurada y gestionada, puede marcar esa diferencia para tu Empresa, que te traiga mayor cuota del mercado local. Y luego seguiremos con unas cuantas acciones digitales mas que nos ayudaran en el proceso

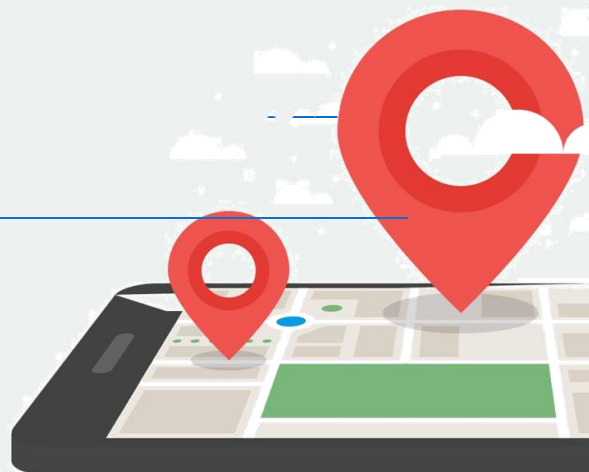


Pasemos a hacer cosas practicas

Sugerencia #1



UNA FICHA DE AQUÍ, CON INFORMACIÓN DETALLADA Y RELEVANTE SOBRE TU NEGOCIO.



DAR DE ALTA SU EMPRESA EN GOOGLE MY BUSINESS, PASO A PASO

Crea tu cuenta de Google

Solo necesitas una cuenta
Accede a todos los servicios de Google con una cuenta gratuita.



Tu información siempre disponible
Cambia de dispositivo y continúa desde la última acción que hayas realizado.



Nombre		
Nombre	Apellidos	
Nombre de usuario		
@gmail.com		
Prefiero utilizar mi dirección de correo electrónico actual		
Contraseña		
Confirma tu contraseña		
Fecha de nacimiento		
Día	Mes	Año
Sexo		
Selecciona tu género		
Teléfono móvil		

PASO 1

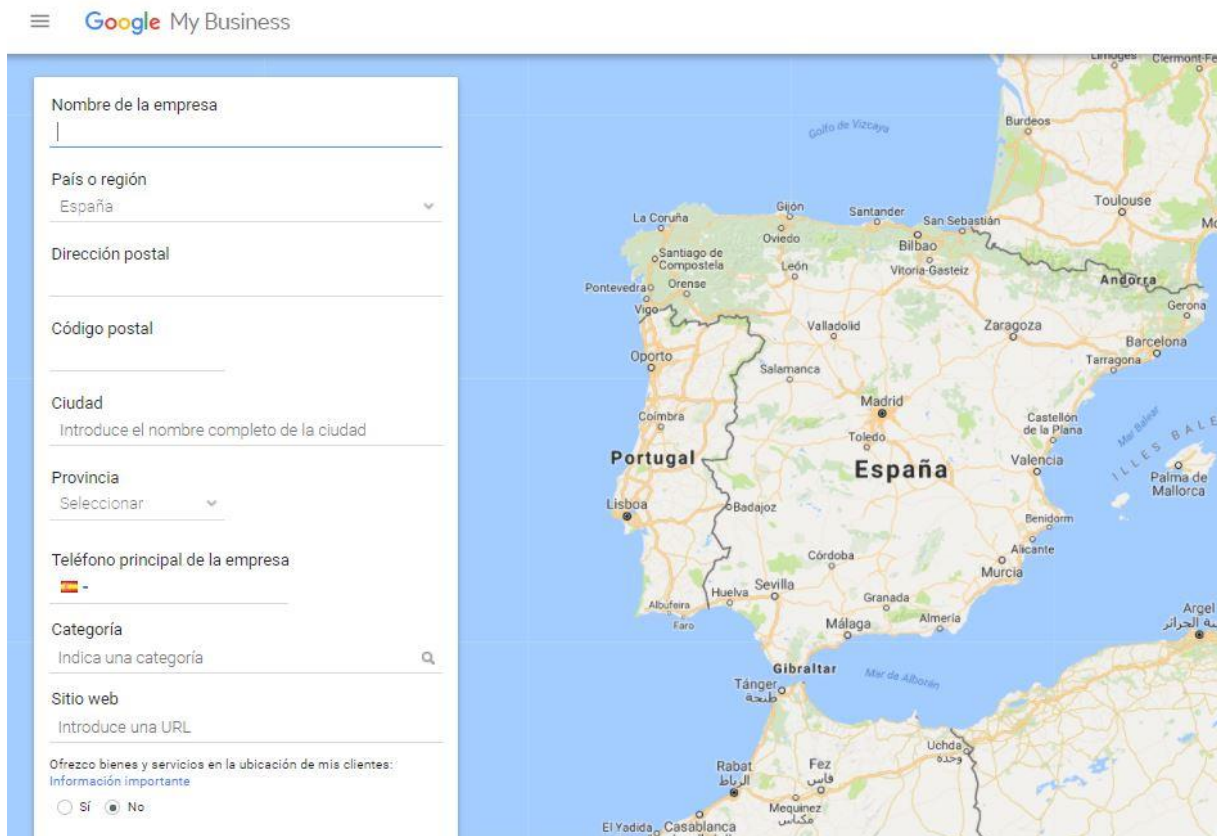
Haz [clic aquí](#) y te llevara directo a tu página de Google My Business.

Para darte de alta en My Business necesitas tener una cuenta de Gmail, vale la misma que tengas, una vez accedas para verificar la cuenta

También puedes asociar una cuenta de empresa, del tipo [info@tudominio.com](#) y conectarlos. Si no tienes cuenta de Gmail, desde [aquí te puedes abrir una](#)

Paso 2

Inicia tu sesión de Google y comienza a rellenar los datos que te solicita el servicio. Recuerda que cuanto más información, mejor; así te aseguras de que tus clientes potenciales encuentran lo que buscan.



The image shows the Google My Business setup interface. On the left is a form with the following fields: 'Nombre de la empresa' (text input), 'País o región' (dropdown menu showing 'España'), 'Dirección postal' (text input), 'Código postal' (text input), 'Ciudad' (text input with placeholder 'Introduce el nombre completo de la ciudad'), 'Provincia' (dropdown menu showing 'Seleccionar'), 'Teléfono principal de la empresa' (text input with a Spanish flag icon), 'Categoría' (text input with placeholder 'Indica una categoría' and a search icon), 'Sitio web' (text input with placeholder 'Introduce una URL'), and a checkbox 'Ofrezco bienes y servicios en la ubicación de mis clientes: Información importante' with 'Sí' and 'No' options. On the right is a map of Spain and surrounding areas, including Portugal, Andorra, and parts of France and North Africa. Major cities like Madrid, Barcelona, and Valencia are labeled.

NOTA: Para poner en la información de su negocio, ingrese la misma información de **NAP** (nombre, dirección, número de teléfono) que muestras en su sitio web y presta atención a la sección de categorías en la parte inferior.

Listar la categoría correcta, permite a los clientes (y los robots de Google) saber exactamente lo que hace su negocio, es importante para mostrar su negocio en los resultados de búsqueda adecuados.

Google te permite utilizar varias categorías, por lo tanto, use todas las que sean relevantes para su negocio y se lo más específico posible

Ayuda extra: Define antes lo de tus palabras claves -Sugerencia N°3

Haz clic en "Continuar".

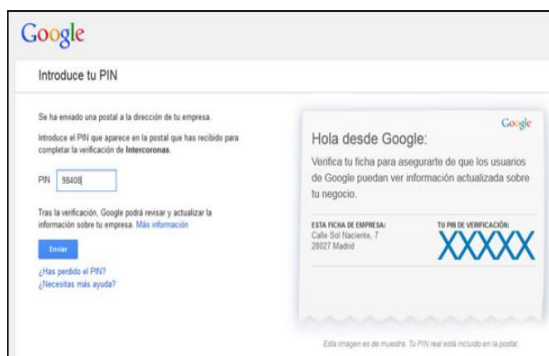
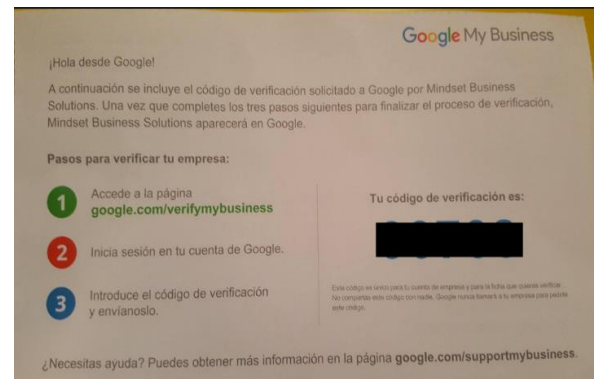
Si has marcado la opción “Sí” donde dice **“Ofrezco bienes y servicios en la ubicación de mis clientes”**, tienes que delimitar el área de influencia que abarca tu negocio.

Completa el resto de las opciones que te pide, se muy específico y marca la casilla en la que aceptas las condiciones del servicio y declaras tener autorización para administrar el negocio que acabas de introducir.

Paso 3

Llega la hora de la verificación. Google quiere asegurarse de que los datos que has suministrado al dar de alta tu empresa en Google My Business son reales.

Para ello te enviará una postal, por correo ordinario a la dirección que le hayas suministrado previamente en un plazo de una o dos semanas, que tiene un código de verificación. En algunos tipos de negocio, la verificación se puede realizar también por vía telefónica.



Una vez tengas el código debes introducirlo en tu perfil de empresa. Tu negocio aparecerá sin verificar hasta que emplees el código que Google te ha enviado. ¡Hacerlo en cuanto te llegue la tarjeta porque caduca a los 30 días!

Google también ofrece otras opciones de verificación instantánea a través del teléfono con un mensaje automatizado, o por correo electrónico. Pero estas opciones pueden no estar disponibles, y la forma más popular es recibir una postal por correo.

- ¡Ya has logrado dar de alta tu empresa en Google MyBusiness! Ahora te ofrecerá la opción de obtener *un sitio web gratuito*, que es opcional.

¡Cuidado con esto!

Sugerencia #2

UNA WEB PROFESIONAL PARA TU NEGOCIO

Obviemos la parte de cómo alguien se entere de tu negocio, ya sea a través de las redes sociales, un anuncio, una lista, correo directo, un amigo o incluso al verte en alguna foto de tus viajes, ¡la primera inclinación es y siempre será **visitar tu sitio web**!

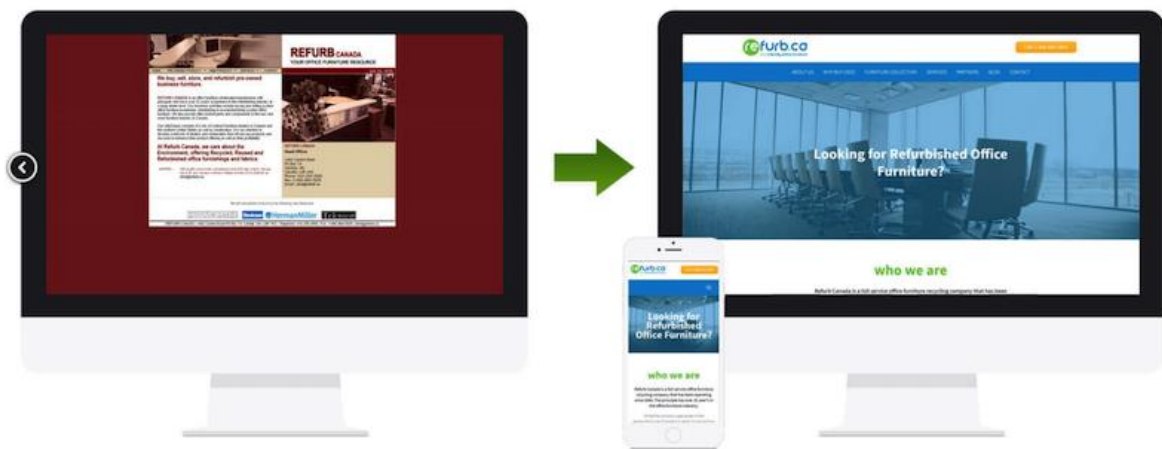
Entrar en el negocio o llamar es mucho menos atractivo que navegar por su sitio en sus propios términos y recopilar la información que desean, para poder decidirse.



Sera tu imagen de marca, la primera impresión que tiene tu cliente de tu empresa y el factor determinante al decidirse por tu negocio o el que está al otro lado de la calle

Los consumidores tienen grandes expectativas en estos días, hasta el punto de que, si no tiene un buen sitio web, es casi mejor que no tenga uno.

De hecho, el 75% de los consumidores han admitido que juzgan la credibilidad de una empresa en función del diseño de su sitio web y la experiencia de usuario que le trasmite. ¿Con cuál te quedarías?



Se que existen opciones de “*hágalo usted mismo en 30 minutos*” o la del “*hijo espabilado del vecino*” o perderse 6 meses en un curso de “*Aprende a hacer tu propia web con videos*”.

Si tuviera que sugerirte algo aquí, sería que analices los costes de oportunidad y costes invisibles que se pierden entre correcciones y curvas de aprendizajes desperdiciadas en un objetivo puntual.



Y sea cual sea tu decisión, te aseguro que tener un sitio web diseñado de forma profesional que genere oportunidades de venta, que se vea y funcione exactamente de la manera que tu negocio necesita y sin perder horas de tu tiempo o pelos en tu cabeza, vale cada centavo que se pague por ello.

TU NO IRÍAS A UN MÉDICO QUE PEGA VOLANTES HECHOS A MANO EN LAS COLUMNAS DEL BARRIO ¿VERDAD QUE NO?

ESO MISMO PASA CON TUS POTENCIALES NUEVOS CLIENTES EN EL MOMENTO DE DECIDIRSE POR TU NEGOCIO O POR EL DE TU COMPETENCIA

Si no tienes un sitio web o no sabes por dónde empezar, mira aquí:

www.unawebparatunegocio.com



Sugerencia #3

Empieza tu estrategia SEO Con un análisis de tus palabras claves



¡Primero vamos a iniciarte en SEO Básico y sus porque en ½ pagina!

- **Cuando entras a un buscador o motor de búsqueda** sea Google, YouTube, Amazon, Bing, etc; escribes unas palabras y le das a buscar, esas palabras se denominan palabras clave, o en inglés, keywords.
- **Una keyword o palabra clave** es el texto que una persona escribe en un motor de búsqueda y son la base de su funcionamiento. Una persona escribe algo en un buscador y este tiene que darle una respuesta que satisfaga su búsqueda
- **Los resultados de esa búsqueda** se muestran en una página que llamaremos SERPS (Search Engine Results Page) ordenados según unos criterios específicos que son propiedad del buscador y se llaman algoritmos. Y estos algoritmos sirven para determinar la relevancia de un sitio web para una determinada búsqueda. –

Pero en los resultados de las **SERP es el lugar de Internet donde quieres estar**, porque aparecer aquí en la primera página te traerá un 92% más de visitas desde Internet traducidas en potenciales clientes!

Algo así como estar en la caratula del ex libraco de Páginas Amarillas acomodado precisamente al ladito del aparato de teléfono

- **Hacer SEO** (simplificando) es conseguir que cuando las personas busquen determinadas palabras clave, acaben encontrando tu web, tu blog o la dirección de tu negocio. Y para optimizar tu estrategia SEO, necesitas tener definidas las palabras claves relacionadas con tu negocio.

Luego, las palabras claves en el ámbito SEO, se clasifican según su intención de búsqueda. Son varias y evolucionan, pero las que te interesaran son estas:

Informativas: son las que simplemente buscan información (cómo se hace esto o el tiempo en -la ciudad que sea- por ejemplo).

Transaccionales: son las que llevan implícita alguna intención de convertir. Que están en la fase final del proceso de compra o que tienen un interés genuino en realizar una acción ya sea comprar, suscribirse o solicitar información sobre un servicio. *Son muy importantes en tu estrategia de Seo Local*

de geolocalización. Este tipo de palabra clave SEO responde a una intención de visitar en persona el establecimiento

Navegacionales: son aquellas que se enfocan en una web determinada buscando específicamente una empresa o marca

Ahora con toda la información anterior, espero que básicamente tengas una idea más o menos definida y pasamos a la práctica.

Definir tus palabras claves principales

- En la 1º columna pon tu producto o servicio (uno por columna)
- En la 2º columna el nombre de la ciudad donde prestaras esos servicios
- En la 3º, con las palabras anteriores crea una frase entre 3 y 4 palabras

ANALISIS DE KEYWORDS PARA SEO LOCAL			
Pos.	Palabra clave	Modificador geografico	PALABRAS CLAVE LSI
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Estas palabras, serán tu principal arma S.E.O y las pondrás en categorías de GMB, en tus publicaciones, en tus webs, tus redes sociales, etc.

Sugerencia #4

USA MUCHAS IMÁGENES

Agregar muchas imágenes a sus listas de GMB aumentará las acciones en su lista fácilmente en un factor de 10 veces.

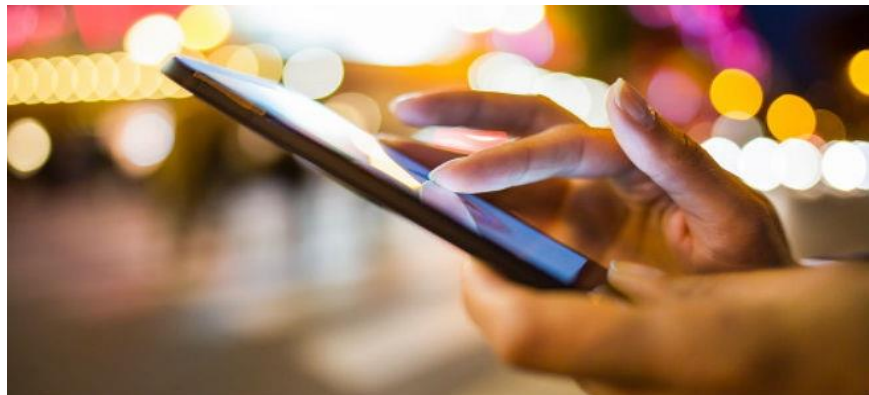
**+Acciones = +autoridad y +autoridad =
Mejores rankings.**



Las imágenes aumentan drásticamente la participación en su página local de Google desde dispositivos móviles. A las personas que encuentren su página de Google a través del móvil les resultará fácil abrir sus fotos y deslizarlas.

Y en un dispositivo móvil, alguien puede deslizar cientos de fotos en su lista de GMB en cuestión de minutos y si es posible; **Geolocalízalas.!!**

Y a las personas que encuentren tu página comercial local de Google a través del móvil les resultará fácil abrir las fotos y deslizarlas.



En un dispositivo móvil, se pueden deslizar cientos de fotos en su lista de GMB en cuestión de minutos, *esto son muchas interacciones* **y en SEO, esto hace magia, literalmente.**

Otra técnica para ganar visibilidad es archivar cada foto por su nombre, descripción y palabra clave. Conseguirás que tus fotos estén linkadas en las búsquedas y recibirás más visitas de forma indirecta o desde las imágenes relacionadas.

Sugerencia #5



Sube videos y recorridos virtuales para aumentar el tiempo de permanencia

Pásate por aquí <https://www.google.com/intl/es/streetview/>

Y ves la opción de crear un tour virtual, esto aumentara exponencialmente tu visibilidad e impacto en los usuarios, marcando una clara diferencia con cualquier competencia.

Sugerencia #6

CREA PUBLICACIONES y REFERENCIAS DE SERVICIOS

Estas nuevas publicaciones de Google aparecerán en los resultados de SERP a lo largo de su lista de Google My Business y son una excelente manera de comunicarse con su audiencia y clientes.

Una de las formas más creativas en las que he visto a las empresas utilizar las publicaciones de Google **es publicando reseñas de los clientes.**

Simplemente puede copiar las reseñas de Google de su lista de GMB y volver a publicarlas como una publicación de Google. O publicar un producto, servicio o post cada semana y otras opciones de Google Post son la de publicar tus propios eventos.

¡Aunque las publicaciones de Google normales vencerán después de 7 días y las publicaciones de eventos permanecerán vigentes hasta la fecha de finalización de su evento...pero dejan un enlace de mucho valor!



Sugerencia #7

— CONSEGUIR y RESPONDER A LAS RESEÑAS y COMENTARIOS

Más del 88% de los consumidores confían en las reseñas como un recurso a la hora de decidir qué negocio comprar o contratar.

Una de las formas más rápidas de generar reseñas es enviar un correo electrónico a clientes recientes o clientes solicitando una revisión e incluyendo un enlace directamente a su lista de GMB.



- ¡Respóndales todas! Incluso las negativas. Invítelos a solucionar su mala opinión sin entrar en conflictos, esto le dará autoridad ante los futuros clientes. Increíblemente estas son necesarias para darle veracidad. Nadie se va a creer un perfecto 10 en 10.
- Solicítele reseñas a sus clientes felices, pero tenga cuidado de no hacerlo desde el mismo dispositivo o IP.
- Consiga el enlace de reseñas en su ficha de GMB y solicítela por email



La cantidad de reseñas es uno de los factores determinantes para conseguir estar más arriba en los resultados. Aunque no sea el único punto a tener en cuenta, sí que aumenta su credibilidad con los potenciales nuevos clientes

Sugerencia #8

CITACIONES LOCALES

Ahora hay que aparecer antes que la competencia!!



Después de haber verificado y completado toda la información para el perfil de Google Mi Business, optimizado imágenes, subir videos, reseñas y optimizar su ficha de GMB, toca hacerse ver un poco más.

Así que iremos a optimizar, conseguir citas locales y preferentemente en tu sector profesional. No te preocupes por como encontrarlas, que más abajo tendrás un listado inicial.

CONSEGUIR CITAS N.A.P LOCALES

Explicamos primero. ¿Que son las citas locales optimizadas?

Las Citaciones Locales son uno de los factores más importantes en posicionamiento SEO local.

Son las referencias online a tu empresa en diferentes webs, redes sociales y directorios a todo lo largo y ancho de Internet, que normalmente muestran el nombre de tu negocio junto con otra información como la dirección y el teléfono. Les llaman N.A.P

¿Qué significa NAP? NAP son siglas en ingles de nombre, dirección y teléfono (Name-Adresse-Phone)

Últimamente se han agregado otros términos como **NAPU** (nombre, dirección, número de teléfono URL) o **APW** (nombre, dirección, número de teléfono, sitio web).

Pero lo importante es que querrás obtener citas NAP en directorios relevantes en la web por varias razones

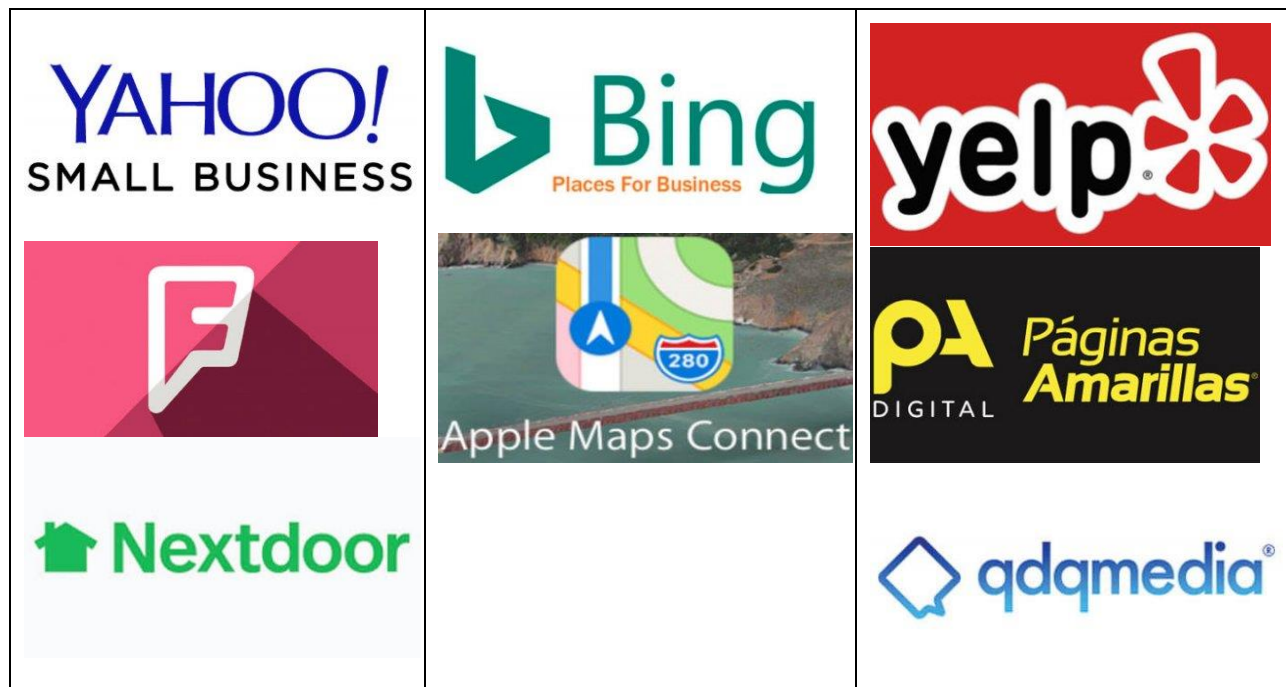
- Las señales o citas representan ms del 15 % de los factores de clasificación!
- Muchas personas también utilizan estos directorios para buscar empresas (¡no sólo en Google!)
- Muchos de estos directorios ya están posicionados para términos locales por ciudad
- ¡También puede obtener enlaces relevantes a su sitio mediante la creación de un enlace o anuncio!

El próximo paso es: Encontrar estos directorios en tu zona

Una vez localizados, completar el perfil incluida la descripción de tu empresa, los horarios de apertura, las imágenes, fotos y comprobar el mencionado NAP.

Puedes empezar por Páginas Amarillas o QDQ, Bing Places y Yahoo, Yelp o Fourdsqrde y también Apple Maps.

¡Clica en cada imagen y te das de alta por allí!



Y luego buscando los directorios específicos de tu sector de negocios o profesional. Un truco sencillo para encontrarlos es escribir en tu navegador

directorios + (tu sector) +(ciudad)

Por ejemplo: directorios + abogados y te devolverá a una lista bastante interesante donde darte de alta



NOTA: *Cuidado con tener inconsistencia en diferentes directorios, esto puede causar problemas de clasificación. Es bueno revisar todas las menciones referentes a su empresa, negocio o profesión en la web tengan la misma dirección e info de contacto.*

¿Por qué? Si tienes demasiadas variaciones de tu NAP dispersas por la web, especialmente si algunas o muchas de ellas están obsoletas o contradictorias, esto dificulta que los buscadores devuelvan resultados fiables a sus usuarios y, por tanto, confíen en la información. ¡Google considera que sus datos no son confiables, esto podría degradar su posición de clasificación de búsqueda local.

Por lo tanto, ¿cómo comprobar la coherencia de las menciones y dónde están?



Sugerencia #9

AUDITAR Y OPTIMIZAR LA CONSISTENCIA DEL N.A.P DE SU EMPRESA:

La forma más completa de hacer una auditoría de citación es hacerlo manualmente y descubrir todos los listados y variaciones de su NAP.

EN realidad, abarca varios parámetros a auditar

Alcanzara con empezar con estas opciones, paso a paso. Un poco cada día

1. Auditoría de citas completa  La parte más importante de cualquier campaña de SEO local es garantizar la coherencia de datos	2. Citaciones del directorio local  Hay miles de sitios online dónde puedes estar de alta y hasta un enlace a tu web (yelp- Pag. Amarillas – Foursquare-11870.com- Ciao –directorios locales por tu industria)
3. Citaciones de Rich Media  Busca videos o imágenes flash, banners interactivos que apunten a tu empresa, verifica allí que los datos sean correctos	4. Citaciones sociales  Las redes sociales son cada vez más importantes y a veces casi sin saberlo tienes por allí páginas de empresa o enlaces. Verifica que sean los correctos

ASÍ QUE TOCA COMPROBARLAS Y CORREGIRLAS. (SI...NADIE DIJO QUE FUERA FÁCIL, POR ESO SE LLAMA **TRABAJO** DE SEO LOCAL)

Y después que encuentras, corrige la consistencia de datos, reclame o destruya páginas duplicadas. Las listas duplicadas de Google My Business pueden ser una de las mayores amenazas para cualquier campaña local de SEO y una de las estrategias más recurridas de un ataque Seo negativo malintencionado



La clave de una página sobre mí

Sugerencia #10



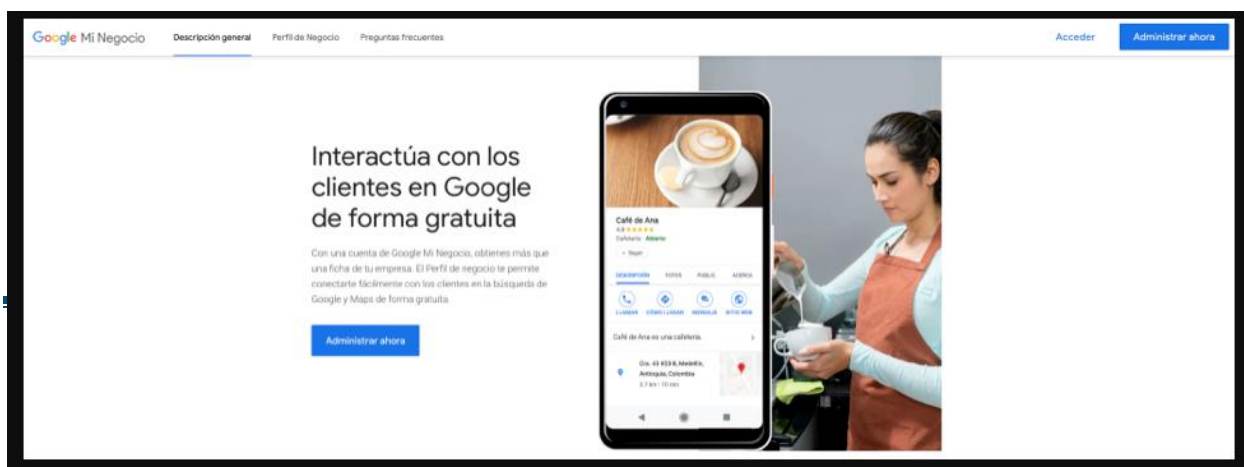
Mejora tu sección "Acerca de..."

Hay mucha gente que ni siquiera sabe que esto existe, pero clica aquí

aboutme.google.com

y veras si tus datos son correspondientes a tus servicios, están obsoletos o puedes mejorarlos. Si no estas, lo creas, pero aquí esta tu información profesional general, que haces, a que te dedicas o que vendes.

Optimiza esta ficha



Sugerencia #11

— ¡Enlace a subpáginas!

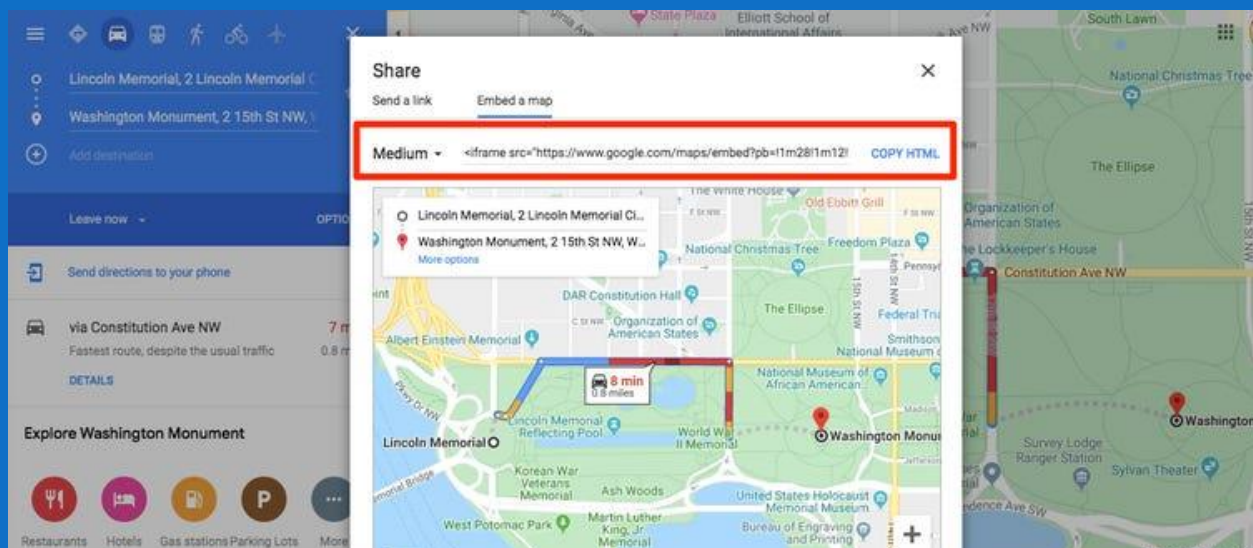
Si ya tienes un sitio web, en la sección de descripción "acerca de" de su lista de GMB, crea enlaces de texto de anclaje que señalen las subpáginas de su sitio web. Incluso a una por tipo de servicio que más interese destacar.

Por ejemplo: si es cirujano plástico, enlace la palabra "**Aumento de Pechos**" a su página de destino específica de "**Aumento de Pechos**" dentro de su sitio web. O Algún tipo de masaje si es quiropráctico, o "Abogado experto en extranjería" ...y así más de una vez.

Sugerencia #12

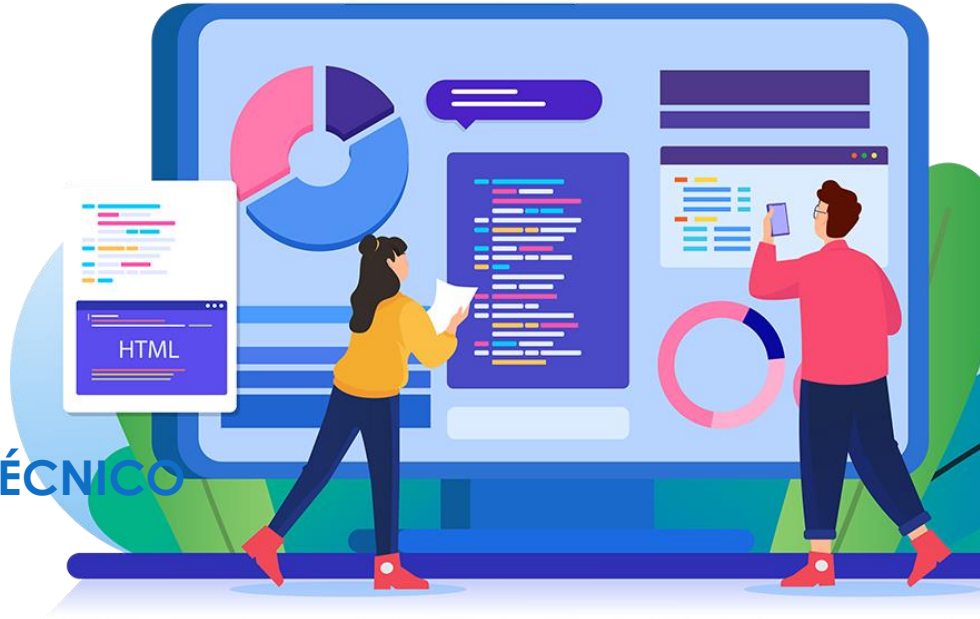
Incrustar su mapa de listado local de Google en el pie de página de su sitio web. Esto va a crear enlaces directos tanto a su website como al "Como Llegar" o localizar la ubicación de su negocio local.

Si abarca diferentes ciudades o tiene diferentes locales donde presta servicios en su zona de influencia, cree una pagina por ciudad y una localización en la ficha de GMB para cada una de esas ciudades



Sugerencia #13

OPTIMIZACIÓN TÉCNICA DE SU WEB ENFOCADO A SEO TÉCNICO



Si ya tiene un sitio web, haga o pídale a su técnico que haga esto:

1- Mejore sus **Core Web Vitals** para alinearse con la actualización de la experiencia de la página.

- Reducir la ejecución de Javascript
- Implementar carga diferida
- Optimizar y comprimir imágenes
- Proporcione las dimensiones adecuadas para imágenes e incrustaciones.
- Mejore el tiempo de respuesta del servidor

2- Etiquete el contenido

Que marque el contenido de la web HTML con H1,H2 y H3 en títulos y subtítulos

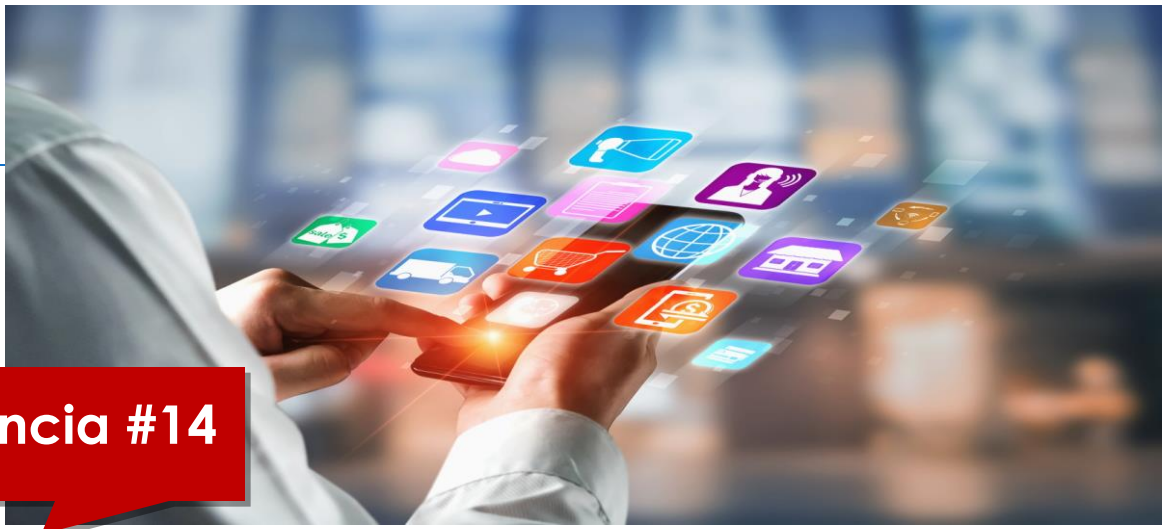
3- Verifique la versión y posibles errores móviles de su web.

- Todos los sitios de la Web ahora están indexados mediante la indexación de dispositivos móviles.

4- Use el marcado de esquema o datos estructurados.

- Para que los fragmentos enriquecidos puedan aparecer debajo del título de su sitio en el SERP, como calificaciones o incluso sus páginas de navegación principales.





Sugerencia #14

¡Lo de las Redes Sociales, pero bien hecho!

La clave para aprovechar al máximo su marketing en redes sociales desde un Negocio Local, es elegir estratégicamente en qué canales planea invertir tu tiempo, dinero y esfuerzo.

Estar omnipresentemente en todos los sitios es también una locura comercial, así que vamos a definir unos parámetros para que puedas decidirte

Antes de abrir perfiles en todas las redes sociales populares en la actualidad, debes encontrar las respuestas a las siguientes preguntas para determinar qué redes sociales son las mejores para tu negocio:

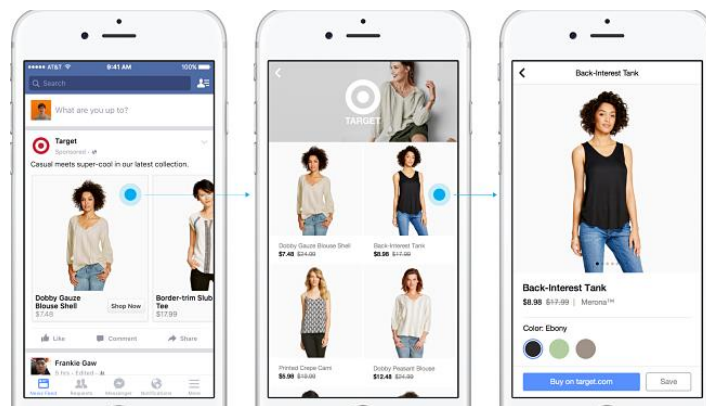
- **En qué redes sociales se encuentra tu público objetivo:** lo primero que necesita saber es en qué redes sociales están sus clientes para ir allí a publicar contenido.
- **¿Los usuarios de las redes sociales se ajustan a tu modelo de negocio?** Tu presencia en las redes sociales debería permitirte dar respuestas y soluciones a los usuarios que están en ellas para llevarlos hacia una compra.
- **¿Cuáles son los objetivos de tu negocio para estar en las redes sociales?** Algunas redes sociales son más adecuadas que otras para fines específicos. **No olvides que tu objetivo es captar para vender**
- **Determina cuáles son tus recursos:** debes valorar cuánto tiempo y dinero estás dispuesto a invertir en las redes sociales, ya que no basta con crear un perfil en ellas, requieren de recursos humanos y económicos.
- **Cuidado con mezclar perfiles profesionales con los “demasiados divertidos”** tirando al ridículo y sin objetivo comercial. Si te quieres volver Tik-Toker es tu asunto, pero hay premisa que dice:
Nadie compra de quien se ríe

¿Qué redes sociales son importantes para tu negocio?

Facebook

Es una red social bastante útil para empresas B2C o business to consumer - en español, empresa a consumidor- y entre sus grandes oportunidades está la de realizar anuncios promocionados, que, junto a las posibilidades de segmentación, puede ser una publicidad de pago muy eficaz.

Otra razón por la que Facebook es una de las mejores plataformas de redes sociales para empresas son sus integraciones de comercio electrónico de redes sociales.



Facilitando a los usuarios comprar a través de la plataforma de redes sociales y que las marcas interactúen con los clientes a través de Facebook Messenger.

Instagram



En los últimos años se ha convertido en una red social donde la marca y la publicidad paga pueden ser muy efectivas.

Instagram tiene una tasa de participación muy alta, las imágenes de calidad y el contenido visual a menudo tienen éxito y es una red social igualmente eficaz para los modelos B2C y B2B.

LinkedIn

Una de las mejores cualidades de LinkedIn es que el público de esta plataforma de redes sociales tiene una mentalidad empresarial.

Esto significa que a menudo están abiertos a oportunidades de establecer contactos y a escuchar sobre formas de mejorar la forma en que trabajan o hacer su trabajo más fácil.

Esto brinda una excelente oportunidad para las marcas B2B que deseen conectarse con los tomadores de decisiones comerciales en diferentes industrias y otra característica que hace de LinkedIn una de las mejores plataformas de redes sociales son sus oportunidades de publicidad digital

Aunque los anuncios digitales en LinkedIn pueden ser más costosos que los anuncios en Facebook, esta oportunidad publicitaria permite a las marcas B2B llegar a personas de las industrias específicas a las que se dirigen permitiendo entregar contenido publicitario a aquellos roles de trabajo involucrados en la toma de decisiones de compra

LinkedIn es una de las mejores redes sociales para empresas basada en un modelo B2B



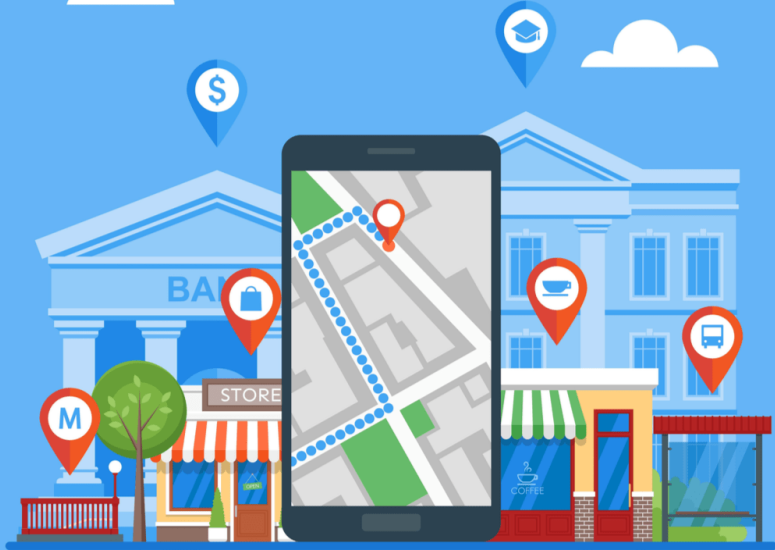
YouTube

Si vendes productos en los que es importante demostrar cómo funciona, como se hace o la facilidad de uso, Youtube es una de las redes sociales imprescindibles para tu empresa.

También es el segundo motor de búsqueda más grande detrás de Google, sumado al hecho de que el video es el tipo de medio preferido por los consumidores y que ofrece una capacidad de almacenamiento ilimitada de videos que se puede integrar fácilmente en su sitio web o compartir en otras plataformas de redes sociales para un mayor alcance...Youtube es un muy buen sitio donde tener presencia.

La cara compleja, es que crear videos de calidad de tus productos y servicios requiere tiempo y recursos (humanos y económicos) pero tiene un retorno increíblemente bueno.





Sugerencia #15

Publicidad de Anuncios Locales de Google

Si necesitas resultados rápidos, tendrás que invertir en publicidad de pago.

Y si eres un negocio local, la mejor opción son los anuncios de servicios locales de Google porque se muestran en la parte superior del SERP en forma de tarjeta y en los mapas de búsquedas. Los mostrara solamente en su zona de influencia, lo que optimiza su presupuesto en publicidad.

- Es fundamental hacer un estudio previo de palabras clave que puedan atraer al target que más te interese.
- Incluir palabras Long Tail (de cola larga) o frases específicas contextualizadas semánticamente según su intención de búsqueda (técnicamente se llaman LSI) para reducir la competencia ya que es más fácil y económico posicionarse para una frase específica que para una palabra genérica.

Así evitaras los clics que no traen clientes potenciales y afinas por intención de búsqueda. No es lo mismo pagar o competir por la Keyword “abogados en (+la ciudad que sea)” que “abogados especialista en divorcios en +la ciudad que sea-“

También tienes una opción, de que, si cumples ciertos requisitos y pasa por el proceso de solicitud, puede aparecer con una insignia verde de “**Garantizado por Google**” debajo de su nombre, lo que lo convierte en una presencia más fuerte en esta sección de resultados.

Google

best carpet cleaners near me

All Shopping Maps News Videos More Settings Tools

About 104,000,000 results (0.80 seconds)

30+ carpet cleaners nearby

Sponsored

American Chem-Dry 4.9 ★★★★★ · See reviews GOOGLE GUARANTEED Serves Stoughton Open now	Stanley Steemer 4.7 ★★★★★ · See reviews Serves Stoughton Open 24/7	Lovejoy Carpet Care 5.0 ★★★★★ · See reviews Serves Stoughton Open now
--	--	---

→ [More carpet cleaners in Stoughton](#)

EMAIL MARKETING

Sugerencia #16



e-MAIL MARKETING

Comunícate directamente a sus bandejas de entrada

La comunicación con tus clientes es imprescindible, ya sabes aquello de que es más fácil venderle de nuevo a alguien que ya te conoces que los costos de adquisición de un nuevo cliente.

Y en el Marketing Digital, esta herramienta es imprescindible, tiene uno de los mayores ROI de \$ 32 por cada \$ 1 gastado en comparación con todos los demás canales de marketing.

De esta manera les harás llegar nuevos productos, escalar lo que ya les hayas vendido o comunicar nuevas ofertas y promociones. Pero sobre todo, les harás sentir que estás ahí, que tu negocio está vivo, activo y que se acuerda de sus clientes. **Y esto fideliza y vende.**

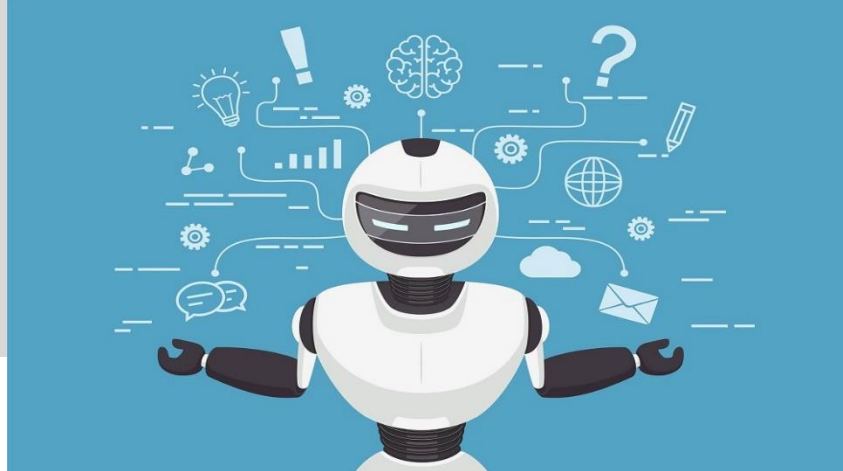
La ventaja que tiene el marketing por correo electrónico sobre otros canales es que sus destinatarios han optado por recibir estos emails y que ya han establecido algún tipo de negocio o relación, sea comercial o profesional. Y en la práctica, el 99% de los usuarios revisa su bandeja de entrada todos los días e incluso varias veces al día.

De momento, solo hablamos de comunicar a los correos electrónicos existentes que tengas en tu base de datos. Y Si no los tienes guardados y segmentados; ya estas tardando en crearla, extraerla de tus emails de contactos o de tu software CRM...

¡Pero debes tenerla!

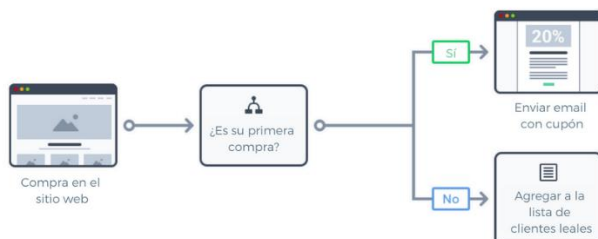


Sugerencia #17



El próximo paso es automatizar

Te vas a una herramienta de Mail Marketing y programas todos los envíos desde allí. Lo dejas configurado y hará el trabajo en automático, liberándote un montón de tiempo y provocando potenciales nuevas ventas o contactos.



Esto sería un esquema básico del flujo de trabajo o workflow que puedes programar para aumentar tus ventas

Si planificas bien tu estrategia, hará todo el trabajo duro mientras te dedicas a vender. Digamos que haces un envío promocional una vez a la semana cada mes... **¡Ya estas mejorando tu comunicación con tus clientes x4!**



Existen muchas herramientas de mailing, te recomiendo **Getresponse** porque es una de las que mejor funciona y las más profesionales e intuitivas para empezar.

Tienes un periodo de 30 días de prueba y luego el precio es bajo y escalable según el tamaño de tu base de datos.

[Clic aquí para prueba gratis](#)

Encontraras otras teóricamente gratis, con más o menos beneficios; pero te devuelven la mitad de los envíos haciendo añicos todo el potencial de la herramienta.



Y menos aún, caigas en la tentación de hacer envíos masivos desde Gmail, Hotmail o tu correo corporativo, porque a partir de 10 envíos con un mismo contenido los enviará directamente a la carpeta de spam, pondrá tu correo electrónico en una Blacklist o listas negras o peor aún, en la lista Robinson de publicidad No deseada.

[¿Qué es la lista Robinson?](#)

Sent Mail

Spam (372)

Trash



Entre las sugerencias básicas para conseguir mejores tasas de conversión a tus campañas de mail marketing, están:



• **El Asunto:** Escribe líneas de asunto irresistibles y llamativas. Una buena línea de asunto te dará una presencia más fuerte en las bandejas de entrada de tus suscriptores y una mejor tasa de apertura.

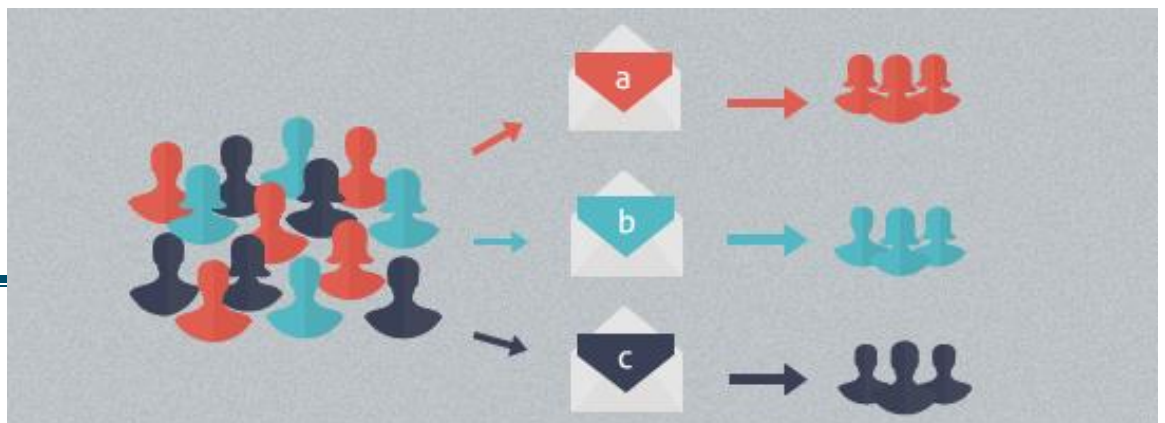
• **Optimiza la escritura.** Básicamente tenemos 3 partes que optimizar:

- *introducción del email:* debe ser clara y específica – 1 o 2 frases
- *texto argumentativo:* directo al asunto y no te pases de texto
- *llamada a la acción:* Debe enviar directo a la compra o contacto

• **Segmenta tu lista:** La segmentación es clave. No todos los clientes son iguales y es importante crear grupos de usuarios con afinidades similares.

Por ejemplo: Si tenemos una tienda de mascotas, ¡segmentar por los que tienen perro, gato y pájaros...para NO enviar promos de collares de perros personalizadas a gente que solo tiene pájaros!

Te lo agradecerán y mejorara tu tasa de aperturas porque lo abrirán cuando sepan que es de su interés directo.



Sugerencia #18

Aquí tienes un Work-Book que escribí y te ayudara a comprender fácilmente todos los componentes de tu embudo de Marketing Digital y definir la Escalera de Valor de tu negocio

Descárgatelo, es **GRATIS**. ni siquiera te pediré tu correo electrónico. Si te parece interesante y necesitas mas ayuda, ya me lo preguntas.

[📄 Descargatelo! Que es gratis de verdad!](#)

No me gusta eso de hacer prisioneros online ni perseguirte digitalmente. Ya me conoces, sabes como te puedo ayudar y seguro que también sabes como contactarme! *** Si no lo sabes, por allí arriba, esta mi teléfono! ***



¡La automatización para captar nuevos clientes

¡Esto de las descargas gratis, también llamado Lead Magnet, gancho, anzuelo, regalo etc., etc.; ya lo habrás visto miles de veces...y funciona!

¿Y sabes qué es lo mejor de todo? Que puedes aplicarlo tanto para un negocio online como offline, sea del sector que sea.

Es otro de los beneficios de la herramienta de mail marketing como la que vimos anteriormente y es que:

Te permite captar nuevos prospectos – clientes – seguidores o adeptos, mientras te va consolidando como autoridad, aumenta la cantidad de contactos de tu base de datos y poder incluirlo en las listas de comunicación vía email marketing **para convertirlos en clientes.**

Como se consigue: Creando un LeadMagnet y un formulario de registro

Que es un Lead Magnet: Es un contenido gratuito que ofreces a cambio de un email u otros datos y el permiso de poder enviarle información publicitaria.

¿Qué puede ser? Es ese contenido en forma de guía descargable, muestras gratuitas, videotutorial, Masterclass, tarjeta de cliente Vip, descuento Premium o cualquier otro contenido “de Valor” que pueda convencer a alguien de que te dé, como mínimo, su correo electrónico.



Sugerencia #19

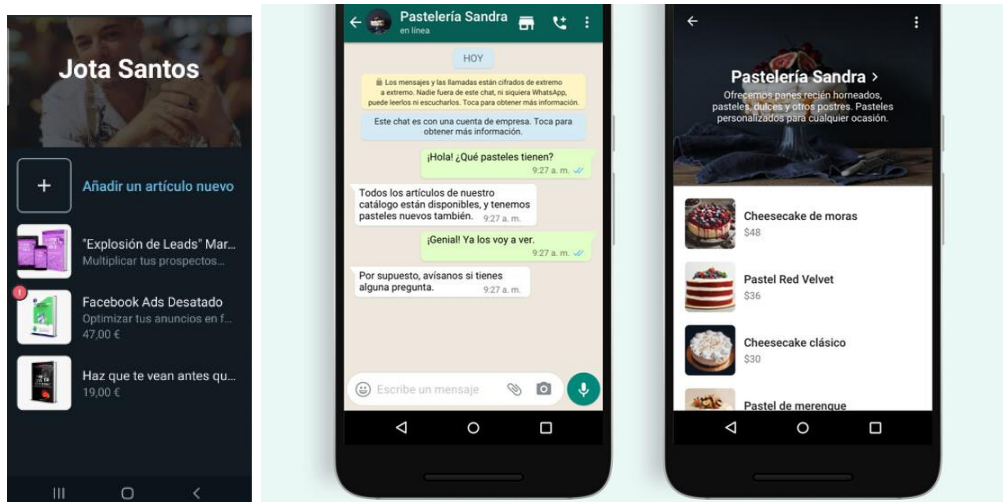


AUMENTA TU VISIBILIDAD y QUE SEPAN TUS SERVICIOS

Hay una enormidad de herramientas que utilizas cada día y puede usarlas para conseguir esto. A veces solo tienen tu contacto pero no saben ni siquiera que es lo que haces y menos aún que es lo que vendes

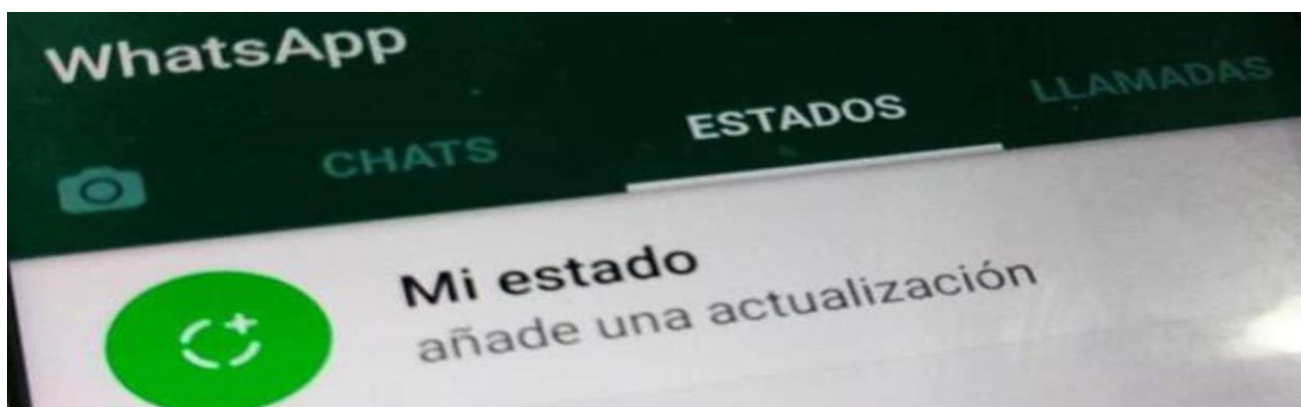
¡Vamos a ver 4 estrategias muy simples, rápidas de gestionar y Gratis!

- **Crear una tienda con sus productos y servicios en WhatsApp Business**



- **Tus estados de WhatsApp**

Mucha gente tiene su número y ni siquiera sabe lo que haces o vendes. Un producto o servicio publicado cada día y te sorprenderán los resultados



- **Crear una tienda con sus productos y servicios en Facebook.**

El lugar por excelencia en donde el mundo puede enterarse de que existes y de todo lo que ofreces.

Pestañas

Haz clic en el nombre de una pestaña y arrastra para cambiarla de posición. El orden de las pestañas también determina el orden en que aparecen las secciones en la parte superior de tu página.

Usar pestañas predeterminadas

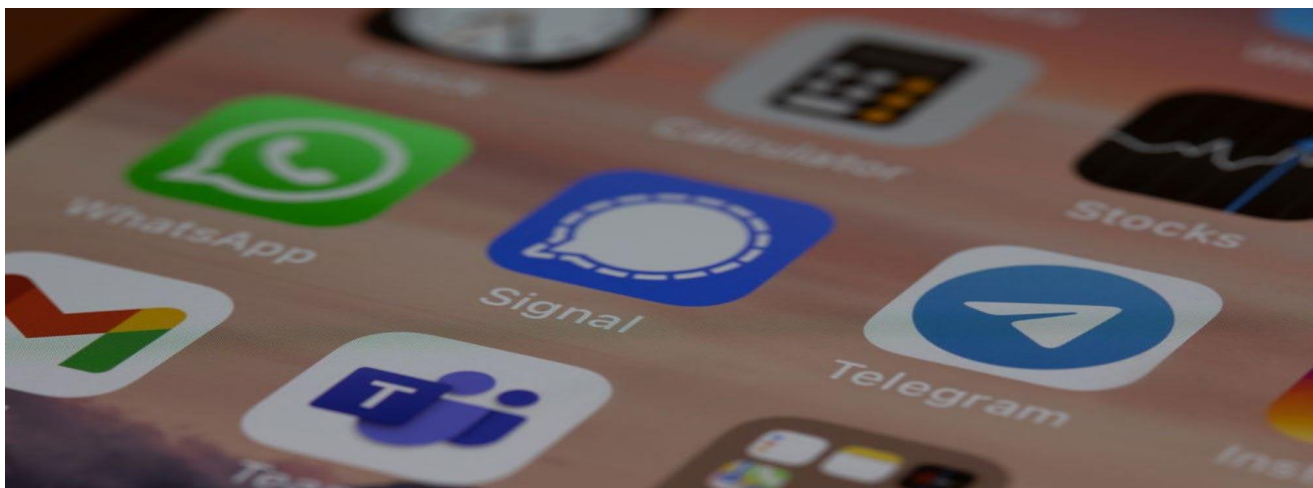
Activa las pestañas predeterminadas para usar las que pensamos que serán más relevantes para tu tipo de página.



- **Agrúpalos en “grupos”**

Si tienes la posibilidad, reúnelos en grupos de WhatsApp, Telegram o grupos de Facebook a donde comunicar, enviar promociones y descuentos solo para esa exclusiva comunidad a las que los invitas a pertenecer:

- aumentará la participación
- el engagement y compromiso
- generará conexiones
- Te facilitará las comunicaciones
- Se retroalimentan
- Te dará los mejores feedback's



Sugerencia #20



SOLO HAZLO, SIMPLE y PASO A PASO.

No podrás hacerlo todo en un día, no podrás saberlo todo en unas semanas. Simplemente haz un plan y enfócate en una acción cada día o cada semana, según tu proyecto.

Yo, después de muchas pruebas y cursos sobre optimización de tiempo...
(☹️ Si, ríete, perdí mucho tiempo intentando aprender como tener más tiempo)
utilizo un "Diagrama de Eisenhower" semanal, adaptado a mi forma de trabajo
que te dejo por aquí y te servirá de ayuda

PLANIFICACION SEMANAL -

FECHA:

HOY URGENTE	
IMPORTANTE	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7

ESTA SEMANA	
NO URGENTE	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7

TRABAJO	
PENDIENTES	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7

PERSONAL	
PENDIENTES	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7

NOTAS



BOLA EXTRA

¡Cuidado con la INFOXICACIÓN!

Aunque te parezca que esta es la sugerencia menos activa, es la más peligrosa de todas porque paraliza, te agota y hace que abandones.

Uno de mis servicios es precisamente una [Consultoría de Marketing Digital e Implementación de Estrategias Online](#), y uno de los patrones que se repite muchas veces cuando algunos de mis clientes/alumnos está en fase de lanzamiento de algún producto o servicio es el abandono por agotamiento, sobre todo cuando parten de cero. Parecen muchas cosas por hacer

Y esto es fatal, se queman de tal manera que tardan entre 1 y 3 años en reacomodarse y volver a intentarlo. Y esto significa entre 1 y 3 años que aplazan sus proyectos o sueños. Y solo es eso, un aplazamiento.

La realidad es que lo tendrán que hacer de todas maneras porque la digitalización e internet en los negocios es un camino sin retorno. O lo haces o quedas fuera del circuito y desapareces entre tu competencia.

*Si crees que necesitas ayuda con la digitalización, lanzamiento o automatización de tu negocio o proyecto, [clica la imagen](#), ves los servicios y allí hay un botón de WhatsApp desde donde podemos agendar una reunión de evaluación **GRATIS** para ver en que punto estas y como lo hacemos*

LA OTRA OPCION ES QUE ENCUENTRES

SOLUCIONES DIGITALES PARA EMPRENDEDORES



Vamos A Poner En Marcha
Tu Negocio En Internet...
Y Que **Funcione De Verdad!**

¡Y llegamos al final!

Estaré feliz de saber que estas #sugerencias te han servido de ayuda. Lógicamente solo es un principio, hay muchas cosas por hacer.

En el paradigma digital que vivimos, siempre hay más por hacer en Internet, mas por explorar, mas por conseguir, más por aprender y más por explotar. Pero por algún lado, hay que empezar. Ya miraras atrás y no podrás creer todo lo que has aprendido y avanzado.

Estas sugerencias son un buen principio y más allá de darle mayor visibilidad a tu negocio online, van a ayudarte a definir los próximos pasos, donde te sientes mas cómodo/cómoda, hacia donde te diriges digitalmente y que acciones te harán falta para llegar al corazón de tu target o público objetivo.

Después de todo esto, toca afinar para crecer, comunicar más y mejor.

Ha sido todo un placer preparar esto. Es mi 8ª ebook y aun así, ahora mismo mientras escribo las frases finales me gustaría que pudieras ver mi sonrisa. Estoy feliz de soltarlo a la vida.

Un abrazo, mucha fuerza y nos vemos por la calle de los emprendimientos. -

Jota Santos

MAS SOBRE MI

www.jsantos.pro

www.unawebsparatunegocio.com

www.institutodemarketingparaemprendedores.com

Toca presentarse, así que te cuento algo de mí..

Soy **Jota... Jota Santos!**

(Ya que estamos, que suene en grande. A lo «Bond, James Bond», aunque soy mas de Gin-tonics que de Martini's)

Me cuesta bastante hablar de mí, pero si no me conoces te tengo que contar algunas cosas. Soy un emprendedor digital, diseñador web, especializado en SEO enfocado en posicionamiento para negocios locales y Estrategias de Marketing Online.

Apasionado del diseño, estudiante eterno con síndrome de Diógenes de recursos gráficos e insomne cuando me siento a terminar un trabajo. Tengo un montón de títulos y diplomas, por ahí en un cajón. La verdad, es que no creo mucho en ellos, mas bien en lo que consigo con ellos y sus procesos de aprendizaje.

Llevo en esto de negocios por Internet mas de 15 años, trabajando para mí y para unas cuantas empresas. He escrito algunos e-books y otros cursos de formación, que los veras mas abajo. Suelo pensar que soy un profesional con dosis de artista, enamorado de lo que hago.



Tengo unos cuantos años mas otros tantos de experiencia. Nací en Uruguay hace mas de medio siglo y de ahí, a recorrer el mundo, actualmente resido en España. Me gusta visitar la historia, leer a Benedetti, perderme por caminos de montaña en mi 4x4 e ir a la playa de noche con una conversación interesante de esas que solo te das cuenta cuando sale el sol. Las cervezas con amigos, jugar con mis gatas Tazmi y Dalina y probar estrategias nuevas en Internet

*Si no me conocías, este soy yo!
...y si me conoces sigo siendo el mismo; intentando automatizar tareas y enseñar de forma fácil la parte difícil.*



Quienes me conocen, saben como trabajo; con los pies en la tierra y enfocado a objetivos, dando todo lo que puedo y mas. No es por nada en especial, simplemente soy así. Directo y practico, me «curaron» los años de experiencia.

Me joden las mentiras de Internet, las historias de éxito instantáneo y las promesas mágicas, porque juegan con la esperanza y el dinero de las personas.

Eso del resto de tu vida en una isla paradisíaca cóctel en mano, me suena terriblemente aburrido.

Que lo de yates, mansiones y Lamborghini's, no llega tan fácil, no al menos creando un contenido y que se venda solo. O comprando un sistema de 500 dolares o 5000, da lo mismo, te aseguro de que si alguien lo tiene, no te lo venderá por ese precio ni mucho mas. Debo confesarte que alguna vez, también me lo creí.

Si que creo en que el éxito profesional o la buena suerte, como quieras llamarlos, es el resultado del trabajo y constancia, de perfeccionar procesos, utilizar las herramientas adecuadas y acortar las curvas de aprendizaje para perder menos tiempo y enfocarte en lo que realmente importa.

*A grandes rasgos, ahora sabes quien y como soy. Si nos cruzamos por la calle, dímelo y seguro que terminamos charlando un rato.
Y ya esta, me doy por presentado, este soy yo.*