



neximía

5 pasos para aparecer en
Google Maps en tu localidad

Una guía rápida
para que tu negocio
local sea visible
cuando tus clientes
te buscan en
Google

Cuando alguien busca "cosmetóloga en San Isidro" o "dentista cerca de mí", Google no muestra una lista al azar: hay factores concretos que definen quién aparece primero en el mapa.

Aquí te compartimos los 5 pasos que marcan la diferencia.



Elegí bien tu categoría principal

Es el factor de relevancia más importante de tu ficha de Google Business Profile. Si la categoría está mal elegida, podés perder visibilidad aunque todo lo demás esté perfecto.

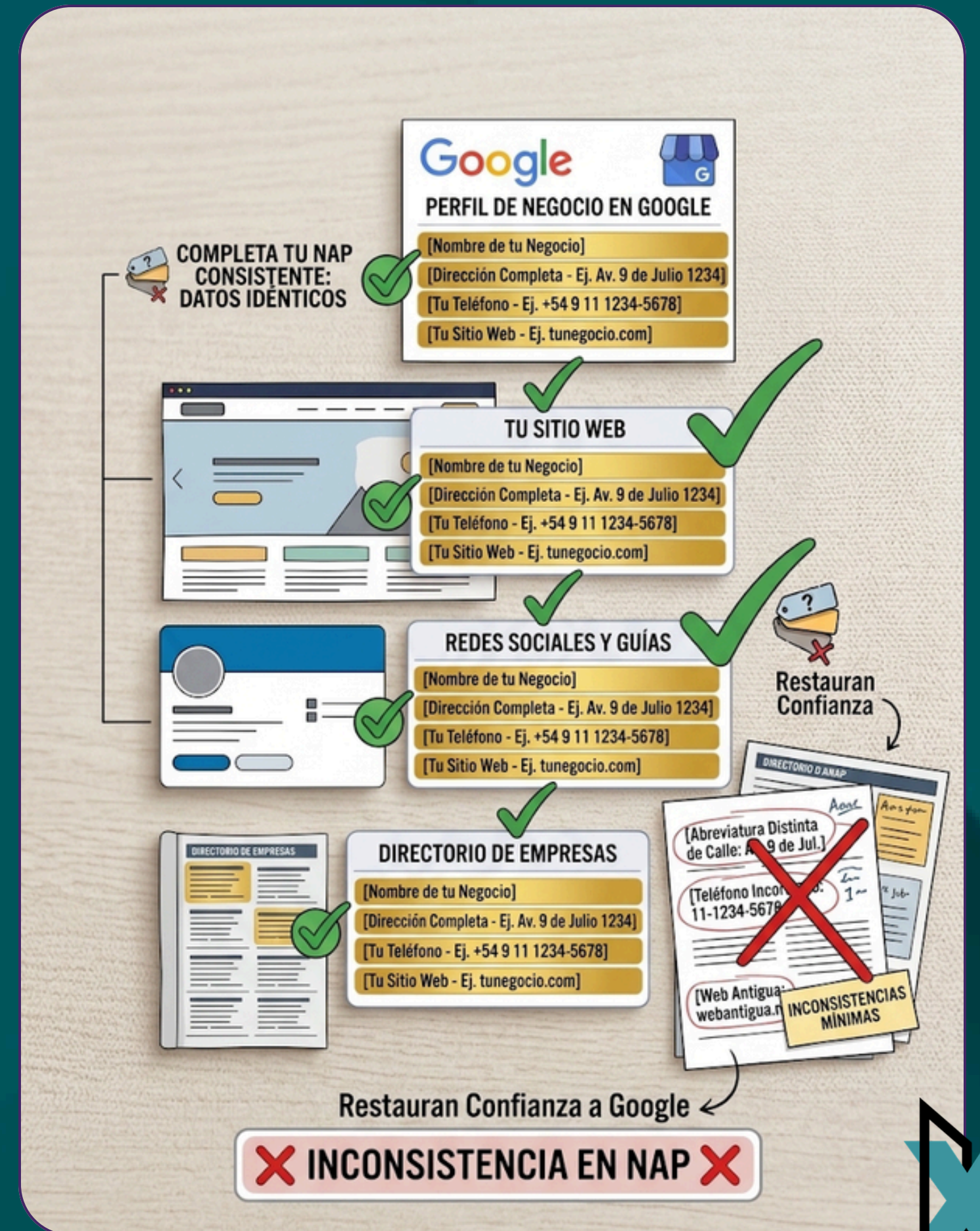
Podés sumar hasta 9 categorías secundarias, pero siempre relacionadas directamente con tu negocio. Agregar categorías "por las dudas" no ayuda.



Completá tu NAP de forma consistente

NAP = Nombre, Dirección, Teléfono (y sitio web). Estos datos tienen que ser idénticos en tu ficha de Google, tu web y cualquier otro directorio donde aparezcas (redes, guías, etc.).

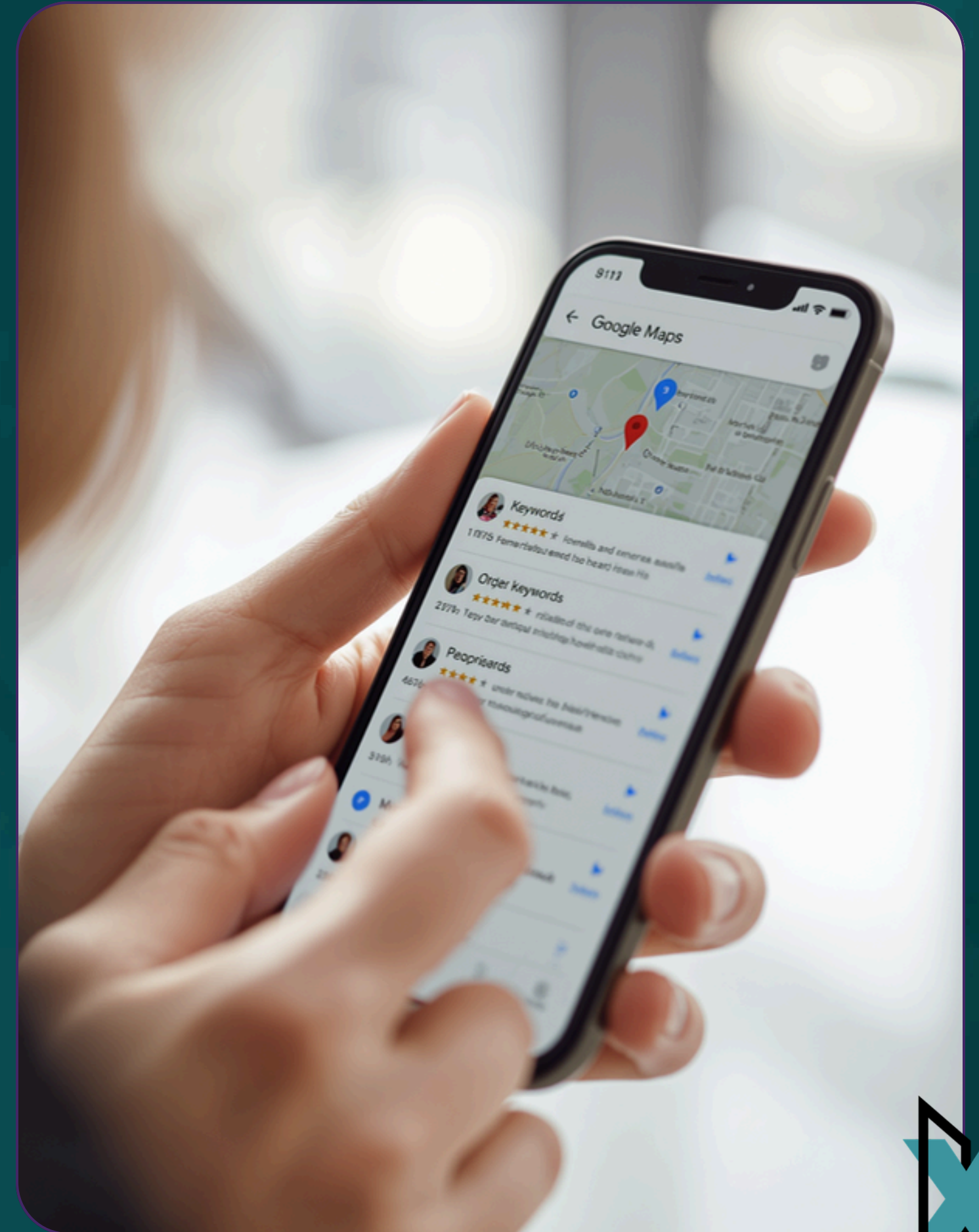
Una inconsistencia, aunque sea mínima, como abreviar la calle distinto, le resta confianza a Google sobre tu negocio.



Sumá palabras clave donde importan

No se trata de "rellenar" tu ficha con keywords, sino de incluirlas donde Google sí las valora como señal de relevancia: en las reseñas que dejan tus clientes, en tus publicaciones de GBP, en la sección de servicios/productos y en tu sitio web (títulos, encabezados).

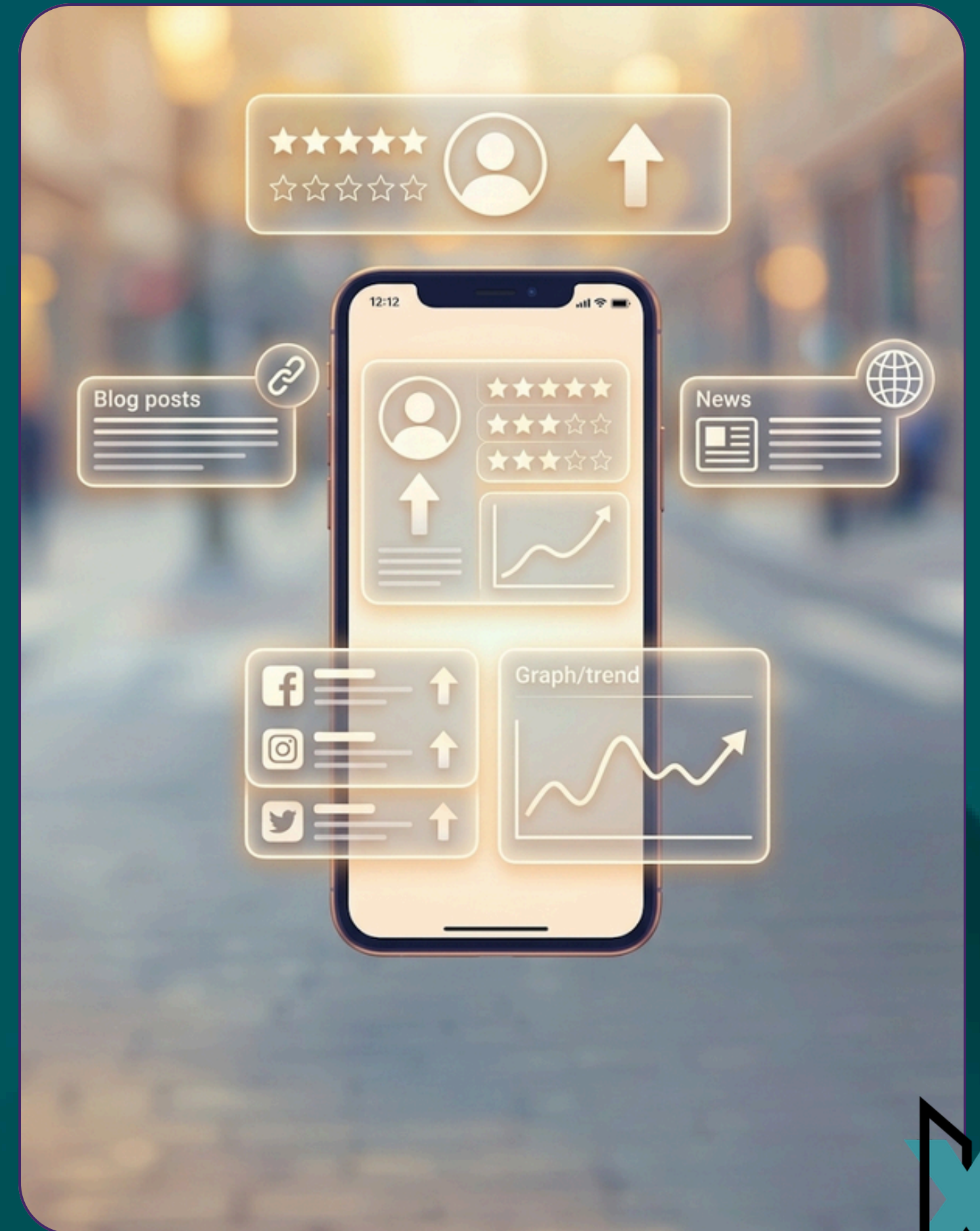
El nombre del negocio en Google es la excepción; ahí Google penaliza el "keyword stuffing", salvo que sea el nombre real y natural de tu marca.



Trabaja tu popularidad, no solo tu ficha

Google mide qué tan conocida y confiable es tu marca a través de: cantidad y frecuencia de reseñas en Google, reseñas en otras plataformas (redes, guías del rubro) y menciones de tu negocio en internet.

Ojo: las reseñas son el factor más sobrevalorado del SEO local; ayudan, pero no son magia si el resto no está bien trabajado.



Entendé que la ubicación importa

La proximidad es un factor de ranking real y no se puede "trampear": cuanto más cerca esté el usuario que busca, mejor posición vas a tener frente a negocios más lejanos.

Por eso es clave que tu negocio esté correctamente ubicado y verificado en la localidad donde querés aparecer, sobre todo para búsquedas del tipo "[servicio] en [ciudad]".



Estos 5 pasos son el punto de partida, pero el SEO local es un trabajo continuo: se construye mes a mes optimizando estos mismos factores.



Si querés que revisemos gratis cómo está tu ficha hoy, escribinos.

Teléfono

+5491128162965

Email

agencia@neximia.com

Redes sociales

Instagram

LinkedIn

Facebook

Web

neximia.com

The logo for neximia features the word "neximia" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letter "x" is stylized with a blue color and a black geometric shape that resembles a play button or a stylized 'X' integrated into its center.