



## Más razones para que tu restaurante esté presente en el mapa de Google

Google Maps para restaurantes

# Google está potenciando su aplicación Maps pensando en restaurantes

¿Está tu negocio correctamente situado en el Mapa?

Te lo pregunto, porque en ocasiones encuentro que mis clientes cada vez que hago un estudio de su situación, no están en el mapa de la forma adecuada para ser localizados.

0 para ser elegidos que es lo que más interesa.

He hablado en muchas ocasiones de la gran importancia que tiene para los negocios de hostelería el tener la mayor visibilidad posible.

Más ahora con la gran competencia existente.

Y un medio para ello es Google Maps.

Se debe estar presente en el mapa para que te puedan localizar lo más fácilmente posible cualquiera que realice una búsqueda.

Ten en cuenta que cada vez más personas buscan planes para hacer en pareja o en grupo.

Y una de las opciones más fáciles y asequibles es acudir a un restaurante y probar algo nuevo.

Pero has de tener en cuenta que no basta con meter tus datos.

Para **ser la mejor opción** a tus posibles clientes tienes que proporcionar la información más completa y sugerente posible más allá de tus datos de contacto.

## **Google potencia Maps para restaurantes**

Google sigue apostando y potenciando esta aplicación que no solo te muestra donde estas situado y enseña tu negocio.

Cuando alguien intenta localizar un establecimiento por la zona donde le interesa, además se esmera en ofrecer la información lo más completa posible para que tu elección sea lo más acertada posible.

Hace poco incorporó ofrecer información acerca de la afluencia de público en una determinada hora.

De tal forma que entendieras las posibilidades de encontrar mesa en el momento en el que piensas acudir.

Incorporó facilidades y botones para poder reservar directamente sin salir de la aplicación.

Ya que **están disponibles integraciones con otras plataformas de reservas** como «El Tenedor»

Cada vez es más completa la información que ofrece de un negocio.

De ahí la importancia de que esté perfectamente actualizada, se corresponda con la realidad y con la información que se ofrece en otras redes sociales.

Esto último beneficia a la hora de ofrecer resultados de búsqueda fuera de la aplicación Maps.

Lo que se conoce como posicionamiento SEO.

## **Presenta también las opiniones de tus clientes**

También ofrece opiniones y comentarios que realizan los clientes que han visitado el lugar, esto ya lo sabes.

Pero debes saber que es realmente importante que aparezcan **las respuestas de la empresa a los comentarios de los clientes.**

Ya que esto, a poco bien que se haga, mejora la opinión del establecimiento en gran medida.

Es muy frecuente que cuando analizo la posición de un negocio en Maps y veo que sus imágenes y datos están bien configurados, en cambio, **no se responde a lo que tiene que decir el cliente que te ha visitado.**

Falla ese trabajo constante de cuidar al cliente en esta aplicación y es un valor que los clientes van a tener en cuenta a la hora de tomar una decisión.

Porque refleja claramente que el establecimiento se preocupa por sus clientes y eso es algo que cada vez se valora más.

Pero recuerda que hay que hacerlo de forma adecuada, porque hay respuestas que espantan más que atraen.

Algo a tener en cuenta es que aunque el cliente no haga nada, por el simple hecho de haber visitado un lugar, la aplicación le solicita su opinión acerca de cómo ha sido la visita.

Está estimulando la participación de los clientes, lo que puede beneficiar claramente en tu favor si realizas un buen trabajo frente a tu competencia.

Ten en cuenta que Google valora el número de opiniones para mostrar resultados cuando dos locales están muy próximos.

Por supuesto también la calidad de las mismas.

The screenshot shows a Google Maps interface with a review overlay on the left. The review is for 'Ástor gastro-place' and is written in Spanish. It includes a star rating of 4.5, the date 'Hace 7 meses', and the text: '(Traducido por Google) El turista debe ser tratado como los lugareños. Una entrada ofrecida a todos los comensales del lugar y no a nosotros ... ¡lástima porque la comida era genial ... para mejorar.' Below this is the original text: '(Texto original) Il turista va trattato... Más'. A response from the proprietor follows: 'Respuesta del propietario Hace 7 meses (Traducido por Google) El aperitivo gratis que ponemos en todas las mesas. Si no lo hubiéramos dicho, fue un error. Lo sentimos mucho Salvador. Saludos de todo el equipo de ÁSTOR'. Below that is another original text: '(Texto original) L'antipasto gratuito che mettiamo a tutti i tavoli. Se non l'avessimo messo, è stato un errore. Siamo molto dispiaciuti Salvador. Un saluto da tutta la squadra di ÁSTOR'. A red arrow points from the review text to the location of 'Ástor gastro-place' on the map. The map shows various landmarks in Madrid, including Plaza de la Villa, Plaza de la Cruz Verde, and Plaza de la Segovia.

## Dispones de muchos más datos

Además, a través de Google My Business puedes tener estadísticas del comportamiento de tus clientes en relación a tu negocio.

Información que puede resultar de interés para conocer qué funciona y qué no.

Por ejemplo:

- Número de vistas que ha tenido la ficha del negocio.
- El número de vistas que ha tenido cuando se ha realizado una búsqueda.
- Número de vistas que ha tenido cuando esa búsqueda se ha realizado a través de la propia aplicación Maps.

Esto te va a permitir conocer si tu ficha es optima o requiere mejoras en cuanto a la imagen que se ofrece del negocio.

A parte de conocer el tráfico de visitas que recibes.

**Podrás saber cómo te han encontrado**, porque medio y cual ha sido la acción que han realizado a continuación, si reservar o pedir la forma de llegar hasta el local.

Ya sabes que ahora toda la información que puedas obtener es poca para optimizar los resultados del negocio.

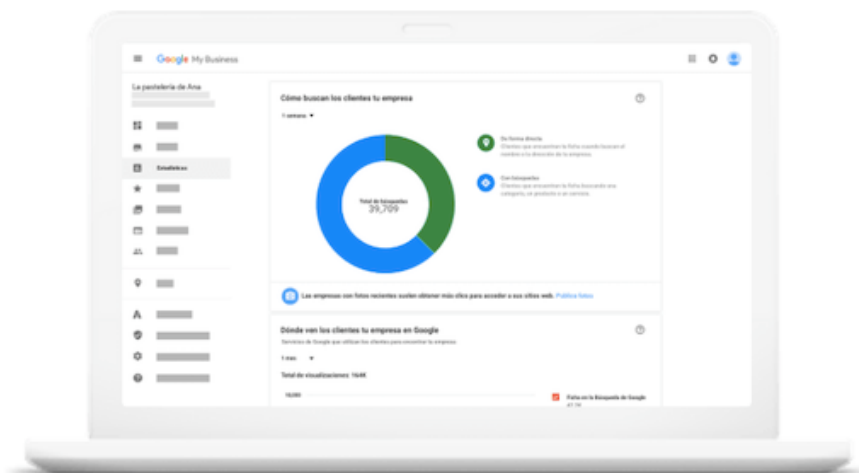
Los datos resultan una herramienta imprescindible para conocer lo que funciona y lo que no.

Saber todo aquello que se ha de rectificar y lo que se ha de potenciar.

Puedes saber más acerca de la información que te ofrece a través del siguiente enlace: [Análisis de las estadísticas de Google para restaurantes.](#)

## Descubre qué clientes interactúan con la ficha de tu empresa

Descubre cómo interactúan los clientes con el perfil de tu empresa. ¿Cómo te han encontrado? ¿De dónde proceden? Con Google My Business, tienes las respuestas al alcance de la mano.



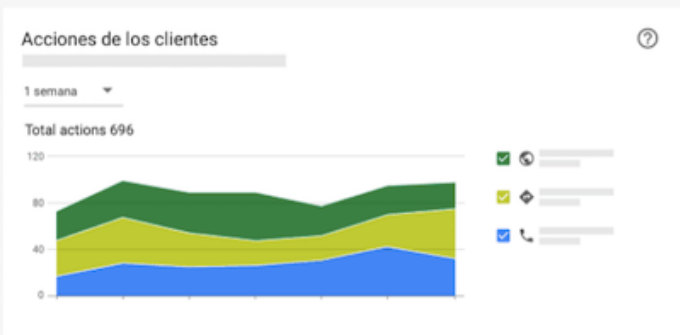
## Entiende a tu comunidad de clientes

Descubre de dónde provienen los usuarios para mejorar tu presencia online y, al mismo tiempo, atraer nuevos clientes.



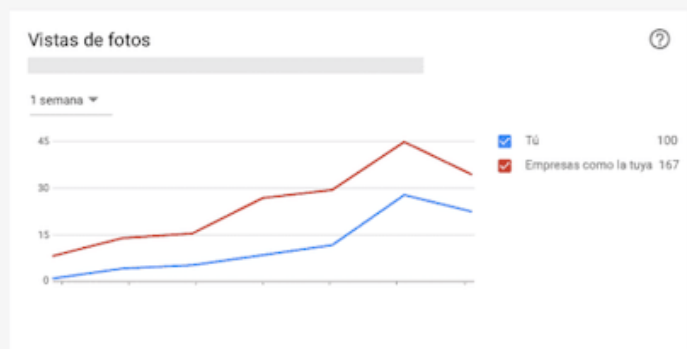
## Descubre qué funciona para tu negocio.

Consulta las visualizaciones y acciones de los clientes para conocer tu rendimiento y saber cómo diferenciarte de los demás. La información te permite revisar los clics, las llamadas, las visualizaciones del perfil de tu empresa y mucho más.



## Consulta qué fotos ven los usuarios

Descubre cuáles de tus fotos atraen más atención y consulta tu rendimiento en comparación con el de empresas similares.



## Ahora, los platos más populares

Pero ahora Google va más allá con esta aplicación y empieza a ofrecer **información de cuales son los platos más populares** de tu carta.

Aquellos que son los preferidos de los clientes que han visitado el local.



Platos que los clientes han fotografiado o comentado.

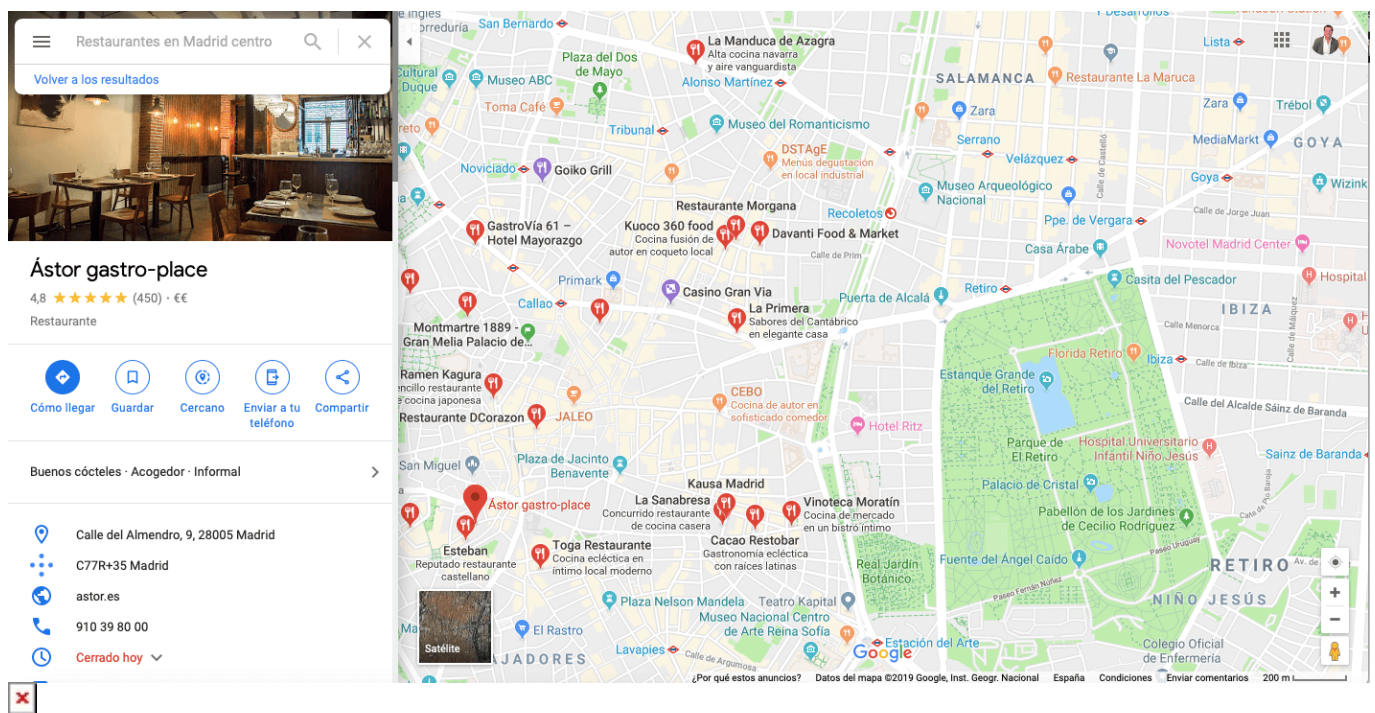
Y lo hace con la intención de ofrecer opciones seguras a los posibles clientes nuevos.

Se trata de que se tenga la mayor información posible para que la decisión sea un éxito.

Y si es así, será gracias a Google, que es lo que a ellos les interesa, ya que aumentará su uso.

Y la necesidad de los negocios de estar presentes.

El cliente volverá a utilizar la aplicación si obtuvo éxito en su búsqueda anterior.



## ¿Pero cómo lo hace Google Maps para restaurantes?

Habilita una nueva pestaña que se denomina carta y va a potenciar que los clientes puedan comentar los platos que han probado con su nombre, tal y cómo aparece en la carta.

En principio esta función está disponible en el sistema Android, pero seguro que se extenderá al resto de los sistemas.

Si te das cuenta, Google no solo le va a indicar a quien realice una búsqueda a que establecimiento puede acudir, si no también qué puede tomar.

¿Te habrías imaginado esto hace unos años?

Google es el navegador utilizado por el 93% de los españoles y su objetivo será muy probablemente poder cobrar por ofrecer resultados cuando se realice

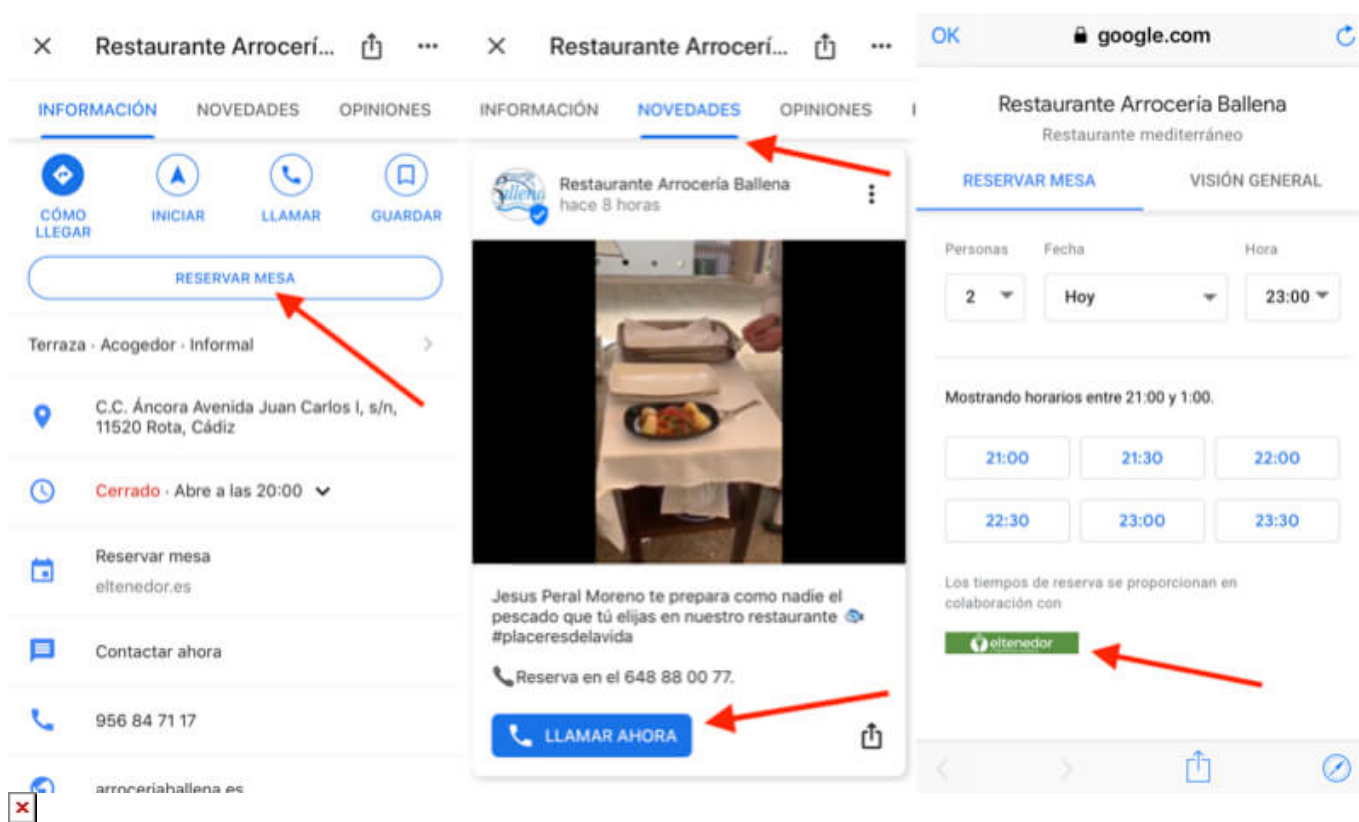
la búsqueda de determinados negocios, sobre todo de hostelería.

De ahí que cada vez aumente las prestaciones disponibles para ofrecer la información más completa de un negocio y ayude a acertar a un cliente en su elección.

Ni que decir tiene que **esta información resultará de vital importancia** para inclinar la balanza a tu favor.

Y un claro ejemplo de que esto funciona son las propias perspectivas de Google de mejorar su aplicación, de tal forma que en un futuro y no muy lejano te va a interesar pagar para que te muestre en los resultados de búsqueda.

Y lo más seguro es que lo hagas sin dudar.



Google Maps para restaurantes

Puedes obtener más información a través de este enlace: [Cómo descubrir los platos más populares en Maps](#)

Y tal vez te interese conocer: [Más sobre Google Maps y Local Guides](#)

Google Maps para restaurantes

Como siempre, ya sabes que nos gustaría conocer cuál es tu opinión acerca de

este tema.