

CHECKLIST SEO LOCAL

CONFIGURACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE GOOGLE BUSINESS PROFILE (GBP)

- Crear y verificar tu ficha en Google Business Profile
- Incluir nombre real del negocio (sin palabras clave forzadas)
- Añadir dirección física exacta (o área de servicio si no hay local)
- Teléfono local (no centralita ni 900)
- Añadir horarios de apertura
- Redactar una descripción clara con palabras clave locales
- Subir imágenes de calidad (fachada, interior, equipo, productos)
- Elegir categoría principal y secundarias relevantes
- Añadir servicios/productos con descripciones

OPTIMIZACIÓN EN LA WEB (ON-PAGE LOCAL SEO)

- Incluir el NAP (Nombre, Dirección, Teléfono) en el footer o encabezado
- Insertar un mapa de Google en la web
- Crear una página específica de contacto con info completa y formulario
- Optimizar títulos (title) y metadescripciones con palabras clave + ubicación
- Usar schema local (LocalBusiness) en el código (estructura JSON-LD)
- Crear páginas de ubicación si operas en varias ciudades
- Añadir reseñas de clientes reales en la web (mejor si incluyen ubicación)

CITAS LOCALES (LOCAL CITATIONS)

- Registrar el negocio en directorios locales y nacionales relevantes
- Asegurarse de que el NAP esté idéntico en todos los sitios
- Usar herramientas como Whitespark o BrightLocal para buscar citas

RESEÑAS Y REPUTACIÓN

- Pedir a clientes satisfechos que dejen reseñas en Google
- Responder a todas las reseñas (positivas y negativas)
- Incluir llamadas a la acción para dejar reseñas (en mails, firma, WhatsApp, etc.)

ESTRATEGIA DE CONTENIDO LOCAL

- Crear contenido del blog relacionado con tu área (eventos, noticias, tips locales)
- Escribir artículos tipo: 'Mejores lugares para [actividad] en [ciudad]'
- Entrevistar o colaborar con otros negocios o figuras locales

ENLACES LOCALES (LOCAL BACKLINKS)

- Conseguir enlaces desde webs de asociaciones locales, prensa, blogs
- Participar en eventos o patrocinios locales con enlace a tu web
- Colaborar con negocios de la zona

EXPERIENCIA MÓVIL Y VELOCIDAD WEB

- Asegúrate de que tu web carga rápido (especialmente en móviles)
- La web debe ser responsive
- Usar herramientas como PageSpeed Insights

MONITORIZACIÓN Y MEJORA

- Configurar Google Search Console y Google Analytics
- Medir tráfico local, llamadas, formularios, clics en 'cómo llegar'
- Revisar el rendimiento mensual del perfil de negocio (GBP Insights)