

Impacto Digital

Consistencia NAP

Índice

Qué es el SEO local

Qué es la consistencia NAP

Por qué es importante la consistencia NAP en el SEO local

Beneficios de la consistencia NAP

Buenas prácticas para tener consistencia NAP

Conclusiones

QUÉ ES EL SEO LOCAL

Como seguramente sabes, con el acrónimo SEO nos referimos a las palabras en inglés Search Engine Optimization. Bajo este término englobamos al conjunto de acciones que podemos llevar a cabo, tanto en nuestra página web (SEO Onpage) como fuera de ella (SEO Offpage), para mejorar el lugar que ocupa ésta en la lista de resultados de Google, cuando un usuario hace una búsqueda relacionada con nuestro sector.

Entonces, ¿qué es el SEO local? Llevamos ya algunos años oyendo hablar sobre el SEO local y sobre su importancia para atraer usuarios y potenciales clientes, pero ¿realmente sabemos a qué se refiere?

Google siempre ha intentado dar los mejores resultados a los usuarios en función de su perfil y comportamiento, y el desarrollo de los smartphones hizo que el modo de buscar del usuario cambiara enormemente. Por ejemplo, si estás en Sevilla y estás buscando un restaurante, ¿para qué te serviría ver el resultado de un restaurante estupendo en Bilbao? Por este motivo, Google comenzó a segmentar los resultados que mostraba en función de la localización del usuario y este factor es mucho más patente, cuando la búsqueda se ha realizado desde un dispositivo móvil.

Debido a todo lo anterior, los webmaster y gestores de páginas web vieron la oportunidad de escalar posiciones en Google en función del lugar en el que se encontrara el usuario, abriendo un abanico de posibilidades. Además, esto cobró especial importancia cuando hablábamos de un negocio local; siguiendo con el ejemplo anterior del restaurante de Sevilla, al igual que a un usuario no le interesaría ver el restaurante de Bilbao, al propietario del mismo no le aporta mucho que su restaurante se muestre el primero a un usuario que busca desde otro lugar de España que no sea Sevilla.



QUÉ ES EL SEO LOCAL

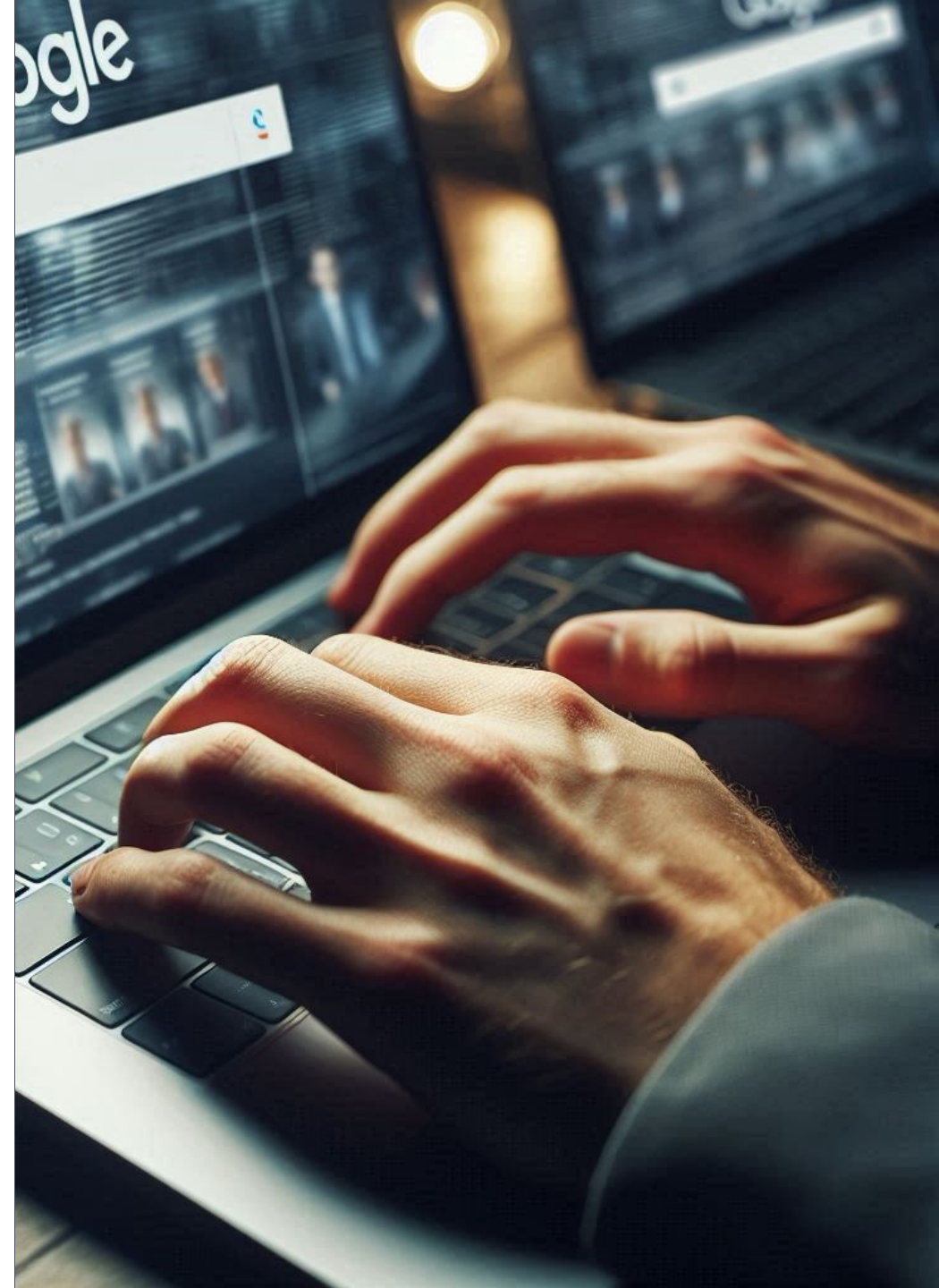
De este modo, empezamos a hablar de SEO local, que no es otra cosa que el conjunto de acciones que podemos llevar a cabo en una página web y fuera de ésta para lograr mejores posiciones en el ranking de Google, cuando el usuario busca desde un área geográfica determinada.

Para ver cómo cambian los resultados de Google en función de la ubicación del usuario, puedes realizar el siguiente ejercicio:

- 1. Abre en tu navegador una pestaña de navegación privada (encontrarás esta opción en las opciones de tu navegador).**
- 2. Realiza la búsqueda "tienda de mascotas".**
- 3. Observa los resultados que se muestran.**
- 4. Coge tu teléfono móvil y abre tu navegador habitual.**
- 5. Haz la misma búsqueda en Google y observa los resultados que se muestran.**

Ahora probablemente te estarás preguntando ¿cómo puedo hacer saber a Google dónde se encuentra mi negocio para beneficiarlo en los resultados de búsqueda de mi ciudad? Pues aunque no lo hayas hecho de manera intencionada, Google ya sabe dónde está tu negocio gracias a la cantidad de información que hay sobre el mismo en internet, no sólo en tu página web, sino en directorios, redes sociales, páginas de terceros, etc. Sin embargo, esta información no siempre es la correcta, lo que hará que Google no coloque a tu negocio en los primeros resultados.

Es en este punto, en el que surge el concepto de "Consistencia NAP" y su gran importancia en el SEO local.



QUÉ ES LA CONSISTENCIA NAP

Como en el caso de SEO que veíamos anteriormente, el término **NAP** también es un acrónimo y se corresponde con las palabras en inglés **Name Address Phone**. Se trata de los datos más básicos que todo negocio necesita para que sus clientes potenciales puedan encontrarlo o contactar, lo que significa que si esta información no es fácilmente localizable y no es correcta, estará perdiendo oportunidades de venta.

En este sentido con "**consistencia NAP**" nos referimos a la coherencia entre los datos de nombre, dirección y teléfono que se muestran sobre un negocio o empresa a lo largo y ancho de la red.

Un error común en el que caen un sinnúmero de empresas, es pensar que con mostrar el nombre, la dirección y el teléfono de manera actualizada en su propia página web, el problema ya está resuelto, pero no es así. Muchas veces no somos conscientes de ello, pero los datos de nuestro negocio se encuentran recogidos en un sinnúmero de sitios de internet, los hayamos incluido nosotros o no en ellos. Por ejemplo, estará presente en directorios online de empresas, en redes sociales, pueden estar en páginas de mapas y GPS, en Google My Business, en redes de negocios, etc.

Debido a esto, imagina que un posible cliente está buscando opiniones en una red social sobre hoteles en Barcelona. Llega a un perfil y en éste se muestra tu hotel con un error en el teléfono de contacto. Puede ser un error inocente, pero cuando el posible cliente llame y se percate del error, puede ser que no lo intente por segunda vez y acabe yendo a un establecimiento que sea competencia directa.

En este sentido, la **consistencia NAP** se ha convertido en una de las claves del SEO local, ¿sabes por qué?



POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CONSISTENCIA NAP EN EL SEO LOCAL

Como decíamos antes, Google intenta desde sus inicios ofrecer resultados lo más personalizados posible a cada usuario. Esto lo consigue gracias al uso de cookies y a los datos que damos cada vez que comenzamos a navegar por internet, a través de nuestro ordenador o un dispositivo móvil, como podría ser la ubicación. Entonces, si Google sabe desde dónde buscamos, el siguiente paso lógico es que te muestre los resultados más cercanos a ti, ya que serán mucho más relevantes que otros alejados.

En este sentido la **consistencia NAP** se ha hecho indispensable para el SEO local por dos motivos principalmente:

Si los datos que mostramos de nuestro negocio en internet sobre Nombre, Dirección y Teléfono no son iguales en todos los sites que los recogen, Google no podrá saber cuál es el correcto y no destacarás en los resultados locales.

Es imposible que tu negocio, por muy buen SEO que tengas, aparezca para todas las búsquedas que hacen tus potenciales clientes. Sin embargo, otros sites como los directorios de calidad que gozan de muy buen posicionamiento, pueden ayudarte a solventar esta situación. Por ejemplo, imagina que eres el propietario de una peluquería pero ésta no aparece para la búsqueda "peluquerías baratas en Madrid". Es probable que sí aparezcan directorios que incluyan tu negocio y suplas así que tu página web no esté en los primeros lugares. Sin embargo, si en el directorio la información de dirección, nombre o teléfono no está actualizada, de nada te servirá que un usuario llegue hasta ella.



BENEFICIOS DE LA CONSISTENCIA NAP

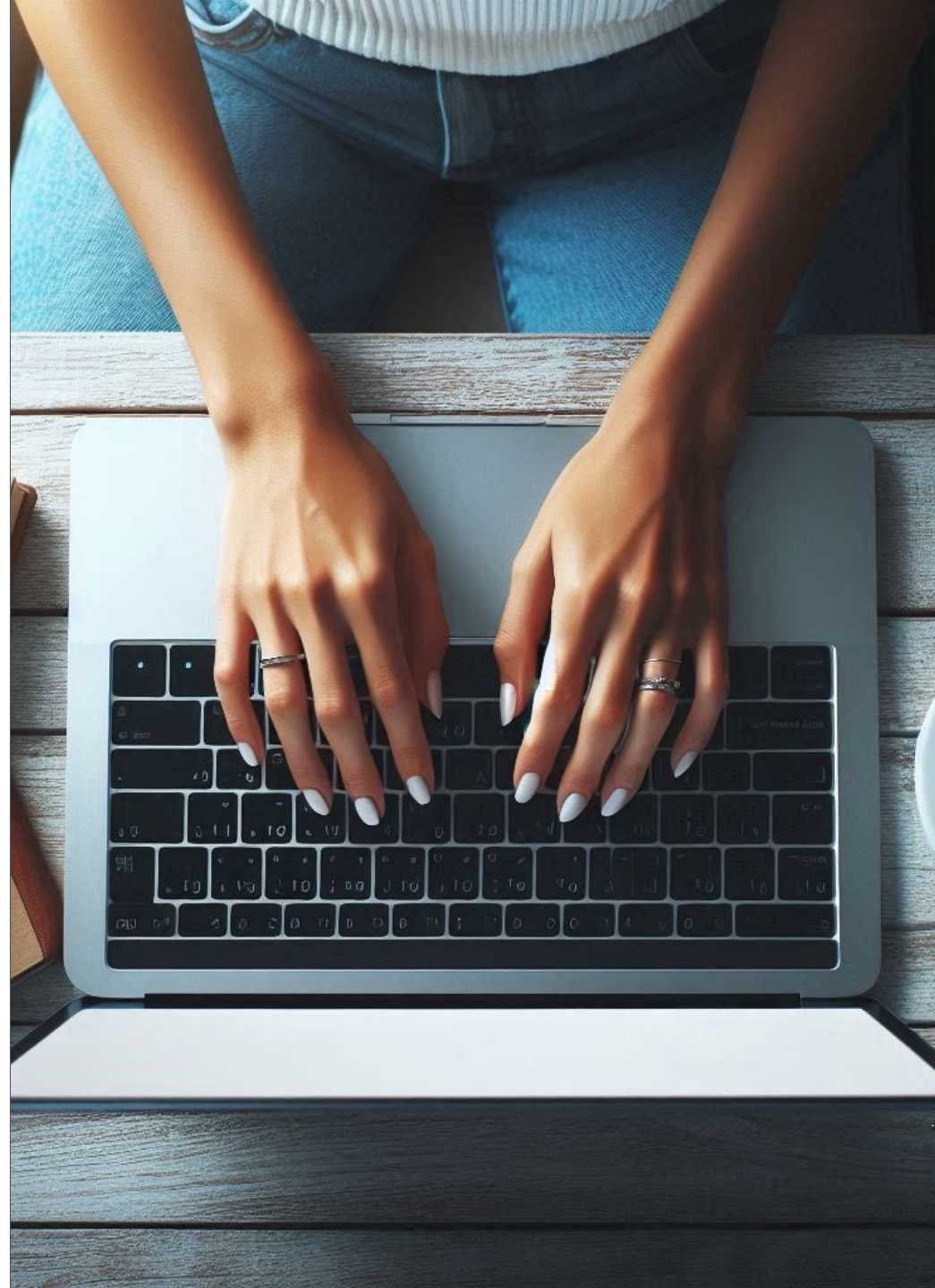
Algo que puede parecer tan sencillo como contar con datos actualizados de nombre, dirección y teléfono de tu empresa, presenta múltiples beneficios, además de sus implicaciones en el SEO local, que no podemos pasar por alto:

Mejora la imagen de empresa: si quieres mostrar una imagen profesional, es fundamental que toda la información que reciben los usuarios, esté actualizada, sea correcta y sea la misma, independientemente de si la encuentra en tu página web o en páginas de terceros. El simple hecho de que tu negocio se llame “La Casa de Pedro” en un sitio y en otro “Casa Pedro” ya es un factor que afecta a tu consistencia NAP y que puede confundir a los buscadores y a los usuarios.

Evitamos la pérdida de oportunidades de venta: si un cliente potencial busca tu negocio en Google y el primer resultado que ve es el de un directorio que tiene una dirección antigua, lo más probable es que éste acabe acudiendo a otro negocio de la competencia y que además, se lleve una mala experiencia contigo.

Controlamos la información que damos: un claro ejemplo lo encontramos en las redes sociales. Que no hayamos creado un perfil en una red social, no significa que no se esté hablando de nosotros. Puede incluso que un particular ajeno a la empresa haya dado de alta un perfil no autorizado de nuestro negocio y si no nos ocupamos de la **consistencia NAP**, no tendremos ningún control sobre ello.

Cuanto más sitios de calidad nos mencionen mayor oportunidad de negocio : a pesar de todas las acciones de comunicación que llevemos a cabo, es imposible llegar a todos los potenciales clientes. Sin embargo, al contar con mayor difusión a través de medios de calidad, lograremos más visibilidad, lo que se traduce en mayor presencia entre el público objetivo.



BUENAS PRÁCTICAS PARA TENER CONSISTENCIA NAP

Ahora que ya sabemos la importancia que tiene la **consistencia NAP** para un negocio y especialmente el impacto que tiene en el SEO local, ¿cómo podemos trabajar esta consistencia?

Monitorización constante: el primer paso que debes dar es saber qué resultados muestra Google al realizar una búsqueda de tu negocio. Verás que además de tu página web, se mostrarán otros resultados de noticias, blogs, redes sociales, directorios o incluso puede mostrar a tu competencia.

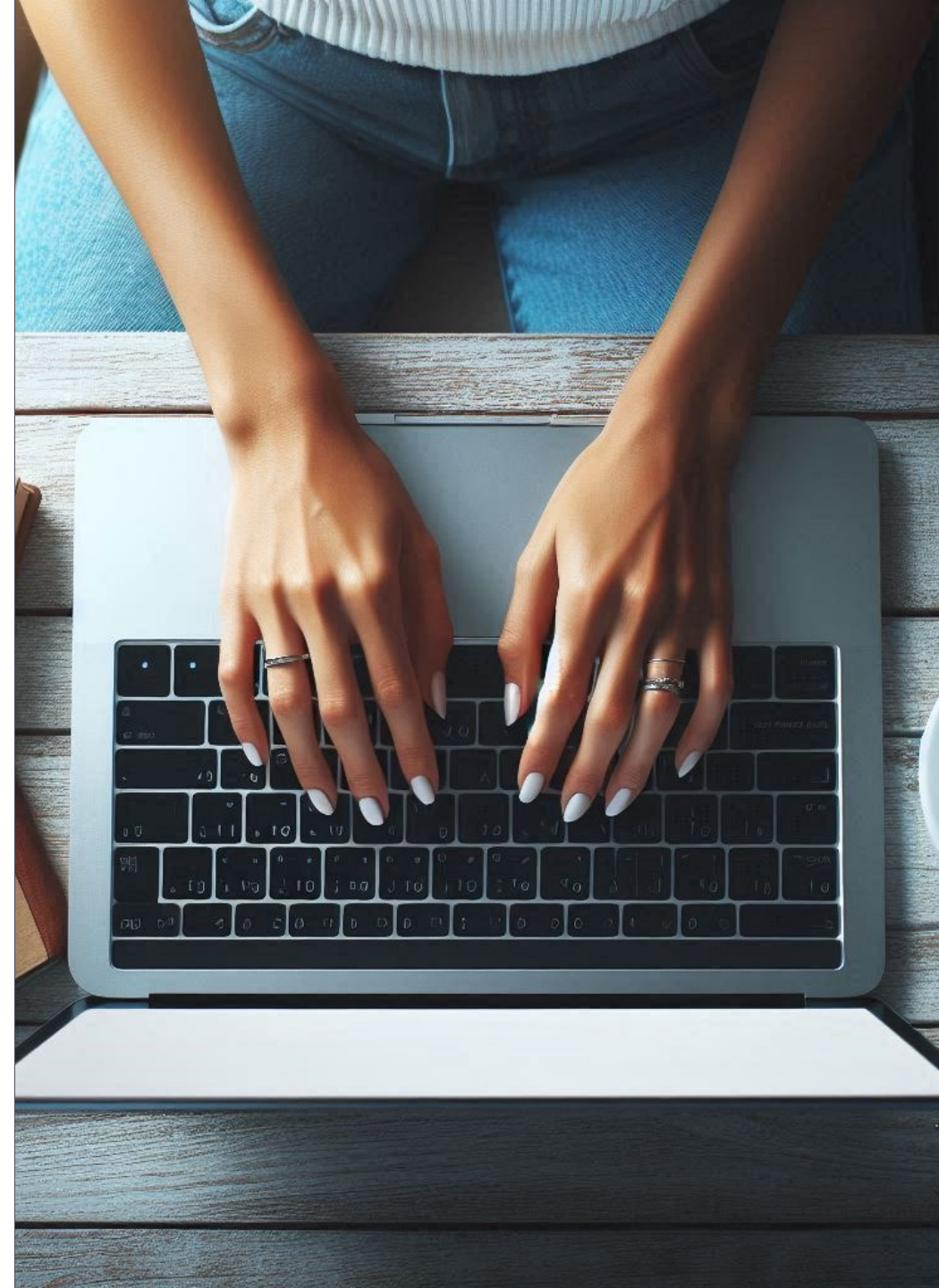
En el caso de los datos concernientes a tu negocio, ¿todos muestran los datos de dirección, teléfono y nombre del mismo modo?

Google My Business: los resultados de Google tienen una alta visibilidad en los resultados de Google y además muchos usuarios buscan directamente a través de esta aplicación en sus teléfonos móviles. ¿Existe una ficha de tu empresa? ¿Quién la gestiona? ¿Los datos son correctos?

Redes sociales: como decíamos anteriormente, no estar en redes sociales no significa que no hablen de ti. Lo primero será hacer una búsqueda para saber si existen perfiles de tu negocio que no estén bajo tu control y si es así, reclámalos a la red social en cuestión.

Directorios de calidad: tienen mucha visibilidad y muy buen posicionamiento en Google, por lo que pueden ser tu gran aliado, sobre todo si tu web no goza de buen SEO. Además, ten en cuenta que, como ocurre en las redes sociales, aunque no hayas creado tú la ficha de empresa, puede que ya esté dada de alta, por lo que debes asegurarte de que la información es correcta.

Control sobre webs de terceros: internet es un universo vivo y cada día hay millones de páginas nuevas con contenidos de diversa índole, por este motivo, puede ocurrir que tu negocio sea mencionado. Si esto ocurriera y la información no fuera correcta, trata de contactar con ellos. Casi todas las webs tienen un apartado de contacto.



CONCLUSIONES

Como hemos visto la **consistencia NAP** es fundamental para cualquier empresa, no sólo por su alto impacto en el SEO local, sino que también influye de manera directa en las ventas.

Debemos esforzarnos para que toda la información que pueda recibir un potencial cliente sobre nuestro negocio, sea correcta y esté unificada. Como se suele decir, solo tenemos una oportunidad para generar una primera impresión y por eso, no podemos permitir que ésta no sea correcta.

Cada vez hay más información a disposición de los usuarios y el control sobre la misma no siempre es sencillo, solo lo lograremos a través de herramientas adecuadas y con trabajo constante. Ya no vale con tener una página web en la que mostremos nuestra dirección y una forma de contacto, si no que cualquier página puede ser la entrada de clientes.

¿Vas a dejar esa información en manos de cualquiera? ¿Dejarías que un desconocido hablase en nombre de tu empresa?

La respuesta debe ser un rotundo no. Sin embargo muchas empresas descuidan este punto cuando el medio utilizado es internet, perjudicando así, todas las labores de comunicación y generación de marca que se realiza desde otros medios.



Impacto Digital

Consistencia NAP