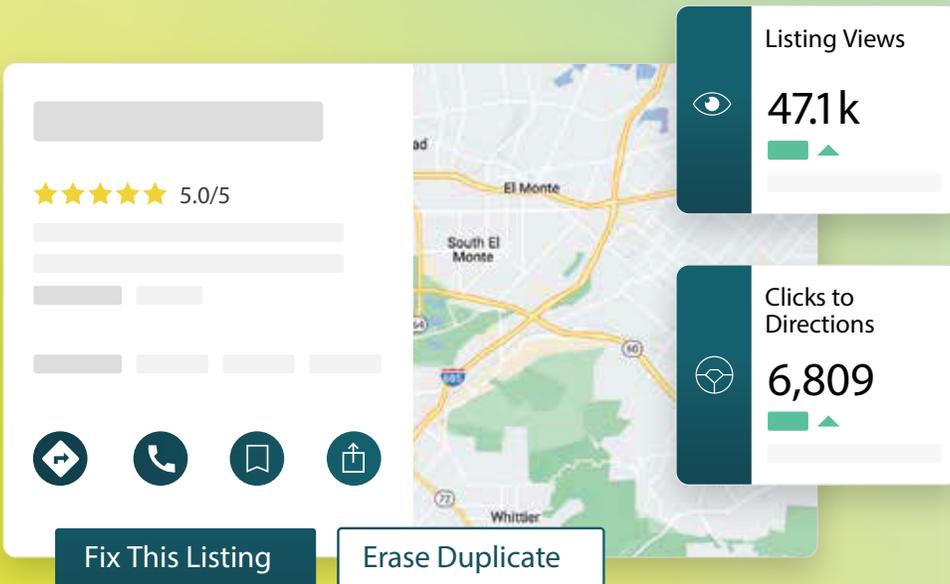


# Fichas



The image shows a listing card for a location in El Monte, CA. The card includes a 5.0/5 star rating, a map, and two analytics overlays. The 'Listing Views' overlay shows 47.1k views with a green bar and an upward arrow. The 'Clicks to Directions' overlay shows 6,809 clicks with a green bar and an upward arrow. At the bottom of the card are two buttons: 'Fix This Listing' and 'Erase Duplicate'.

Listing Views  
47.1k

Clicks to Directions  
6,809

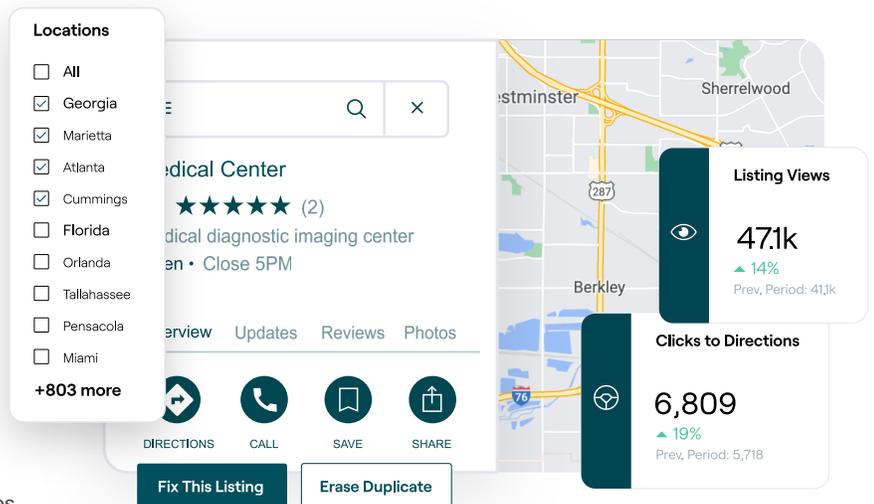
Fix This Listing Erase Duplicate

# Índice

- I. Resumen de Fichas de empresa.....2
  - a. Componentes de Fichas de empresa
- II. Gestión del rendimiento de las fichas.....5
- III. Gestión de fichas duplicadas.....11
- IV. Auditoría de los datos de las Fichas.....13
- V. Mejorar la precisión de las fichas.....19
  - a. Resumen de la auditoría publicada
  - b. Precisión por Fuente
  - c. Categoría de cumplimiento por fuente
- VI. Uso de las sugerencias del editor.....22
- VII. Editar Perfiles de fichas.....23
  - a. Ediciones únicas de datos de perfil
  - b. Ediciones masivas de datos de perfil
  - c. Añadir perfiles
  - d. Añadir horario comercial
  - e. Identificador de lugares
- VIII. Gestión de las fichas de departamentos.....30
- IX. Gestión de las preguntas y respuestas de Google.....32
- X. Contenido útil.....35
  - a. Añadir preguntas frecuentes
  - b. Añadir menús
  - c. Añadir productos
- XI. Preguntas frecuentes sobre la ficha de empresa.....48
- XII. Servicios premium de pago.....52
- XIII. Recursos adicionales.....53



¿Fue útil esta guía? Cuéntanos: <https://bit.ly/rep-guides>



# Resumen de fichas de empresa

Supera a los competidores y genera más negocio a través de la búsqueda local—y comienza la experiencia de tus clientes de la manera correcta.

Cuando una empresa tiene fichas duplicadas o información errónea, puede crear confusión para el cliente y la pérdida del negocio. Es imprescindible que los datos de las fichas en la web sean exactos para que tu negocio se encuentre por encima de tus competidores. Las fuentes de fichas "cinco grandes", como se muestra a continuación, representan el 91 % del tráfico de anuncios y son un buen punto de partida:



Google



Google Maps



Google Business Profile  
(anteriormente conocido como Google My Business)



Apple Maps



Microsoft Bing

La pestaña **Fichas** te permite supervisar y mantener la presencia en línea de todas tus ubicaciones en la web para que coincida con tu fuente de verdad. Los beneficios de usar Fichas de empresa incluyen:

## *Destaca en la búsqueda*

- Consigue más visualizaciones con fichas actualizadas
- Impulsa la conversión y el tráfico de clientes, ya sea en la tienda o en línea

## *Respuestas con Cero Clic*

- Permite que los consumidores encuentren lo que necesitan rápidamente
- Asegúrate de que las respuestas a las preguntas frecuentes

## *Actualiza las fichas a escala*

- Realiza cambios en la información de tu empresa en todas las ubicaciones
- Garantiza la consistencia de la marca

## Componentes de Fichas de empresa

Los siguientes componentes forman la solución Fichas de empresa de Reputation:

### Rendimiento



Proporciona visibilidad sobre cuántas personas ven y actúan en tus fichas de Google, Bing y Facebook. Haz seguimiento de lo siguiente:

- Clics a tu sitio web, llamadas telefónicas e indicaciones
- Visualizaciones de Ficha
- Tipos de búsquedas que hacen que se muestren tus fichas, cargas y vistas de tu Google media
- Impresiones de Google Post a lo largo del tiempo.

### Exactitud de las fichas



Te permite supervisar las acciones realizadas para gestionar la exactitud de tus fichas.

Desglosa las fichas publicadas, pendientes o no realizables para ver cuántos puntos de datos son correctos, incorrectos y corregidos para tus ubicaciones seleccionadas. Ver los indicadores de la precisión y los puntos de datos corregidos a través de fuentes de tráfico alto, como Google y Bing.

### Datos de las fichas



Te permite consultar rápidamente dónde existen discrepancias para cada una de tus ubicaciones. Controla cuándo fue la última vez que la plataforma auditó tus fichas.

Haz clic en cualquier ubicación para comparar tu fuente de información con los datos en tiempo real de los principales sitios de origen. Ver la información del perfil de cada ubicación y añade, modifica o elimina los puntos de datos existentes.

### Sugerencias del editor



Te ayudan a mantener la exactitud de los datos de tus fichas, en función de los comentarios de los usuarios y de los sitios de los editores.

Puedes rechazar o aceptar el cambio que se te propone. Si aceptas, el sistema actualizará automáticamente tu fuente de información y publicará en todos los sitios de los editores.

Continuación de los componentes de Fichas de empresa:

### Duplicados



Te permite supervisar las potenciales fichas duplicadas y tomar medidas para suprimir los duplicados.

Los posibles duplicados se identifican según el nombre, la ubicación, la descripción y otros factores internos, lo que te permite indicar si *son* duplicados o no. Según la respuesta, se toman medidas para suprimir el duplicado o dejarlo como está.

### Preguntas y respuestas (Google)



Te permite supervisar una lista de preguntas publicadas por usuarios en tus fichas junto a indicadores sobre preguntas respondidas y no respondidas.

También ofrece la posibilidad de publicar tus propias respuestas a estas preguntas.

### Perfiles



Te permite consultar rápidamente dónde existen discrepancias para cada una de tus ubicaciones. Controla cuándo fue la última vez que la plataforma auditó tus fichas.

Haz clic en cualquier ubicación para comparar tu fuente de información con los datos en tiempo real de los principales sitios de origen. Ver la información del perfil de cada ubicación y añade, modifica o elimina los puntos de datos existentes.

**Nota:** ¿Necesitas ayuda para gestionar tu presencia en Google? Consulta nuestra oferta de Servicios de pago premium para obtener ayuda.

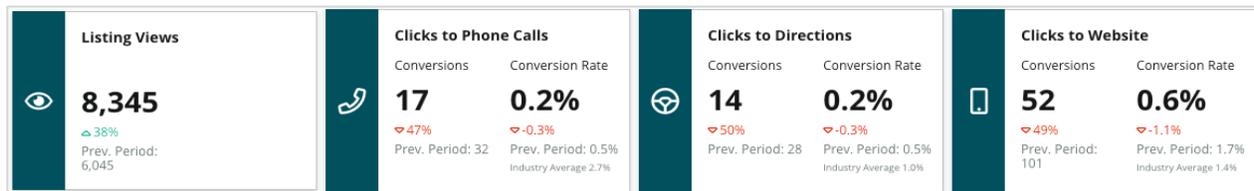
# Gestión del rendimiento de las fichas

Comprende cómo interactúa la gente con tus fichas.

La pestaña Rendimiento en **Fichas** proporciona una comprensión clara de tu audiencia en línea y cómo encuentran tu negocio en Google, Facebook y Bing. Descubre cómo interactúan al encontrar tus fichas y aprende cómo mejorar tus fichas y anunciarte de manera más efectiva. Ver reflexiones en el intervalo de fechas seleccionado o a lo largo del tiempo.

## Gráfico de resumen

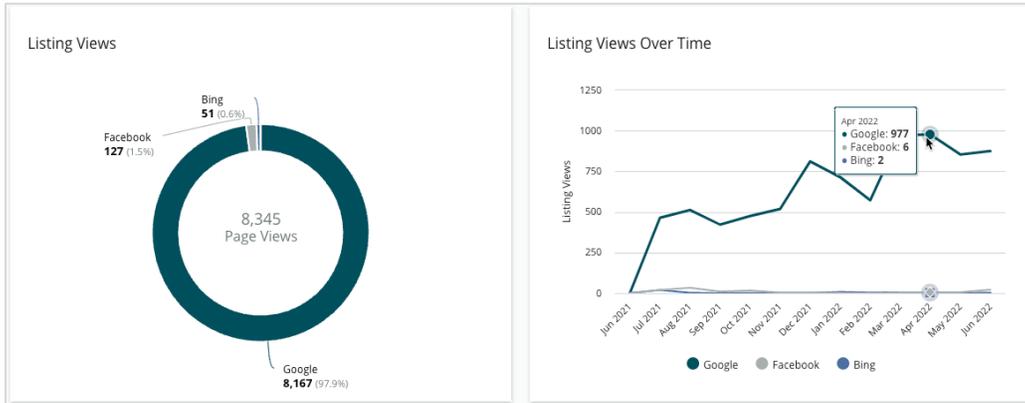
En la parte superior de la página, visualiza un resumen de las impresiones en las fichas de Facebook, Google y Bing, y el número total de acciones que realizan los visitantes en esas fichas en el intervalo de fechas especificado. Las visitas a la página web incluyen todos los clics realizados con móviles y sin móviles.



**Nota:** las conversiones se refieren a la cantidad de veces que un cliente hizo clic para llamar, obtuvo indicaciones o se fue al sitio web desde la ficha de empresa. La tasa de conversión es la cantidad de veces que se hizo clic en la acción por la cantidad de vistas de Google.

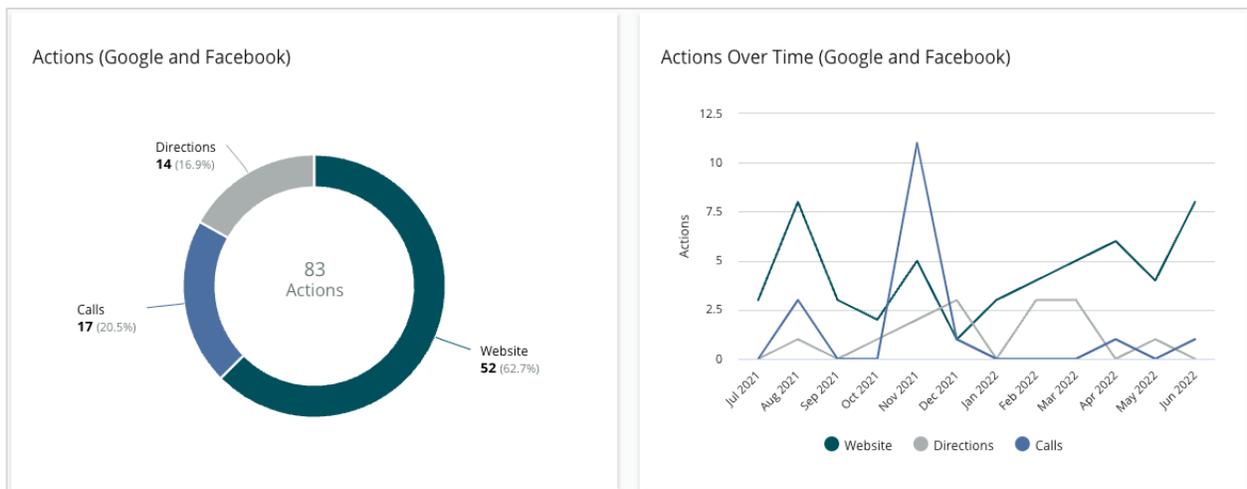
## Visualizaciones de la Ficha

Un desglose del total de páginas vistas de las fichas de Facebook, Bing y Google (incluye búsqueda y Mapa). Una fuente no se muestra si no hay datos disponibles.



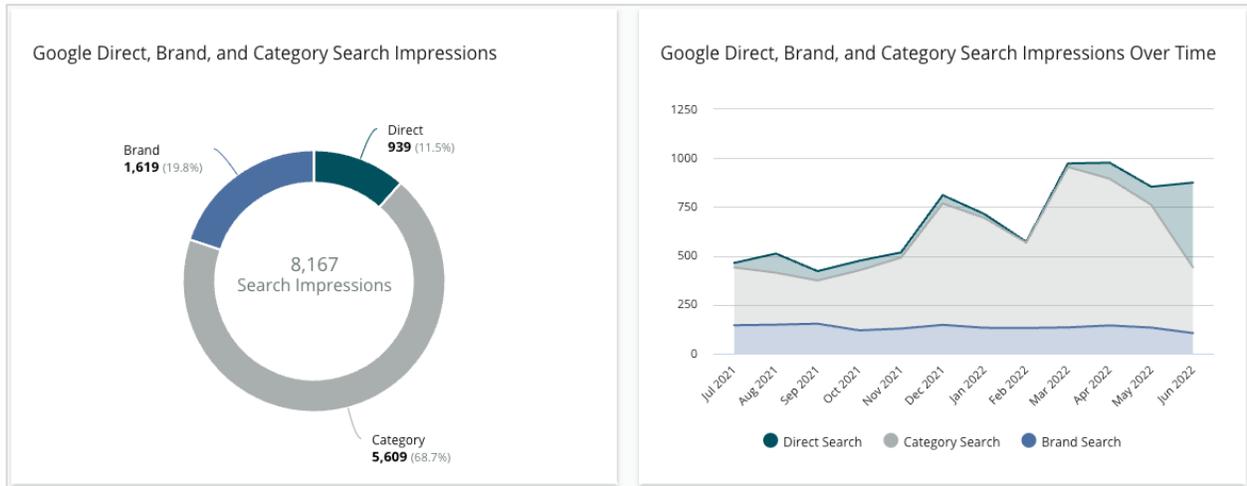
## Acciones (Google y Facebook)

Una descomposición del número de acciones que la gente realiza en las fichas: llamada telefónica, indicaciones de cómo llegar o visitas a la página web. Junto con el número de visualizaciones de las fichas, puede ayudarte a calcular las tasas de conversión de los visitantes a usuarios comprometidos.



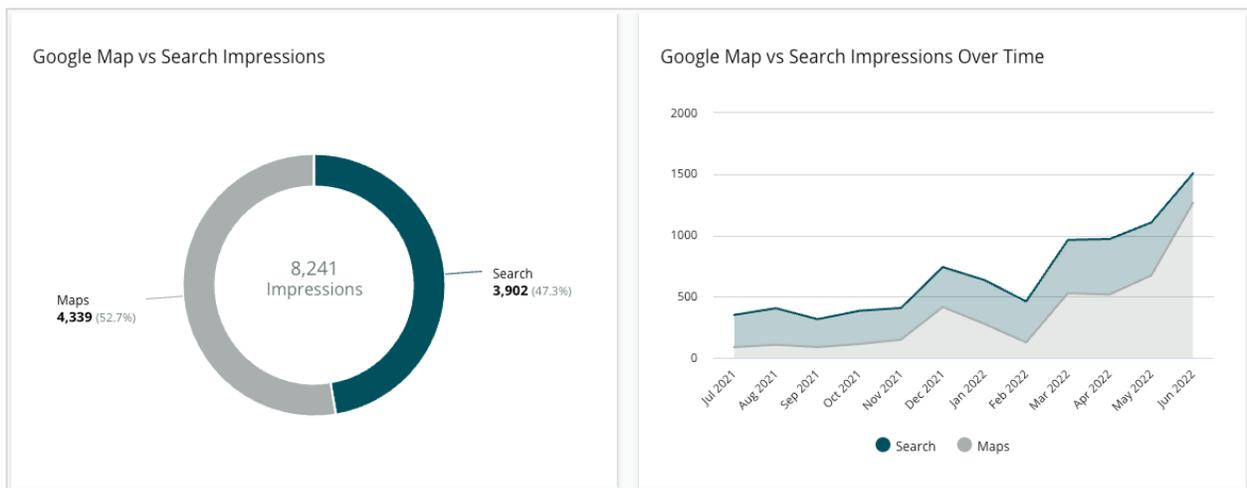
## Impresiones de Google Direct, Brand y Category Search

Un desglose de las impresiones de búsqueda a partir del nombre de la ubicación en comparación con la marca en comparación con la categoría.



## Google Maps vs. Búsqueda de impresiones

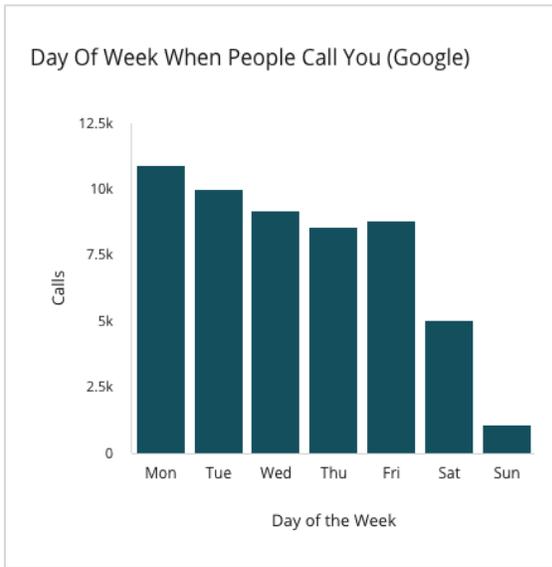
Desglose de las impresiones de búsqueda de Google Maps comparada con la búsqueda directa.



## Día de la semana en que la gente

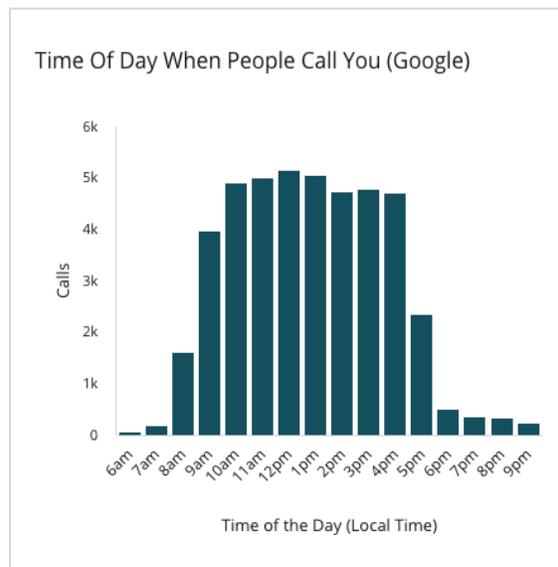
### Te llama

Una descomposición de los días en que las personas presionan el botón “Llamar” en tus fichas. El gráfico muestra el número total de llamadas realizadas desde tus fichas en el intervalo de fechas seleccionado, agrupadas por día de la semana.



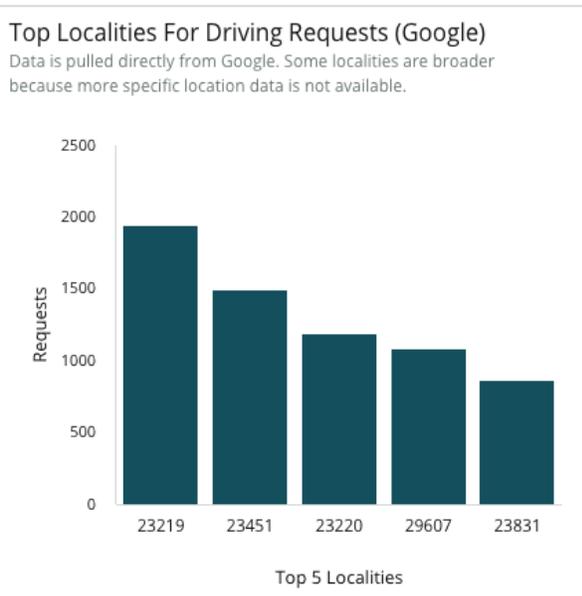
## Momento del día en que la gente te llama

Un desglose de las horas en las que la gente llama a tu ubicación, agrupadas por hora del día. El gráfico incluye las llamadas desde las 05:00 hasta las 21:00. Las llamadas fuera de ese horario no se incluyen en el gráfico.



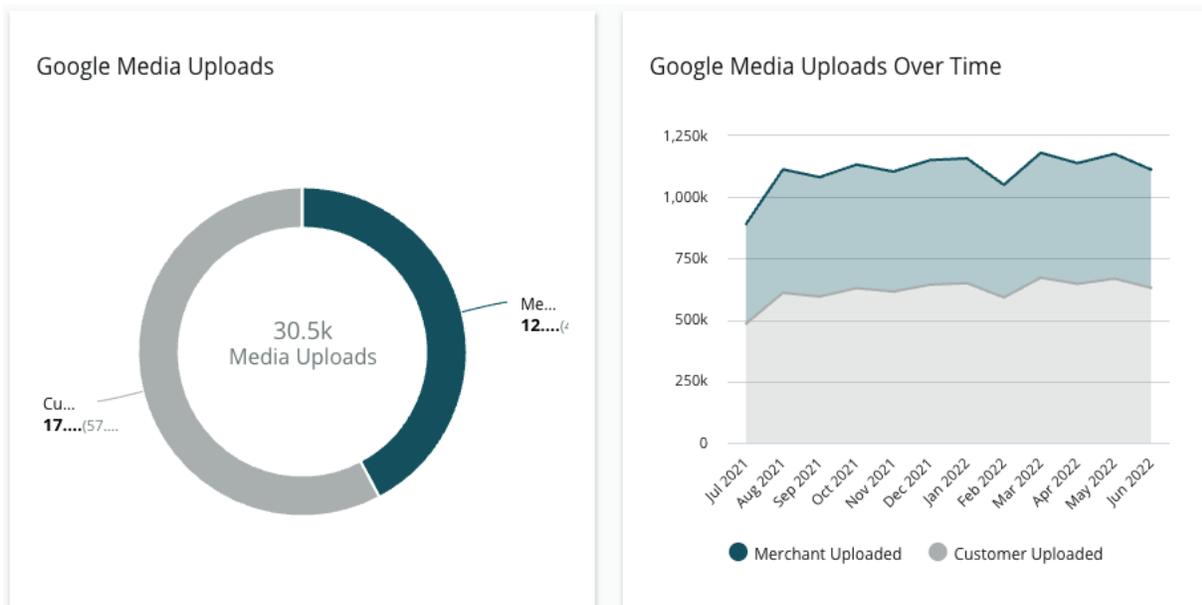
## Ubicaciones principales para las solicitudes de indicaciones de cómo llegar

Una visualización de alto nivel de los lugares en los que los visitantes de tus fichas de Google solicitan indicaciones de cómo llegar. Las columnas permiten visualizar en cascada a nivel de país, estado, provincia y ciudad. Las etiquetas de las columnas (nombres o números) las proporciona directamente Google Business Profile (anteriormente conocido como Google My Business).



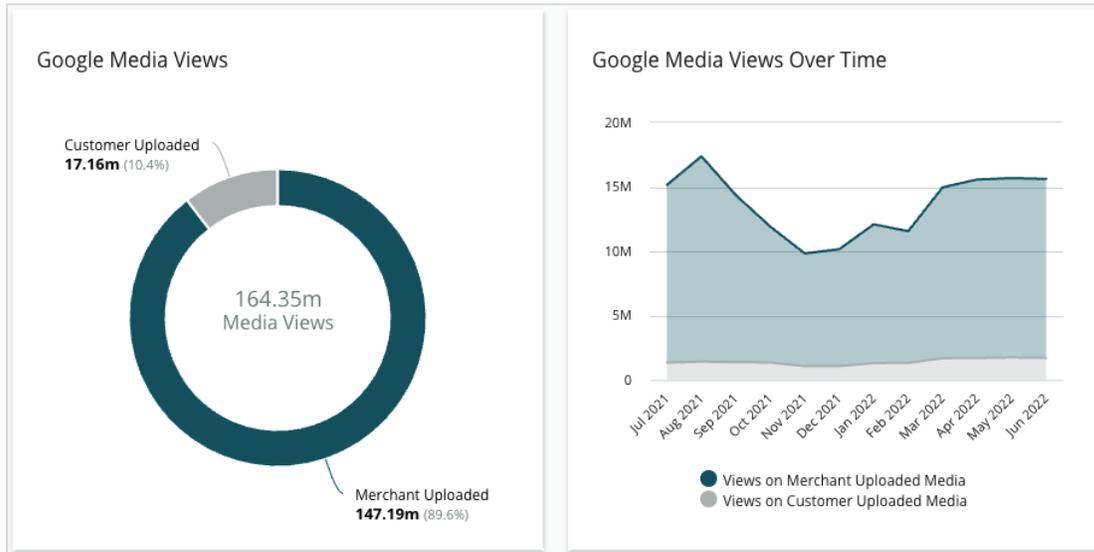
## Subidas de Google Media

Cargas totales de medios (vídeos e imágenes) a tus fichas GBP (anteriormente conocido como Google My Business), desglosadas según si los cargaron los clientes o los comerciantes.



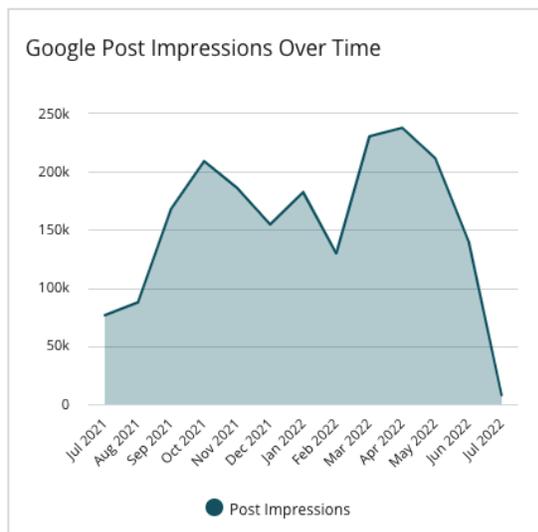
## Visualizaciones Google Media

Visualizaciones totales de medios (vídeos e imágenes) en tus fichas de GBP, desglosadas según si los clientes o los comerciantes cargaron los medios.



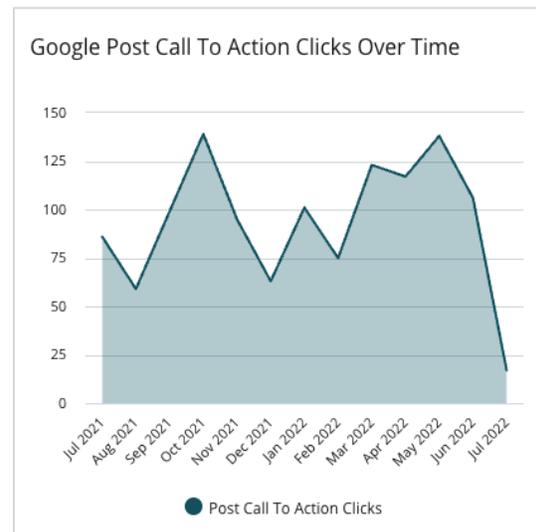
## Impresiones de las publicaciones de Google a través del tiempo

Una descomposición de las impresiones realizadas a partir de las publicaciones de Google Business Profiles.



## Clics de llamada a la acción de Google a través del tiempo

Una descomposición de los clics de llamada a la acción realizados desde las publicaciones de Google Business Profiles.



# Gestión de fichas duplicadas

Garantiza una presencia en línea consolidada para tus ubicaciones al gestionar las fichas duplicadas.

El gestor de duplicados te ayuda a identificar, evaluar y resolver posibles duplicados de fichas de ubicaciones. Tú decides si una ficha es un duplicado o no. Una vez que confirmes un posible duplicado, ¡el cambio es permanente!

Es importante atender rápidamente las fichas duplicadas, ya que a menudo:

- Afecta negativamente a las clasificaciones de búsqueda y divide las reseñas en varias páginas.
- Crea confusión entre los clientes.
- Muestra información obsoleta o incorrecta sobre tu negocio.

**Nota:** la gestión de duplicados se aplica a las fichas de Google y Facebook únicamente. La plataforma muestra posibles duplicados de Foursquare con fines de concienciación.

## Búsqueda de duplicados

El servicio automatizado de búsqueda de duplicados busca posibles duplicados en la web cada 90 días. Los posibles duplicados se identifican si la ficha no está gestionada por tu cuenta y tiene al menos una de las siguientes características cuando se compara con una ficha gestionada activamente:

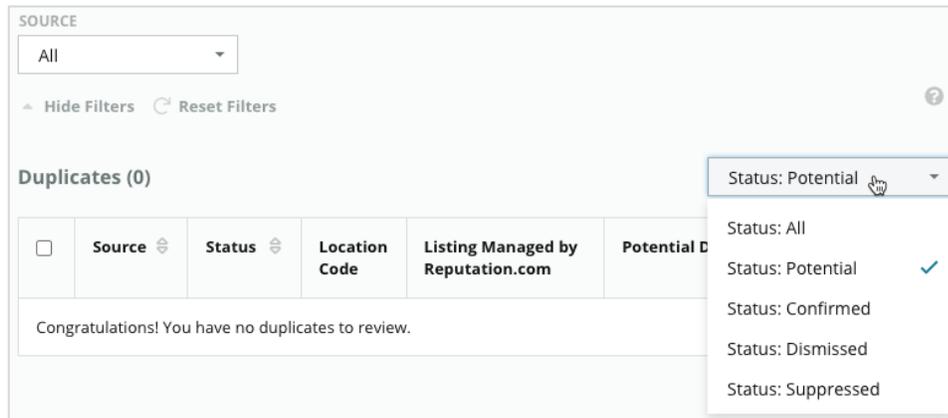
- Nombre igual o similar
- Dirección / zona geográfica igual o muy cercana (menos de 0,80 km)
- Mismo sector, categoría o servicios
- Mismo número de teléfono
- Misma página web

## Cómo actuar

Una posible coincidencia permanece en el gestor de duplicados hasta que actúes. Aunque algunos duplicados pueden ser obvios, la confirmación de duplicados requiere una consideración manual. Por ejemplo, puedes tener dos fichas intencionadamente con el mismo nombre, dirección y número de teléfono que sirven para diferentes propósitos (por ejemplo, departamentos de ventas y de servicios).

### Cómo actuar ante los posibles duplicados:

1. En la pestaña **Fichas**, haz clic en **Duplicates** (Duplicados).
2. Utiliza los filtros de la línea superior para limitar tu enfoque. El estado se establece como "Potencial" por defecto.
  - a. **Potencial**: un duplicado potencial
  - b. **Confirmado**: el cliente hizo clic en aceptar y confirmó que es un duplicado, pero aún no se ha tratado
  - c. **Descartado**: el cliente hizo clic en rechazar
  - d. **Suprimido**: el duplicado se está combinando o suprimiendo oficialmente



3. Compara los datos de la ficha gestionada y del posible duplicado; haz clic en el nombre de cada una de las fichas para abrir las fichas activas que se están considerando.
4. Elige una de las siguientes opciones:
  - **No es un duplicado** – No hacer nada con las fichas. Dentro del gestor de duplicados, los registros se trasladarán al estado de "Descartado".
  - **Duplicado** – Combinar la ficha identificada como duplicada en la ficha gestionada. Una vez confirmado, las reseñas de la ficha duplicada se transferirán a la ficha gestionada, y todo el tráfico que solía ir a la ficha duplicada se redirigirá a la ficha gestionada. Dentro del gestor de duplicados, los registros se trasladarán al estado "Confirmado".

Actúa sobre varios duplicados utilizando las casillas de verificación y los botones de acción masiva en la parte superior de la página.

**Nota:** el sitio de origen puede tardar unas semanas en suprimir el duplicado de su red. Reputation no garantiza que todos los envíos para la eliminación de duplicados serán identificados o aceptados; si tienes problemas para suprimir un duplicado, contacta con el equipo de soporte de Reputation.

**¡Aviso!** Después de hacer clic en Duplicate (Duplicado), aparece una pantalla de confirmación. Una vez que confirmes tu selección, el proceso de supresión de duplicados comienza en un plazo de 48 horas para enviarlo al sitio de origen. Actualmente, Reputation no puede notificar ni confirmar que tu ficha ha sido suprimida.

# Auditoría de los datos de las Fichas

Identifica y actualiza los datos erróneos en los sitios principales de cada ubicación.

En **Fichas**, en la pestaña **Datos de la Ficha**, encontrarás qué fichas coinciden, o no, con tu fuente de información para cada ubicación. La plataforma de Reputation audita automáticamente tus fichas de empresa cada 24 horas.

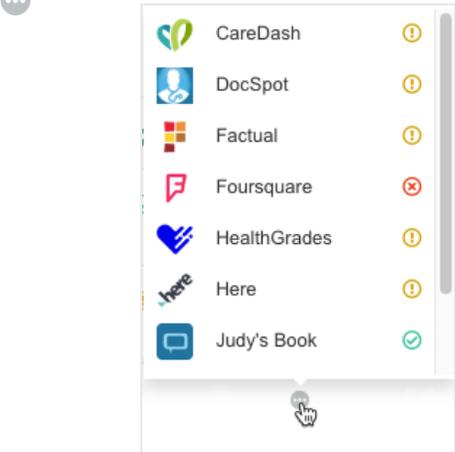
Mientras recopilamos datos de las fuentes conectadas diariamente, algunas fuentes recopilan datos una vez a la semana o cada tres días; es decir, nuestros datos solo están tan actualizados como los datos de la fuente.

## Ubicaciones

La parrilla de ubicaciones te permite identificar con rapidez donde existen discrepancias y ver cuánto tiempo hace que fue la última auditoría. Filtra las ubicaciones para ver Todas, Sincronizadas automáticamente o Solo auditadas.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>
							3 days	<input checked="" type="checkbox"/>
							1 day	<input checked="" type="checkbox"/>

La parrilla de ubicación de **Fichas** contiene las siguientes columnas:

Nombre	Descripción
<b>Ubicación</b>	Nombre de la ubicación a la que tienes acceso. Haz clic en el nombre para ver los detalles de la auditoría.
<b>Dirección</b>	Dirección de la ubicación según figura en la fuente de información de la plataforma.
<b>Sitios corregibles</b>	Google, Facebook y Bing son algunos sitios corregibles. Si la fuente de fichas de tu cuenta incluye estos sitios y estos cuentan con conexiones adecuadas, la información de estado será mostrada como un Coincidencia (✓) o Sin coincidencia (✗).
<b>Sitios compatibles</b>	<p>Si la fuente de fichas de tu cuenta incluye estos sitios, la información de estado se muestra al colocar el cursor sobre los puntos suspensivos.</p> <p>Todo sitio al que le falta la URL está indicado con este icono:</p>  <p>Todo sitio al que le falta la URL está indicado con este icono:</p> 
<b>Última auditoría</b>	El número de días desde que el sistema comparó por última vez los sitios de fichas de la ubicación con la fuente de información.
<b>Sincronización automática</b>	Los datos de la Fuente de la información están configurados para corregir automáticamente la información errónea.

**¡Aviso!** Debes tener permisos de administrador en tu cuenta para añadir o modificar fuentes de fichas. Si necesitas ayuda, ponte en contacto con tu Responsable de Satisfacción del Cliente o al equipo de soporte.

## Ubicación individual

En la parrilla de ubicaciones, al hacer clic en una ubicación, puedes analizar con rapidez los resultados de la auditoría comparándolos con los sitios de fichas más importantes. Los datos mostrados para cada sitio de fichas asociado están disponibles en dos formatos:

### Vista de tarjeta

### Vista en una lista

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Bing	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓		✓	Jul 3, 2022
DocSpot	AUDIT ONLY	✗	✗	✗	✗	✗				Jun 30, 2022

## Estado del envío

Una ficha se indica como enviada debido a que pueden haber ocurrido los siguientes motivos.

- **Publicada en la fuente** – Se enviaron los datos a la fuente y se validaron como correctos.
- **Enviada a la fuente** – Se enviaron los datos a la fuente.

**Nota:** una vez que se han enviado los datos a través de la plataforma de Reputation, queda a discreción de cada fuente específica cuándo se publicará la información.

## Estado pendiente

Una ficha se marca como pendiente debido a que pueden haber ocurrido los siguientes motivos.

- **Pendiente de actualización** – Se ha enviado una actualización y se espera su modificación en la fuente.
- **Datos faltantes / No válidos** – El perfil no cuenta con los datos obligatorios o estos existen, pero no satisfacen los requisitos de una fuente gestionada activamente.
- **Pendiente de verificación** – Se emplea en fuentes que no requieren una verificación con PIN pero están esperando la verificación por otros medios.
- **Pendiente de verificación con PIN** – Se debe enviar la tarjeta postal con el código PIN.
- **Verificación con PIN solicitada** – Se ha enviado la tarjeta postal con el PIN. Se espera hasta que el cliente devuelva el PIN.
- **Credenciales faltantes / no válidas** – Falta la información de las credenciales obligatoria para completar una ficha en una fuente o ésta no es válida.
- **Error en la fuente** – Se muestra cuando se recibe una respuesta de error de la API de una fuente.
- **Duplicada** – Una fuente ha marcado la ficha como duplicada.
- **Cancelado** – Una fuente ha cancelado o desactivado una ficha.
- **Rechazada** – La fuente ha rechazado los datos o ha expresado que no podemos actualizar la ficha.

## Estado no realizable

Una ficha se marca como no realizable debido a que pueden haber ocurrido los siguientes motivos:

- **Únicamente con auditoría** – Se asigna a una ubicación bajo auditoría de una fuente, pero no gestionada activamente.
- **Cancelada** – Una ubicación que alguna vez se gestionó activamente para las fichas de empresa, pero que ya no lo es.

- **Cerrada** – Se asigna a una ubicación que se ha cerrado.
- **No publicable** – El perfil contiene un campo faltante obligatorio para la fuente seleccionada (p. ej., Facebook requiere una descripción). Una ficha también podría mostrar este estado si se publicara en una ficha debido a restricciones del sector o de un país.
- **Excluido** – Una ubicación que ha optado por no utilizar Fichas de empresa de Reputation.
- **Otro** – Las ubicaciones que no son realizables por otros motivos reciben este estado.

## Credenciales faltantes o no válidas

La pestaña Credenciales dentro de Admin contiene autorizaciones a nivel ubicación con sitios de terceros, necesarias para gestionar las fichas, responder a los sitios de reseñas y/o realizar publicaciones en cuentas de redes sociales. La plataforma ofrece dos tipos de autenticación para la mayoría de las fuentes: Conexiones y Credenciales:

- **Conexión** – Una conexión emplea un método de acceso seguro mediante OAuth, por lo que no se basan en las credenciales para cada solicitud. Una vez establecida la conexión, el tiempo de respuesta para las tareas de publicación desde la plataforma será más rápido. Sin embargo, no todos los sitios de origen están disponibles para realizar una conexión.
- **Credenciales** – Las credenciales hacen referencia al nombre de usuario y la contraseña utilizados para la autenticación en un sitio de terceros. Si la conexión a la API no está disponible, la plataforma depende de las credenciales para realizar diversas tareas de publicación.

### Conexiones

La práctica recomendada consiste en añadir conexiones, y credenciales, para todas las fuentes disponibles en cada ubicación. Siempre que sea posible, las conexiones son los métodos preferidos. Añadir una fuente:

1. En la esquina superior derecha de la plataforma, haz clic en Settings (Ajustes)
2. En la navegación de la izquierda, haz clic en Credentials (Credenciales).
3. Se abrirá una nueva ventana de navegación con los pasos de autenticación que requiere el sitio de origen. Selecciona el perfil a utilizar (es posible que debas introducir las credenciales) y acepta los términos y servicios del uso de la API. La conexión se añadirá a la lista de Fuentes dentro de la pestaña del menú Credenciales en el panel de Admin.

## Credenciales

Añadir una credencial:

1. En la esquina superior derecha de la plataforma, haz clic en Settings (Ajustes)
2. En la navegación de la izquierda, haz clic en Credentials (Credenciales).
3. Haz clic en Añadir datos y después coloca el cursor sobre Conexiones. Después haz clic en la fuente a la que deseas conectarte.
4. Modifica los siguientes ajustes.
5. Haz clic en Guardar. Se añadirá la credencial debajo del sitio de origen seleccionado. Para editar las credenciales, haz clic en el sitio de origen y luego haz clic en el signo más (+) a la derecha para añadir datos.

## Sincronización automática

Para evitar que una fuente se incluya en las actualizaciones automáticas, haz clic en el botón de alternancia Sincronizada automáticamente. Para evitar que todas las fuentes de una ubicación en particular se incluyan durante las actualizaciones automáticas, haz clic en el botón de alternancia Sincronizada automáticamente, en la parrilla de las ubicaciones.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	<div style="border: 1px solid red; padding: 2px;">           AutoSynced   </div>

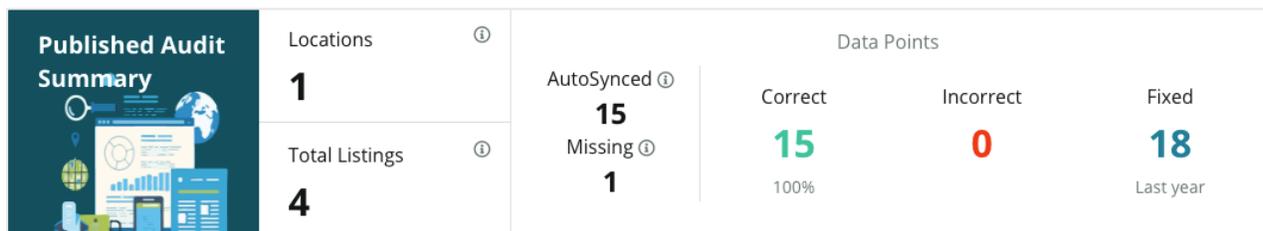
# Mejorar la precisión de las fichas

Cuantifique el valor de sus fichas gestionadas e identifique áreas de mejora.

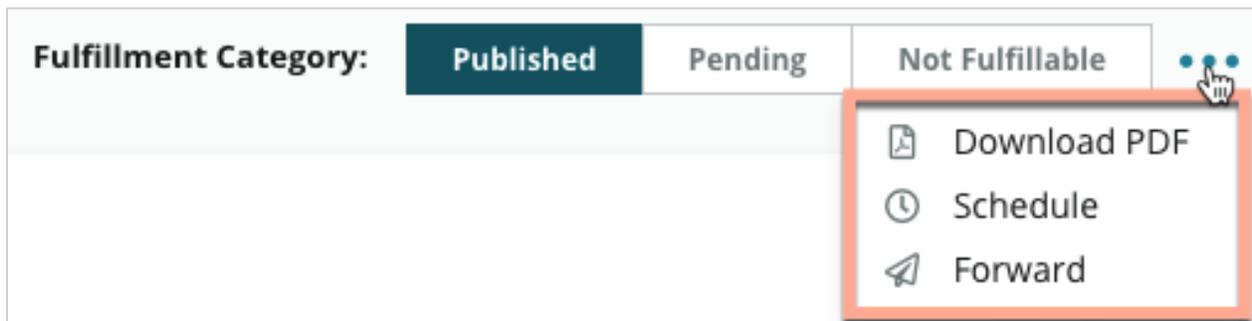
La pestaña Precisión de la ficha del menú Fichas proporciona una instantánea de los puntos de datos gestionados por la plataforma y desglosa su porcentaje de precisión en fuentes con tráfico alto, como Google y Bing.

## Resumen de la auditoría publicada

Ver el panel con la actividad de su ficha:



Ordena las fichas de las ubicaciones y el resumen de auditoría por Publicado, Pendiente y No realizable en la esquina superior derecha del panel de Precisión de la ficha. Programa o reenvía datos o descarga un PDF haciendo clic en los puntos suspensivos.

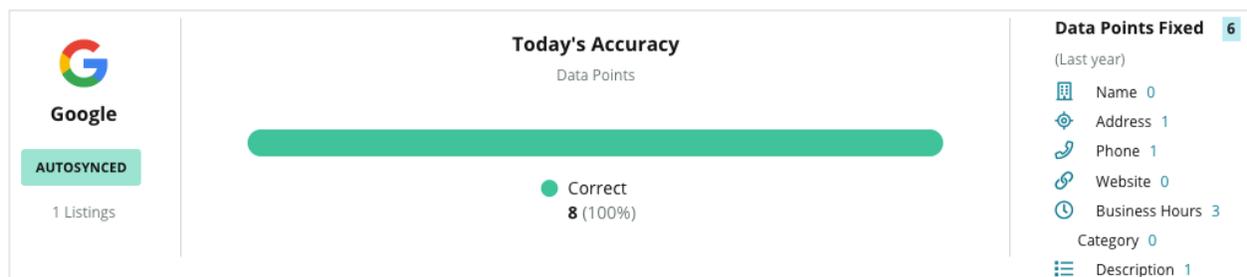


Los siguientes datos se incluyen en el Resumen de auditoría publicado:

Datos incluidos en el Resumen de auditoría	Descripción
<b>Ubicaciones</b>	El número de ubicaciones en al menos una de las fuentes que aparecen abajo.
<b>Fichas totales</b>	El número de casos que se auditan en las fuentes designadas como «AutoSynced» abajo.
<b>Sincronización automática</b>	El número de puntos de datos que se supervisan en las fuentes designadas como "AutoSynced" abajo.
<b>Faltante</b>	El número de puntos de datos auditables (por ejemplo, horario comercial, número de teléfono, etc.) que faltan en tus perfiles de la plataforma.
<b>Correcto</b>	El número y porcentaje de puntos de datos actualizados que coinciden con la fuente de información. El sistema considera ligeras diferencias, como mayúsculas y "calle" frente a "c/", como correctas.
<b>Incorrecto</b>	El número y porcentaje de puntos de datos actualizados que no coinciden con la fuente de información.
<b>Corregido</b>	El número de puntos de datos que la plataforma ha corregido automáticamente desde que comenzó a recopilar datos para tus perfiles. Los puntos de datos pueden dejar de ser exactos por varias razones, por lo que los auditores los supervisan y corrigen constantemente.

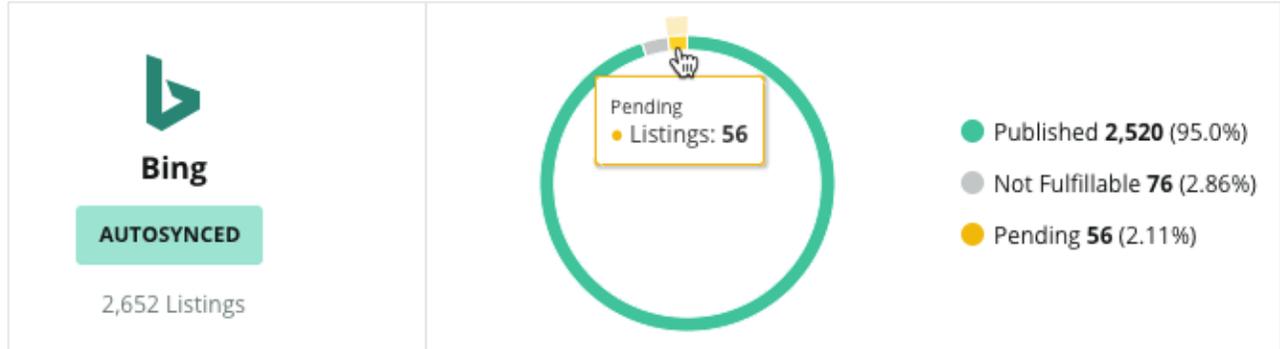
## Precisión por Fuente

A continuación, puede consultar las estadísticas del resumen, donde puede ver el estado de cada fuente de las fichas desglosado por puntos de datos. Intente alcanzar una precisión cercana al 100 % en Google. Puede que otras webs que no usen API tengan una precisión media inferior.



## Categoría de cumplimiento por fuente

Consulte fácilmente cuántas fichas se encuentran publicadas, pendientes y no realizables por fuente.



Haz clic en los gráficos para explorar qué fichas se incluyen en cada grupo (Publicado, Pendiente y No realizable) y qué acción debes tomar para resolver cualquier problema. Consulta a continuación las ubicaciones pendientes de actualización de datos al hacer clic en el cuadro anterior.

**Locations Pending on Bing (56)** ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📅	📍	📞	📧	🕒	📌	✎
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✕
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✕
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✕
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✕

# Uso de las sugerencias del editor

Mejora la precisión de los datos de las fichas con los cambios sugeridos.

La pestaña **Sugerencias del editor** en Fichas te ayuda a mantener los datos de tus fichas exactos en función de los comentarios recibidos de los usuarios y de los sitios de los editores. Puedes rechazar o aceptar el cambio. Si aceptas, el sistema actualizará automáticamente la información de tu perfil (fuente de información) y publicará en todos los sitios del editor.

**Nota:** por el momento, las sugerencias son únicamente de Google. Todavía no están disponibles otras fuentes de editores.

<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	<b>BDP - Uptown (B021)</b> 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	 Google	Hours	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: Closed Sun: Closed	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: 09:00 - 12:00 Sun: Closed	 

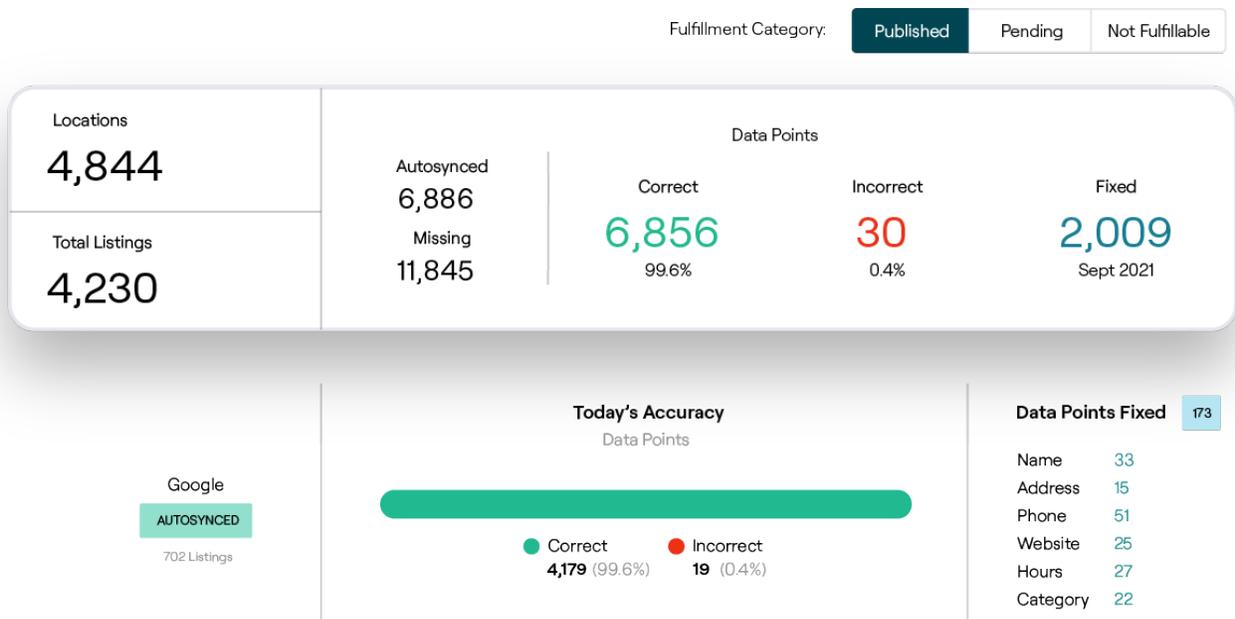
Se proporciona una sugerencia por campo. Si un campo tiene varias sugerencias (por ejemplo, categoría), es una opción de "todo o nada". Por ejemplo, si la sugerencia incluye 10 sugerencias de categorías, pero solo quieres mantener dos de ellas, tendrías que rechazar la sugerencia y después añadir / editar manualmente los dos cambios de categoría en el perfil de ubicación.

# Editar perfiles de fichas

Actualiza fácilmente los datos de tu ubicación de forma individual o en bloque.

La pestaña **Perfiles** en **Fichas** te permite gestionar tus perfiles desde un solo lugar a través de ediciones rápidas o cambios en bloque. Se requiere un perfil para cada ubicación (instalación o persona) incluido en una ficha o directorio. Cada registro de perfil corresponde a un registro de "ubicación" dentro de los ajustes del administrador [pestaña Ubicación].

Cualquier actualización que hagas de los datos del perfil—como un nuevo horario o número de teléfono—se envía a los sitios de fichas gestionadas y a los generadores de datos para garantizar la coherencia en toda la web.



**¡Aviso!** Las ediciones realizadas en un perfil dentro de la plataforma de Reputation se trasladarán al perfil de la ficha relacionada, pero las ediciones realizadas en un perfil de la ficha NO se trasladarán a un perfil de directorio.

## Ediciones únicas de datos de perfil

A través de la plataforma, puedes realizar ediciones sencillas directamente en los datos del perfil.

### Editar un perfil directamente:

1. En la página de perfiles, utiliza el filtro **Ubicación** o comienza a escribir el nombre del perfil que quieres editar en el campo de búsqueda.
2. En la lista de resultados, haz clic en el icono **Edit** (Editar).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input type="checkbox"/>			Cleansed	Rooftop		

3. Dentro del perfil, haz las ediciones que necesites en el perfil.
  - Los campos con un asterisco rojo son obligatorios.
  - Utiliza las pestañas de la izquierda para pasar a las diferentes categorías de perfiles.
  - Haz clic a fin de ver los sitios disponibles para publicar.
  - Accede a un registro del historial de cambios.
4. Cuando hayas terminado, haz clic en **Submit** (Enviar).

 Publishable to 7 source(s)   Show history

---

**Profile Information**

Status: Cleansed

Type: Rooftop

Location Code\*

AutoSync: YES NO

Profile Definition Name\*: Rooftop

Parent Location 

GMB UTM Tracking: YES NO

Linked Profiles  No linked profiles

Cancel
Save As Draft
Submit

Las ediciones actualizarán automáticamente los sitios / directorios de las fichas admitidos.

## Ediciones masivas de datos de perfil

Además de realizar ediciones de perfil únicas, también puedes editar perfiles de forma masiva dentro de la plataforma.

*Para editar un perfil dentro de la plataforma de Reputation:*

1. En la pestaña **Fichas**, haz clic en **Perfiles**.
2. Marca las casillas de los perfiles pertinentes para permitir que aparezcan las opciones **Editar** o **Eliminar**.

You have 2 profile(s) selected. **Edit** **Delete**

<input type="checkbox"/>	Formatted Name		Status	Profile Type	Address	Actions
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B022	Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B023	Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	

3. Haz clic en **Editar** para ajustar los atributos, el horario comercial, las fotos, las descripciones o los sitios (fuentes de datos) habilitados.

Profiles Count

**Attributes**

Reservations

Accepts Reservations  Walk Ins  Appointments Only

Reservations Only

Ambiance

Traditional  Casual  Romantic  Upscale  Trendy

Good For

Groups  Singles  Families  Couples

4. Haz clic en **Actualizar**.

Utiliza las opciones Importar / Descargar de la página de perfiles para aplicar los cambios a varias fichas con un formato de hoja de cálculo.

**Editar un perfil mediante la importación de hojas de cálculo:**

1. En la pestaña **Fichas**, haz clic en **Perfiles**.
2. Haz clic en **Download** (Descargar).
3. Selecciona los perfiles a descargar y las columnas a incluir. El formato por defecto de la hoja de cálculo es CSV.

**Download Profiles**

Select Profiles to Download:

All Profiles (129)  Filtered Profiles

Select Columns to Include:

Live Fields  All Fields  Selected Columns

Spreadsheet format:

.csv (Comma-separated values)

All

Filter

All

None

Public Location Name

Parent Location

Job Title

**Download** **Cancel**

4. Haz clic en **Download** (Descargar).
5. Abre el archivo CSV y realiza los cambios que desees en un editor de hojas de cálculo.
6. Cuando hayas terminado con los cambios, guarda el archivo.
7. En la plataforma, haz clic en **Import** (Importar).
8. Adjunta el archivo CSV guardado y elige tu Importar asignación.

**Import Profiles**

Drop file to attach, or **browse**

Accepted formats: csv,xlsx

Import Mapping

Default Mapping

**Cancel** **Import File**

9. Configura la asignación de los encabezados de las columnas y marca las casillas para omitir la normalización de la página e ignorar las columnas no asignadas si lo desees. Haz clic en **Import** (Importar).

10. Guarda la nueva asignación, guarda los cambios en la asignación existente, o no guardes para continuar.
11. Revisa los detalles de la importación por pestaña.
  - La plataforma ignorará los puntos de datos no válidos y publicará los datos válidos restantes.
  - Consulta dónde se han encontrado errores y toma medidas correctivas o descarga un archivo de errores para guardar los cambios sin errores y hacer un seguimiento de los cambios que no se han guardado debido a errores.
12. Haz clic en **Close** (Cerrar).

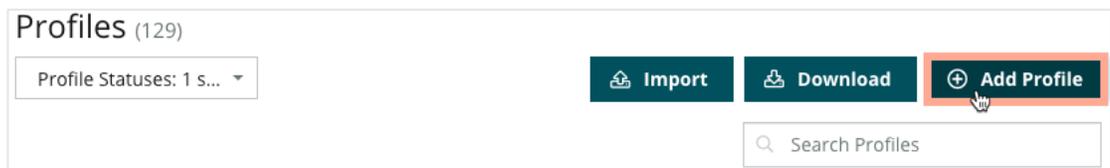
La plataforma enviará automáticamente las ediciones a los sitios o directorios de fichas compatibles.

## Añadir perfiles

Para cada perfil, debes especificar la definición como Instalación (es decir, azotea) o como Médico (es decir, individual). También puedes crear varias oficinas dentro del mismo perfil para los médicos que operan en más de una instalación. Además, puedes utilizar el Identificador de lugar para vincular la información de ubicación de una instalación a varios perfiles de médicos / profesionales.

### *Añadir un nuevo perfil a una nueva ubicación:*

1. En la página Perfiles, haz clic en **Add Profile** (Añadir perfil).



2. En la ventana Añadir perfil, introduce el código de localización en la casilla **Código**.

 A screenshot of a modal window titled 'Add Profile' with a close button (X) in the top right corner. The form contains two tabs: 'New Location' (active) and 'Existing Location'. Below the tabs is a text input field labeled 'Code'. Underneath is a dropdown menu labeled 'Definition' with 'Select' as the current selection. At the bottom right of the modal are two buttons: 'Cancel' and 'Create' (with a checkmark icon).

3. En el desplegable **Definición**, elige instalación (azotea) o Médico.
4. Haz clic en **Create** (Crear).
5. Dentro del perfil, introduce la información restante.

## Añadir horario comercial:

A menudo, el horario de una empresa puede cambiar durante una temporada completa o días festivos específicos, lo que requiere que se realicen cambios en la ficha de empresa. ¿Cómo puedes actualizar el horario comercial desde la plataforma?

### Añadir un nuevo perfil a una nueva ubicación:

1. En la página **Perfiles**, haz clic en la ubicación para la que deseas ajustar o añadir un horario comercial especial.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type
<input type="checkbox"/>	<a href="#">BDP - Uptown (B021)</a>	B021	Cleansed	Rooftop

2. Haz clic en **Oficinas** para ver los detalles y el horario de la oficina. Después, haz clic en **Editar**.
3. Alterna el botón verde para indicar si la ubicación está abierta o cerrada y edita las horas según sea necesario.
4. Haz clic en **Enviar para aprobación**.

Special Business Hours

10/31/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	1:00 PI	-	4:00 PI	×
12/25/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	9:00 AM	-	4:00 AM	×
07/04/2022	<input type="checkbox"/> Close				×
09/05/2022	<input type="checkbox"/> Close				×

[+ Add Special Business Hours](#)

**Nota:** la plataforma envía los cambios a la fuente normalmente dentro de las 24 horas. Durante este tiempo, verás el estado "Enviado a la fuente" dentro de la plataforma. Una vez que el cambio se active, verás un "Publicado en la fuente". Sugerimos añadir el periodo de vacaciones para todas las fichas al comienzo del año para garantizar suficiente tiempo para publicar, ya que depende de cada fuente cuándo publicar los cambios.

## Identificador de lugares:

Identificador de lugares te permite conectar los perfiles de los médicos a un perfil concreto de la azotea de una instalación. De este modo, si cambia cualquier información de la ubicación de la azotea—como la dirección o el horario comercial—los cambios se mostrarán en cascada a cada perfil de médico que esté conectado a ese Identificador de lugares.

1. En la casilla **Identificador de lugares**, comienza a escribir el nombre de la instalación en la que trabaja el médico / profesional. Todas las instalaciones que coincidan con el inquilino (espacio empresarial) aparecerán como una opción a seleccionar en una lista desplegable.
2. Si todavía no has introducido ningún campo de Oficina, entonces los datos del Identificador de lugares seleccionado (instalación matriz) se copiarán en este perfil. El icono de candado junto a cada campo en la sección Oficina indica que el valor del campo coincide con la matriz.
3. Si ya has introducido información en la sección Oficina, los datos del Identificador de lugares seleccionado **NO** anularán los datos existentes. El icono de desbloqueo aparece junto a cada campo para indicar que el valor del campo **NO** coincide con la matriz.
4. Si deseas anular los valores del perfil actual para que coincidan con los de la matriz, haz clic en el enlace **Reset** (Restablecer).
5. Las direcciones de los perfiles no se vinculan si algún campo es diferente al de la matriz (por ejemplo, el número de Suite).
6. Cuando hayas terminado, haz clic en **Submit (Enviar)**.

- Profile Information
- Basic
- Offices**
- Categories
- Attributes
- Medical
- Descriptions
- Education & Affiliations
- Social Media
- Photos & Logos
- Tags
- Payment Types
- Location Fields

**Offices**

Place ID

Office Name   Primary

Office Status

Address\*

Street Address\*

Address Line 2

City\*

State\*

ZIP\*

Country\*

Latitude

Longitude

Service Area  
Is this a service area business?  
 YES  NO

Business Hours  
 Primary Business Hours

[Cancel](#) [Save As Draft](#) [Submit](#)

**Map**

Satellite

# Gestión de las fichas de departamentos

Administra fácilmente la presencia en línea de tus departamentos.

## ¿Qué son las fichas de departamentos?

Google anima a las empresas locales con varios departamentos a configurar varias fichas—una para la página de la ubicación principal y otra para cada departamento. A través de Reputation, puedes asignar cada ficha, ya sea una ficha principal o una ficha de departamento (secundaria), a una ubicación en la plataforma.

## Características clave

1

### Tipo de Ubicación de departamento

Para cada ficha de departamento en Google, puedes establecer departamentos de ubicaciones.

Selecciona el tipo de ubicación según el sector, es decir, para el sector del automóvil, el tipo de ubicaciones disponibles incluyen: Taller, Recambios, Chapa y pintura, Cambio de aceite, etc.

2

### Conexión de Código de grupo

Se pueden asociar las ubicaciones principales con los departamentos de las ubicaciones en la plataforma mediante el Código de grupo, que será el mismo para las ubicaciones principal y del departamento. Esto ayuda a crear una jerarquía entre las ubicaciones principales y las ubicaciones de los departamentos para el cálculo de la Puntuación de Reputation y la acumulación de datos.

3

### Filtro desplegable de ubicación

Excluye las ubicaciones de los departamentos del filtro desplegable de ubicación. Cuando se utiliza el filtro Ubicación, todos los datos asociados con las ubicaciones de los departamentos también se mostrarán de forma predeterminada.

Elige un **Tipo de ubicación** para filtrar aún más los datos en cualquier página por el tipo de ubicación.

4

### Puntuación de Reputation intacta

Reúne las reseñas de la/las ubicación/es del/de los departamento/s a la ubicación principal para asegurarte de que la Puntuación de Reputation de la ubicación principal no se ve afectada debido a la disminución del volumen de reseñas en las ubicaciones principales.

La Puntuación de Reputation para las ubicaciones de los departamentos no está disponible.

## Configurar Ubicaciones de los departamentos

Trabaja con tu Responsable de Satisfacción del Cliente y el equipo de Servicios Profesionales de Reputation para habilitar las fichas de los departamentos. Mientras tanto, puedes preparar tu cuenta configurando las **ubicaciones de los departamentos**.

**Nota:** el equipo de Servicios Profesionales de Reputation también puede ayudarte a configurar las ubicaciones de los departamentos.

### *Para configurar las ubicaciones de los departamentos:*

1. En la esquina superior derecha de la plataforma, haz clic en **Settings** (Ajustes).
2. En la navegación de la izquierda, haz clic en **Locations** (Ubicaciones).
3. Haz clic en la ubicación deseada.
4. Haz clic en el icono de lápiz para editar.
5. Desplázate hacia abajo y agrega un **Código y Tipo de grupo**.
  - **Código de grupo** – La ubicación principal y las ubicaciones de los departamentos se asocian mediante el Código de grupo. El Código de grupo siempre debe ser el mismo en las ubicaciones de los departamentos principales y asociados. De forma predeterminada, un código de grupo será el mismo que el código de ubicación. Para las ubicaciones de los departamentos, el código de grupo debe actualizarse para que sea el mismo que el código de grupo de la ubicación principal.
  - **Tipo** – el campo Tipo se utiliza para indicar el tipo de ubicación de departamento. Si es una ubicación Principal, el Tipo debe establecerse en Principal. Solo una ubicación para un Código de grupo específico debe tener Principal como Tipo. Para las ubicaciones de los departamentos, se debe seleccionar el Tipo.
6. Haz clic en Guardar.

# Gestión de las preguntas y respuestas de Google

Gestiona las preguntas y respuestas enviadas en tus paneles de información de Google Business Profile (GBP) de tus ubicaciones en un solo lugar.

Las preguntas y respuestas de Google proporcionan a los consumidores más detalles sobre un negocio, lo que les permite tomar decisiones inmediatas mientras están en Google, para saber a qué empresa llamar. Las preguntas y respuestas pueden incluso aparecer directamente en los resultados de búsqueda de Google.

**Nota:** las preguntas y respuestas con más votos positivos determinarán el orden en que aparecerán en la ficha.

La pestaña preguntas y respuestas te permite supervisar y responder a las preguntas y respuestas dirigidas a los consumidores, en colaboración colectiva, desde los paneles de información de Google de tus ubicaciones.

## Filtros

Los filtros de la línea superior afectan a los datos que se muestran en la pestaña. Los filtros secundarios se aplican al hacer clic en los datos del

MARKET-DMA All	DISCONTINUED-OPS All	TYPE All	REPUTATION All
DISTRICT All	MARKET All	STATE All	LOCATION All
DATE RANGE Current Year			

**Questions**

**120**

across **102 Locations**

Responded 22 [View](#)

Unresponded 98 [View](#)

gráfico interactivo.

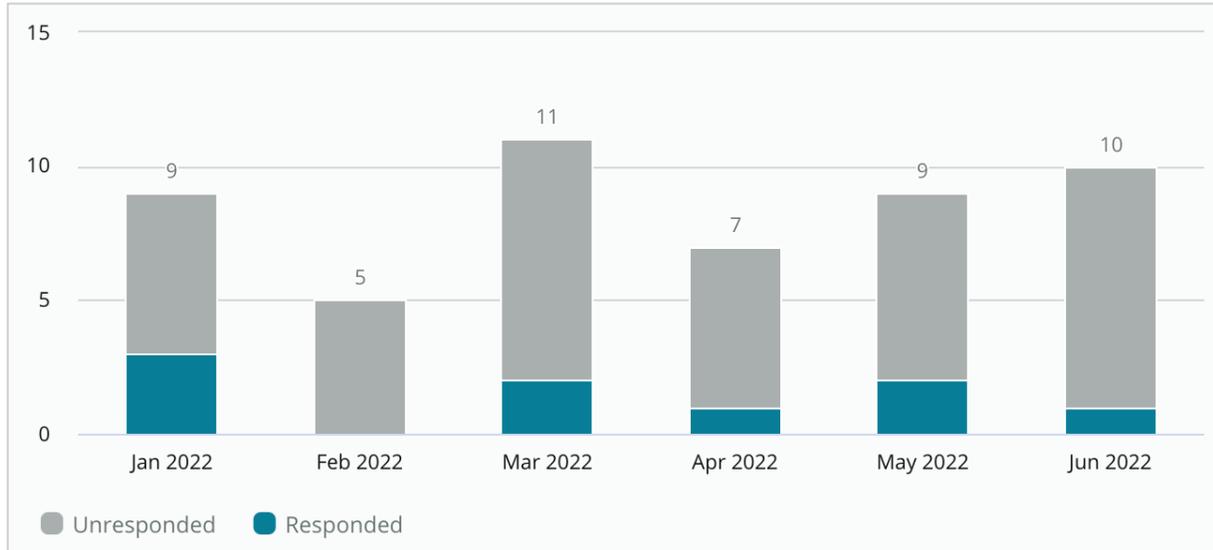
## Resumen

La sección Preguntas contiene el estado de las preguntas recibidas, respondidas o no. Si haces clic en cualquiera de los enlaces de la sección de preguntas, se filtra el gráfico y la lista de preguntas.



## Gráfico

Ver tu tendencia de preguntas y respuestas en cuanto al número de preguntas enviadas durante el período de tiempo seleccionado en las ubicaciones seleccionadas. El gráfico desglosa las preguntas sin respuesta en gris y las preguntas con respuesta en naranja. Las respuestas de cualquier usuario de Google cuentan como una respuesta, incluso si no es del propietario de la empresa.



## Preguntas

La sección de preguntas muestra todas las preguntas para los filtros seleccionados o selecciones de gráficos. Las preguntas se muestran casi en tiempo real. Por defecto, todas las preguntas se muestran y se ordenan por la más reciente.

## Respuestas

Haz clic dentro de la ventana de respuesta para responder a la pregunta (debes tener credenciales / conexiones). Las respuestas se publican en directo casi en tiempo real.

**Nota:** la longitud máxima de las respuestas en Google Business Profile es de 440 caracteres. Mantén las respuestas por debajo de este umbral para asegurarte de que se muestra toda tu respuesta.

## Ten en cuenta con las preguntas y respuestas de Google:

Es totalmente aceptable e inteligente que un negocio "siembre" sus propias preguntas y respuestas. Añade preguntas directamente a través del panel de información de GBP y responde con respuestas a través de la plataforma.

Establece notificaciones de preguntas y respuestas específicas para los usuarios designados responsables de dar respuestas.

Puedes añadir varias respuestas (de otros usuarios de tu cuenta), pero Google mostrará únicamente una respuesta del Propietario del negocio por pregunta. La última respuesta publicada se mostrará con la etiqueta de Propietario del negocio.

No puedes eliminar las respuestas de otros usuarios de Google. Puede parecer que se borra en la plataforma, pero volverá después del proceso de auditoría diario.

La gestión eficaz de las preguntas y respuestas de Google y la respuesta a las preguntas afectarán positivamente tu ranking de búsqueda. Google tiene en cuenta si tus consumidores encuentran tu contenido relevante, preciso y actualizado; fácil de entender; y si fue creado por una persona real en lugar de un bot.

# Contenido útil

Publica contenido en tus fichas a escala.

La pestaña **Contenido útil** te permite definir tu contenido una vez, y asociarlo con todas las ubicaciones necesarias para después publicarlo a escala. Asegúrate que las funciones tienen activados los permisos de Contenido útil para visualizar, editar, añadir y/o eliminar contenido.

**Nota:** el Contenido útil no admite imágenes en este momento.

**Contenido útil** contiene tres pestañas:

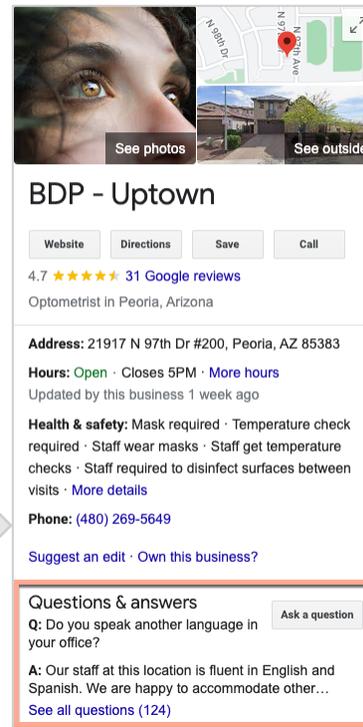
- Preguntas frecuentes
- Menús
- Productos

## Preguntas frecuentes

Toma el control de tu marca mediante la compilación proactiva de una lista de preguntas frecuentes que se aplican a grupos de ubicaciones para publicar en línea a escala.

Name	Action
BDP Southern AZ	 
BDP Northern AZ	 
BDP Central AZ	 

Vista desde la plataforma de Reputation



**BDP - Uptown**

4.7 ★★★★★ 31 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

**Address:** 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

**Hours:** Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 1 week ago

**Health & safety:** Mask required · Temperature check required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · [More details](#)

**Phone:** (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

**Questions & answers** [Ask a question](#)

**Q:** Do you speak another language in your office?

**A:** Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(124\)](#)

Vista desde Google

## Paso 1: añadir preguntas frecuentes

Crea un listado de preguntas frecuentes para cada grupo de tus ubicaciones, como AZ Norte y AZ Sud, a fin de designar qué preguntas deben publicarse en las fichas de cada grupo de ubicaciones.

### Añadir una pregunta frecuente:

1. En la plataforma, haz clic en **Listings** (Fichas).
2. Haz clic en **Rich Content** (Contenido útil).
3. Haz clic en la pestaña **FAQs** (Preguntas frecuentes).
4. Haz clic en **Add FAQ** (Añadir pregunta frecuente).

**Nota:** las preguntas frecuentes no pueden importarse en grandes cantidades en este momento.

### 5. Modifica los ajustes de pregunta frecuente:

- **Título:** nombre de tu pregunta frecuente.
- **Fecha de inicio y finalización:** opcionalmente introduce una fecha de inicio y de finalización. Las preguntas y respuestas asociadas a esta pregunta frecuente se publicarán en la fecha de inicio y se eliminarán automáticamente en la fecha de finalización.

**Nota:** si está en blanco, las preguntas asociadas a esta pregunta frecuente no se eliminarán a menos que se borren individualmente.

- **Asociar con:** selecciona un filtro para asociarlo. Las opciones incluyen: State (Estado), City (Ciudad), Location (Ubicación) y filtros personalizados. Una vez seleccionado, marca la casilla junto a cada ubicación o grupo de ubicaciones para asociarlas a la pregunta frecuente.
- **Fuentes:** selecciona dónde se publicarán las preguntas frecuentes.

**Nota:** esta característica actualmente solo incluye Google.

### 6. Haz clic en **Save** (Guardar).

## Paso 2: Añadir grupos

Utiliza los grupos para organizar tus preguntas en categorías, como Servicio posventa o Seguro aceptado, a fin de simplificar la gestión.

**Nota:** los grupos se muestran únicamente dentro de la plataforma; los grupos no se publican en las fichas.

### Añadir grupos:

1. En la pestaña **Preguntas frecuentes**, haz clic en la pregunta frecuente que desees.
2. Haz clic en **Add Group** (Añadir grupo).
3. Introduce un título y haz clic en **Submit** (Enviar).

BDP Western AZ

Title BDP Western AZ

Start - End Date 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources

Associate With

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections

**Add Group** Add Question

**Create Group**

FAQ Title BDP Western AZ

Title \*

Cancel **Submit**

### Paso 3: añadir preguntas

Reúne las preguntas frecuentes y sus correspondientes respuestas para cada grupo o categoría dentro de la sección de preguntas frecuentes. Las preguntas y respuestas se publican en todas las fichas de las ubicaciones incluidas en la pregunta frecuente.

#### Añadir preguntas:

1. En la pestaña **Preguntas frecuentes**, haz clic en la pregunta frecuente que desees.
2. Haz clic en **Add Question** (Añadir pregunta).
3. Introduce un título, la pregunta, la respuesta y selecciona o añade un grupo.
4. Haz clic en **Submit** (Enviar).

BDP Western AZ

Title BDP Western AZ

Start - End Date 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources

Associate With

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections Eye Exams  
How often should I schedule an eye exam?

Add Group Add Question

**Add Question**

FAQ Title BDP Western AZ

Question \*

Answer \*

Group \*  Add Group

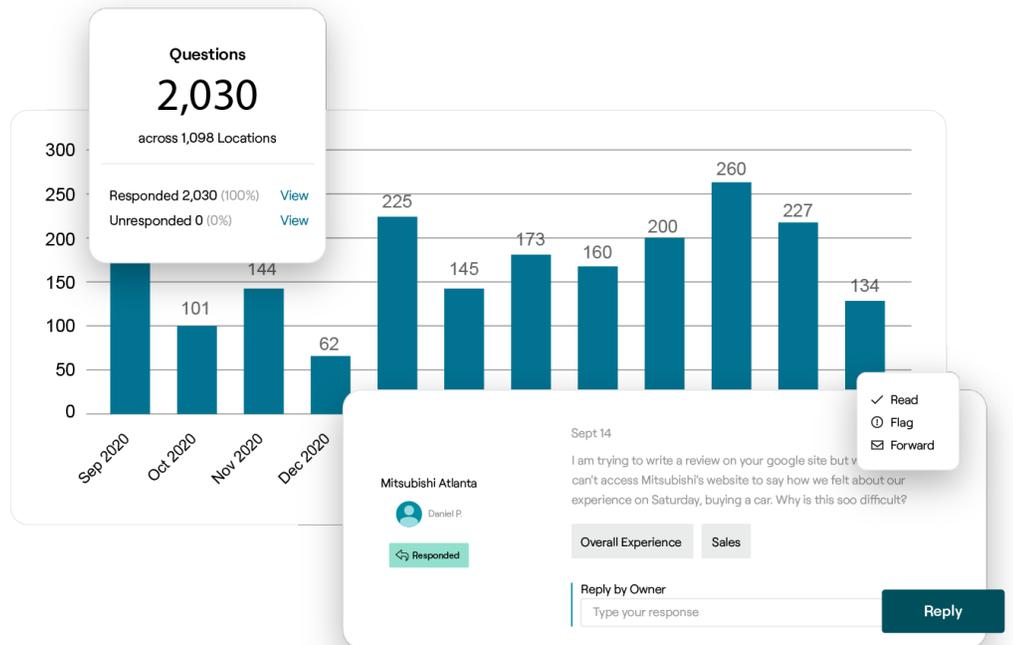
Cancel Submit

## Ten en cuenta al añadir preguntas frecuentes:

Las preguntas y respuestas enviadas se publican diariamente.

Las páginas de Google Business Profile deben estar conectadas a la plataforma para publicar las preguntas frecuentes en las fichas de las ubicaciones.

Las preguntas frecuentes se pueden editar y eliminar, mientras que los Grupos y las Preguntas / Respuestas solo se pueden editar.



## Menús

Define y publica convenientemente menús en las fichas de GBP desde la plataforma a escala.

### Paso 1: Añadir un menú

Crea un menú para cada estación u ocasión, como un Menú de otoño y un Menú de invierno, a fin de designar qué artículos del menú deben publicarse en cada grupo de fichas de ubicaciones.

#### Añadir menús:

1. En la plataforma, haz clic en **Listings** (Fichas).
2. Haz clic en **Rich Content** (Contenido útil).
3. Haz clic en la pestaña **Menus** (Menús).
4. Haz clic en **Add Menu** (Añadir menú).
5. Modificar los ajustes de menú:
  - **Título:** pon un nombre al menú.
  - **Fecha de inicio y finalización:** introduce una fecha de inicio y finalización para la publicación del menú.

**Nota:** si un menú finaliza sin que otro menú lo sustituya, el menú caducado permanecerá en GBP. Si dos menús tienen la misma fecha de inicio, se publicarán ambos.

- **Asociar con:** selecciona un filtro para asociarlo. Una vez seleccionado, marca la casilla junto a cada ubicación para asociarlas a la pregunta frecuente.
  - **Fuentes:** selecciona dónde se publicará el menú. (Esta función solo incluye Google en este momento).
  - **URL del contenido:** incluye el enlace del menú en tu sitio web para su publicación.
6. Haz clic en **Guardar**.

## Paso 2: Añadir secciones

Utiliza secciones para organizar tus menús y agrupar artículos, como Aperitivos, Pasta y Postres.

### Añadir secciones:

1. En la pestaña **Menús**, haz clic en el menú que desees.
2. Haz clic en **Add Section** (Añadir sección).
3. Introduce un título y haz clic en **Submit** (Enviar).

Menus / Winter Menu

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers  
Cheesy Garlic Bread

Pasta  
Spaghetti & Meatballs

Desserts  
Chocolate Chip Cheesecake

**Add Section** Add Item

**Add Section**

Menu Title Winter Menu

Title \*

Cancel **Submit**

### Paso 3: Añadir Opciones de menú

Recopila detalles específicos sobre los ítems del menú incluidos en cada sección.

#### Añadir ítems:

1. En la pestaña **Menús**, haz clic en el menú que desees.
2. Haz clic en **Add Item** (Añadir ítem).
3. Introduce los detalles de las diferentes opciones que incluyen: Title (Título), Description (Descripción), Price (Precio), Spiciness (Sabor picante), Allergens (Alérgenos), Dietary Restrictions (Restricciones alimenticias), Cuisines (Cocinas), Section (Sección).
4. Haz clic en **Submit** (Enviar).

Menus / Winter Menu 

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources 

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers  
Cheesy Garlic Bread

Pasta  
Spaghetti & Meatballs

Desserts  
Chocolate Chip Cheesecake

[Add Section](#) [Add Item](#)

**Add Menu Item** ✕

Menu Title Winter Menu

Title \*

Description

Price   ▼

Spiciness  ▼

Allergens  ✕ ▼

Cuisines  ▼

Dietary Restrictions  ▼

Section \*  ▼ [Add Section](#)

[Cancel](#) [Submit](#)

## Ten en cuenta al añadir Menús:

El contenido del Menú se publica diariamente.

---

Las páginas de Google Business Profile deben estar conectadas a la plataforma para publicar los Menús en las fichas de las ubicaciones.

---

Google muestra menús cada vez que alguien realiza una búsqueda en un dispositivo móvil, mientras que los menús son mínimos o no se muestran en absoluto cuando las búsquedas se realizan en el escritorio.

---

Los menús en Reputation están disponibles para todos los sectores; sin embargo, Google puede o no publicar los menús de los sectores no relacionados con la hostelería o la restauración.

---

Los Menús, Secciones e Ítems pueden ser editados y eliminados según sea necesario.

## Productos

Ciertos negocios ahora pueden mostrar sus servicios en GBP de una manera rápida y escalable, lo que resulta en una experiencia de búsqueda móvil más sólida para los clientes potenciales.

### Paso 1: añadir productos

Crea un Producto en cada tipo de producto o servicio ofrecido, como un producto para exámenes y otro para los artículos de venta al público, a fin de designar qué productos deben publicarse en cada grupo de fichas de ubicación.

#### Añadir productos:

1. En la plataforma, haz clic en **Listings** (Fichas).
2. Haz clic en **Rich Content (Contenido útil)**.
3. Haz clic en la pestaña **Products** (Productos).
4. Haz clic en **Add Product** (Añadir producto).
5. Modifica los ajustes del Producto:
  - **Título:** pon un nombre al Producto.
  - **Fecha de inicio y finalización:** opcionalmente introduce una fecha de inicio y de finalización. Los artículos asociados a este Producto se publicarán en la fecha de inicio y se eliminarán automáticamente en la fecha de finalización.

**Nota:** si está en blanco, los artículos asociados a este Producto no se eliminarán a menos que se borren individualmente.

- **Asociar con:** selecciona un filtro para asociarlo. Una vez seleccionada, marca la casilla junto a cada ubicación o grupo de ubicaciones para asociarlas con el Producto.
  - **Fuentes:** selecciona dónde se publicará el producto. En este momento, esta función incluye únicamente a Google.
  - **URL del contenido:** incluye un enlace a los productos desde tu página web para publicarlos.
6. Haz clic en **Save** (Guardar).

The screenshot shows a form for adding a product. The fields are as follows:

- Title:** Retail
- Start-End Date:** Start Date and End Date (empty)
- Associate With:**
  - Associate By:** Location (dropdown)
  - Filter:** All (selected), None, BDP - Uptown (checkbox)
  - Reset Selections:** (link)
  - Selected Locations (None):** (empty area)
- Sources:** Google (dropdown)
- Content URL:** https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
- Buttons:** Cancel, Save

## Paso 2: Añadir secciones

Utiliza secciones para organizar tus Productos y agrupar artículos, como lentes, Lentes de contacto y Conjunto de viaje.

### Añadir secciones:

1. En la pestaña **Productos**, haz clic en el producto que desees.
2. Haz clic en **Add Section** (Añadir sección).
3. Introduce un título y haz clic en **Submit** (Enviar).

The image illustrates the process of adding a new section to a product listing. It shows two stages: the product page and the 'Add Section' modal.

**Product Page (Retail):**

- Title: Retail
- Start - End Date: 0
- Sources: Google
- Content URL: <https://sites.google.com/view/bdpuptown/home>
- Associate With: B021
- Sections:
  - Glasses: BDP Glasses, Ray Sunglasses
  - Contact Lenses: Perfect Fit Lenses, All Natural Lens Cleaner
  - Travel Sets: Contact Lens Travel Set, Glasses Travel Set

**Add Section Modal:**

- Product: Retail
- Title: (empty)
- Title \*: Blue Light Glasses
- Buttons: Cancel, Submit

### Paso 3: Añadir opciones de menú

Recopila detalles específicos sobre los artículos incluidos en cada sección dentro de la categoría de Productos.

#### Añadir ítems:

1. En la pestaña **Productos**, haz clic en el producto que desees.
2. Haz clic en **Add Item** (Añadir opciones).
3. Introduce alguna de las diferentes. Opciones que incluyen: Title (Título), Description (Descripción), Price (Precio), Section (Sección).

**Nota:** el Título y la Sección son los únicos campos obligatorios. Los campos de detalle del artículo disponibles coinciden con los

4. Haz clic en **Submit** (Enviar).

The screenshot displays the Reputation interface for adding a product item. On the left, a product listing for 'Retail' is shown with various sections. The 'Add Item' button is highlighted with a red box. An arrow points from this button to the 'Add Product Item' modal on the right. The modal contains the following fields and options:

- Product Title:** Retail
- Title \*:** Round
- Description:** (Empty text area)
- Price:** (Empty input field) and a dropdown menu set to 'Select'.
- Section \*:** Glasses (dropdown menu) and an 'Add Section' button.
- Buttons:** 'Cancel' and 'Submit'.

## Ten en cuenta al añadir Productos:

El contenido del producto se publica diariamente.

---

Las páginas de Google Business Profile deben estar conectadas a la plataforma para publicar los Productos en las fichas de las ubicaciones.

---

Los Productos se admiten solo a través de Google en móviles.

---

Los Productos, Secciones e Ítems pueden ser editados y eliminados según sea necesario.

# Preguntas frecuentes sobre la ficha de empresa

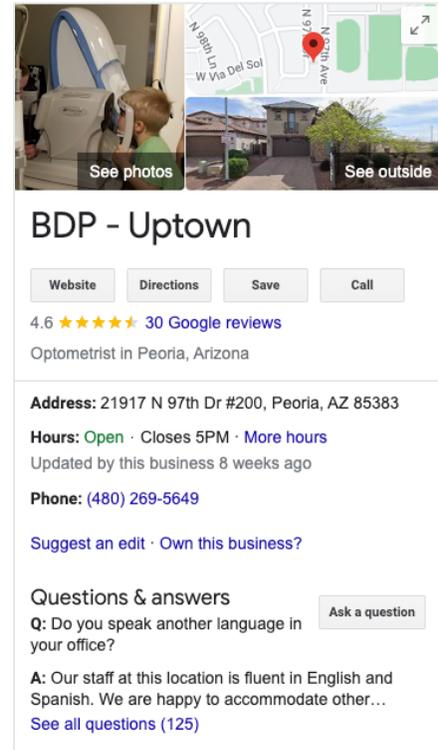
A continuación, encontrarás las preguntas más comunes sobre el uso de fichas de empresa gestionadas.

## ¿Qué ocurre cuando alguien sugiere un cambio en mi horario?

Google confía en los clientes y las empresas para mantener tu información actualizada. El programa de Google Guides incentiva a los clientes a responder preguntas sobre los negocios que visitaron, a fin de ayudar a completar y validar fichas.

En el caso de algunos artículos, como fotos y reseñas, ¡el contenido que generan los usuarios suele ser el mejor recurso para aumentar la visibilidad de tus fichas! Por otro lado, algunas propiedades, como horario de atención o ubicación física, no son tan apreciadas.

Si un usuario sugiere editar el horario de atención o la ubicación, los cambios pueden actualizarse en tus fichas casi de inmediato. Sin embargo, si tu negocio cuenta con fichas gestionadas en Reputation, tu fuente de información anulará dichas ediciones durante la próxima auditoría automática (por lo general, cada 24 horas).



## ¿Cómo afectan los atributos a la búsqueda?

Los Atributos permiten que los clientes vean lo que tu negocio ofrece, como que un restaurante ofrece servicio de Wi-Fi o mesas al aire libre, o si tu negocio está dirigido por mujeres. Añadir atributos relevantes más allá de la categoría de tu negocio, te ayuda a resaltar cuando los clientes buscan tu empresa en Google.

Por ejemplo, "Vale Google, ¿dónde está el oftalmólogo más cercano accesible en silla de ruedas?"

**Nota:** la categoría de tu negocio determina los atributos disponibles para tus fichas. Por ejemplo, podrías ver atributos sobre los métodos de pago aceptados, opciones de accesibilidad o si un negocio es amigable con el colectivo LGBTQ+.

## ¿Puedo hacer mis propias preguntas / respuestas en la sección de preguntas y respuestas?

Es perfectamente aceptable (y acertado) para un negocio generar sus propias preguntas y respuestas. Averigua qué preguntas suelen hacer los clientes o incluso qué servicios *no* proporcionas. Publica la pregunta con la voz de tu cliente, pero responde con la voz de tu empresa. Asegúrate de que sea sencillo comprenderla—esto no debería ser considerado como una oportunidad de marketing.

Las preguntas / respuestas con mayores "me gusta" aparecen primero. Por ello, asegúrate de apoyar las buenas respuestas que proporcionan otros usuarios. Si tú y un usuario respondéis la misma pregunta y tienen la misma cantidad de "me gusta", se favorece la respuesta del cliente y se mostrará primero.

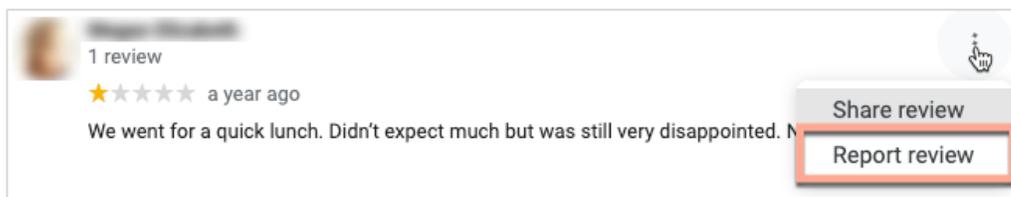
## ¿Cómo utilizo las publicaciones en redes sociales de GBP?

Google ha reservado una gran cantidad de espacio del panel de información para tu negocio a través de publicaciones de GBP. Se trata de una oportunidad única para atraer a un usuario mientras realiza una búsqueda. Las publicaciones de GBP funcionan un tanto diferente que las imponentes y tradicionales redes sociales.

- **Usa imágenes simples y coloridas sin texto.** La alta calidad es la mejor (mínimo 750 px x 540 px). Se permite que haya texto sobre la imagen, pero podría no aparecer en dispositivos móviles. Por eso es mejor no colocar texto. Los videos no son compatibles.
- **Descripciones concisas e informativas.** Se permiten 1.500 caracteres, pero mejor límitate a 100 - 120 caracteres. En la página de resultados del motor de búsqueda, se cortan las descripciones.
- **Limpiar Call-to-Action (CTA).** Realiza publicaciones variadas con estas opciones: Reservar, Pedir en línea, Comprar, Saber más, Registrarse, Conseguir la oferta. Haz un seguimiento de clics (parámetros UTM) en tus URLs para llevar la cuenta de tu éxito.
- **Usa títulos procesables (solo eventos).** Todas las publicaciones de GBP caducan después de 7 días, como máximo, pero los tipos de publicaciones de eventos tienen una fecha de inicio y finalización. Cuando publicas en la plataforma, puedes hacerlo en <10 ubicaciones por cada publicación. Para cada ubicación, debes contar con credenciales únicas en la plataforma.

## ¿Cómo quito una reseña?

Si sabes que por equivocación se asignó una reseña específica a tu negocio (es decir, en realidad era para otra empresa) o la reseña contiene palabras no adecuadas / difamaciones, puedes informar la infracción. Dentro de la ventana de reseñas de Google, puedes pasar el cursor por encima de una reseña para ver una bandera.



Recuerda que no debes solicitar la eliminación de una reseña a menos que cumpla con las políticas de infracción del sitio. En otras palabras, no solicites la eliminación de una reseña solo porque no te gusta. Algunos sitios de reseñas están empezando a mostrar cuando el propietario de un negocio ha solicitado la eliminación de una reseña que no infringe ninguna norma.

## ¿Para qué se utiliza la URL de reserva?

Las URL de reserva proporcionan un enlace dentro de una ficha de empresa para dirigir al usuario a una página web específicamente para programar algún tipo de cita o reserva (por ejemplo: una cita con el médico, un recorrido por una propiedad de alquiler, una reserva en un restaurante).

## ¿Qué es la Gestión avanzada de categorías?

Reputation permite a las empresas publicar categorías para sus ubicaciones en una variedad de directorios externos (también llamados sitios de publicación) como Google, Facebook, Apple, Bing, etc. Hoy en día, las empresas solo ven las categorías de Reputation, que se asignan internamente a las categorías del directorio. Esto es problemático para los usuarios porque no tienen visibilidad de qué categorías se publican realmente en los directorios externos.

Con la gestión avanzada de categorías, las empresas ahora pueden usar la plataforma de Reputation para ver cómo se asignan sus categorías de Reputation a las categorías del directorio. Esto se puede aplicar tanto para las categorías principales como para las adicionales. Los usuarios podrán ver las categorías del Directorio a medida que ven o añaden categorías a sus ubicaciones o perfiles.

Para usar esta característica:

1. Vaya a **Fichas** y luego a **Perfiles**.
2. Haz clic en **Perfil** y luego en **Editar** (Opción 1 en la imagen); o haz clic en el icono de edición a la derecha de la ficha de Perfil (Opción 2 en la imagen).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	

3. Haz clic en **Categorías** en el panel izquierdo y luego en **Gestión avanzada de categorías**.
4. Desde allí, ve o añade categorías de Reputation y Directorio.

Profiles > BDP - Uptown

Profile Information

Basic

Offices

**Categories**

Attributes

Medical

[Add Office](#)

**Categories**

Categories\*

Optometry  Primary

[Add Category](#)

[Advanced Category Management](#)

5. Haz clic en **Guardar cambios**.

## ¿Qué significa Seguimiento de UTM de GMB?

El seguimiento de UTM de GMB se refiere a la capacidad de realizar un seguimiento de las acciones que tus clientes o clientes potenciales realizan en tu ficha de empresa, como realizar una llamada telefónica, solicitar indicaciones de cómo llegar o visitar el sitio web. Al añadir o editar la información del perfil de tu empresa dentro de la plataforma de Reputation, cambia el seguimiento de UTM de GMB a "Sí" para realizar un seguimiento de estas acciones.

## ¿Cuál es el límite de caracteres para las descripciones de Google?

Google tiene un límite de 700 caracteres. Algunas fuentes te permiten añadir tanto una descripción corta como una descripción larga. Las descripciones cortas solo se usan para Facebook o si no hay una descripción larga disponible.

## ¿Por qué mi imagen no se carga en mi ficha?

Al cargar fotos y vídeos en la tu ficha de empresa, es importante tener en cuenta las limitaciones de medios de la fuente.

### *Dimensiones recomendadas para la plataforma de Reputation:*

- Portada, Portada de Google, Portada de Facebook: formato JPEG, 1080 x 608 píxeles, relación de aspecto 16:9
- Perfil, perfil de Facebook, foto de cara, adicional: formato JPEG, 720 x 720 píxeles, relación de aspecto 1:1
- Logotipo, logotipo de Google: formato JPEG, 250 x 250 píxeles, relación de aspecto 1:1

Si tus fotos no se ajustan a las dimensiones recomendadas, Reputation intentará publicarlas si cumplen con los límites del editor:

### **Requisitos de Google Business Profile**

- Foto de portada: relación de aspecto 16:9 (obligatorio), mínimo 480 x 270 píxeles, máximo 2120 x 1192 píxeles
- Foto del logotipo: relación de aspecto 1:1 (recomendada), mínimo 250 x 250 píxeles, máximo 5500 x 5400 píxeles
- Adicional: relación de aspecto 16:9 (recomendado), mínimo 250 x 250 píxeles, máximo 5200 x 5300 píxeles

### **Requisitos de Facebook**

- Foto de perfil: relación de aspecto 1:1 (recomendado), mínimo 180 x 180 píxeles
- Foto de portada: relación de aspecto de 2,7:1 (recomendado), mínimo 400 x 150 píxeles

### **Requisitos de Bing**

- Foto: relación de aspecto 4:3 (obligatoria), 480x360 mínimo

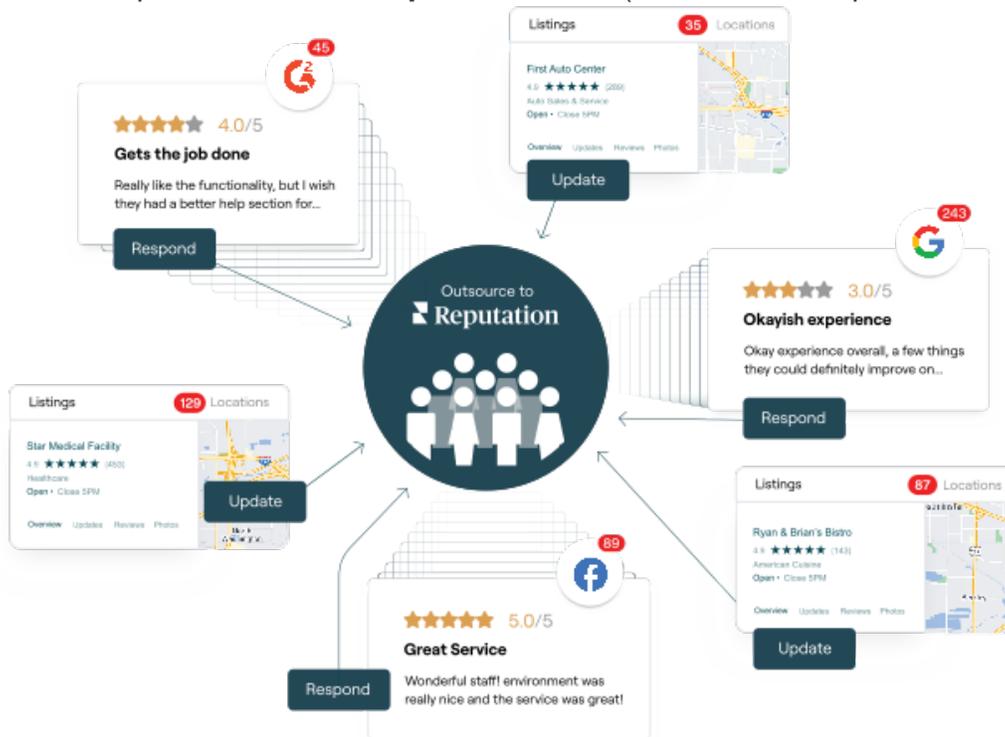
**Nota:** actualmente, la plataforma de Reputation no puede notificar a los usuarios si sus medios fueron rechazados por la fuente.

# Servicios de pago premium

Pon a trabajar a nuestros expertos en la plataforma de Servicios de pago premium.

Si bien nos esforzamos por hacer que nuestra plataforma sea intuitiva y eficiente, entendemos que tu tiempo es valioso; los recursos y el ancho de banda pueden ser limitados. Reputation cuenta con un equipo dedicado de expertos, listos para ayudarte a administrar tus fichas; optimizar SEO, y publicar y seleccionar tus publicaciones en redes sociales—al mismo tiempo que administras tus respuestas de reseña. Podemos garantizar la excelencia del servicio al cliente a través de este conjunto de servicios de valor añadido que son impulsados por nuestra plataforma y productos. Estos expertos te ayudarán:

- Ver más allá de **Precisión** (Gestión de fichas de empresa)
- Maximiza el **Atractivo** de tus perfiles comerciales (Optimización de perfiles de Google, anteriormente conocida como Servicios administrados para Google)
- Aprovechar el **Poder** de las redes sociales (Gestión de redes sociales)
- La Marca que Más se **Preocupa, Gana Más** (Gestión de Respuesta de reseña)



Contactar con tu Ejecutivo de cuenta para más información sobre nuestros Servicios de pago premium.

# Recursos adicionales

Consulta nuestro conjunto completo de guías de usuario para saber más sobre la plataforma de Reputation.

- Acciones
- Administrador
- Redes sociales de la marca
- Paneles de control
- Experiencia
- Bandeja de entrada
- Aplicación móvil
- Páginas y Localizadores
- Rep Connect
- Puntuación de Reputation
- Informes
- Solicitando
- Reseñas
- Escuchar a social media
- Social Suite
- Encuestas
- Widgets