

¿Qué es el SEO Local y por qué es importante para tu clínica veterinaria?

¿TE PREGUNTAS QUÉ TIENE QUE VER EL SEO LOCAL CON TU CLÍNICA VETERINARIA? EN ESTE ARTÍCULO TE DAMOS RESPUESTA A ELLO.



En este artículo, te explicaremos qué es el SEO Local, por qué es importante para tu clínica veterinaria y cómo puedes empezar a implementarlo hoy mismo.

Sigue leyendo para descubrir cómo el SEO Local puede ayudarte a aumentar tu visibilidad online y obtener más clientes.

¿Qué es el SEO Local?

El SEO Local es una estrategia de marketing digital que se basa en el posicionamiento tanto de la web como de la ficha de empresa, y busca mejorar la visibilidad de tu clínica veterinaria en los resultados de búsqueda locales, intentando que aparezca en las primeras posiciones.

El SEO (*Search Engine Optimization*) tradicional se centra en optimizar tu sitio web para aparecer en las búsquedas a nivel nacional o internacional. El SEO Local, en cambio, se centra en aparecer en las búsquedas que se realizan en una zona geográfica específica.

En otras palabras, el SEO Local te permite conectar con clientes potenciales que están buscando servicios veterinarios en tu zona.

Las búsquedas locales y sus resultados

Las búsquedas locales se producen cuando los usuarios buscan información sobre un negocio, servicio o producto en una ubicación específica. De hecho, la mayoría de nosotros las realizamos.

Cabe destacar que Google entiende la ubicación del usuario y, por tanto, no hace falta incluir la población en la búsqueda para que muestre resultados locales.

Podemos agrupar las búsquedas locales que los usuarios realizan de forma frecuente en el sector veterinario:

- *Búsquedas generales:* "veterinario", "clínica veterinaria", "vacunar perro", "desparasitar gato", etc.
- *Búsquedas directas:* "Clínica veterinaria La Mascota", "veterinario Dr García", etc.
- *Búsqueda por necesidad:* "dónde comprar pienso", "veterinario de urgencia", "veterinario especialista en gatos", "veterinario para vacunar de Rabia", etc.
- *Búsquedas comparativas:* "mejores veterinarios en Madrid", "opiniones Clínica Veterinaria (nombre)", etc.
- *Búsquedas por proximidad o geolocalizadas:* "veterinario cerca de mí", "veterinario en Zaragoza", etc.
- *Búsquedas mixtas:* "veterinario 24h en Lugo", "mejor clínica veterinaria para gatos en Barcelona", "vacunar perro barato cerca de mí", etc.
- *Búsquedas por especialidad:* "veterinario dermatólogo", "veterinario oncólogo", etc.
- *Búsquedas por servicio:* "peluquería canina", "adiestramiento canino", etc.
- *Búsquedas por precio:* "veterinario barato", "clínica veterinaria low cost", etc.
- *Búsquedas por marca:* "pienso Royal Canin para perros cerca de mí", "antipulgas LoQueSea cerca de mí", "seguro veterinario MascotaSegura cerca de mí", etc.

Por otro lado, es importante saber que el 46 % de todas las búsquedas en internet son búsquedas locales y que, de estas, el 78 % de los usuarios terminan visitando el negocio físico. Es en estos datos donde radica la importancia del SEO Local.

En estos casos de búsquedas locales, ¿qué resultados muestra Google?

1. *Ads.* Anuncios pagados gestionados con Google Ads (anteriormente llamado Google Adwords).
2. *Local Pack.* Es el módulo que contiene un mapa con tres resultados de negocio (clínicas veterinarias).
3. *Orgánico local.* Páginas web de centros veterinarios listados según el algoritmo de Google. Por tanto, un mismo centro veterinario puede salir dentro del Local Pack (en este caso aparece su ficha de empresa) y dentro de los resultados orgánicos locales (en este caso aparecerá su web).

¿Sirve de algo tener una web y una ficha de empresa?

Sin visibilidad, tu web y tu ficha de empresa es como si no existieran. No importa lo que ofrezcas si los usuarios no te encuentran.

En cambio, tener una web y una ficha de empresa que sí aparecen en los resultados de las búsquedas que hacen los usuarios tiene muchos beneficios. Algunos de ellos son:

- Aumentar la visibilidad de tu negocio.
- Llegar a un público más amplio: generar leads y atraer nuevos clientes.
- Generar confianza en tus clientes potenciales y transmitir una imagen profesional.
- Destacar de la competencia (sin importar el tamaño de tu negocio).
- Facilitar la comunicación con tus clientes e interactuar con ellos. Fidelizarlos.
- Aumentar las ventas tanto de tus productos como de tus servicios.

**SIN VISIBILIDAD,
TU WEB Y TU FICHA DE
EMPRESA ES COMO SI NO
EXISTIERAN**

La ficha de empresa

Es el perfil online de tu centro veterinario en Google Business Profile (GBP) (hasta hace poco llamado Google My Business -GMB-). Se puede mostrar dentro del Local Pack y también en Google Maps.

Por tanto, no sólo es importante crear la ficha de empresa, sino que hay que optimizarla para intentar que se muestre y aparezca en los primeros resultados.

Hay muchos factores que ayudan al posicionamiento de la ficha de empresa. Los consejos más importantes, aunque puedan parecer básicos, son:

- Completa todos los campos de información (incluido el horario, la categoría correcta, etc.)
- Utiliza palabras clave relevantes en tu descripción.
- Sube fotos de alta calidad de tu negocio.
- Anima a tus clientes a dejar reseñas.
- Contesta todas las reseñas, tanto las positivas como las negativas.
- Mantén tu información actualizada.
- Realiza publicaciones que contengan palabras clave y puedan ser interesantes para los usuarios.

La web de tu centro veterinario

La web también es importante en el SEO Local de tu centro veterinario. No sólo porque por ella misma puede aparecer en los resultados orgánicos locales, sino porque actúa como potenciador de tu ficha de empresa.

Por lo tanto, no es suficiente con tener una web, además hay que optimizarla a nivel de SEO.

Así, algunos consejos importantes para la web:

- Utiliza palabras clave relevantes en el título, la meta descripción y el contenido de tu web.
- Optimiza las imágenes de tu web para SEO.
- Crea contenido de alta calidad que sea relevante para tus clientes potenciales.
- Consigue que tus clientes dejen reseñas positivas en tu web.
- Registra tu centro veterinario en Google My Business.

Tal como he mencionado, la web y la ficha están relacionadas, de tal manera que:

- La información que aparece en la web y en la ficha debe ser consistente. Esto significa que debes utilizar el mismo nombre, dirección, teléfono y horario de atención en ambos lugares. Además, hay que añadir un enlace de tu web a tu ficha y otro, de tu ficha a tu web.
- La información que aparece en la web y en la ficha debe ser completa. Esto significa que debes incluir toda la información relevante sobre tu negocio, como tus servicios, productos, ubicación, etc.
- La información que aparece en la web y en la ficha debe ser relevante para las palabras clave que tus clientes potenciales están utilizando para buscar tu negocio. Puedes añadir las mismas palabras clave en tu web y en tu ficha de GBP.

Al seguir estos consejos, puedes mejorar la visibilidad de tu web y de tu ficha de empresa en los resultados de búsqueda locales y aumentar las posibilidades de que los usuarios que buscan un veterinario en tu zona te encuentren y te contacten.

Es una de las mejores formas de atraer nuevos clientes y fidelizar los que ya tienes. 🐾



**AUMENTAR TU VISIBILIDAD
ONLINE ES UNA DE LAS
MEJORES FORMAS DE
ATRAER NUEVOS CLIENTES
Y FIDELIZAR LOS QUE YA
TIENES**

Autor:

Josep Vallès

SEO para Veterinarios

Veterinario y Experto en SEO

www.josepvalles.es / hola@josepvalles.es