

Y en este nuevo vídeo vamos a conocer algunas herramientas complementarias para la profesión y, particularmente, vamos a conocer dos de ellas de la suite de herramientas de Google. Vamos a ver Google Trends o Google tendencias y el perfil de negocios de Google, dos cosas que nos pueden ayudar a apalancar también la visibilidad de nuestro negocio y a obtener información para generar contenidos para las marcas. Así que vamos a ello.

Vamos a conocer las herramientas para apalancar y complementar nuestra actividad que Google tiene para nosotros.

Vamos a ir conociendo dentro de esto en la primera que es Google Trends, ¿no?, una herramienta realmente muy interesante, y gratuita, en la cual podemos basarnos para obtener distintos tipos de informaciones todos los días o las semanas o ir viendo tendencias de manera de ir conociendo también algunas cuestiones que tienen que ver con qué está buscando mi público objetivo, qué está buscando determinado segmento, cómo está resonando determinado producto o servicio en la web. Así que, Google Trends nos da información muy interesante para empezar a aplicar al contenido de nuestras marcas, ¿no? Uno solamente tiene que empezar Google, Google Trends, entra a la plataforma y puede empezar buscando un término en particular para ver su tendencia, buscar, hacer algún tipo de comparación con un término contra otro, a ver qué término se está buscando más y qué términos está buscando menos, fijarse qué es tendencia en particular, en algún periodo de tiempo, sea en un día en particular, en alguna semana, en qué país, bueno, en definitiva, hay distintos tipos de cosas que podemos hacer con la herramienta de Google Trends, particularmente, vamos a darle un poquito desde la plataforma. Nosotros vamos a buscar, quizás, algún término de búsqueda como "Jean de mujer", vamos a buscar eso, a ver si, qué nos sale en la tendencia y acá tenemos, en este caso, cuando nosotros entramos a Google Trends y ponemos algún tipo de término, nos da algunos filtros, ¿no?, en Argentina, en los últimos 12 meses, en todas las categorías, en búsqueda en la web, bueno, acá nosotros podemos elegir si es en todo el mundo o si es en algún otro país, nosotros vamos a dejar en Argentina, ¿en qué período?, en los últimos 12 meses?, ¿en la última hora?, ¿en las últimas cuatro horas?, ¿en el último día? Bueno, vamos a ponerlo en la última semana, en los últimos siete días a ver cuánto se buscó este término. Tenemos dos picos, acá uno el 14 de Marzo, otro realizado también el 17, también tenemos otro hoy, que evidentemente hay un nivel de búsqueda muy interesante el día de hoy, entonces, en definitiva, vamos viendo, acá todo lo que tiene que ver con algunas tendencias que nos están mostrando de búsqueda en la web.

En todas las categorías también tenemos la posibilidad de elegir en particular por intereses también de los consumidores, porque puede ser que nosotros estemos buscando venderle a cierto segmento o comentar o compartir contenidos para ciertos segmentos y también Google tiene una serie de cosas que segmenta por intereses según, bueno, los comportamientos de búsqueda de los usuarios. Así que, esto también nos puede ayudar a darle un poco más de especificidad a nuestra búsqueda, si no, lo dejamos abierto y lo pone para todas las personas. También la parte de búsqueda en la web, si lo busco en la web, si lo busco en la sección de imágenes, si está buscando en la sección de noticias en Google Shopping, en YouTube, en definitiva, el mismo término que nosotros estamos viendo lo podemos ir viendo a ver qué sitio o en qué territorio queremos explorar, a ver cuál es la tendencia, ¿no?, entonces, en definitiva, estamos poniendo acá un término y en este punto podemos acá establecer los filtros para que nos dé, bueno, las curvas de tendencia. En relación a eso, abajo, vamos a ver en particular dentro de Argentina cuáles son, en este caso, las sub-regiones en donde más se busca ese término. Acá vemos que Corrientes, CABA, Buenos Aires, Mendoza, Entre Ríos, son las

primeras cinco que aparecen en volumen de búsquedas. Esto es interesante también, te da temas relacionados cremallera, indumentaria, falda, algodón, el color celeste, pana, tejido, bueno, distintos tipos de cosas que también son interesantes en el momento nosotros plantearnos contenidos o generar algún otro contenido complementario que pueda ser interesante para la palabra que estamos buscando y también acá, en búsquedas relacionadas, ¿qué se relaciona con jean de mujer? Bueno, Dafiti, mono, jean de mujer, bermuda, jean de mujer, bueno, en definitiva, nosotros con esta herramienta, podemos ir generando tendencias, encontrar alguna inspiración distinta para generar contenidos y demás, como veíamos, no solamente podemos buscar términos de búsqueda, sino también comparar con “jean de hombre” y podemos poner la comparación. En azul nos sale “jean de mujer” y en rojo, el “jean de hombre” en Argentina, siete días, todas las categorías, búsqueda en la web.

Acá tenemos como un gráfico, en donde hay un poco más de búsquedas de jean de mujer, contra la búsqueda de jean de hombres y acá podemos ver el gráfico, ya en este caso, compartiendo las dos variables. Lo mismo vamos a tener acá, Corrientes, Neuquén y Tucumán, hay mayor volumen de jean de mujer y ya cuando incluimos la otra variable, empiezan a cambiar también estas tendencias y dentro lo que tiene que ver con las provincias, Entre Ríos y CABA, también tienen una serie de cosas relacionadas a las búsquedas entre ambos. Finalmente, también cuando vamos a las búsquedas relacionadas, encontramos que el “jean de mujer” tenemos “Dafiti”, “Mono”, “Jean de mujer”, “Bermuda jean de mujer” y abajo también tenemos “jean de hombre”, todo lo que tiene que ver con búsquedas relacionadas “campera jean de hombre”, “campera de jean” y “campera jean hombres”, “camisas jean hombre”, “pantalón jean hombre” son distintos tipos de cosas que todo lo que tiene que ver con Google Trends nos da la posibilidad de empezar a conocer a medida que nosotros vamos avanzando en este tipo de herramientas que pueden ser complementarios a nuestra actividad. Sin embargo, no solamente nosotros podemos buscar intencionalmente algunos términos de búsqueda y comparar intencionalmente algunos términos de búsqueda, sino que acá, en el menú del lateral izquierdo, también tenemos la posibilidad de ver tendencias de búsqueda, ¿no?, entonces, nosotros presionamos ahí y nos va a ir dando en función al día qué tendencias de búsqueda hay, en este caso, en Argentina, relacionado a distintos tipos de tema, ¿no?, entonces acá vemos algunas de fútbol algunos de eventos, algunas otras cuestiones que tienen que ver con la política, con los famosos, buenos, distintos tipos de cosas que pueden ir surgiendo a medida que nosotros vayamos también buscando ideas o cosas que tengan que ver con qué contenidos generamos, de qué va a hablar nuestra marca, qué cosas pueden conectar con las tendencias del momento, bueno, en definitiva podemos utilizar Google Trends para que, en este caso, pueda ir bueno, vinculándose de una manera más efectiva todo lo que tiene que ver con el desarrollo de contenidos.

En este sentido, también vamos a ver otra herramienta que es Google My Business o el perfil de negocios de Google como se llama ahora, en donde también es una herramienta de acceso en la web, podemos tener la consideración si nuestra marca así tiene, quiere, tener esta presencia en Google, lo cual es muy interesante porque también es algo gratuito que nos da Google, ¿no? En este caso, cuando Googlean nuestra marca, en este punto, pueden conocer nuestras redes sociales o también tener un perfil un poco más armado de lo que pueden encontrar, si nosotros tenemos bien optimizado el perfil de negocios de Google, ¿no?, como, por ejemplo, buscás un restaurante, buscás alguna marca, bueno el perfil de negocios de Google se ve así, esta información en donde vos podés cargar tu geolocalización, podés cargar tus imágenes, podés cargar distintos tipos de elementos donde sepan en dónde encontrarte en la dirección, los horarios de apertura, teléfonos, una web adicional, bueno, te da otro tipo

de contenido enriquecido, en donde las personas cuando te Googlean, Googlean la marca, Googlean el proyecto que llevás adelante en redes sociales, van a tener otro tipo de acceso y acá también, por supuesto, podés ponerle otro tipo de enlace que también puedan vincularse a tu actividad en redes sociales, ¿no?

Entonces, en definitiva, a partir del perfil de negocios de Google, vos podés mantener la información online, en este punto, a partir de lo que la gente busque, también podés interaccionar con los clientes, porque la gente también puede dejar recomendaciones ahí y podés atraer a nuevos clientes, porque mediante la geolocalización, también los intereses de búsqueda, de distintos otros tipos de aspectos que también Google toma en cuenta, puede recomendarle tu perfil en otras, en otras puntas, a medida que va encontrando que lo que están buscando las personas, se vincula con el servicio que vos estás ofreciendo. Así que, en definitiva, tenés que pensar esta pregunta, ¿no?, si Google el perfil de negocios de Google está hecho para vos, para el negocio para lo que estás asesorando y si ves que pueden ser útiles este tipo de cosas que te ofrece Google, con una herramienta gratuita, animate, en este caso, a generar el perfil de negocios de Google, ¿no?

¿Qué datos vas a tener que brindar al momento de generarte la apertura de perfil de negocios para aparecer de esta manera en la web? Bueno, un nombre y la dirección, si entregas bien esos servicios, qué categoría te enmarcás, si tenés un sitio web y teléfono y solicitar la verificación, en este caso, un ejemplo, uno pone el nombre de la empresa, en este caso, le da siguiente es un salón de belleza, deseás agregar una ubicación, pones que sí, pones la ubicación en donde se encuentra esta empresa o este negocio, a partir de esto vos decís “bueno, ofrecés o no ofrecés servicios fuera de esta ubicación?”, si lo ofreces pones que sí, si no lo ofreces, pones que no. En este sentido, te voy a implicar también alguna información de contacto, correo, algún sitio web número de teléfono, en definitiva, distintos tipos de aspectos que también puedan tener ahí a disposición al momento de armarte tu perfil de negocios de Google.

Una vez que vos cumplir los pasos, finalizás, en este caso, tenés que agregar algún tipo de método de verificación, en donde te pueda llegar la notificación de Google. Esto es una carta y una vez que te llega esta carta, uno puede de alguna manera encontrar el código de verificación que te va a pedir Google para, en este caso, dar de alta tu plantilla de perfil de negocios de Google.

Con esto, cuando vos habilitadas tu perfil de negocios de Google, vas a poder ver cuando buscas la empresa a la cual hay a la marca que hay a su mano verificado en Google, vas a poder tener este acceso a esta información más enriquecida, ¿no?, tener en este caso el ejemplo es talento colectivo, donde vos podés tener esto los botones del sitio web, cómo llegar, si existe un teléfono de poder llamar a ese número, poner la dirección, bueno, distintos tipos de aspectos que fuimos viendo recién y también tenés un panel de administrador, en donde te dice cuántas personas visitaron este mes la página, un botón para editar el perfil, para promocionar, si querés hacer alguna pauta en Google, en definitiva, distintos tipos de cosas que Google te permite también, como una herramienta complementaria, en este caso, a la labor de Community Manager, a la labor de generar distintos accesos y seguir enriqueciendo en este caso el contenido directo hacia el usuario.

Así que herramientas de Google a disposición y gratuitas son muy interesantes a tener en cuenta como profesionales, al momento de aportarle algún tipo de valor a la marca que estamos asesorando.

Espero que este tipo de contenidos te sean de utilidad y puedas con esto, llevar la marca tuya, o de un tercero, al siguiente nivel.

Así que seguimos con el siguiente contenido. Muchas gracias.