

ZYNTRA

Servicios digitales, automatización e IA

PROPUESTA DE SERVICIO

Reseñas y Reputación en Google Maps

Por qué las reseñas deciden quién consigue
al cliente nuevo, y cómo ganarlas sin perseguir a nadie

De qué se trata esta propuesta

Hay una parte de tu negocio que trabaja las veinticuatro horas y que probablemente nunca revisaste: lo que aparece cuando alguien te busca en Google. No la publicidad que pagás, ni tus redes. Tu ficha en Google Maps, con su estrellita y su número de reseñas al lado.

Esa ficha es, para la mayoría de los negocios locales, el primer contacto real con un cliente nuevo. Y a diferencia de una vidriera, no la decorás vos: la escriben tus clientes.

Este documento explica, con números que podés verificar, por qué las reseñas pesan tanto, qué te cuesta no tenerlas y cómo hacemos para que entren solas, sin que tengas que pedirle un favor a nadie.

01 Cómo decide Google a quién mostrar primero

Cuando alguien busca un rubro cerca suyo, Google no muestra todos los negocios: muestra tres en un recuadro destacado, arriba de los resultados comunes. Estar o no estar en esos tres cambia por completo el volumen de gente que te encuentra.

Google explica públicamente que ese orden se arma con tres criterios:

Criterio	Qué significa	¿Podés influir?
Relevancia	Qué tan bien tu ficha responde a lo que la persona buscó.	Sí: completando bien categorías, servicios y descripción.
Distancia	Qué tan lejos estás del punto desde donde se busca.	No. Tu dirección es la que es.
Prominencia	Qué tan conocido y confiable resulta tu negocio. Google indica que la cantidad de reseñas y la puntuación entran acá.	Sí, y es donde más margen tenés.

LO IMPORTANTE

De los tres criterios, uno no se puede cambiar y otro se completa una sola vez. **La prominencia es el único que se construye todos los días**, y las reseñas son su materia prima.

Dicho simple: la distancia y los datos de tu ficha te ponen en la carrera. Las reseñas definen en qué puesto salís.

02 La aritmética de tu calificación

Acá no hay opinión ni estadística de nadie: es una cuenta que podés rehacer en una calculadora. Y explica por qué el volumen de reseñas importa tanto como la nota.

Qué le hace una sola reseña de 1 estrella a tu promedio

Supongamos que tenés 4,8 de promedio y aparece un cliente enojado. Lo que pasa después depende de una única cosa: cuántas reseñas tenías acumuladas antes.

Si tenías...	Tu promedio queda en	Caída	Efecto real
10 reseñas	4.45	0.35 puntos	Golpe fuerte y visible
25 reseñas	4.65	0.15 puntos	Se nota
50 reseñas	4.73	0.07 puntos	Casi imperceptible
100 reseñas	4.76	0.04 puntos	Casi imperceptible
200 reseñas	4.78	0.02 puntos	Casi imperceptible

El mismo cliente enojado, el mismo comentario, el mismo día. Con 10 reseñas te tira el promedio de 4,8 a 4,45. Con 200, lo deja en 4,78. **No cambió la reseña: cambió tu capacidad de absorberla.**

Cuántas reseñas buenas hacen falta para compensar una mala

Esta es la cuenta que más sorprende. Si tu objetivo es sostener un promedio de 4,8, cada reseña de 5 estrellas aporta apenas 0,2 puntos por encima de ese objetivo, mientras que una de 1 estrella se lleva 3,8 puntos por debajo. Dividiendo una cosa por la otra:

19

reseñas de 5 estrellas para neutralizar UNA de 1 estrella, si querés mantener un promedio de 4,8

Si tu objetivo es...	Cada reseña de 1 estrella te cuesta
Promedio 4,9	39 reseñas de 5 estrellas
Promedio 4,8	19 reseñas de 5 estrellas
Promedio 4,5	7 reseñas de 5 estrellas
Promedio 4,0	3 reseñas de 5 estrellas

LO IMPORTANTE

Cuanto más alto es tu promedio, más caro te sale cada tropiezo. Por eso la estrategia no puede ser solamente *atender bien*: hay que **generar volumen de reseñas de forma constante**, para tener espalda cuando llegue la mala. Y siempre llega.

03 Lo que cuesta no pedir las

La mayoría de los clientes contentos no deja reseña. No por desagradecidos: porque nadie se las pidió, porque no saben cómo, o porque cuando se acuerdan ya están en otra cosa. El que sí se toma el trabajo de escribir sin que le pidan nada suele ser el que está enojado.

Tomemos un negocio que atiende 40 clientes por semana. Son 2.080 personas por año pasando por tu mostrador. Lo único que cambia entre un escenario y otro es qué porcentaje deja su opinión:

Escenario	Deja reseña...	Reseñas por año	En dos años
Sin pedir nada	1 de cada 100	20	41
Pedido manual, cuando alguien se acuerda	1 de cada 50	41	83
Pedido automático por WhatsApp	1 de cada 20	104	208
Pedido automático + tarjeta NFC	1 de cada 10	208	416

Los porcentajes son escenarios, no promesas: dependen de tu rubro y de tu trato. Pero la diferencia entre la primera y la última fila no es de grado, es de categoría. Un negocio con 20 reseñas y otro con 208 no compiten en la misma liga, aunque atiendan exactamente igual.

Fijate lo que significa la primera fila combinada con la cuenta anterior: si generás 20 reseñas al año y recibís una sola de 1 estrella, necesitás casi todo un año de clientes contentos para volver al promedio que tenías.

04 Qué perdés cuando no estás arriba

Las consecuencias de tener pocas reseñas no se ven, y eso es justamente lo peligroso: no hay un cartel que avise cuánta gente te descartó sin que te enteraras.

- **Quedás fuera del recuadro de los tres primeros.** La mayoría de la gente elige entre esos tres y no sigue mirando. No es que te comparen y te descarten: directamente no te ven.
- **Desaparecés de las búsquedas filtradas.** Google Maps permite filtrar por calificación. Si el que busca activa el filtro de 4 estrellas o más y vos no llegás, dejás de existir para esa búsqueda, sin importar lo bueno que seas.
- **Perdés la comparación cara a cara.** Entre dos negocios parecidos, uno con 12 reseñas y otro con 180, la decisión se toma en un segundo y sin pensarlo demasiado.
- **Tus reseñas viejas juegan en contra.** Una ficha cuya última opinión es de hace tres años transmite que el negocio dejó de moverse, aunque estés trabajando más que nunca.
- **Una sola mala reseña te define.** Si es la única que hay, es toda la información disponible sobre vos. Con volumen, pasa a ser la excepción evidente.

LO IMPORTANTE

Ninguno de estos costos aparece en una planilla. Nadie te llama para decirte “te iba a comprar pero elegí al de la otra cuadra porque tenía más estrellas”. **Es plata que no entra, y por eso no se nota.**

05 Cómo lo resolvemos

El problema real nunca fue que tus clientes no quieran recomendarte. Fue la fricción: entre el cliente contento y la reseña publicada hay seis o siete pasos, y cada paso pierde gente.

Los tres canales que montamos

Canal	Cómo funciona	Dónde rinde mejor
Tarjeta o cartel NFC	El cliente apoya el celular sobre la tarjeta y cae directo en la pantalla de calificación de Google. Sin apps, sin escanear, sin buscar tu negocio. Diseñamos la pieza nosotros.	En el mostrador, la mesa o la recepción, en el momento en que el cliente está contento.
Código QR	Mismo destino, escaneando con la cámara. Va impreso en el ticket, la mesa, la bolsa o la puerta.	Donde el cliente ya mira algo impreso.
Pedido automático por WhatsApp	Mensaje enviado solo, un rato después de la compra o del turno, con el enlace directo.	Cuando el cliente ya se fue y querés alcanzarlo igual.

LO IMPORTANTE

La clave de los tres es la misma: **el cliente llega a la pantalla de escribir la reseña de un toque.** Sin ese atajo, la mayoría abandona en el camino, y no porque no quisiera ayudarte.

Y algo que suele olvidarse: responder

Google recomienda expresamente responder las reseñas, y el que las lee no está evaluando la queja, está evaluando cómo reaccionaste. Una respuesta serena a un reclamo vende más confianza que diez felicitaciones sin contestar. Dejamos el circuito armado para que responder sea cuestión de un minuto por día.

06 El circuito, paso a paso

Así queda funcionando una vez implementado. La idea es que no dependa de que alguien se acuerde.

Paso	Quién lo hace
1	Preparamos y verificamos tu ficha de Google: categorías, servicios, horarios y fotos.
2	Generamos tu enlace directo a la pantalla de reseña y lo probamos en varios teléfonos.
3	Diseñamos y entregamos la tarjeta o el cartel NFC, y el QR impreso.
4	Conectamos el envío automático por WhatsApp después de la compra o el turno.
5	El cliente apoya el celular o escanea, y deja su calificación y su comentario.
6	Te avisamos de cada reseña nueva y te dejamos respuestas listas para adaptar.
7	Revisamos el ritmo cada mes y ajustamos dónde se está perdiendo gente.

07 Lo que no hacemos, y por qué te conviene

En este rubro circulan atajos que funcionan un mes y después salen carísimos. Queremos ser explícitos sobre dónde está el límite.

- **No compramos reseñas ni las inventamos.** Google las detecta y sanciona el perfil. Para un negocio que depende del mapa, perder la ficha es desaparecer de un día para el otro.
- **No filtramos a quién se le pide.** Mandar el pedido solo a los clientes que sabemos contentos va contra las políticas de Google. Se le pide a todos, igual.
- **No denunciemos reseñas de la competencia** ni jugamos a bajarle el promedio a nadie.
- **No prometemos borrar las malas.** El dueño de un negocio no puede eliminar una reseña: solo puede reportarla si viola una política, y una crítica genuina no se saca aunque duela. Lo que sí funciona es diluirla con volumen y responderla bien.

Si alguien te ofrece **eliminación garantizada de reseñas** o paquetes de reseñas positivas, es humo o es un riesgo serio para tu ficha. Preferimos decírtelo aunque no nos contrates.

08 Comprobalo vos mismo en tres minutos

No hace falta que nos creas nada de lo anterior. Hacé esta prueba antes de decidir:

- Abrí Google Maps en el celular y buscá tu rubro más tu barrio, como lo buscaría un cliente que no te conoce.
- Mirá los tres primeros resultados. Anotá cuántas reseñas tiene cada uno y qué promedio.
- Buscá dónde aparecés vos y anotá lo mismo.
- Ahora activá el filtro de calificación de 4 estrellas o más y fijate si seguís apareciendo.
- Mirá la fecha de la última reseña de los tres primeros, y la de la tuya.

Esa diferencia que acabás de ver es, exactamente, el trabajo que hay por delante. Si después de la prueba te quedan dudas, mandanos una captura y te decimos con qué empezaríamos.

09 Preguntas que nos hacen siempre

Las que más se repiten, contestadas de frente.

Pregunta	Respuesta
¿En cuánto tiempo se ven resultados?	Las primeras reseñas entran la misma semana en que se instala el circuito. El movimiento en el ranking es más lento y depende de tu competencia: hablamos de meses, no de días. Cualquiera que te prometa el primer puesto en dos semanas te está mintiendo.

Pregunta	Respuesta
¿Y si me dejan una mala?	Va a pasar, tarde o temprano. Por eso el objetivo es volumen: para que cuando llegue, sea una entre muchas y no la única que se lee. Y te dejamos preparado cómo responderla.
¿Funciona el NFC en cualquier celular?	En la enorme mayoría de los teléfonos actuales, apoyando la parte de atrás. Para los que no, la misma pieza lleva el QR impreso como alternativa.
¿Sirve si recién empiezo?	Es cuando más sirve. Arrancar de cero es la única etapa en la que cada reseña mueve el promedio de verdad, y es cuando más barato sale construir la base.
¿Tengo que hacer algo todos los días?	No. El pedido es automático. Lo único que te pedimos es responder las reseñas, y eso lleva un minuto.

El próximo paso es gratis. Miramos tu ficha, la comparamos con la de los tres primeros de tu zona y te decimos qué te separa de ellos y en qué orden lo resolveríamos. Te queda el informe aunque no trabajes con nosotros.

WhatsApp +54 9 11 6643-9309 · zyntraconsultoraia@gmail.com