

## Ficha de Google Business Profile Guía de optimización para clínicas dentales

### 1 Identidad NAP — nombre, dirección y teléfono

**Nombre exacto**  
Igual que en tu web y redes  
Sin keywords artificiales

**Dirección coherente**  
"C/ Alcalá" = "Calle Alcalá"  
Formato idéntico en todo

**Teléfono verificado**  
Número local preferible  
Activo y correcto

### 2 Selección estratégica de categorías

**Categoría principal**  
La que más peso tiene  
Ej: "Dentista" o "Clínica de ortodoncia"  
Elige el servicio central

**Categorías secundarias (hasta 9)**  
Implantes · Ortodoncia · Blanqueamiento  
Periodoncia · Odontopediatría...  
Solo las que ofreces realmente

### 3 Fotos que generan confianza

**Fachada**  
Exterior real

**Interior**  
Sala y sillón

**Equipo**  
Fotos reales

**Geolocalizadas**  
Coordenadas de la clínica  
+relevancia local

### 4 Catálogo de servicios

#### Ejemplo de servicio bien descrito

Nombre: "Implantes dentales de carga inmediata"

Descripción: "Recupera tu sonrisa en un solo día con nuestra tecnología avanzada. Sin esperas."  
+ palabras clave del paciente + foto específica del tratamiento

### 5 Publicaciones semanales

**Qué publicar**  
Casos de éxito · Equipo · Novedades

**Por qué importa**  
Hasta 20% mejor posición que los inactivos

### 6 Preguntas y respuestas

**Tú mismo pregunta y responde**  
"¿Tenéis parking gratuito?"  
"¿Trabajáis con aseguradoras?"

**Elimina frenos antes de la cita**  
Responde las dudas reales  
del día a día en consulta

### 7 Mensajes instantáneos

**Actívalo con un clic**  
Como un WhatsApp en tu ficha

**Responde en menos de 1 hora**  
Google muestra tu velocidad de respuesta

### 8 Reseñas: el motor de tu posición

**Reseña con texto**  
Nombre del tratamiento  
Palabras clave reales  
Vale mucho más

**Reseña con fotos**  
Imágenes o vídeos  
del resultado  
Máxima relevancia

**Siempre responde**  
A todas, positivas  
y negativas  
De forma humana

**Recuerda: la ficha no es una tarjeta de visita estática**  
Es un trabajo continuo mes a mes — la constancia es lo que Google más valora