

GOOGLE+[®]

PARA EMPRESAS



JUANJO RAMOS

GOOGLE PLUS® PARA EMPRESAS

JUANJO RAMOS

Todos los derechos reservados. Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra sin el permiso expreso de su autor. Google, Google+ y el resto de marcas registradas mencionadas en este libro son propiedad de sus respectivas compañías u organizaciones. El uso de marcas registradas es puramente nominativo y no implica en modo alguno que las compañías o sus filiales respalden o patrocinen este libro.

Smashwords Edition License Notes

This ebook is licensed for your personal enjoyment only. This ebook may not be resold or given away to other people. If you would like to share this book with another person, please purchase an additional copy for each person you share it with. If you're reading this book and did not purchase it, or it was not purchased for your use only, then you should return to Smashwords.com and purchase your own copy. Thank you for respecting the author's work.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Una visión general de Google Plus
2. Elementos básicos de Google Plus
3. Páginas de empresa en Google Plus
4. Cómo añadir personas a los círculos de nuestra página de empresa en Google Plus
5. Conexión directa en Google Plus
6. Cómo crear eventos en Google Plus
7. SEO para Google Plus
8. Hashtags en Google Plus
9. Cómo ganar seguidores en Google Plus
10. El botón +1
11. Comunidades de Google Plus
12. Estadísticas de Google Plus
13. Integración de Google Plus con Blogger
14. Aplicaciones y extensiones de Chrome para Google Plus
15. Aplicaciones móviles para Google Plus
16. Herramientas de marketing para Google Plus
17. Plugins de WordPress para Google Plus
18. Fuentes y lecturas complementarias

1. UNA VISIÓN GENERAL DE GOOGLE PLUS

El campo de las redes sociales se le había resistido especialmente a Google. Recientes experimentos en este sentido como Google Buzz y Google Wave resultaron claramente fallidos al no conseguir calar entre los usuarios.

Resultaba prioritario para la compañía de *Mountain View* lanzar una red social que pudiera competir con Facebook, un sitio web que acapara cada vez más tiempo de los internautas, y cuya plataforma publicitaria se erige como la única amenaza real a la predominancia de Google Adwords.

La llegada de Google Plus (Google+) en Junio de 2011 supuso una ambiciosa apuesta del gigante de las búsquedas por la web social que, finalmente, consiguió atraer la atención y el interés de los usuarios con su novedoso sistema de integración con los productos Google (Gmail, Google Docs, Google Calendar, Picasa, etc...) y su privacidad selectiva.

Sin embargo, Google+ no es una mera mimesis de Facebook ni un hermano menor de éste. No podemos obviar la relación indisoluble que une la plataforma social con el buscador número uno del mundo, ya que la actividad en Google Plus tiene consecuencias directas sobre la experiencia de usuario en el buscador de Google y sobre los resultados de búsqueda. Por ello, Google+ se perfila como una extensión del propio Google que viene a redefinir el SEO social.

En Noviembre de 2011, Google+ abre sus puertas a las empresas, permitiendo a cualquier marca, negocio u organización, establecer una presencia en la plataforma en base a la cual establecer un plan de marketing en redes sociales al tiempo que desarrolla relaciones con sus clientes.

Google+ representa así una nueva oportunidad para las empresas de consolidar la fuerza del marketing social. La clave del éxito del marketing en redes sociales reside en la capacidad de relacionarnos con nuestros clientes de la misma forma en

que lo haríamos en la vida *offline*.

Con el rápido crecimiento de las redes sociales, parece evidente que estamos ante un nuevo e irreversible ciclo en el que somos los usuarios y los contenidos que generamos los que configuramos el verdadero poder del marketing on-line. Por otra parte, no cabe duda que el nuevo marketing para ecosistemas sociales exige la presencia de las empresas allá donde existan clientes potenciales y canales de comunicación bidireccionales y efectivos.

2. ELEMENTOS BÁSICOS DE GOOGLE PLUS

Tanto los perfiles personales como las páginas de empresa tienen en común una serie de funciones y áreas básicas que definen el entorno social de Google+:

Google Círculos: los círculos son el concepto central y diferenciador de Google+ respecto a otras redes sociales. Cualquier contacto con el que deseemos comunicarnos puede ser clasificado en un grupo o círculo de personas. La organización de contactos en círculos se realiza mediante un intuitivo interfaz de “arrastrar y soltar”. Organizando nuestros contactos mediante círculos podemos elegir fácilmente con quienes compartimos nuestros contenidos y con quienes no, permitiendo una gran personalización y ajuste de la privacidad. Las opciones de privacidad también permiten ocultar usuarios de los círculos.

Gracias a la segmentación en círculos es posible agrupar nuestros contactos de la forma más apropiada para nuestra empresa. Por ejemplo, podemos dividir nuestros seguidores entre clientes, clientes preferentes o VIP, empleados, proveedores y fans. Sólo nosotros sabremos los nombres y la organización de los círculos.

Los círculos también permiten filtrar las publicaciones. Cada vez que publiquemos algo en Google+ podremos especificar con qué círculos compartir ese contenido. También podemos hacerlo público, siendo visible sin ninguna restricción. De este modo es posible compartir los mensajes correctos con los grupos de personas adecuados con el fin de conseguir que nuestros contenidos sean más relevante para nuestra audiencia.

Perfil: es el apartado donde se muestra la información y las publicaciones de la persona o empresa. En el siguiente capítulo analizaremos con detalle los diversos componentes del perfil de las páginas de empresa.

Novedades o Stream: es la sección que utilizaremos para la publicación de

nuestros contenidos. Podemos publicar textos, enlaces, fotos, vídeos y marcadores de ubicación. También es posible etiquetar las publicaciones mediante *hashtags*.

Podemos hacer públicas las entradas para que cualquier usuario pueda encontrarlas (opción por defecto en las páginas de empresa) cuando utilicen la función de búsqueda o limitarlas sólo a los contactos de nuestros círculos. Siempre que publiquemos contenido en las novedades, tendremos la opción de compartirlo con los círculos ampliados, que son los círculos de nuestros círculos. El *stream* presenta un diseño en varias columnas que se adapta a la pantalla del dispositivo desde donde se visualice. También es posible cambiar el diseño de este *timeline* a una sola columna si así lo preferimos.

El *stream* de “novedades” es además el lugar donde veremos todas las actualizaciones de los contactos de nuestros círculos. Estas actualizaciones pueden ser filtradas de modo que sólo recibamos aquellas de los círculos que nos interesen. Es también el lugar de encuentro con nuestros seguidores y clientes donde va a producirse la interacción de éstos con nuestros contenidos. Los usuarios pueden comentar, votar y compartir nuestras publicaciones.

Búsquedas: Google+ incluye un buscador a través del cual es posible buscar publicaciones, personas y páginas de empresa.

Todas las búsquedas pueden ser guardadas para ser consultadas con posterioridad. Al guardar una búsqueda, aparecerá un nuevo enlace con la palabra clave en la barra lateral de la página de novedades para facilitar su acceso. El guardado de búsquedas es esencial para monitorizar conversaciones sobre un tema, empresa o marca.

Al igual que Twitter, Google+ también muestra los *trending topics* o temas populares del momento, lo cual nos permitirá conocer las conversaciones más candentes que se están produciendo en Google+.

Fotos: se trata de la sección donde aparecerán nuestros álbumes, formados por las imágenes que subamos a Google+. Los álbumes de esta pestaña sólo se muestran a los contactos con los que se han compartido, aunque también es posible hacerlos públicos. Todo ello es igualmente aplicable a la pestaña "Vídeos". Agregando fotos relevantes (de nuestros productos, del personal o los miembros del equipo, de eventos realizados, etc...) podemos aumentar el interés por nuestra página. También podemos permitir o no que nuestros visitantes descarguen las fotografías.

Además de nuestras imágenes, en esta pestaña se mostrarán también, si así lo permitimos, las fotos publicadas por los contactos de nuestros círculos.

Eventos: funcionalidad para crear y anunciar eventos de interés para nuestros seguidores.

Comunidades: grupos de debate o de usuarios con intereses comunes.

Google Quedadas (Google Hangouts): Google Quedadas, una de las funciones estrella de Google+, usa la última tecnología de vídeo en vivo para permitir la comunicación de las personas cara a cara. Estableciendo conversaciones en vídeo podremos conversar con clientes, compañeros o socios, y obtener *feedback* para resolver problemas, atender mejor a nuestros usuarios y mejorar nuestro negocio. Se trata, en definitiva, de quedadas virtuales para hablar de tú a tú con los contactos y clientes de nuestros círculos. Para hacer uso de Google Quedadas sólo necesitaremos descargar un pequeño *plugin* para nuestro navegador web.

Las utilidades de esta funcionalidad son múltiples. Gracias a estas quedadas virtuales en grupo podemos ofrecer conferencias, charlas, clases a distancia, demostraciones de producto o seminarios web a todos nuestros seguidores o clientes. Aunque el número máximo de personas que pueden participar de forma activa en una quedada es de 10, podrá ser vista por cualquier usuario de Google+ si la quedada es pública, por lo que podemos llegar a una audiencia muy

numerosa. También es posible compartir documentos, fotografías o anotaciones, por lo que Google Quedadas se perfila como una herramienta de gran potencial colaborativo.

Su funcionamiento es muy simple: podemos comenzar una quedada haciendo clic en el enlace "Quedadas" situado en la barra lateral de nuestra página. Una vez estemos emitiendo, podrán entrar en la quedada hasta 9 personas más para participar, aunque cualquier persona podrá ver la emisión en directo. Además, tenemos la opción de grabar la sesión.

También podemos realizar estos encuentros en vivo desde un *smartphone*, mediante la aplicación oficial de Google+. Además, Google Quedadas incluye una serie de funcionalidades añadidas:

- Pantalla compartida, que permite compartir lo que tengamos en ese momento en nuestra pantalla.

- Pizarra, que permite dibujar o hacer anotaciones.

- Google Docs, que permite crear documentos de Google Docs y compartirlos con otras personas.

- Quedadas con nombre, para conversar sobre un tema en directo con otros usuarios de Google+.

- Chat de grupo.

También podemos comenzar una quedada desde Youtube. Tan sólo tenemos que escoger un vídeo para ver simultáneamente con nuestros contactos de Google+.

Para empezar una quedada en Google+ desde Youtube, hemos de ir a la página del vídeo que deseamos ver con nuestros contactos y hacer clic en el botón "Compartir", en cuyo menú desplegable podremos ver la opción de "Iniciar una quedada" (Google+ Hangout). También podemos buscar el vídeo de Youtube sin salir de Google Plus.

En la Chrome Store (<http://chrome.google.com/webstore>) existen numerosos *plugins* para el navegador Chrome que nos permitirán ampliar las funcionalidades de Google+. También está disponible una aplicación oficial gratuita para

dispositivos Android, la cual permite subir fotos tomadas con nuestro dispositivo móvil a Google+ de manera instantánea y compartir nuestra localización física con nuestros contactos.

3. PÁGINAS DE EMPRESA EN GOOGLE PLUS

Google+ posibilita a las empresas y marcas tener una fuerte presencia en el ecosistema social de Internet; un canal abierto de comunicación con el que interactuar estrechamente con nuestros clientes y seguidores.

Con una página de negocios en Google+ podremos compartir información relevante sobre nuestra empresa, conocer la opinión de nuestros clientes e incluso charlar en directo mediante chat de vídeo con clientes de todo el mundo.

Una vez que los clientes agregan una empresa a sus círculos, ésta ya puede agregarlos y comenzar a expandir su red de relaciones. Google+ facilita la segmentación de nuestra audiencia en diferentes grupos, facilitando la orientación precisa de nuestros mensajes y contenidos. Los usuarios pueden además recomendar las páginas que les gustan mediante el botón +1, y añadirlas a sus círculos para estar al tanto de las actualizaciones de la empresa. Asimismo, tener una página en Google+ repercute sobre los resultados de búsqueda de una marca en Google.

En apariencia, las páginas de Google+ son muy similares a los perfiles personales, permitiéndonos añadir personas a los círculos, crear quedadas, compartir contenidos o hacer +1 en comentarios y fotos. Sin embargo, existen notorias diferencias entre las páginas y los perfiles, a saber:

Las páginas no pueden añadir a personas a sus círculos hasta que la página haya sido añadida primero -o al menos mencionada- por dicha persona. Sí pueden añadir páginas de empresa a sus círculos.

Las páginas pueden ser creadas por todo tipo de entidades, mientras que los perfiles han de ser personales obligatoriamente.

Los datos de las páginas de empresa son públicos por defecto.

Las páginas también tienen su botón +1, pero no pueden marcar "+1" en

ningún contenido ni en otras páginas.

Las páginas no pueden compartir contenidos con los círculos ampliados.

Las páginas no reciben notificaciones por correo electrónico, textos o a través de la barra de navegación de Google.

Las páginas para negocios locales tienen apartados específicos donde introducir información adicional para ayudar a los usuarios a encontrar la localización física del negocio.

Si dejamos de seguir una página, ésta dejará de seguirnos automáticamente.

Al igual que en Facebook, tenemos la opción de elegir si actuar en Google+ como página de empresa o con nuestro perfil personal, pudiendo cambiarnos de la una al otro siempre que lo deseemos.

Cómo crear una página de empresa en Google+

Para crear una página de empresa en Google+, primero necesitaremos obligatoriamente tener un perfil personal en la red social, el cual puede ser creado desde <http://www.google.com/plus>.

Para crear un perfil en Google+ será necesaria una cuenta de Gmail, preferiblemente de un *email* de empresa. Si ya tenemos una cuenta de Google, los datos de dicha cuenta se importarán al perfil personal de Google+.

Una vez tengamos nuestro perfil podemos comenzar la creación de una página de empresa en Google+ desde la siguiente dirección web: <http://plus.google.com/pages/create>.

También podemos acceder a nuestro perfil de Google+ y hacer clic en la opción "Páginas", situada en la barra lateral de la página principal o dentro del menú "Mas".

A continuación tendremos que seleccionar la categoría de la página de Google+ que deseamos crear (negocio local, producto o marca, empresa, institución u

organización, artes entretenimiento o deportes, u otras).

Es necesario completar la información básica de la página, consistente en el nombre de la página (el nombre de la empresa) y la URL del sitio web principal asociado a la empresa. A continuación podremos introducir un eslogan y el logo de la empresa. Haciendo clic en “crear” habremos finalizado el proceso de creación de la página de empresa.

Por defecto, todas las páginas son públicas una vez creadas. Una vez hayamos publicado contenidos de interés, será el momento de anunciar la página a más personas. Para ello, podemos hacer clic en el enlace “Date a conocer”, para de este modo recomendar la página a todos nuestros contactos. Desde <https://plus.google.com/u/o/dashboard> podremos gestionar todas nuestras páginas y obtener un vistazo general sobre los datos de las mismas. Desde este mismo panel es posible también crear nuevas páginas de negocio.

Para dar a una mayor visibilidad a nuestra página de empresa en Google+, podemos implementar una insignia o un icono oficial en un lugar bien visible de nuestro sitio web. De esta forma, nuestros visitantes podrán encontrarnos más fácilmente y añadir directamente las páginas a sus círculos. También será muy importante conectar nuestra página de Google Plus a su correspondiente sitio web oficial, como veremos más adelante.

Cómo crear una página para un negocio local

La categoría para páginas de Google+ para negocios locales tiene algunas peculiaridades respecto al resto de páginas de empresa, ya que posibilitan a sus seguidores y clientes conocer la ubicación física del negocio. Si elegimos crear una página en Google+ para un negocio local podremos incluir no sólo su dirección, número de teléfono y el horario de apertura, sino que además aparecerá un mapa con la ubicación del negocio.

Además, podremos ver la ubicación de nuestra empresa en Google Maps haciendo clic en el mapa que aparece bajo la foto de perfil de nuestra página de Google+. El mapa se actualizará automáticamente con cualquier modificación que hagamos en la dirección del negocio.

Para crear una página para un comercio local en Google+ hemos de seleccionar la categoría "Negocio Local" a la hora de crear la página. A continuación tendremos que introducir el número de teléfono de la empresa y hacer clic en "Localizar". Dicho número ha de corresponder a una línea telefónica profesional y no a un número personal. Nos aparecerá una lista de números de teléfono asociados a empresas. Si nuestro número de teléfono ya aparece en la lista de resultados, tendremos que seleccionarlo. En caso de que no apareciera en la lista, podemos añadir nuestro negocio haciendo clic en "Añade tu empresa a Google". También es posible realizar nuevas búsquedas a través de otros números de teléfono para comprobar si Google ya tiene los datos sobre nuestra empresa.

El siguiente paso será introducir todos los datos básicos sobre el negocio, incluyendo nombre de la empresa, número de teléfono y dirección. Si Google ya tuviera la información de nuestra empresa se nos solicitará la confirmación de los datos o la modificación de los mismos en caso de error.

A continuación tendremos que elegir categorías que definan bien la página de empresa de cara a usuarios y clientes. Tras seleccionar una restricción de edad, si fuera el caso, habremos concluido la creación de la página para nuestro negocio local.

Posteriormente será recomendable incluir información detallada sobre la empresa en el apartado "Sobre mí". En dicha sección será posible añadir unas líneas de presentación que describan adecuadamente la empresa, los horarios de apertura, el sitio web, información de contacto adicional y enlaces complementarios.

Google Plus se ha convertido en un importante actor para el cada vez más importante posicionamiento local al incluir las búsquedas geolocalizadas en su plataforma social. Las búsquedas locales integradas en Google Plus ofrecen recomendaciones personalizadas sobre negocios cercanos según la ubicación del usuario. La creación de páginas en Google Plus para negocios locales posibilita que estos aparezcan en las búsquedas geolocalizadas integradas en Google Plus (<https://plus.google.com/local>).

Al igual que el resto de páginas de empresa, las páginas para negocios locales en Google+ son públicas y convenientemente optimizadas pueden posicionar extremadamente bien tanto dentro de la propia red social como en los resultados orgánicos de Google. Google Plus Local ofrece también opiniones y puntuaciones sobre los establecimientos otorgadas por los usuarios. Estas valoraciones provienen de la guía turística Zagat – propiedad de Google-, así como de las opiniones ya existentes en las páginas de negocio en Google Places/Maps.

La convergencia de Google Places con Google+ convierten a la red social de Google en un escenario clave para el SEO geolocalizado, permitiendo a las empresas posicionar visiblemente este canal gratuito de comunicación en las búsquedas locales realizadas desde Google y Google Plus.

Elementos del perfil de empresa en Google+

La presentación: es el apartado reservado para incluir una descripción de nuestro negocio en la además podemos incluir palabras clave representativas de nuestra actividad que nos ayudarán a posicionar mejor la página. Podemos hablar sobre los objetivos, productos y servicios de nuestra empresa. También es posible ajustar la configuración de visibilidad de la presentación para que sólo pueda ser vista por determinadas personas.

Horario de apertura (sólo para negocios locales): es el apartado para añadir las horas durante las que el negocio está abierto al público. Para ello, hemos de

seleccionar el día de la semana en el primer menú desplegable, y en el segundo cuadro, elegir la hora de apertura del negocio. En el tercer cuadro, podremos seleccionar la hora de cierre del negocio en ese día. Si el negocio cierra durante una parte del día y luego vuelve a abrir, es posible crear dos entradas para el mismo día con diferentes horas.

Sitio web: podemos colocar la URL del sitio web de nuestro negocio para que pueda ser vista por todas las personas que lleguen a la página.

Información de contacto: en esta sección podemos añadir más canales de contacto con nuestra empresa, como el correo electrónico, fax o chat en vivo.

Enlaces recomendados: aquí podemos colocar todos los enlaces externos que queramos recomendar a nuestros clientes. Para ello tenemos que hacer clic en "Añadir enlace personalizado". Nos aparecerán dos cuadros para completar: en el cuadro superior, hay que introducir el texto ancla del enlace y en el inferior su URL. Si queremos eliminar cualquier enlace tan solo tenemos que hacer clic en la "X". Google Plus permite añadir enlaces personalizados a cualquier sitio web. Estos enlaces aparecerán en el perfil público de nuestra página de empresa, por lo que no sólo pueden atraer tráfico directo a nuestros sitios web, sino que resultan muy valiosos para el posicionamiento en buscadores.

Foto de perfil: imagen destacada con un tamaño de 250x250 píxeles que debería ser representativa de la empresa o la imagen de marca.

Cubierta o portada (opcional): Se trata de una imagen de gran tamaño para la cabecera de la página. Es recomendable incluirla para generar más atención.

Reseñas: Se trata de las opiniones de los usuarios sobre nuestro negocio. Estamos ante un importante apartado que podemos utilizar para canalizar el *feedback* de nuestros clientes. Las opiniones públicas de nuestros clientes proporcionan credibilidad a nuestra empresa; sin embargo, si no deseamos que estos comentarios se muestren, podemos cambiar esta opción a privada en la configuración general de Google Plus.

Todo el contenido del perfil de una página de empresa puede ser modificado en cualquier momento. Para cambiar cualquiera de estos datos, tan solo tenemos que

dirigirnos a la página y hacer clic en el icono de perfil. Accediendo como administradores a la página encontraremos la opción de “Editar perfil”. En este modo edición tan solo nos resta hacer clic en el apartado de la página que deseamos modificar. Una vez aplicados todos los cambios, hemos de hacer clic en “Finalizar edición”.

Como ya hemos apuntado, las páginas de Google+ permiten a los negocios y marcas abrir un nuevo canal de comunicación con sus simpatizantes y clientes. Actualizar un nuevo canal social con frecuencia supone indudablemente una carga de trabajo añadida. Afortunadamente, es posible compartir o delegar la administración de las páginas de empresa de Google+ con otras personas

Cómo añadir administradores para las páginas

Podemos añadir hasta 50 administradores para que gestionen nuestra página de marca. Para ello, debemos usar Google+ en modo página y a continuación entrar en las opciones de configuración haciendo clic en el icono situado en la parte superior derecha de la pantalla, dentro de las cuales veremos la opción de “Administradores”. Tan sólo nos resta añadir las direcciones de correo electrónico de las personas a quienes queramos conceder permiso para la administración de nuestra página de empresa.

Cómo transferir la propiedad de las páginas

El propietario de la página de empresa puede transferir sus derechos de propiedad a otra persona con el único requisito de que ésta sea un administrador actual de la página. En caso de no disponer de ningún administrador, en primer lugar debes invitar a una persona a convertirse en uno.

Para transferir la propiedad de la página debemos situarnos en la página en cuestión y hacer clic en el icono de “Configuración”.

Allí, seleccionaremos “Administradores”, en el lateral de la página, y haremos clic en “Transferir la propiedad”. Una vez seleccionado el administrador al que deseamos transferir la propiedad, tan solo nos resta hacer clic en “Transferir” y

confirmar dicha acción.

Cuando un propietario transfiere la propiedad a otra persona, el antiguo propietario pasa automáticamente a ser administrador de la página. La transferencia de propiedad se hace efectiva de manera instantánea, sin necesidad de confirmación alguna por parte del nuevo propietario.

Cómo conectar nuestro sitio web con su página oficial de negocio en Google Plus

Las páginas de empresa, negocios locales u organizaciones de Google Plus pueden ser vinculadas a un sitio web principal y viceversa. Esta conexión recíproca ofrece información importante a Google que nos puede beneficiar en los resultados de búsqueda y nos permite verificar nuestra identidad como editores del sitio y su contenido.

Para establecer dicha relación tenemos que introducir el enlace a nuestra web en el apartado de información de la página de empresa de Google Plus y seleccionar "Enlazar sitio web". A continuación, debemos implementar en nuestro sitio web el fragmento de código proporcionado, que tiene el siguiente formato:

```
<a href="https://plus.google.com/[IDdePágina]" rel="publisher">Nombre de la página de empresa en Google+</a>
```

De este modo, la dirección de nuestro sitio web se mostrará como verificada en la página de empresa de Google Plus.

Adicionalmente, podemos usar un *badge* o insignia oficial, que podemos obtener en <https://developers.google.com/+/web/badge/> . En esta dirección podremos seleccionar el código correspondiente a la página de empresa deseada.

Con esta vinculación recíproca, nuestro sitio web será verificado mediante el marcado de editor o *publisher*, indicando a Google que nuestra empresa es la editora

oficial de la página en cuestión de Google Plus.

Para verificar opcionalmente la oficialidad de una página de Google Plus para una empresa, organización o producto podemos ponernos en contacto con Google mediante el formulario que encontraremos en la siguiente dirección: http://support.google.com/plus/bin/request.py?contact_type=page_verification .

Esta vinculación de editor es diferente del **marcado de autor**, que consiste en enlazar un perfil **personal** de Google Plus con artículos y contenidos de un sitio web. Lógicamente, un sitio web puede tener varios autores y cada artículo puede ir enlazado a su correspondiente perfil de autor en Google Plus, independientemente del enlazado de empresa que hemos explicado.

4. CÓMO AÑADIR PERSONAS A LOS CÍRCULOS DE LAS PÁGINAS DE EMPRESA EN GOOGLE PLUS

Al igual que los perfiles personales, las páginas de empresa o marca en Google+ pueden usar círculos para compartir contenidos y seguir a usuarios, pero hay que tener en cuenta que una página no puede añadir a una persona sin que ésta haya añadido primero la página a sus círculos.

Para añadir personas a los círculos es necesario hacer clic en el icono de círculos situado en la parte superior de nuestra página de empresa. Haciendo clic en la opción “personas que te han añadido” es posible ver las personas y las páginas que todavía no están en nuestros círculos pero que ya nos han añadido.

Para añadir personas a nuestros círculos tenemos que seleccionar sus perfiles y arrastrarlos a uno o varios de los círculos que aparecen en la parte inferior de la página. Cada vez que añadamos una persona a un círculo, ésta recibirá una única notificación, aunque arrastremos el mismo perfil a varios círculos.

Si esa persona ya ha añadido nuestra página a uno de sus círculos no es necesario que nosotros hagamos lo propio para compartir un contenido con ella. Esta persona seguirá viendo nuestras publicaciones en su página de novedades.

La mejor forma de conseguir que las personas añadan nuestra página a uno de sus círculos es accediendo a nuestra página y haciendo clic en la opción “Date a conocer”. A continuación podremos recomendar nuestra página de empresa a las personas incluidas en nuestros círculos personales. También podemos introducir direcciones de correo electrónico para compartir la página con todas aquellas personas que, no estando en nuestros círculos, pudieran estar interesadas en nuestros contenidos.

Sí es posible, en cambio, añadir páginas de empresa a nuestros círculos sin que

éstas nos hayan añadido a nosotros en primer lugar. Es recomendable utilizar la búsqueda de Google+ para encontrar páginas de interés que añadir a nuestros círculos e ir ampliando progresivamente nuestra red.

5. CONEXIÓN DIRECTA EN GOOGLE PLUS

Las páginas de empresa en Google Plus pueden obtener una gran ventaja competitiva en el buscador interno de la red social (y quién sabe si también en el buscador general de Google, en un futuro próximo) gracias a la función de conexión directa, una suerte de acceso directo a las páginas.

Así, si se quiere ir directamente a la página en Google+ de una empresa, institución o marca, bastará con teclear su nombre con el signo “+” delante en el buscador interno de la plataforma, por ejemplo: +Youtube.

Si llegamos a una página de Google+ a través de la conexión directa, veremos la opción de añadirla a nuestros círculos de forma automática.

Para añadir páginas automáticamente a nuestro círculo de “soy seguidor”, tenemos que hacer clic en configuración de cuenta (plus.google.com/settings) y marcar dicha opción en el apartado de Google+.

Si activamos la opción de añadir páginas a nuestros círculos automáticamente, éstas se añadirán al círculo “Soy seguidor/a” siempre que utilicemos la funcionalidad de conexión directa. En el caso de que no tuviéramos creado este círculo, tendremos que seleccionar uno de ellos manualmente cada vez que deseemos añadir una página.

Para que nuestra página de Google+ sea apta para la función de conexión directa es necesario que esté enlazada con el sitio web correspondiente a la página.

Para asociar nuestro sitio web de empresa con su correspondiente página de Google Plus podemos añadir una insignia oficial de Google+ (disponibles en la dirección <https://developers.google.com/+/plugins/badge/config>), o bien añadir un enlace recíproco a nuestra página de Google+ en la página principal de nuestro sitio web. Dicho enlace recíproco proporcionará información adicional a Google que le ayudará a determinar la relevancia de nuestro sitio con respecto a las búsquedas.

6. CÓMO CREAR EVENTOS EN GOOGLE PLUS

Entre las funciones de Google+ también se encuentra la posibilidad de crear y compartir eventos. Una herramienta con múltiples aplicaciones que resulta especialmente interesante para las marcas y negocios que cuenten con su correspondiente página en Google Plus y que deseen convocar a sus clientes para citas especiales.

Los eventos de Google Plus nos permiten crear un acontecimiento especial e invitar a todas aquellas personas que puedan estar interesadas en el mismo. Cabe destacar que los eventos presentan plena sincronización con Google Calendar, por lo que quedarán reflejados en dicho servicio tanto los eventos de Google+ que hayamos creado como aquellos a los que hayamos sido invitados. Nuestra agenda de Google Calendar puede ser comprobada directamente desde la propia invitación al evento.

También podemos crear eventos on-line mediante *Google Hangouts* y organizar un chat de vídeo grupal eligiendo la opción "Hangout de Google+" cuando estemos creando un evento. Cuando la quedada de vídeo esté programada, todos los invitados recibirán una notificación para acceder a la página del evento y entrar en la quedada.

Otra de las funciones de los Eventos de Google es el modo Fiesta, gracias al cual todos los asistentes al evento pueden añadir fotografías el tiempo real y compartirlas en un álbum único. En la página del evento también será posible añadir fotos a posteriori.

Para crea un evento en Google Plus tendremos que dirigirnos a la dirección <https://plus.google.com/events>. Si deseamos crear un evento para nuestra empresa, podremos hacerlo desde su correspondiente página de marca en Google Plus haciendo clic en el icono "Eventos" situado en la barra de opciones. Tras pulsar el botón "Crear Eventos" podremos elegir un diseño personalizado para el mismo, el título de la cita, descripción, ubicación y fecha, así como la hora de inicio y finalización. También tenemos la opción de completar la información sobre el evento con un vídeo de Youtube. La invitación de asistentes al evento se realiza mediante su nombre, correo electrónico o bien mediante cualquiera de los círculos

que tengamos creados.

Una vez finalizado el evento, dispondremos de una página especial que contendrá todas las fotografías, comentarios y contenidos aportados por los asistentes del mismo.

7. SEO PARA GOOGLE PLUS

Toda página o perfil de una red social contiene elementos susceptibles de ser optimizados para lograr una mayor relevancia en las búsquedas. Las páginas de Google+ no son una excepción, ya que podemos introducir palabras clave en determinados campos para lograr una mejor posición.

Al igual que en los sitios web, **el título de la página es el elemento más importante**, por ello hemos de incluir algún término clave relevante a la temática de la página. Esta regla no es aplicable para perfiles personales, donde la única opción para la cabecera ha de ser el nombre de la persona.

El **eslogan** de la página equivale a la *metadescripción* SEO, por lo que, de nuevo, ha de contener *keywords* relevantes y poseer una correlación con el resto de información que incluyamos en el perfil.

Además, podemos introducir enlaces externos personalizados apuntando a sitios web de nuestra propiedad, tanto en la sección reservada para ello, como en el interior de la presentación (descripción) del perfil. Estos enlaces son *dofollow*, es decir, son seguidos por los robots de los motores de búsqueda, y además provienen de un sitio propiedad de Google, por lo que su gran valor SEO está garantizado.

8. HASHTAGS EN GOOGLE PLUS

Al igual que Twitter, Google Plus también permite clasificar las publicaciones de sus usuarios y páginas mediante *hashtags* o etiquetas.

Anteponiendo el símbolo # delante de cualquier palabra clave, se creará automáticamente un enlace de búsqueda con ese término que permitirá a los usuarios encontrar más fácilmente nuestros contenidos y realizar el seguimiento de eventos o temas que les interesen.

Los *hashtags* son, además, una gran herramienta de monitorización, ya que pulsando en ellos se nos mostrarán todos los resultados de búsqueda relacionados con la *keyword*.

Los *hashtags* incluidos en las publicaciones permiten a los usuarios de la plataforma social descubrir contenido relacionado. Si no deseamos que Google Plus muestre contenido relacionado con nuestras publicaciones, podemos desmarcar la casilla de “añadir *hashtags* relacionados” que encontraremos en las opciones de configuración general.

Además, Google Plus nos da la opción de guardar las búsquedas de *hashtags* para posteriores consultas, facilitándonos así la monitorización y el acceso directo a nuestros temas favoritos.

9. CÓMO GANAR SEGUIDORES EN GOOGLE PLUS

Las páginas de empresa en Google+ son una forma de que marcas, organizaciones y empresas obtengan una presencia visible en la red social de Google. Sin embargo, el potencial comunicativo de las páginas de Google Plus dependerá de su número de seguidores y de lo activo de su comunidad. A continuación enumeramos diversas estrategias para conseguir que más personas añadan nuestra página a sus círculos de Google+.

Dar a conocer la página en Google+. En la barra lateral de la sección de novedades de nuestra página de Google Plus encontraremos la opción de “Dáte a conocer”. Esta función permitirá notificar en una nueva publicación la existencia de nuestra nueva página a todos los amigos, contactos y seguidores que ya tengamos en Google Plus. También podemos introducir direcciones de correo electrónico para hacerles llegar la notificación a todas aquellas personas que no son miembros de Google Plus.

Conectar la página de Google Plus al sitio web de la empresa. Además de introducir un enlace al sitio web principal de la empresa, es recomendable implementar en el mismo una insignia oficial de Google Plus para informar a nuestros visitantes y clientes de la existencia de la página en la red social e invitarles a que conecten con ella. Las insignias y *widgets* oficiales de Google+ pueden obtenerse en la dirección: <http://developers.google.com/+/plugins/badge/config> . En la configuración del *widget* o insignia debemos incluir la identificación numérica que aparece en la URL de la página de empresa. También podemos incluir un simple enlace de texto apuntando hacia nuestra página de Google+. Es recomendable que el enlace incluya el microformato “rel=publisher” para indicar a Google que somos los propietarios del sitio; por ejemplo:

```
<a rel="publisher" href="https://plus.google.com/103931129774726023038">Nombre de la página de empresa de Google+</a>
```

Los sitios enlazados recíprocamente se convierten en aptos para la conexión directa de Google+. Algunos estudios demuestran que el simple hecho de colocar la insignia de Google Plus en un lugar visible del sitio web aumenta el número de seguidores en un 30 por ciento de media.

Promocionar la página de Google+ en Google Adwords. Podemos incluir la dirección URL de nuestra página de Google Plus en un anuncio de Adwords. Al conectar la página de empresa a una campaña de Adwords, los usuarios que vean el anuncio en los resultados de búsqueda podrán marcar +1 en el propio anuncio, haciéndolo más relevante. Para establecer esta conexión con Google Plus en Adwords, hemos de activar la opción “extensiones sociales” en la sección “extensiones del anuncio” de nuestra cuenta de Google Adwords, e introducir la URL de la página de Google+ en el campo reservado a tal efecto.

Completar el perfil de la empresa. El perfil de la página debe estar correctamente completado con toda la información importante: título, eslogan, foto de perfil y enlaces personalizados.

Publicar contenido con frecuencia. Es más probable que la gente nos siga si publicamos contenido interesante y de calidad con una cierta regularidad.

Interactuar con nuestros seguidores. La comunicación bidireccional es el concepto definitorio de las redes sociales y los entornos 2.0. El diálogo con nuestros clientes y seguidores fortalecerá su fidelización.

Seguir a otras empresas. Mediante la función de búsqueda y el comando “+” podemos buscar empresas afines a las que seguir.

Incluir un enlace a la página de Google Plus desde otras redes sociales. Facebook, Twitter y otras redes sociales permiten incluir en sus perfiles enlaces personalizados, por lo que podemos enlazar directamente a nuestra página de empresa en Google+.

Participar en comunidades de nuestro interés

Es muy recomendable unírnos a comunidades que compartan objetivos e intereses y participar en ellas de forma activa. De esta forma ganaremos visibilidad y reputación como expertos. En el siguiente capítulo abundaremos en las comunidades de Google Plus.

10. COMUNIDADES DE GOOGLE PLUS

Las comunidades de Google+ son una característica análoga a los grupos de Facebook y LinkedIn que nos van a permitir organizar y segmentar con precisión todos los debates de los usuarios de la red social organizados por subtemas o categorías para un mejor acceso a la información.

Formar una comunidad que comparta intereses y afinidades y que servirá de punto de encuentro para sus miembros, generará fidelidad y abrirá un nuevo canal de comunicación y *networking*. Las comunidades permiten a sus miembros compartir información, publicar contenido y organizar quedadas de Google+.

Cómo crear una comunidad en Google Plus

Una vez establecidos los objetivos e intereses de la comunidad que deseamos crear, podemos dirigirnos a la dirección <https://plus.google.com/communities> y hacer clic en el botón "Crear comunidad". A continuación tendremos que elegir si la comunidad será pública y visible para todo el mundo o privada, cuyo contenido en este segundo caso será sólo accesible por sus miembros. Hay que tener en cuenta que la privacidad no podrá ser cambiada con posterioridad.

El siguiente paso será elegir el nombre de nuestra comunidad y hacer clic en "Crear comunidad". Posteriormente completaremos el resto de datos: información, eslogan, fotografía y categorías de debate. Al terminar el proceso tendremos la oportunidad de invitar a todos nuestros contactos de Google+ a que se unan a nuestra recién creada comunidad.

Los propietarios de la comunidad pueden establecer las normas y también pueden nombrar a moderadores. Tanto moderadores como propietarios pueden borrar comentarios y expulsar a los miembros que no acaten las reglas del grupo.

En términos de marketing on-line, las comunidades de Google+, al igual que los grupos en otras redes sociales, **pueden generar tráfico cualificado hacia nuestros sitios web, mejorar nuestra imagen de experto y potenciar sensiblemente el *engagement* con nuestra marca personal o corporativa.** En función de nuestras necesidades podemos crear nuestras propias comunidades o bien limitarnos a participar en aquellas relacionadas temáticamente con nuestro área de actividad. Desde la página principal de Comunidades podremos encontrar los grupos que más nos

interesen y pulsar en "Participar en la Comunidad".

11. EL BOTÓN +1

El botón +1 (Plus One) de Google es el equivalente directo al “me gusta” de Facebook y sirve para recomendar resultados -tanto orgánicos como patrocinados- del buscador, pero también publicaciones, páginas y sitios web completos. Cuando los usuarios realicen un “+1”, el contenido de esa página se compartirá en Google+. Todos los “+1” realizados por un usuario aparecerán en su perfil público de Google Plus.

Los votos recibidos a través de este botón de recomendación van a influir de una u otra forma en el orden de los resultados en el buscador de Google, aunque el peso exacto de este factor en el algoritmo aún está por determinar.

En cualquier caso, es recomendable instalar el botón +1 en nuestros sitios como medida de optimización social para fomentar la difusión de nuestros contenidos. Para votar resultados del buscador y ver las recomendaciones de otros usuarios hemos de estar conectados a nuestra cuenta de Google.

Los webmasters y administradores pueden implementar el botón +1 en sus sitios web para que los usuarios puedan recomendarlos. El código para implementar el botón Plus One puede obtenerse en la dirección www.google.com/webmasters/+1/button. Para WordPress, existe un *plugin* específico que facilita la integración del botón en *posts* y páginas de sitios realizados con el popular gestor de contenidos.

12. ESTADÍSTICAS DE GOOGLE PLUS

Google+ Statistics (www.socialstatistics.com) es una plataforma de estadísticas que recoge y mide datos de Google Plus, proporcionándonos información sobre los 100 usuarios más seguidos y los *post* más populares en la red social de Google. Estas métricas nos permitirán, además, conocer cuántas personas nos han añadido a sus círculos, así como observar la evolución en el tiempo de nuestra popularidad como usuario de Google+.

Google+ Statistics rastrea y genera estadísticas detalladas de más de 75.000 usuarios de la red social indexando miles de *posts* por minuto. Según estos datos, el sistema determina cuáles son las publicaciones más populares.

Google Statistics dedica una destacada sección de su sitio web a los *posts* más populares en Google+. Desde allí, podemos añadir nuestras publicaciones enviando la dirección URL de las mismas. Si lo preferimos, también es posible enviar las publicaciones a través del marcador de SocialStatistics que podemos instalar en el navegador.

Para obtener nuestros datos estadísticos, tendremos que añadir nuestra cuenta de Google en SocialStatistics.com. El sistema analizará la actividad en la red social, permitiéndonos saber el número de personas que nos han añadido a sus círculos y nuestro *ranking* en la lista de usuarios populares de Google Plus.

Otro servicio análogo es **CircleCount** (www.circlecount.com), el cual ofrece estadísticas sobre perfiles y páginas de Google+, teniendo en cuenta como métrica fundamental el número de círculos donde el usuario ha sido incluido.

13. INTEGRACIÓN DE GOOGLE PLUS CON BLOGGER

Blogger, la popular plataforma de *blogging* propiedad de Google puede conectarse con Google+.

Para enlazar nuestros perfiles, tendremos que dirigirnos a las opciones generales de administración en el panel de control de Blogger, donde podremos conectar con Google+. Nuestro perfil de Google+ sustituirá al anterior de Blogger. Disponemos de 30 días para revertir este proceso.

Una vez realizada la conexión, podremos compartir todos los posts que publiquemos en Blogger en la página de novedades de Google+ si así lo deseamos.

Tras enlazar las cuentas, cada vez que publiquemos una entrada en nuestro blog de Blogger, se nos presentará un recuadro pre-completado con un extracto del artículo que podremos compartir con los contactos de nuestros círculos en Google+.

En todo momento podremos desactivar esta opción de compartición en la pestaña “entradas y comentarios” de las opciones de configuración general del panel de Blogger.

Además, las entradas y comentarios del blog no sólo se enlazarán a nuestro perfil público de Google+, sino que destacarán en los resultados de las búsquedas que nuestros contactos sociales realicen en el buscador de Google.

En el panel de administración de Blogger también encontraremos *gadgets* para añadir fácilmente el botón +1 y las insignias de Google Plus, así como un contador de la cantidad de “+1” recibidos en los *posts* de nuestro blog.

Integración de los comentarios de Google Plus en Blogger

Los comentarios de Google+ pueden unificarse con los comentarios de nuestro blog de Blogger. Habilitando esta opción, las publicaciones de nuestro blog que sean comentadas en Google+ aparecerán automáticamente junto a los comentarios que dejen en el blog. De esta forma, podremos ver toda la conversación en torno a nuestras entradas en un mismo sitio. Asimismo, los lectores también pueden compartir sus comentarios en nuestro blog con sus círculos de Google+.

Para añadir los comentarios de Google Plus a un blog de Blogger hemos de iniciar sesión en la plataforma y hacer clic en la pestaña “Google+” del escritorio de

nuestro blog.

Una vez enlazado nuestro blog a Google Plus, tan sólo nos restará pulsar en la opción de “habilitar comentarios de Google+”. En ningún caso se perderán los comentarios que ya tuviéramos.

14. APLICACIONES Y EXTENSIONES DE CHROME PARA GOOGLE PLUS

En la Chrome Web Store se encuentran disponibles un gran número de aplicaciones y extensiones para la completa integración de Google Plus con el navegador Chrome y que añaden funcionalidades extra. Para acceder e instalar cualquiera de estas aplicaciones tan solo hay que realizar una sencilla búsqueda por el nombre de la extensión desde la dirección: <http://chrome.google.com/webstore>.

Aplicaciones

Google +: aplicación oficial de Google Plus para Chrome.

Google Plus Directory: directorio de usuarios de Google Plus.

Google Plus Friend Finder: aplicación que nos ayuda a encontrar nuevos contactos en Google+ por geolocalización, ocupación o intereses.

Extensiones

G+me: permite comprimir o expandir a nuestro antojo las actualizaciones y conversaciones en tiempo real en Google+.

G+Twitter: práctica extensión que posibilita compartir, de forma selectiva, nuestras publicaciones de Google+ en Twitter. La extensión nos permite además realizar búsquedas en Twitter desde Google+ y activar opciones de compartición en Facebook y LinkedIn.

Google+ Ultimate: permite personalizar la apariencia y funcionalidades de nuestra cuenta de Google+.

Gmail para Google+: permite integrar el correo de Gmail en el perfil de Google Plus.

LiveOn+: extensión que nos avisa de videoconferencias públicas de interés en Google Plus.

Notificaciones de Google+: extensión que nos avisa de actualizaciones e interacciones con nuestra cuenta (por ejemplo, cuando alguien nos añada a un círculo o comparta una publicación con nosotros). También permite administrar las notificaciones directamente desde la propia extensión.

Publish Sync: extensión que nos permite compartir y sincronizar el contenido publicado en Google+ con Facebook y Twitter. Actualmente sólo funciona con perfiles personales y no con páginas.

Replies and more for Google Plus: extensión que añade un botón de réplica que permite responder a comentarios fácilmente.

RSS Share for Google+: extensión que permite integrar el lector de RSS Google Reader en Google Plus.

A todo lo comentado, merece la pena añadir las extensiones oficiales de Google+ para Chrome, que podemos instalar en el navegador desde www.google.com/chrome/intl/es/p/google-plus.html.

15. APLICACIONES MÓVILES PARA GOOGLE PLUS

La necesidad de estar en permanente conexión con nuestra comunidad en las redes sociales es requisito imprescindible para desarrollar una estrategia de comunicación y marketing exitosa.

Es posible trabajar con la red Google+ desde cualquier dispositivo móvil gracias a las aplicaciones oficiales desarrolladas por Google. Se trata de aplicaciones nativas para teléfonos y *tablets* que funcionen sobre iOS (4 o superior) y Android (2.1. o superior) que nos permiten acceder a la red social con total fluidez y comodidad.

El resto de teléfonos carecen de aplicaciones nativas, por lo que en esos casos tendremos que trabajar con Google Plus introduciendo la URL m.google.com/plus en el navegador del dispositivo móvil.

Las aplicaciones permiten seguir todas las actualizaciones, gestionar nuestros círculos, realizar chats grupales y la subida instantánea de fotos a nuestro álbum privado.

Las *apps* para Android e iOS se encuentran disponibles para su descarga de forma gratuita en el Android Market y la App Store, respectivamente.

16. HERRAMIENTAS DE MARKETING PARA GOOGLE PLUS

Además de las aplicaciones y extensiones de Chrome para Google Plus, existen otras herramientas gratuitas disponibles on-line que nos resultarán de gran ayuda en nuestras acciones de marketing en la plataforma de Google.

CircleCount (www.circlecount.com)

Servicio que ofrece estadísticas sobre perfiles y páginas de Google Plus, teniendo en cuenta como principal métrica el número de círculos donde el usuario ha sido incluido. También funciona como directorio de usuarios y páginas de Google+.

Google+ Statistics (www.socialstatistics.com)

Plataforma de estadísticas que recoge y mide datos de Google+, proporcionando información sobre los usuarios más seguidos y los *posts* más populares.

Google TakeOut: (www.google.com/takeout)

Herramienta que permite realizar y guardar una copia de seguridad de todos nuestros datos y contenidos de nuestro perfil de Google+ y otros servicios de Google.

Hootsuite (www.hootsuite.com)

Herramienta que permite gestionar y monitorizar vía web o aplicación móvil múltiples perfiles personales y páginas de empresa en las principales redes sociales, entre las que se incluye Google Plus.

Topsy (www.topsy.com)

Buscador en tiempo real de menciones y resultados en Google + y Twitter.

17. PLUGINS DE WORDPRESS PARA GOOGLE PLUS

Si contamos con un blog realizado con el gestor de contenido WordPress podemos completar fácilmente su integración con Google+ gracias a los siguientes *plugins* o extensiones:

Google Plus Comments (www.wordpress.org/extend/plugins/gplus-comments): *plugin* no oficial para la integración de los comentarios de nuestra página de Google plus en blogs de WordPress.

Google Plus One (www.wordpress.org/plugins/plus-one): *plugin* que simplemente integra el botón de '+1' de Google+ en *posts* y páginas de nuestro blog. Incluye algunas opciones de personalización.

Google Plus Authorship (www.wordpress.org/plugins/google-plus-authorship): *plugin* para el marcado de autoría de nuestros artículos en WordPress. Con un perfil personal previamente creado en Google Plus, nuestro nombre y fotografía aparecerán en los fragmentos enriquecidos de los resultados de Google.

Google Plus Publisher (www.wordpress.org/plugins/rel-publisher): extensión que inserta el microformato *rel=publisher* en nuestro sitio web para de este modo conectarlo con su correspondiente página de Google Plus, indicando a Google que somos los editores oficiales de dicha página.

KDtips Google Plus Badge (www.wordpress.org/plugins/kd-google-plus-badge): *plugin* para la sencilla implementación de la insignia de Google Plus en un blog de WordPress mediante un *widget* en la barra lateral.

18. FUENTES Y LECTURAS COMPLEMENTARIAS

Blog oficial de Google: <http://www.googleblog.blogspot.com> .

Blog de los productos de Google en español: <http://google-productos-es.blogspot.com> .

Blog no oficial de Google+: <http://www.googleplus.com.es> .

Guía de Google+ para negocios: <http://www.google.com/+business/index.html> .

Guía Google+ para periodistas: <http://es.scribd.com/doc/61938000/Google-guia-para-periodistas> .

Tutorial en vídeo de Google+ HangOuts: <http://www.youtube.com/watch?v=UCW8-EZahgY> .

SOBRE EL AUTOR

Escritor, psicólogo y *blogger*, Juanjo Ramos es consultor SEO independiente y experto en marketing on-line. Es autor de los libros *SEO: Guía práctica de posicionamiento en buscadores* y *Facebook para empresas*, entre muchos otros.

Puede seguirnos en:

<https://plus.google.com/103931129774726023038>