



2023

# Análisis de industria en Google Maps: **Gasolineras**



search<sup>®</sup>MAS

# ÍNDICE

- ¿Quiénes somos?
- Acerca del informe
- El canal indicado
  - Impresiones de perfiles
- Confianza al usuario
  - Perfiles falsos o duplicados
  - Información valiosa
- Tipo de estación de servicio
  - Shops en tu establecimiento
  - Atributos
  - Fotos
  - Chat
  - Preguntas y respuestas
  - Publicaciones
- Cargador de autos eléctricos
- Análisis de las principales marcas
- Conclusión
- Datos del informe





# ¿Quiénes somos?

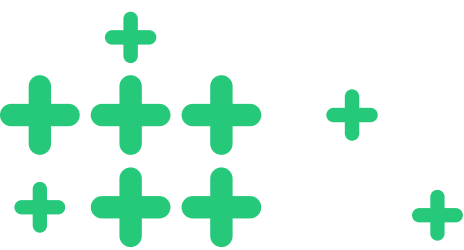
Somos **Local Marketing Hackers** y

nos especializamos en **SEO Local**. Nuestro objetivo es que tomes el control de tu red de estaciones de servicio y seas tú quien gestione la información de tus fichas en **Google Maps** para llevarlas al próximo nivel.

Nosotros optimizaremos tu presencia digital con el fin de aumentar tu visibilidad y mejorar tu ranking en los resultados de búsqueda, de esta manera incrementarás el tráfico a tus puntos y al sitio web.

Con nuestros reportes, sabrás cómo interactúan los usuarios con tus fichas, cuántas impresiones has obtenido, cómo posicionas para tus palabras claves, cuál es la reputación de tu marca y de cada estación, así conocerás qué dicen los clientes de tí para poder mejorar su experiencia cuando te visiten.

search<sup>®</sup>MAS



# Acerca del informe

El informe a continuación tiene como finalidad remarcar la importancia de Google Maps dentro de la industria de las gasolineras o estaciones de servicio y analizar los resultados que arroja Google Maps cuando se realiza la búsqueda de una palabra relevante para esta industria en distintos códigos postales de Argentina.

**Podremos determinar *cuáles son los principales factores que mejoran el posicionamiento y qué acciones toman las marcas para posicionarse en los primeros puestos.***

*En este informe se analizaron:*



+2 mil perfiles de negocios



27 códigos postales



16 ciudades de Argentina



16 Palabras claves



4,1 Reputación de la Industria

# El canal indicado

De todas las industrias del mercado, si hay una en la cual es mandatorio tener tus perfiles de Google Maps creados y optimizados es **la industria de las gasolineras.**

No sólo por la oportunidad de mostrar lo que ofreces en tu estación de servicio, o hacerle saber al usuario si tu estación está abierta las 24hs, indicar que tenes cargador para autos eléctricos, que vendes gas envasado o por toda la información que puedes obtener de las reseñas de tus clientes, sino principalmente porque **las fichas de Google Maps son el principal método de contacto** que los usuarios utilizan para encontrarte.

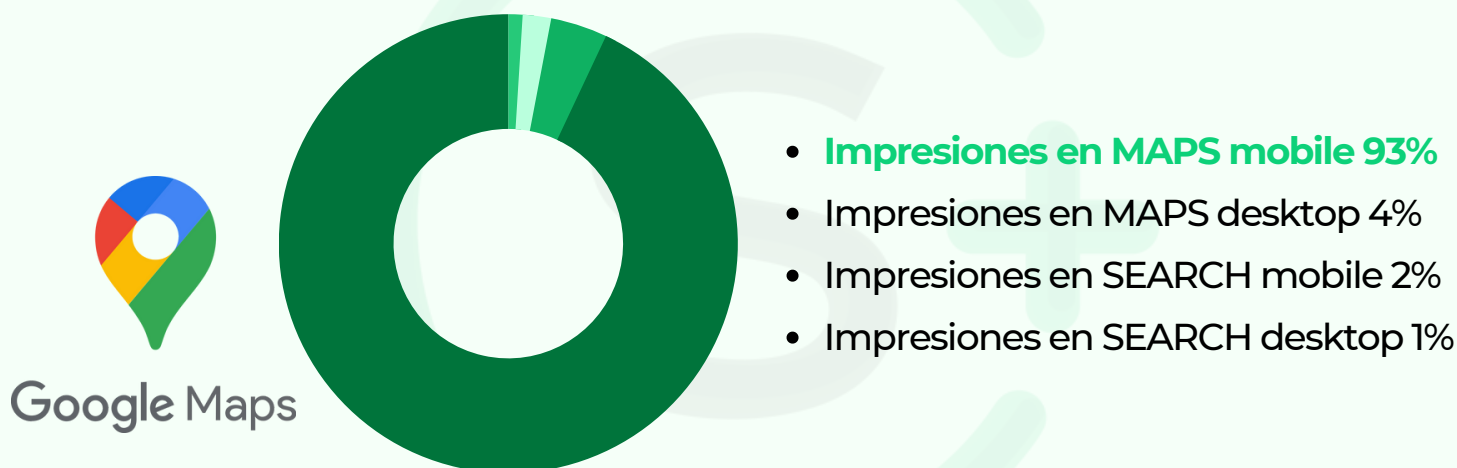
A través del análisis de situación que realizamos en Argentina, notamos que el campo de Google Maps está poco explotado, donde las marcas no tienen consistencia, abundan los perfiles con información clave sin completar, fotos de portada que no le dan la seguridad al usuario si se trata de una estación de servicio abandonada o si es real, perfiles sin verificar, perfiles falsos y duplicados.

Todos estos aspectos sin trabajar, se traducen en la falta de confianza de los usuarios a la hora de elegir una estación de servicio para poder llenar el tanque, parar a tomar un café o comprar una comida y así continuar su viaje.

# Impresiones de perfiles

En los perfiles las empresas de la industria gasolinera se ha notado que la mayor cantidad de impresiones de perfiles se generan a través de **Google Maps** y desde **dispositivos móviles**.

Las fichas de Google Maps pueden aparecer si se las busca desde Google Search o desde Google Maps. A su vez, un usuario puede realizar búsquedas desde su desktop o desde un dispositivo móvil.



Analizando estas 4 variables, para la industria de las gasolineras el canal más utilizado es **Google Maps** a través de un **dispositivo móvil**, lo cual hace mucho sentido ya que hablamos de un usuario que está en su vehículo en busca de una estación de servicio.

Sabiendo esto, es fundamental que las gasolineras gestionen sus perfiles de Google Maps con la misma dedicación (o más aún) que sus redes sociales, ya que al fin de cuentas, Google Maps es una red social, donde las marcas pueden compartir contenido con los usuarios y son un canal de contacto directo con ellos.

# Confianza al usuario

Entre los casos que hemos encontrado, se presentan varios perfiles duplicados o perfiles falsos de estaciones de servicio. Estos perfiles pueden haber sido creados por ex empleados de la empresa, clientes, personas ajenas a la marca y, en todos estos casos, el dueño de la EESS no tiene el control sobre la información del perfil. Esto puede causar grandes daños a la reputación de una marca, por ejemplo, si un usuario elige una EESS que queda sobre la ruta hacia su destino pero resulta que al llegar al lugar indicado se cuenta con una estación abandonada o cerrada porque el horario indicado no estaba actualizado.

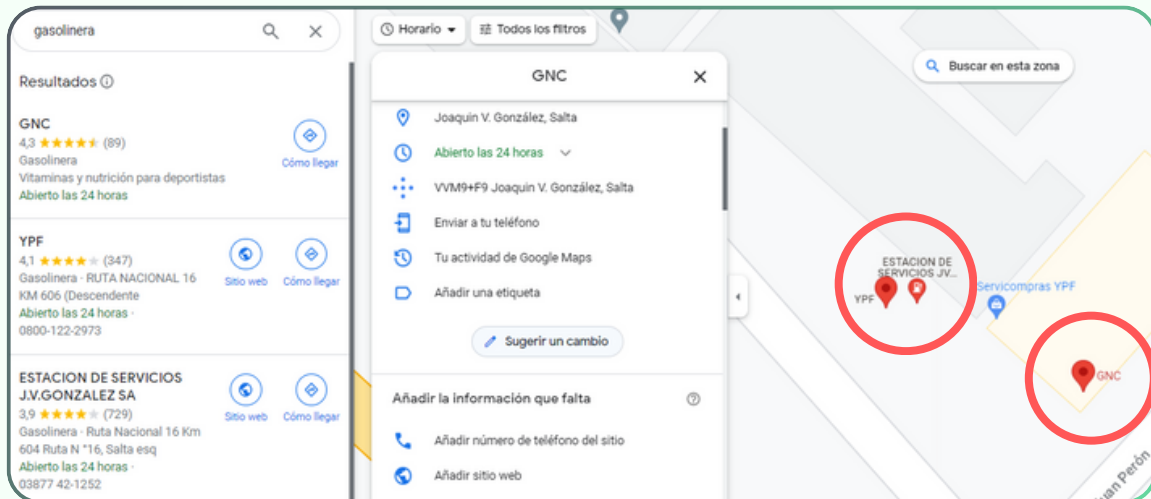
Esta mala experiencia del usuario lo único que genera es que la empresa “dueña” de ese perfil se quede con un cliente menos.

Lo mismo sucede cuando, el punto en el mapa está mal geolocalizado, lo cual genera complicaciones al usuario para saber cuál es la correcta entrada a la EESS

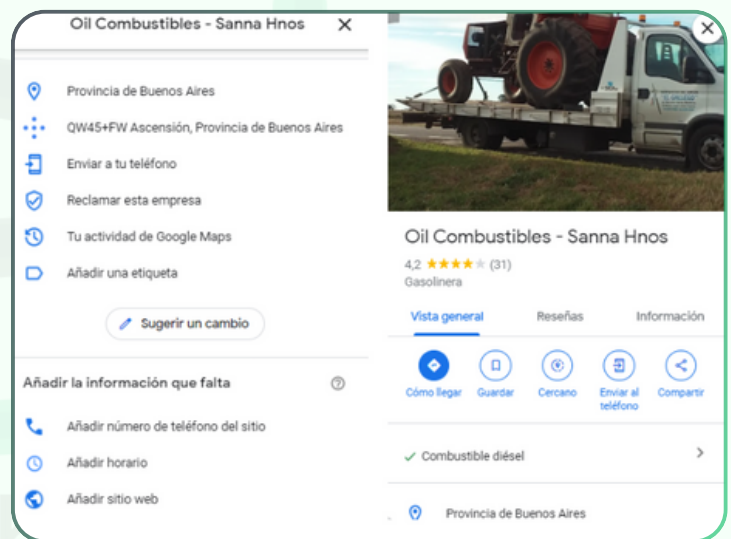
Un **perfil mal geolocalizado** puede ser una **pérdida de dinero** para tu empresa ya que puede que el usuario se pase de la entrada a tu establecimiento y se dirija a otra estación de servicio.

# Perfiles falsos y duplicados

Si no cuentas con el control de tus perfiles y tu red de estaciones podrán aparecer en Google Maps perfiles falsos o duplicados con información de tu establecimiento que puede generar malas experiencias a tus clientes.



Estos perfiles pueden haber sido creados por personas ajenas a la empresa, ex empleados o clientes que querían dejar una reseñas en tu perfil y crearon uno. En todos estos casos es importante que tu empresa, como propietario del negocio, reclame la propiedad.



Es claro que al contar con una red de cientos o miles de puntos es difícil tener un control de lo que está ocurriendo en Google Maps. Desde SearchMAS nuestro equipo de **Customer Success** dará asistencia en este dolor. Gracias a los relevamientos periódicos de nuestro equipo, se reportarán aquellos perfiles falsos.

De esa manera se tendrá un control de lo que esté en Google Maps y los usuarios encontrarán información validada por la empresa evitando malos entendidos o dirigir a un potencial cliente a un negocio falso o inexistente.

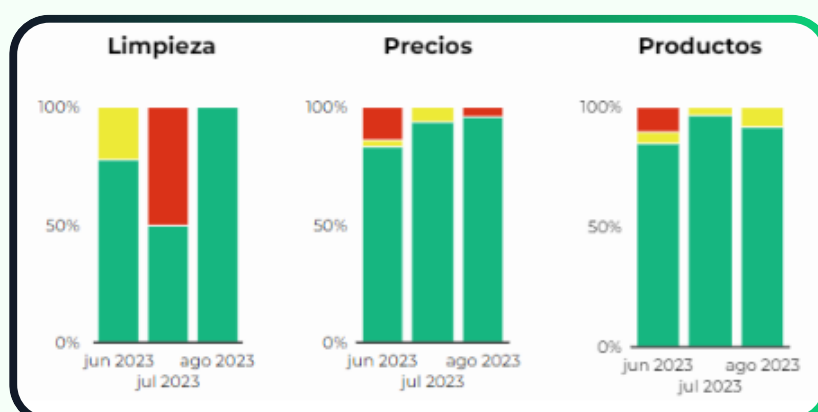
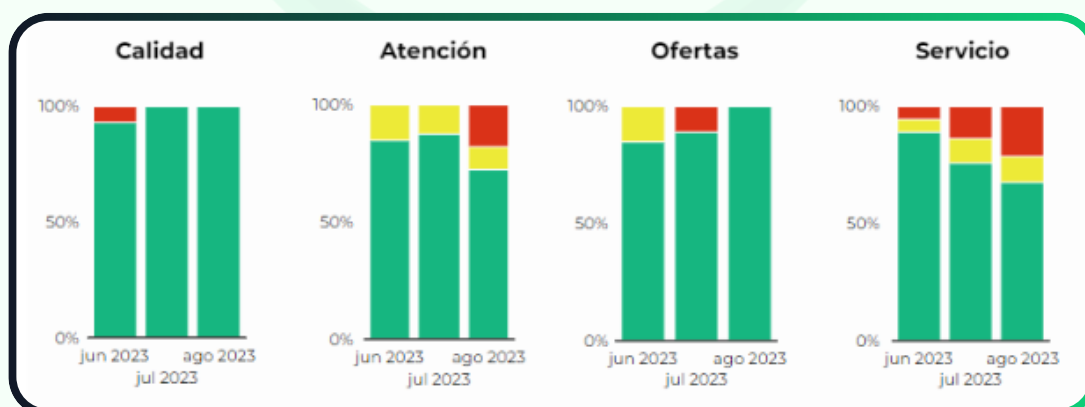


# Información valiosa

Gracias a nuestros reportes podremos analizar las reseñas que los clientes dejan en cada perfil de Google Maps. Un tema medular en la **reputación** de las estaciones de servicio, son las opiniones que los clientes dejan acerca de la limpieza de los baños.

Mediante el análisis de las reseñas que los clientes dejan en las fichas de Google Maps, podemos obtener información valiosa para saber qué puntos debes mejorar internamente y así **ofrecerles a tus clientes una mejor experiencia** en su próxima visita.

También podemos hacer este análisis aperturando por EESS, entonces sabremos cuál o cuáles son aquellas que están recibiendo una baja calificación por la limpieza, la atención del personal o precios y tomar medidas en base a ello.



# Tipos de estaciones de servicio

Según el arquitecto Patricio Pon existen 4 grandes grupos de estaciones de servicios.

1

El primer tipo de estaciones abarca a **aquellas que se encuentran en la zona central de un área urbana**. Estas, por lo general, cuentan con locales de pocos metros cuadrados, de rápida circulación, medios de pagos virtuales y consumo rápido.

A estas las identifica la **velocidad**: alta frecuencia de *clientes que necesitan resolver muy rápidamente la operación de carga de combustible y el consumo de algún producto o servicio de necesidad inmediata* como: fast food, kiosco, farmacia de mostrador, retiro de dinero, espacio para reuniones sociales o laborales, puntos para bici, lugar para mascotas.

2

El segundo tipo es el de las **estaciones ubicadas en zonas residenciales más alejadas del centro urbano**. En estos casos, el consumo es por cercanía. Tienen menor circulación de personas, por lo que los clientes pueden ir exclusivamente por el combustible o para satisfacer alguna necesidad de abastecimiento.

Es por esto que el bar de la estación puede ser un típico punto de encuentro. De esta manera, se podría pensar en **una propuesta más amplia, cómoda y con productos más elaborados**. Por ejemplo: alternativas que resuelvan una compra de necesidad no planificada (ferretería, alimentos para mascotas, farmacia con circulación interna, almacén).

3

El tercer grupo es el de las **periurbanas**. Para ellas, se piensan varias soluciones en un mismo lugar, donde se pueda desarrollar un destino de abastecimiento y/o esparcimiento, con **estadía más prolongada** y mayor nivel de consumo. Estos son locales más grandes con posibilidad de almacenar stock y las unidades de negocio recomendadas son: supermercados, viveros, lavadero de autos, farmacias, jugueterías, librería escolar, indumentaria deportiva, además de ofrecer un sector gastronómico con marcas populares.

4

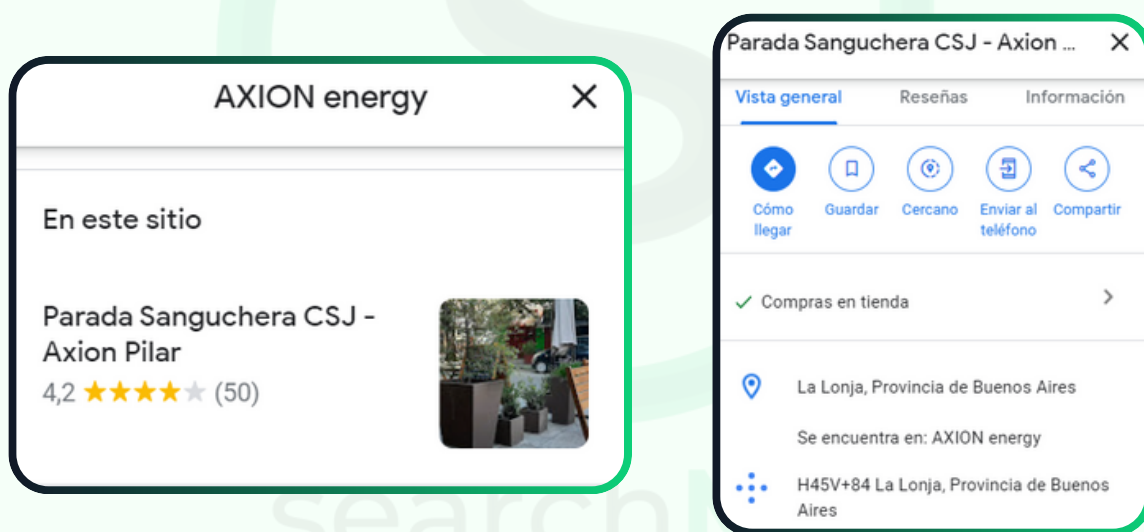
Por último, se encuentran las **Estaciones de Servicio del tipo ruter**. Estas reciben usualmente *dos clases de clientes distintos: el que requiere velocidad y el que precisa una pausa para el descanso*. Para ello se pueden pensar servicios para solucionar al viajante. Algunos consumen rápido, otros prefieren relajarse, comprar provisiones para el viaje, facilidad para acceder a baños y tienen consumos por impulso vinculados al trayecto.

Una vez que entendamos qué tipo de estación de servicio debo gestionar podré tomar decisiones que impulsen su visibilidad. **Desde SearchMAS recomendamos que cada negocio tenga su ficha de Google Maps propia**. Esto posibilitará que si cuento con una farmacia dentro de mi EESS ésta pueda posicionarse en los resultados cuando un usuario busque la palabra “ibuprofeno” o “medicamentos” en Google Maps, ya que **cada perfil tendrá su propia categoría primaria**.

# Shops en tu establecimiento

Muchas estaciones de servicio cuentan con shops o tiendas que son de interés para los viajeros que quieren hacer una parada para comprar una comida o tomar un café.

No siempre estas tiendas manejan los mismos horarios que los de la carga de combustible, por lo cuál resulta importante informar a los usuarios acerca de los horarios de cada área y mantenerlos actualizados. De esa manera los usuarios podrán guiarse de la información correcta para planear una ruta de viaje y no encontrarse con una tienda cerrada y así dañar la reputación de la marca.



En el ejemplo podemos ver cómo dentro de la ficha de **AXION energy** se encuentra la de **Parada Sanguchera**. Cada negocio con su respectiva información, teléfono de contacto, sitio web y sobre todo horarios. Esto se llama anidar negocios dentro de tu perfil. Otros ejemplos que podemos encontrar son los de las estaciones de **Puma Energy** y las hamburgueserías de Dean&Dennys.

Estas decisiones las indicarán el tipo de estación de servicio que poseas y será crucial saber cuáles son las estrategias que debes tomar para cada tipo.

# Atributos

Los atributos pueden marcar la diferencia entre aparecer o no en los resultados de una búsqueda.

Si un usuario busca una característica en particular, por ejemplo, pago con tarjeta de crédito, entrada con acceso para silla de ruedas, sanitarios, o especificaciones relacionadas a las gasolineras como si ofreces cambio de aceite, combustible libre de etanol o si tienes lavado de autos podrán encontrarte en los resultados si has indicado ese atributo.

Todas estas características que tiene tu negocio es importante que las indiques ya que podrás coincidir con las búsqueda del usuario y ser opción para que te visite.

Información de la empresa

Acerca de Contacto Ubicación Horario Más

Ofrece bucle magnético de asistencia	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Ofrece entrada con acceso para silla de ruedas	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Ofrece espacio accesible para personas en silla de ruedas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Ofrece estacionamiento con acceso para personas en silla de ruedas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Cuenta con sanitarios accesibles para personas en silla de ruedas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

Información de la empresa

Acerca de Contacto Ubicación Horario Más

Ofrece servicio de cambio de aceite	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Vende combustible diésel	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Se vende combustible libre de etanol	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Gasolinera que ofrece servicio completo	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Ofrece lavado de autos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

Información de la empresa

Acerca de Contacto Ubicación Horario Más

Servicios

Muestra atributos en tu Perfil de Negocio para que los clientes obtengan más información sobre tu empresa. Es posible que aparezcan de manera pública en la Búsqueda, Maps y otros servicios de Google. [Más información](#)

Tiene sanitario	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Este lugar tiene sanitarios unisex	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Cuenta con un mecánico	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

Información de la empresa

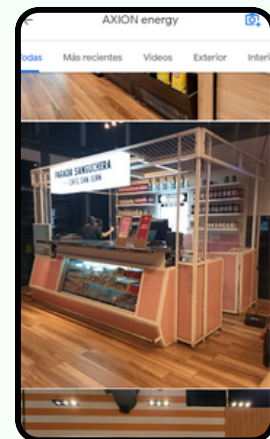
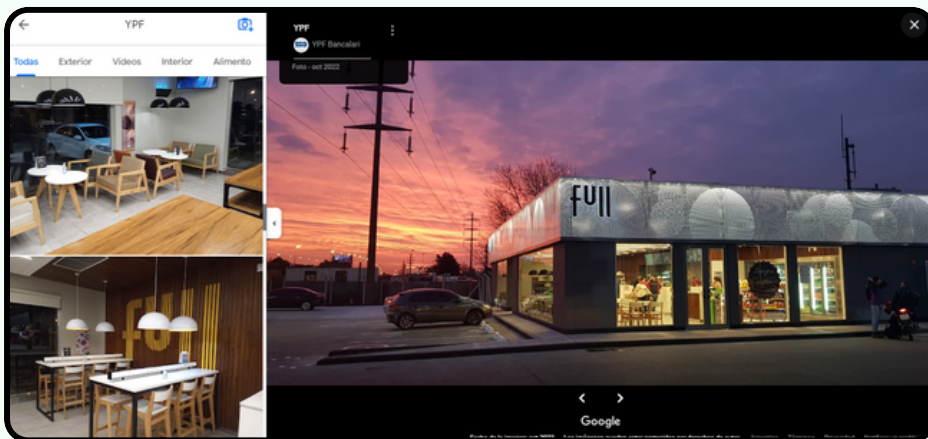
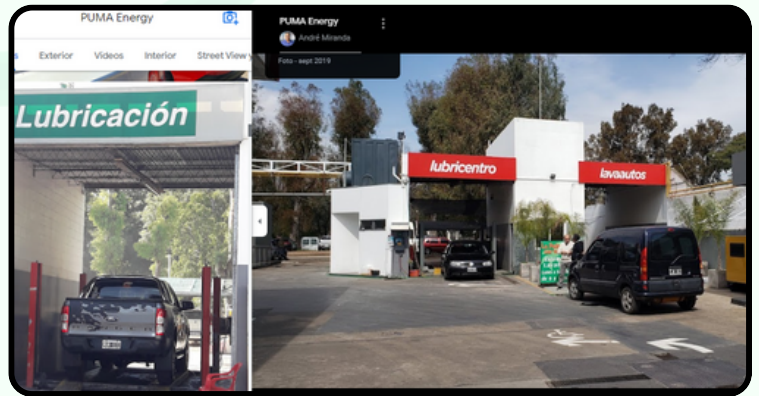
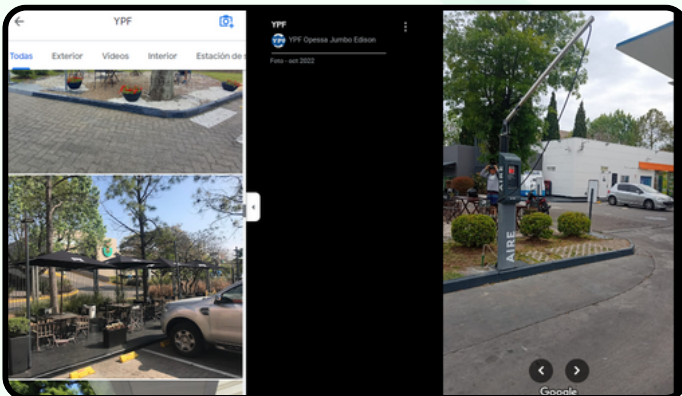
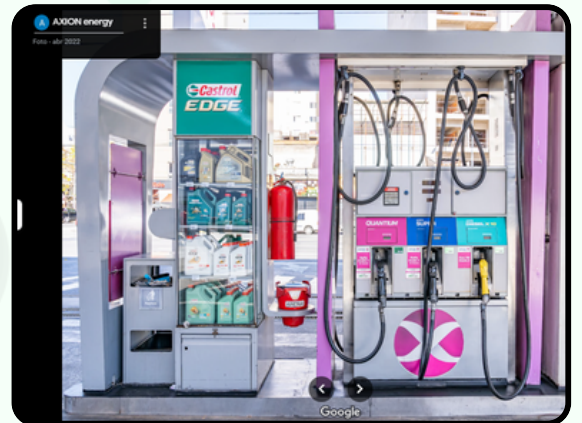
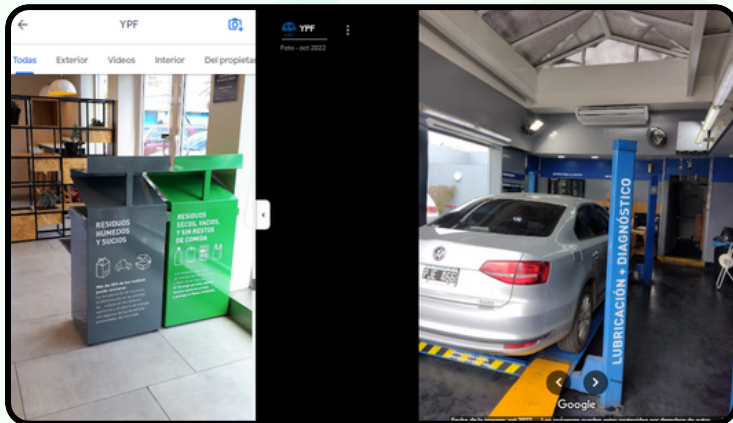
Acerca de Contacto Ubicación Horario Más

Se aceptan tarjetas de crédito	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Tarjetas de crédito		
American Express	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
China Union Pay	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Diners Club	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

# Fotos

Las fichas de Google Maps son una gran oportunidad para mostrarle al usuario lo que tenes para ofrecer. Mientras más contenido tengan tus perfiles más relevantes van a ser y mejor van a posicionar.

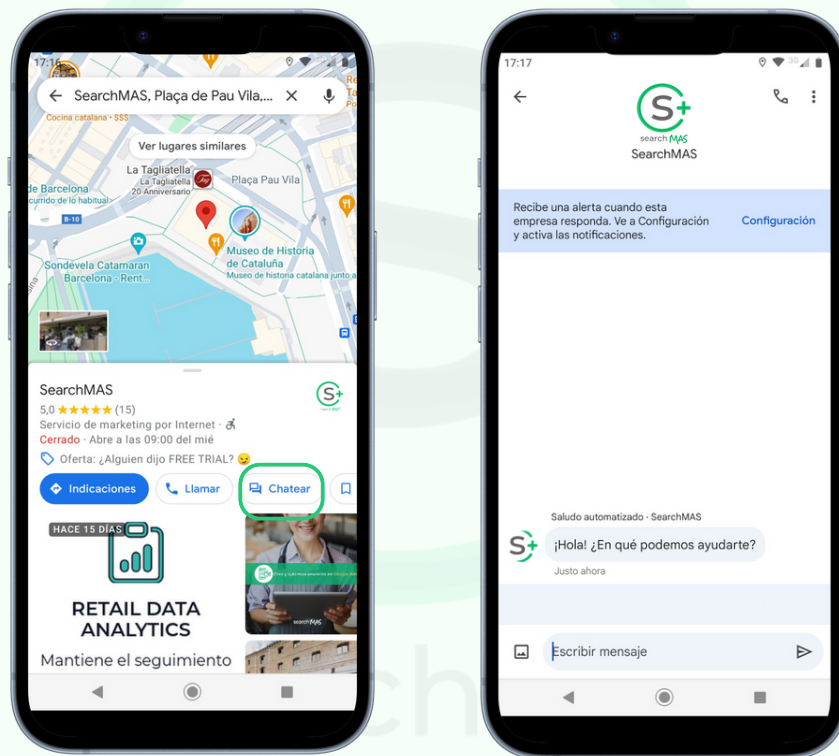
El objetivo es que muestres tus instalaciones, cómo es tu shop, el estacionamiento, si cuentas con cargadores de autos eléctricos, si tienes vestuarios o alojamiento entre otros. También recomendamos subir imágenes de los productos que ofrecés, desde aceites para motor hasta repuestos, hielo y gas envasado.



# Chat / Direct Messages

Esta funcionalidad que Google ha agregado en los perfiles permite a los usuarios chatear con los negocios para resolver de manera ágil cualquier consulta sobre sus servicios.

Recientemente cuestiones como la falta de combustible en las EESS ha sido un tema que preocupó a varios usuarios y algunas marcas han aprovechado este canal para responder las consultas sobre la disponibilidad.

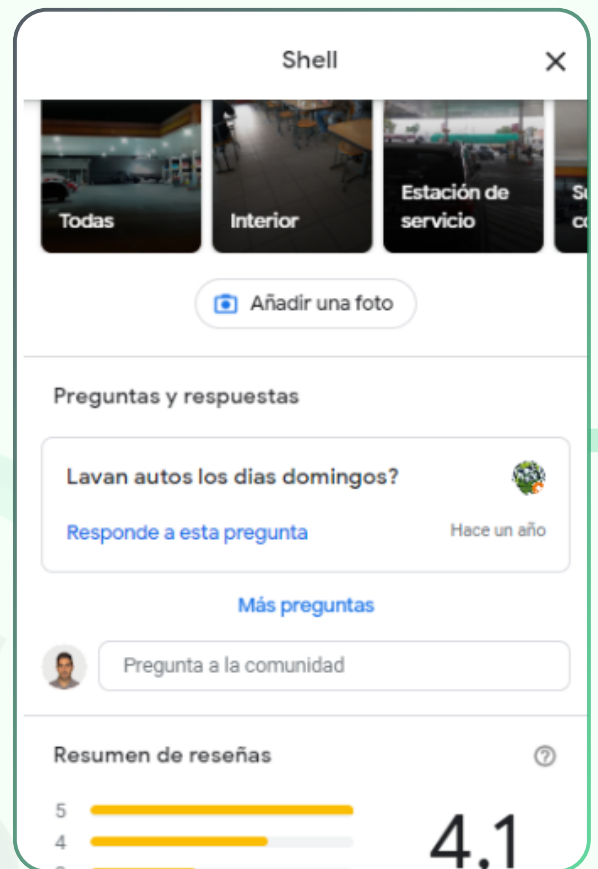


Desde SearchMAS brindamos una herramienta de gestión centralizada dónde se podrá chatear con los usuarios y dar respuestas a sus consultas. Además podemos desarrollar integraciones con otras plataformas de call centers o CRM para unificar los canales de contacto con el público.

# Preguntas y respuestas

Dentro de las fichas de Google Maps hay una sección que se llama preguntas y respuestas. Estas preguntas que hacen los usuarios las pueden responder cualquier usuario de Google o el propietario del negocio.

Vemos que en el perfil de **Shell** un usuario pregunta sobre un servicio que ofrecen. El hecho de responder la consulta puede generar un nuevo cliente



Recomendamos que sean respondidas por el propietario ya que son preguntas acerca de tu negocio y para no correr riesgo que un usuario responda de manera equivocada. De esa manera, el usuario que consulta recibirá una respuesta del propietario mejorando así su experiencia con la marca.

No dejes pasar la oportunidad de responder a las consultas de tu audiencia y potenciales clientes.

**Con la herramienta de SearchMAS** podrás realizar 2 acciones:

- Responder todas las preguntas de tu audiencia
- Crear tú mismo las preguntas y respuestas para que toda tu comunidad las vea y así reforzar la comunicación.



# Publicaciones

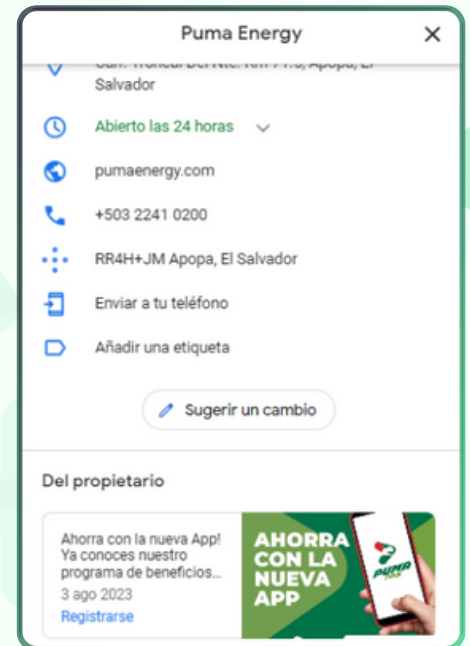
Google te permite compartir noticias sobre tu negocio como publicaciones en tu ficha. De esta manera podrás atraer a tu audiencia con contenido de interés.

Recomendamos **aprovechar esta gran vitrina virtual para publicar:**

- Novedades de producto o servicios
- Plan de beneficios
- Link a descargar una App.
- Eventos
- Ofertas y promociones

Vemos el caso de **Puma Energy** en El Salvador, dónde a través de una publicación comunica su aplicación con beneficios y en el Call To Action te envía hacia la descarga de la App.

Estas publicaciones se podrán crear y programar de manera masiva a través de nuestra herramienta de gestión, la misma se puede vincular con tu Instagram para utilizar las mismas imágenes. De esta manera en 2 pasos podrás crear publicaciones para toda tu red de estaciones de servicios.



# Cargador de autos eléctricos

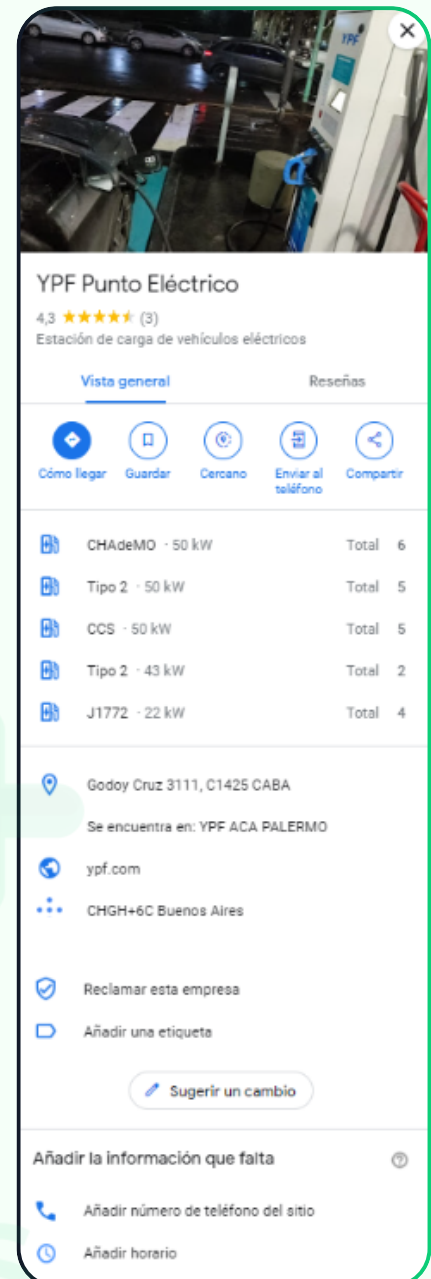
Con el avance de las tecnologías y la llegada del auto eléctrico a la Argentina algunas estaciones de servicio han incorporado cargadores para autos eléctricos. Este tipo de servicio puede agregarse a Google Maps y así darás visibilidad de lo que ofreces y podrás *conseguir tráfico hacia tus puntos de venta*.

Google Maps te permite indicar el tipo de cargador con el fin de que los usuarios de autos eléctricos sepan si cuentas con el cargador para tu vehículo.

En el ejemplo de **YPF** vemos que tienen bien detallado los distintos tipos de cargadores que poseen y la categoría primaria del negocio correcta. Cuando vemos otros datos del perfil vemos que el perfil no está verificado y que falta información clave como el horario y el teléfono. Esta falta de datos mejora la experiencia del usuario por lo que es importante contar con perfiles completos y actualizados.

A este tipo de perfil de negocios se lo evalúa de la misma manera como si fuese una tienda, por lo que los **perfiles más completos**, con mayor *contenido*, con mayor *cantidad de reseñas* y que estas sean *respondidas* entre otras cosas, harán que aparezca en primeras posiciones cuando un usuario busque palabras como “cargador para auto eléctrico”.

**Por lo tanto, es importante que estos perfiles sean gestionados y optimizados para aumentar el tráfico hacia tus instalaciones.**



# Análisis de las principales marcas

A photograph of a modern gas station. The station features several fuel pumps with a red and white color scheme. The pumps are arranged in a row under a large, dark-colored canopy with a red accent. The background shows a clear sky and some buildings, suggesting an urban or suburban setting. The overall scene is well-lit, likely during the day.

En los gráficos veremos la cantidad de apariciones que obtuvieron las empresas en el Top3, Top10 y Top20 de los resultados.

Cada palabra clave se ha buscado en los 27 códigos indicados al final del informe.

# YPF

YPF es la gasolinera con mayor cantidad de EESS a lo largo del país, en este informe hemos analizado un total de 307 perfiles de su red.

Como ya mencionamos en anteriores reportes, uno de los factores que impulsa tu visibilidad es la distancia.

La distancia es la separación que hay entre cada posible resultado de búsqueda y la ubicación del usuario que realiza la búsqueda, por lo que tener una red amplia de puntos de ventas favorecerá mayor apariciones en los resultados.

En otras palabras, al tener una distribución tan extensa cada usuario cuando busca una gasolinera es muy probable que le aparezca una YPF en los resultados.



Además de ser la gasolinera con más EESS también es la que tiene mayor promedio de reseñas 935 por cada perfil en Google Maps, lo cuál no sólo impulsa el mejor posicionamiento sino también permite a los negocios posicionarse por las palabras que los clientes dejan en los comentarios de las reseñas:

La importancia de las reseñas y los comentarios que dejan tus clientes. Si tus clientes dejan palabras claves en sus reseñas podrás aumentar tus posibilidades de aparecer en los resultados.

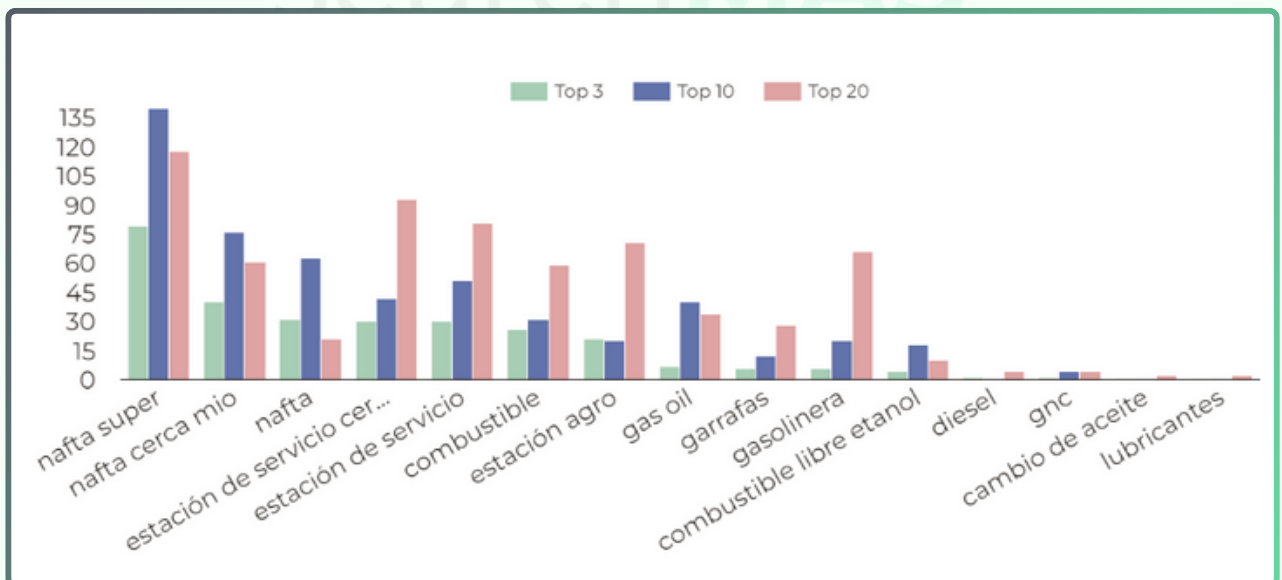
Vemos el caso de YPF que posiciona para “lubricantes” gracias a que un cliente lo mencionó en su reseña

**YPF San Juan y Solís**  
4,0 ★★★★★ (4.922)  
Servicio de cambio de aceite · Av. San Juan 1733  
**Abierto las 24 horas** ·  
011 3221-4578

[Sitio web](#) [Cómo llegar](#)

🗣️ "Poseen ademas lubricantes y respuestos variados."

Sumado a la gran cantidad de reseñas en cada establecimiento YPF tiene una reputación promedio de 4,17, lo cual la ubica por encima de la media del mercado.

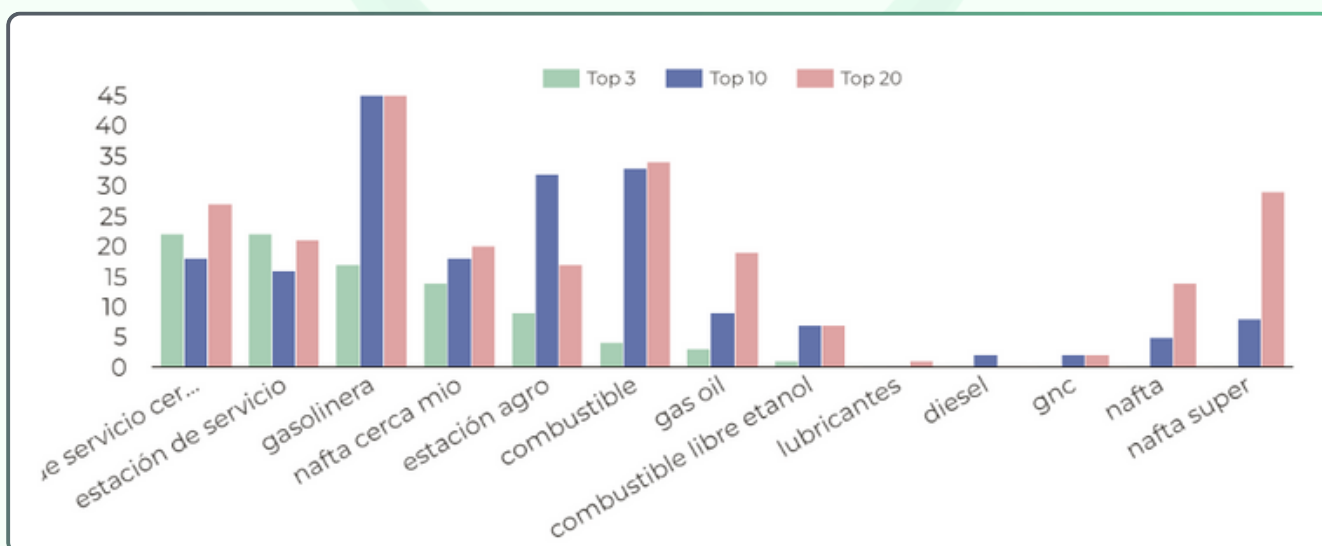




De toda la red de AXION energy en este reporte se han analizado 80 EESS.

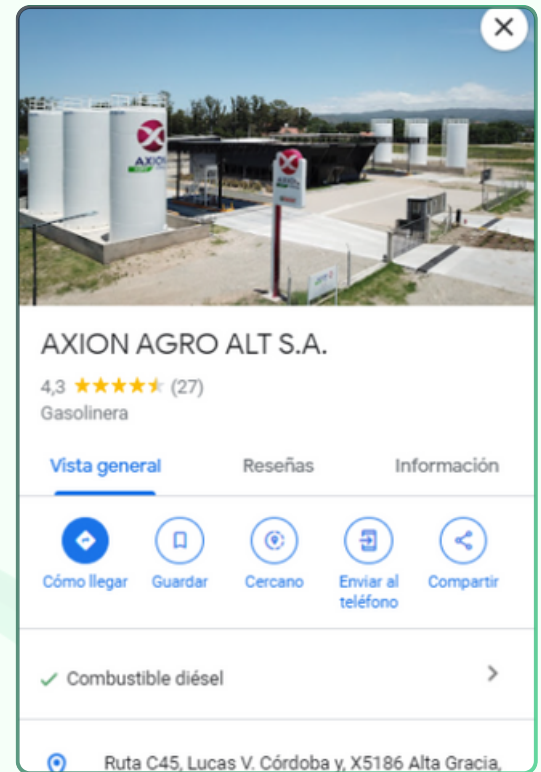
Destacamos de AXION energy que tiene **la mejor reputación promedio** de la industria con una calificación de 4,22. Recordamos el impacto que tiene en el posicionamiento no solamente de la cantidad de reseñas sino también la calificación que dejan los clientes. Además, los usuarios suelen elegir aquellos negocios con mejor calificación, por lo que AXION al brindar una **mejor experiencia** eleva las probabilidades que los usuarios los elijan y, mejor todavía, que los clientes los vuelvan a visitar.

En cuanto al volumen de reseñas AXION energy registra un promedio por encima de la media de la industria de 603 reseñas por perfil.

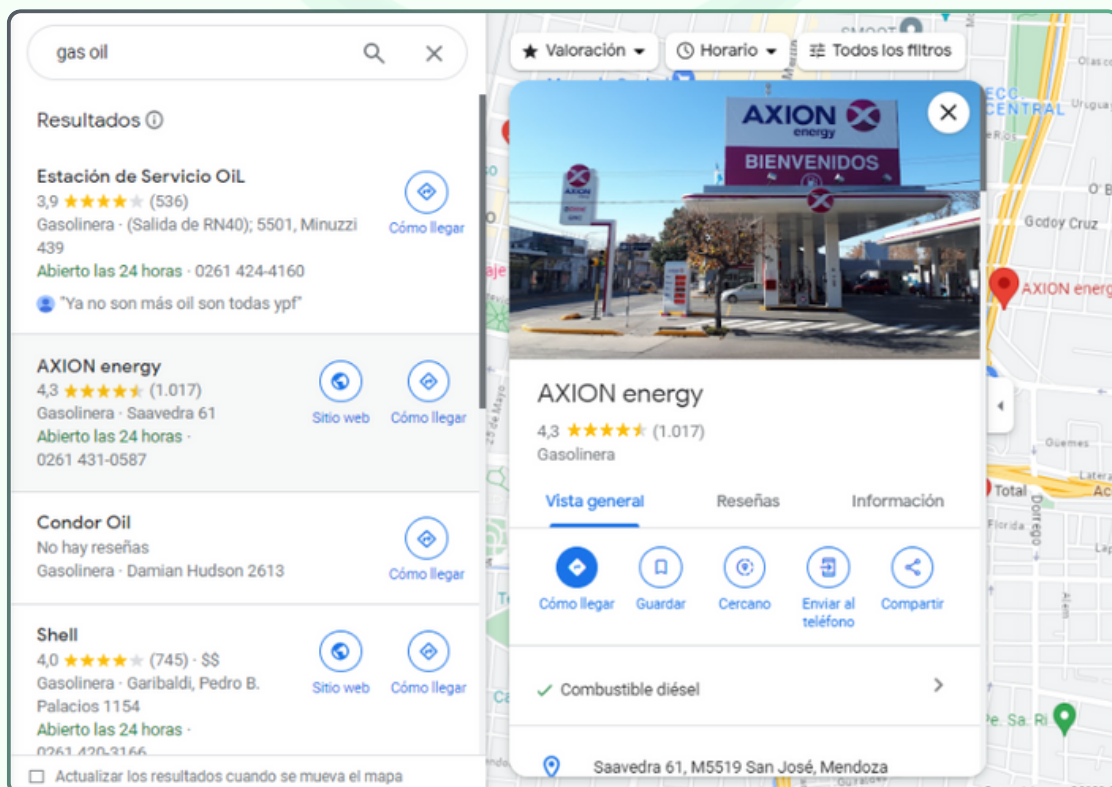


Desde SearchMAS podemos generar **códigos QR** para cada una de tus EESS y luego coloques dentro de tus establecimientos, de esa manera facilitarás el acceso de tus clientes a tus fichas y así incrementar el volumen de reseñas.

Aquellas EESS que brinden un servicio especializado, por ejemplo aquellas que sean **Agro**, es importante que las distingas para que Google las pueda reconocer y te ayude a posicionar para las búsquedas relacionadas. Vemos aquí en el ejemplo como AXION energy agrega al nombre del negocio la palabra Agro y su foto de portada enseña cómo es el establecimiento: una buena práctica para mejorar la experiencia del usuario.



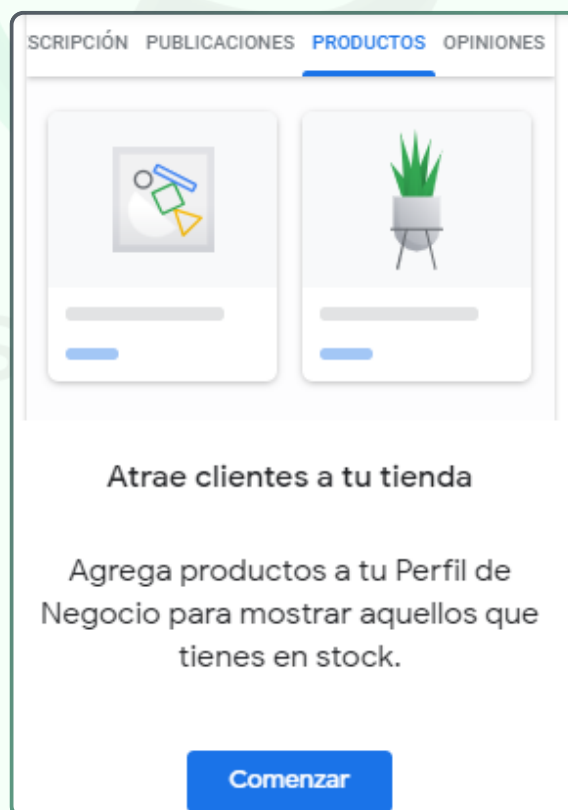
Tal cómo mencionamos antes la importancia de los **atributos**, en el siguiente ejemplo podemos ver cómo AXION energy posiciona para la palabra Gas Oil ya que su ficha ha indicado en los atributos que ofrece Combustible Diésel.



Algunas gasolineras además de combustibles venden otros productos fabricados por ellos, por ejemplo YPF con Elaion, Puma Energy con su línea de aceites lubricantes. Otras poseen alianzas con empresas que apuntan a un mismo consumidor por ejemplo AXION energy con Castrol.

Las fichas de Google Maps permiten dar visibilidad de los **productos** que ofreces. Por eso mismo debes aprovechar la oportunidad de contarle a los usuarios qué tienes para ofrecer, agregando fotos de tus productos, una descripción y hasta el precio (opcional).

Si dentro de tu establecimiento ofreces productos como gas envasado, repuestos, parabrisas, etc. asegurate de tenerlo dentro de los productos de tu perfil.







Shell tiene un punto fuerte el cuál es que todos su perfiles de negocios se encuentran **verificados**. Este logro cumplido demuestra a los usuarios que todos los perfiles son gestionados por el propietario y han sido comprobados por Google como negocios reales. De esta manera le dan la **confianza** al usuario de que el perfil es gestionado por la marca o el dueño del establecimiento.

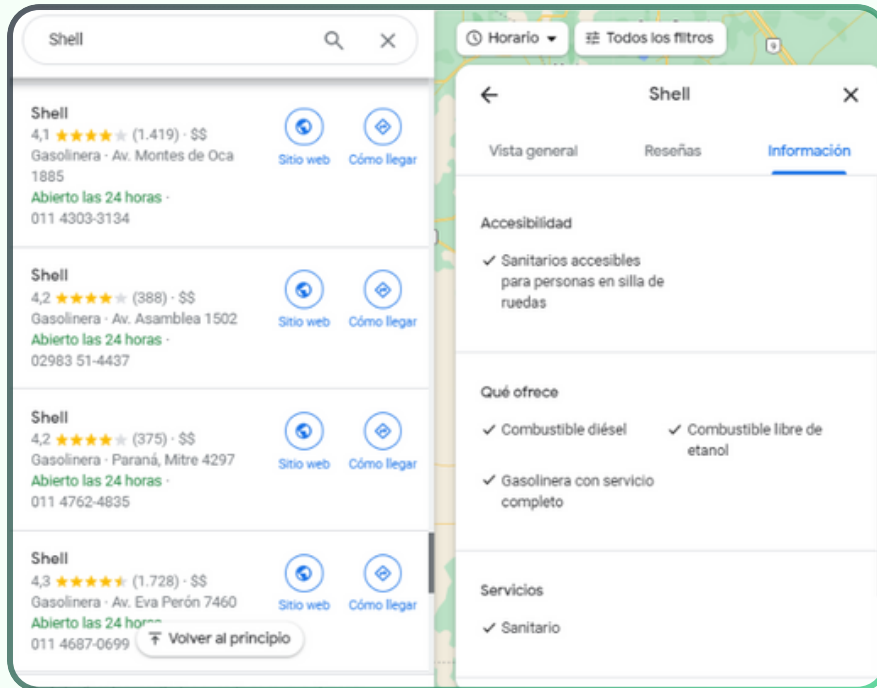
Además destacamos que todos los perfiles poseen el sitio web y que al hacerle clic nos envía a una landing page dentro del sitio web oficial de Shell con **información muy completa** del establecimiento, lo cual sin dudas mejora la **experiencia del usuario** que busca informarse sobre el negocio que quiere visitar.



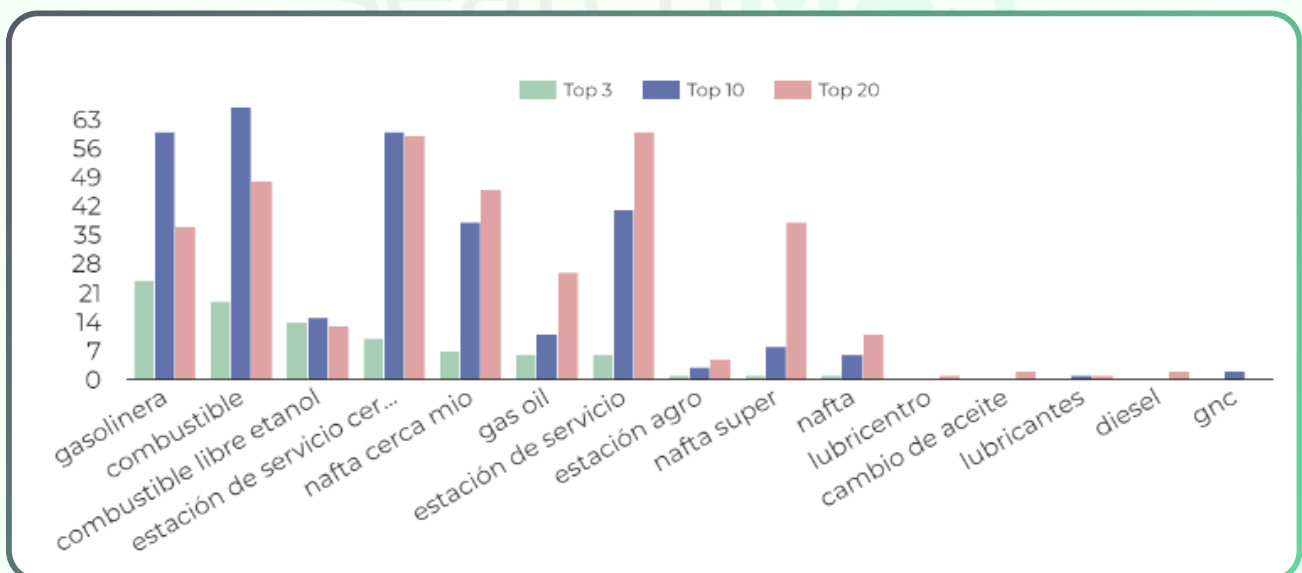
find.shell.com

A screenshot of the Shell website for a specific location. The page features the Shell logo in the top left corner and language options (AR, EN, ES) in the top right. The main content area is divided into sections: 'LA PANAMERICANA S.C.A.' with address and phone number, 'Fuels' listing various Shell products, 'EV Charging' and 'Hydrogen' sections with 'No information available' messages, and 'Opening Hours' for 'Forecourt' on Monday. A map is visible at the bottom right, showing the location of the station.

En este informe se han analizado 122 EESS de Shell, destacamos el que es la gasolinera con mejor posicionamiento para la búsqueda de “combustible libre etanol”. Este posicionamiento se lo atribuimos a lo completo que están sus perfiles y remarcamos la importancia de completar los atributos ya que te permiten aparecer en búsquedas específicas.



Con respecto a la reputación de Shell registra un promedio de 4,15 ubicándose en la media de la industria y notamos una cantidad promedio de 718 reseñas por ubicación lo cual es destacable.

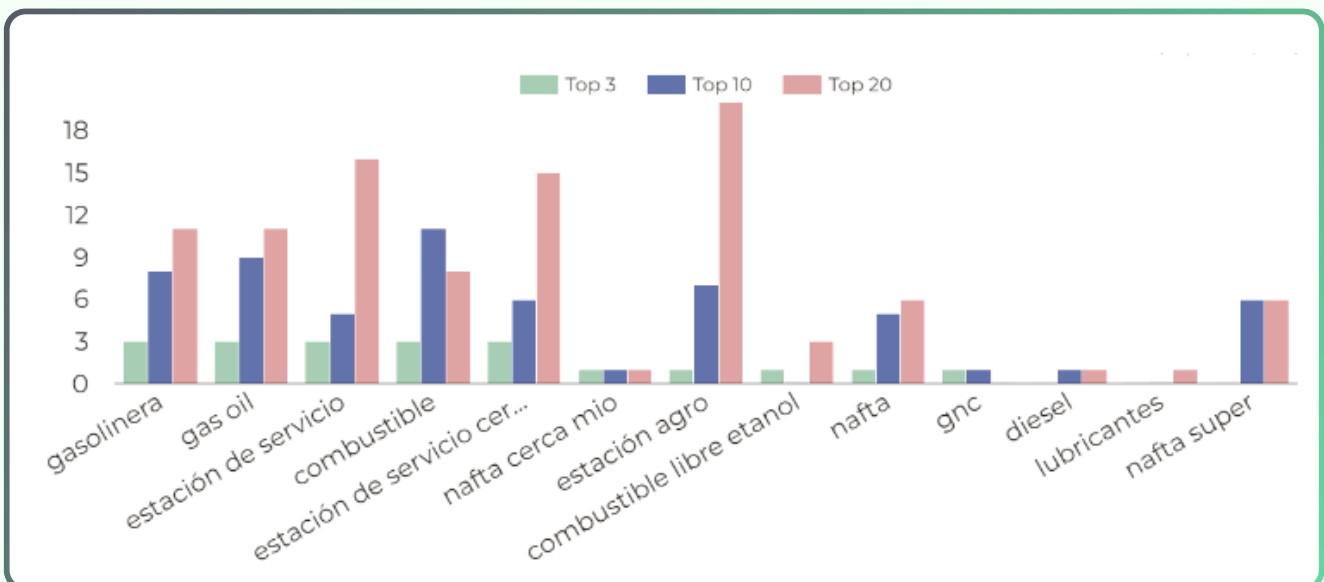




Puma Energy tiene una reputación por encima de la media, alcanzando una calificación promedio de 4,2 en las 58 estaciones de servicio alcanzadas en este informe. La cantidad promedio de reseñas por perfil es de 275, lo cual lo ubica por debajo de otros competidores.

Puma Energy tiene un volumen alto en apariciones para la palabra estación agro. Es importante destacar esto en tus perfiles ya que se tratan de un tipo especial de EESS con un servicio destacado.

También se han encontrado perfiles sin verificar y con información faltante. Trabajar en estos puntos y los que menciona este informe le permitirá mejorar el posicionamiento y así su visibilidad





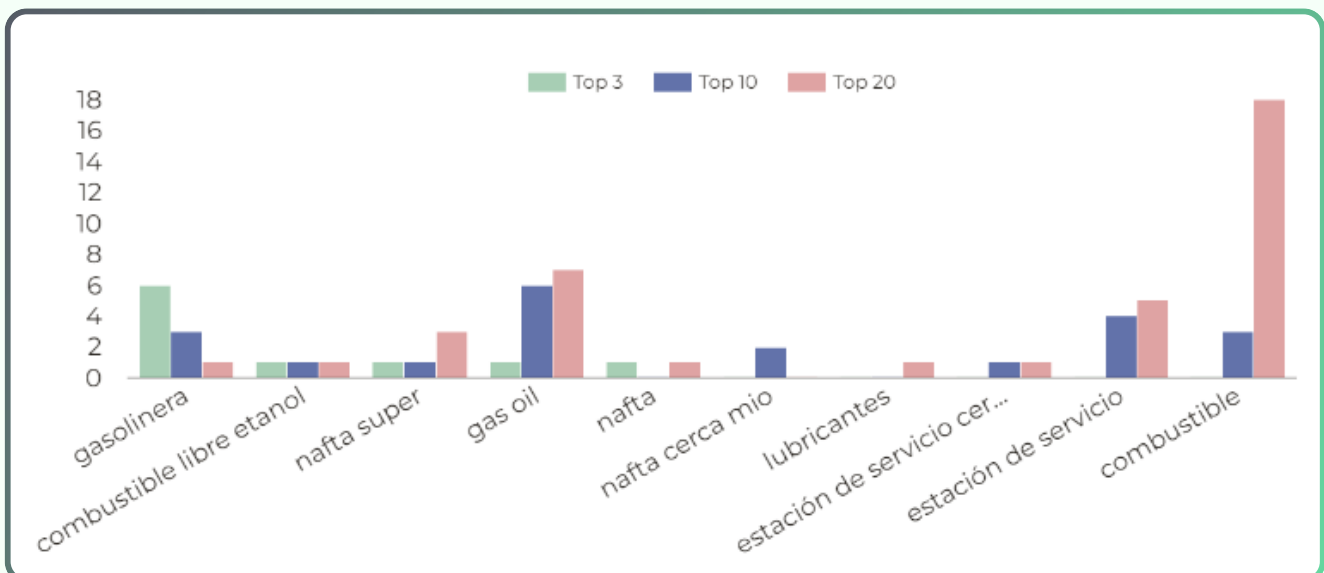
Con respecto a Gulf, se han evaluado 16 EESS en este informe para los códigos postales analizados.

Al no poseer una red extensa recomendamos optimizar sus perfiles para poder mejorar su posicionamiento y obtener mayor visibilidad.

Entre los factores que mejoran el posicionamiento encontramos la verificación de los perfiles, contar con una elevada cantidad de reseñas, superar la reputación promedio de la industria, tener perfil con información completa, cómo sitio web, horarios y teléfono entre otros datos.

La reputación promedio de las EESS analizadas es de 4,05, lo cual la ubica por debajo de la media de la industria. Sería conveniente analizar las reseñas negativas y comprender qué le reclaman sus clientes para poder mejorar su servicio y recibir mejores calificaciones.

La cantidad promedio de reseñas es de 184 por estación.



search<sup>®</sup>MAS

# Conclusión



# Conclusión

Con todo lo mencionado en este informe queda demostrada la importancia que tienen las fichas de Google Maps en esta industria.

No sólo para que los usuarios puedan encontrarte y realizar su compra, sino también para mostrarle todo lo que tienes para ofrecer y distinguirse frente a tus competidores, dado que lo que ofrece cada compañía no termina en una carga de combustible.

Hoy en día, la mayoría de las estaciones brindan otros servicios, comodidades, productos, oportunidades para los usuarios, y el canal indicado para exhibirlo es tu perfil de negocios.

Aquí es donde puedes hacer que tu negocio incremente su visibilidad y conseguir nuevos clientes en busca de lo que ofreces.

A continuación te contamos nuestras recomendaciones para que puedas mejorar tu presencia en Google Maps

# Recomendaciones

- ✓ Verifica tus perfiles y genera confianza en el usuario. (existen bastantes perfiles falsos o duplicados y no quieres que piensen eso de tu negocio)
- ✓ Agrega atributos. Estos marcan la diferencia cuando un usuario realiza una búsqueda específica.
- ✓ Sube fotos y contenido de tu establecimiento, de esa manera los usuarios sabrán que ofreces antes de visitarte.
- ✓ Toma decisiones en base a lo que dicen tus clientes en sus reseñas para brindarles una mejor experiencia en su próxima visita.
- ✓ Responde tus reseñas, eso afianzará la relación con tus clientes y deriva a otro canal los que te han dado una baja calificación, así sabrás mejor cómo ha sido su experiencia
- ✓ Crea publicaciones para compartir contenido de interés, como descuentos, promociones o Apps de beneficios.
- ✓ Activa tu Chat y responde de manera ágil las consultas de tu audiencia.
- ✓ Contesta las preguntas que los usuarios hacen de tu negocio.

En **SearchMAS** tenemos la solución a estas tareas...

# Nuestra Solución

Cuenta de 3 pilares

- Un **equipo de soporte** que te dará asistencia y solicitará la información para que tu red esté completa, actualizada y verificada.
- **Herramienta Web y Mobile App de SearchMAS** para que puedas editar de manera centralizada la información de tus perfiles y gestionar la actividad de toda tu red de EESS desde un mismo lugar.
- **Reportes completos con métricas de performance de toda tu red de estaciones de servicio**, como cantidad de impresiones e interacciones, análisis de posicionamiento y de reputación y tópicos más mencionados en las reseñas recibidas.

search<sup>®</sup>MAS





# Datos del informe

El presente reporte se llevó a cabo en Octubre del 2023 para los siguientes códigos postales y palabras claves

Localidad	Código Postal
Bs As - El Pato	B1893
Bs As - Chascomus	B7130
Bs As - Dolores	B7100
Bs As - La Plata	B1900
Bs As - Mar del Plata	B7600
Bs As - Pergamino	B2700
Bs As - Pilar	B1629
Bs As - Salto	B2741
Bs As - San Nicolás	B2900
Bs As - Tres Arroyos	B7500
CABA - Barrio Recoleta	C1763
CABA - Centro	C1054
CABA - Palermo	C1425
Córdoba - Capital	X5000
Córdoba - Marcos Juárez	X2580
Córdoba - Río Cuarto	X5800
La Pampa - Santa Rosa	L6300
Mendoza - Capital	M5500
Misiones - Puerto Iguazú	N3370
Neuquen - Capital	N8300
Neuquen - San Martín de los Andes	Q8370
Río Negro - Bariloche	R8400
Río Negro - General Roca	R8332
San Juan - Capital	J5400
Santa Fe - Capital	S3000
Santa Fe - General López	S2255
Santa Fe - Rosario	S2000

## Palabras claves:

- Cambio de aceite
- Combustible
- Combustible libre etanol
- Diesel
- Estación Agro
- Estación de servicio
- Estación de servicio cerca
- Garrafas
- Gas oil
- Gasolinera
- GNC
- Lubricantes
- Lubricentro
- Nafta
- Nafta cerca mio
- Nafta super

# ¡CONTÁCTANOS!

Nuestro amplio equipo de profesionales estará encantado de informarte más sobre datos de industrias y nuestras herramienta para la gestión de SEO Local



**LUISA IRIGOYEN**  
GROWTH MANAGER  
+54 9 112761 8683



**PATRICIO GONZALEZ IBAÑEZ**  
GROWTH COORDINATOR  
+54 9 114435 3227

Visita nuestra Web y conócenos  
[www.searchmas.es](http://www.searchmas.es)

search® **MAS**