SEOSEMPERE

GUÍA DE TRABAJO · 20-25 MINUTOS

¿Qué encuentra un comprador cuando busca tu empresa?

11 comprobaciones para fabricantes y empresas industriales B2B

ANTES DE EMPEZAR

Elige un producto o solución y un mercado concreto. Revisa lo que ve el comprador en Google, ChatGPT, tu web y fuentes sectoriales. Después decide hasta tres mejoras con responsable y primer paso.

TU CONTEXTO

Empresa (opcional)

Producto o solución prioritaria

Tipo de comprador

Mercado / país prioritario

CÓMO UTILIZAR ESTA GUÍA

01 Haz las pruebas, sin cambiar el mercado en mitad del ejercicio.

02 Marca un estado por prueba: correcto, mejorable, por comprobar o no aplica.

03 Anota evidencias concretas y selecciona tres mejoras, no once.

SEOSEMPERE

A · QUE TE ENCUENTREN

01 / 11

2 minutos

Cuando buscan vuestra empresa por su nombre, ¿qué aparece?

HAZ LA PRUEBA

Abre Google en una ventana de incógnito, sin iniciar sesión. Busca el nombre comercial. Si puede confundirse con otro, repite añadiendo municipio o producto principal.

QUÉ OBSERVAR

Web oficial identificable; actividad y descripción actuales; contacto coherente; posibles fichas antiguas o empresas con nombres parecidos.

LÍMITE DE LA PRUEBA

Incógnito reduce el efecto del historial, pero no elimina ubicación, idioma o dispositivo. Una prueba aislada no demuestra fallos de indexación.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Corrige primero la web y las fichas propias; después contrasta referencias externas relevantes. Responsable habitual: marketing o administración.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Nombre exacto buscado y página o ficha que genera dudas:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

SEOSEMPERE

A · QUE TE ENCUENTREN

02 / 11

3 minutos

¿Se os puede descubrir al buscar una solución sin conocer vuestra marca?

HAZ LA PRUEBA

En Google incógnito, sin sesión, realiza dos consultas sin marca: una de producto/servicio y otra de aplicación o necesidad. Añade zona si el servicio es regional.

QUÉ OBSERVAR

Qué tipo de resultados aparecen (fabricantes, distribuidores, directorios, documentación); si tu empresa tiene una página útil para esa búsqueda.

LÍMITE DE LA PRUEBA

Dos consultas no miden demanda, tráfico, posición media ni potencial comercial. No aparecer no implica que convenga invertir en SEO.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Valida los términos con ventas y revisa si tu web cubre la necesidad. Estudia la demanda solo si encaja en una prioridad comercial. Responsable: comercial y marketing.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

○ Correcto ○ Mejorable ○ Por comprobar ○ No aplica

Consulta 1 / consulta 2, página propia y oportunidad real:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

SEOSEMPERE

A · QUE TE ENCUENTREN

03 / 11

2 minutos

¿Se puede verificar vuestra empresa en fuentes profesionales?

HAZ LA PRUEBA

Elige una fuente reconocida por tus compradores: asociación, portal técnico, directorio industrial, listado de expositores o publicación sectorial. Busca tu empresa.

QUÉ OBSERVAR

Referencia correcta y reciente; especialidad bien descrita; enlace adecuado; ausencia de datos obsoletos o atribuciones equivocadas.

LÍMITE DE LA PRUEBA

No estar en un directorio concreto no implica menos credibilidad ni peor posicionamiento. No todas las fuentes sirven para tu modelo comercial.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Actualiza una mención relevante o facilita datos fiables a la fuente. Evita altas masivas en directorios. Responsable: marketing o relaciones sectoriales.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Fuente elegida, URL y dato que conviene revisar:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Qué cuenta ChatGPT sobre vuestra empresa y con qué fuentes?

HAZ LA PRUEBA

Abre un chat temporal, sin historial ni memoria personal. Pregunta: «¿A qué se dedica [empresa + web oficial] y qué soluciones ofrece? Indica fuentes y qué no puedes confirmar».

QUÉ OBSERVAR

Nombre y actividad correctos; productos y mercados reales; hechos diferenciados de suposiciones; fuentes citadas que puedas abrir y contrastar.

LÍMITE DE LA PRUEBA

Una respuesta no es un ranking ni una medición de visibilidad. Incluso en chat temporal puede variar, no consultar la web o cometer errores.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Registra cada error material y verifica cómo lo describen la web oficial y las fuentes originales. Responsable: marketing y equipo web.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Afirmación que debes contrastar y fuente consultada:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

SEOSEMPERE

B · QUE TE ENTIENDAN

05 / 11

2 minutos

¿Se entiende vuestra actividad en diez segundos?

HAZ LA PRUEBA

Muestra la home durante diez segundos a alguien que no conozca bien la empresa. Después pregunta qué fabrica o resuelve y para quién trabaja.

QUÉ OBSERVAR

Actividad principal, cliente objetivo y al menos una aplicación o capacidad. Expresiones genéricas como «soluciones innovadoras» no lo explican.

LÍMITE DE LA PRUEBA

No hace falta detallar todos los productos o mercados en el encabezado. Es una prueba orientativa, no un estudio formal de usabilidad.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Sustituye generalidades por una descripción precisa y accesos claros a soluciones prioritarias. Responsable: dirección comercial y marketing.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Qué entendió la persona en diez segundos (sin ayudarla):

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Puede el comprador evaluar el primer encaje técnico?

HAZ LA PRUEBA

Entra en una página de producto o servicio prioritario. Elige tres datos técnicos que un comprador suele necesitar: capacidades, materiales, compatibilidades, normas, documentación, etc.

QUÉ OBSERVAR

Datos publicados o instrucciones claras para pedirlos; capacidades estándar frente a proyectos a medida; facilidad para compartir ficha o página.

LÍMITE DE LA PRUEBA

No todo debe ser público: hay datos confidenciales o que requieren cálculo de ingeniería. Una ficha incompleta no prueba incapacidad.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Pregunta a comercial e ingeniería qué tres dudas se repiten más. Publica primero respuestas validadas y no confidenciales. Responsable: técnico/producto y marketing.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

○ Correcto ○ Mejorable ○ Por comprobar ○ No aplica

Los tres datos que necesitaría el comprador:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Se explican aplicaciones, necesidades y límites de uso?

HAZ LA PRUEBA

En la página del producto, busca sectores, aplicaciones, problemas que resuelve y condiciones de uso. Piensa en alguien que desconoce los nombres internos de vuestro catálogo.

QUÉ OBSERVAR

Al menos un caso de aplicación o necesidad reconocible, criterios de encaje y, si corresponde, condiciones o límites explicados.

LÍMITE DE LA PRUEBA

No es obligatorio crear una página por aplicación ni presentar especificaciones como garantías universales.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Añade aplicaciones habituales validadas por ventas e ingeniería; distingue ejemplos reales de escenarios ilustrativos. Responsable: comercial, técnico y marketing.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Aplicación que más preguntan y condición que hay que aclarar:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Podéis demostrar experiencia o capacidad verificable?

HAZ LA PRUEBA

Busca dos evidencias publicables: proyectos autorizados, instalaciones, fotos de equipos propios, procesos, personal técnico, ensayos o certificaciones vigentes.

QUÉ OBSERVAR

Pruebas atribuibles a vuestra empresa, con contexto suficiente, vigentes y sin presentar como universales certificaciones limitadas.

LÍMITE DE LA PRUEBA

La ausencia de nombres de clientes o testimonios públicos no significa falta de experiencia; puede haber restricciones de confidencialidad.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Publica una evidencia autorizada que explique necesidad, actuación y capacidad demostrada, sin inventar resultados. Responsable: dirección técnica/comercial, calidad y marketing.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Evidencia disponible, autorización necesaria y URL:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Quedan claras las condiciones prácticas para trabajar?

HAZ LA PRUEBA

Comprueba dos o tres aspectos que suelen preguntar: fabricante/distribuidor, zonas cubiertas, asistencia, fabricación a medida, lotes, certificaciones o requisitos para consultar.

QUÉ OBSERVAR

Que el comprador adecuado sepa si atendéis su mercado, qué información debe facilitar y qué cobertura real ofrecéis.

LÍMITE DE LA PRUEBA

No siempre conviene publicar precios, plazos exactos o condiciones negociadas de proyectos a medida.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Aclara las condiciones generales y excepciones relevantes. Evita consultas sin encaje y expectativas falsas. Responsable: comercial y operaciones.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Preguntas repetidas y condición que falta explicar:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

¿Es fácil contactar y llega la consulta a quien corresponde?

HAZ LA PRUEBA

Desde la página de producto, intenta encontrar correo, teléfono o formulario. Haz una prueba interna autorizada para verificar la recepción.

QUÉ OBSERVAR

Vía visible y funcional; posibilidad de explicar aplicación o adjuntar documentación; destinatario claro y pocos datos obligatorios.

LÍMITE DE LA PRUEBA

Un formulario que funciona no demuestra que el proceso comercial responda rápido ni bien: eso requiere una revisión interna.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Repara contactos rotos y define responsable de recepción y respuesta. Prioridad inmediata si el contacto falla. Responsable: web/IT y comercial.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

- ○ Correcto
- ○ Mejorable
- ○ Por comprobar
- ○ No aplica

Página y canal probado; ¿quién recibe la consulta?:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

2 minutos

¿Se puede completar la evaluación desde un móvil?

HAZ LA PRUEBA

En el móvil abre home, producto prioritario y contacto. Lee un dato técnico, abre un documento y prueba correo o formulario. Revisa también la navegación con teclado si procede.

QUÉ OBSERVAR

Textos legibles, menús claros, documentos accesibles, botones identificables y formularios que no quedan tapados.

LÍMITE DE LA PRUEBA

Esta revisión rápida no sustituye una auditoría formal de accesibilidad, rendimiento o compatibilidad entre dispositivos.

SI ES MEJORABLE, EMPIEZA POR AQUÍ

Anota el recorrido que falla y corrige primero el bloqueo de consulta o contacto. Responsable: mantenimiento web.

TU RESULTADO (MARCA UNA OPCIÓN)

○ Correcto ○ Mejorable ○ Por comprobar ○ No aplica

Dispositivo, página y obstáculo observado:

Referencia / URL / documento que has consultado

Primer paso si necesitas corregir algo (opcional)

SEOSEMPERE

PASO FINAL · DECISIONES

De once comprobaciones a tres decisiones

No todo lo marcado como mejorable es urgente. Elige tres actuaciones que reduzcan fricción comercial real.

PRIORIDAD 1

Qué vamos a mejorar

Responsable

Primer paso

PRIORIDAD 2

Qué vamos a mejorar

Responsable

Primer paso

PRIORIDAD 3

Qué vamos a mejorar

Responsable

Primer paso

ORDEN RECOMENDADO

1. Resolver bloqueos y errores materiales. 2. Aclarar la información que ayuda a decidir. 3. Investigar visibilidad donde exista demanda comercial relevante.

SEOSEMPERE

PARA INTERPRETAR BIEN LOS RESULTADOS

Qué hacer con las conclusiones

NO CONVIERTAS UNA BÚSQUEDA EN UNA CIFRA DE NEGOCIO

No aparecer en una consulta puntual no demuestra pérdida de ventas, demanda o un fallo técnico. Incógnito y chat temporal reducen la personalización, pero no eliminan todas las diferencias entre usuarios.

SI VENDES FUERA DE ESPAÑA

Repite las comprobaciones en un mercado prioritario. Verifica terminología, idioma, aplicaciones, atención comercial y versión correcta de la web. Una traducción literal no resuelve siempre la intención local.

SI ATIENDES SOBRE TODO UN ÁREA GEOGRÁFICA

Comprueba las búsquedas por actividad y localidad y la coherencia de fichas relevantes. No todas las empresas industriales necesitan trabajar Google Maps.

ANTES DE ENCARGAR UNA SOLUCIÓN EXTERNA

Pregunta a comercial y equipo técnico qué se puede corregir internamente: contacto, textos comerciales, fichas de producto, permisos para publicar evidencias o responsables de respuesta.

CUÁNDO TIENE SENTIDO PEDIR APOYO

Cuando la prioridad comercial es importante, el problema persiste y no puedes interpretar las causas: búsquedas en varios mercados, arquitectura internacional, problemas técnicos o medición de demanda real.

RECUERDA

Este cuaderno es una autoevaluación orientativa: no sustituye una auditoría SEO, un estudio de demanda, una evaluación de accesibilidad o la revisión del proceso comercial.

QUIÉN ESTÁ DETRÁS

En SEOSEMPERE ayudamos a empresas industriales B2B a que sus compradores las encuentren, entiendan mejor su capacidad y tengan más motivos para contactar.

Si has identificado un problema concreto y necesitas valorarlo:
seosempere.com/contacto-b2b-internacional/