

#ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

Semana 7. ¿QUÉ ES GOOGLE PLUS?

AUTORES:

José Gómez Zorrilla

Arturo de las Heras García

Santiago Hernández Hernández



Semana 7:

¿QUÉ ES GOOGLE PLUS?

- [Introducción](#)
- [¿Qué es Google+?](#)
- [¿Cuáles son los servicios y herramientas de Google Plus?](#)
- [¿Qué conclusiones se pueden sacar?](#)
- [¿Cómo me doy de alta en Google Plus?](#)

INTRODUCCIÓN

Google Plus (o Google+), la llamada red social de Google, fue lanzada en junio del 2011.

Hoy en día, diciembre de 2013, ya cuenta con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo, y sigue creciendo a un ritmo muy importante, tanto en usuarios como en actividad de los mismos.

Desde su inicio, se ha venido considerando a Google Plus como la respuesta de Google a otras redes sociales, en especial Facebook.

Sin embargo, Google Plus no es solo una red social, sino es algo que va mucho más allá: es el elemento central en la estrategia de crecimiento de la propia Google, que permite integrar el conjunto de servicios que Google ofrece a sus usuarios.

Dada la posición de liderazgo de Google como proveedor de servicios en internet, y teniendo en cuenta la importancia que Google otorga a Google Plus, si queremos desarrollar nuestra marca personal en la red deberíamos conocer todo lo que Google Plus puede ofrecernos.

¿QUÉ ES GOOGLE+?

En palabras del propio Google, Google Plus no es una red social más, por lo que nunca se ha concebido como la competencia de Facebook, sino que es la “capa social” de Google.

¿Y por qué utiliza Google este término de “capa social”? Porque básicamente es la evolución del conjunto de servicios que ya ofrece Google a sus usuarios (como Youtube, Google Maps y otros) hacia una versión con un componente social mucho más desarrollado, al cual se accede de forma integrada a través de Google Plus.

Es decir, gracias a las herramientas que ofrece Google Plus a sus usuarios, podemos acceder a una versión evolucionada del conjunto de servicios que Google ya nos presta en internet, así como a otros nuevos adicionales, de una forma integrada a través de nuestro perfil en Google Plus.

Y todo ello junto a las características propias de una red social, es decir, compartiendo contenido con otros perfiles de Google Plus.

¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS Y HERRAMIENTAS DE GOOGLE PLUS?

Los servicios y herramientas principales que Google Plus ofrece a sus usuarios son:

1. Los *hangouts* y los *hangouts on air*

- Los *hangouts* son sesiones de videoconferencia en directo que se pueden tener con hasta otros 10 usuarios de Google Plus. Con los *hangouts* se puede compartir una presentación o incluso el propio escritorio, de forma que nos permite realizar presentaciones comerciales, trabajar de forma remota entre distintas personas o, simplemente, tener una conversación, todo ello de forma gratuita.
- Los *hangouts on air*, basados en el mismo concepto que los *hangouts*, se trata de videoconferencias que se transmiten a un número ilimitado de usuarios, a través de Youtube. Para realizar un *hangout on air* es necesario disponer de cuenta en Youtube y que los participantes tengan un perfil en Google Plus. Una vez terminada la sesión, automáticamente se sube el vídeo a nuestro propio canal de Youtube. Y todo esto, insistimos, de forma gratuita.

.../...

.../...

Los *hangouts* son un ejemplo perfecto del concepto de Google Plus: permite utilizar Youtube de una forma mucho más evolucionada, y potenciar su uso, al tiempo que permite desarrollar el componente social mediante la interacción que se produce en el propio *hangout*.

Se puede acceder a la información completa sobre los hangouts a través del siguiente enlace:

<http://www.google.com/+learnmore/hangouts/>

2. Los círculos

Los “círculos” son la base de Google Plus, y una de las grandes diferencias con respecto a otras redes sociales.

Los círculos de Google Plus permiten agrupar a nuestros contactos de forma diferenciada, en forma de “amigos”, “familia”, “compañeros de trabajo”, o cualquier otro círculo que queramos crear.

De esta forma, se consigue compartir el contenido de forma segmentada, con un control pleno sobre qué se comparte, y especialmente con quién se comparte ese contenido.

Es importante aclarar que una misma persona puede estar en varios círculos a la vez, ya que lo que busca Google Plus es reflejar de forma óptima la vida real de sus usuarios: un mismo contacto puede ser, por ejemplo, amigo y simultáneamente compañero de trabajo.

Se puede acceder a la información completa sobre los círculos a través del siguiente enlace:

<http://www.google.com/intl/es/+learnmore/circles/>

3. Las comunidades

Las “comunidades” de Google Plus son un concepto similar al de los grupos en otras redes sociales. Las comunidades son grupos de personas en Google Plus que comparten un mismo interés por una determinada materia, y que se agrupan en una comunidad que trate sobre esa materia.

.../...

.../...

De esta manera, se genera una comunidad de usuarios con intereses afines en torno a una materia determinada, en donde pueden conocerse, interactuar, compartir contenido y conocer a otra gente nueva interesada por la misma materia.

Se puede acceder a la información completa sobre las comunidades a través del siguiente enlace:

<http://www.google.com/intl/ES/+learnmore/communities/>

4. El botón “+1”

Google Plus cuenta con un botón similar al “me gusta” de Facebook, denominado “+1”.

Sin embargo, el botón “+1” de Google Plus es mucho más que eso, ya que influye de forma significativa en el posicionamiento de los sitios web cuando se realiza una búsqueda.

En este sentido, cuando un usuario de Google Plus hace una búsqueda en Google, los resultados ofrecidos por el buscador van a estar muy influenciados por los sitios en los que, como usuario de Google Plus, haya dado un “+1”.

Por lo tanto, si otro usuario de Google Plus ha dado un “+1” a otros sitios, los resultados de su búsqueda serán diferentes a los nuestros, a pesar de haber utilizado el mismo término de búsqueda.

El botón “+1” es otro ejemplo idóneo del concepto de Google Plus como “capa social”, al reflejar perfectamente cómo Google Plus es un proyecto central de la estrategia de Google, que no se basa solo en ser la “red social” de Google sino que integra y afecta a todos los servicios que Google, como empresa, ofrece a sus usuarios, incluyendo el buscador.

Se puede acceder a la información completa sobre el botón “+1” a través del siguiente enlace:

<http://www.google.com/+learnmore/+1/>

.../...

.../...

5. Régimen de auditoría y reconocimiento (authorship markup y autor Rank)

Dentro de los resultados que ofrece Google al realizar una búsqueda, en muchas ocasiones aparece una pequeña foto del autor del contenido, tal y como se muestra en la siguiente imagen:



Esta imagen es producto del reconocimiento de autoría o *authorship markup* de Google. Es decir, Google reconoce a la persona que ha generado y publicado ese contenido.

Los resultados de una búsqueda en Google en los que aparezca la foto de su autor destacan de forma significativa sobre los demás resultados de búsqueda, es decir, sobre los que no tengan foto, lo que lleva a un mejor posicionamiento efectivo aunque aparezcan en una posición inferior.

Además de lo anterior, el creador de ese contenido ve reforzada su visibilidad y reconocimiento general, lo que desde la perspectiva de creación de marca personal resulta absolutamente clave.

Pero existe un beneficio adicional que tiene una enorme trascendencia. Y es que a medida que un mismo autor va generando contenido, y este contenido es valorado por los usuarios en forma de número de veces que recibe un “+1” por otros usuarios, Google va incrementando el reconocimiento del autor o su *author rank*, un indicador por el que Google valora la autoridad del autor del contenido.

.../...

.../...

La relevancia de este indicador es clave, ya que cuanto más importantes seamos para Google, es decir, conforme nuestro reconocimiento como autor o *author rank* sea mayor, Google posicionará nuestro contenido cada vez mejor en los resultados de búsqueda.

Y, naturalmente, para obtener el *author rank*, el requisito es contar con un perfil en Google Plus.

Nuevamente, un ejemplo claro de la importancia que Google otorga a Google Plus, y de cómo se integran todos los servicios de Google a través de su “capa social”.

Se puede acceder a la información completa sobre autoría a través del siguiente enlace:

<https://plus.google.com/authorship?hl=es>

6. Páginas para empresas

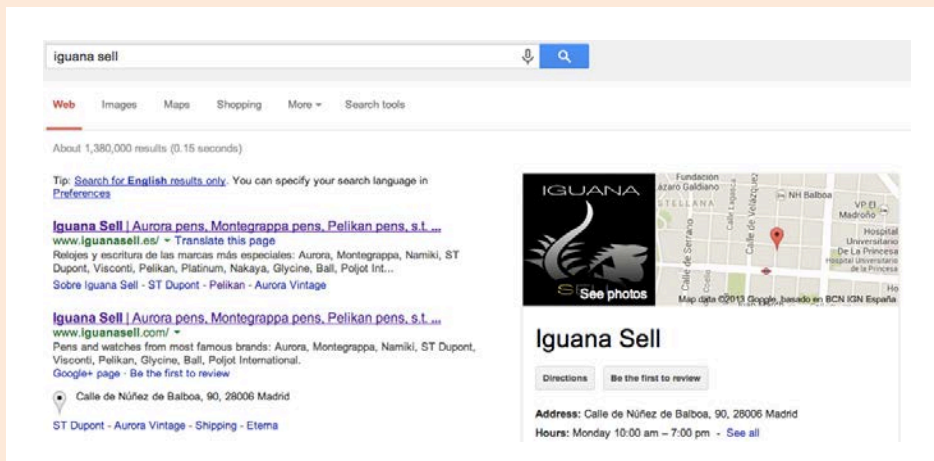
Google Plus permite crear páginas para empresas. Este tipo de páginas, similares en su concepto a las páginas de empresa de Facebook, se administran siempre por perfiles individuales o personales de Google Plus.

Desde la perspectiva de la empresa, es clave darse de alta en Google Plus, ya que de forma similar a lo que ocurre con los perfiles personales, la empresa podrá publicar información sobre sus productos, participar de la conversación con sus clientes, realizar *hangouts*, y, en definitiva, acceder a un público mucho mayor de potenciales clientes.

Pero, adicionalmente, podrá asimismo inscribirse en Google Maps –y aparecer en los resultados de los mapas de Google– así como figurar como negocio local, recibir evaluaciones públicas de sus clientes, o figurar de forma destacada en los resultados de búsqueda de Google mediante un recuadro en la parte derecha de los resultados del buscador, tal y como se ve en la siguiente imagen:

.../...

.../...



Se puede acceder a la información completa sobre páginas para empresas a través del siguiente enlace:

[https://www.google.com/intl/es/+business/](https://www.google.com/intl/es/+/business/)

¿QUÉ CONCLUSIONES SE PUEDEN SACAR?

Tras todo lo anterior, se observa que Google Plus no es solo una red social, y ni mucho menos es la respuesta de Google a otras redes sociales, caso de Facebook.

Google Plus es la forma de entender la red según Google. Es el elemento central de su estrategia, tras el buscador, e impacta profundamente en el uso que hace el propio Google de su contenido.

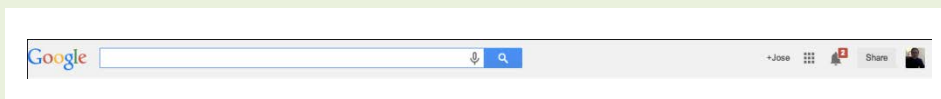
Al considerar la posición de liderazgo de Google, para desarrollar nuestra marca personal en internet resulta muy conveniente participar de forma activa en Google Plus, y beneficiarnos así de su gran ventaja tanto en términos de relevancia para el posicionamiento como de la integración que Google Plus aporta al conjunto de servicios ofrecidos por Google.

¿CÓMO ME DOY DE ALTA EN GOOGLE PLUS?

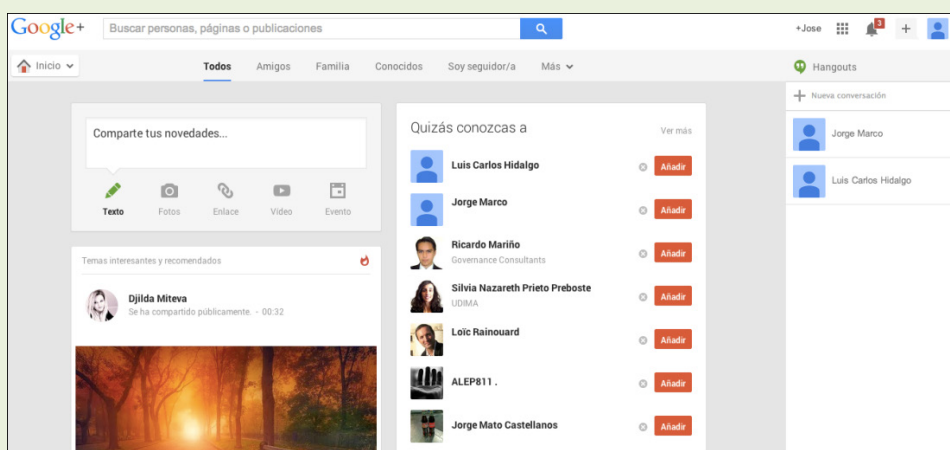
Para darse de alta en Google Plus basta con tener una cuenta de correo de Gmail, tal y como se explicó en la tercera sesión de la serie de programas #Construye tu marca.

EJEMPLO. Cómo me doy de alta en Google Plus

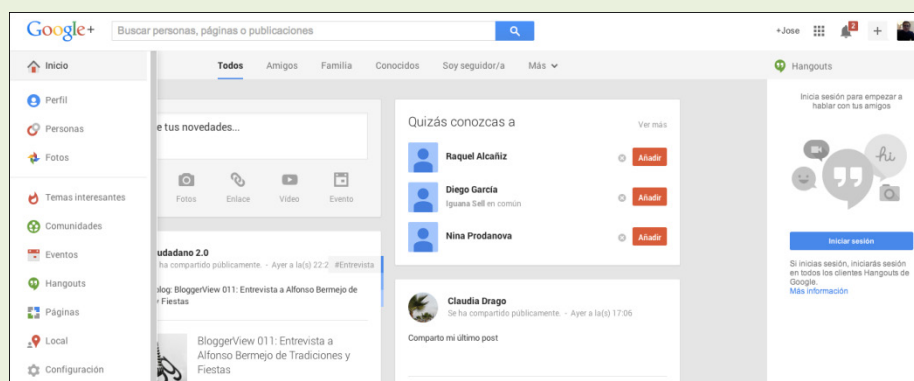
Si ya se dispone de una cuenta de Gmail, por defecto estamos dados de alta en Google Plus. Para acceder a la misma, basta con hacer clic en el icono +[tu nombre], que figura en la parte superior de la ventana del navegador (en el ejemplo, +José):



Eso nos llevará a nuestro perfil de Google Plus, en el cual podremos completar nuestros datos, ¡y empezar a hacer uso de la misma!



Para ello, se debe situar el cursor sobre el botón de “Inicio”, en el que se desplegará una columna que nos permite el acceso a muchos de los servicios y herramientas de Google Plus:



Y, a partir de aquí, ¡solo queda ir haciendo un uso activo de Google Plus!, y de esta manera obtener todas sus ventajas.