



10 formas de ganhar
mais negócios com a
Presença Digital
Otimizada

E-book

G@find

Marketing de Localização: conheça o “superpoder” das grandes marcas

Usar ferramentas que ajudem a sua empresa a fazer Marketing de Localização te coloca imediatamente à frente da concorrência!

Além disso, quando o assunto é se destacar de forma local, é extremamente importante que você use e aproveite as plataformas do Google ao máximo.

O marketing de localização é um mecanismo superpoderoso para colocar a sua empresa onde o consumidor está e ajudar a levá-los até sua porta. Contudo, ele só funciona se você aproveitar ativamente seus incríveis recursos.

Veja abaixo 10 formas de usar o marketing de localização para gerar mais negócios, atraindo consumidores do ambiente digital para as lojas físicas:

Certifique-se de que os dados da sua empresa estão corretos e atualizados



1. Certifique-se de que os dados da sua empresa estão corretos e atualizados

Você certamente sabe que o nome da sua empresa, endereço, número de telefone e categoria devem ser preenchidos corretamente em perfis digitais e plataformas de marketing digital, mas não perca a chance de incluir outros detalhes importantes, como: site, e-mail, horário de funcionamento, palavras-chave, descrição, logotipo, fotos, entre outros.

Caso seus clientes costumem fazer perguntas nos perfis do Google da sua empresa, certifique-se de respondê-los! Um perfil completo fará com que a sua empresa pareça mais profissional, ajudando seus clientes a escolherem e se conectarem com seu negócio.

Crie, conecte e verifique seu perfil
no Google Meu negócio



2. Crie, conecte e verifique seu perfil no Google Meu negócio

O GMB (Google My Business) é a chave para conectar sua empresa com os principais resultados de pesquisa online, mas para que funcione de maneira eficiente, você precisa conectá-lo a uma plataforma de marketing de localização, como o Google Maps e verificar a conexão. Faça disso uma prioridade para sua empresa e veja o clientes encontrarem sua empresa, produtos e serviços com maior facilidade.

Google é o principal mecanismo de busca por produtos na internet:
<https://sparktoro.com/blog/2018-search-market-share-myths-vs-realities-of-google-bing-amazon-facebook-duckduckgo-more/>

Conecte seus perfis em mídias sociais



3. Conecte seus perfis em mídias sociais

Use as mídias sociais do seu negócio para atrair mais consumidores, faça posts e atualize seus perfis com informações relevantes, produtos e serviços que você oferece. Além disso, monitore o envolvimento, as avaliações, responda rapidamente ao feedback dos clientes e melhore a experiência multiplataforma com a sua empresa.

90% das empresas afirmam que o marketing social aumentou a exposição de seus negócios e 75% afirmam que aumentou o tráfego

<https://www.google.com/url?sa=D&q=https://smallbiztrends.com/2016/12/social-media-marketing-statistics.html&ust=1637259240000000&usg=AOvVaw3mklw9u6-bGLbNrTbtryZ&hl=pt-BR&source=gmail>

Melhore sua posição nos resultados de pesquisa com o GMB



4. Melhore sua posição nos resultados de pesquisa com o GMB

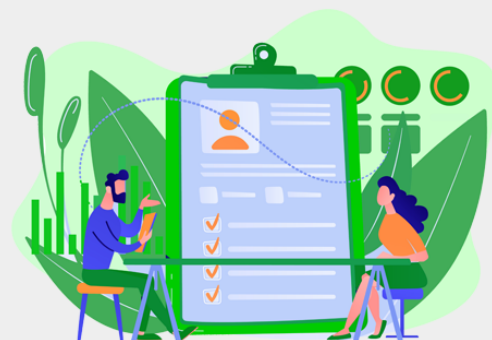
Você sabia que adicionar imagens e vídeos, posts de produtos, eventos e reservas no perfil do Google Meu Negócio ajuda a sua empresa a se destacar de forma local perante os concorrentes?

Aproveite estas funcionalidades da plataforma para se conectar de forma direta com seus clientes e melhorar o ranking da sua empresa nos resultados de pesquisa local!

25% da classificação do Google vem dos conteúdos adicionados ao GMB e considera fatores como: engajamento e postagem de multimídia:

<https://moz.com/local-search-ranking-factors>

Leia as avaliações do negócio
e não ignore o consumidor



5. Leia as avaliações do negócio e não ignore o consumidor

84% das pessoas afirmam confiar nas avaliações online sobre um negócio, produto ou serviço, além disso dizem confiar na opinião de um amigo ou familiar na hora de comprar. Um estudo da Invesp também diz que os clientes tendem a gastar cerca de 31% a mais de dinheiro em uma empresa com avaliações “excelentes”.

Os clientes em potencial estão observando sua empresa, 63% deles dizem que uma empresa nunca respondeu às suas avaliações ou reclamações.

Esta é uma oportunidade incrível para que o seu negócio faça a diferença! Dê a devida atenção às avaliações dos clientes para corrigir falhas e mostrar que está atento aos comentários sobre o seu negócio, sejam eles positivos ou negativos.

65% dos compradores acreditam que as lojas devem responder às avaliações dos clientes - negativas ou positivas:

<https://www.invespro.com/blog/the-importance-of-online-customer-reviews-infographic/>

Personalize seu perfil GMB para atender a consumidores locais



6. Personalize seu perfil GMB para atender a consumidores locais

A internet é um ambiente mundial e sem fronteiras, mas isso não significa que você deve ter um conteúdo genérico.

Clientes locais ou que buscam comprar nas proximidades, desejam se conectar com o seu negócio através do Google.

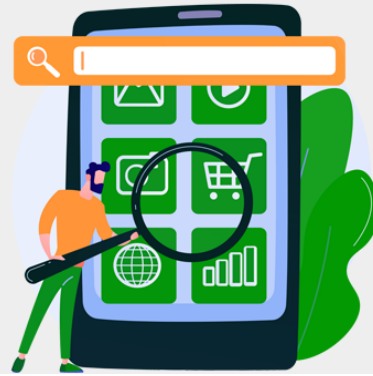
Pelo menos um terço das empresas locais não estão atentos ao peso da presença local por meio do Google! (Isso representa um alcance de pelo menos 87% dos compradores.)

Aproveite a oportunidade de personalizar suas postagens, informações do perfil e escolha palavras-chave adequadas com informações mais importantes para seus clientes locais.

Use o recurso Google Atributos para compartilhar detalhes sobre a sua empresa que os clientes possam estar procurando. Por exemplo, se o seu negócio é um supermercado, certifique-se de mencionar coisas como: 'Alimentos', 'higiene e limpeza', 'Bebidas' ou 'wi-fi'. Se você é uma loja, inclua suas especialidades!

1 em cada 3 empresas locais ainda não reivindicou seu perfil no Google Meu Negócio: <https://www.digitalcommerce360.com/2018/11/28/the-untapped-opportunity-of-online-near-me-searches/>

Otimize para voz e pesquisa móvel



7. Otimize para voz e pesquisa móvel

87% dos compradores começam a jornada de compra pesquisando online, e muitos deles utilizam seus smartphones para pesquisar no Google enquanto ainda estão na estrada.

A pesquisa por voz vem se popularizando, sobretudo neste cenário acima, quando o consumidor possui uma rotina corrida e precisa de agilidade.

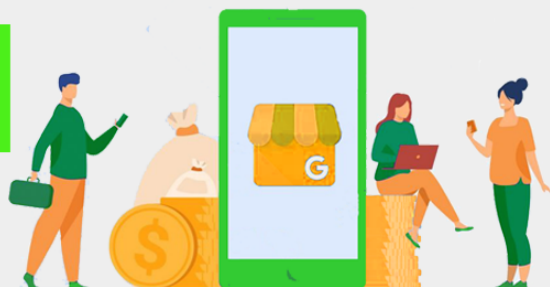
Ferramentas como a Siri, Alexa e Ok Google e outros

Assistentes de voz podem ajudá-lo a ser encontrado pelos consumidores. Para otimizar esta busca e ser encontrado facilmente, escolha palavras-chave para seus posts e anúncios que contenham termos naturais ou coloquiais, termos comumente usados pelas pessoas na hora de buscar um produto ou serviço por voz.

76% das pessoas procuram por um local ou empresa pelo smartphone por dia e 28% fazem uma compra:

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/search/mobile-near-me-searches/>

**Destaque seus produtos no
Google Meu Negócio**



8. Destaque seus produtos no Google Meu Negócio

Você sabia que é possível usar técnicas de SEO (Search Engine Optimization) para aumentar a relevância dos produtos que sua empresa comercializa de forma local?

Ao realizar postagens frequentes no seu perfil do GMB, a sua empresa e produtos são citados mais vezes na plataforma, colocando textos, imagens e palavras-chaves adequadas que evidenciam os seus produtos nos resultados de busca.

Isso torna o seu negócio mais relevante, aparecendo nos resultados de pesquisa de quem busca por termos relacionados ao seu tipo de negócio e produtos.

<https://www.gofind.online/blog/google-meu-negocio-guia-completo/>

Mapeie e mostre para o consumidor onde seu produto está disponível, online ou em lojas físicas.



9. Mapeie e mostre para o consumidor onde seu produto está disponível, online ou em lojas físicas.

Use a sua vitrine digital para atrair clientes do ambiente online para lojas físicas. Aproveite também para fazer Trade Marketing Digital dos seus produtos e realizar ações de abastecimento inteligente.

Podendo melhorar o mix de produtos oferecidos e traçar estratégias comerciais mais assertivas através da nossa plataforma que digitaliza o estoque do varejo de forma rápida e fácil.

Ajude seu cliente a encontrar os seus produtos nas proximidades e venda mais com a Presença Digital Otimizada, faça posts automatizados com seu catálogo de produtos e suba nos resultados de pesquisa do Google.

80% das empresas acreditam oferecer uma boa experiência de compra, mas apenas 8% dos clientes concordam:

<https://medium.com/@CMcVoy/80-of-ceos-believe-they-deliver-superior-customer-experience-661efabd16b0>

Marcas e indústrias podem ajudar negócios locais a vender seus produtos.



10. Marcas e indústrias podem ajudar negócios locais a vender seus produtos.

Você sabia que o Google Meu Negócio é uma ferramenta muito útil tanto para a indústria quanto para o comércio?

- Veja abaixo 3 exemplos de como o GMB pode ajudar marcas e negócios locais a crescer:

1. Buscas locais

Cada dia mais pessoas utilizam as ferramentas do Google para pesquisar e descobrir onde comprar online ou nas proximidades.

2. SEO

O Google Meu Negócio ajuda marcas e negócios a se destacarem nos resultados de pesquisa, através das suas técnicas de SEO, ou seja, classifica a relevância de marcas e estabelecimentos comerciais pela qualidade dos seus conteúdos na plataforma.

3. Colaboração entre marcas e comércios de proximidade

Os pequenos e médios comércios são pontos de venda que fazem as grandes marcas chegarem aos consumidores nos bairros em que moram.

<https://www.gofind.online/trade-marketing-digital/>