

DO ZERO AO TOPO

Como Dominar o **Google My Business** e Conquistar Clientes
nos Estados Unidos



Por Samira Penteado
CEO da Growth S.A.

INÍCIO

QUEM SOU EU?



Samira Penteado é a **CEO da Growth SA**, uma consultoria especializada em ajudar pequenos empreendedores a escalarem seus negócios com estratégias de marketing inovadoras e eficazes. Com mais de 15 anos de experiência na área, Samira possui uma sólida formação acadêmica, incluindo uma pós-graduação em Marketing e Inovação e um mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico pela FEUP | U.Porto, em Portugal. Sua carreira é marcada por projetos pioneiros, como o primeiro projeto de IoT da Deca e a campanha “O Maior Desenho do Mundo” da Faber-Castell, reconhecida pelo Guinness World Records e apresentada na CCXP.

Samira também fundou uma plataforma de e-commerce que forneceu design para a área de inovação do Banco Bradesco e atuou como Head de Marketing em uma startup revolucionária no setor de transportes na Europa.

Além de sua atuação corporativa, Samira é apaixonada por auxiliar pequenas empresas na elaboração de estratégias de marketing que gerem resultados tangíveis. Ela dedica seu tempo como mentora voluntária na Adp List, onde orienta profissionais de marketing e empreendedores ao redor do mundo. Atualmente, Samira lidera a Growth SA com a missão de transformar pequenos negócios em empresas escaláveis e bem-sucedidas. Seu compromisso com a inovação e o empreendedorismo é evidente em sua trajetória, onde continua a inspirar e apoiar aqueles que buscam crescer em um mercado competitivo.

Além de sua atuação corporativa, Samira é apaixonada por auxiliar pequenas empresas na elaboração de estratégias de marketing que gerem resultados tangíveis. Ela dedica seu tempo como mentora voluntária na Adp List, onde orienta profissionais de marketing e empreendedores ao redor do mundo. Atualmente, Samira lidera a Growth SA com a missão de transformar pequenos negócios em empresas escaláveis e bem-sucedidas. Seu compromisso com a inovação e o empreendedorismo é evidente em sua trajetória, onde continua a inspirar e apoiar aqueles que buscam crescer em um mercado competitivo. Ganhou prêmio de melhor startup no Agrifuturo 2018 com a Campo Tracker.

Foi Head of Marketing da Ubrider, startup de mobilidade urbana, e atualmente é pesquisadora no INESC TEC, em Portugal, onde também fez seu Mestrado em Inovação e Empreendedorismo tecnológico na U. Porto, uma das melhores universidades da Europa e do mundo segundo rankings internacionais.



O QUE É O GOOGLE MY BUSINESS E POR QUE VOCÊ DEVE USÁ-LO



• **O que é o Google My Business:** O Google My Business (GMB) é uma ferramenta gratuita que permite que empresas gerenciem como aparecem nos resultados de pesquisa do Google e no Google Maps. Ele oferece um perfil detalhado onde você pode listar informações como endereço, horário de funcionamento, e fotos.

• **Benefícios:** O GMB melhora a visibilidade online, facilitando para os clientes encontrarem seu negócio. Ele também aumenta a confiança dos clientes, já que a verificação pelo Google adiciona um selo de autenticidade ao seu perfil.

Impacto no SEO local:

- **Visibilidade nas pesquisas:** Ter um perfil bem otimizado no GMB ajuda seu negócio a aparecer nos resultados de busca locais, especialmente no “Pacote de Mapas” (Google Maps), onde três empresas locais são exibidas no topo da página de resultados.
- **Relevância local:** Quanto mais informações relevantes você fornecer, como fotos e descrições, maior a probabilidade de seu negócio ser considerado relevante nas pesquisas locais.

Estatísticas relevantes:

- **Empresas com GMB:** Negócios que utilizam o GMB são 70% mais propensos a atrair visitas de clientes de sua área local.
- **Avaliações:** Mais de 80% dos consumidores confiam em avaliações online tanto quanto em recomendações pessoais, tornando essencial gerenciar suas avaliações no GMB.

CONFIGURANDO SEU GOOGLE MY BUSINESS



PASSO A PASSO PARA CRIAR SUA CONTA:

1. Criando um perfil:

- Acesse o site do Google My Business.
- Faça login com sua conta do Google.
- Insira o nome do seu negócio exatamente como você quer que apareça nas buscas.

2. Verificação da empresa:

- Escolha como deseja verificar sua empresa (carta, telefone ou e-mail). A verificação garante que apenas você possa gerenciar as informações do seu negócio.

• **Dica:** Escolha a verificação por carta, que é a mais comum nos EUA, e leva em média 14 dias para chegar.

3. Preenchendo informações essenciais:

- **Nome:** Use o nome exato da sua empresa para evitar confusões.
- **Endereço:** Se você trabalha de casa, pode ocultar o endereço físico e listar apenas as áreas que atende.
- **Telefone:** Adicione um número de telefone válido e que esteja sempre disponível.
- **Horário de funcionamento:** Liste horários específicos e ajuste para feriados ou períodos de pico.
- **Categorias:** Escolha até 10 categorias que descrevam seu negócio. Selecione uma categoria principal que melhor represente seu negócio.

Dicas específicas para brasileiros nos EUA:

• Endereço comercial x residencial:

• Se você trabalha de casa, selecione a opção para ocultar seu endereço. Em vez disso, informe as áreas de serviço (ex.: cidades ou bairros que você atende).

• Horários e fusos horários:

• Ajuste seus horários de funcionamento para o fuso horário local e seja preciso com os dias e horas de operação. Evite generalizações como "24 horas" se não for realmente o caso.



OTIMIZANDO SEU PERFIL PARA ATRAIR MAIS CLIENTES



Escolha das categorias corretas:

- **Categorias principais e secundárias:** Escolha uma categoria principal que mais representa seu negócio (ex.: “Limpeza de Casas” para uma house cleaner) e adicione categorias secundárias que refletem outros serviços oferecidos.
- **Exploração de palavras-chave:** Use ferramentas como o Google Keyword Planner para identificar palavras-chave relevantes que possam ser incorporadas em suas descrições.

Descrição da empresa

- **Escrevendo uma descrição atraente:**
 - Descreva sua empresa de forma clara e concisa, destacando o que a diferencia no mercado. Inclua palavras-chave relevantes para SEO, como “serviços de limpeza de alta qualidade em Miami”.
 - **Exemplo:** “Somos uma empresa de house cleaning dedicada a oferecer serviços de alta qualidade em Miami e arredores. Nossa equipe é especializada em limpeza detalhada, garantindo que sua casa esteja sempre impecável e segura.”
 - **Uso de palavras-chave locais:** Inclua o nome da cidade ou região que você atende para ajudar na otimização para buscas locais.

Fotos e vídeos:

- **Importância de imagens de alta qualidade:**
 - Adicione fotos que representem seu negócio, como imagens de produtos, sua equipe em ação, e a fachada do seu local (se houver). Fotos de alta qualidade aumentam a confiança dos clientes.
 - **Exemplo:** Se você é um pintor, inclua fotos de antes e depois de um projeto.
 - **Vídeos curtos:** Considere adicionar vídeos de 30 segundos que mostrem seus serviços em ação ou depoimentos de clientes.

Atualizações e postagens:

- **Mantendo o perfil ativo:**
 - Use a função de postagens do GMB para compartilhar atualizações, como novos serviços, promoções ou eventos. Postagens regulares mantêm seu perfil ativo e engajado com os clientes.
 - **Dicas:** Publique sobre feriados americanos relevantes, como promoções para o Dia de Ação de Graças ou o 4 de Julho.

GERENCIANDO E RESPONDENDO AVALIAÇÕES



Importância das avaliações:

- Avaliações como prova social: Avaliações positivas aumentam a confiança de novos clientes e podem melhorar sua classificação nos resultados de busca.
- Destaque para a reputação: Um perfil com muitas avaliações positivas tende a ser exibido mais frequentemente nos resultados locais.

Dicas para conseguir boas avaliações:

• Incentivando avaliações:

- Após cada serviço, peça gentilmente aos seus clientes que deixem uma avaliação no Google. Facilite o processo enviando um link direto para a página de avaliação.

• Campanhas para avaliações:

- Ofereça um pequeno desconto ou um serviço adicional como incentivo para os clientes deixarem uma avaliação.
- **Exemplo:** “Deixe uma avaliação e ganhe 10% de desconto na próxima limpeza.”

Respondendo avaliações:

• Lidando com críticas negativas:

- Responda rapidamente e com profissionalismo. Agradeça pelo feedback, reconheça o problema e ofereça uma solução. Exemplo: “Obrigado pelo seu feedback. Lamentamos que sua experiência não tenha sido satisfatória. Estamos trabalhando para resolver o problema e gostaríamos de oferecer uma visita gratuita para corrigir qualquer erro.”

• Agradecendo avaliações positivas:

- Responda a todas as avaliações, mostrando apreço. **Exemplo:** “Obrigado por escolher nossos serviços! Estamos felizes em saber que você está satisfeito. Aguardamos ansiosos para servi-lo novamente.”

Automatizando respostas com um CRM:

- **Automação de respostas:** Use um CRM para configurar respostas automáticas a avaliações com notas específicas, como agradecimentos automáticos para avaliações acima de 4 estrelas.

MELHORANDO SEU DESEMPENHO NO GOOGLE MY BUSINESS



Google Insights:

- **Métricas disponíveis:** O GMB oferece insights sobre como os clientes estão interagindo com seu perfil, incluindo o número de cliques, chamadas, visualizações de fotos, e pedidos de direções.
- **Entendimento dos dados:** Analise quais palavras-chave estão direcionando o tráfego para o seu perfil e quais ações os clientes estão realizando, como visitar seu site ou solicitar direções.

Acompanhamento de resultados:

- **Rastreamento de ações:** Monitore o número de ligações recebidas, cliques no site, e interações gerais com seu perfil. Essas métricas ajudam a entender o que está funcionando e onde há espaço para melhorias.
- **Avaliação de ROI:** Compare o desempenho do GMB com outras estratégias de marketing para avaliar o retorno sobre o investimento.

Ajustando sua estratégia:

- **Testando e iterando:** Use os insights para ajustar sua estratégia, como alterar a descrição, adicionar novas fotos ou testar diferentes postagens para ver o que gera mais engajamento.
- **Tendências sazonais:** Identifique picos sazonais de interesse e ajuste suas ofertas e postagens de acordo.

DICAS AVANÇADAS PARA BRASILEIROS NOS EUA



- **Adaptação de comunicação:** Ajuste sua linguagem e ofertas para o público americano. Por exemplo, adapte o marketing sazonal para os principais feriados dos EUA, como o 4 de Julho ou o Dia dos Veteranos.

- **Promoções locais:** Crie promoções que ressoem com a comunidade local, como descontos para residentes da cidade ou para empresas locais.

Idiomas e traduções:

- **Bilinguismo no perfil:** Mantenha as informações em inglês como padrão, mas considere adicionar descrições em português para clientes brasileiros que possam estar em sua área.

- **Ferramentas de tradução:** Use ferramentas confiáveis para garantir que a tradução seja precisa e respeite as nuances culturais.

Utilizando Google Posts para promoções:

- **Promoções específicas:** Crie postagens no GMB para anunciar promoções durante feriados americanos ou eventos locais.

- **Exemplo:** Ofereça um desconto especial no serviço de limpeza para o 4 de Julho.

Exclusividade: Destaque promoções exclusivas para quem encontra seu negócio no Google,

QUER APRENDER MAIS?

*Conheça minha mentoria
onde ensino na prática todas
formas de ganhar mais clientes!*



- Mentoria completa
- Planilha de controle
- Exercícios e desafios



CLIQUE AQUI