Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · BARBEARIAS

Como ter a sua barbearia no Google e receber marcações

Guia gratuito, passo a passo, para quem nunca mexeu em marketing: do Google ao WhatsApp, só com o telemóvel.

samuelnoronha.pages.dev/guias/barbearias · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para o dono de barbearia (ou barbeiro que trabalha por conta própria) que quer ser encontrado por quem procura um corte perto de si. Não precisa de saber nada de tecnologia. Basta ter um telemóvel e uma hora livre por dia durante um mês.

O essencial numa página

- Quem procura um barbeiro hoje pesquisa no Google e no Instagram antes de decidir.
- O passo mais importante é o Perfil da Empresa no Google: gratuito, e é ele que aparece no mapa.
- O WhatsApp Business serve para receber e confirmar marcações num só sítio.
- Vídeos curtos feitos com o telemóvel mostram o seu trabalho melhor do que qualquer texto.
- Meça mensagens e marcações, não gostos. Anúncios pequenos só depois de a base estar pronta.

Índice

1 Antes de começar: o que vai montar e o que precisa ter à mão

2 Perfil da Empresa no Google: aparecer no mapa

3 Consentimento e regras: antes de publicar fotos de clientes

4 Instagram, Facebook e TikTok: a montra do seu trabalho

5 WhatsApp Business: marcações sem confusão

6 Vídeos com o telemóvel: 10 ideias fáceis de gravar

7 Primeiros anúncios com pouca verba

8 Site simples, medir resultados e quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

Antes de começar: o que vai montar e o que precisa ter à mão

Em vez de fazer tudo ao mesmo tempo, vamos montar cinco peças simples, pela ordem certa. Neste capítulo prepara o material de base para não ter de o procurar depois.

1. **Escreva os dados oficiais da barbearia**
   Numa nota do telemóvel, escreva o nome exato da barbearia, a morada completa, o telefone, o horário e a lista de serviços com preços reais. Estes dados têm de ser iguais em todo o lado (Google, Instagram, Facebook, site). Dados diferentes confundem o cliente e o Google.

2. **Escolha um número de WhatsApp para os clientes**
   Se possível, use um número só da barbearia, separado do pessoal. Pode ser um cartão pré-pago barato. Assim as mensagens de clientes não se misturam com família e amigos.

3. **Crie um e-mail só para o negócio**
   Crie um e-mail novo, por exemplo nomedabarbearia@gmail.com. Vai usá-lo para entrar no Google, no Instagram e no Facebook. Ative a verificação em dois passos no e-mail e no Instagram, não reutilize a mesma palavra-passe noutros sítios e guarde-as num gestor de palavras-passe ou num local seguro, nunca no telemóvel sem bloqueio.

4. **Limpe a lente e escolha o sítio das fotos**
   Limpe a câmara do telemóvel com um pano macio. Escolha o canto mais bonito da barbearia, com boa luz e sem confusão, para fazer fotos e vídeos. Ao lado de uma janela, de dia, a luz é mais favorável.

5. **Reserve uma hora por dia**
   Marque na agenda uma hora diária durante os próximos 30 dias, de preferência nos momentos mais calmos. Fazer pouco todos os dias funciona melhor do que fazer muito num único fim de semana.

> **DICA**
> Escreva já uma frase que diga o que torna a sua barbearia diferente (por exemplo: 'barba tradicional com toalha quente' ou 'cortes para crianças e pais'). Vai usá-la em todo o lado.

CAPÍTULO 2

Perfil da Empresa no Google: aparecer no mapa

É a peça mais importante. Quando alguém pesquisa 'barbearia perto de mim', o Google mostra no mapa os negócios com perfil. O Google diz que o ranking local depende sobretudo de relevância, distância e proeminência. Não é possível pagar para ficar em primeiro, nem alguém pode prometer-lhe o topo.

---

1. **Entre com o e-mail do negócio e procure o seu perfil**
   No telemóvel ou no computador, abra o Google e pesquise 'Perfil da Empresa Google'. Entre com o e-mail da barbearia. Escreva o nome da barbearia: se já aparecer, escolha-o para o reivindicar; se não, escolha criar um novo perfil.

2. **Escolha a categoria principal certa**
   Escolha 'Barbearia' como categoria principal. Pode acrescentar categorias secundárias que sejam verdade, como 'Cabeleireiro'. Evite categorias que não descrevem o que faz, porque confundem quem pesquisa.

3. **Preencha morada, telefone e horário**
   Escreva a morada exatamente como está na porta. Ponha o telefone com WhatsApp. Preencha o horário de cada dia, incluindo feriados e dias de fecho. Horário errado gera clientes zangados e avaliações más.

4. **Verifique o perfil**
   O Google vai pedir que confirme que o negócio é seu. Siga as opções que ele mostrar (vídeo, código por telefone ou outro método). Este passo varia de caso para caso: siga o que aparecer no ecrã e não avance sem terminar.

5. **Acrescente serviços com preços reais**
   No separador de serviços, acrescente cada serviço com nome simples e preço verdadeiro. Exemplo: 'Corte clássico, 15 €', 'Barba com toalha quente, 10 €', 'Corte infantil, 10 €'. Não ponha preços que depois não cumpre.

6. **Escreva a descrição**
   Escreva 3 ou 4 frases simples. Exemplo: 'Barbearia no centro de [cidade]. Cortes clássicos e modernos, barba com toalha quente e atendimento com marcação por WhatsApp. Estamos a [X] minutos a pé de [ponto de referência].' Não encha de palavras repetidas.

7 **Carregue fotos tiradas no local**

Carregue pelo menos: fachada, interior, cadeiras, equipa e 8 a 10 cortes reais. Não use fotos de bancos de imagens nem de outros barbeiros. Foto de cliente só com o consentimento dele (veja o capítulo seguinte).

> **DICA**
>
> Peça avaliações a todos os clientes, sem escolher só os mais contentes e sem oferecer nada em troca: mostre-lhes o código QR ou o link do perfil no fim do corte. Peça só avaliações verdadeiras e responda a todas, mesmo às más, com educação. Nunca compre avaliações nem as invente.

CAPÍTULO 3

Consentimento e regras: antes de publicar fotos de clientes

A cara de uma pessoa é um dado pessoal. Em Portugal aplica-se o RGPD e, no Brasil, a LGPD. Respeitar isto protege os seus clientes e a si. Para dúvidas específicas, consulte a CNPD (Portugal) ou um advogado.

1 **Peça autorização antes de filmar ou fotografar**

Pergunte: 'Posso fazer um vídeo do corte para publicar nas redes da barbearia?'. Se a pessoa não quiser aparecer, filme só o cabelo por trás ou de lado, sem rosto identificável.

2 **Guarde o consentimento por escrito**

Prepare uma folha simples com nome, data, o que vai publicar (foto, vídeo), onde (Instagram, Facebook, TikTok, Google) e a assinatura. Guarde-a numa pasta. Diga ao cliente que pode pedir a remoção quando quiser.

3 **Cuidado com menores**

Para crianças, peça sempre a autorização dos pais ou do responsável, por escrito. Se tiver dúvidas, não publique o rosto.

4. **Não invente nada**
   Não crie depoimentos falsos, não copie cortes de outros barbeiros como se fossem seus e não anuncie promoções que não cumpre. Isto afasta clientes e pode trazer problemas legais.

> **DICA**
> Uma placa pequena no balcão a dizer 'Fazemos fotos e vídeos dos cortes. Avise-nos se não quiser aparecer' é simpática, mas não substitui o consentimento de cada pessoa.

CAPÍTULO 4

Instagram, Facebook e TikTok: a montra do seu trabalho

As redes mostram o trabalho antes de o cliente entrar. Não precisa de estar em todas com a mesma energia: comece pelo Instagram, copie para o Facebook e, se tiver tempo, para o TikTok.

1. **Crie uma conta de Instagram profissional**
   Crie a conta com o e-mail da barbearia. Nas definições, procure a opção para mudar para conta profissional ou de empresa e escolha a categoria 'Barbearia'. Isto permite pôr botões de contacto e ver estatísticas.

2. **Escreva uma biografia que explique tudo**
   Exemplo: 'Barbearia em [cidade] | Cortes e barba | Seg-Sáb 9h-19h | Marcações por WhatsApp 👇 '. Ponha o link do WhatsApp no campo do site. Use uma foto de perfil nítida, com o logótipo ou a fachada.

3. **Ligue ao Facebook**
   Crie uma página de Facebook da barbearia e ligue-a ao Instagram nas definições. Assim, o que publicar no Instagram pode também ir para o Facebook sem trabalho a dobrar.

4. **Publique 3 vezes por semana**
   Combine uma regra simples: segunda, quarta e sexta. Alterne entre vídeo de corte, vídeo da barba e uma foto da equipa ou do espaço. Se falhar um dia, retome sem culpa.

5. **Escreva legendas curtas com chamada para ação**
   Exemplo: 'Degradê com risca. 25 minutos. Quer marcar? Mande mensagem no WhatsApp (link na bio).' Use poucas hashtags, como #barbearia e o nome da sua cidade.

6 **Responda às mensagens no mesmo dia**

Quem pergunta preço ou horário quer uma resposta rápida. Responda de forma simples, e convide a marcar pelo WhatsApp para a conversa ficar num só lugar.

> **DICA**
>
> Faça uma pasta no telemóvel chamada 'Barbearia' e guarde lá os melhores vídeos e fotos. Isso poupa tempo quando precisar de publicar.

CAPÍTULO 5

WhatsApp Business: marcações sem confusão

O WhatsApp Business é uma aplicação gratuita, pensada para negócios. Ajuda a responder depressa e a manter tudo organizado. Os nomes de menus podem mudar com as atualizações; procure sempre as opções com nomes parecidos.

1 **Instale e configure o perfil**

Instale o WhatsApp Business na loja de aplicações do telemóvel. Entre com o número da barbearia e preencha o perfil: nome, categoria, morada, horário, descrição e e-mail.

2 **Crie uma mensagem de saudação**

Nas ferramentas da aplicação procure a opção de mensagem de saudação. Exemplo: 'Olá! Bem-vindo à [nome da barbearia]. Diga-nos o dia, a hora e o serviço que prefere e confirmamos já que pudermos.'

3 **Crie uma mensagem de ausência**

Fora do horário, a aplicação pode responder sozinha. Exemplo: 'Estamos fechados neste momento. Abrimos amanhã às 9h. Deixe a sua mensagem e respondemos logo que abrirmos.'

4 **Guarde respostas rápidas**

Crie atalhos para as perguntas mais comuns: preços, morada, horário, como chegar. Exemplo de atalho '/precos': 'Corte 15 €, barba 10 €, corte e barba 22 €.' Só ponha preços que cumpre.

5 **Use etiquetas para organizar**

Crie etiquetas como 'Novo', 'Marcado', 'Confirmado', 'Voltar a contactar'. Pode usá-las para saber em que fase está cada conversa. Não envie mensagens em massa a quem nunca falou consigo.

6. **Confirme a marcação sempre por escrito**
Escreva sempre: dia, hora, serviço e preço. Exemplo: 'Marcado: sábado, 10h, corte e barba, 22 €. Se não puder vir, avise-nos até à véspera.' Isto reduz faltas.

7. **Ponha o link do WhatsApp em todo o lado**
O link tem o formato https://wa.me/ seguido do número com indicativo do país. Ponha-o na bio do Instagram, no Perfil da Empresa do Google e no site.

> **DICA**
> Se perder muito tempo a responder à mesma pergunta, acrescente a resposta às respostas rápidas. Em poucas semanas, a maioria das conversas faz-se quase sozinha.

CAPÍTULO 6

Vídeos com o telemóvel: 10 ideias fáceis de gravar

Não precisa de equipamento caro nem de aparecer a falar. Um telemóvel, boa luz e um tripé simples bastam. Vídeos verticais de 10 a 30 segundos funcionam bem no Instagram (Reels), no TikTok e no Facebook.

1. **Como gravar bem**
Grave na vertical, com a câmara a meio da altura da cabeça do cliente, e com luz a vir de frente ou do lado, nunca de trás. Limpe a lente, ligue o modo avião para não tocar o telefone e apoie o telemóvel num tripé ou num suporte estável.

2. **Ideias 1 a 3: o corte**
1) Time-lapse do corte, do início ao fim. 2) O antes e depois do corte, só se o cliente autorizar e sem edições que enganem. 3) Um plano fechado da máquina a fazer o degradê. Use legendas no ecrã com o nome do corte.

3. **Ideias 4 a 6: a barba**
4) A toalha quente a ser aplicada. 5) O contorno da barba com a navalha. 6) Rotina simples de cuidados para o cliente fazer em casa (por exemplo, como lavar e hidratar a barba).

4. **Ideias 7 a 10: o espaço e a equipa**
7) Apresente cada barbeiro em 15 segundos. 8) Mostre os bastidores: abrir a loja de manhã. 9) Responda a uma pergunta que ouve muito ('quanto tempo dura um corte?'). 10) Mostre o espaço limpo e as ferramentas desinfetadas.

5 **Edite com uma aplicação gratuita**
Use a edição integrada no Instagram ou no TikTok, ou uma aplicação gratuita de edição. Corte os primeiros segundos parados, ponha legendas e escolha música da biblioteca da própria rede (evite música com direitos de autor fora dela).

6 **Grave tudo num só dia**
Escolha um dia calmo e grave 10 vídeos seguidos, com 3 ou 4 clientes que autorizaram. Fica com material para três semanas e não tem de pensar nisso todos os dias.

> DICA
> Comece sempre o vídeo com a parte mais interessante nos primeiros 2 segundos (o corte já a acontecer, a toalha quente a sair do vapor). Quem não vê nada interessante, passa à frente.

CAPÍTULO 7

Primeiros anúncios com pouca verba

Só avance para anúncios depois de ter o Perfil no Google, o Instagram e o WhatsApp prontos. Anúncios não resolvem um perfil vazio. Pode começar com cerca de 5 € por dia, e parar quando quiser. Os anúncios não garantem resultados.

---

1 **Defina um objetivo claro**
O objetivo é 'receber mensagens no WhatsApp para marcar'. Não é ter gostos. Escolha o seu melhor vídeo de corte como anúncio.

2 **Crie o anúncio na Meta**
Aceda ao Gestor de Anúncios da Meta (Facebook/Instagram) ou use a opção de promover uma publicação no próprio Instagram. Escolha o objetivo de mensagens ou de contactos. Se algum botão tiver nome diferente, escolha o que fala de mensagens ou WhatsApp.

3 **Defina o público local**
Escolha a zona num raio curto à volta da barbearia (por exemplo, 3 a 5 km). Idade e género podem ficar abertos, porque a Meta aprende sozinha. Quem vive ou trabalha perto é o seu cliente.

4 **Escreva o texto com uma oferta**
Exemplo: 'Corte + barba, 22 €. Marque pelo WhatsApp e escolha a sua hora.' Seja claro e honesto. Não ponha preços ou promoções que depois não cumpre.

5 **Fixe o orçamento e a duração**
Comece com 5 € por dia durante 7 dias. Não aumente nos primeiros dias, mesmo que corra bem. Veja as mensagens recebidas e as marcações que realmente aconteceram.

6 **Leia a política antes de anunciar**
As regras de anúncios mudam. Antes de cada anúncio, leia as políticas atuais da Meta. Para uma barbearia, o mais comum é não haver problema, mas evite mostrar antes e depois de forma enganadora ou linguagem que faça alguém sentir-se mal com o seu aspeto.

7 **Considere anúncios no Google só depois**
Pesquisas como 'barbearia + cidade' podem ter anúncios, mas o seu Perfil no Google já aparece de graça no mapa. Comece pelo Perfil e pelas avaliações. Se quiser anunciar no Google mais tarde, peça ajuda.

> **DICA**
> Pare o anúncio se, ao fim de 7 dias, não tiver recebido nenhuma mensagem. Mude o vídeo, o texto ou a oferta, e tente outra vez com a mesma verba.

CAPÍTULO 8

Site simples, medir resultados e quando pedir ajuda

Um site simples é o seu cartão de visita na internet. E medir é o que decide onde pôr o tempo e o dinheiro. Neste capítulo fecha o ciclo.

---

1 **O que o site precisa de ter**
Uma página só, com: nome, frase de apresentação, serviços e preços, fotos reais, horário, mapa, botão grande de WhatsApp e link do Instagram. Tem de abrir depressa no telemóvel e funcionar bem num ecrã pequeno.

2 **Ligue o site ao Google e às redes**
Ponha o endereço do site no Perfil da Empresa, na bio do Instagram e na página de Facebook. O mesmo nome, morada e telefone em todos os sítios ajudam o Google a perceber que se trata do mesmo negócio.

3 **Marque uma folha de contagem**
Numa folha de papel ou no telemóvel, crie uma tabela com colunas: data, de onde veio o cliente (Google, Instagram, anúncio, passa-palavra), e se marcou. Pergunte a cada cliente novo: 'Como nos encontrou?'.

4 Veja o que o Google e o Instagram mostram

No Perfil da Empresa do Google veja os números de chamadas, pedidos de direções e visitas ao site. No Instagram, nas estatísticas, veja as visitas ao perfil e os cliques no link. Dê mais atenção a contactos e marcações do que a gostos.

5 Reveja uma vez por semana

Todas as sextas, 15 minutos: quantas mensagens? quantas marcações? que vídeo trouxe mais contactos? Faça mais do que funcionou e menos do que não funcionou.

6 Quando pedir ajuda

Peça ajuda quando: não consegue verificar o perfil no Google; quer um site feito por medida; quer anúncios com mais verba; ou simplesmente não tem tempo. Pode falar comigo pelo WhatsApp, sem compromisso, para ver o que faz sentido no seu caso.

> **DICA**
>
> Medir não é complicado: se em 30 dias recebeu mais mensagens e marcações do que antes, está no caminho certo. Se não, ajuste uma coisa de cada vez.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Dados oficiais escritos (nome, morada, telefone, horário, serviços e preços)
- [ ] E-mail novo só para o negócio e palavras-passe guardadas em local seguro
- [ ] Perfil da Empresa no Google criado e verificado
- [ ] Categoria 'Barbearia' escolhida e serviços com preços reais
- [ ] Pelo menos 10 fotos reais no perfil do Google
- [ ] Pedido de avaliação a todos os clientes e resposta a todas as avaliações
- [ ] Instagram profissional com biografia e link do WhatsApp
- [ ] Página de Facebook ligada ao Instagram
- [ ] WhatsApp Business com saudação, ausência e respostas rápidas
- [ ] Folha de consentimento para fotos e vídeos de clientes
- [ ] 10 vídeos gravados num só dia e guardados numa pasta
- [ ] Calendário de 3 publicações por semana
- [ ] Site de uma página com botão de WhatsApp
- [ ] Folha de contagem de marcações e de onde vieram

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Perfil do Google incompleto ou com horário errado

Como corrigir: Preencha tudo e reveja o horário em feriados e dias de fecho. Atualize sempre que algo mudar.

✗ Usar fotos de outros barbeiros ou de bancos de imagens

Como corrigir: Use só fotos e vídeos do seu trabalho e do seu espaço, tirados no local.

✗ Mostrar o rosto de clientes sem autorização

Como corrigir: Peça consentimento, de preferência por escrito, e retire o conteúdo se a pessoa pedir.

✗ Não responder às avaliações nem às mensagens

Como corrigir: Responda no mesmo dia, com educação, mesmo a críticas. Mostra que se importa com o cliente.

✗ Anunciar preços ou promoções que depois não cumpre

Como corrigir: Só publique o que pode cumprir. Se mudar os preços, atualize tudo no Google, nas redes e no site.

✗ Medir gostos em vez de marcações

Como corrigir: Conte mensagens recebidas e marcações realizadas. Um vídeo com poucos gostos pode trazer mais clientes do que um com muitos.

✗ Desistir ao fim de uma semana

Como corrigir: Dê pelo menos 30 dias a cada ação, mantendo um ritmo pequeno e constante.

QUATRO SEMANAS

Plano de 30 dias

Ações pequenas e concretas, por ordem. Faça o que o seu tempo permitir.

Semana 1: a base	• Escrever os dados oficiais e criar o e-mail do negócio • Criar e verificar o Perfil da Empresa no Google • Carregar fotos reais e a lista de serviços com preços • Instalar o WhatsApp Business com saudação e ausência
Semana 2: as redes	• Criar o Instagram profissional e a página de Facebook • Preparar a folha de consentimento e pedir as primeiras autorizações • Gravar 10 vídeos num só dia • Publicar os primeiros 3 vídeos
Semana 3: avaliações e site	• Pedir avaliações a todos os clientes e responder a todas • Publicar 3 vídeos e responder às mensagens no mesmo dia • Criar um site simples com botão de WhatsApp • Começar a folha de contagem de marcações
Semana 4: medir e testar anúncio	• Rever mensagens e marcações da semana • Escolher o melhor vídeo e fazer um anúncio de teste com cerca de 5 € por dia • Ver os números do Perfil da Empresa e do Instagram • Decidir o que manter, o que mudar e se precisa de ajuda

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Preciso de pagar para aparecer no Google?

Não. O Perfil da Empresa no Google é gratuito. Os anúncios são opcionais e pagos, e ninguém pode prometer-lhe o primeiro lugar.

Quanto tempo demora até ver clientes novos?

Varia muito. Algumas pessoas notam contactos nas primeiras semanas, outras demoram mais. Não há prazo garantido. Mantenha o ritmo durante pelo menos 30 dias antes de tirar conclusões.

Preciso de aparecer nos vídeos?

Não. Pode filmar só as mãos, a máquina, o cabelo ou a barba. O importante é mostrar o seu trabalho. Se quiser aparecer, é uma vantagem, mas não é obrigatório.

Posso usar música nos vídeos?

Use a biblioteca de música da própria rede social, pensada para esse fim. Evite pôr músicas comerciais por sua conta, porque podem ter direitos de autor.

Que verba devo gastar em anúncios?

Pode começar com cerca de 5 € por dia, e parar quando quiser. Só avance depois de o Perfil do Google, o Instagram e o WhatsApp estarem prontos.

O que faço se receber uma avaliação má?

Responda com calma e educação, agradeça o comentário e ofereça-se para resolver o problema em privado. Nunca discuta nem apague avaliações verdadeiras.

Quer ajuda para pôr a sua barbearia a ser encontrada na internet? Fale com o Samuel pelo WhatsApp: vemos juntos o que faz sentido para o seu caso, sem compromisso e sem promessas de resultados.

Resposta por WhatsApp, sem compromisso.

+351 938 736 254

wa.me/351938736254 · samuelnoronha.pages.dev

Samuel Noronha, estúdio digital de uma pessoa só. Lisboa, atende Portugal, Brasil e EUA à distância. Guia gratuito: pode partilhá-lo e imprimi-lo.