Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · LOJAS E COMÉRCIO LOCAL

Como ter clientes pela internet na sua loja, passo a passo

Guia gratuito para donos de lojas e comércio local: Google, redes sociais, WhatsApp, vídeos com o telemóvel e primeiros anúncios.

samuelnoronha.pages.dev/guias/lojas-e-comercio-local · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para si que tem uma loja ou um pequeno comércio e quer que mais gente da zona o encontre e lhe escreva. Não precisa de saber nada de informática. Tudo está explicado por ordem, com exemplos que pode copiar e adaptar.

O essencial numa página

- Comece pelo Perfil da Empresa no Google: é gratuito e é onde muita gente da zona procura uma loja.
- Use o WhatsApp Business como balcão: responda depressa e guarde respostas prontas.
- Grave vídeos curtos com o telemóvel: a loja, os produtos e as novidades da semana.
- Só depois pense em anúncios, e comece com pouco, a partir de 5 € por dia.
- Meça mensagens e visitas à loja, não gostos.

Índice

1 1. Antes de começar: defina o que quer e a quem vende

2 2. Perfil da Empresa no Google: ser encontrado perto de si

3 3. WhatsApp Business: o seu balcão digital

4 4. Instagram e Facebook: mostre a loja todos os dias

5 5. Vídeos com o telemóvel: o que gravar e como

6 6. Primeiros anúncios com pouca verba

7 7. Site simples: a sua casa na internet

8 8. Medir resultados e saber quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

1. Antes de começar: defina o que quer e a quem vende

Sem isto, tudo o resto fica solto. Dedique meia hora a escrever três respostas simples. Vão servir em todos os capítulos seguintes.

---

1. **Escreva o que vende melhor**
   Pegue numa folha e liste os cinco produtos ou serviços que mais lhe dão lucro, não os que mais vende. Estes são os que vai mostrar primeiro na internet. Exemplo: numa loja de roupa, pode ser vestidos de festa, e não meias.

2. **Descreva o seu cliente ideal**
   Escreva uma frase sobre quem costuma comprar: idade aproximada, onde vive, o que procura. Exemplo: pessoas que vivem até 5 km da loja e procuram presentes de última hora. Isto ajuda a escolher o que mostrar e a quem.

3. **Escolha uma oferta clara**
   Uma oferta é uma razão simples para entrarem em contacto agora. Exemplo: embrulho de presente grátis esta semana, ou 10 % de desconto na primeira compra. Não invente descontos que não cumpre, porque isso destrói a confiança.

4. **Defina o objetivo único**
   Escolha uma coisa: que lhe escrevam no WhatsApp, que liguem, ou que visitem a loja. Todo o material que criar deve levar a essa ação. Escreva-a no topo da folha para não se perder.

5. **Reúna a informação básica**
   Tenha à mão a morada exata, o horário (incluindo feriados), o telefone e o número de WhatsApp. Tire também fotos da fachada, do interior e dos produtos. Vai precisar de tudo isto já no capítulo 2.

> **DICA**
> Não tente fazer tudo ao mesmo tempo. Faça um capítulo por semana e fica com a base sólida em um mês.

CAPÍTULO 2

2. Perfil da Empresa no Google: ser encontrado perto de si

Quando alguém procura uma loja perto de si, o Google mostra um mapa com negócios. O Perfil da Empresa é a sua ficha nesse mapa. É gratuito e é a ação com mais retorno para uma loja de bairro.

---

1. **Procure se já existe**
   No telemóvel ou computador, pesquise o nome da sua loja no Google. Se aparecer uma ficha à direita ou em cima, já existe um perfil. Se ainda não for seu, use a opção para o reivindicar ou gerir, que o Google indica na própria ficha.

2. **Crie ou reivindique o perfil**
   Pesquise por Perfil da Empresa no Google e carregue em gerir agora ou começar. Inicie sessão com uma conta Google que seja só do negócio, e escreva o nome tal como está na fachada, sem acrescentar palavras-chave. Escolha a categoria principal mais exata, por exemplo loja de roupa feminina e não apenas loja.

3. **Confirme que o negócio é seu**
   O Google pede uma verificação, normalmente por vídeo, código por telefone ou postal, conforme o caso. Siga as instruções no ecrã e guarde a conta com que fez o processo. Sem verificação, o perfil fica limitado.

4. **Preencha tudo com cuidado**
   Adicione horário correto (incluindo feriados), telefone, morada, site se tiver, e uma descrição curta e verdadeira. Exemplo: Loja de roupa feminina no centro de Braga. Vestidos, acessórios e consultoria de imagem, com atendimento personalizado. Acrescente os produtos ou serviços principais com preços reais.

5. **Junte fotos reais**
   Carregue fotos da fachada, do interior, da montra e dos produtos, tiradas por si com boa luz. Evite imagens da internet. Atualize com fotos novas sempre que mudar a montra ou chegar mercadoria.

6. **Peça avaliações reais e responda a todas**
   No perfil, copie o link para avaliações e envie-o por WhatsApp a todos os que compraram, sem escolher só os mais contentes e sem oferecer nada em troca. Nunca compre nem invente avaliações. Responda a todas, até às negativas, com calma e educação.

7 **Publique novidades**

No perfil, use a opção de adicionar atualização, se estiver disponível, para mostrar novidades da semana com foto. As regras para promoções no perfil mudam. Antes de publicar uma oferta com prazo, leia a política atual do Google.

> **DICA**
> O Google decide a posição pelo que considera mais relevante, mais perto e mais conhecido. Ninguém pode garantir o primeiro lugar, mas um perfil completo, com fotos e avaliações respondidas, ajuda muito.

CAPÍTULO 3

3. WhatsApp Business: o seu balcão digital

A maioria dos clientes locais prefere escrever uma mensagem a ligar. O WhatsApp Business é gratuito e foi pensado para negócios. Tem ferramentas que poupam tempo e passam uma imagem mais profissional.

1 **Instale a aplicação certa**

Procure por WhatsApp Business na loja de aplicações do telemóvel e instale. É uma aplicação diferente da normal. Use o número da loja, de preferência um que não seja o seu pessoal.

2 **Preencha o perfil do negócio**

Nas definições, entre no perfil da empresa e preencha nome, descrição, morada, horário, site e foto. Use o logótipo ou uma foto da fachada. Assim o cliente reconhece-o logo.

3 **Crie a mensagem de ausência**

Nas ferramentas de negócio, escolha a mensagem de ausência e escreva algo como: Olá! Obrigado pelo contacto. Estamos fechados neste momento. Respondemos amanhã a partir das 9h30. Ative-a para fora do horário.

4 **Crie a mensagem de saudação**

Ainda nas ferramentas de negócio, ative a mensagem de saudação para quem lhe escreve pela primeira vez. Exemplo: Olá! Bem-vindo(a) à nossa loja. Diga-nos o que procura e enviamos fotos e preços.

5 **Guarde respostas rápidas**

Crie atalhos para as perguntas mais comuns, como horário, morada e formas de pagamento. Escreva a resposta uma vez e use sempre que precisar. Exemplo de atalho: /horario, que responde com as horas de abertura.

6. **Crie o catálogo**
Na área de catálogo, adicione os seus produtos com foto, nome, preço e uma descrição curta. O cliente consegue ver tudo sem lhe perguntar. Atualize quando mudar um preço ou acabar o stock.

7. **Organize as conversas com etiquetas**
Use etiquetas como novo cliente, a aguardar pagamento ou encomenda pronta. No fim do dia, veja quem ficou sem resposta. Responder depressa é uma das melhores formas de vender mais.

> **DICA**
> Dê sempre o link direto para o seu WhatsApp em tudo: perfil do Google, Instagram, Facebook, site e cartões. Assim o cliente chega em um toque.

CAPÍTULO 4

4. Instagram e Facebook: mostre a loja todos os dias

As redes sociais servem para as pessoas verem que a sua loja está viva e é de confiança. Não precisa de estar em todas. Escolha uma ou duas, e use-as bem.

1. **Crie uma conta de empresa**
No Instagram, abra as definições e mude para conta profissional ou de empresa. Ligue-a a uma página de Facebook do negócio. Assim consegue ver estatísticas e mais tarde criar anúncios.

2. **Escreva uma biografia clara**
A biografia tem poucas linhas, por isso diga logo o que vende, onde fica e como contactar. Exemplo: Moda feminina no centro de Braga. Vestidos e acessórios. Escreva-nos no WhatsApp. Coloque o link do WhatsApp no campo do site.

3. **Escolha uma foto de perfil reconhecível**
Use o logótipo ou uma foto da fachada com boa luz. Tem de se perceber mesmo num círculo pequeno. Use a mesma imagem em todo o lado.

4. **Defina três tipos de publicação**
Por exemplo: novidades da semana, bastidores da loja e dicas de uso dos produtos. Assim nunca fica sem ideias. Alterne entre eles.

5 **Publique de forma regular**

É melhor publicar três vezes por semana durante meses do que todos os dias durante uma semana. Escolha dias fixos e use uma agenda no telemóvel como lembrete. Pode agendar publicações na aplicação Meta Business Suite.

6 **Responda a comentários e mensagens**

Responda a todos os comentários e mensagens no mesmo dia. Uma resposta simples como Obrigado! Pode passar pela loja ou escrever-nos no WhatsApp já resolve. As pessoas compram a quem responde.

7 **Mostre pessoas com autorização**

Se aparecer um cliente num vídeo ou foto, peça autorização antes de publicar e guarde a mensagem de consentimento. A imagem de uma pessoa é um dado pessoal. Em caso de dúvida, não publique.

> DICA
>
> Se tiver pouco tempo, escolha só uma rede, a que os seus clientes mais usam, e faça-a bem. Pergunte aos clientes onde preferem seguir a loja.

CAPÍTULO 5

5. Vídeos com o telemóvel: o que gravar e como

Vídeos curtos funcionam bem no Instagram, no Facebook e no TikTok. Não precisa de equipamento caro nem de aparecer na câmara. Precisa de luz, de som claro e de ideias simples.

1 **Prepare o telemóvel**

Limpe a lente com um pano macio. Grave na vertical, com o telemóvel parado ou apoiado, e perto de uma janela para ter luz natural. Se o som for importante, fale perto do telemóvel e longe de ruído.

2 **Use uma estrutura simples**

Cada vídeo tem três partes: um início que prende em dois ou três segundos, o conteúdo e uma frase final a dizer o que fazer. Exemplo: Chegaram os vestidos novos! Veja os três mais pedidos. Passe pela loja ou escreva-nos no WhatsApp.

3 **Grave em lotes**

Escolha uma manhã por semana e grave vários vídeos de seguida. Mude de sítio na loja e de produto entre cada um. Assim poupa tempo e fica com conteúdo para dias.

4. **Use legendas no ecrã**
Muita gente vê vídeos sem som. Use as legendas automáticas da própria aplicação (Instagram, TikTok ou CapCut) e corrija os erros. Isso torna o vídeo claro mesmo em silêncio.

5. **Edite com uma aplicação gratuita**
Pode usar o CapCut ou a edição do próprio Instagram. Corte o início e o fim, junte duas ou três cenas, e não ponha demasiados efeitos. Quanto mais simples, melhor.

6. **Publique e acrescente o contacto**
Escreva uma legenda curta, com a zona da loja e o convite para falar consigo. Use poucas hashtags relevantes, por exemplo o nome da cidade e o tipo de loja. Publique nos horários em que os seus clientes estão ligados.

> **DICA**
> Dez ideias de vídeos para começar: 1) tour de 15 segundos pela loja; 2) três novidades da semana; 3) como escolher o tamanho ou modelo certo; 4) como embrulhamos um presente; 5) o produto mais pedido e porquê; 6) uma pergunta frequente e a resposta; 7) um dia nos bastidores; 8) apresentação de quem atende; 9) como cuidar de um produto depois de comprar; 10) a história da loja em poucas palavras.

CAPÍTULO 6

6. Primeiros anúncios com pouca verba

Anunciar é pagar para mais gente ver o que já mostrou. Só vale a pena depois de ter o perfil do Google, o WhatsApp e alguns vídeos prontos. Comece pequeno e aprenda com os resultados.

1. **Decida o objetivo do anúncio**
Escolha um objetivo só: receber mensagens no WhatsApp. É simples de medir e leva o cliente direto à conversa. Evite objetivos complicados no início.

2. **Escolha o que anunciar**
Use um vídeo ou foto que já teve boa reação na página. Escolha um produto ou uma oferta concreta. Exemplo: Vestidos de festa, prova sem compromisso. Escreva-nos no WhatsApp.

3. **Crie o anúncio na Meta**
No Instagram ou Facebook, abra a publicação e carregue em promover, ou entre no Gestor de Anúncios. Escolha o objetivo de mensagens e o destino WhatsApp. Siga os passos do ecrã e leia o resumo antes de confirmar.

4. **Defina a zona e o público**
   Escolha um raio curto à volta da loja, por exemplo 5 a 10 km, conforme a zona. Deixe o público amplo e só ajuste idade se o seu produto o exigir. Muitos filtros reduzem demasiado quem vê.

5. **Fixe um orçamento pequeno**
   Comece com 5 € por dia durante 7 dias. É o suficiente para perceber se o anúncio funciona. Não aumente no segundo dia só por impaciência, espere pelos primeiros dados.

6. **Respeite as regras de anúncios**
   A Meta e o Google têm políticas próprias que mudam com o tempo. Antes de cada anúncio, leia a política atual. Não use promessas exageradas nem promoções que não cumpre.

7. **Veja o que funcionou e ajuste**
   Ao fim de uma semana, veja quantas mensagens recebeu e quanto custou cada uma. Mantenha o anúncio que trouxe conversas e pare o que não trouxe nenhuma. Troque só uma coisa de cada vez: a imagem, o texto ou a zona.

> **DICA**
> Se vende online ou quer ser encontrado por quem pesquisa, existe também a publicidade no Google. É mais técnica, por isso só faz sentido depois de dominar o básico.

CAPÍTULO 7

7. Site simples: a sua casa na internet

Um site não precisa de ser grande. Basta uma página clara que responda às perguntas do cliente e leve ao contacto. É a única presença que é realmente sua, ao contrário das redes sociais.

---

1. **Decida o que o site tem de ter**
   Uma página inicial com o que vende, onde fica, horário, mapa, fotos reais e botão de WhatsApp. Pode juntar uma página de produtos e outra de contacto. Menos é mais.

2. **Escolha uma forma de o fazer**
   Existem construtores simples, com modelos prontos, onde arrasta e escreve. Compare o preço total por ano, incluindo domínio. Se não quiser tratar disso, pode pedir ajuda a quem faz sites.

3. **Escreva textos claros**
   Fale como fala na loja. Título que diz o que vende e onde, por exemplo Moda feminina em Braga. Depois, três ou quatro linhas sobre o que oferece e porque é diferente.

4. **Ponha o botão de WhatsApp bem à vista**
   Use o link do WhatsApp no topo e no fim de cada página, com um texto como Fale connosco no WhatsApp. No telemóvel, o botão deve ser fácil de carregar com o polegar.

5. **Ligue o site ao Google e às redes**
   Coloque o endereço do site no Perfil da Empresa, no Instagram e no Facebook. Assim todos os caminhos levam ao mesmo sítio. Confirme que o site abre bem no telemóvel.

6. **Respeite a privacidade**
   Se recolher nomes, e-mails ou outros dados, tem de informar para que os usa e como pode ser apagado. Pode precisar de uma página de política de privacidade. Em caso de dúvida, consulte a CNPD ou um profissional.

> **DICA**
> Uma página simples, rápida e atualizada vale mais do que um site grande e abandonado. Reveja horários e preços todos os meses.

CAPÍTULO 8

8. Medir resultados e saber quando pedir ajuda

O que não se mede, não se melhora. Para uma loja, os números que interessam são mensagens, chamadas e visitas, não gostos. Uma folha simples chega para começar.

1. **Crie uma folha de contagem**
   Pode ser uma folha de papel ou uma folha de cálculo. Em cada semana, escreva: mensagens recebidas, chamadas, pessoas que disseram ter vindo pela internet e vendas ligadas a isso. São poucos números, mas dizem tudo.

2. **Pergunte como o cliente o encontrou**
   Ao atender, pergunte de forma simples: Como soube da nossa loja? Anote a resposta. Google, Instagram, amigo ou passou à porta. Em poucas semanas vê o que está a funcionar.

3. **Veja as estatísticas do Google**
   No Perfil da Empresa, veja quantas pessoas ligaram, pediram direções ou visitaram o site. Compare mês a mês. Se subir depois de acrescentar fotos e avaliações, já sabe o que repetir.

4 **Veja as estatísticas das redes**

No Instagram e Facebook, abra as estatísticas e olhe para alcance, cliques no WhatsApp e mensagens. Ignore os gostos como medida principal. Interessa quantas pessoas chegaram à conversa.

5 **Faça uma revisão mensal**

Uma vez por mês, reserve vinte minutos e responda a três perguntas: o que trouxe mais mensagens, o que não trouxe nada e o que vou fazer diferente no próximo mês. Escreva as respostas.

6 **Saiba quando pedir ajuda**

Peça ajuda se não tem tempo para publicar, se os anúncios gastam sem trazer mensagens, ou se quer um site feito de raiz. Peça sempre para lhe explicarem o que fazem e que os acessos fiquem em seu nome. Desconfie de quem promete resultados garantidos.

> **DICA**
>
> Se quiser ajuda para pôr tudo isto em prática, o Samuel Noronha faz perfis, vídeos, sites e anúncios para pequenos negócios. Pode falar com ele no WhatsApp, sem compromisso.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Escrevi os 5 produtos ou serviços que me dão mais lucro.
- [ ] Tenho uma oferta clara e verdadeira.
- [ ] Criei ou reivindiquei o Perfil da Empresa no Google e confirmei o negócio.
- [ ] Categoria, horário, morada e telefone estão corretos no Google.
- [ ] Carreguei fotos reais da fachada, do interior e dos produtos.
- [ ] Instalei o WhatsApp Business e preenchi o perfil.
- [ ] Criei mensagem de saudação, de ausência e respostas rápidas.
- [ ] Criei o catálogo com os produtos principais.
- [ ] Tenho uma conta de empresa no Instagram ou no Facebook.
- [ ] Gravei os meus primeiros 3 vídeos com o telemóvel.
- [ ] Peço autorização por escrito a quem aparece nas imagens.
- [ ] Peço avaliações reais e respondo a todas.
- [ ] Tenho uma folha para contar mensagens e vendas por semana.
- [ ] Fiz o primeiro anúncio pequeno, só depois de ter tudo o resto.

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Ter horário ou preços desatualizados no Google e nas redes.

Como corrigir: Marque no calendário uma revisão mensal. Corrija sempre que mudar horário, feriados ou preços.

✗ Usar fotos da internet em vez de fotos da própria loja.

Como corrigir: Tire fotos com o telemóvel, com luz natural. Fotos reais passam confiança e ajudam o cliente a reconhecer o sítio.

✗ Demorar a responder a mensagens.

Como corrigir: Use a saudação e as respostas rápidas do WhatsApp Business. Tente responder no mesmo dia, de preferência em poucas horas.

✗ Anunciar antes de ter o perfil, o WhatsApp e o conteúdo prontos.

Como corrigir: Comece pelos capítulos 2 a 5. Só depois ponha dinheiro em anúncios, e comece com 5 € por dia.

✗ Medir só gostos e seguidores.

Como corrigir: Conte mensagens, chamadas e pessoas que dizem ter vindo pela internet. É isso que paga as contas.

✗ Publicar uma promoção com prazo que já acabou.

Como corrigir: Retire de imediato o que expirou. Antes de publicar ofertas no Perfil do Google, confirme as regras atuais.

✗ Mostrar clientes em fotos ou vídeos sem autorização.

Como corrigir: Peça consentimento claro e guarde a mensagem. Sem autorização, mostre só o produto ou a loja.

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 5 produtos principais, o cliente ideal e a oferta. • Reunir morada, horário, telefone e fotos reais. • Criar ou reivindicar o Perfil da Empresa no Google e iniciar a verificação. • Pedir uma avaliação verdadeira a todos os clientes, sem escolher e sem oferecer nada em troca.
Semana 2: contacto fácil	• Instalar e configurar o WhatsApp Business. • Criar saudação, ausência, respostas rápidas e catálogo. • Pôr o link do WhatsApp no Google e nas redes. • Criar a conta de empresa no Instagram ou Facebook e escrever a biografia.
Semana 3: conteúdo	• Gravar 5 vídeos curtos num só dia, com a lista de ideias do capítulo 5. • Editar e acrescentar legendas. • Publicar 3 vezes e responder a todos os comentários. • Atualizar fotos novas no Perfil do Google.
Semana 4: primeiro anúncio e medição	• Escolher o vídeo com melhor reação e criar um anúncio de mensagens. • Fixar 5 € por dia durante 7 dias, com raio curto à volta da loja. • Contar mensagens, chamadas e vendas na folha semanal. • Fazer a revisão do mês e decidir o que repetir.

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Preciso mesmo de um site se já tenho redes sociais?

Não é obrigatório para começar. Mas um site simples é a única presença que é realmente sua, e ajuda a passar confiança. Comece pelo Google e pelo WhatsApp, e faça o site quando o resto estiver estável.

Quanto tempo demora até aparecer no Google?

Depende da zona, da concorrência e da verificação do perfil. Ninguém pode garantir uma posição. Um perfil completo, com fotos reais e avaliações respondidas, aumenta as hipóteses.

Quanto devo gastar em anúncios?

Pode começar com 5 € por dia durante uma semana, para aprender o que funciona. Só aumente se estiver a receber mensagens que se transformam em vendas. Nunca gaste dinheiro que faz falta ao negócio.

Tenho de aparecer nos vídeos?

Não. Pode mostrar só as mãos, os produtos ou a loja, e usar legendas no ecrã. Se quiser aparecer, ou mostrar clientes, peça sempre autorização.

Posso comprar avaliações ou seguidores?

Não. É desonesto, as plataformas podem penalizar a conta e os clientes percebem. Peça avaliações a quem comprou de verdade.

Qual a rede social certa para a minha loja?

A que os seus clientes mais usam. Pergunte-lhes. Muitas lojas locais começam pelo Instagram e pelo Facebook, e acrescentam o TikTok mais tarde, se tiverem tempo para vídeos.

Posso fazer tudo sozinho?

Pode. Este guia foi escrito para isso. Se faltar tempo, ou quiser acelerar, pode pedir ajuda para partes concretas, como os vídeos, o site ou os anúncios.

Quer ajuda para pôr isto em prática na sua loja? Fale com o Samuel Noronha pelo WhatsApp, +351 938 736 254, e conte-lhe o que vende e onde fica. A conversa é sem compromisso.

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.