Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · PERSONAL TRAINERS E GINÁSIOS

Como conseguir clientes online sendo personal trainer ou ginásio

Guia passo a passo para aparecer no Google, nas redes sociais e no WhatsApp, sem saber nada de tecnologia.

samuelnoronha.pages.dev/guias/personal-trainers-e-ginasios · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para personal trainers, treinadores independentes e donos de pequenos ginásios ou estúdios. Não precisa de saber de tecnologia nem de ter site. Basta ter um telemóvel e uma hora livre por dia durante um mês.

O essencial numa página

- Quem procura um treinador pesquisa no Google e no Instagram. Se não o encontra, vai para o concorrente.
- Comece por três coisas gratuitas: o Perfil da Empresa no Google, o WhatsApp Business e uma conta de Instagram bem arrumada.
- Grave vídeos curtos com o telemóvel: exercícios com técnica correta, rotinas rápidas e o seu espaço.
- Só depois pense em anúncios. Dá para começar com 5 € por dia, com um objetivo claro: mensagens no WhatsApp.
- Meça mensagens e marcações de aula experimental, não gostos. E nunca prometa resultados de peso ou de corpo.

Índice

1 Defina o que vende e a quem

2 Perfil da Empresa no Google (Google Maps)

3 WhatsApp Business: receber e organizar contactos

4 Instagram, Facebook e TikTok: montar a base

5 Que vídeos gravar com o telemóvel

6 Primeiros anúncios com pouca verba

7 Um site simples que ajuda a convencer

8 Medir o que importa e quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

Defina o que vende e a quem

Antes de abrir qualquer conta, escreva em três frases quem quer ajudar e o que oferece. Sem isto, tudo o resto sai confuso.

1. **Escolha a zona e o cliente**
   Pegue numa folha e escreva a zona onde trabalha (bairro ou cidade) e o tipo de pessoa que quer ajudar. Por exemplo: "mulheres de 30 a 50 anos, em Alvalade, que querem ganhar força e energia". Quanto mais concreto, mais fácil é falar com essas pessoas.

2. **Escreva o que oferece, sem exagerar**
   Liste os seus serviços: treino personalizado, treino em pequeno grupo, avaliação física, plano online, aulas de grupo. Escreva ao lado o preço real ou a gama de preços. Não ponha o que não faz.

3. **Crie uma oferta de entrada**
   Uma oferta de entrada reduz o medo de experimentar. Exemplo: "Aula experimental com avaliação inicial gratuita, sem compromisso". Defina quantas pode dar por semana, para não ficar sobrecarregado.

4. **Reúna os seus dados oficiais**
   Tenha à mão o nome do negócio, morada ou zona de atendimento, horário, telemóvel e as suas certificações reais (curso, cédula ou certificado). Vai precisar deles em todos os passos seguintes. Escreva-os num único documento e copie sempre daí, para ficarem iguais em todo o lado.

5. **Escolha um nome único para usar em todo o lado**
   Use o mesmo nome no Google, no Instagram, no Facebook, no TikTok e no WhatsApp. Se for treinador independente, pode ser o seu nome e a palavra "Personal Trainer". O Google e os clientes reconhecem melhor um negócio que se chama sempre da mesma maneira.

> **DICA**
> Escreva a oferta de entrada em duas linhas. Se não consegue explicá-la em duas linhas, ainda está complicada.

CAPÍTULO 2

Perfil da Empresa no Google (Google Maps)

É o passo mais importante para ser encontrado por quem pesquisa "personal trainer" ou "ginásio" perto de si. É gratuito. O Google diz que o resultado local depende de relevância, distância e proeminência, por isso um perfil completo e com avaliações ajuda, mas ninguém pode prometer o primeiro lugar.

---

1. **Crie ou reivindique o perfil**
   No telemóvel ou no computador, pesquise no Google o nome do seu negócio e veja se já aparece uma ficha. Se aparecer, procure a opção para gerir ou reivindicar o perfil. Se não aparecer, pesquise "Perfil da Empresa Google" e escolha a opção para adicionar a sua empresa.

2. **Escolha a categoria principal certa**
   A categoria principal pesa muito. Procure por "Personal trainer" ou "Ginásio" na lista e escolha a que descreve o que faz mais vezes. Pode juntar categorias secundárias, como "Estúdio de pilates" ou "Treinador de fitness", mas só se as oferecer de facto.

3. **Preencha morada ou zona de atendimento**
   Se tem espaço aberto ao público, ponha a morada completa. Se treina em casa do cliente ou ao ar livre, ative a área de atendimento e esconda a morada de casa. Verifique no mapa se o ponto está no sítio certo.

4. **Adicione horário, serviços e descrição**
   Ponha os horários reais, incluindo feriados. Na secção de serviços, crie um por cada coisa que vende, com descrição curta e preço real. Na descrição, escreva o que faz, para quem e onde, por exemplo: "Treino personalizado em pequenos grupos no Porto, com avaliação inicial gratuita".

5. **Carregue fotografias tiradas por si**
   Fotografe a entrada, a sala, o equipamento, a equipa a trabalhar e o seu retrato. Use luz natural e o telemóvel na horizontal. Nada de fotografias de banco de imagens: o cliente quer ver o sítio verdadeiro. Se aparecerem clientes, peça autorização antes.

6. **Peça avaliações reais e responda a todas**
   No perfil, copie o link para pedir avaliações e envie-o por WhatsApp a quem já treinou consigo, com uma frase simples: "Se gostou do treino, ajuda-me muito deixar a sua opinião neste link". Responda a todas, as boas e as menos boas, com educação. Nunca compre nem invente avaliações.

7 **Verifique o perfil**

O Google pede uma confirmação, normalmente por código, vídeo ou chamada, consoante o caso. Siga as indicações no ecrã. Até verificar, o perfil pode não aparecer a toda a gente.

> **DICA**
>
> Volte ao perfil uma vez por semana: publique uma novidade ou uma foto nova. Um perfil vivo passa confiança.

CAPÍTULO 3

WhatsApp Business: receber e organizar contactos

A maioria das pessoas prefere mandar mensagem a ligar. O WhatsApp Business é gratuito e foi feito para negócios.

1 **Instale e crie o perfil de empresa**

Procure "WhatsApp Business" na loja de aplicações do telemóvel (é uma aplicação diferente do WhatsApp normal). Se possível, use um número só para o negócio. Preencha nome, categoria, descrição, morada, horário e site ou rede social.

2 **Configure a mensagem de ausência**

Nas definições da aplicação, procure "Ferramentas da empresa" e depois a mensagem de ausência. Exemplo: "Olá! Obrigado pela mensagem. Estou em treino neste momento e respondo até ao fim do dia. Se quiser, diga-me o seu objetivo e a zona onde mora."

3 **Configure a mensagem de saudação**

Na mesma zona, crie a saudação para quem escreve pela primeira vez. Exemplo: "Olá, aqui é o [nome], personal trainer em [zona]. Em que posso ajudar? Se quer marcar uma aula experimental, diga-me o melhor dia e hora."

4 **Crie respostas rápidas**

Em "Respostas rápidas", guarde as respostas às perguntas mais comuns: preços, horários, localização, o que levar na primeira aula. Cada uma fica ligada a um atalho, por exemplo "/precos". Assim responde em segundos e sem erros.

5 **Use etiquetas para organizar**

Crie etiquetas como "Novo contacto", "Aula experimental marcada", "Cliente" e "Sem resposta". Atribua uma a cada conversa. No fim da semana percebe logo quantas pessoas perguntaram e quantas marcaram.

6 **Ponha o link do WhatsApp em todo o lado**

No perfil do Google, no Instagram, no Facebook e no TikTok, ponha o link direto para o seu WhatsApp. Quanto menos cliques, mais mensagens. O WhatsApp Business também dá um link curto e um código QR para imprimir e deixar na receção.

> **DICA**
> Responda sempre no mesmo dia, de preferência em poucas horas. Quem pergunta preços a três treinadores costuma ficar com o primeiro que responde bem.

CAPÍTULO 4

Instagram, Facebook e TikTok: montar a base

As redes sociais são a montra. Não precisa de estar em todas ao mesmo tempo. Comece pelo Instagram, e use as outras para repetir o que já gravou.

1 **Crie conta de empresa ou de criador**

No Instagram, vá a Definições e procure a opção para mudar para conta profissional. Escolha a categoria "Personal trainer" ou "Ginásio". Ligue a página de Facebook, se tiver, para publicar nos dois sítios de uma só vez.

2 **Escreva uma biografia clara**

A biografia diz em três linhas quem é, o que faz e o que a pessoa deve fazer a seguir. Exemplo: "Personal trainer em Braga | Treino de força para quem começa do zero | Aula experimental: fale comigo no WhatsApp 👇 ". Evite frases vagas como "vive a tua melhor versão".

3 **Escolha uma fotografia de perfil e um destaque**

Use uma fotografia sua, com o rosto bem visível, luz clara e fundo simples. Nos destaques (as bolinhas por baixo da biografia), crie quatro: "Serviços", "Preços", "Como funciona" e "Perguntas". São o seu folheto digital.

4 **Ponha o link e o botão de contacto**

Na edição do perfil, adicione o link do WhatsApp e ative o botão de contacto, se existir. Quem chega ao seu perfil tem de saber em dois segundos como falar consigo.

5 **Crie as mesmas contas no Facebook e TikTok**

Use o mesmo nome e a mesma fotografia. Não precisa de conteúdo diferente: o mesmo vídeo vertical serve para Instagram (Reels), Facebook e TikTok. Publique uma vez e reaproveite.

6 **Defina um ritmo que consegue cumprir**

Três vídeos por semana, mantidos durante meses, valem mais do que catorze numa semana e depois nada. Marque no calendário dois ou três dias fixos para gravar. Grave vários de seguida, num só dia.

> **DICA**
> Não apague os primeiros vídeos fracos. Todos os treinadores começam assim, e o público nota a evolução.

CAPÍTULO 5

Que vídeos gravar com o telemóvel

Vídeo é a forma mais rápida de mostrar quem é e como treina. Não precisa de equipamento caro: telemóvel, boa luz e som claro.

1 **Prepare o telemóvel**

Limpe a lente com um pano. Grave na vertical e em qualidade alta (nas definições da câmara). Apoie o telemóvel num tripé barato ou numa prateleira, à altura do peito, para o enquadramento ficar firme.

2 **Use luz e som a seu favor**

Grave perto de uma janela ou com luz clara no teto. Evite ter a luz atrás de si. Para falar, aproxime-se do microfone do telemóvel e evite locais com eco ou música alta de fundo.

3 **Mostre o exercício com técnica correta**

Grave 20 a 40 segundos de um exercício por vídeo. Mostre de frente e de lado, diga o erro mais comum e como evitar. Exemplo: "3 erros no agachamento que ninguém te diz". Só mostre o que ensinaria a um cliente real.

4 **Responda a perguntas frequentes**

Grave a responder às perguntas que já lhe fazem: "Quantas vezes por semana devo treinar?", "Preciso de ginásio para começar?", "Quanto custa um personal trainer?". Responda de forma honesta e sem prometer resultados em prazos.

5 **Apresente o espaço e a equipa**

Faça uma volta curta ao ginásio ou ao local onde treina. Mostre a sala, o equipamento, o ambiente e quem trabalha lá. Peça autorização escrita a quem aparecer.

6 **Peça consentimento antes de mostrar clientes**

A imagem de uma pessoa identificável é um dado pessoal. Peça autorização por escrito, dizendo para que serve (por exemplo, "publicar nas redes sociais do estúdio"), e guarde o registo. A pessoa pode retirar o consentimento mais tarde. Em caso de dúvida, consulte a CNPD (em Portugal) ou a LGPD (no Brasil).

7 **Evite promessas e antes/depois enganadores**

Não prometa "perder 5 quilos em 30 dias". A Meta restringe anúncios de perda de peso e de antes/depois e não aceita conteúdos que façam a pessoa sentir-se mal com o corpo. Em vez de transformação corporal, mostre processo, técnica, rotina e bem-estar.

> **DICA**
>
> Dez ideias de vídeos para começar: 1) apresentação em 30 segundos; 2) um exercício bem feito; 3) um erro comum; 4) rotina de 10 minutos em casa; 5) a primeira aula, o que esperar; 6) volta ao espaço; 7) resposta a uma pergunta frequente; 8) aquecimento antes do treino; 9) mitos sobre o treino; 10) um dia na vida do treinador.

CAPÍTULO 6

Primeiros anúncios com pouca verba

Anúncios servem para acelerar. Só avance quando o perfil do Google, o WhatsApp e pelo menos cinco ou seis vídeos estiverem prontos.

---

1 **Defina um único objetivo**

Para um negócio local, o objetivo mais simples é receber mensagens no WhatsApp com pedidos de aula experimental. Não tente ao mesmo tempo ganhar seguidores, vender planos e promover o ginásio. Um anúncio, um objetivo.

2 **Crie o anúncio no Meta (Instagram e Facebook)**

No Gestor de Anúncios da Meta, escolha o objetivo de mensagens (ou tráfego para WhatsApp). Escolha uma zona pequena à volta do seu espaço e ajuste à idade e ao interesse que definiu. Use um dos seus vídeos que já teve boa reação.

3 **Defina a verba diária**

Pode começar com 5 € por dia. Deixe correr pelo menos 5 a 7 dias antes de mexer, para a plataforma aprender. Se não tem folga financeira, comece mais baixo e aumente só quando houver mensagens.

4. **Escreva um texto simples e claro**
   Exemplo: "Quer começar a treinar com acompanhamento em [zona]? Marque uma aula experimental com avaliação inicial. Envie-nos mensagem." Sem promessas de resultado e sem comparar o corpo das pessoas.

5. **Leia a política de anúncios antes de publicar**
   As regras da Meta e do Google mudam e tratam saúde, perda de peso e imagem corporal com cuidado. Antes de cada anúncio, leia a política atual na página de ajuda da plataforma. Se o anúncio for rejeitado, peça revisão e ajuste o texto.

6. **Anúncio no Google, só mais tarde**
   O Google Ads funciona bem para quem já procura "personal trainer + zona", mas exige mais cuidado nas palavras-chave e custa mais por clique. Experimente depois de ter mensagens a vir das redes. Veja também se os Anúncios de Serviços Locais do Google estão disponíveis no seu país e para a sua atividade.

7. **Responda depressa a quem escreve**
   A maior parte do dinheiro de um anúncio perde-se na demora. Ative as notificações do WhatsApp Business e responda em minutos. Use a saudação e as respostas rápidas que criou.

> **DICA**
> Não mexa no anúncio todos os dias. Mudanças constantes baralham o sistema. Avalie ao fim de uma semana.

CAPÍTULO 7

Um site simples que ajuda a convencer

Um site não precisa de ser grande. Serve para quem quer confirmar que o negócio é sério antes de escrever.

---

1. **Decida o que o site tem de ter**
   Uma página basta: quem é, o que oferece, preços ou gama de preços, certificações reais, localização, horários, perguntas frequentes e um botão grande para o WhatsApp. Acrescente as suas fotografias verdadeiras.

2. **Escolha uma ferramenta fácil**
   Existem construtores de sites com modelos prontos, alguns com plano gratuito ou barato. Escolha um modelo limpo, que funcione bem no telemóvel, e mude só texto, imagens e cores.

3. **Escreva títulos que o cliente procura**
Use palavras que as pessoas escrevem no Google. Por exemplo: "Personal trainer em Coimbra" ou "Ginásio em Setúbal com aula experimental". Ponha o nome da zona no título e no primeiro parágrafo.

4. **Ponha o botão do WhatsApp à vista**
Em cima, no meio e no fim da página, coloque o botão "Falar no WhatsApp" com o link direto. Não esconda o contacto num menu.

5. **Ligue o site ao Perfil do Google**
No Perfil da Empresa, adicione o endereço do site. Ponha o mesmo nome, a mesma morada e o mesmo telefone no site e no perfil, para o Google perceber que é o mesmo negócio.

6. **Confirme a política de privacidade**
Se o site recolhe dados (formulário, e-mail), tem de informar para que os usa e quem os trata. Escreva uma página simples de privacidade. Em caso de dúvida, consulte a CNPD ou um advogado.

> **DICA**
> Veja o site no seu telemóvel antes de o publicar. Se tiver de fazer zoom para ler, está mal feito.

CAPÍTULO 8

Medir o que importa e quando pedir ajuda

Gostos são agradáveis, mas não pagam a renda. Meça o que se transforma em clientes.

1. **Conte mensagens e marcações**
Numa folha ou num caderno, anote por semana: quantas mensagens recebeu, quantas pediram preços, quantas marcaram aula experimental e quantas ficaram clientes. São quatro números simples e mostram a verdade.

2. **Saiba de onde vêm os contactos**
Pergunte a cada pessoa: "Como nos encontrou?". Anote: Google, Instagram, amigo, passou à porta. Ao fim de um mês vê onde investir mais tempo.

3. **Veja os dados do Perfil do Google**
No Perfil da Empresa, procure o separador de desempenho. Mostra quantas pessoas viram o perfil, ligaram, pediram direções ou visitaram o site. Compare semana a semana.

4 **Veja que vídeos funcionam**

No Instagram, abra as estatísticas e veja os vídeos com mais partilhas e guardados. Repita o tema que mais funcionou. Troque o que ninguém viu.

5 **Revise o que não está a dar resultado**

Se há muitas visualizações mas poucas mensagens, mude a chamada à ação ou a oferta. Se há mensagens mas poucas marcações, melhore a resposta e a rapidez. Mude uma coisa de cada vez.

6 **Peça ajuda quando fizer sentido**

Se o tempo não chega, se os anúncios não trazem contactos depois de várias semanas ou se quer um site feito para si, é razoável pedir ajuda. Peça sempre um orçamento claro, sem fidelização escondida, e o acesso às suas contas no seu nome.

> **DICA**
>
> Reserve 20 minutos todas as sextas para ver os quatro números da semana. Esse hábito vale mais do que qualquer truque.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Escrevi quem quero ajudar, em que zona e o que ofereço.
- [ ] Tenho uma oferta de entrada clara (por exemplo, aula experimental).
- [ ] Reivindiquei ou criei o Perfil da Empresa no Google.
- [ ] A categoria principal, o horário e os serviços estão completos.
- [ ] Carreguei fotografias tiradas por mim, do espaço e do trabalho.
- [ ] Instalei o WhatsApp Business com saudação, ausência e respostas rápidas.
- [ ] Pedi avaliações reais a clientes e respondi a todas.
- [ ] O Instagram tem biografia clara, fotografia e link do WhatsApp.
- [ ] Gravei os primeiros cinco vídeos com o telemóvel.
- [ ] Tenho consentimento escrito de qualquer cliente que aparece em imagem.
- [ ] Li a política de anúncios antes de publicar o primeiro.
- [ ] Os meus anúncios têm um só objetivo: mensagens no WhatsApp.
- [ ] Registo todas as semanas mensagens, marcações e novos clientes.
- [ ] Nenhum texto meu promete resultados de peso ou de corpo.

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Prometer perda de peso ou resultados em prazos fixos.

Como corrigir: Fale do processo, do acompanhamento e do bem-estar. Não garanta números nem datas, e confirme a política atual da Meta e do Google antes de anunciar.

✗ Usar a transformação do corpo como principal prova.

Como corrigir: Mostre técnica, rotina, ambiente e a sua forma de trabalhar. Se usar imagens de clientes, só com consentimento escrito e sem enganar.

✗ Perfil do Google incompleto ou com fotografias de banco de imagens.

Como corrigir: Preencha categoria, serviços, horário e descrição. Use fotografias tiradas por si no local real.

✗ Demorar a responder às mensagens.

Como corrigir: Configure as respostas rápidas e as notificações. Responda no mesmo dia, de preferência em poucas horas.

✗ Pagar anúncios sem ter o perfil e os vídeos prontos.

Como corrigir: Só avance para anúncios depois de ter o Perfil da Empresa, o WhatsApp Business e alguns vídeos publicados.

✗ Medir só gostos e seguidores.

Como corrigir: Meça mensagens, marcações de aula experimental e novos clientes. Pergunte sempre como a pessoa o encontrou.

✗ Publicar imagens de clientes sem autorização.

Como corrigir: Peça consentimento escrito e específico, explique o uso e guarde o registo. Respeite o pedido de retirar a imagem.

QUATRO SEMANAS

Plano de 30 dias

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

Semana 1: a base	• Escrever o cliente ideal, a zona e a oferta de entrada. • Criar ou reivindicar o Perfil da Empresa no Google e preencher tudo. • Instalar o WhatsApp Business e configurar saudação, ausência e respostas rápidas. • Tirar fotografias do espaço e do trabalho. • Arrumar a biografia do Instagram e pôr o link do WhatsApp.
Semana 2: vídeos e avaliações	• Gravar cinco vídeos num único dia (exercício, erro comum, pergunta frequente, volta ao espaço, apresentação). • Publicar três vídeos e partilhar no Facebook e TikTok. • Pedir avaliações a dez clientes ou conhecidos que já treinaram consigo. • Responder a todas as avaliações recebidas.
Semana 3: site e primeiro anúncio	• Criar uma página simples com serviços, preços, localização e botão de WhatsApp. • Ligar o site ao Perfil da Empresa. • Ler a política de anúncios da Meta. • Lançar um anúncio com 5 € por dia e o objetivo de mensagens. • Responder a todas as mensagens em poucas horas.
Semana 4: medir e ajustar	• Contar mensagens, aulas experimentais e novos clientes. • Ver no Perfil do Google quantos ligaram ou pediram direções. • Repetir o tipo de vídeo que mais funcionou. • Decidir se aumenta a verba, muda o texto ou o vídeo. • Decidir se precisa de ajuda em alguma parte.

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Preciso de site para aparecer no Google?

Não. O Perfil da Empresa no Google é gratuito e é o mais importante para quem procura perto de si. Um site simples ajuda a convencer, mas pode vir depois.

Quanto tempo demora a aparecer no Google Maps?

Depende. Depois de verificado, o perfil pode aparecer rapidamente, mas a posição varia com a relevância, a distância e a proeminência. Ninguém pode garantir o primeiro lugar.

Posso mostrar fotografias de clientes a treinar?

Só com consentimento escrito e específico, a dizer para que serve a imagem. Guarde o registo e retire a imagem se a pessoa pedir.

Posso publicar o antes e depois dos meus clientes?

Tenha muito cuidado. A Meta restringe antes/depois e conteúdos de perda de peso. Mesmo com autorização, evite promessas e confirme a política atual antes de anunciar.

Quanto devo gastar em anúncios?

Pode começar com 5 € por dia, durante uma semana, com o objetivo de receber mensagens. Aumente só quando vir que as mensagens se transformam em aulas e clientes.

Qual é a rede social mais importante?

Para negócio local, o Instagram costuma ser o melhor ponto de partida, e o mesmo vídeo vertical pode ser reaproveitado no Facebook e no TikTok. O mais importante é manter o ritmo.

Quando faz sentido contratar alguém?

Quando falta tempo, quando os anúncios não trazem mensagens depois de algumas semanas ou quando quer um site profissional. Peça orçamento claro e acesso às contas em seu nome.

Se quiser ajuda para pôr isto em prática, fale comigo pelo WhatsApp: +351 938 736 254. Conto-lhe 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.