Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · SALÕES E ESTÉTICA

Como ter mais clientes no salão de beleza e estética

Guia gratuito, passo a passo, para unhas, pestanas, sobrancelhas e cabelo: do Google ao WhatsApp, sem saber nada de tecnologia.

samuelnoronha.pages.dev/guias/saloes-e-estetica · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para quem tem um salão, um espaço de estética ou trabalha por conta própria com unhas, pestanas, sobrancelhas ou cabelo. Não precisa de saber nada de tecnologia. Basta ter um telemóvel e uma hora livre para cada capítulo.

O essencial numa página

- As pessoas procuram salões no Google e no Instagram antes de marcar. Se não o encontram, vão para o vizinho.
- Comece pelo Perfil da Empresa no Google: é grátis e é onde nasce a maioria das marcações locais.
- Grave vídeos curtos com o telemóvel: um processo, um resultado, uma dica. Sem promessas e sem inventar.
- Responda a todas as mensagens no WhatsApp Business com texto pronto e um horário claro.
- Só depois pense em anúncios, e comece pequeno: 5 € por dia chegam para aprender o que funciona. Meça marcações, não gostos.

Índice

1 1. Preparar a base: o que vende, a quem e onde

2 2. Perfil da Empresa no Google (o seu cartão no mapa)

3 3. Instagram e Facebook: a montra do seu trabalho

4 4. Vídeos com o telemóvel: 10 ideias que pode gravar esta semana

5 5. WhatsApp Business: transformar mensagens em marcações

6 6. Primeiros anúncios com pouca verba (desde 5 € por dia)

7 7. Site simples e como medir se está a resultar

8 8. Regras do seu setor e quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

1. Preparar a base: o que vende, a quem e onde

Antes de publicar seja o que for, escreva três coisas numa folha. Isto evita ter de refazer tudo mais tarde e deixa todas as suas páginas a dizer o mesmo.

1. **Escreva os seus serviços e preços reais**
   Numa folha, faça uma lista com cada serviço, o preço e a duração. Por exemplo: manicure em gel, 25 €, 60 minutos. Use só preços que cumpre mesmo, porque o cliente vai guardar esta lista.

2. **Escolha o seu cliente ideal**
   Pense em quem mais gosta de atender. Pode ser a noiva, a mulher que trabalha e quer unhas cuidadas, ou o jovem que quer sobrancelhas definidas. Escreva uma frase: 'Atendo [quem] em [zona] com [o que me distingue]'.

3. **Defina a zona onde atende**
   Escreva o nome do bairro, da cidade e das localidades vizinhas de onde os clientes podem vir. Esta zona vai ser usada no Google, nos anúncios e nas legendas.

4. **Crie uma oferta simples para novos clientes**
   Escolha uma coisa pequena e verdadeira que convide a vir pela primeira vez. Exemplo: 'Primeira marcação: design de sobrancelhas com 10 % de desconto até ao fim do mês'. Escreva a data limite e cumpra-a.

5. **Junte o que já tem**
   Reúna logótipo (se tiver), fotografias do espaço e de trabalhos que fez, e o número de WhatsApp do negócio. O WhatsApp Business precisa de um número próprio (um cartão SIM ou um número fixo). Decida já qual vai usar: se escolher o número pessoal, as conversas pessoais passam a ficar na aplicação do negócio. Faça isto antes do capítulo 5.

> **DICA**
> Use sempre o mesmo nome, o mesmo número e a mesma morada em todo o lado. Pequenas diferenças confundem clientes e o Google.

CAPÍTULO 2

2. Perfil da Empresa no Google (o seu cartão no mapa)

Quando alguém pesquisa 'unhas de gel perto de mim' ou 'cabeleireiro em [cidade]', o Google mostra um mapa com negócios. O Perfil da Empresa é grátis e é o seu lugar nesse mapa. O Google diz que a posição depende sobretudo de relevância, distância e proeminência, por isso um perfil completo ajuda, mas ninguém pode prometer o primeiro lugar.

---

1. **Procure o seu negócio antes de criar**
   No telemóvel, abra a aplicação Google Maps e escreva o nome do salão. Se já aparecer, toque em 'Reivindicar este negócio' ou 'Gerir este perfil'. Se não aparecer, procure a opção para adicionar o seu negócio.

2. **Preencha nome, categoria e morada**
   Escreva o nome exatamente como está na porta. Escolha a categoria principal que melhor descreve o que faz, por exemplo 'Salão de beleza', 'Cabeleireiro' ou 'Estúdio de unhas'. Se atende só ao domicílio, indique a zona em vez da morada pública.

3. **Verifique o negócio**
   O Google pede uma confirmação, normalmente por código, chamada ou vídeo. Siga o método que aparecer no ecrã. Sem verificação, o perfil não fica completo.

4. **Acrescente serviços, horário e botão de marcação**
   Na secção de serviços, escreva cada serviço com descrição curta e preço. Confira o horário, incluindo feriados. Em 'Ligações de marcação' ou campo semelhante, coloque o link do WhatsApp (https://wa.me/351 e o seu número, sem espaços) ou o seu site.

5. **Carregue fotografias reais**
   Tire fotos com o telemóvel, com luz natural: fachada, entrada, interior, cadeira, produtos e trabalhos acabados. Evite fotos de internet, porque o cliente repara quando o salão real é diferente. Acrescente uma ou duas fotos novas por mês.

6. **Peça avaliações e responda a todas**
   Depois de um atendimento, envie ao cliente o link de avaliação do seu perfil, com uma mensagem simpática. Responda a cada avaliação, boa ou má, com calma e agradecimento. Nunca pague por avaliações nem as escreva você.

> **DICA**
> Escreva a descrição do perfil como se falasse com um cliente: o que faz, onde está e para quem. Exemplo: 'Estúdio de unhas e sobrancelhas em [bairro]. Marcações por WhatsApp, atendimento com hora marcada.'

CAPÍTULO 3

3. Instagram e Facebook: a montra do seu trabalho

As redes sociais servem para o cliente ver o que faz e confiar antes de marcar. Não precisa de estar em todas. Escolha o Instagram e o Facebook, que se ligam entre si, e, se tiver tempo, o TikTok.

---

1. **Passe o Instagram a conta profissional**
   No Instagram, vá a Definições e procure a opção para mudar para conta profissional, escolhendo 'Empresa'. É grátis. Assim ganha botões de contacto e estatísticas.

2. **Escreva uma biografia que explica tudo**
   Em poucas linhas diga o que faz, onde e como marcar. Exemplo: 'Unhas e sobrancelhas | [Bairro], [Cidade] | Marcações por WhatsApp ↓'. Coloque o link do WhatsApp no campo de ligação.

3. **Crie uma Página de Facebook para o negócio**
   No Facebook, procure a opção de criar uma Página. Use o mesmo nome, a mesma foto de perfil e o mesmo número do Instagram. Ligue as duas contas nas definições da Meta para publicar nas duas ao mesmo tempo.

4. **Faça os destaques do Instagram**
   Crie destaques com títulos simples: Serviços, Preços, Como marcar, Trabalhos, Perguntas. Quem chega ao seu perfil encontra tudo sem ter de perguntar.

5. **Escolha 3 temas de publicação**
   Por exemplo: processo (como fez), resultado (trabalho acabado) e dica (cuidados em casa). Alterne os temas. Assim nunca fica sem ideias e o cliente aprende a reconhecer o seu estilo.

6. **Publique com regularidade realista**
   Escolha um ritmo que consegue manter, como três publicações por semana. Prefere-se constância a explosões seguidas de meses de silêncio. Responda a comentários e mensagens no mesmo dia.

> **DICA**
> Não precisa de ter milhares de seguidores. Para um negócio local, 200 pessoas da sua zona valem mais do que 20 mil de outro país.

CAPÍTULO 4

4. Vídeos com o telemóvel: 10 ideias que pode gravar esta semana

Vídeos curtos (Reels, TikTok, Shorts) mostram o seu trabalho a quem ainda não o conhece. Não precisa de equipamento. Precisa de luz, de um telemóvel firme e de um assunto por vídeo.

1. **Prepare o cenário em dois minutos**
   Limpe a lente do telemóvel, grave na vertical e junto de uma janela, com a luz a bater no trabalho e não nas suas costas. Arrume o fundo. Prenda o telemóvel num tripé barato ou encoste-o a uma prateleira.

2. **Use sempre a mesma estrutura**
   Primeiros 3 segundos: mostre o resultado ou faça uma pergunta ('Unhas que duram mais de 3 semanas?'). Depois mostre o processo e, no fim, diga como marcar. Mantenha o vídeo entre 15 e 40 segundos.

3. **Grave estas 10 ideias**
   1) Processo de uma manicure em time-lapse. 2) Antes e depois de um penteado, sem edição de filtro. 3) Como escolho o formato da unha. 4) Três erros que estragam as pestanas em casa. 5) Preparação da cadeira e dos materiais. 6) Um dia no salão. 7) Resposta a uma pergunta frequente. 8) Cuidados nos dias a seguir ao serviço. 9) Os produtos que uso e porquê. 10) Apresentação de quem trabalha consigo.

4. **Acrescente texto e legenda**
   Muita gente vê sem som. Nas aplicações CapCut ou Instagram, ligue as legendas automáticas e corrija os erros. Escreva um título curto no ecrã nos primeiros segundos.

5. **Peça autorização por escrito para mostrar clientes**
   Se aparecer uma cara ou um trabalho identificável, peça ao cliente que assine uma autorização simples para redes sociais e guarde-a. A imagem de uma pessoa é um dado pessoal protegido pelo RGPD. Se tiver dúvidas, consulte a CNPD.

6. **Publique o vídeo no Instagram, Facebook e TikTok**
   Grave uma vez e publique nas três. Escreva uma legenda curta, com uma frase de convite, por exemplo 'Marque pelo WhatsApp, link na bio'. Use até 5 hashtags relevantes e da sua zona.

> **DICA**
> Mostre processos e resultados reais. Evite promessas como 'pestanas perfeitas para sempre' e nunca altere o resultado com filtros.

CAPÍTULO 5

5. WhatsApp Business: transformar mensagens em marcações

A maioria dos clientes de salão quer falar por mensagem. O WhatsApp Business é grátis e foi feito para negócios: tem catálogo, respostas rápidas e etiquetas. Aqui ganha ou perde marcações.

---

1. **Instale e configure o perfil**
   Descarregue o WhatsApp Business na loja do telemóvel. Registe o número do negócio. Em Definições, abra o perfil da empresa e preencha nome, categoria, morada, horário e site.

2. **Crie o catálogo de serviços**
   No menu, procure Catálogo e adicione cada serviço com foto, nome, preço e descrição. Assim o cliente vê os preços sem perguntar, e você poupa tempo.

3. **Configure a mensagem de saudação e a de ausência**
   Em Ferramentas da empresa (o nome pode variar com a versão da aplicação), procure Mensagem de saudação e Mensagem de ausência. Exemplo de saudação: 'Olá! Obrigada por escrever para [Nome do salão]. Diga-nos o serviço que procura e o dia que prefere. Respondemos em breve.' Exemplo de ausência: 'Estamos fechados neste momento. Voltamos a responder amanhã a partir das 9h.'

4. **Crie respostas rápidas**
   Guarde textos para as perguntas mais comuns: preços, morada, como chegar, política de cancelamento, duração. Escreve-se uma vez e usa-se sempre. Exemplo: 'Cancelamentos até 24 horas antes, sem custo. Depois disso, cobramos 50 % do serviço.'

5. **Use etiquetas para organizar clientes**
   Crie etiquetas como Novo cliente, Marcação confirmada e Cliente habitual. Assim vê num segundo quem precisa de resposta. Envie um lembrete na véspera da marcação para diminuir faltas.

6. **Peça avaliações no fim do atendimento**
   Depois do serviço, envie: 'Obrigada pela visita! Se gostou, ajuda-nos muito deixar uma avaliação aqui: [link do Google]'. Envie só a clientes que atendeu e nunca insista.

> **DICA**
> Responda em menos de uma hora no horário de trabalho. Quem escreve a vários salões marca onde for respondido primeiro.

CAPÍTULO 6

6. Primeiros anúncios com pouca verba (desde 5 € por dia)

Os anúncios aceleram o que já funciona. Só vale a pena ligá-los quando o Perfil do Google, o Instagram e o WhatsApp estão prontos. Comece com pouco, olhe para o que acontece e só então aumente.

---

1. **Defina um objetivo único**
   O objetivo é receber mensagens no WhatsApp para marcar. Não tente vender tudo. Escolha um serviço e uma oferta clara, como a oferta do capítulo 1.

2. **Crie o anúncio no Instagram a partir de uma publicação**
   Escolha um vídeo seu que já teve boas reações. No Instagram, toque em 'Promover'. Selecione o objetivo de mensagens, a verba (por exemplo 5 € por dia) e a duração (por exemplo 7 dias).

3. **Escolha um público local**
   No público, defina um raio curto à volta do salão, por exemplo 5 a 10 km, conforme a zona. Escolha idades e género só se fizer sentido para o serviço. Evite públicos demasiado largos.

4. **Escreva um texto simples e honesto**
   Exemplo: 'Unhas em gel no [bairro]. Primeira marcação com 10 % de desconto até [data]. Escreva-nos por WhatsApp.' Não prometa resultados nem sugira que a pessoa tem algum defeito.

5. **Leia as regras antes de publicar**
   A Meta tem regras sobre anúncios de saúde e aparência. Não pode sugerir que o corpo ou o aspeto de alguém precisa de ser 'corrigido', e antes e depois em temas de peso é restrito. Leia a política atual da Meta antes de cada anúncio, porque muda.

6. **Espere 7 dias e só então decida**
   Não mexa no anúncio todos os dias. Passada uma semana, veja quantas mensagens recebeu, quantas viraram marcação e quanto gastou. Se resultou, mantenha ou suba um pouco a verba. Se não, mude o vídeo ou a oferta.

7. **Considere anúncios no Google só depois**
Os anúncios do Google mostram o seu negócio a quem já procura 'serviço + cidade'. Costumam ser mais exigentes de configurar. Deixe-os para depois dos primeiros resultados no Instagram ou peça ajuda.

> **DICA**
> Comece sempre por testar um anúncio com uma verba pequena. Vale a pena perder 35 € a aprender, e não 350.

CAPÍTULO 7

7. Site simples e como medir se está a resultar

Um site pequeno funciona como a sua morada na internet e ajuda o Google a perceber o que faz. Não precisa de ter muitas páginas. E, para saber se tudo isto compensa, conte marcações e mensagens, não gostos.

---

1. **Decida o que o site precisa de ter**
Uma página basta no início: quem é, serviços e preços, fotos reais, morada com mapa, horário, avaliações verdadeiras e um botão grande de WhatsApp. Escreva o nome da cidade e dos serviços no texto, porque é isso que as pessoas pesquisam.

2. **Escolha onde o criar**
Pode usar um construtor simples, como Google Sites ou uma ferramenta de sites com modelos, ou pedir a alguém. Escolha um endereço fácil de escrever e de lembrar. O site tem de abrir bem no telemóvel.

3. **Coloque o botão de WhatsApp em todo o lado**
O botão deve estar no topo e no fim da página, com o link https://wa.me/351 seguido do número. Pode pré-preencher a mensagem, por exemplo 'Olá, quero marcar um serviço'.

4. **Ligue tudo entre si**
Coloque o link do site no Perfil da Empresa do Google e na biografia do Instagram. Coloque também o link do Google Maps no site. Quanto mais coerente, mais fácil para o cliente.

5. **Crie uma folha de contagem simples**
Numa folha, escreva por semana: mensagens recebidas, marcações feitas, clientes novos e quanto gastou em anúncios. Pergunte a cada cliente novo 'Como nos encontrou?' e anote a resposta.

6 **Veja as estatísticas, mas valorize o que importa**

No Perfil do Google e no Instagram existem estatísticas de visitas e cliques. Use-as para perceber o que as pessoas procuram. O número mais importante é quantos clientes novos marcaram.

> **DICA**
> Se gastou 35 € numa semana e vieram 3 clientes novos, sabe quanto lhe custa cada cliente. Com isso sabe se pode investir mais.

CAPÍTULO 8

8. Regras do seu setor e quando pedir ajuda

Salões e estética lidam com a aparência e a saúde das pessoas. Isso traz regras. Cumpri-las protege os clientes e protege o seu negócio.

1 **Peça consentimento antes de mostrar clientes**

Para fotos e vídeos com pessoas reconhecíveis, peça autorização escrita e específica para redes sociais e guarde o registo. O cliente pode retirar a autorização e, nesse caso, deve apagar a publicação.

2 **Seja cuidadoso com antes e depois**

Mostre trabalhos reais, sem filtros nem edição. Evite linguagem que sugira que o cliente tinha um defeito. Em tratamentos mais próximos da saúde, evite comparações que prometam resultado.

3 **Estética médica tem regras próprias**

Se oferece tratamentos feitos por médicos, a publicidade é fiscalizada em Portugal pela ERS e pela Ordem dos Médicos, e o responsável clínico deve ser verificável. No Brasil, o Conselho Federal de Medicina tem regras próprias. Confirme as regras atuais junto da entidade da sua profissão antes de anunciar.

4 **Não prometa resultados**

Evite frases como 'resultado garantido' ou 'cabelo novo em 1 dia'. Diga o que faz, como faz e o que o cliente pode esperar de forma honesta. O resultado varia de pessoa para pessoa.

5

Peça ajuda quando fizer sentido

Se não tem tempo, se os anúncios não trazem marcações ou se quer um site e vídeos bem feitos, vale a pena pedir ajuda. Peça sempre para ver exemplos e para saber quanto custa e o que está incluído. Desconfie de quem promete 'primeiro lugar no Google'.

DICA

Em caso de dúvida legal, pergunte à entidade que regula a sua atividade. Uma pergunta custa menos do que uma coima.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Escrevi a lista de serviços com preços e durações reais.
- [ ] Defini a zona onde atendo e o tipo de cliente ideal.
- [ ] Criei ou reivindiquei o Perfil da Empresa no Google e verifiquei o negócio.
- [ ] Escolhi a categoria principal certa e preenchi serviços, horário e descrição.
- [ ] Carreguei fotos reais do espaço e dos trabalhos.
- [ ] Passei o Instagram a conta profissional e escrevi uma biografia com link de marcação.
- [ ] Criei a Página de Facebook com o mesmo nome e número.
- [ ] Instalei o WhatsApp Business com catálogo, saudação e respostas rápidas.
- [ ] Gravei os meus primeiros 3 vídeos com o telemóvel.
- [ ] Tenho autorização escrita dos clientes que aparecem nas fotos e vídeos.
- [ ] Pedi avaliações a clientes reais e respondi a todas.
- [ ] Tenho uma folha para contar mensagens, marcações e clientes novos.
- [ ] Li a política atual de anúncios da Meta antes de pagar um anúncio.
- [ ] Decidi uma verba pequena e um prazo de 7 dias para testar.

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Usar fotos de internet ou de outros salões.

Como corrigir: Use só fotos do seu espaço e dos seus trabalhos. O cliente repara quando o salão real é diferente, e perde a confiança.

✗ Deixar preços e horários desatualizados no Google.

Como corrigir: Reveja o perfil uma vez por mês e antes de cada feriado. Informação errada gera clientes zangados e más avaliações.

✗ Não responder às avaliações nem às mensagens.

Como corrigir: Responda a tudo, de forma curta e educada, no mesmo dia. Uma resposta calma a uma crítica mostra profissionalismo.

✗ Mostrar clientes sem autorização.

Como corrigir: Peça sempre consentimento por escrito e guarde o registo. Se o cliente pedir, retire a publicação.

✗ Fazer anúncios sem ter o resto pronto.

Como corrigir: Primeiro o perfil no Google, o WhatsApp e as fotos. Só depois pague para levar pessoas até lá.

✗ Prometer resultados ou usar antes e depois editados.

Como corrigir: Mostre trabalho real e descreva o processo. Evite linguagem que faça o cliente sentir-se mal com o seu aspeto.

✗ Medir gostos em vez de marcações.

Como corrigir: Conte mensagens recebidas e marcações feitas. Pergunte aos clientes novos como o encontraram.

QUATRO SEMANAS

Plano de 30 dias

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

Semana 1: a base	• Escrever serviços, preços, zona e oferta para novos clientes. • Criar ou reivindicar o Perfil da Empresa no Google e fazer a verificação. • Preencher serviços, horário, descrição e carregar pelo menos 10 fotos reais. • Instalar o WhatsApp Business e configurar catálogo e saudação.
Semana 2: redes sociais	• Passar o Instagram a conta profissional e escrever a biografia. • Criar a Página de Facebook e ligar as duas contas. • Preparar os destaques do Instagram. • Gravar e publicar 2 vídeos curtos com o telemóvel.
Semana 3: confiança e site	• Pedir avaliações a 10 clientes reais e responder a todas. • Publicar mais 3 vídeos, alternando processo, resultado e dica. • Criar uma página simples com serviços, mapa e botão de WhatsApp. • Montar a folha de contagem de mensagens e marcações.
Semana 4: primeiro anúncio	• Escolher o vídeo com melhores reações e ler a política atual da Meta. • Ligar um anúncio de 5 € por dia durante 7 dias, com raio curto. • Responder a todas as mensagens em menos de uma hora. • Ao fim da semana, contar marcações e decidir se mantém, melhora ou para.

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Quanto tempo demora a aparecer no Google?

O Perfil da Empresa pode aparecer pouco depois de verificado, mas a posição depende de relevância, distância e proeminência, e ninguém controla isso. Um perfil completo, com fotos e avaliações verdadeiras, ajuda.

Preciso de um site para aparecer no Google?

Não. O Perfil da Empresa é grátis e pode funcionar sem site. Um site simples ajuda a explicar melhor os serviços e a passar confiança, mas não é obrigatório para começar.

Quanto devo gastar em anúncios?

Para aprender, 5 € por dia durante uma semana chega. Só aumente a verba se vir mensagens que viram marcações. Não gaste dinheiro que faz falta ao negócio.

Posso mostrar fotos dos meus clientes?

Só com autorização escrita e específica para redes sociais. A imagem identificável é um dado pessoal. Guarde o registo e retire a publicação se o cliente pedir.

Posso pedir avaliações a clientes?

Sim, a clientes reais que atendeu, de forma simpática e sem pressão. Não ofereça pagamentos nem descontos em troca de uma avaliação positiva, e nunca escreva avaliações por si.

Qual a melhor rede social para um salão?

Comece pelo Instagram e pelo Facebook, que se ligam entre si, e pelo Perfil do Google. O TikTok é um extra se tiver tempo para vídeos. Escolha poucas e mantenha-as atualizadas.

Quando faz sentido pedir ajuda?

Quando não tem tempo, quando os anúncios não dão marcações ou quando quer um site e vídeos mais profissionais. Peça exemplos reais e preços claros antes de decidir.

Quer ajuda para pôr o seu salão a aparecer e a receber marcações? Fale com o Samuel pelo WhatsApp, conte o que faz e em que zona. Ele diz-lhe, sem compromisso, por onde começar. Não prometemos resultados, mas explicamos tudo com clareza.

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.