Samuel Noronha · Estúdio digital

GUIA GRATUITO · ESTÚDIOS DE TATUAGEM E ARTE

Como arranjar clientes para o seu estúdio de tatuagem

Guia passo a passo para aparecer no Google, mostrar o seu portfólio e receber marcações pelo WhatsApp, sem ser técnico.

samuelnoronha.pages.dev/guias/tatuagem-e-arte · WhatsApp +351 938 736 254

ANTES DE COMEÇAR

Para quem é este guia

Este guia é para si se...

Este guia é para tatuadores e donos de estúdio que querem mais marcações pela internet. Não precisa de saber nada de tecnologia. Basta ter um telemóvel e uma hora por dia durante um mês.

O essencial numa página

- Os clientes procuram um tatuador no Google, no Instagram e no TikTok antes de falar consigo.
- Comece pelo Perfil da Empresa no Google: é grátis e é onde muita gente decide.
- Mostre o seu trabalho real em vídeos curtos feitos com o telemóvel.
- Responda depressa no WhatsApp Business e use mensagens prontas.
- Meça marcações e mensagens, não gostos. Só depois pense em anúncios.

Índice

1 1. Perfil da Empresa no Google (o seu cartão de visita)

2 2. Avaliações: a prova que vale mais do que qualquer anúncio

3 3. Instagram, TikTok e Facebook: o portfólio que se vê

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

5 5. WhatsApp Business: transformar mensagens em marcações

6 6. Primeiros anúncios com pouca verba

7 7. Site simples: o seu cantinho na internet

8 8. Medir o que importa e saber quando pedir ajuda

9 Lista de verificação

10 Erros comuns

11 Plano de 30 dias

12 Perguntas frequentes

CAPÍTULO 1

1. Perfil da Empresa no Google (o seu cartão de visita)

Quando alguém pesquisa 'tatuagem' e o nome da sua cidade, o Google mostra um mapa com estúdios. É lá que quer estar. O perfil é grátis. O Google diz que a posição depende sobretudo de relevância, distância e proeminência. Ninguém pode prometer o primeiro lugar, mas um perfil completo ajuda muito.

---

1. **Crie ou reivindique o perfil**
   No Google, pesquise o nome do seu estúdio. Se aparecer uma ficha sua, escolha a opção para reivindicar ou gerir o perfil. Se não aparecer, pesquise 'Perfil da Empresa no Google' e crie um novo, com o nome real do estúdio, tal como está na porta.

2. **Escolha a categoria certa**
   Escolha como categoria principal a que melhor descreve o que faz, por exemplo 'Estúdio de tatuagem'. Se também faz piercings ou desenho, acrescente como categorias adicionais. Não encha de categorias que não tem.

3. **Confirme a morada e o horário**
   Escreva a morada completa e o horário real, incluindo feriados. Se trabalha só por marcação, escreva isso na descrição. Horário errado gera clientes zangados e más avaliações.

4. **Escreva a descrição**
   Em poucas linhas, diga o que faz e para quem. Exemplo: 'Estúdio de tatuagem em Lisboa. Fazemos fine line, realismo e blackwork. Trabalhamos só por marcação, com material descartável e esterilizado. Fale connosco pelo WhatsApp.'

5. **Acrescente serviços e o botão de contacto**
   Liste os serviços (tatuagem pequena, peça grande, cobertura, retoque). Só ponha preços se forem reais e os mantiver atualizados. Junte o link do WhatsApp e o do seu Instagram.

6. **Carregue fotos reais**
   Fotografe o estúdio, a sala limpa, o material e a sua equipa. Para tatuagens, use só trabalhos seus e só com autorização do cliente. Troque fotos de vez em quando para o perfil parecer vivo.

> **DICA**
> Se o Google pedir verificação, siga as instruções no ecrã. Pode demorar uns dias. Enquanto espera, avance com os outros capítulos.

CAPÍTULO 2

2. Avaliações: a prova que vale mais do que qualquer anúncio

Muita gente só marca depois de ver o que outros clientes disseram. O número e a qualidade das avaliações contam no Google. Têm de ser reais. Nunca invente nem compre avaliações.

1. **Crie o link de avaliação**
   No seu perfil do Google, procure a opção de partilhar o pedido de avaliação e copie o link. Guarde-o nas notas do telemóvel e no WhatsApp Business.

2. **Peça no momento certo**
   Peça quando o cliente sai contente, ou no dia seguinte quando vê a tatuagem. Diga simplesmente: 'Se gostou, ajuda-nos muito deixar a sua opinião no Google. Envio-lhe o link?'.

3. **Envie uma mensagem pronta**
   Exemplo: 'Olá, [nome]! Obrigado por confiar em nós. Se tiver um minuto, a sua opinião ajuda outros clientes a escolher: [link]. Se a cicatrização der dúvidas, é só escrever.'

4. **Responda a todas as avaliações**
   Agradeça nas boas, com uma frase simples e pessoal. Nas más, responda com calma, sem discutir e sem expor dados do cliente. Ofereça-se para resolver em privado.

5. **Nunca ofereça descontos em troca de nota**
   Pedir uma opinião honesta é correto. Pagar ou dar descontos por cinco estrelas pode violar as regras do Google e tira credibilidade ao estúdio.

> **DICA**
> Faça disto um hábito: um pedido de avaliação no fim de cada sessão, todas as semanas.

CAPÍTULO 3

3. Instagram, TikTok e Facebook: o portfólio que se vê

Na tatuagem, o cliente compra com os olhos. O Instagram é o seu portfólio principal. O TikTok e o Facebook ajudam a chegar a mais gente. Não precisa de estar em tudo desde o primeiro dia: comece pelo Instagram.

---

1. **Passe a conta para profissional**
   No Instagram, abra as definições da conta e escolha mudar para conta profissional (o nome exato do menu pode mudar). Assim passa a ter botões de contacto e estatísticas. Escolha a categoria do estúdio.

2. **Escreva uma biografia clara**
   Diga o que faz, onde está e como marcar. Exemplo: 'Estúdio de tatuagem em [cidade] | Fine line e realismo | Só por marcação | Orçamento pelo WhatsApp'. Ponha o link do WhatsApp no campo do site.

3. **Crie destaques úteis**
   Crie destaques com 'Como marcar', 'Cuidados', 'Perguntas frequentes' e 'Trabalhos'. Quem chega ao perfil encontra logo as respostas, e poupa-lhe mensagens repetidas.

4. **Mantenha a mesma identidade**
   Use o mesmo nome, logótipo e tom em todas as redes. Fotografe as peças com boa luz, de preferência junto a uma janela, e com a pele limpa. Mostre a tatuagem cicatrizada, não só fresca.

5. **Ligue o Facebook e o TikTok**
   Crie uma página de Facebook do estúdio e publique os mesmos vídeos. No TikTok, use o mesmo nome. Se o Instagram permitir partilhar automaticamente, ligue isso nas definições da conta.

6. **Defina um ritmo possível**
   Combine consigo próprio, por exemplo, três publicações por semana e histórias nos dias de sessão. É melhor pouco e constante do que muito durante uma semana e depois nada.

> **DICA**
> Só publique tatuagens de que seja autor. Usar o trabalho de outro artista como portfólio estraga a reputação.

CAPÍTULO 4

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

Não precisa de câmara cara nem de edição complicada. Vídeos verticais curtos, com boa luz e som claro, já funcionam. Mostre o processo e as pessoas por trás da agulha.

---

1. **Prepare o telemóvel**
   Limpe a lente com um pano. Grave na vertical, na melhor qualidade que o telemóvel permitir. Use luz de janela ou uma luz branca, e apoie o telemóvel num tripé barato ou numa pilha de livros.

2. **Grave 10 ideias de vídeo**
   1) Desenho a ser traçado. 2) Stencil a ser aplicado. 3) Timelapse da sessão. 4) Tatuagem cicatrizada. 5) Preparação da sala e esterilização. 6) Responder a uma pergunta frequente. 7) Apresentar a equipa. 8) Cuidados nos primeiros dias. 9) Como escolher o tamanho e o sítio. 10) Um dia no estúdio.

3. **Comece com um gancho**
   Nos primeiros dois segundos, diga ou escreva o que o vídeo mostra. Exemplo: 'Como se prepara uma pele para tatuar'. Evite começar com logótipos ou música longa sem imagem.

4. **Mostre higiene à vista**
   Filme as luvas novas, as agulhas descartáveis a serem abertas e a bancada a ser limpa. Isto dá confiança e diferencia-o de quem não se preocupa.

5. **Edite de forma simples**
   Use a própria aplicação do Instagram ou outra gratuita no telemóvel. Corte o início e o fim, ponha legendas curtas no ecrã e uma música da própria aplicação, se estiver disponível para uso comercial.

6. **Peça autorização por escrito**
   Se a pessoa for identificável (cara, nome, tatuagem única), peça consentimento escrito e específico para redes sociais. Guarde o registo. Em Portugal, o RGPD aplica-se; confirme os detalhes na CNPD.

7 **Feche com um convite**
No fim, diga o que fazer: 'Para marcar, escreva-nos no WhatsApp'. Um só pedido por vídeo.

> **DICA**
> Grave vários vídeos de uma vez, num dia só, e publique ao longo da semana.

CAPÍTULO 5

5. WhatsApp Business: transformar mensagens em marcações

A maior parte dos clientes de tatuagem quer falar antes de marcar. O WhatsApp Business é gratuito e foi feito para negócios. Resposta rápida e clara é o que decide a marcação.

1 **Instale e configure**
Descarregue o WhatsApp Business na loja de aplicações do telemóvel. Crie o perfil do negócio com nome, morada, horário, descrição e link do Instagram. Use um número só do estúdio, se puder.

2 **Crie a mensagem de saudação**
Nas definições de mensagens da aplicação, ative a mensagem de saudação. Exemplo: 'Olá! Obrigado por contactar o [estúdio]. Para um orçamento, diga-nos: 1) ideia da tatuagem, 2) tamanho e zona do corpo, 3) uma imagem de referência. Respondemos em breve.'

3 **Crie respostas rápidas**
Crie atalhos para as perguntas mais comuns: preços a partir de, depósito, idade mínima, cuidados e como chegar. Digite a barra e o atalho para enviar o texto completo.

4 **Use etiquetas**
Etiquete as conversas como 'Novo', 'Orçamento enviado', 'Marcado' e 'Concluído'. Assim vê num segundo quem está à espera de resposta.

5 **Ponha o link em todo o lado**
Crie o link direto do WhatsApp (https://wa.me/seunúmero) e use-o no Google, no Instagram, no Facebook e na assinatura. Quanto menos cliques, mais mensagens.

6. **Explique as regras com clareza**
Diga logo que só tatua maiores de 18 anos, que pede um depósito para reservar data e quais as condições de cancelamento. Fica tudo claro desde o início e evita faltas.

> **DICA**
> Responda no mesmo dia. Quem não recebe resposta rápida costuma falar com o estúdio ao lado.

CAPÍTULO 6

6. Primeiros anúncios com pouca verba

Os anúncios aceleram, mas não substituem um perfil bom. Só os ligue quando o Google, o Instagram e o WhatsApp já estiverem prontos. Comece com cerca de 5 euros por dia, aprenda e ajuste.

1. **Leia as regras antes de anunciar**
A Meta e o Google mudam as políticas com frequência. Antes de cada anúncio, leia as regras atuais de publicidade da plataforma e confirme que o seu conteúdo é permitido. Se um anúncio for recusado, leia o motivo e corrija.

2. **Escolha um objetivo simples**
No Gestor de Anúncios da Meta, escolha o objetivo de mensagens, para que as pessoas escrevam no WhatsApp. É o mais direto para quem vende serviços por conversa.

3. **Defina a zona e o público**
Escolha um raio curto à volta do estúdio, ou as cidades onde aceita clientes. Deixe o público amplo e aceite apenas maiores de 18 anos. Não complique com dezenas de interesses.

4. **Use um vídeo seu que já funcionou**
Pegue num vídeo orgânico que teve boa resposta, com o processo ou um trabalho cicatrizado. Escreva um texto curto: o que faz, onde está e 'Escreva-nos no WhatsApp para marcar'.

5. **Defina o orçamento**
Comece com 5 euros por dia durante sete dias, sem mexer no anúncio nos primeiros dois ou três. Depois veja quantas mensagens recebeu e quanto custou cada uma.

6 **Teste um anúncio de pesquisa no Google**

Mais tarde, se quiser, crie uma campanha de pesquisa para termos como 'tatuagem [cidade]'. É mais exigente, por isso comece pequeno e acompanhe os termos que ativaram o anúncio. Não conte com o serviço de anúncios locais do Google para tatuagem, pois a disponibilidade varia consoante o país.

> **DICA**
> Se depois de uma semana não houver mensagens boas, mude o vídeo ou o texto antes de gastar mais dinheiro.

CAPÍTULO 7

7. Site simples: o seu cantinho na internet

Um site simples dá credibilidade e é a casa que é sua, ao contrário das redes. Não precisa de ser grande. Uma página bem feita chega.

---

1 **Decida o que a página tem de ter**

Nome e logótipo, uma frase que explique o que faz, portfólio com 9 a 12 trabalhos, como marcar, cuidados pós-tatuagem, morada com mapa, horário e botão grande de WhatsApp.

2 **Escolha uma ferramenta**

Pode usar um construtor de sites com modelos prontos ou pedir a alguém que o faça. Escolha um modelo limpo, que fique bem no telemóvel, porque é de lá que vem a maioria das visitas.

3 **Escreva um texto claro**

Exemplo: 'Somos um estúdio de tatuagem em [cidade], especializado em fine line e realismo. Trabalhamos só por marcação. Escreva-nos para marcar uma conversa sobre a sua ideia.' Evite palavras difíceis.

4 **Ponha o nome e a cidade nos títulos**

O Google lê os títulos. Use 'Estúdio de tatuagem em [cidade]' no título principal e descreva cada foto com palavras simples. Isto ajuda a pessoa certa a encontrá-lo.

5 **Ligue o site ao Google**

Coloque o endereço do site no Perfil da Empresa. Depois, pesquise o seu nome no Google daqui a uns dias para ver se aparece.

6 **Verifique no telemóvel**
Abra o site no seu telemóvel e peça a um amigo que o abra no dele. Carrega depressa? O botão de WhatsApp funciona? As fotos estão nítidas?

> **DICA**
> Se não se sente à vontade com isto, é uma das tarefas que mais compensa delegar.

CAPÍTULO 8

8. Medir o que importa e saber quando pedir ajuda

Gostos e seguidores são bonitos, mas não pagam a renda. O que importa são as mensagens e as marcações. Uma folha simples chega para saber o que funciona.

---

1 **Crie uma folha de registo**
Num caderno ou folha de cálculo, crie colunas: data, nome, de onde veio (Google, Instagram, anúncio, amigo), orçamento enviado e se marcou. Pergunte sempre 'Como nos encontrou?'.

2 **Conte semanalmente**
Aos domingos, some as mensagens novas, os orçamentos e as marcações da semana. Anote também o que publicou. Passado um mês, vê o que traz clientes.

3 **Veja as estatísticas do Google**
No seu Perfil da Empresa, veja quantas pessoas pediram direções, ligaram ou visitaram o site. Compare semana a semana, sem expectativas de milagres.

4 **Calcule o custo por mensagem**
Se usou anúncios, divida o gasto pelo número de mensagens reais. Se cada mensagem custa menos do que o lucro de uma marcação, está a ir bem. Se não, ajuste antes de gastar mais.

5 **Faça mais do que funciona**
Se um tipo de vídeo trouxe mais mensagens, grave mais desse tipo. Se um estilo de tatuagem gera mais pedidos, mostre-o mais.

6 Saiba quando pedir ajuda

Se passou um mês e quer continuar, mas não tem tempo para gravar, publicar e gerir anúncios, faz sentido pedir apoio. Peça sempre para ver exemplos de trabalho real, e desconfie de quem garante resultados.

DICA

Fale com o Samuel pelo WhatsApp se quiser que ele trate dos vídeos, do perfil ou dos anúncios do seu estúdio.

PARA IMPRIMIR

Lista de verificação

Marque cada quadradinho quando estiver feito.

- [ ] Perfil da Empresa no Google criado e verificado
- [ ] Categoria principal, morada e horário corretos
- [ ] Descrição escrita com o estilo e a cidade
- [ ] Pelo menos 10 fotos reais do estúdio e de trabalhos autorizados
- [ ] Link de avaliação guardado e pedido a todos os clientes
- [ ] Instagram em conta profissional com biografia clara
- [ ] Destaques 'Como marcar', 'Cuidados' e 'Perguntas'
- [ ] WhatsApp Business com saudação e respostas rápidas
- [ ] Consentimento escrito para mostrar clientes identificáveis
- [ ] 10 ideias de vídeo escritas e 3 já gravadas
- [ ] Regras de idade, depósito e cancelamento visíveis
- [ ] Folha de registo de mensagens e marcações iniciada
- [ ] Anúncio de teste com cerca de 5 euros por dia, só depois do resto pronto
- [ ] Site simples ou página com portfólio e botão de WhatsApp

EVITE ESTES

Erros comuns

O que costuma correr mal, e como corrigir.

✗ Usar tatuagens de outros artistas no portfólio.

Como corrigir: Mostre só trabalhos seus. Se partilhar de colegas, peça autorização e dê crédito.

✗ Publicar clientes identificáveis sem autorização.

Como corrigir: Peça consentimento escrito e específico para redes sociais e guarde o registo.

✗ Perfil do Google com horário ou morada desatualizados.

Como corrigir: Reveja o perfil todos os meses e atualize feriados e férias.

✗ Demorar dias a responder no WhatsApp.

Como corrigir: Ative a saudação automática e responda no mesmo dia.

✗ Ligar anúncios sem perfil e portfólio prontos.

Como corrigir: Primeiro arrume o Google, o Instagram e o WhatsApp. Só depois anuncie.

✗ Medir sucesso por gostos e seguidores.

Como corrigir: Conte mensagens, orçamentos e marcações na folha de registo.

✗ Prometer resultados ou mostrar só a tatuagem acabada de fazer.

Como corrigir: Mostre também a cicatrizada e explique que cada pele reage de forma diferente.

QUATRO SEMANAS

Plano de 30 dias

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

Semana 1: Google e base	• Criar ou reivindicar o Perfil da Empresa • Preencher categoria, morada, horário, descrição e serviços • Carregar 10 fotos reais • Instalar e configurar o WhatsApp Business
Semana 2: Redes sociais	• Passar o Instagram a conta profissional • Escrever a biografia e criar os destaques • Criar a página de Facebook • Escrever as 10 ideias de vídeo
Semana 3: Vídeos e avaliações	• Gravar 5 vídeos num só dia • Publicar três vezes na semana • Pedir avaliação no Google a todos os clientes • Responder a todas as avaliações recebidas
Semana 4: Anúncio e medição	• Ler as regras atuais de anúncios da Meta • Lançar um anúncio de mensagens com cerca de 5 euros por dia • Registar mensagens e marcações na folha • Decidir o que repetir e o que mudar no mês seguinte

DÚVIDAS

Perguntas frequentes

As perguntas que mais aparecem.

Quanto tempo demora a aparecer no Google?

Depende da zona e da concorrência. O Google decide a posição e ninguém pode garantir o topo. Um perfil completo, com fotos e avaliações reais, dá-lhe as melhores hipóteses.

Preciso de um site para aparecer no Google Maps?

Não. O Perfil da Empresa é grátis e chega para começar. O site ajuda a dar credibilidade e a mostrar o portfólio com mais detalhe.

Posso publicar fotos de clientes?

Só com consentimento escrito e específico para redes sociais. Se a pessoa for identificável, o RGPD aplica-se. Em dúvida, confirme na CNPD ou com um profissional.

Devo pôr preços nas redes?

Pode indicar um preço a partir de, se for real e o mantiver atualizado. Muitos estúdios preferem dar orçamento por mensagem, porque cada peça é diferente.

Quanto devo gastar em anúncios?

Pode começar com cerca de 5 euros por dia e ajustar. Só aumente se estiver a receber mensagens reais e marcações.

Vale a pena estar no TikTok?

Pode valer, porque o vídeo curto mostra o seu processo. Mas comece pelo Instagram e pelo Google. Acrescente o TikTok quando já conseguir manter o ritmo.

Quando faz sentido pedir ajuda?

Quando já percebeu o que funciona, mas não tem tempo para o fazer. Peça exemplos de trabalho real e não aceite promessas de resultados garantidos.

Quer que alguém trate dos vídeos, do perfil do Google ou dos anúncios do seu estúdio? Fale com o Samuel pelo WhatsApp, conte-lhe como trabalha e veja o que faz sentido para si, 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.