EBOOK GRATUITO

Guia prático do Perfil da Empresa no Google

Como aparecer no Google Maps e na busca local (antigo Google Meu Negócio), passo a passo

Seu negócio cresce. A gente ajuda.

Material educativo. Resultados dependem de cada negócio e não são garantidos.

Neste ebook

Este guia mostra, em linguagem simples, como criar, verificar e cuidar do Perfil da Empresa no Google para que clientes da sua região encontrem você. As telas e nomes de opções podem mudar com o tempo; em caso de dúvida, consulte a Central de Ajuda oficial do Google.

O que você vai encontrar

- O que é e por que importa
- Antes de começar: separe as informações
- Criando e verificando o perfil
- Preencha o perfil como um profissional
- Avaliações: como pedir e responder
- Mantenha o perfil vivo
- Entendendo os números
- Erros comuns (e como evitar)
- Checklist final (30 minutos)

1. O que é e por que importa

O **Perfil da Empresa no Google** (que muita gente ainda chama de **Google Meu Negócio**) é a ficha gratuita que aparece quando alguém busca o nome da sua empresa ou procura um serviço perto de si, tanto na busca quanto no Google Maps.

Nela, o cliente vê endereço, horário, telefone, fotos, avaliações, site e botões para ligar, pedir rota ou mandar mensagem. Para negócios locais, é muitas vezes a primeira impressão da empresa.

O que você ganha com um perfil bem cuidado

- Mais chances de ser encontrado por quem procura perto de você
- Informações corretas na hora em que o cliente decide
- Avaliações que geram confiança antes do primeiro contato
- Dados sobre ligações, rotas e visitas ao site, sem custo

> **Ponto de atenção**
>
> Ninguém consegue garantir a primeira posição no Google. O que você controla é manter o perfil completo, correto e ativo.

2. Antes de começar: separe as informações

Deixe tudo pronto antes de abrir o cadastro. Isso evita erros e acelera a criação.

- ✓ Nome da empresa exatamente como ele aparece na fachada, nas notas e nas embalagens
- ✓ Endereço completo com CEP (ou área de atendimento, se você vai até o cliente)
- ✓ Telefone com DDD e, se possível, o número do WhatsApp comercial
- ✓ Horário de funcionamento, incluindo feriados e horários especiais
- ✓ Categoria principal que descreve o seu negócio (ex.: Clínica odontológica, Oficina mecânica)
- ✓ Endereço do site ou da página de vendas
- ✓ Logo e pelo menos 5 fotos reais (fachada, interior, equipe, produtos)

Regra importante

Use o nome real da empresa. Acrescentar palavras como cidade, serviços ou promoções ao nome costuma violar as políticas do Google e pode levar à suspensão do perfil.

3. Criando e verificando o perfil

Para começar, pesquise por **Perfil da Empresa no Google** ou acesse business.google.com com a conta Google que será a dona do perfil. Use uma conta da empresa, e não a pessoal de um funcionário que pode sair.

1	**Procure a empresa** Digite o nome e veja se ela já aparece. Se existir, você pode reivindicar o perfil em vez de criar outro.
2	**Informe os dados básicos** Nome, categoria e se você tem local físico, atende em área definida ou os dois.
3	**Informe contato** Telefone e site. Evite colocar o número pessoal de alguém da equipe.
4	**Verifique** O Google oferece formas de verificação, como vídeo, ligação, mensagem, e-mail ou carta, dependendo do caso. Siga as instruções exibidas para o seu perfil.
5	**Complete o perfil** Depois de verificado, preencha todos os campos disponíveis.

Dica

Evite criar perfis duplicados para o mesmo endereço. Duplicidades confundem clientes e podem prejudicar o desempenho.

4. Preencha o perfil como um profissional

Categorias

Escolha a **categoria principal** que melhor descreve seu negócio e, depois, categorias adicionais relevantes. A principal pesa mais, então seja específico.

Descrição

O campo de descrição aceita até 750 caracteres. Fale o que você faz, para quem, qual é seu diferencial e a região atendida, em linguagem natural. Não use telefone, link ou promoções na descrição.

Serviços e produtos

Cadastre os principais serviços ou produtos com nome claro e, quando fizer sentido, descrição e preço. Isso ajuda o cliente a decidir sem precisar perguntar.

Horários

Mantenha os horários sempre atualizados e cadastre horários especiais para feriados. Um cliente que vai ao local e encontra tudo fechado raramente volta.

Fotos

- Logo e foto de capa que representem a marca
- Fachada, para o cliente reconhecer o lugar
- Interior, equipe e produtos em bom estado
- Imagens reais e bem iluminadas, evitando banco de imagens

5. Avaliações: como pedir e responder

Avaliações influenciam muito a decisão de quem não conhece a empresa. O ideal é construir um fluxo simples e ético para recebê-las.

Como pedir

- Peça logo depois de um bom atendimento, pessoalmente ou por WhatsApp
- Envie o link direto de avaliação do seu perfil
- Coloque um QR Code no balcão ou na nota de entrega

> **O que NÃO fazer**
>
> Não compre avaliações, não escreva avaliações falsas e não ofereça desconto ou brinde em troca de avaliação. As políticas do Google proíbem isso e o perfil pode ser penalizado.

Modelo de resposta a uma avaliação positiva

> *Olá, [nome]! Muito obrigado pela avaliação. Ficamos felizes que tenha gostado de [serviço]. Estamos à disposição sempre que precisar. Equipe [empresa].*

Modelo de resposta a uma avaliação negativa

> *Olá, [nome]. Sentimos muito pela experiência. Queremos entender o que aconteceu e resolver. Pode falar com a gente pelo [telefone/WhatsApp]? Equipe [empresa].*

Responda com calma, sem discutir e sem expor dados do cliente. Quem lê a resposta também forma uma opinião sobre você.

6. Mantenha o perfil vivo

Um perfil parado passa a impressão de empresa parada. Reserve 15 minutos por semana.

- Publique novidades, ofertas ou eventos quando houver
- Adicione fotos novas todo mês
- Responda perguntas e mensagens rapidamente
- Atualize horários antes de feriados
- Revise informações sempre que mudar telefone, endereço ou serviços

7. Entendendo os números

No painel do perfil você acompanha o desempenho. Os nomes podem variar, mas em geral aparecem:

Indicador	O que mostra	O que fazer
Visualizações	Quantas vezes o perfil apareceu na busca e no Maps	Se estiver baixo, complete o perfil e peça avaliações
Ligações	Cliques no botão de ligar	Confirme se o telefone atende no horário informado
Rotas	Pedidos de direções até o endereço	Confira se o endereço e o pino do mapa estão corretos
Cliques no site	Visitas ao seu site	Garanta que a página abra rápido no celular

8. Erros comuns (e como evitar)

- Nome com palavras extras para tentar ranquear melhor
- Endereço de coworking, caixa postal ou residência sem atendimento real ao público
- Perfil duplicado para o mesmo local
- Categoria genérica ou errada
- Horários desatualizados
- Ignorar avaliações, principalmente as negativas
- Fotos antigas, escuras ou de banco de imagens

9. Checklist final (30 minutos)

- ✓ Perfil criado e verificado
- ✓ Nome, endereço e telefone corretos
- ✓ Categoria principal e adicionais definidas
- ✓ Descrição com até 750 caracteres, sem links ou promoções
- ✓ Horários e feriados atualizados
- ✓ Serviços ou produtos cadastrados
- ✓ Logo, capa e pelo menos 5 fotos reais
- ✓ Link de avaliação enviado a 5 clientes
- ✓ Todas as avaliações respondidas
- ✓ Rotina semanal de 15 minutos definida

Quer ajuda?

Se preferir, nossa equipe configura e otimiza o seu Perfil da Empresa no Google. Peça um orçamento grátis no site.

Gostou do material?

Assine nossa newsletter para receber novos ebooks, checklists e planilhas gratuitos. Se quiser ajuda para aplicar o conteúdo no seu negócio, peça um orçamento grátis no nosso site.