

Gestão de  
**TRÁFEGO ORGÂNICO**

**Práticas para negócios locais**  
**Fábio Ricotta**

## SUMÁRIO MÓDULO

---

**03** Introdução  
Time: 00:02

**03** Conteúdos para  
negócios locais  
Time: 00:10

00'02"

## INTRODUÇÃO

Que tipos de conteúdos podem ser adaptados para os negócios locais no Google? Como ser citado no Google e conquistar relevância no mercado?

Eu imagino que seus clientes já te fizeram essas perguntas. **Nas próximas páginas eu vou te mostrar quais são as estratégias que não podem ser esquecidas quando você estiver trabalhando com negócios locais.**

Então, **leia este PDF com muita atenção!**

00'10"

## CONTEÚDOS PARA NEGÓCIOS LOCAIS

**Além das boas práticas na página inicial, os depoimentos de clientes são fundamentais.** Se a empresa em questão já tem o Google Meu Negócio, os comentários disponibilizados, por lá podem ser usados nesta estratégia:



**Eu sempre recomendo que meus clientes enviem o link do Google Meu Negócio para cada pessoa que for atendida por eles.** Ou seja, depois do atendimento, esse cliente estará disposto a contribuir com um relato sobre sua experiência.

**Lembre-se que os comentários e as avaliações no Google Meu Negócio fazem com as empresas apareçam no sistema de buscas do Google.** Consequentemente, as pessoas escolhem a empresa com maior avaliação positiva e maior número de comentários.

Por isso, **no site do seu cliente, crie uma página apenas com os depoimentos do Google Meu Negócio para que os usuários sempre tenham acesso aos relatos atualizados.** Essa iniciativa pode aumentar significativamente o número de solicitações de serviço ou produto.

Além disso, você pode categorizar os comentários do Google Meu Negócio.

#### **“Como assim?”**

O exemplo que mostrei anteriormente se trata de uma clínica odontológica. Logo, **os comentários do Google relacionados à prótese dentária, eu posso enviá-los para a página sobre o mesmo tema no site do cliente.**

Essa estratégia é válida para todas as páginas internas do site e pode aumentar a credibilidade da empresa sobre determinados serviços.

Além dessas estratégias, a página de contato parece óbvia, mas muitos clientes não disponibilizam no site. **Tenha em mente que seu endereço precisa ser visível na página para que o Google entenda que seu negócio possui NAP (Name, Address and Phone Number).** Essas

informações fazem com que seu site seja posicionado corretamente no Google.

**Na hora de colocar o telefone, sempre faça a portabilidade do número.**

O meu maior erro foi mudar de uma empresa telefônica para outra e não fazer a portabilidade. Se você passar por uma mudança de endereço e de número telefônico, mas não fizer as devidas atualizações no Google, seu posicionamento ficará prejudicado.

**Esteja atento aos diretórios locais, visto que fazer parte deles; ou seja, ser citado em outras páginas faz com que o Google valide a sua presença virtual.**

No portal [Whitespark](#) você encontrará informações sobre como o Google recebe dados dos diretórios locais. Para validar a existência real de empresas locais, o Google usa informações de diversos diretórios que citam essas marcas.

Consequentemente, quanto mais menções, mais você estará no topo do Google.

**"Mas como eu vou ser citado nesses diretórios?"**

O seu trabalho é cadastrar sua empresa nestes diretórios para receber menções. Pesquise por **"diretório negócios locais"** no Google e faça seu cadastro nas opções que aparecerem na primeira página de busca:

## TÉCNICAS DE SEO | PRÁTICAS PARA NEGÓCIOS LOCAIS

The screenshot shows a Google search results page with the query "diretório negócios locais". The top result is from Mailchimp, titled "Diretórios de empresas locais | Seja encontrado - Mailchimp". Below it, there's a section titled "As pessoas também perguntam:" with two questions: "O que é um negócio local?" and "O que são diretórios online?". The main content area features a video thumbnail of a man speaking.

Não se esqueça de estar presente no Facebook e em outras plataformas de recomendação.

**"Entendi, mas como posso verificar as citações da minha empresa no Google?"**

Abra o Google e no campo de busca coloque o que você quer encontrar entre aspas e o que não deseja encontrar depois do sinal (-):

The screenshot shows a Google search results page for "Benatti Odontologia" with the search query "Benatti Odontologia" "Av. Paulista 925" -site:benattiodontologia.com.br. The top result is from OdontoCompany, titled "Veja 9 tipos de próteses dentárias e escolha a ...". Below it, there's a section titled "As pessoas também perguntam:" with five questions. The main content area features a video thumbnail of a man speaking.

Dessa forma, você vai encontrar todas as plataformas que citam a sua empresa. **Da mesma maneira, faça pesquisas sobre os seus concorrentes e verifique em quais diretórios eles estão cadastrados.**

Caso a sua empresa não esteja nas plataformas em que eles estiverem, faça seu cadastro em cada uma delas.

Fechou?

**Leia este material quantas vezes precisar e não deixe de colocar em prática tudo o que acabou de ler.** No próximo PDF eu vou te mostrar as melhores práticas para blogs e como você pode usá-los para alavancar os negócios dos seus clientes (ou a sua própria marca).

Tamo junto!

