



Marketing Digital Local: 26 dicas para alavancar seu negócio

www.greendigital.com.br



Marketing Digital Local: 26 dicas para alavancar seu negócio

GREEN DIGITAL

Índice:

1.0 **Introdução**

2.0 **26 dicas para alavancar seu negócio local online**

- 1) Tenha um site responsivo
- 2) Otimize o seu site para pesquisa local
- 3) Tenha um site com design limpo e profissional
- 4) Inclua endereço e horário de funcionamento
- 5) Ofereça múltiplas formas de contato
- 6) Tenha uma chamada para a ação clara
- 7) Publique regularmente nas redes sociais
- 8) Pense em seu público-alvo enquanto publica nas redes sociais
- 9) Inclua publicações multimídia
- 10) Considere investir em anúncios nas redes sociais
- 11) Aproveite a publicidade segmentada localmente
- 12) Use publicidade segmentada nos mecanismos de pesquisa
- 13) Crie palavras-chave otimizadas localmente
- 14) Escolha páginas de destino relevantes
- 15) Refine sua estratégia de publicidade com base na resposta
- 16) Resgate visitantes anteriores com o Retargeting
- 17) Mantenha suas informações sempre atualizadas
- 18) Monitore a sua reputação online
- 19) Responda as avaliações negativas quando for apropriado
- 20) Aceite o feedback construtivo
- 21) Fique de olho nos temas
- 22) Compartilhe preocupações com sua equipe
- 23) Crie uma mentalidade focada no cliente
- 24) Promova sua presença online na empresa
- 25) Realize a segmentação hiperlocal com aplicativos
- 26) Calcule o impacto total dos seus esforços de marketing

3.0 **Procurando soluções de Marketing Digital para o seu negócio?**

1.0 Introdução



Introdução

A criação de uma estratégia de marketing digital para um negócio local é bem diferente do que uma estratégia para uma empresa que só atua online. A sua estratégia de marketing digital local deve especificamente segmentar e atrair clientes em potencial em sua área geográfica.

Nesse e-book você vai conferir dicas importantes para alcançar os clientes em potencial em sua empresa com mais eficiência. Boa leitura!



26 dicas para alavancar o seu negócio local online



2.0

1 . Tenha um site responsivo

Qualquer negócio precisa ter um site que seja adaptado para smartphones, tablets, desktop e demais dispositivos. Os consumidores que procuram um restaurante, loja ou outra empresa local provavelmente farão essa busca em seus celulares. Se você não possui um site responsivo, você estará dificultando a interação do usuário com o site e prejudicando o posicionamento dele em mecanismos de pesquisa.

O Google recentemente fez uma atualização em seu algoritmo móvel para sites. Dessa forma, as empresas que não possuem um site responsivo não serão exibidas nos resultados de pesquisa em dispositivos móveis.

2 . Otimize o seu site para pesquisa local

Se você deseja que os clientes locais tanto em dispositivos móveis quanto em computadores encontrem você, torna-se necessário criar uma estratégia abrangente de pesquisa. Seu site deve incluir informações sobre os produtos e serviços oferecidos, sua localização e outras palavras-chave relevantes.

3 . Tenha um site com design limpo e profissional

O cliente local que está navegando em sites para decidir onde comer, comprar ou obter serviços realiza um julgamento sobre o seu negócio com base em seu site. Sendo assim, você precisa ter certeza de que o site possui uma imagem profissional e ofereça todas as informações relevantes que os usuários podem estar procurando.

4 . Inclua endereço e horário de funcionamento

Uma das coisas mais comuns que os clientes procuram em sites de empresas locais é a localização e horário de funcionamento. Certifique-se de que essas informações estejam claramente posicionadas e fáceis de encontrar na página.

5 . Ofereça multiplas formas de contato

Você também deve facilitar o contato das pessoas com a sua empresa caso elas tenham mais perguntas. Deixe a disposição números de telefone, email, chat online e redes sociais como seus canais de comunicação.

6. Tenha uma chamada para ação clara

O principal objetivo do seu site provavelmente ajudará sua empresa a conquistar clientes. Você precisa deixar claro para as pessoas que visitam o seu site como elas devem fazer negócios com você. Elas precisam ligar e marcar uma consulta? Elas devem ir à empresa somente em horário comercial? Faça um apelo claro para a ação, pois assim os clientes sabem exatamente quais etapas eles devem seguir.

7. Publique regularmente nas redes sociais

Essa pode parecer uma dica óbvia de marketing digital local pelo fato de as redes sociais serem uma ótima ferramenta para segmentar clientes em potencial no mundo online. Porém, é necessário criar um relacionamento com as pessoas nessas plataformas. Isso significa que você precisa postar regularmente para fortalecer o engajamento e ser lembrado.

8. Pense em seu público-alvo enquanto publica nas redes sociais

Você também precisa postar coisas realmente relevantes e úteis para o seu público-alvo. Por exemplo, se você vende aparelho de ar condicionado, talvez seja interessante publicar conteúdos sobre como economizar energia utilizando o equipamento ou quando realizar manutenções preventivas. Esse tipo de conteúdo incentiva as pessoas a acompanharem e interagirem com a sua empresa online.



9. Inclua publicações multimídia

Mídias como fotos e vídeos também podem ser úteis para sua estratégia nas redes sociais. Certifique-se de que elas sempre se encaixam com seus objetivos gerais e contenham uma chamada para a ação.

10. Considere investir em anúncios nas redes sociais

A publicidade em redes sociais como Facebook e Instagram pode ajudá-lo a aumentar o alcance e conquistar uma audiência qualificada para sua empresa online. Para isso, lembre-se de que suas campanhas devem segmentar clientes relevantes na sua região.

11. Aproveite a publicidade segmentada localmente

Independentemente de você estar anunciando no Facebook, Google ou outra plataforma online, a segmentação adequada é essencial. Sempre realize a segmentação de pessoas em sua cidade e use outros fatores relevantes. Uma das principais maneiras de garantir que você está maximizando seu orçamento com publicidade local é alavancar os recursos de segmentação para alcançar os consumidores locais. Dessa maneira, você estará focando o máximo de seu orçamento nas pessoas mais relevantes para o seu negócio.

12. Use publicidade segmentada nos mecanismos de pesquisa

A publicidade em mecanismos de pesquisa pode ser outra maneira eficiente de exibir sua empresa para clientes relevantes. Plataformas como o Google permitem a segmentação local por meio de anúncios de texto. E com a estratégia correta, você poderá alcançar clientes que estão procurando exatamente o que sua empresa oferece.

13. Crie palavras-chave otimizadas localmente

Parte da sua estratégia de marketing digital local deve escolher palavras-chave relevantes para sua empresa e localização. Segmentar as pessoas que estão procurando por um restaurante mexicano em outro estado não é nada bom para sua empresa. Portanto, certifique-se de incluir suas informações de localização em palavras-chave.

14. Escolha páginas de destino relevantes

Quando as pessoas clicam em anúncios na internet, é preciso pensar na página de destino no site. Deve ser a página principal ou a página de um determinado produto ou serviço? Você também pode criar uma página de destino específica (Landing Page) para uma campanha de publicidade, caso seja necessário.



15. Refine sua estratégia de publicidade com base na resposta

Por meio do processo de publicidade online, você deve monitorar seus resultados e fazer alterações com base no que está funcionando. Se uma frase de palavra-chave específica não está gerando cliques ou negócios reais, talvez seja necessário alterá-la.

Depois de configurar suas campanhas, você deve refinar essas configurações regularmente para as variáveis e os componentes que estão gerando os resultados certos - conversões na forma de chamadas telefônicas, preenchimento de formulários na internet, emails, entre outros - e não somente cliques. Um bom custo por taxa de cliques é importante, mas é mais importante garantir que você esteja direcionando as pessoas realmente interessadas no seu negócio.

16. Resgate visitantes anteriores com o Retargeting

O Retargeting significa mirar novamente para um alvo que já foi apontado, ou seja, impactar novamente o público-alvo. Isso oferece uma grande oportunidade para sua empresa converter leads que podem ter se interessado antes, mas que não concluíram a compra por qualquer motivo.

17. Mantenha suas informações sempre atualizadas

Se a sua empresa mudar o horário de funcionamento, endereço ou outras informações, verifique se essas informações estão atualizadas no site e nas redes sociais. Isso evita que os clientes fiquem confusos ou tenham surpresas desagradáveis.

18. Monitore a sua reputação online

As avaliações online também são incrivelmente importantes para empresas locais. Certifique-se de monitorar regularmente sites como o Reclame Aqui ou o Facebook para ver se alguma ação precisa ser tomada.

19. Responda as avaliações negativas quando for apropriado

Quando as pessoas compartilham avaliações negativas sobre sua empresa, pode ser necessário que você responda. Cada situação é diferente, mas às vezes um pedido de desculpas e um reconhecimento da experiência do cliente pode percorrer um longo caminho.

20. Aceite o feedback construtivo

Receber críticas de pessoas que fazem avaliações online pode ser algo difícil. Entretanto, isso também pode ajudar a melhorar o seu negócio, se você assim permitir. Por isso, analise com carinho o que os seus clientes estão dizendo e reflita se isso pode ajudá-lo a trazer melhorias relevantes em sua empresa.

21. Fique de olho nos temas

Se as pessoas que fazem avaliações online compartilham constantemente as mesmas reclamações, você provavelmente precisará fazer alterações em uma determinada área do negócio. E se elas compartilham algo positivo sobre você, isso também pode ajudá-lo a criar alguns pontos de discussão sobre sua empresa para os seus esforços de marketing.

22. Compartilhe preocupações com sua equipe

Compartilhar com seus colaboradores as avaliações obtidas na internet ou outros assuntos é importante para a gestão de marketing. Se você precisa fazer melhorias, a equipe deve saber em quê e o motivo.

23. Crie uma mentalidade focada no cliente

Nem sempre é necessário esperar que os clientes apontem uma falha para você poder resolvê-la. Tente pensar como um cliente e incentive seus colaboradores a fazerem o mesmo. Se você tiver essa atitude, poderá impedir que algumas dessas avaliações negativas sejam publicadas em primeiro lugar.

24. Promova sua presença online na empresa

Você pode colocar peças gráficas na sua empresa pedindo que seus clientes visitem o site ou deixem comentários no Google ou redes sociais. Isso pode aumentar o seu alcance online e incentivar os clientes a fazerem negócios com você novamente.



25. Realize a segmentação hiperlocal com aplicativos

Os aplicativos para smartphones oferecem oportunidades únicas para segmentar os clientes em potencial que estão muito próximos de uma empresa. A segmentação hiperlocal permite que você aborde o público de interesse em raios mais curtos como, por exemplo, de até 100 metros. Isso proporciona uma maior assertividade no ato de impactar as pessoas que você deseja. Essa pode ser uma estratégia muito interessante para postos de gasolina, supermercados, restaurantes e demais negócios locais.

Com isso, se a sua empresa tiver um aplicativo, você poderá usá-lo para enviar alertas ou ofertas para seus clientes que estiverem próximos dela. Além disso, você pode usar aplicativos de terceiros baseados em localização para enviar essas informações, como o Waze.

26. Calcule o impacto total dos seus esforços de marketing

Seja qual for a estratégia de marketing digital local adotada para a sua empresa, é importante acompanhar seu progresso e descobrir o que está funcionando ou não. Ao longo do tempo, você poderá determinar quais táticas proporcionam o maior retorno sobre o investimento. Isso significa que você provavelmente precisará redirecionar alguns dos seus esforços para as táticas de marketing digital local que estão atraindo o maior número de clientes.

Procurando soluções de Marketing Digital para o seu negócio?

A agência Green Digital é a rede de franquia de marketing digital que mais cresce no Brasil. Oferecemos serviços de criação de sites, links patrocinados, otimização para mecanismos de busca (SEO), gestão de redes sociais e design gráfico para pequenas e médias empresas.

Para saber mais informações sobre o nosso trabalho, visite o site da Green Digital e solicite um orçamento!