

PROMPT DETALHADO – SEÇÃO “GOOGLE MEU NEGÓCIO” PARA LANDING PAGE

Quero que você atue como um(a) **UX Writer + Web Designer sênior** e crie o **conteúdo completo** de uma página/seção da minha landing page dedicada ao serviço de:

Google Meu Negócio / Perfil da Empresa no Google

Essa página/seção fará parte da landing da agência **MDigital Marketing & Consultoria**.

A resposta deve vir **em texto estruturado**, em **português do Brasil**, com:

- Títulos
- Subtítulos
- Parágrafos
- Listas (bullets)
- Chamadas para ação (CTAs)
- Sugestões de layout/seções

Não gere código, apenas o conteúdo e a estrutura.

1. OBJETIVO DA PÁGINA

Deixe claro, logo no início da página, que o objetivo é:

- Apresentar o serviço da MDigital de **implementação, otimização e gestão de Google Meu Negócio** (Perfil da Empresa no Google).
- Explicar **por que o Google Meu Negócio é essencial** para negócios locais (barbearias, clínicas, comércios, restaurantes, salões etc.).
- Mostrar como esse serviço ajuda a empresa a:
 - aparecer no **Google Maps**;
 - ser encontrada nas **buscas locais** (“perto de mim”, “barbearia em [bairro]”);
 - receber mais **ligações, mensagens, pedidos de rota e visitas**.
- Incentivar o visitante a **contratar a MDigital** para configurar/otimizar seu perfil no Google Meu Negócio.

Crie um **título principal** para a página, por exemplo:

“Coloque sua empresa no mapa com o Google Meu Negócio.”

E um **subtítulo** que resuma a proposta, ex.:

“Apareça nas buscas do Google e no Maps para quem está procurando exatamente o que você faz, na sua região.”

2. PÚBLICO-ALVO

Explique, em um pequeno bloco de texto, para quem esse serviço é ideal:

- Donos de **pequenos e médios negócios locais**:
 - barbearias e salões,
 - clínicas e consultórios,
 - comércios de bairro,
 - academias, estúdios,
 - restaurantes, lanchonetes, cafés,
 - prestadores de serviço que atendem em uma região específica.
- Pessoas que:
 - querem mais clientes da região;
 - dependem de **buscas locais** ("perto de mim");
 - ainda não têm Google Meu Negócio configurado **ou** têm, mas está mal feito, desatualizado ou abandonado.

Use um tom empático, explicando que muitas vezes o dono nem sabe que está **perdendo clientes por não aparecer no Google**.

3. INFORMAÇÕES ESSENCIAIS A SEREM EXIBIDAS

Crie uma seção explicando **quais informações são fundamentais** em um perfil bem feito de Google Meu Negócio, e que a MDigital cuida de tudo isso para o cliente.

Liste como bullets:

- **Nome da empresa** exatamente como o cliente usa no mundo real
- **Endereço completo** (com CEP, bairro, cidade, estado), ou área de atendimento
- **Telefone/WhatsApp** para contato
- **Horário de funcionamento** (incluindo feriados e horários especiais)
- **Categoria principal e categorias secundárias** (ex.: Barbearia, Clínica Odontológica, Restaurante Brasileiro)
- **Descrição dos serviços**
 - o que a empresa faz
 - para quem
 - diferenciais
- **Fotos de:**
 - fachada,
 - interior,
 - equipe,
 - produtos/serviços,
 - logo.

- **Link do site** (se tiver)
- **Formas de contato e ações rápidas**, como:
 - ligar,
 - enviar mensagem,
 - pedir rotas,
 - visitar o site.

Explique que a MDigital se responsabiliza por **coletar, organizar e preencher** essas informações de **forma profissional**, seguindo as diretrizes do Google.

4. ESTRUTURA DA PÁGINA (SEÇÕES E LAYOUT)

Peço que você organize o conteúdo da página em seções claras, nessa ordem:

4.1. Seção 1 – Hero do Serviço

- Título forte (como sugerido: “Coloque sua empresa no mapa com o Google Meu Negócio.”)
- Subtítulo explicando o benefício em 1–2 frases.
- 1 parágrafo curto com a dor: negócios que não aparecem no Maps, clientes que não encontram a empresa, concorrentes aparecendo primeiro.
- CTA principal em botão, ex.:
 - “**Quero aparecer no Google e no Maps**”
- Sugestão visual:
 - mockup de um perfil do Google Meu Negócio com o nome da empresa aparecendo no Maps.

4.2. Seção 2 – Por que o Google Meu Negócio é tão importante?

- Título, ex.: “**Por que o Google Meu Negócio é essencial para o seu negócio local?**”
- 2–3 parágrafos explicando:
 - Que a maioria das pessoas procura no Google antes de ligar ou ir até um lugar.
 - Que sem o perfil, a empresa praticamente “não existe” nas buscas locais.
 - Que o perfil permite aparecer com:
 - nome,
 - fotos,
 - avaliações,
 - horário,
 - telefone,
 - botão de rota.
- Liste 3–5 benefícios em bullets:
 - Ser encontrado por quem está **perto de você**
 - Passar confiança com fotos e avaliações
 - Aumentar ligações, mensagens e visitas

- Aparecer à frente de concorrentes que não estão otimizados
- Melhorar o SEO local de forma orgânica.

4.3. Seção 3 – O que a MDigital faz por você

- Título, ex.: **“O que a MDigital faz no seu Google Meu Negócio”**
- Explique de forma clara o **escopo do serviço**, podendo dividir em:

a) Criação ou Reivindicação do Perfil

- Verificar se a empresa já aparece no Google
- Reivindicar propriedade (se alguém criou o perfil)
- Ou criar um perfil do zero

b) Verificação

- Solicitar e acompanhar processo de verificação (carta, telefone, e-mail, conforme o caso)
- Orientar o cliente passo a passo

c) Otimização Completa

- Preencher todas as informações essenciais (nome, endereço, telefone, horários, site)
- Escolher categorias certas
- Escrever descrição profissional do negócio, com foco em SEO local
- Adicionar fotos de alta qualidade
- Configurar serviços, produtos (quando fizer sentido)

d) Gestão Contínua (se contratado)

- Atualizar informações (horários, fotos, promoções)
- Criar posts semanais ou mensais
- Responder avaliações (positivas e negativas) com linguagem profissional
- Acompanhar métricas e enviar relatórios simples.

Inclua um parágrafo reforçando que a MDigital faz “do zero ao resultado”, para o cliente não se preocupar com nada técnico.

4.4. Seção 4 – Como funciona o processo (passo a passo)

- Título, ex.: **“Como funciona o nosso serviço de Google Meu Negócio”**
- Crie um passo a passo simples, em 4–6 passos, por exemplo:

1. Diagnóstico rápido

- A MDigital entende se o cliente já tem um perfil, como está e o que falta.

2. Coleta de informações

- Nome, endereço, telefone, horários, fotos, descrição, serviços, site, etc.

3. Criação/otimização do perfil

- Configuração completa, dentro das diretrizes do Google.

4. Verificação

- Acompanhamento do processo e inserção do código de verificação.

5. Publicação e ajustes

- Revisão final, pequenos ajustes, melhoria de fotos/textos.

6. Gestão contínua (opcional)

- Posts, respostas a avaliações, relatórios.

Use linguagem simples, mostrando que o cliente **não precisa entender nada de Google**, só responder algumas perguntas.

4.5. Seção 5 – Resultados esperados

- Título, ex.: **“O que você pode esperar depois de ter o Google Meu Negócio bem feito”**
- Liste de forma bem objetiva, com bullets:
 - Mais pessoas encontrando sua empresa no Google e Maps
 - Aumento de ligações, mensagens e pedidos de rota
 - Clientes chegando “do nada” dizendo: “te achei no Google”
 - Mais confiança com avaliações e fotos profissionais
 - Diferenciação clara em relação a concorrentes desorganizados

Se quiser, sugira pequenos “mini cases” genéricos, sem nomes, ex.:

“Barbearia em bairro X aumentou em 35% o número de ligações em 60 dias só com perfil bem configurado e fotos atualizadas.”

4.6. Seção 6 – Pacotes / Combos (Opcional, mas recomendado)

Você pode sugerir 2 pacotes para Google Meu Negócio, por exemplo:

- **Pacote Inicial (Setup):**
 - Criação/verificação
 - Otimização completa
 - 1 rodada de fotos (fornecidas pelo cliente)
 - Ajustes iniciais
 - (valor sugerido: a ser definido pelo usuário, não preciso que você coloque números fixos)
- **Pacote Gestão Mensal:**
 - Tudo do inicial

- X posts por mês
- Resposta a avaliações
- Relatório mensal simples

Crie descrições comerciais para esses pacotes, com foco em benefícios, não só em lista de tarefas.

4.7. Seção 7 – FAQs específicos de Google Meu Negócio

Inclua uma pequena FAQ (3–5 perguntas) sobre o serviço, por exemplo:

- “Já tenho Google Meu Negócio, vocês podem arrumar?”
- “Quanto tempo leva pra começar a aparecer?”
- “Preciso ter site para usar Google Meu Negócio?”
- “O que acontece se eu mudar de endereço?”

Responda de forma simples, acolhedora e honesta.

4.8. Seção 8 – CTA Final

Crie uma chamada final forte:

- Título ex.: **“Pronto pra aparecer de verdade no Google e no Maps?”**
- Parágrafo curto reforçando:
 - que o cliente está perdendo clientes hoje por não estar bem configurado;
 - que o próximo passo é rápido e simples.

Crie 1 ou 2 botões:

- **“Quero configurar meu Google Meu Negócio com a MDigital”**
- **“Quero falar com a MDigital pelo WhatsApp”**

5. DIRETRIZES DE DESIGN (CORES, FONTES, ESTILO VISUAL)

Inclua recomendações de design (em texto), por exemplo:

- **Cores:**
 - Paleta que converse com as cores do Google (azul, vermelho, amarelo, verde), mas aplicada de forma sutil.
 - Fundo claro (branco ou cinza muito claro) para facilitar leitura.
 - CTAs em cor de destaque (ex.: azul ou verde) com contraste alto.
- **Fontes:**
 - Fonte sem serifa, moderna, fácil de ler (ex.: Poppins, Montserrat, Roboto).
 - Títulos em peso mais forte.
 - Textos em corpo de 15–18 px para leitura confortável.

- **Estilo visual:**

- Ícones simples para representar:
- mapa,
- telefone,
- relógio/horário,
- avaliação/estrela.
- Prints/mockups de tela de Google Meu Negócio (ilustrativos).
- Layout arejado, com bastante espaço em branco, blocos bem separados.

6. CONSIDERAÇÕES DE SEO (OTIMIZAÇÃO)

Adicione uma pequena seção ou notas explicando que:

- A página deve ser escrita pensando em palavras-chave como:
 - "Google Meu Negócio para [tipo de negócio]"
 - "configuração de Google Meu Negócio"
 - "otimização Google Meu Negócio"
 - "aparecer no Google Maps"
 - "perfil da empresa no Google"
- Usar essas palavras-chave:
 - no título principal;
 - em alguns subtítulos;
 - ao longo do texto, de forma natural;
 - em meta description (ex.: "Serviço profissional de configuração e otimização de Google Meu Negócio para sua empresa aparecer no Google e no Maps.").
- Incluir variações que mencionem:
 - cidade/região (quando for adaptar);
 - tipo de negócio (barbearia, clínica, restaurante, loja).

7. SUGESTÕES DE CONTEÚDO ENVOLVENTE E CHAMADAS PARA AÇÃO

Peço que você inclua ao longo do texto:

- Frases que criem identificação, ex.:
 - "Sabe quando o cliente fala 'achei vocês no Google'? É isso que queremos pra você o tempo todo."
 - "Hoje, se você não aparece no Google, é como se sua empresa não existisse para muita gente."
- Chamadas para ação claras, como:

- “Quero que minha empresa apareça no Google e no Maps”
- “Quero ajuda para arrumar meu Google Meu Negócio”
- “Quero mais clientes vindos das buscas do Google”

As CTAs devem:

- Ser curtas (no máximo 2 linhas);
- Focar em **resultado** (aparecer, ter mais clientes, ser encontrado);
- Vir depois de momentos fortes do texto (explicação de benefícios, dor, processo).

INSTRUÇÕES FINAIS

- Toda a resposta em **português do Brasil**.
- Tom: **humano, direto, simples, acolhedor e levemente emocional**, sem exageros.
- Não gere código (HTML/CSS/JS).
- Me entregue apenas o **texto completo da página/seção de Google Meu Negócio** com todas essas partes (hero, importância, serviço, processo, resultados, pacotes, FAQ, CTA final, notas de design e SEO).