



Playbook de SEO Local para Negócios Brasileiros

*Como aparecer no Google todos os dias sem pagar um centavo em
anúncios*

Guia passo a passo para pequenas empresas e profissionais autônomos

✓ Apenas ferramentas
100% gratuitas

Cleber Barbosa

Consultor de Marketing Digital | Ribeirão Preto, SP

www.cleberbarbosa.com.br





2025

Sobre o Autor

Cleber Barbosa é consultor de marketing digital baseado em Ribeirão Preto, SP. Atende empresas de pequeno, médio e grande porte há mais de 15 anos, com mais de 2.000 clientes atendidos em todo o Brasil. É especialista em SEO, tráfego pago, growth hacking e automação com inteligência artificial — áreas nas quais combina método, experiência prática e atualização constante.

Seu trabalho tem foco total em resultado mensurável. Sem achismo, sem promessa impossível. Toda estratégia começa com um diagnóstico correto e termina com números reais que o cliente consegue acompanhar. Cleber acredita que marketing digital funciona quando é feito com método — e não com modinha.

"Já vi negócios transformarem completamente seus resultados com ajustes simples e gratuitos. O problema quase sempre não é falta de dinheiro — é falta de direção. Este playbook existe para dar essa direção a quem precisa."

-  www.cleberbarbosa.com.br
-  contato@cleberbarbosa.com.br
-  Instagram: [@cbarbosarita](https://www.instagram.com/cbarbosarita)
-  WhatsApp: [clique para conversar](#)

Como Usar Este Playbook

Este playbook é um guia prático dividido em etapas sequenciais. Cada etapa tem ações concretas que você executa no próprio celular ou computador. Não existe pré-requisito técnico — se você sabe usar o WhatsApp, você sabe o suficiente para começar.

A ideia é simples: leia um capítulo, faça o que ele pede, depois passe para o próximo. Não precisa terminar tudo de uma vez. O tempo total para configurar tudo do zero é de aproximadamente 3 a 4 horas, que podem ser distribuídas ao longo de uma semana.

Os resultados no Google começam a aparecer entre 30 e 90 dias após a implementação. Isso não é promessa — é o comportamento real do algoritmo do Google para negócios locais.

✓ O que você vai precisar para seguir este playbook:

- Um celular ou computador com acesso à internet
- Uma conta de e-mail Google (Gmail)
- O nome, endereço e telefone do seu negócio
- Aproximadamente 3 a 4 horas no total
- Zero reais de investimento

⚠ Importante:

SEO local não dá resultado da noite para o dia. Os primeiros resultados aparecem entre 30 e 90 dias. Quem começa hoje está à frente de quem começa amanhã.

Por que seu concorrente aparece no Google e você não?

A cena que todo empresário reconhece

Imagine um cliente em potencial na sua cidade. Ele pega o celular, digita "cabeleireiro em Curitiba" — ou "dentista barato em Belo Horizonte", ou "encanador em Santo André" — e aparece uma lista de negócios com fotos, avaliações, horário de funcionamento e um botão de ligar. O cliente olha os três primeiros. Escolhe um. Liga. Marca o horário.

Se você não está entre esses três, você não existe para esse cliente. Não importa se você tem 20 anos de experiência, o melhor preço da região ou o serviço mais cuidadoso da cidade. Quem não aparece no Google, para esse cliente, simplesmente não existe.

O que é SEO local em linguagem simples

SEO é a sigla em inglês para "otimização para mecanismos de busca" — mas não se preocupe com o nome técnico. O que você precisa entender é o seguinte:

Pense no Google como uma lista telefônica inteligente. Só que em vez de listar todo mundo em ordem alfabética, ele lista em ordem de relevância. Quem aparece primeiro é quem o Google considera mais confiável e mais relevante para aquela busca específica.

SEO local é o conjunto de ações que fazem o Google confiar mais no seu negócio e te colocar no topo dessa lista quando alguém da sua cidade busca pelo que você oferece. E é exatamente isso que este playbook vai te ensinar a fazer.

Por que isso importa mais do que nunca

No Brasil, mais de 90% das pessoas usam o Google para encontrar produtos e serviços locais. Buscas com a expressão "perto de mim" cresceram mais de 900% na última década — e esse número continua subindo à medida que o uso do celular avança.

Mais de 75% dos usuários que fazem uma busca local visitam uma loja física ou contratam um serviço dentro de 24 horas. E cerca de 30% das buscas no Google têm intenção local — ou seja, a pessoa está procurando algo próximo a ela, agora.

O comportamento mudou: antes, o cliente perguntava para um amigo ou folheava a lista telefônica. Hoje, ele abre o Google. E quem está bem posicionado lá dentro captura esse cliente antes mesmo de ele saber que você existe.

A boa notícia

A maioria dos pequenos negócios brasileiros ainda não faz SEO local de forma correta. Muitos nem criaram o perfil no Google. Outros criaram mas nunca completaram as informações. Outros ainda têm o perfil abandonado há meses.

Isso significa que a concorrência está baixa para quem começa agora. As ferramentas são todas gratuitas. Não precisa ser técnico. E com algumas horas de dedicação, você já sai à frente de boa parte dos seus concorrentes.

O que você vai aprender neste playbook

- Capítulo 1: Configurar o Google Meu Negócio do zero (a base de tudo)
- Capítulo 2: Conseguir avaliações no Google de forma consistente
- Capítulo 3: Encontrar as palavras-chave certas para o seu negócio
- Capítulo 4: Deixar seu site pronto para aparecer no Google
- Capítulo 5: Usar posts no Google para aumentar sua visibilidade
- Capítulo 6: Criar uma rotina mensal de SEO que cabe em 2 horas

Capítulo 1

O Alicerce — Como Configurar o Google Meu Negócio do Zero

Essa é a ação mais importante deste playbook. Se você fizer só isso, já vai na frente de 60% dos seus concorrentes.

O Google Meu Negócio (hoje chamado oficialmente de Google Business Profile) é uma plataforma gratuita do Google que permite que qualquer negócio crie um perfil público nas buscas e no Maps. É completamente grátis. E é a ferramenta mais poderosa que existe para negócios locais.

Quando configurado corretamente, seu negócio aparece no painel lateral das buscas do Google, no Google Maps, e nas pesquisas com localização. O cliente vê seu endereço, telefone, horário, fotos e avaliações — sem nem precisar entrar no seu site.

Passo a passo de configuração

01

Acesse business.google.com e faça login com seu Gmail

Abra o navegador no celular ou computador e acesse business.google.com. Entre com sua conta do Gmail. Se não tiver uma conta Google, crie uma — é gratuito e leva menos de 5 minutos.

💡 Use sempre o mesmo e-mail para todos os serviços do Google. Isso facilita a integração futura com Analytics e Search Console.

02

Clique em "Adicionar negócio" e escolha o tipo correto

Após fazer login, clique em "Gerenciar agora" e depois em "Adicionar negócio". O Google vai perguntar se você quer adicionar um negócio com endereço físico ou uma área de atendimento. Escolha de acordo com a sua realidade.

💡 Se você atende em casa mas prefere não divulgar o endereço, escolha "Área de atendimento" — você define o raio ou as cidades onde atende.

03

Preencha o nome exato do seu negócio

Use o nome real do seu negócio — exatamente como está no seu cartão de visita, na sua fachada ou no seu contrato. Sem palavras extras, sem a cidade no meio, sem adjetivos para "melhorar" o SEO.

💡 Colocar palavras-chave no nome é uma violação das regras do Google e pode suspender seu perfil. Veja a caixa de alerta ao final deste capítulo.

04

Escolha a categoria principal com cuidado

A categoria diz ao Google o que é seu negócio. Digite o que você faz na caixa de busca e escolha a opção mais específica disponível. Ex: em vez de "Serviços de saúde", escolha "Dentista" ou "Clínica odontológica".

💡 Você pode adicionar categorias secundárias depois. A principal deve ser a mais importante para o seu negócio.


05 Adicione o endereço completo ou a área de atendimento

Se tem loja física: preencha endereço, número, bairro, cidade, CEP. Se atende a domicílio: marque o raio de atendimento (ex: até 30km de Ribeirão Preto) ou liste as cidades onde atende.

 *Confirme o endereço no Maps depois de salvar — ele deve aparecer exatamente onde você está.*


06 Adicione telefone, site e horário de funcionamento

Coloque o número de celular ou WhatsApp onde você realmente atende. Se tiver site, adicione o endereço. Preencha os horários reais — clientes frustrados por informação errada deixam avaliações negativas.

 *Se o horário variar aos fins de semana, configure separadamente para cada dia. O Google permite isso.*

07 Adicione pelo menos 10 fotos reais do seu negócio

Fotos que funcionam bem: fachada do estabelecimento (por fora e por dentro), equipe em ação, exemplos de serviços realizados, produtos, área de atendimento. Prefira fotos bem iluminadas, feitas com câmera do celular em boa resolução.

 *Negócios com mais de 10 fotos recebem em média 42% mais pedidos de rota no Google Maps do que perfis sem foto.*

08 Solicite a verificação do seu perfil

O Google precisa confirmar que você é o dono do negócio. Os métodos disponíveis incluem: código por correspondência (carta física), verificação por telefone, por e-mail ou, em alguns casos, por vídeo. A verificação por telefone ou e-mail costuma ser a mais rápida quando disponível.

 *Sem verificação, seu perfil não aparece nas buscas. Faça isso logo depois de preencher todas as informações.*

Erro comum:

Colocar palavras-chave no nome do negócio para tentar aparecer mais.

Exemplo errado: "Salão Beleza Premium Ribeirão Preto Cabeleireiro".

Isso viola as diretrizes do Google e pode resultar na suspensão do seu perfil.

Use apenas o nome real do seu negócio — sem adições.

Capítulo 2

Avaliações — O Combustível do SEO Local

Mais avaliações positivas = mais confiança do Google = mais você aparece nas buscas.

As avaliações no Google são um dos principais fatores de ranqueamento local. Não é só a quantidade que importa — a frequência também conta (avaliações recentes valem mais do que antigas) e as respostas (negócios que respondem suas avaliações aparecem mais nas buscas). Um perfil com 50 avaliações e respostas ativas bate um perfil com 200 avaliações e nenhuma resposta.

Como pedir avaliações sem constranger o cliente

Script 1 — Mensagem pelo WhatsApp após o serviço

Olá, [Nome]! Espero que tenha gostado do [serviço]. Foi um prazer te atender. Quando tiver um minutinho, me ajuda muito se você deixar uma avaliação no Google — leva menos de 2 minutos e faz muita diferença para o meu trabalho. Segue o link direto: [link do seu perfil no Google]. Obrigado de verdade!

Script 2 — Mensagem para lista de transmissão do WhatsApp

Oi pessoal! Estou em uma missão de melhorar minha presença no Google para conseguir atender ainda mais gente bem. Se você já foi atendido por mim e ficou satisfeito, me ajudaria demais deixar uma avaliação aqui: [link]. É rapidinho e significa muito. Obrigado!

Script 3 — Fala presencial no final do atendimento

"Fico muito feliz que tenha gostado! Se puder, deixa uma avaliação pra mim no Google — você pode até fazer agora pelo celular. Posso te mandar o link pelo WhatsApp? Ajuda muito o meu negócio aparecer mais para outras pessoas na região."

Script 4 — Mensagem de follow-up (lembrete gentil após 3-5 dias)

Oi, [Nome]! Passando só para saber se tudo ficou certo com o [serviço]. Se tiver satisfeito, ainda dá tempo de deixar uma avaliação no Google — aqui o link: [link]. Qualquer coisa, estou por aqui!

Como responder avaliações

5 regras de ouro para responder avaliações:

- Responda TODAS — positivas e negativas — em até 48 horas
- Use o nome do cliente na resposta quando possível
- Para avaliações positivas: agradeça, mencione o serviço e convide a voltar
- Para avaliações negativas: nunca discuta, nunca se defenda agressivamente — reconheça e proponha solução
- Mantenha um tom profissional, mesmo quando a crítica for injusta

Resposta para avaliação positiva

Muito obrigado, [Nome]! Fico muito feliz que tenha gostado do atendimento. Foi um prazer te receber e espero te ver em breve. Qualquer coisa, pode contar comigo!

Resposta para avaliação negativa

Olá, [Nome]. Lamento muito pela experiência que você teve. Isso não é o padrão que busco oferecer. Por favor, entre em contato comigo pelo [telefone/WhatsApp] para que eu possa entender melhor o que aconteceu e buscar uma solução. Fico à disposição.

Meta realista:

Consiga 2 novas avaliações por semana.

Em 3 meses você terá mais de 25 avaliações — o suficiente para aparecer nas primeiras posições nas buscas locais da maioria das cidades brasileiras.

Precisa de ajuda? Fale com Cleber: [WhatsApp](#)

Capítulo 3

Palavras-Chave Locais — O que as Pessoas Digitam para Te Encontrar

Você precisa falar a língua do seu cliente. Se ele busca "dentista barato Ribeirão Preto" e você não usa essa expressão em nenhum lugar, ele não te acha.

Palavras-chave são as expressões que as pessoas digitam no Google quando procuram por um produto ou serviço. Para negócios locais, a fórmula mais eficiente é simples:

[serviço que você oferece] + [cidade ou bairro onde você atende]

Exemplos: "advogado trabalhista São Paulo", "buffet infantil Campinas", "mecânico de motos Florianópolis". É isso que seu cliente digita. É isso que você precisa usar.

Como descobrir as palavras-chave certas (sem pagar nada)

Ferramenta 1: Google Search — busca com sugestão automática

Abra o Google e comece a digitar o seu serviço + a cidade. Antes de apertar Enter, o Google vai mostrar sugestões automáticas. Essas sugestões são as buscas mais frequentes dos usuários — ou seja, são palavras-chave reais com demanda real.

Faça isso com variações: "advogado em...", "melhor advogado...", "advogado barato...". Anote tudo que aparecer relevante.

Ferramenta 2: Google Keyword Planner (gratuito)

Acesse ads.google.com e crie uma conta gratuita (não precisa criar anúncio nenhum). Vá em "Ferramentas" > "Planejador de palavras-chave" > "Descobrir novas palavras-chave". Digite seu serviço + cidade e o Google mostra o volume de buscas mensais e a concorrência. Foque nas palavras com volume médio e concorrência baixa ou média.

Ferramenta 3: Ubersuggest (versão gratuita)

Acesse neilpatel.com/ubersuggest. Digite a palavra-chave principal e clique em "Buscar". A versão gratuita mostra as palavras relacionadas, o volume de busca e a dificuldade de ranqueamento. Foque em palavras com SDO (dificuldade) abaixo de 40 — são mais fáceis de aparecer.

Exercício prático — suas palavras-chave

Preencha a tabela abaixo com as palavras-chave do seu negócio:

Serviço principal	+ Cidade/Bairro	= Palavra-chave local
-------------------	-----------------	-----------------------

<i>Ex: dentista</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>dentista Ribeirão Preto</i>

Escolha as 5 palavras-chave mais relevantes e guarde essa lista. Você vai usá-la nos próximos capítulos.

Onde usar as palavras-chave locais

- Na descrição do Google Meu Negócio (campo "Sobre a empresa")
- Nos posts do Google Meu Negócio (que você vai criar no Capítulo 5)
- No título da página principal do seu site (tag H1)
- Na meta description do site (a descrição que aparece abaixo do link nas buscas)
- Nas legendas do Instagram com a localização marcada
- Em diretórios locais gratuitos como Yelp Brasil, Apontador e Foursquare

Capítulo 4

Seu Site e o Google — O Básico que Faz Toda a Diferença

Você não precisa de um site perfeito para aparecer no Google. Precisa de um site correto.

Ter um site não é obrigatório para SEO local — o Google Meu Negócio já consegue ranquear seu negócio sem ele. Mas quando você tem um site, ele amplia muito o potencial de aparição nas buscas. O problema é que a maioria dos sites de pequenos negócios não aparece no Google por erros simples e corrigíveis.

Checklist de SEO básico para qualquer site

Grupo 1 — Estrutura básica

- O site tem um título claro na aba do navegador com o nome do negócio e a cidade
- A página inicial tem pelo menos 300 palavras descrevendo o negócio e os serviços
- O nome, endereço e telefone estão iguais em todas as páginas
- O site tem uma página separada para cada serviço principal
- O site tem uma página "Sobre" com informações reais do negócio e da equipe

Grupo 2 — Velocidade e mobile

- O site abre em menos de 3 segundos no celular (teste em pagespeed.web.dev)
- O site é responsivo — se adapta ao tamanho da tela sem precisar dar zoom
- As imagens estão comprimidas (menos de 200kb cada — use tinypng.com gratuitamente)
- O site usa HTTPS — tem o cadeado na barra do navegador

Grupo 3 — Contato e conversão

- O número de WhatsApp está visível na primeira tela, sem precisar rolar a página
- Tem botão de WhatsApp fixo na versão mobile (fica flutuando enquanto o usuário rola)
- Tem formulário de contato funcionando e sendo respondido em até 24 horas
- O endereço completo está escrito por extenso em alguma página (preferencialmente no rodapé)

Como criar um site gratuito se você não tem nenhum

Plataforma	Melhor para	Vantagem principal	Limitação
Google Sites	Iniciantes absolutos	Integração nativa com Google — fácil de conectar ao Analytics	Design bastante limitado
WordPress.com	Quem quer algo mais profissional	Mais opções de design e funcionalidades	URL com .wordpress.com na

			versão grátis
Wix	Quem precisa de visual rápido	Editor drag-and-drop muito intuitivo	Anúncios do Wix na versão gratuita

 **Recomendação de Cleber:**

Para iniciantes: comece com o Google Sites. É o mais simples e já integra com o Maps.

Para quem quer crescer: WordPress.com — quando você estiver pronto para investir em um domínio próprio, a migração é fácil.

Para negócios visuais (salões, ateliês, fotógrafos): Wix tem templates bonitos e prontos.

Precisa de ajuda? Fale com Cleber: [WhatsApp](#)

Capítulo 5

Posts no Google Meu Negócio — O Segredo que Poucos Usam

Publicar posts no seu perfil do Google aumenta sua visibilidade nas buscas e mostra que seu negócio está ativo. E quase ninguém faz isso.

O Google Meu Negócio tem uma função de posts — chamada de "Atualizações" — que funciona como uma mini-rede social dentro do Google. Você publica, e esse conteúdo aparece diretamente nos resultados de busca para quem procura pelo seu negócio. Negócios que postam regularmente são considerados mais ativos e relevantes pelo algoritmo, o que ajuda no ranqueamento.

Tipos de posts disponíveis

Atualização (post geral)

Compartilhe novidades, dicas, bastidores do negócio ou qualquer informação relevante para seus clientes.

Frequência recomendada: 1 a 2 vezes por semana

Exemplo: *Dica do dia: sabia que [dica relacionada ao seu serviço]? Na [Nome do Negócio], em [Cidade], a gente cuida desse detalhe pra você. Agende seu horário: [WhatsApp]*

Oferta (promoção com data)

Divulgue promoções, descontos e condições especiais por tempo limitado. O Google exibe automaticamente o prazo da oferta.

Frequência recomendada: Sempre que tiver uma promoção real

Exemplo: *PROMOÇÃO: [Nome da oferta] com [X]% de desconto, válida até [data]. Atendemos em [Cidade] e região. Para agendar: [WhatsApp]*

Evento

Divulgue workshops, lançamentos, feiras ou qualquer evento que o seu negócio promova.

Frequência recomendada: Quando houver evento específico

Exemplo: *Convite especial: [Nome do Evento] no dia [data], em [endereço], [Cidade]. Vagas limitadas! Confirme sua presença pelo WhatsApp: [número]*

Produto ou serviço em destaque

Mostre um serviço específico com descrição e foto. Ótimo para aparecer para quem busca esse serviço.

Frequência recomendada: 1 vez por mês por serviço

Exemplo: *Você conhece nosso serviço de [nome do serviço]? Em [Cidade], a [Nome do Negócio] oferece [descrição breve do benefício]. Saiba mais: [WhatsApp]*

Calendário mensal de posts

Período	Tema	Modelo de texto (adapte para seu negócio)
Semana 1	Post de apresentação do negócio ou equipe	<i>Olá! Somos a [Nome do Negócio], localizada em [Cidade]. Há [X] anos, ajudamos nossos clientes com [serviço principal]. Nossa equipe é formada por [descrição breve]. Estamos aqui para cuidar de você! Agende pelo WhatsApp: [número]</i>
Semana 2	Post com dica útil relacionada ao seu serviço	<i>Dica da semana: [dica prática e relevante para o seu público]. Essa é uma das orientações que damos para nossos clientes em [Cidade]. Quer saber mais? Fale com a gente: [WhatsApp]</i>
Semana 3	Post com depoimento de cliente (com autorização)	<i>"[Depoimento do cliente]." — [Nome], cliente em [Cidade]. Fico muito feliz quando recebo mensagens assim! Se você também quer [resultado que o cliente mencionou], entre em contato: [WhatsApp]</i>
Semana 4	Post com oferta, novidade ou chamada para ação	<i>Só essa semana: [oferta ou novidade]. Atendemos em [Cidade] e região. Vagas limitadas — reserve a sua pelo WhatsApp: [número]</i>

 **Dica:**

Use as mesmas palavras-chave locais que você identificou no Capítulo 3 dentro dos textos dos posts.

O Google lê esses textos e usa para entender do que o seu negócio trata.

Ex: se sua palavra-chave é "fisioterapeuta Goiânia", mencione isso naturalmente nos seus posts.

Capítulo 6

Rotina de SEO Local — O que Fazer Todo Mês para Continuar Crescendo

SEO local não é uma ação única. É uma rotina. E ela cabe em 2 horas por mês.

Depois de configurar tudo, o segredo para continuar crescendo no Google é a consistência. O algoritmo do Google favorece negócios ativos — e "ativo" significa: responder avaliações, publicar posts, atualizar informações. Com apenas 2 horas por mês é possível manter e melhorar os resultados continuamente.

Rotina mensal — dividida em 4 semanas

Semana 1 — 30 minutos

- Verificar e responder todas as avaliações do Google recebidas no mês
- Publicar 1 post no Google Meu Negócio (use o calendário do Capítulo 5)
- Verificar se as informações do perfil estão atualizadas (horário, telefone, fotos)

Semana 2 — 20 minutos

- Verificar o Google Search Console: quais buscas trouxeram visitantes ao site
- Identificar 1 palavra-chave nova com potencial de ranqueamento
- Publicar 1 post no Google Meu Negócio

Semana 3 — 30 minutos

- Pedir avaliação para 3 clientes atendidos nesse período (use os scripts do Capítulo 2)
- Verificar se o concorrente principal fez alguma mudança no perfil dele
- Publicar 1 post no Google Meu Negócio

Semana 4 — 40 minutos

- Atualizar ou criar 1 página no site usando palavras-chave locais
- Publicar 1 post no Google Meu Negócio
- Fazer revisão geral do perfil e planejar as ações do próximo mês

Tabela de acompanhamento mensal

Preencha toda virada de mês para acompanhar seu progresso:

Métrica	Mês 1	Mês 2	Mês 3
Posição no Google para palavra-chave principal			

Número de avaliações no Google			
Nota média das avaliações			
Visualizações do perfil no mês			
Cliques para ligar / WhatsApp no mês			
Visitas ao site vindas do Google			

Precisa de ajuda? Fale com Cleber: [WhatsApp \(16\)](#)

Seu Cronograma de 90 Dias para Aparecer no Google

Faça uma coisa de cada vez. Consistência vale mais do que velocidade.

MÊS 1

Fundaçã

Semana	O que fazer	Tempo	Dif.	
Semana 1	Criar e verificar o Google Meu Negócio	1-2h	Fácil	
Semana 2	Adicionar fotos, completar todas as informações, definir as palavras-chave	1h	Fácil	
Semana 3	Pedir as primeiras avaliações + primeiro post no Google Meu Negócio	45min	Fácil	
Semana 4	Verificar ou criar site básico com informações consistentes	2h	Médio	

MÊS 2

Cre

Semana	O que fazer	Tempo	Dif.	
Semana 5	Criar ou otimizar a página inicial do site com palavras-chave locais	1-2h	Médio	
Semana 6	Criar páginas separadas para cada serviço principal no site	2h	Médio	
Semana 7	Publicar 2 posts: um no site, um no Google Meu Negócio	45min	Fácil	
Semana 8	Campanha de avaliações: pedir para 10 clientes (use os scripts prontos)	30min	Fácil	

MÊS 3

Consolidaçã

Semana	O que fazer	Tempo	Dif.	
Semana 9	Instalar o Google Search Console e analisar os primeiros dados	1h	Médio	
Semana 10	Criar conteúdo respondendo as dúvidas mais frequentes dos seus clientes	1-2h	Médio	
Semana 11	Verificar concorrentes: o que eles têm que você não tem?	45min	Fácil	
Semana 12	Revisão geral + planejamento do próximo trimestre	1h	Fácil	



O que esperar em cada fase:

30 dias: Seu perfil aparece para buscas com o nome do seu negócio

60 dias: Começa a aparecer para palavras-chave locais de baixa concorrência

90 dias: Aparece consistentemente para os serviços principais na sua cidade

6 meses: Possível aparecer entre os 3 primeiros resultados para suas palavras-chave mais importantes

Os 7 Erros Mais Comuns que Fazem Você Desaparecer do Google

✘ Erro 1: Nome do negócio diferente em cada lugar online

Se no Google Meu Negócio você está como "Clínica Dr. Silva", no Instagram como "Clínica Silva" e no site como "Consultório Dr. Carlos Silva", o Google não consegue cruzar essas informações e sua autoridade cai. Ele prefere negócios consistentes.

Como corrigir: padronize o nome exato do negócio em todos os perfis online e mantenha assim.

✘ Erro 2: Perfil do Google Meu Negócio incompleto ou abandonado

Um perfil sem foto, sem horário, sem descrição e sem posts envia um sinal de abandono para o algoritmo. O Google favorece negócios que demonstram estar ativos e atualizados.

Como corrigir: complete 100% do perfil e publique pelo menos 1 post por semana.

✘ Erro 3: Fotos de baixa qualidade ou nenhuma foto

Negócios sem foto têm muito menos cliques do que negócios com fotos reais e bem iluminadas. O cliente quer ver antes de ligar — e o Google sabe disso.

Como corrigir: adicione pelo menos 10 fotos reais de boa resolução. Use o celular à luz do dia.

✘ Erro 4: Não responder avaliações (nem as positivas)

Não responder avaliações é um sinal de inatividade para o Google e um sinal de descaso para o cliente. Negócios que respondem aparecem mais — e transmitem mais confiança.

Como corrigir: defina um dia fixo na semana para responder todas as avaliações recebidas.

✘ Erro 5: Site que não abre no celular ou abre lento

Mais de 70% das buscas locais no Brasil são feitas por celular. Se o site demora mais de 3 segundos para abrir, o usuário fecha. E o Google penaliza sites lentos nos rankings.

Como corrigir: teste seu site no pagespeed.web.dev e corrija os pontos indicados.

✘ Erro 6: Nunca publicar nada (perfil estagnado)

Um negócio que não posta nada há 60 dias parece fechado para o algoritmo. A frequência de publicação é um sinal de relevância.

Como corrigir: use o calendário do Capítulo 5 e publique pelo menos 4 posts por mês.

✘ Erro 7: Tentar enganar o Google com palavras-chave no nome

Adicionar palavras-chave ao nome do negócio no Google Meu Negócio — como "Restaurante Pizzaria Italiana Melhor São Paulo" — é uma prática proibida pelas diretrizes do Google e pode resultar em suspensão do perfil.

Como corrigir: use apenas o nome real do negócio. Use palavras-chave na descrição e nos posts.

O Kit Completo de SEO Local Gratuito

Tudo que você precisa para implementar este playbook sem gastar nada

Google Business Profile — business.google.com | **Nível: Fácil**

A ferramenta central deste playbook. Crie, complete e gerencie o perfil do seu negócio no Google e no Maps.

Como usar: Use para publicar posts, responder avaliações e acompanhar estatísticas de visualizações e cliques.

Google Search Console — search.google.com/search-console | **Nível: Médio**

Mostra como seu site aparece nas buscas do Google: quais palavras-chave geram cliques, erros de indexação e oportunidades de melhoria.

Como usar: Instale no site e acesse toda semana para ver quais buscas trouxeram visitantes.

Google Analytics 4 — analytics.google.com | **Nível: Médio**

Mostra quantas pessoas visitam seu site, de onde vêm e o que fazem. Indispensável para medir resultados.

Como usar: Vincule ao Search Console para ter uma visão completa do tráfego orgânico.

Google Keyword Planner — ads.google.com — Ferramentas > Planejador de palavras-chave | **Nível: Médio**

Mostra o volume de buscas mensais de qualquer palavra-chave no Brasil. Completamente gratuito.

Como usar: Use para validar as palavras-chave do Capítulo 3 antes de usá-las no site e nos posts.

Ubersuggest — neilpatel.com/ubersuggest | **Nível: Fácil**

Ferramenta de palavras-chave com versão gratuita que mostra volume de busca, dificuldade e sugestões relacionadas.

Como usar: Ótimo para encontrar variações de palavras-chave de baixa concorrência no mercado local.

PageSpeed Insights — pagespeed.web.dev | **Nível: Fácil**

Analisa a velocidade do seu site no celular e no computador e aponta o que está deixando-o lento.

Como usar: Rode o teste mensalmente e corrija os itens marcados como "vermelhos" primeiro.

Google Search (busca comum) — google.com.br | **Nível: Fácil**

Use a busca normal do Google para analisar concorrentes: veja quem aparece para suas palavras-chave e como é o perfil deles.

Como usar: Busque sua palavra-chave principal e analise os 3 primeiros resultados: o que eles têm que você não tem?

Canva — canva.com | **Nível: Fácil**

Ferramenta de design gratuita para criar imagens profissionais para os posts do Google Meu Negócio, sem precisar ser designer.

Como usar: Use os templates prontos de "post para redes sociais" e adapte com as cores e logo do seu negócio.

Precisa de ajuda para usar alguma dessas ferramentas? Fala comigo: [WhatsApp](#)

Você Acabou de Aprender o que a Maioria dos Seus Concorrentes Não Sabe

Parabéns por ter chegado até aqui. Sério. A maioria das pessoas começa a ler e não termina. Você terminou. E mais do que isso: você tem agora um roteiro claro, com ferramentas gratuitas, scripts prontos e um cronograma de 90 dias para implementar. Quem ler e aplicar as ações deste playbook já está à frente de pelo menos 80% dos pequenos negócios brasileiros em termos de presença digital.

A realidade honesta: implementar tudo isso sozinho é completamente possível. Mas leva tempo. Cada erro no caminho pode atrasar os resultados em semanas — configurar a categoria errada, não verificar o perfil, usar palavras-chave de alta concorrência quando tinha opções mais fáceis. Às vezes, o custo de aprender na prática é maior do que o custo de pedir ajuda.

Se você quiser avançar mais rápido, com alguém olhando especificamente para o seu negócio, ofereço um diagnóstico gratuito de 30 minutos. Nessa conversa, a gente analisa o perfil atual do seu negócio no Google, identifica os 3 maiores pontos de melhoria com impacto real, define as prioridades para os primeiros 30 dias e traça um plano de ação específico para você. Sem compromisso, sem pressão, sem custo.

Se você quiser avançar mais rápido com alguém do seu lado, estou aqui. Se preferir continuar sozinho com este playbook, também está ótimo — você já tem tudo que precisa.

 **Agendar diagnóstico gratuito com Cleber**

Ou me chame diretamente:

 [WhatsApp](#) |  contato@cleberbarbosa.com.br
 Instagram: [@cbarbosarita](#) |  www.cleberbarbosa.com.br

Resumo do Playbook — Tudo em Uma Página

→ **CAPÍTULO 1: Google Meu Negócio**
Criar, completar e verificar o perfil — a base de tudo

→ **CAPÍTULO 2: Avaliações**
Pedir, receber e responder consistentemente — 2 por semana

→ **CAPÍTULO 3: Palavras-chave locais**
Pesquisar e usar nos lugares certos — [serviço] + [cidade]

→ **CAPÍTULO 4: Site**
Checklist básico + opções gratuitas para criar do zero

→ **CAPÍTULO 5: Posts no Google**
Publicar 4 posts por mês seguindo o calendário

→ **CAPÍTULO 6: Rotina mensal**
2 horas por mês para manter e crescer

→ **CRONOGRAMA DE 90 DIAS**
Ações semanais claras para implementar tudo do zero

"SEO local não é magia. É consistência.

Quem faz o básico bem feito, semana após semana, inevitavelmente aparece na frente.

Agora você sabe o que fazer. É hora de começar."

— **Cleber Barbosa**

www.cleberbarbosa.com.br | contato@cleberbarbosa.com.br | [@cbarbosarita](https://www.instagram.com/cbarbosarita)

WhatsApp: [clique para conversar](#)