Plano de ação para negócios locais

ALTUS DESIGN ART
MÉTODO DE ACELERAÇÃO DE NEGÓCIOS LOCAIS

10 passos para organizar sua divulgação e conduzir contatos até a venda.
Execute na ordem e marque cada item concluído. Se já estiver pronto, revise e avance.

- [ ] **1. Defina a oferta e o cliente**

  Escolha o seu serviço/produto principal. Escreva o que inclui, qual necessidade resolve e onde você atende.

  Oferta: _____
  Orçamento: _____Cliente ideal:_____

- [ ] **2. Atualize seu Perfil da Empresa no Google**

  Confira categoria, serviços, telefone, horários e endereço ou área atendida. Adicione fotos reais e o site correto. Peça avaliações a clientes que já tiveram uma experiência com a empresa e responda aos comentários.

- [ ] **3. Revise o conteúdo do seu Site/ Landing Page e seu Instagram**

  Na sua Página: Deixe claro o produto/serviço, a região, os benefícios e como contratar. Inclua fotos, avaliações reais e respostas às dúvidas, o formulário e se os botões estão todos funcionando. **No Instagram:** Tenha pelo menos 9 posts sejam eles carrosséis ou reels, destaques com depoimentos de clientes, sobre sua empresa, serviços/produto, respondendo dúvidas.

- [ ] **4. Prepare a mensagem e os criativos**

  Apresente a necessidade, a solução e uma ação clara. Crie uma imagem ou vídeo da oferta e outra versão que esclareça uma dúvida. Mantenha a mesma promessa no anúncio, na página e no atendimento.

- [ ] **5. Confira o rastreamento**

  Peça ao responsável técnico para configurar e testar o pixel ou as tags e os eventos necessários dos seus anúncios. Registre a origem dos contatos no atendimento. Clique no WhatsApp não comprova conversa nem venda.

ALTUS DESIGN ART
MÉTODO DE ACELERAÇÃO DE NEGÓCIOS LOCAIS

Da divulgação ao fechamento

O tráfego gera oportunidades. Sua empresa precisa responder, orientar e acompanhar cada contato até uma decisão.

- [ ] **6. Planeje a verba de anúncios**

  Use a calculadora para simular a verba conforme público, ticket, margem e ciclo de compra. Separe mídia de gestão e produção. High ticket pode exigir mais tempo e reserva; o ticket sozinho não determina o custo do anúncio.

  Verba de mídia: R$ _____ Período de teste: _____

- [ ] **7. Publique a campanha com um objetivo**

  Escolha o canal, a oferta, a região e a ação desejada. Confira o destino do anúncio e quem atenderá os contatos. Avalie remarketing para públicos elegíveis que já demonstraram interesse, quando houver estrutura e público disponíveis.

- [ ] **8. Organize o atendimento e os registros**

  Defina responsável, horário e substituto. Busque resposta humana em até 5 minutos durante o expediente como meta operacional. Fora dele, informe quando retorna. Registre nome, origem, interesse, etapa e próxima ação em CRM ou planilha.

- [ ] **9. Faça follow-up e confirme a entrega**

  Combine o retorno ao enviar a proposta. Retome com uma dúvida específica ou informação útil, sem cobrar decisão nem inventar urgência. Pare se houver recusa. Após a contratação, confirme escopo, prazo e responsável pela entrega.

- [ ] **10. Revise os números toda semana**

  Acompanhe a verb investida, contatos, qualificação, propostas, vendas e motivos de perda. Calcule custo por contato e custo de mídia por cliente. Considere margem e demais custos.

Quer apoio para implementar? Agende uma reunião com nossa equipe e conheça o **Método de Aceleração para Negócios Locais**