



BLACK

FRIDAY

CHECKLIST

30 conselhos para
converter mais na
Black Friday





INTRODUÇÃO

A Black Friday é um dos períodos de “compras” mais importantes do ano, muitas vezes antes dos saldos.

Este é um momento chave para vender os seus stocks e aumentar a sua faturação, graças aos descontos. Mas, para isso, precisa ainda de estar visível e de ser encontrado facilmente pelos seus clientes potenciais... Para o ajudar, preparámos uma lista de conselhos pensada para otimizar a sua presença online.

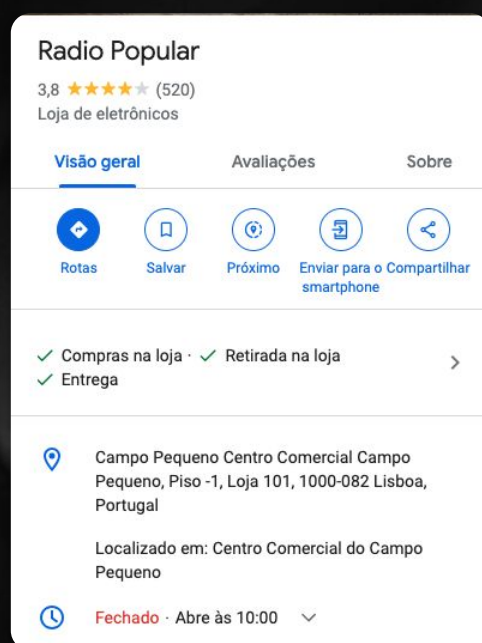
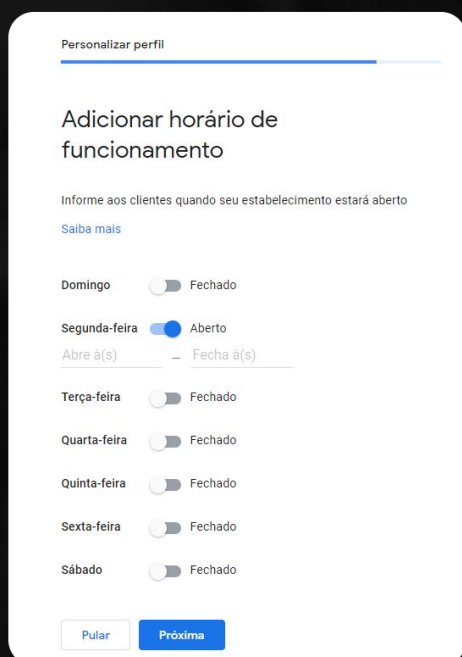
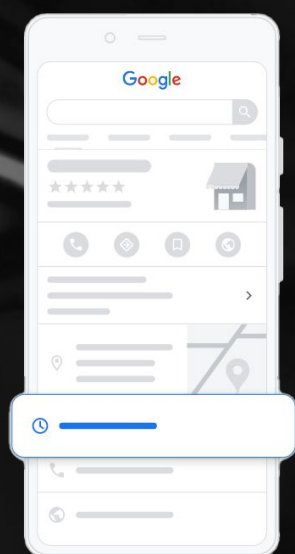
SEO local, fichas do Google Business Profile, redes sociais, reputação digital... seguem-se as nossas recomendações para aumentar o tráfego *web-to-store* dos seus pontos de venda.

Boa leitura!

#1 Quero melhorar a localização das minhas fichas de estabelecimento

Otimizar e completar todas as suas fichas do Google Business Profile é a melhor forma de aumentar a sua classificação no Google.

- ❖ Verifique se TODAS as suas informações principais estão corretas e atualizadas (nome, descrição, morada, categoria principal, website, telefone, horários, produtos...)
- ❖ Se ainda não o fez, adicione **categorias secundárias** para aparecer nos resultados de palavras-chave estratégicas para a sua atividade
- ❖ Indique os seus **horários específicos**. Está fechado em alguns feriados ou está de férias? Especifique-o claramente



#1 Quero melhorar a localização das minhas fichas de estabelecimento

- ❖ Não se esqueça de “mais horas”, caso necessite para especificar as horas de condução ou levantamento na loja. Trata-se de uma informação preciosa para os seus clientes
- ❖ Preencha os atributos relevantes para se posicionar nas palavras-chave associadas à sua atividade (entrega, levantamento na loja, cartões de crédito, ofertas...). Trata-se de informações importantes para os seus clientes potenciais



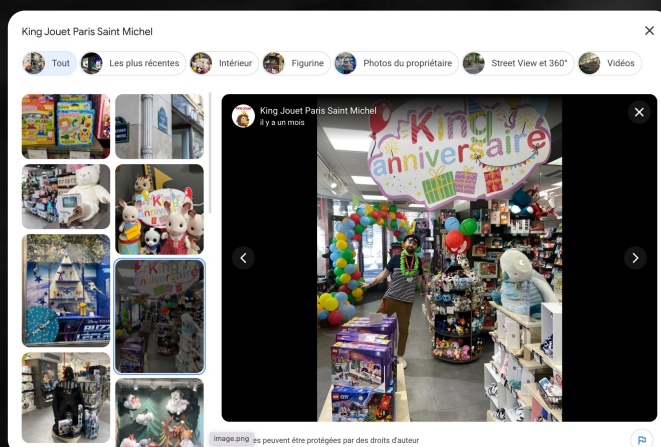
- ❖ Lembre-se de adicionar serviços para ser facilmente encontrado e escolhido pelos internautas. Ao especificá-lo, aumenta as suas probabilidades de subir na classificação local do Google nestas consultas estratégicas

#1 Quero melhorar a localização das minhas fichas de estabelecimento

Utilize as **justificações** para subir no Local Pack. Elas fornecem informações sobre o seu stock, serviços, menu... Oferece promoções em produtos principais? Indique-o no seu website ou no Merchant Center do Google, para que apareça nas suas fichas. Ao seguir as tendências, aumenta as suas probabilidades de melhorar o seu tráfego *web-to-store*



Publique fotos atraentes dos seus estabelecimentos para fazer com que os internautas o queiram visitar. Também pode adicionar imagens dos seus produtos principais nas prateleiras, por exemplo



#2 Quero indicar os meus stocks e partilhar as minhas ofertas

As compras são abundantes durante a Black Friday. Agora é o momento chave para comunicar as suas ofertas. E ainda bem que o Google e as redes sociais oferecem numerosas possibilidades de o fazer.

- ❖ Utilize as Local Surfaces do Google Shopping para exibir gratuitamente os seus stocks nas suas fichas e facilitar a compra dos internautas. Esta é uma oportunidade para destacar as suas promoções e os seus “produtos mais vendidos”. São exibidos na forma de justificações nas suas fichas



"Logo na entrada tem toda a tecnologia, Apple, Samsung, Sony."

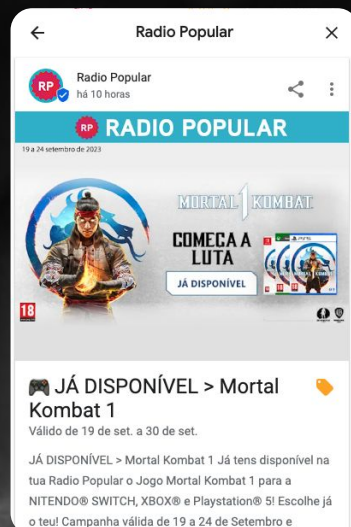
Vendido aqui: smartwatches

Visto por compradores: smartwatches

- ❖ Ative o Local Inventory Ads para que os seus stocks sejam exibidos nos resultados das pesquisas locais no Google. Desta forma, os seus clientes poderão ver os seus produtos e aproveitar as suas promoções sem esforço durante a Black Friday

#2 Quero indicar os meus stocks e partilhar as minhas ofertas

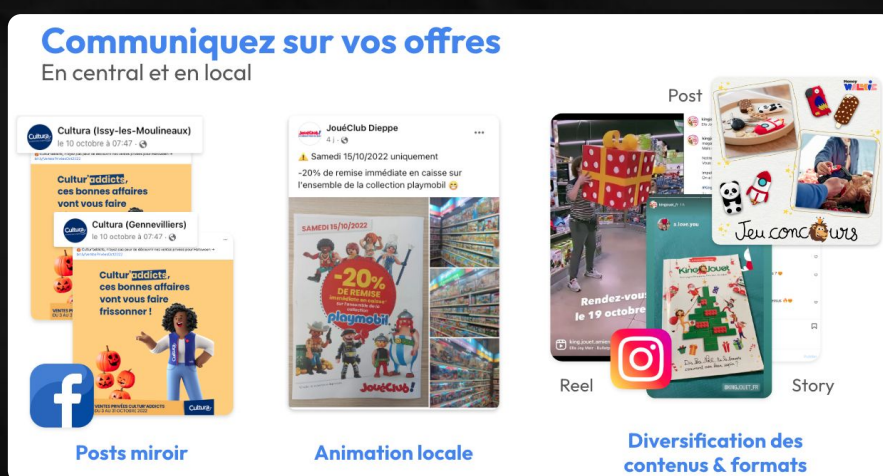
- ❖ Atualize as informações das páginas do Facebook Locais de todos os seus pontos de venda. Quando um internauta decide marcar a sua presença num estabelecimento, são estas páginas que são apresentadas. O mesmo acontece no Instagram, em que a página local é atualizada a partir das informações do Facebook.
- ❖ Programe e publique Google Posts nas suas fichas de estabelecimento do Google. É uma ótima forma de comunicar as suas promoções, os seus stocks, mas também para divulgar um evento, como a Black Friday. O conteúdo dos Google Posts costuma aparecer nas justificações das suas fichas.



- ❖ Publique também os seus horários excecionais e as suas promoções principais nas redes

#2 Quero indicar os meus stocks e partilhar as minhas ofertas

- ❖ Utilize todo o potencial das redes sociais, tanto a nível central como a local. Engagement das contas dos estabelecimentos, publicação em vários canais (Facebook, Instagram, TikTok...), conteúdos e formatos variados (foto, história, vídeo, reel)... Há muito em jogo para a Black Friday



- ❖ Interaja com a sua comunidade do Facebook, Instagram, TikTok... Faça perguntas sobre o que os seus clientes potenciais gostariam de ver em promoção, faça recomendações, organize um concurso...

#3 Quero melhorar a minha reputação digital

A reputação digital influencia a escolha dos internautas. Ter uma classificação média muito boa e muitas avaliações é um sinal de confiança e um excelente meio de aumentar as suas vendas.

- ❖ Implemente uma estratégia de gestão de avaliações. As avaliações influenciam diretamente o SEO local e têm de ser geridas com eficácia
- ❖ Organize a resposta às avaliações: central ou localmente, quem é responsável?
- ❖ Acompanhe as suas respostas atrasadas, dedique-lhes algum tempo todos os dias e responda rapidamente às novas avaliações



#3 Quero melhorar a minha reputação digital

- ❖ Responda a todas as avaliações dos seus clientes, quer sejam positivas ou negativas. Recomenda-se que comece pelas mais recentes, que os seus clientes potenciais verão primeiro
- ❖ Centralize e recolha mais avaliações de clientes: por SMS ou QR code, com o Review Booster da Partoo, por exemplo. Trata-se de uma boa oportunidade de melhoramento da sua reputação digital, para tranquilizar os seus clientes durante a Black Friday



Email

14% de abertura
Procedimento mais lento



Solicitação de voz

O cliente pode esquecer-se



SMS

98% de abertura
50% de conversão



QR code

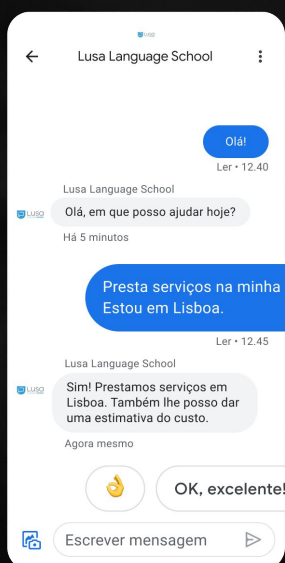
Método preferido dos utilizadores de 18-34 anos

- ❖ Organize um desafio de “reputação digital” na sua rede de pontos de venda durante a Black Friday. As equipas locais do estabelecimento que recebem mais avaliações e, sobretudo, a média mais elevada em dezembro, ganham prémios. É uma boa forma de motivar as suas tropas localmente durante um dos meses mais importantes do ano

#4 Quero interagir em tempo real com os meus clientes potenciais

Comércio conversacional: uma vantagem real para a experiência do cliente e a oportunidade de aumentar o seu tráfego web-to-store.

- ❖ Utilize o Google Business Messages, Facebook Messenger ou o Instagram Messages para responder às questões dos internautas durante a Black Friday e aumentar a sua taxa de conversão. Horários de abertura, disponibilidades e produtos em stock... facilite a vida dos seus clientes.
- ❖ Ative o produto Messages da Partoo para gerir e centralizar todas as comunicações recebidas do Google Business Messages, Messenger e Instagram Messages.
- ❖ Aumente as suas vendas e a experiência do cliente: 65% das mensagens contém uma intenção de conversa. Esta estatística é, sem dúvida, ainda mais importante durante a Black Friday...



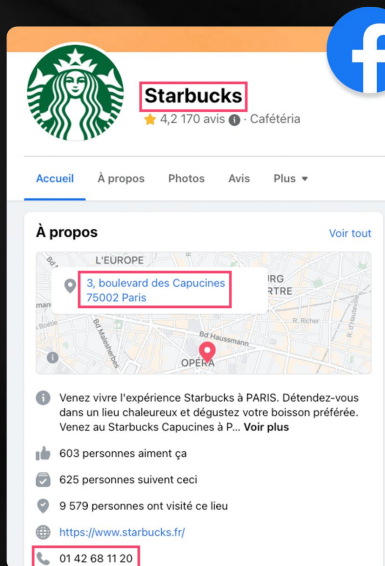
67%

os usuários online preferem entrar em contacto com as empresas via mensagem em vez de telefonemas

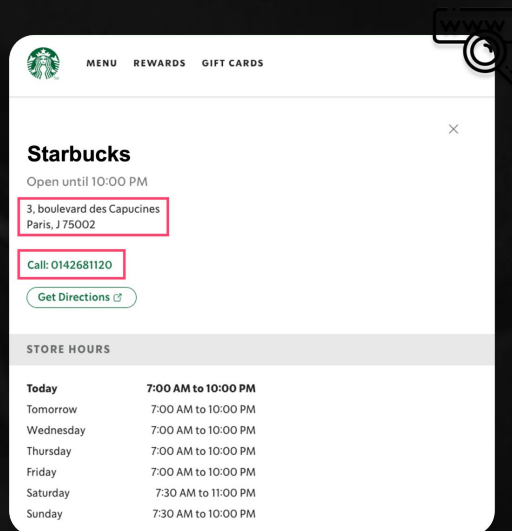
#5 Quero otimizar o meu website para a Black Friday

Ter um website funcional e otimizado favorece o seu SEO local e as suas vendas durante este período movimentado.

- ❖ Lembre-se de verificar se as informações listadas nas suas fichas de estabelecimento correspondem às do seu website. A coerência do NAP é muito importante para o SEO local



Page Facebook de l'établissement



Store locator sur Starbucks.fr

- ❖ Não se esqueça de especificar os seus horários excepcionais para direcionar os seus clientes potenciais
- ❖ Exiba, de forma clara, todas as formas de o contactar (e-mail, telefone, chat, redes sociais...)

#5 Quero otimizar o meu website para a Black Friday

- ❖ Planeia vestir o seu website com as cores da Black Friday? Pode marcar a ocasião com um design pensado para a mesma
- ❖ Se já marcou a sazonalidade das suas vendas, já pensou em mudar as imagens das páginas importantes do seu website? É melhor estar atento, especialmente ao nível dos cabeçalhos
- ❖ Adicione ou optimize o seu Store Locator. É um mapa interativo integrado no seu website, que lista e geolocaliza todos os seus pontos de venda. As lojas e respetivas características são apresentadas nas páginas otimizadas para o SEO local. Trata-se de um elemento muito importante de uma boa estratégia de *web-to-store*
- ❖ Adicione uma funcionalidade de “reunião” ao seu Store Locator. Na Partoo, fazemo-lo muito facilmente, graças ao nosso parceiro Agendize. Prático para organizar as visitas à loja e atrair mais clientes

BLACK
FRIDAY

Sobre a Partoo

BE FOUND



Presence management

- Multidifusão
- Otimização
- Redes sociais



Store Locator

BE CHOSEN



Review

- Centralização
- Modelos de avaliações
- Aumento de avaliações



Messages

BLACK
FRIDAY

www.partoo.co