

GOOGLE MEU NEGÓCIO • PERFIL DA EMPRESA NO GOOGLE

Domine o Perfil da sua Empresa no Google Maps e na Busca.

O passo a passo definitivo para criar ou reivindicar seu perfil, organizar fotos que geram confiança e usar prompts inteligentes — sem depender de agências ou promessas mágicas.

"O Perfil da Empresa no Google não faz milagre sozinho, mas coloca sua empresa no mapa quando o cliente mais precisa: no exato momento da busca local."

01

Entenda as regras de elegibilidade e ranking

02

Configure sozinho passo a passo com segurança

03

8 Prompts prontos para otimizar com IA

Seu Caminho pelo Guia

Este manual reúne tudo o que pequenas empresas e negócios locais precisam saber para gerenciar sua presença no Google com precisão, transparência e autonomia.

- | | | |
|---|--|----------|
| 1 | O que é e para que serve o Perfil da Empresa no Google? | Pág. 3 |
| 2 | Onde começar e o que checar antes de clicar em "Criar" | Pág. 4 |
| 3 | Passo a passo para criar ou reivindicar sua ficha | Pág. 4-5 |
| 4 | Preencha o perfil para pessoas, não para robôs (+ Fotos reais) | Pág. 5-6 |
| 5 | Prompts prontos: 8 comandos para otimizar com IA | Pág. 6-8 |
| 6 | Plano de ação simples de sete dias | Pág. 9 |
| 7 | Manutenção que cabe na sua rotina semanal | Pág. 9 |
| 8 | Quer uma segunda opinião profissional da 1001 Clicks®? | Pág. 10 |
| 9 | Fontes oficiais e links úteis do Google | Pág. 10 |

COMPROMISSO DE TRANSPARÊNCIA 1001 CLICKS®

"O Perfil da Empresa é gratuito no Google. Nenhuma agência tem parceria secreta ou botão para garantir primeiro lugar orgânico. O segredo está em dados 100% corretos, avaliações legítimas e um site profissional conectado."

1 O que é e para que serve?

O **Perfil da Empresa no Google** (antigo *Google Meu Negócio*) é a ficha pública que exibe informações da sua empresa na Busca do Google e no Google Maps. Ele é gratuito e permite que negócios qualificados gerenciem horário, telefone, fotos, avaliações e localização [1].

Pense nele como uma placa digital de alta visibilidade. Ela não obriga o Google a colocar sua empresa em primeiro lugar, mas ajuda os clientes locais a entenderem o que você faz, onde atende e como entrar em contato no exato instante em que pesquisam.

REGRA DE OURO DA ELEGIBILIDADE [2]:

O perfil é voltado a empresas que atendem clientes presencialmente (seja no próprio estabelecimento comercial ou indo até o endereço do cliente). Negócios exclusivamente online ou sites voltados apenas a geração de leads não são elegíveis.

1.1 O que o perfil pode ajudar a fazer

Os clientes podem traçar rotas no Maps, fazer uma ligação em um toque, visitar seu site ou conferir avaliações de outros clientes. Para quem administra, é possível responder avaliações, atualizar horários de feriados e acompanhar métricas de visualizações e cliques [3].

Lembre-se: O perfil complementa o seu site e suas redes sociais. Ele não substitui um site profissional nem a qualidade do seu atendimento.

1.2 Por que algumas empresas aparecem antes?

O algoritmo local do Google se baseia oficialmente em 3 pilares principais [4]:

● Relevância

O quanto as informações do seu perfil combinam exatamente com os termos pesquisados pelo usuário.

● Distância

A proximidade geográfica entre a empresa e quem está fazendo a busca no Maps ou no Google.

● Destaque

A popularidade, reputação, notas, histórico de avaliações e presença do seu site na internet.

O Google afirma com clareza: *não existe como pagar por uma classificação orgânica melhor*. Anúncios patrocinados são sinalizados como tal e não alteram o posicionamento natural da ficha.

2 Onde começar: página oficial do Google

A criação do perfil é 100% gratuita. O caminho oficial e seguro é acessar:

business.google.com/add usando uma Conta Google controlada pelo próprio dono da empresa.

2.1 Antes de clicar em "Criar"

Pesquise o nome da sua empresa e a cidade no Google Maps. É muito comum uma ficha já existir (gerada pelo próprio Google ou por clientes antigos). Se a ficha existir:

- Se estiver **sem verificação**: siga o fluxo de reivindicação para assumir o controle.
- Se **outra pessoa já tiver a propriedade** (um ex-funcionário ou agência): solicite a transferência de propriedade na própria tela.
- **Nunca crie uma segunda ficha duplicada** para o mesmo negócio. Fichas duplicadas podem levar à suspensão [5].

3 Passo a passo para criar ou reivindicar

Passo 1 **Conta Google Corporativa:** Faça login na Conta Google que ficará sob posse permanente da empresa. Nunca use e-mails temporários ou de terceiros.

Passo 2 **Acesse o Pannel:** Abra business.google.com/add. Digite o nome da empresa para checar se o Google a localiza na base ou se iniciará um novo cadastro [5].

Passo 3 **Reivindique se já existir:** Caso localize sua empresa já listada, clique em "Reivindicar esta empresa" ou "Gerenciar agora".

Passo 4 **Nome Real e Sem Truques:** Coloque o nome exato da empresa como ele existe no mundo real. Não adicione palavras-chave forçadas, cidades ou serviços extras (ex: "*Padaria Pão Quente*" e NUNCA "*Padaria Pão Quente - O melhor pão de São Paulo Centro*") [6].

Passo a Passo (Continuação)

Passo 5

Endereço Físico vs Área de Cobertura:

- Se você recebe clientes na loja/escritório: informe o endereço físico completo e visível.
- Se você atende no local do cliente (ex: encanador, eletricista, consultor) e trabalha em casa: marque a opção de **área atendida** e oculte seu endereço residencial. O endereço exibido no Maps é público [7].

Passo 6

Canais Oficiais: Insira o número de telefone com DDD que a equipe realmente atende e o link exato do seu site oficial (com HTTPS).

Passo 7

Processo de Verificação: O Google escolhe automaticamente o método de verificação para a sua empresa (vídeo ao vivo do local, SMS/ligação ou correspondência física). Siga à risca as instruções na tela [8].

4 Preencha o perfil para pessoas, não para robôs

Evite o erro de tentar "enganar o algoritmo". Escreva pensando na pessoa que precisa do seu serviço:

- ☐ **Categoria Principal:** Escolha a categoria mais específica possível para a sua atividade central.
- ☐ **Horários Precisos:** Configure horários normais e atualize horários especiais em feriados.
- ☐ **Descrição Clara:** Em 2 ou 3 parágrafos, explique o que você resolve, quais serviços oferece e como contratar.

4.1 Fotos que mostram a empresa de verdade

Fotos reais são o fator número um de credibilidade para quem encontra seu perfil no celular. O Google recomenda fotos nítidas, bem iluminadas e sem filtros pesados [9].

- **Fachada e Entrada:** Tire fotos de ângulos que ajudem o cliente a reconhecer o comércio na rua.
- **Interior e Ambiente:** Mostre a organização do espaço e a área de espera.
- **Equipe e Trabalho:** Mostre profissionais com uniforme ou em ação (com autorização das pessoas).
- **Requisitos Técnicos [10]:** Formato JPG ou PNG, entre 10 KB e 5 MB, resolução recomendada de 720 × 720 px (mínimo de 250 × 250 px). *Nunca use fotos falsas de banco de imagens.*

5 Prompts prontos para otimizar com IA

Use ferramentas de IA (ChatGPT, Gemini ou Claude) como assistente para organizar dados e redigir textos. Revise todos os fatos antes de publicar.

PROMPT 5.1 — DIAGNOSTICAR O PERFIL ATUAL

Identificar lacunas

“Vou colar as informações públicas do Perfil da Empresa da [NOME DA EMPRESA] e o que ela realmente oferece: [DADOS]. Organize uma revisão em três partes: (1) informações ausentes ou confusas; (2) perguntas que um cliente provavelmente ainda teria; e (3) três melhorias prioritárias. Não invente nada e não prometa posições no Google.”

PROMPT 5.2 — ENCONTRAR A CATEGORIA MAIS COERENTE

Acertar a categoria

“A atividade principal da minha empresa é [ATIVIDADE]. Atendemos [TIPO DE CLIENTE] em [LOCALIDADE]. Sugira termos para eu pesquisar na lista oficial de categorias do Perfil da Empresa no Google. Explique qual parece mais próxima da atividade principal e quais alternativas só fariam sentido se forem serviços reais.”

PROMPT 5.3 — ESCREVER UMA DESCRIÇÃO CLARA

Descrição comercial

“Com base apenas nestes fatos confirmados: [LISTA DE FATOS], escreva duas versões curtas de descrição para o perfil da [EMPRESA].

Público: [CLIENTE]. Serviço: [SERVIÇOS]. Região: [REGIÃO ATENDIDA].

Tom: simples, profissional e humano. Não invente prêmios, tempo de mercado ou resultados. Não acrescente palavras-chave forçadas ao nome da empresa.”

PROMPT 5.4 — PLANEJAR FOTOS REAIS COM O CELULAR

Roteiro de fotos

“Minha empresa é [TIPO DE NEGÓCIO], atende em [ONDE] e oferece [SERVIÇOS/PRODUTOS]. Faça uma lista de 10 fotos reais que eu mesmo possa tirar com o celular para ajudar clientes a reconhecer o local e entender a oferta.

Separe por fachada, interior, equipe, serviço e detalhes. Para cada foto, diga o que enquadrar e qual dúvida do cliente ela responde.”

PROMPT 5.5 — ANALISAR CONCORRENTES SEM COPIAR

Benchmarking ético

“Compare estes perfis públicos locais que encontrei para a busca [TERMO DE PESQUISA] em [CIDADE]: [COLE DADOS OU OBSERVAÇÕES].

Primeiro separe anúncios de resultados orgânicos. Compare aspectos observáveis: categorias, horários, fotos, serviços e clareza. Não copie textos. Termine apontando três melhorias originais que minha empresa pode adotar.”

PROMPT 5.6 — RESPONDER AVALIAÇÕES COM RESPEITO

Gestão de reputação

“Ajude a escrever uma resposta breve, educada e humana para esta avaliação do Google, sem expor dados pessoais: [COLE O TEXTO DA AVALIAÇÃO]. Nossos fatos confirmados são: [FATOS]. Se for uma crítica, demonstre atenção, não entre em confronto público e convide a pessoa para conversar no canal privado (WhatsApp ou e-mail). Não invente que o problema foi resolvido se não foi.”

PROMPT 5.7 — TRANSFORMAR DÚVIDAS EM CONTEÚDO

FAQ & Serviços

“Estas são dúvidas comuns que clientes sempre perguntam antes de fechar: [LISTA DE PERGUNTAS]. Agrupe por assunto e sugira uma resposta curta e objetiva para cada uma. Indique se a resposta é mais adequada para a descrição do perfil, uma publicação ou uma página do nosso site.”

PROMPT 5.8 — ENTENDER MÉTRICAS DE DESEMPENHO

Análise de métricas

“Estes são os números do meu Perfil da Empresa para o período [PERÍODO]: [COLE DADOS DE PESQUISAS, ROTAS, LIGAÇÕES E CLIQUES NO SITE]. Resuma o que subiu ou caiu e proponha até três hipóteses para investigar. Não diga que uma mudança isolada causou outra sem evidência. Sugira um próximo teste prático.”

6 Um plano simples de sete dias

Dia 1 Elegibilidade & Acesso: Confirme que sua empresa é elegível e garanta o login em uma Conta Google controlada pelo dono.

Dia 2 Mapeamento: Pesquise o nome da empresa e a cidade no Maps. Descubra se é caso de criar, reivindicar ou pedir acesso.

Dia 3 Dados Básicos: Tenha em mãos o nome real, categoria exata, telefone, horários e link do site.

Dia 4 Configuração de Local: Decida entre endereço aberto ao público ou área de cobertura residencial.

Dia 5 Verificação: Conclua o método de validação solicitado pelo Google na sua conta.

Dia 6 Fotos e Serviços: Suba fotos reais de alta qualidade tiradas pelo celular e liste os serviços detalhados.

Dia 7 Revisão Final: Abra o perfil como cliente, teste a rota, a ligação e o botão do site.

7 Manutenção que cabe na sua rotina

Dedique **15 minutos uma vez por semana** para revisar se horários especiais estão marcados, conferir se os telefones continuam ativos e responder a todas as avaliações com atenção e profissionalismo.

CHECKLIST SEMANAL RÁPIDO:

Nome real sem spam? • Horários de feriados atualizados? • Novas fotos adicionadas? • Avaliações respondidas com cordialidade? • Acesso do proprietário mantido seguro com autenticação em duas etapas?

8 Precisa de ajuda depois de tentar?

Este manual foi planejado para que você tenha total autonomia e controle sobre o Perfil da sua Empresa no Google. No entanto, se o seu dia a dia é corrido ou se você prefere contar com especialistas para auditar o perfil, alinhar a presença local e integrar sua ficha a um **site ultra-rápido focado em vendas no WhatsApp**, conte conosco!

Fale com os especialistas da 1001 Clicks®

Analisamos a presença digital da sua empresa, identificamos melhorias no perfil do Google e criamos sites modernos que convertem visitas locais em clientes reais.

Conversar no WhatsApp →

9 Fontes oficiais e links úteis do Google

- [1] [Perfil da Empresa no Google](#) — Site oficial e esclarecimento sobre gratuidade financeira.
- [2] [Crie seu Perfil da Empresa no Google](#) — Recursos e regras de elegibilidade presencial.
- [3] [Entender o Desempenho e Insights](#) — Métricas de ligações, rotas e cliques.
- [4] [Dicas para Melhorar a Classificação Local](#) — Fatores de relevância, distância e destaque.
- [5] [Adicionar ou Reivindicar seu Perfil](#) — Fluxo oficial de reivindicação de fichas existentes.
- [6] [Diretrizes para Representar sua Empresa](#) — Proibição de nomes falsos e categorias imprecisas.
- [7] [Gerenciar seu Endereço Comercial](#) — Regras para áreas de cobertura e proteção de residência.
- [8] [Verificar sua Empresa no Google](#) — Métodos automáticos de validação por vídeo e SMS.
- [9] [Gerenciar Fotos e Vídeos](#) — Como publicar mídias após a verificação ativa.
- [10] [Padrões de Fotos Recomendadas](#) — Resoluções mínimas e formatos aceitos.
- [11] [Políticas de Avaliações Autênticas](#) — Proibição expressa de compra ou recompensa por notas.