sev7n

E-book gratuito · edição 2026

O digital não é mais opção

Os 7 pilares para a sua empresa ser encontrada no Google, recomendada pelas IAs e escolhida pelo cliente.

Site · Loja virtual · Google Maps · Busca por IA · Redes sociais · WhatsApp · Medição

Agência Sev7n · Rio de Janeiro · agenciasev7n.com.br

Antes de começar

O cliente já decidiu antes de falar com você

Pense na última vez que você contratou um serviço. Você pesquisou no Google, olhou o mapa, leu avaliações, abriu dois ou três sites, talvez perguntou a uma IA — e só então mandou mensagem para quem passou mais confiança.

Seus clientes fazem exatamente a mesma coisa. Quando a sua empresa não aparece nesse caminho, ou aparece de um jeito desorganizado, a decisão acontece sem você. Não é falta de qualidade: é falta de estrutura.

A boa notícia é que nunca foi tão acessível construir uma presença digital profissional. Você não precisa fazer tudo de uma vez — precisa saber o que pesa mais e começar pelo lugar certo.

Este guia é para você se...

- tem uma pequena ou média empresa ou é profissional liberal;
- sente que o concorrente aparece mais do que você;
- depende de indicação e quer previsibilidade;
- já investiu em site ou anúncio e não viu resultado.

Como usar

1. Leia os 7 pilares (20 minutos).
2. Faça a autoavaliação da página 19.
3. Siga o plano de 30 dias da página 21.
4. Use o analisador gratuito para medir o seu site.

> **A internet é uma vitrine aberta 24 horas por dia. Quem organiza essa vitrine é encontrado, lembrado e escolhido.**

Sumário

Os 7 pilares do crescimento digital

01 **Site profissional**
O endereço oficial da sua empresa na internet — 5

02 **Loja virtual**
Venda todos os dias, inclusive fora do horário comercial — 7

03 **Perfil da Empresa no Google**
Apareça no Maps para quem já está procurando — 9

04 **Busca por inteligência artificial**
Seja a empresa que o ChatGPT recomenda — 11

05 **Redes sociais**
Relacionamento, autoridade e lembrança de marca — 13

06 **WhatsApp Business**
Transforme interesse em conversa — e conversa em venda — 15

07 **Medição e estratégia**
SEO, anúncios e números para decidir com segurança — 17

✓ **Autoavaliação**
20 perguntas e a nota da sua empresa — 19

! **Erros comuns**
E como corrigir cada um — 20

30 **Plano de 30 dias**
Semana a semana — 21

↗ **Ferramentas gratuitas e próximo passo**
O que usar a partir de hoje — 22

Introdução

Presença digital é o caminho inteiro, não um canal

Presença digital é o conjunto de lugares onde a sua empresa aparece, conversa e vende na internet. Cada um cumpre um papel na decisão do cliente — e o elo mais fraco define o resultado.

1
Procura
Google, Maps, ChatGPT, Instagram

2
Compara
Site, avaliações, portfólio, preços

3
Confia
Provas, clareza, aparência profissional

4
Chama
WhatsApp, telefone, formulário

5
Compra
Atendimento rápido, pagamento fácil

O que o cliente procura

- Confiança: avaliações, depoimentos, empresa real.
- Clareza: o que você faz, quanto custa, onde atende.
- Facilidade: chegar ao WhatsApp em um toque.
- Rapidez: resposta no mesmo dia.

O que a sua empresa precisa oferecer

- Estrutura: site, Google e WhatsApp conectados.
- Boa apresentação em todos os canais.
- Conteúdo que responde às dúvidas reais.
- Um caminho simples até o contato.

> **Quem não aparece perde oportunidades todos os dias — e nem fica sabendo.**

01

Pilar 01

Site profissional

O endereço oficial da sua empresa na internet

Rede social é aluguel; o site é a sua casa. É o único lugar da internet em que você decide o que aparece, em que ordem e com que cara — e é o que o Google e as IAs usam para entender o que a sua empresa faz.

Por que isso importa

- Concentra serviços, preços, provas e contatos em um só lugar.
- É a base para aparecer no Google e ser citado por IAs.
- Passa confiança para quem está comparando você com a concorrência.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Página inicial que diz em uma frase o que você faz, para quem e onde.
- Uma página para cada serviço importante.
- Botão de WhatsApp visível em todas as páginas.
- Depoimentos, portfólio ou números reais.
- Carregamento rápido no celular (menos de 3 segundos).
- Painel para você atualizar sem depender de ninguém.

> **Rede social é importante, mas o site é o endereço oficial da sua empresa no digital.**

Na prática

Uma clínica que tinha só Instagram criou um site com uma página por tratamento. Cada página passou a aparecer no Google para buscas como "clareamento dental em Botafogo" — pessoas que nunca teriam achado o perfil no Instagram.

Sinal de alerta

Site que não abre direito no celular, sem endereço, sem preço de referência ou sem botão de contato faz o visitante voltar para o Google e clicar no concorrente.

15 minutos

Faça hoje

Abra o seu site no celular, em 4G, e cronometre quanto tempo leva até aparecer o conteúdo. Depois tente achar o botão de WhatsApp em menos de 5 segundos.

Minhas anotações

02

Pilar 02

Loja virtual

Venda todos os dias, inclusive fora do horário comercial

Loja virtual não é só para grandes marcas. Mesmo quem fecha a venda pelo WhatsApp ganha com um catálogo organizado: o cliente vê fotos, preços e condições antes de chamar — e chega mais decidido.

Por que isso importa

- Vende enquanto a equipe dorme.
- Reduz perguntas repetidas no WhatsApp.
- Aumenta o valor percebido do produto.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Fotos boas e descrições completas (medidas, materiais, prazos).
- Pagamento por Pix, cartão e boleto.
- Cálculo de frete e acompanhamento do pedido.
- Política de troca clara.
- Integração com Instagram, Google e WhatsApp.

Uma loja virtual bem estruturada mantém a sua empresa vendendo mesmo fora do horário comercial.

Na prática

Uma casa de cultura colocou cursos e ingressos à venda no próprio site, com Pix e cartão. As inscrições passaram a acontecer de madrugada e nos fins de semana, sem ninguém da equipe responder mensagem.

Sinal de alerta

Vender só por mensagem, com "chama no direct para saber o preço", cansa o cliente e esconde a sua oferta de quem está comparando.

15 minutos

Faça hoje

Liste os 10 produtos ou serviços que mais vendem e verifique se cada um tem foto, preço (ou faixa de preço) e descrição que responda às 3 perguntas mais comuns dos clientes.

Minhas anotações

03

Pilar 03

Perfil da Empresa no Google

Apareça no Maps para quem já está procurando

Quando alguém pesquisa "contador perto de mim" ou "reboque em Niterói", o Google mostra um mapa com três empresas antes de qualquer site. Quem aparece ali recebe a maior parte das ligações. O Perfil da Empresa no Google (o antigo Google Meu Negócio) é gratuito.

Por que isso importa

- Coloca você na frente de quem já está pronto para contratar.
- Mostra avaliações, fotos, horário e telefone de uma vez.
- Leva a ligações e rotas com um toque.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Nome, categoria, endereço ou área de atendimento corretos.
- Telefone, WhatsApp e link do site.
- Horário de funcionamento atualizado, inclusive feriados.
- Fotos reais da fachada, da equipe e do trabalho.
- Pedidos de avaliação para clientes satisfeitos.
- Respostas educadas a todas as avaliações, inclusive as negativas.

> **Quem procura no Google Maps normalmente já está perto de tomar uma decisão.**

Na prática

Um serviço de reboque 24 horas completou o perfil, passou a responder todas as avaliações e incluiu as cidades atendidas. Hoje boa parte dos chamados chega direto pelo botão "ligar" do Maps.

Sinal de alerta

Perfil sem fotos, com horário errado ou com avaliações sem resposta passa imagem de abandono — e o Google mostra primeiro quem está mais completo e ativo.

15 minutos

Faça hoje

Pesquise o nome da sua empresa no Google Maps. Se o perfil não existir, crie em business.google.com. Se existir, confira horário, telefone e site e peça avaliação a três clientes recentes.

Minhas anotações

04

Pilar 04

Busca por inteligência artificial

Seja a empresa que o ChatGPT recomenda

Cada vez mais gente pergunta ao ChatGPT, ao Gemini, ao Claude ou ao Perplexity: "qual a melhor agência de turismo em Copacabana?". A IA responde com nomes — e cita as fontes em que confiou. Se o seu site é confuso, vazio ou bloqueia esses robôs, a sua empresa simplesmente não entra na conversa.

Por que isso importa

- É o novo boca a boca: a IA recomenda e o cliente confia.
- Quem chega por uma recomendação de IA geralmente já está decidido.
- Ainda há pouca concorrência: quem se prepara agora sai na frente.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Texto claro no site dizendo o que você faz, para quem, onde e por quanto.
- Seção de perguntas frequentes com respostas diretas.
- Dados estruturados (Schema.org) com nome, endereço, telefone e redes.
- Robôs de IA liberados no robots.txt (GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot).
- Um arquivo llms.txt resumindo a empresa para as IAs.
- Avaliações e menções em outros sites (Google, portais, parceiros).

Se a IA não entende quem você é, ela recomenda o concorrente.

Na prática

Faça o teste: pergunte ao ChatGPT "quais empresas de [seu serviço] em [sua cidade] você recomenda?". Veja quem aparece e quais sites a IA cita — eles mostram o que você precisa ter.

Sinal de alerta

Sites feitos só com JavaScript (comuns em criadores com IA) chegam praticamente vazios para os robôs. Para a IA, é como se a sua empresa não tivesse site.

15 minutos

Faça hoje

Rode o analisador gratuito da Sev7n (página 22) e veja a nota da categoria "Busca por IA": ele confere robots.txt, llms.txt, dados estruturados e perguntas frequentes.

Minhas anotações

05

Pilar 05

Redes sociais

Relacionamento, autoridade e lembrança de marca

Instagram, TikTok, Facebook e LinkedIn não servem só para postar foto. Eles mostram bastidores, educam o cliente, provam que a empresa existe e está ativa — e mantêm você na memória até o dia em que a pessoa precisar.

Por que isso importa

- Humanizam a marca e criam proximidade.
- Servem de prova social: quem pesquisa o seu nome olha o perfil.
- Levam tráfego para o site e para o WhatsApp.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Bio clara com o que você faz, a cidade e um link para o site ou WhatsApp.
- Identidade visual coerente com o site.
- Frequência possível de manter (melhor 2 posts bons por semana do que 7 ruins).
- Vídeos curtos respondendo dúvidas reais dos clientes.
- Depoimentos e resultados de clientes.
- Resposta rápida a mensagens e comentários.

> **Redes sociais não servem só para postar: servem para construir confiança.**

Na prática

Um estúdio de treinamento passou a postar respostas curtas para as perguntas que mais ouvia na recepção. Os vídeos viraram a principal porta de entrada de alunos novos.

Sinal de alerta

Postar sem estratégia dá trabalho e não traz cliente. Perfil parado há meses passa a impressão de que a empresa fechou.

15 minutos

Faça hoje

Anote as 10 perguntas que os clientes mais fazem. Cada uma vira um post, um vídeo curto e uma pergunta frequente no site.

Minhas anotações

06

Pilar 06

WhatsApp Business

Transforme interesse em conversa — e conversa em venda

No Brasil, quase toda venda de serviço passa pelo WhatsApp. É ali que o interesse vira orçamento. Por isso o caminho até a conversa precisa ser curto, e a conversa precisa ser organizada.

Por que isso importa

- Encurta a distância entre ver e contratar.
- Permite atender rápido, que é o que mais pesa na decisão.
- Organiza o comercial com etiquetas e respostas prontas.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Conta comercial (WhatsApp Business) com foto, descrição, endereço e horário.
- Mensagem de saudação e de ausência.
- Respostas rápidas para as perguntas frequentes.
- Etiquetas: novo contato, orçamento enviado, fechado, pós-venda.
- Catálogo com produtos ou serviços.
- Link com mensagem pronta no site, no Instagram e no Google.

> **Quanto mais curto o caminho até a conversa, mais orçamentos você recebe.**

Na prática

Use links diferentes em cada canal, por exemplo: wa.me/55DDDNÚMERO?text=Olá!%20Vim%20pelo%20Instagram. A mensagem que chega mostra de onde veio cada cliente.

Sinal de alerta

Demorar horas para responder é o jeito mais rápido de perder o cliente: enquanto você não responde, ele chama o próximo da lista.

15 minutos

Faça hoje

Configure a mensagem de ausência e crie 5 respostas rápidas (preço, prazo, endereço, formas de pagamento e como funciona).

Minhas anotações

07

Pilar 07

Medição e estratégia

SEO, anúncios e números para decidir com segurança

Ter site, Google e redes é o começo. Crescer depende de saber o que funciona: de onde vêm os clientes, quais páginas convertem, quanto custa cada contato. Sem isso, toda decisão é chute.

Por que isso importa

- Mostra onde vale investir e onde está o desperdício.
- Permite melhorar o site com base no comportamento real.
- Faz os anúncios custarem menos com o tempo.

O mínimo que a sua empresa precisa

- Google Analytics 4 instalado, com o clique no WhatsApp marcado como conversão.
- Google Search Console para acompanhar as buscas que trazem visitas.
- SEO contínuo: novas páginas e conteúdos para as buscas dos clientes.
- Google Ads para quem já está procurando; Meta Ads para gerar demanda.
- Pixel da Meta e tag do Google Ads antes de anunciar.
- Um relatório simples por mês: visitas, contatos, vendas e custo.

> **Não basta estar na internet: é preciso saber o que funciona e fazer mais disso.**

Na prática

Uma empresa descobriu pelo Analytics que 70% dos pedidos de orçamento vinham de uma única página de serviço. Reforçou essa página e criou outras no mesmo formato — e os contatos cresceram sem aumentar o investimento em anúncios.

Sinal de alerta

Anunciar sem medir é como pagar um vendedor sem saber se ele vendeu. E SEO feito uma vez só, sem acompanhamento, perde força em poucos meses.

15 minutos

Faça hoje

Confira se o seu site tem Google Analytics 4. Se não souber, o analisador da Sev7n mostra isso na categoria "Medição e contato".

Minhas anotações

Autoavaliação

Qual é a nota da sua empresa no digital?

Marque cada frase que é verdade hoje. Cada marcação vale 1 ponto. Seja honesto — o objetivo é saber por onde começar.

Site

- [ ] A empresa tem site próprio, com domínio .com.br.
- [ ] O site abre rápido e fica bom no celular.
- [ ] Cada serviço importante tem uma página própria.
- [ ] O botão de WhatsApp aparece em todas as páginas.
- [ ] O site tem depoimentos, portfólio ou números reais.

Google

- [ ] A empresa aparece no Google Maps quando procuram o serviço na cidade.
- [ ] O Perfil da Empresa tem fotos reais e horário atualizado.
- [ ] Há pelo menos 20 avaliações, todas respondidas.
- [ ] O site aparece na primeira página para o nome da empresa e para o serviço principal.
- [ ] O ChatGPT cita a empresa quando perguntam pelo serviço na cidade.

Redes e WhatsApp

- [ ] O Instagram tem bio clara e link para o site ou WhatsApp.
- [ ] A empresa posta pelo menos uma vez por semana.
- [ ] O WhatsApp Business tem saudação, ausência e respostas rápidas.
- [ ] As mensagens são respondidas em menos de 1 hora no horário comercial.
- [ ] Cada canal tem um link de WhatsApp com mensagem própria.

Medição

- [ ] O Google Analytics 4 está instalado e funcionando.
- [ ] O clique no WhatsApp está marcado como conversão.
- [ ] Você sabe de qual canal veio a maioria dos clientes do último mês.
- [ ] Os anúncios (se houver) têm custo por contato acompanhado.
- [ ] Existe um relatório mensal com visitas, contatos e vendas.

0 a 7
Base frágil. Comece pelo site, pelo Google Maps e pelo WhatsApp Business (semanas 1 e 2 do plano).

8 a 14
Boa estrutura, pouca estratégia. Foque em aparecer (semana 3) e em medir (semana 4).

15 a 20
Você está à frente da maioria. Agora é otimizar: SEO contínuo, busca por IA e anúncios medidos.

Erros comuns

Os erros que mais travam o crescimento

Muitas empresas até estão na internet, mas cometem falhas que derrubam a confiança, atrapalham o atendimento e impedem o digital de dar resultado.

Erro comum	Como corrigir
× Depender só do Instagram	✓ Ter um site como base e usar as redes para levar gente até ele.
× Site bonito, mas lento ou sem botão de contato	✓ Medir no PageSpeed, otimizar imagens e colocar WhatsApp visível.
× Perfil no Google incompleto ou abandonado	✓ Completar dados, publicar fotos e responder todas as avaliações.
× Bloquear (sem saber) os robôs de IA	✓ Liberar GPTBot, ClaudeBot e PerplexityBot no robots.txt.
× Responder mensagens horas depois	✓ Saudação, ausência, respostas rápidas e uma rotina de atendimento.
× Anunciar sem medir	✓ Instalar Analytics e pixels e acompanhar o custo por contato.
× Achar que digital é só para empresa grande	✓ Começar pelo básico bem feito: site, Google e WhatsApp.

> **Não basta estar presente. É preciso estar presente do jeito certo: com clareza, confiança e estratégia.**

Plano prático

Seus próximos 30 dias

Você não precisa fazer tudo de uma vez. Siga uma semana por vez e marque o que concluir.

Semana 1

Arrume a base

- [ ] Defina em uma frase o que você faz, para quem e onde.
- [ ] Liste serviços, diferenciais, perguntas frequentes e provas (depoimentos, fotos, números).
- [ ] Crie ou complete o Perfil da Empresa no Google.
- [ ] Configure o WhatsApp Business.

Semana 2

Site que converte

- [ ] Rode o analisador gratuito e anote os problemas.
- [ ] Crie ou atualize as páginas de serviço.
- [ ] Coloque o WhatsApp visível e um formulário curto.
- [ ] Garanta que o site abre rápido no celular.

Semana 3

Seja encontrado

- [ ] Envie o sitemap no Google Search Console.
- [ ] Adicione perguntas frequentes e dados estruturados.
- [ ] Libere os robôs de IA e publique o llms.txt.
- [ ] Peça avaliações a 10 clientes satisfeitos.

Semana 4

Meça e ajuste

- [ ] Instale o Google Analytics 4 e marque o WhatsApp como conversão.
- [ ] Padronize bio e links nas redes, com mensagem por canal.
- [ ] Se for anunciar, comece pequeno no Google Ads.
- [ ] Faça o primeiro relatório: visitas, contatos e vendas.

Ferramentas gratuitas

O que usar a partir de hoje

Analisador de SEO Sev7n
agenciasev7n.com.br/analisador-seo

Nota do site, velocidade, busca por IA e plano de ação.

Perfil da Empresa no Google
business.google.com

Aparecer no Google Maps.

Google Search Console
search.google.com/search-console

Ver as buscas que trazem visitas e enviar o sitemap.

Google Analytics 4
analytics.google.com

Medir visitas, origens e conversões.

PageSpeed Insights
pagespeed.web.dev

Medir a velocidade do site no celular.

WhatsApp Business
business.whatsapp.com

Atendimento organizado, catálogo e respostas rápidas.

Próximo passo

Descubra a nota do seu site em 1 minuto

O analisador gratuito da Sev7n faz mais de 60 verificações: velocidade medida pelo Google, celular, indexação, segurança e se o ChatGPT consegue ler o seu site. Você recebe um plano de ação em linguagem simples.

agenciasev7n.com.br/analisador-seo

Aponte a câmera

Vamos colocar a sua empresa no caminho do cliente?

A Sev7n cria sites, lojas virtuais e sistemas no Rio de Janeiro desde 2017 — com SEO, busca por IA e medição desde o primeiro dia. Fale direto com quem faz.

WhatsApp
(21) 97271-4155

Site
agenciasev7n.com.br

Instagram
@agenciasev7n

© 2026 Agência Sev7n. Pode compartilhar este e-book à vontade — só não altere o conteúdo.