



[EBOOK]

---

# MARKETING PARA OFICINA MECÂNICA: COMO APARECER NO GOOGLE?

*Milhares de pessoas procuram diariamente pelos serviços de oficinas mecânicas no Google. Por isso, vamos te ajudar a aparecer no momento em que elas estão buscando esses trabalhos*

**SIMPLO**

# S U M Á R I O

- 1 **MARKETING DIGITAL PARA OFICINA MECÂNICA**
- 2 **COMO APARECER NOS NEGÓCIOS LOCAIS DO GOOGLE SEM PAGAR**
- 3 **GERENCIANDO SEU PERFIL LOCAL DO GOOGLE**
- 4 **COMO FUNCIONAM AS BUSCAS LOCAIS DO GOOGLE?**
- 5 **DICAS PARA APARECER MAIS VEZES NAS BUSCAS POR NEGÓCIOS LOCAIS**
- 6 **COMO FAZER ANÚNCIOS NO GOOGLE**
- 7 **REDES SOCIAIS**
- 8 **SITE E BLOG**

# 1

## MARKETING DIGITAL PARA OFICINA MECÂNICA

Você já pensou em como divulgar uma oficina mecânica? Por mais que isso não pareça prioridade, um bom plano de marketing, com ações práticas e consistentes, é indispensável para o sucesso da sua empresa.

Ideias de palavra-chave	
<input type="checkbox"/> mecanico 24 horas	5.400
<input type="checkbox"/> oficina mecânica	60.500
<input type="checkbox"/> auto mecânica	6.600
<input type="checkbox"/> oficina do mecanico	1.300
<input type="checkbox"/> oficina diesel	1.600
<input type="checkbox"/> auto mecânica	6.600
<input type="checkbox"/> oficina mecânica mais próxima	1.000

Esse é um relatório do próprio Google, de alguns termos buscados relacionados à oficina mecânica. O sistema de anúncios usa essas palavras-chave para mostrar empresas anunciantes. E neste material, vamos te ensinar a aparecer nesse exato momento, para clientes que precisam do seu serviço.

Antes de começar, é importante que você faça uma revisão sobre o marketing, no nosso material sobre o assunto. Lá, falamos sobre os 4Ps, sobre público-alvo, mensuração e algumas outras ações. Não existe milagre na hora de fazer marketing. É importante entender o processo. É fundamental atingir sucesso em qualquer ação que seja feita.

1

## MARKETING DIGITAL PARA OFICINA MECÂNICA

A tecnologia está cada vez mais rápida e dinâmica. Hoje em dia, basta um clique e uma busca no Google para encontrar todos os serviços que você precisa. Com os clientes das oficinas e reparadoras isso não é diferente. Mas como fazer a sua empresa aparecer na internet e atrair mais pessoas para o seu negócio?

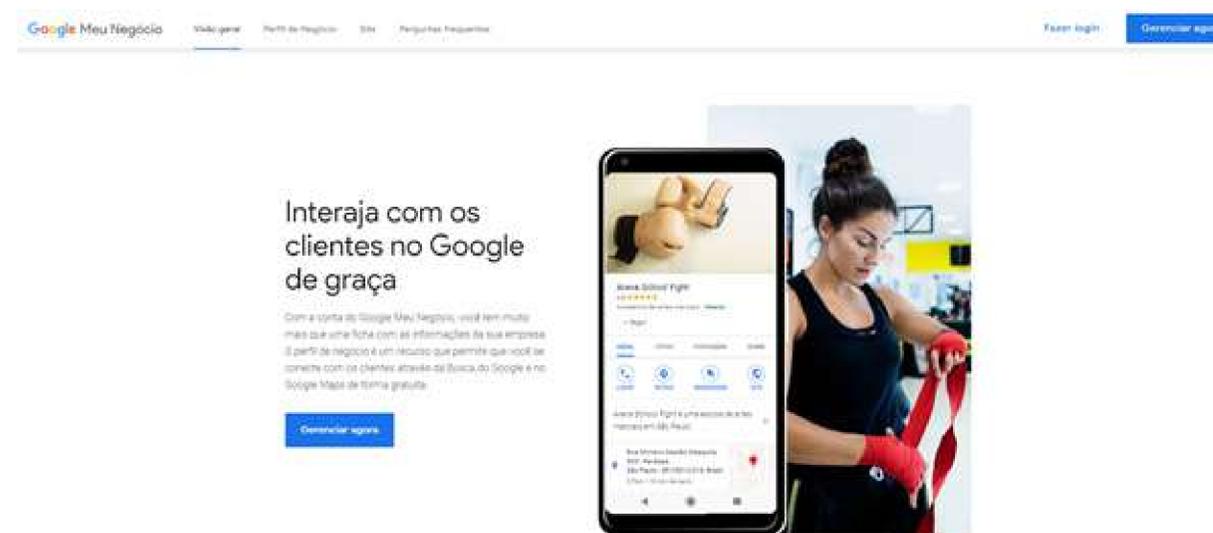
A seguir, nós listamos diferentes ferramentas de marketing digital para oficina mecânica.

# 2

## COMO APARECER NOS NEGÓCIOS LOCAIS DO GOOGLE SEM PAGAR

### Google Business (Google Meu Negócio)

É o primeiro passo de uma ação de marketing digital para oficina mecânica, que te ajuda a ser encontrado por qualquer público. A ferramenta é gratuita, integrada às pesquisas feitas no Google, incluindo o Maps, e auxilia na localização online de empresas.



Página inicial para criar sua conta no Google Business

Quando alguém digitar, por exemplo, 'oficina mecânica em Pato Branco', você pode ser encontrado por meio do Google Meu Negócio.

Ali, você pode gerenciar informações da oficina e fazer alterações sempre que precisar: endereço, telefones de contato, horário de atendimento, área de atuação, links para um site ou redes sociais, adicionar fotos e responder comentários. Os clientes podem avaliar o seu negócio, trazendo mais credibilidade ao serviço ofertado.

Para criar sua conta no Google Meu Negócio, acesse: [www.google.com/business](http://www.google.com/business) e clique em "Gerenciar agora", no canto superior da tela.



Faça o login na plataforma com o endereço de uma conta Google. É possível criar esse e-mail na hora, mas se você já estiver logado, será encaminhado diretamente para a próxima etapa.



Você será direcionado para uma tela com esta. Clique no campo marcado em vermelho abaixo.



Depois disso, começará a preencher os dados da sua oficina. Primeiro o nome.

Uma dica é, nesse campo, colocar o serviço prestado e sua cidade. Isso ajudará a ser encontrado pelos usuários. Veja alguns exemplos a seguir:

- a. Oficina Mecânica 'Nome da oficina' - 'Nome da cidade'
- b. 'Nome da Oficina' - oficina especializada Honda em 'Nome da cidade'

← Qual é o nome da sua empresa?

Nome da empresa

Ao continuar, você concorda com os Termos de Serviço e a Política de Privacidade

Próxima

Na sequência, selecione a categoria da sua empresa. Isso agrupa as empresas com serviços semelhantes quando o usuário procura. Ajuda você a aparecer entre os concorrentes também.

← Escolha a categoria que melhor corresponde à sua empresa

Isso ajudará os clientes a encontrar você caso eles estejam procurando uma empresa semelhante à sua. Saiba mais

Categoria da empresa

oficina me

- Oficina mecânica
- Oficina mecânica de motos
- Oficinas Metalúrgicas
- Oficina de conserto de trailers
- Oficina de conserto de tratores
- Oficina de conserto de scooters
- Oficina de propulsores
- Oficina de conserto de quadriciclos
- Oficina de conserto de aspiradores de pó
- Oficina de conserto de barcos
- Oficina de reparos de celulares
- Oficina de conserto de eletrônicos
- Oficina de conserto de botas
- Oficina de inspeção veicular
- Oficina de carroceria

Depois, indique ao Google que você tem um ponto de atendimento físico, marcando o item abaixo. Fazendo isso, sua empresa também passará a ser exibida no Google Maps.

← Você quer adicionar um local que os clientes podem visitar, como uma loja ou um escritório?

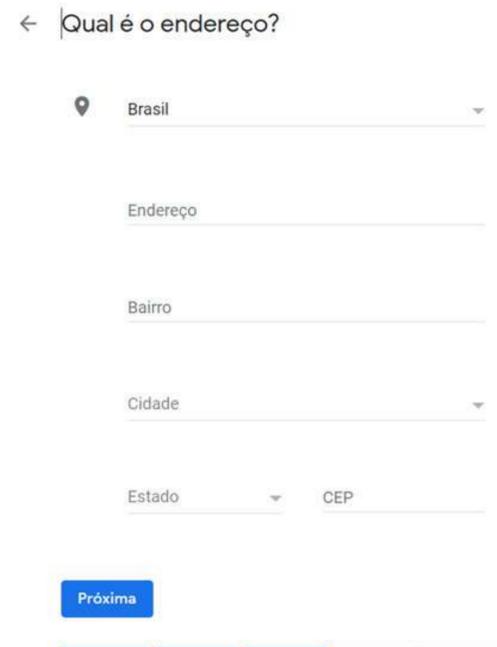
Esse local será exibido no Google Maps e na Pesquisa quando os clientes procurarem sua empresa

Sim

Não

Próxima

Em seguida, é preciso preencher o endereço. Uma dica é preencher primeiro o CEP, depois o estado e a cidade. Por último o endereço e bairro. Isso facilitará o processo.



← Qual é o endereço?

Brasil

Endereço

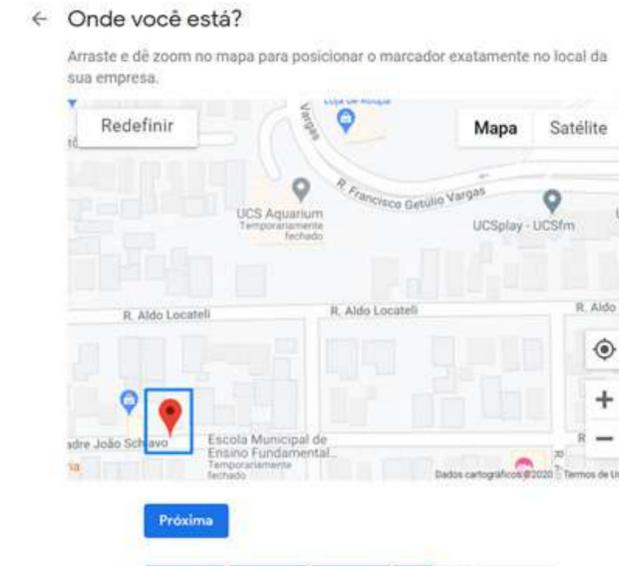
Bairro

Cidade

Estado CEP

Próxima

Clique para seguir. O sistema dá a opção de definir exatamente sua localização no mapa. Para isso, arraste o pin vermelho na tela.



← Onde você está?

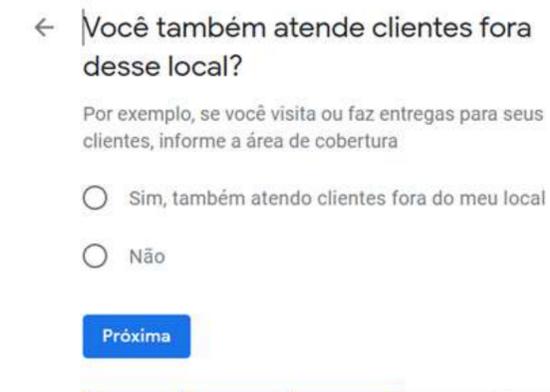
Arraste e dê zoom no mapa para posicionar o marcador exatamente no local da sua empresa.

Redefinir Mapa Satélite

Escola Municipal de Ensino Fundamental

Próxima

A seguir, se você presta serviços se deslocando até o cliente, indique ao Google essa opção. Essa informação será mostrada quando o usuário visualizar sua ficha no Google.



← Você também atende clientes fora desse local?

Por exemplo, se você visita ou faz entregas para seus clientes, informe a área de cobertura

Sim, também atendo clientes fora do meu local

Não

Próxima

Na sequência, você vai indicar até onde se desloca. Isso ajuda o Google a mostrar informações relevantes para os clientes, afinal, não adianta mostrar para um usuário de uma cidade muito longe, já que você não irá até ele.

← Adicione as áreas que você atende (opcional)

Você pode listar as áreas de cobertura abaixo. Elas serão exibidas na ficha da empresa para atrair clientes relevantes ao seu negócio.

Pesquise e selecione áreas

🔍 Ipanema, Rio de Janeiro

É possível alterar e adicionar mais áreas depois

Áreas de cobertura sugeridas

- + Caxias do Sul
- + Flores da Cunha
- + Otávio Rocha
- + Pedras Brancas
- + Santo Agostinho
- + Travessão Martins

Veja mais

Próxima

Após, preencha suas informações de contato. Elas ficarão visíveis ao público.

← Quais informações de contato você quer exibir para os clientes?

Inclua essas informações na sua ficha (opcional) e ajude os clientes a entrar em contato com você

Número de telefone para contato

📞 🇧🇷 | \_\_\_\_\_

URL do site atual

Não preciso de um site

Criar um site gratuito com base nas suas informações.

[Ver detalhes](#)

Próxima

Pronto! É só concluir seu cadastro e você será direcionado para o painel principal do Google Meu Negócio.

# 3

## GERENCIANDO SEU PERFIL LOCAL DO GOOGLE

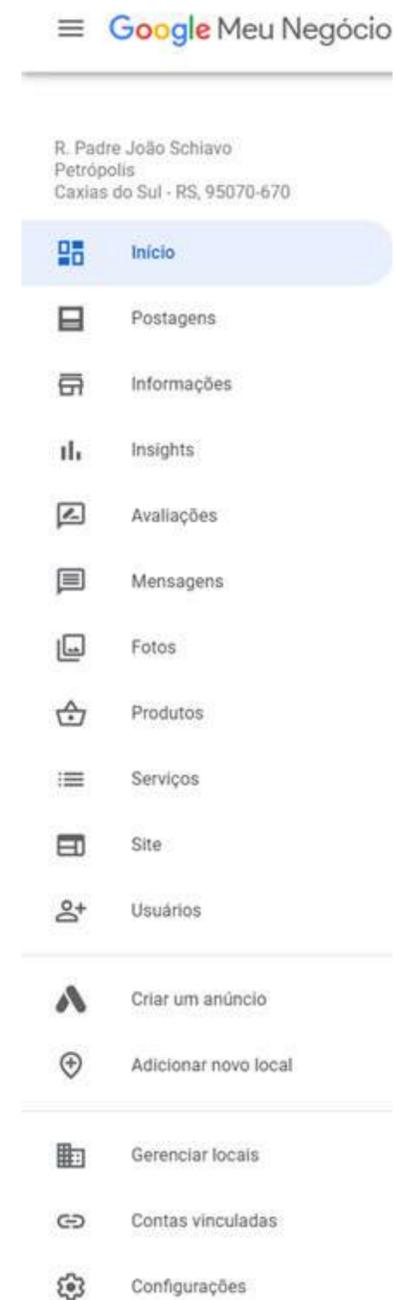
A aba **Início** oferece uma visão geral da sua conta. No primeiro acesso, ela vai informar quais campos você ainda pode preencher.

Já a aba de **Postagens** permite que você publique ofertas ou conteúdos, visíveis a quem visitar sua ficha.

Na seção de **Informações**, a terceira aba dessa lista, você preenche as informações mais relevantes do seu negócio.

- Serviços prestados
- Horário de funcionamento
- Atributos e comodidades do negócio
- Descrição da empresa
- Fotos

Aliás, cadastrar boas fotos é um fator muito importante para a decisão de escolha do cliente.



Na aba de **Insights**, o Google vai te passar alguns relatórios do desempenho do seu perfil nos últimos meses.

- Como os clientes encontram sua ficha
- A localização dos clientes que te encontram
- Ligações feitas a partir da ficha
- Solicitação de rotas
- Exibição de fotos

A aba de **Avaliações** é muito importante para seu desempenho no Google Meu Negócio. Páginas mais bem avaliadas são privilegiadas quando os usuários fazem uma busca. Por isso, incentive seus clientes a avaliarem o serviço na sua ficha do Google. Nessa seção, você fará a gestão das avaliações. Procure sempre responder às avaliações com gentileza!

Depois que preencher mais dados, lembre-se de **solicitar a confirmação da sua ficha**, caso ainda não tenha feito. Sua ficha não será publicada se não estiver verificada.

A plataforma vai enviar uma carta para o endereço fornecido por você, com o link e o código de verificação. O tempo de

envio é, em média, de 7 a 15 dias úteis. Quando receber, é só inserir o código informado no Google Meu Negócio.

Pronto! Agora é só gerenciar os dados da sua empresa e lembrar de atualizá-los. Os clientes já terão acesso às suas informações nas ferramentas de buscas e nos mapas. Adicione sempre novidades à página, publique fotos do estabelecimento e não esqueça de acrescentar o horário de funcionamento, uma breve descrição da empresa, dados e conteúdos relevantes.



*Exemplo de aparição no Google, com informações relevantes sobre a empresa*

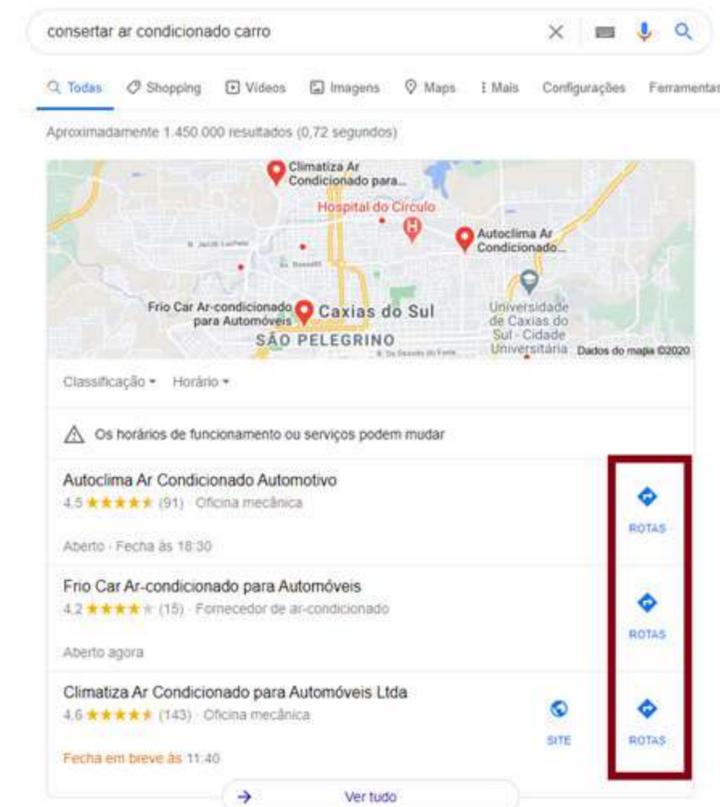
# 4

## COMO FUNCIONAM AS BUSCAS LOCAIS DO GOOGLE?

A busca local leva em conta a intenção do usuário: o que o levou a procurar determinado serviço? Depois disso, entrega resultados de acordo com o que está mais próximo geograficamente dele.

Vamos a um exemplo: procuramos pelo termo "consertar ar condicionado carro" na barra de busca. O Google entende que estamos precisando de um serviço e nos direciona a uma página com diversas prestadoras. Ou seja, ao invés de "pensar" que o usuário deseja aprender a fazer esse conserto, ele transformou a pesquisa numa intenção de compra.

Assim, os resultados trazem endereços, mapas, avaliações de outros internautas, priorizando os negócios mais próximos ao local de busca. E é por isso que a sua oficina mecânica precisa aparecer aqui!



As opções de rota são importantes para o ranqueamento de empresas no Google

# 5

## DICAS PARA APARECER MAIS VEZES NAS BUSCAS POR NEGÓCIOS LOCAIS

Nós listamos algumas opções para você apostar no marketing da sua oficina mecânica e otimizar a aparição da sua empresa no Google Business.

**1. Mantenha as informações atualizadas:** uma ação simples, mas que interfere em todo o plano de divulgação das oficinas mecânicas. Atualize constantemente o horário de funcionamento, o endereço e telefone de contato. Essas informações são imprescindíveis para o cliente encontrar seu negócio e chegar até ele. Lembre-se de prever o atendimento também em feriados e outras datas comemorativas.

**2. Gere interação no perfil da oficina:** a quantidade de avaliações que uma empresa recebe é outro fator determinante para que ela seja encontrada mais facilmente no Google. Negócios bem avaliados (até 5 estrelas) são mais relevantes para a escolha final do consumidor. Converse com seus clientes para que eles deixem comentários, contando as experiências do serviço. Responda a todos, mostrando-se aberto às colocações. Em caso de uma avaliação negativa, tente entender o porquê do feedback e a dialogue com o usuário, a fim de melhorar seu atendimento.

# 5

## DICAS PARA APARECER MAIS VEZES NAS BUSCAS POR NEGÓCIOS LOCAIS

**3. Faça publicações sobre o negócio:** sabe aquela história de “quem não é visto, não é lembrado”? Ela também vale para a propaganda de oficina mecânica. No Google Business é possível promover seu negócio por meio de postagens de textos, vídeos, imagens e a criação de eventos. Lembre-se de fornecer conteúdos relevantes para seu público-alvo.

**4. Possibilite a troca de mensagens:** em qualquer negócio é preciso dialogar com o cliente! O Google Meu Negócio permite a troca de mensagens, como se fosse um chat online. Esse contato direto com a

empresa possibilita que os clientes tirem dúvidas de forma rápida e prática. Para isso é preciso fazer o login no seu perfil na ferramenta e habilitar a funcionalidade. Depois, é preciso conferir e responder cada uma das mensagens recebidas, prezando pela agilidade da informação. Como o Google prevê o tempo médio de resposta, configure a conta para enviar mensagens automáticas de agradecimento pelo contato e habilite o chat apenas em horário comercial.

# 6

## COMO FAZER ANÚNCIOS NO GOOGLE

Sabe aqueles anúncios que aparecem quando você entra em um site? Sua oficina também pode ter isso!

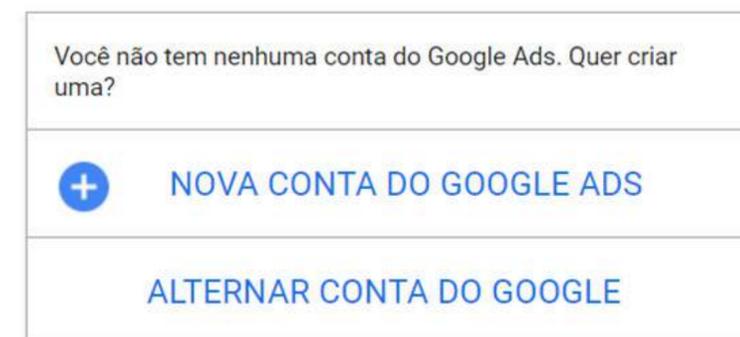
A melhor parte, é que o Google Ads oferece total controle do orçamento investido e você pode começar anunciando qualquer quantia. Além disso, você consegue medir os resultados e aparecer para os clientes na hora certa em que estão procurando pelo serviço.

Você também pode fazer essa veiculação ocorrer de acordo com a proximidade (loais próximos à sua oficina, por exemplo), quando alguém procura por termos relacionados ao serviço que você oferta).

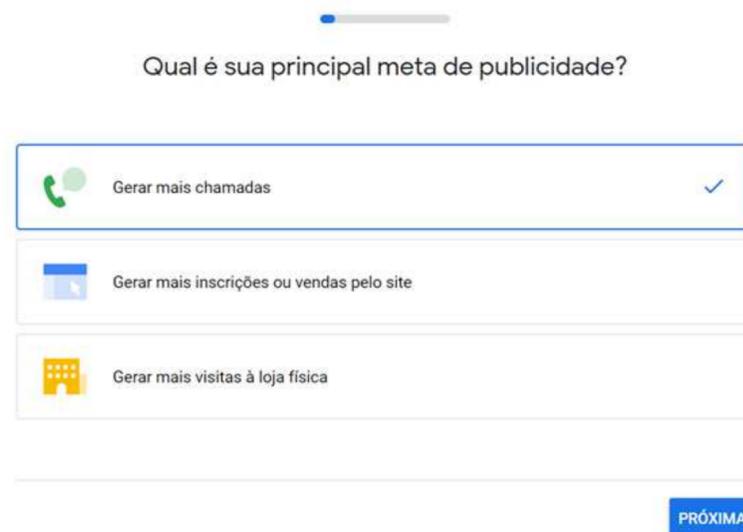
O uso de campanhas com links patrocinados faz parte das boas campanhas de marketing digital para oficina mecânica e é muito

importante que esteja prevista como uma possibilidade de aquisição de novos clientes. Esses anúncios são ativados quando o usuário digita palavras-chave que você cadastrou na sua conta. A seguir, veremos como pesquisar palavras-chave relevantes.

Para criar sua conta no Google Ads, acesse: [ads.google.com](https://ads.google.com) e clique em "Começar agora". Depois, selecione 'Nova conta do Google Ads'.



A seguir, você verá uma página como esta. Existe um modo mais avançado de criar as campanhas. Porém, se você quiser começar a operá-las sozinho(a), este é o modo ideal.



Qual é sua principal meta de publicidade?

Gerar mais chamadas ✓

Gerar mais inscrições ou vendas pelo site

Gerar mais visitas à loja física

PRÓXIMA

Acima, você selecionará qual o objetivo principal da sua campanha.

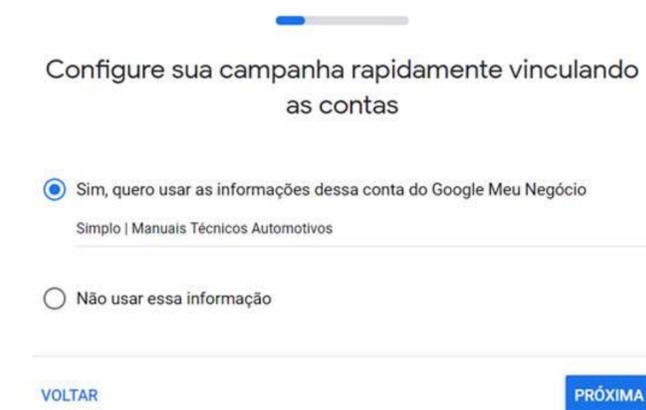
*Gerar mais chamadas:* seu telefone estará em destaque no anúncio, incentivando as pessoas a ligarem para você.

*Gerar mais inscrições ou vendas pelo site:* sua oficina tem um website? Há um formulário de contato para ser preenchido lá? Se sim, você pode direcionar as pessoas para esta página.

*Gerar mais visitas à loja física:* nessa opção, os usuários serão incentivados a visitarem sua oficina.

Na nossa simulação, vamos definir o objetivo de 'Gerar mais visitas'. Você pode ficar a vontade para escolher e fazer testes, para ver qual trará mais resultados.

Na página seguinte, você poderá vincular a sua conta do Google Meu Negócio para fazer anúncios locais. Isso também será útil, caso você não tenha um website.



Configure sua campanha rapidamente vinculando as contas

Sim, quero usar as informações dessa conta do Google Meu Negócio  
Simplo | Manuais Técnicos Automotivos

Não usar essa informação

VOLTAR PRÓXIMA

6

Como fazer  
anúncios no  
Google

**SIMPLO**

No caso de usar sua ficha no Meu Negócio, você será direcionado a esta tela:

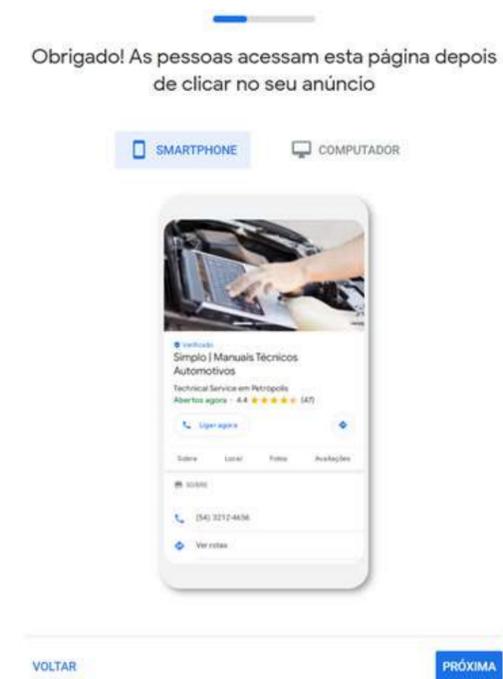
Informe para onde as pessoas são encaminhadas após clicar no seu anúncio

Seu site  
Pense no que você está anunciando e insira a página mais relevante do seu site. Pode ser a página inicial ou outra mais específica.  
Seu site

Perfil da sua empresa (otimizado para os anúncios)  
Não tem um site? Criaremos um para você com uma foto, descrição e outras informações do Google Meu Negócio.  
[VISUALIZAR SEU PERFIL DA EMPRESA](#)

[VOLTAR](#) [PRÓXIMA](#)

Caso não tenha um site, o Google montará um perfil com base nas informações que cadastrou no Google Meu Negócio para encaminhar os visitantes após clicarem no anúncio. Você terá uma visualização como esta:



Na próxima etapa, você poderá criar as chamadas dos anúncios para atrair os novos clientes. Algumas perguntas podem te ajudar neste momento:

- Quais serviços eu ofereço?
- Que argumentos fariam o cliente vir até minha oficina?
- O que me destaca dos concorrentes?

Aproveite para fazer um convite ao usuário.

1. Visite nossa oficina
2. Orçamento sem compromisso

6

Como fazer  
anúncios no  
Google

Veja na figura abaixo algumas frases para marketing de oficina mecânica que o próprio Google sugere para criação de um específico anúncio de oficina mecânica. Você pode ter mais ideias, acessando um material do Google. (<https://support.google.com/google-ads/answer/7652938?hl=pt-BR>)

Agora escreva o texto do seu anúncio

Título 1  
Oficina Mecânica de Automóveis 30 / 30

Título 2  
Reparamos Motores e Mais 24 / 30

Título 3  
Venha nos visitar 17 / 30

Descrição 1  
Simplo | Manuais Técnicos Automotivos 37 / 90

Descrição 2  
Conserto de Carros com Mecânicos Especialistas. Serviço de Qualidade 79 / 90

Exibir um botão de chamada no anúncio

Número de telefone  
Brasil (54) 3212-4656

Exibir seu local no anúncio

Rua Pe João Schiavo, 860, Caxias do Sul - RS



Clique para seguir. Na próxima tela, você definirá as palavras-chave que acionarão seus anúncios.

Na opção de 'novo tema de palavra-chave' você poderá digitar um serviço que oferece. A partir disso o Google vai sugerir alguns termos pelos quais os clientes costumam buscar. Aí, é só selecionar os que forem interessantes. As palavras-chave adicionadas serão listadas em azul, no topo. O próximo passo é definir onde seu anúncio será exibido.

Adicione temas de palavra-chave para corresponder as pesquisas ao seu anúncio

oficina mecânica x centro automotivo x sistema elétrico x  
regulagem de motor x auto elétrica x alarmes de carros x

+ Novo tema de palavra-chave

Temas de palavra-chave sugeridos:

+ customização de carros + funilaria + pintura de carros  
+ mecânica 24 horas + reforma de carros antigos  
+ carro com câmbio automático + alinhamento e balanceamento  
+ troca de óleo + manutenção de freio + limpeza do carburador  
+ solda para carro + recuperação de faróis + esquema elétrico automotivo  
+ mecânica automotiva grátis + formatação eletrônica

Publicidade em Português

Envie alguns temas de palavra-chave, e exibiremos seu anúncio para frases relevantes similares. Saiba mais sobre os temas de palavra-chave

VOLTAR PRÓXIMA

6

Como fazer  
anúncios no  
Google

SIMPLO

Agora, exiba seu anúncio nos lugares certos

Anunciar perto de um endereço

Rua Padre João Schiavo, 860, CAXIAS DO SUL - RS, 95070-670, Brasil

Anunciar em cidades, regiões ou CEPs específicos

Seu anúncio é veiculado para as pessoas que estão nos locais configurados ou têm interesse nesses lugares. Saiba mais sobre os locais

VOLTAR PRÓXIMA

Por recomendação, indicamos deixar ativo na cidade em que está localizado. Feito isso, defina seu orçamento disponível. O próprio Google vai te dar sugestões. Se quiser algo diferente, clique em 'Inserir seu próprio orçamento'.

Defina um orçamento para conseguir os resultados que você espera

Selecionar uma opção de orçamento Moeda: Real brasileiro (R\$)

**R\$ 11** médio diário · Orçamento mensal máximo: R\$ 334  
Receba aproximadamente 410 a 700 cliques nos anúncios por mês

**Recomendado para você**

**R\$ 14** médio diário · Orçamento mensal máximo: R\$ 426  
Receba aproximadamente 530 a 890 cliques nos anúncios por mês

**R\$ 24** médio diário · Orçamento mensal máximo: R\$ 730  
Receba aproximadamente 910 a 1.530 cliques nos anúncios por mês

Inserir seu próprio orçamento

Você só paga pelos cliques no seu anúncio. O gasto poderá ser menor do que a média diária em alguns dias e, em outros, maior. No entanto, você não pagará mais do que o orçamento mensal máximo ao longo do mês. Saiba mais

VOLTAR PRÓXIMA

Depois de definir o orçamento, o Google pedirá para você revisar seus anúncios e, depois disso, você precisa cadastrar um método de pagamento, que pode ser via boleto ou cartão. A plataforma é totalmente segura.

No caso de escolher pagar via cartão, você selecionará a opção de pagamentos automáticos e preencherá os dados solicitados.

Como você fará o pagamento

Pagamentos automáticos

Você pagará por esse serviço apenas depois de acumular custos. O pagamento será efetuado por meio de uma cobrança automática quando você atingir o limite de faturamento ou 30 dias após o último pagamento automático, o que ocorrer primeiro.

Forma de pagamento ?

Todos os produtos do Google que compartilham este perfil para pagamentos poderão usar esta forma de pagamento. Se não é isso o que você quer, crie um novo.

Número do cartão MM / AA CVC

#

O número do cartão é obrigatório

Nome do titular do cartão

O nome do titular do cartão é obrigatório

O endereço do cartão de crédito ou débito é igual ao endereço acima

As informações pessoais que você fornecer aqui serão adicionadas ao seu perfil para pagamentos. Elas serão armazenadas com segurança e tratadas de acordo com o Política de Privacidade do Google.

VOLTAR ENVIAR

Se escolher pagar via boleto bancário, escolha os pagamentos manuais, conforme indicado a seguir.

Como você fará o pagamento

Pagamentos manuais

Você pagará por esse serviço com o saldo da sua conta de pagamentos. Sempre que houver um custo, a cobrança será deduzida desse saldo pré-pago. Se o saldo da conta acabar, o serviço será interrompido. Ele será reiniciado automaticamente quando você adicionar fundos.

Especifique o valor do pagamento

Valor do pagamento

R\$

Valor do pagamento é um campo obrigatório

Forma de pagamento ?

Boleto bancário

As informações sobre transferência de dinheiro para o Google serão exibidas na página a seguir.

As informações pessoais que você fornecer aqui serão adicionadas ao seu perfil para pagamentos. Elas serão armazenadas com segurança e tratadas de acordo com o Política de Privacidade do Google.

VOLTAR ENVIAR

É importante salientar que os pagamentos via boleto são pré-pagos. Ou seja, você precisa primeiro pagar o boleto e esperar a compensação para os anúncios começarem a ser exibidos. No caso do cartão, os anúncios começam a ser exibidos automaticamente.

Também nos isentamos de qualquer responsabilidade quanto ao uso da plataforma. Este material trata apenas de um guia para você começar a anunciar. Não somos responsáveis por quaisquer resultados ou problemas que você possa ter em decorrência do uso do Google Ads.

Para te ajudar ainda mais, trazemos algumas orientações fornecidas na central de ajuda do Google Ads.

- 1. Exclusividade:** destaque o que faz seu produto ser único. As pessoas querem saber qual o diferencial da oferta e o porquê escolher sua empresa, ao invés da concorrência.
- 2. Transparência:** inclua preços, ofertas e itens exclusivos. Deixe tudo evidente para o cliente para que ele possa tomar a decisão de compra.
- 3. Incentivo:** diga aos clientes o que eles podem fazer. Você pode usar verbos que indiquem ações: "Ligue hoje mesmo", "Compre" ou "Agende uma visita" são mensagens que mostram o que o usuário deve fazer ao ao ver seu anúncio.
- 4. Relevância:** inclua frases de pesquisa relevantes no texto do anúncio, chamando a atenção das pessoas que procuram por palavras relacionadas ao seu negócio.
- 5. Alinhamento:** se for o caso, combine a campanha com seus outros canais de comunicação. É importante que as

ações da campanha também sejam mencionadas no seu site, por exemplo, para que os visitantes encontrem todas as informações ao acessarem o conteúdo online.

- 6. Profissionalismo:** revise a ortografia e a gramática para otimizar suas campanhas no Google Ads. Outra sugestão da plataforma é o preenchimento das duas linhas de descrição e o uso de letras maiúsculas no início de cada palavra dos títulos dos anúncios.

Está gostando do nosso guia de marketing para oficinas mecânicas?

Agora que você já viu como aparecer no Google, vamos falar sobre outros dois canais que também são importantes para aumentar sua presença digital.

# 7

## REDES SOCIAIS

Hoje em dia é difícil ver uma empresa fora das redes sociais. Seja no Facebook, no Instagram, com atendimentos via WhatsApp, ou em qualquer outra rede, o ambiente digital se tornou um relevante canal de comunicação entre organizações e clientes.

As redes sociais devem ser utilizadas para que as empresas se aproximem dos seus clientes, entregando conteúdos de interesse do público consumidor. Aposte em informações relevantes, traga dicas sobre a manutenção e reparos de veículos e curiosidades do setor automotivo. Além disso, não esqueça de investir no diálogo: responda aos comentários e crie ações de interação, mostrando que se importa com a opinião do usuário.

Quando você fideliza o cliente, está tornando o seu negócio mais conhecido e, conseqüentemente, promovendo seus produtos e serviços. Para a divulgação da oficina, você também pode desenvolver

publicações patrocinadas, que são aquelas onde você paga um valor para a rede social e impulsiona os posts, para que recebam um alcance maior de visualizações.

O anúncio de oficina mecânica nas redes é uma ação que também prevê o público-alvo (pessoas de interesse da empresa) e o direcionamento de perfil e localização. É possível fazer a propaganda da oficina de várias formas, e anunciar sua marca em diferentes meios de comunicação. Quando falamos em marketing digital, as atenções estão voltadas para o online, por isso você precisa conhecer seu público-alvo e entender qual o melhor caminho para chegar até ele.

No Facebook ou Instagram, por exemplo, os anúncios podem ser direcionados a perfis estratégicos e localização geográfica. Você pode anunciar para quem está perto do seu negócio, para quem tem carro, bem como para os usuários que visitam seu site ou blog.

## SITE E BLOG

Já se você possui um site, preze por mostrar a "cara" da sua empresa. Os sites são ferramentas online institucionais e costumam apresentar informações mais detalhadas sobre produtos e serviços. Hoje em dia, a criação dessa ferramenta de comunicação está atrelada à modernização dos negócios e o uso da tecnologia.

Empresas com presença no ambiente digital passam mais confiança ao cliente. Além da credibilidade, as ações voltadas à criação e manutenção de um site institucional estão ligadas à tomada de decisão do consumidor: comprar na Internet e ter um local que mostre a reputação do empreendimento.

O [site do Simplo](#), por exemplo, traz a história da marca, seu segmento de atuação, explicações sobre cada uma das linhas atendidas pelos manuais, notícias das atualizações, além de dados de contato.

Uma boa sugestão, além dos anúncios pagos, é investir no marketing de conteúdo e produzir textos e artigos sobre o ramo de atuação da oficina. Essa é a ideia dos blogs, espaços destinados para a disponibilização de conteúdo, com artigos informativos para os reparadores e mecânicos. Nesse caso, é importante o uso de links que redirecionam o usuário para os outros canais de contato, como as redes sociais, ou para novos materiais.

E aí, já está preparado para organizar o marketing da sua oficina mecânica? Esperamos que esse material ajude a otimizar seu negócio!

# GOSTOU?

Fique por dentro  
dos nossos conteúdos:



# SIMPLO

MANUAIS TÉCNICOS AUTOMOTIVOS