

Sua presença digital ajuda *o cliente a confiar e comprar?*

16 perguntas para descobrir se sua empresa é encontrada,
compreendida e escolhida no ambiente digital.



Estar presente não basta.

É preciso facilitar a decisão.

Presença digital não é apenas... *ter um site e redes sociais.*

É o conjunto de sinais que ajuda o cliente a encontrar, entender, confiar e agir.

Uma empresa pode publicar, anunciar e aparecer com frequência.

E ainda assim deixar dúvidas importantes:

“Essa empresa entende o que eu preciso?”

“Posso confiar?” “Como faço para comprar?”

Quando essas respostas não aparecem com clareza, o cliente adia, compara apenas preço ou escolhe outra opção.

Este diagnóstico não mede popularidade.

Ele investiga se sua presença digital reduz dúvidas e aproxima o cliente da decisão.

Quatro dimensões revelam ... *a força da sua presença digital.*

01

ENCONTRABILIDADE

O cliente consegue encontrar sua empresa e informações essenciais?

02

CLAREZA

Ele entende o que você oferece e para quem é?

03

CONFIANÇA

Existem sinais suficientes para acreditar na sua empresa?

04

CONVERSÃO

A jornada facilita o contato e a compra?

Ser encontrado abre a porta. Clareza gera interesse. Confiança reduz o risco. Conversão transforma intenção em ação.

Como responder *este diagnóstico*

...

Escolha a opção que melhor representa a experiência atual do cliente.

☐

SIM
2 PONTOS

Acontece de forma clara e consistente.

☐

PARCIALMENTE
1 PONTO

Existe, mas varia conforme canal, situação ou momento.

☐

NÃO
0 PONTO

Não acontece ou não é demonstrado com clareza.

REGRA BB

Responda com base no que um potencial cliente consegue perceber hoje, não apenas no que sua empresa pretende comunicar.

01. ENCONTRABILIDADE ...

O cliente consegue encontrar sua empresa?

Avalie se sua empresa aparece nos lugares certos e oferece informações úteis desde o primeiro contato.

01

BUSCA

Quando alguém pesquisa seu serviço, sua empresa pode ser encontrada com facilidade?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02

CANAIS ESSENCIAIS

Sua empresa está presente nos canais em que o cliente realmente procura informações?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

01. ENCONTRABILIDADE ...

continue avaliando esta dimensão

03

INFORMAÇÕES BÁSICAS

Horário, localização, contato, serviços e formas de atendimento estão atualizados?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

04

ACESSO PELO CELULAR

Site, páginas e links funcionam bem e carregam com facilidade no celular?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE ENCONTRABILIDADE

___ / 8

O cliente consegue encontrar sua empresa ou depende de indicação e sorte?

02. CLAREZA

...

O cliente entende o que você oferece?

Avalie se a comunicação reduz dúvidas e mostra rapidamente por que sua empresa é relevante.

05

OFERTA

Um potencial cliente entende o que sua empresa oferece e qual problema ajuda a resolver?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

06

PÚBLICO

Está claro para quem sua solução é especialmente adequada?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02. CLAREZA

...

continue avaliando esta dimensão

07

BENEFÍCIO

A comunicação mostra por que o serviço importa, além de apenas listar o que é feito?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

08

DIFERENCIAÇÃO

Existem razões concretas para escolher sua empresa em vez de uma alternativa semelhante?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CLAREZA

___ / 8

Sua presença digital explica o que você faz ou ajuda o cliente a entender por que escolher?

03. CONFIANÇA

...

Existem sinais suficientes para confiar?

Avalie se a presença digital reduz o risco percebido e sustenta a credibilidade antes da compra.

09

IDENTIDADE

A apresentação visual transmite profissionalismo e coerência com o valor oferecido?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

10

PROVAS

O cliente encontra depoimentos, avaliações, casos, resultados ou outras evidências reais?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

03. CONFIANÇA

...

continue avaliando esta dimensão

11

CONTEÚDO

A empresa demonstra conhecimento e responde dúvidas importantes antes da venda?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

12

ATUALIZAÇÃO

Os canais parecem ativos, cuidados e coerentes com a realidade atual da empresa?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CONFIANÇA

___ / 8

O cliente encontra evidências para confiar ou precisa acreditar apenas na promessa?

04. CONVERSÃO

...

A presença digital facilita a compra?

Avalie se o caminho entre interesse, contato e decisão é simples, claro e consistente.

13

PRÓXIMO PASSO

O cliente entende facilmente o que deve fazer para pedir informações, orçamento ou comprar?



SIM

2 PONTOS



PARCIALMENTE

1 PONTO



NÃO

0 PONTO

14

CONTATO

Botões, links, formulários e WhatsApp funcionam e são fáceis de encontrar?



SIM

2 PONTOS



PARCIALMENTE

1 PONTO



NÃO

0 PONTO

04. CONVERSÃO

...

continue avaliando esta dimensão

15

CONTINUIDADE

A experiência mantém coerência entre anúncio, conteúdo, página, atendimento e proposta?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

16

RESPOSTA COMERCIAL

Quando o cliente entra em contato, existe agilidade e condução para o próximo passo?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CONVERSÃO

___ / 8

Sua presença digital aproxima o cliente da compra ou cria obstáculos no caminho?

Seu resultado ...

onde a presença digital perde força?

Some os pontos de cada dimensão separadamente.

01

ENCONTRABILIDADE
O cliente consegue encontrar sua empresa?

___ / 8

02

CLAREZA
Ele entende o que você oferece?

___ / 8

03

CONFIANÇA
Existem sinais suficientes para confiar?

___ / 8

04

CONVERSÃO
A jornada facilita o contato e a compra?

___ / 8

A menor pontuação mostra onde existem sinais mais fortes de perda. Ela não identifica a causa sozinha.

Como interpretar

cada pontuação

...

0 A 3

SINAL FORTE DE ATENÇÃO

Elementos essenciais estão ausentes ou difíceis de perceber. Investigue primeiro.

4 A 6

PRESENÇA PARCIAL

A estrutura existe, mas varia conforme canal, momento ou experiência do cliente.

7 A 8

DIMENSÃO MAIS CONSISTENTE

Há sinais claros de que essa dimensão ajuda o cliente. Preserve o que funciona e refine pontos específicos.

A pontuação separa as dimensões..

A jornada mostra como elas se conectam.

Uma presença digital forte precisa conduzir o cliente por quatro movimentos.

01. ENCONTRAR

O cliente chega até a empresa.

02. ENTENDER

Ele reconhece oferta, público e benefício.

03. CONFIAR

As evidências reduzem dúvida e risco.

04. AGIR

O próximo passo é simples e acessível.

Quando uma etapa enfraquece, todo o caminho até a compra pode perder força.

Combinações de resultado ...

hipóteses 1 e 2

COMBINAÇÃO

Encontrabilidade forte, clareza fraca

O QUE PODE INDICAR

A empresa aparece, mas o cliente não entende rapidamente o que ela oferece.

Investigue: Simplifique a mensagem, destaque o problema resolvido e torne a oferta mais visível.

COMBINAÇÃO

Clareza forte, confiança fraca

O QUE PODE INDICAR

O cliente entende a proposta, mas encontra poucas provas para acreditar.

Investigue: Fortaleça avaliações, casos, depoimentos, processo e demonstrações de conhecimento.

Combinações de resultado ...

hipóteses 3 e 4

COMBINAÇÃO

Confiança forte, conversão fraca

O QUE PODE INDICAR

A empresa parece confiável, porém o caminho para entrar em contato ou comprar cria atrito.

Investigue: Revise chamadas, botões, links, formulários, WhatsApp e condução comercial.

COMBINAÇÃO

Encontrabilidade fraca, demais dimensões fortes

O QUE PODE INDICAR

A estrutura convence quem chega, mas poucas pessoas encontram a empresa.

Investigue: Investigue busca local, Google, mídia, canais prioritários e distribuição.

Combinações de resultado ...

hipóteses 5 e 5

COMBINAÇÃO

Quatro dimensões fortes

O QUE PODE INDICAR

Existem sinais de uma presença encontrada, compreendida, confiável e orientada à ação.

Investigue: Preserve a coerência, acompanhe dados e continue reduzindo atritos.

Você não precisa melhorar tudo..

Precisa saber onde investigar primeiro.

A menor pontuação é um sinal de investigação, não uma conclusão.

01

IDENTIFIQUE O SINAL

- ☐ Encontrabilidade
- ☐ Clareza
- ☐ Confiança
- ☐ Conversão

MINHA PONTUAÇÃO

02

ENTENDA O IMPACTO

Se esse ponto continuar como está, onde pode afetar mais o negócio?

- ☐ Alcance e descoberta
- ☐ Percepção de valor
- ☐ Confiança
- ☐ Conversão
- ☐ Preço e margem
- ☐ Recorrência

O que merece atenção

primeiro?

...

Avalie o sinal por quantidade de evidências e impacto no negócio.

MONITORAR

Pouca evidência e baixo impacto aparente.

INVESTIGAR

Impacto relevante, mas ainda faltam evidências.

MELHORAR

Problema claro, porém com impacto limitado.

PRIORIZAR

Evidências concretas e impacto relevante na confiança ou compra.

Prioridade não é corrigir o que parece mais feio.

É investigar o que mais interfere na decisão do cliente.



Minha prioridade

estratégica

...

Transforme o sinal em uma hipótese investigável.

MINHA PRIORIDADE AGORA É INVESTIGAR

PORQUE EXISTEM SINAIS DE QUE ISSO AFETA

A EVIDÊNCIA QUE PRECISO BUSCAR

MEU PRÓXIMO PASSO SERÁ

RESPONSÁVEL

PRAZO



Antes de encerrar

confirme se existe clareza.

...

- ☐ Sei onde existe o principal sinal de atenção.
- ☐ Tenho uma hipótese, não uma conclusão.
- ☐ Sei o que preciso investigar.
- ☐ Sei qual evidência devo procurar.
- ☐ Defini quando vou revisar minha decisão.

Sua presença digital revelou um gargalo?

A BB ajuda empresas a investigar sinais de posicionamento, marketing, vendas e crescimento e transformá-los em decisões estratégicas.

[CONVERSAR SOBRE MEU DIAGNÓSTICO](#)[@beatrizestrategiadigital](#)beatrizestrategiadigital.com.br

(21) 98373-1147

Uma presença forte não apenas aparece. Ela orienta, reduz dúvidas e facilita a decisão.