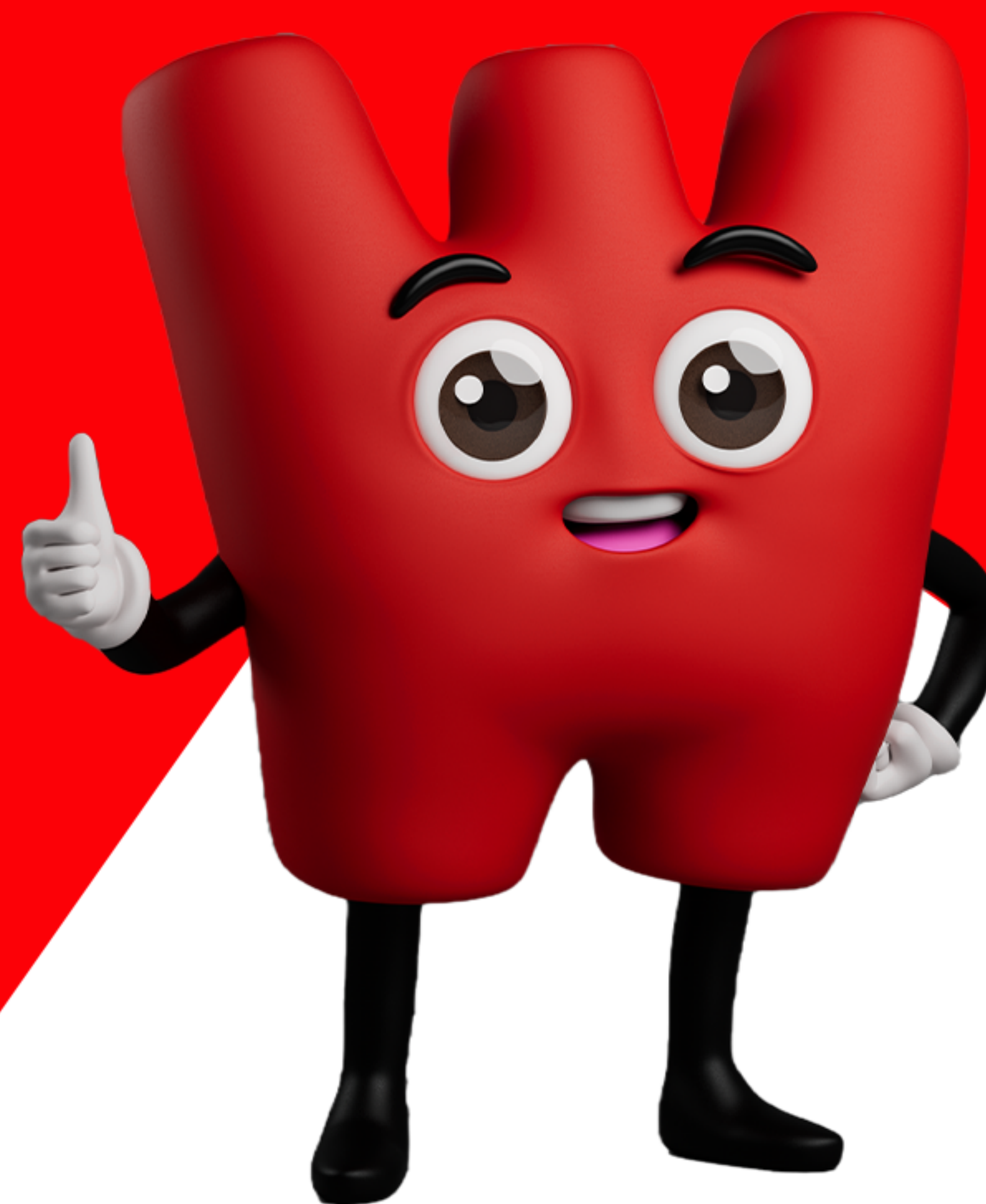


4 GUIA DE

Marketing Digital para postos de combustíveis



Seja bem-vindo(a) ao **Guia completo de Marketing Digital para Postos de Combustíveis**. Este material tem como objetivo fornecer informações valiosas e estratégias práticas para alavancar a presença online do seu posto, aumentar a visibilidade da sua marca e atrair mais clientes.



Sumário

1. POR QUE MARKETING DIGITAL É IMPORTANTE PARA O SEU POSTO?	3
2. CONHEÇA ALGUMAS ESTRATÉGIAS PARA O SEU POSTO	4
3. VALE A PENA TER UM MASCOTE?	11
4. COMO ENGAJAR SEU PÚBLICO E FIDELIZAR SEUS CLIENTES	12
5. CONTRATAR UMA AGÊNCIA OU TER UMA EQUIPE INTERNA DE MARKETING DIGITAL?	15
6. COMO UMA BANDEIRA CONSOLIDADA AJUDA NO MARKETING DO POSTO?	17
7. CONTE COM A WATT!	19
8. MATERIAIS GRATUITOS	21

Por que Marketing Digital é importante para o seu posto?

O Marketing Digital oferece uma maneira eficaz de **alcançar seu público-alvo, aumentar a notoriedade da marca e melhorar a fidelidade do cliente.**

Além disso, as estratégias assertivas ainda permitem medir o retorno sobre o investimento de forma mais precisa e adaptar todo o planejamento com base em dados concretos.

Pode até parecer desafiador no início, **mas a solução é bem mais simples do que parece.**

O atendimento do seu posto não deve ser encerrado no momento em que a bomba desarma.

Garantir uma experiência completa ao consumidor através de um bom planejamento de marketing é o que vai **diferenciar o seu estabelecimento dos demais**, conquistando a confiança do seu público-alvo e aumentando a lucratividade do negócio

Conheça algumas estratégias para o seu posto



1. Google Meu Negócio

O Google Meu Negócio é uma ferramenta online e poderosa para postos de combustíveis aumentarem sua visibilidade e atrair clientes locais, podendo ser acessada tanto no desktop quanto em dispositivos móveis por qualquer usuário.

A ferramenta, totalmente gratuita, oferece um leque de oportunidades para que você possa aprimorar a divulgação do seu negócio na web, oferecendo funcionalidades e benefícios como:



Visibilidade:

o seu posto pode aparecer no *Google Maps* e, conseqüentemente, na pesquisa por motoristas tanto em celulares quanto em computadores. *Já pensou quantos clientes em potencial você pode alcançar?*



Publicidade gratuita:

é possível adicionar fotos de alta qualidade do seu posto, equipe e instalações, ajudando os clientes a se familiarizarem com o local em uma publicidade totalmente gratuita.



Interação com o usuário:

receba avaliações dos usuários e responda-as, mostrando que o seu estabelecimento valoriza o feedback e está comprometido em oferecer um ótimo serviço.



Monitoramento de métricas:

acompanhe as métricas fornecidas pelo Google Meu Negócio, como visualizações de fotos, cliques no site e chamadas telefônicas. Isso ajuda a entender o desempenho e a eficácia das estratégias aplicadas.

**CADASTRE O SEU POSTO
GRATUITAMENTE**



*Durante o cadastro, a grande dica é incluir **o máximo de informações possíveis sobre o estabelecimento** para atrair ainda mais clientes.*

Ao implementar as estratégias no Google Meu Negócio, o seu posto pode se destacar na busca local, conquistando a confiança dos consumidores e impulsionando o crescimento do seu negócio.

2. Redes Sociais

As redes sociais oferecem uma plataforma dinâmica e interativa para os postos de combustíveis se conectarem com a comunidade, promoverem sua marca e aumentarem a fidelidade dos clientes.



- **Escolha plataformas estratégicas**

É fundamental selecionar as redes sociais mais relevantes para o seu público-alvo.

O *Instagram* é uma escolha popular, mas plataformas como o *Facebook*, *Twitter* e *LinkedIn*, por exemplo, também podem ser eficazes. **Entender quem são seus clientes e as plataformas que eles usam com mais frequência é fundamental** para criar conteúdos atrativos.

- **Crie conteúdos relevantes**

Vá além da divulgação do seu posto nas redes sociais: busque **diversificar seu conteúdo** e ofereça opções interessantes e informativas, como *dicas de economia de combustível*, *manutenção de veículos*, *atualizações sobre preços* e até mesmo *curiosidades sobre o estabelecimento*.

- **Realize promoções exclusivas para seguidores**

Uma excelente alternativa para aumentar o engajamento é oferecer promoções exclusivas para seus seguidores nas redes sociais. Isso incentiva as pessoas a seguirem sua página, divulga o estabelecimento para novos clientes e cria uma sensação de **pertencimento** à comunidade.

- **Cuide das suas postagens**

Por fim, lembre-se que **redes sociais são plataformas visuais** e, portanto, todas as postagens devem receber um cuidado especial.

1. Estabeleça uma programação regular para postagens;
2. Utilize fotos e vídeos profissionais;
3. Interaja ativamente através de comentários, mensagens diretas e menções;
4. Compartilhe imagens de eventos, bastidores do dia a dia e, sempre que possível, envolva os clientes.

A interação ativa constrói relacionamentos, demonstra atenção ao cliente e reforça a presença positiva da sua marca.



3. PPC (Pay-Per-Click) Marketing

O PPC é outra estratégia para publicidade online que permite que o seu posto **alcance clientes em potencial por meio de anúncios pagos**.

Nesta ferramenta, são utilizadas palavras-chave específicas para que cada estabelecimento segmente seu público-alvo de forma eficaz e atinja benefícios, como:



Alcance localizado:

os anúncios PPC podem ser direcionados para áreas geográficas específicas, garantindo que você alcance seu público-alvo local;

Mensuração precisa:

é possível acompanhar o desempenho dos anúncios em tempo real e ajustar sua estratégia com base em dados;

Orçamento controlado:

o PPC ainda permite que seja definido um orçamento diário ou mensal, para que a gestão não gaste além do que o desejado.

Utilize plataformas como Google Ads ou Meta Ads para anúncios segmentados e defina palavras-chave relevantes para o setor.

4. WhatsApp Business

Com milhões de usuários ativos diariamente, o WhatsApp oferece uma **maneira direta e pessoal** de conectar-se com os seus clientes.

A ferramenta WhatsApp Business permite que você crie um perfil comercial para sua empresa no WhatsApp, oferecendo informações valiosas no aplicativo, como horário de funcionamento, mensagens automáticas, catálogos, entre outros.



...

— 📄 ✕

Comunicação instantânea:

utilize o WhatsApp Business para fornecer atualizações em tempo real sobre preços de combustível e horários de funcionamento.

Atendimento ao cliente:

responda às perguntas dos clientes e resolva problemas de forma rápida e eficaz;

Marketing direto:

envie mensagens para informar aos clientes sobre ofertas especiais e eventos.

Facilite a comunicação com o usuário e, consequentemente, fortaleça a relação com o seu cliente, promovendo a satisfação e fidelidade!



5. Site

Um site funciona como uma **vitrine virtual** para o seu posto, oferecendo aos clientes em potencial informações cruciais e **centralizadas** sobre o estabelecimento.

Em um contexto mais amplo, o site contribui para a credibilidade do posto, afinal, os consumidores modernos tendem a pesquisar online antes de tomar decisões de compra, e a presença de um site profissional e informativo transmite **confiança e profissionalismo**.

De forma geral, o site é a primeira impressão que o usuário tem do negócio — portanto, certifique-se que o conteúdo seja fácil de navegar e otimizado para dispositivos móveis.

Apresente informações sobre os serviços oferecidos, valores da empresa, localização e, se aplicável, divulgue programas de fidelidade e qualquer serviço especial que o posto ofereça.

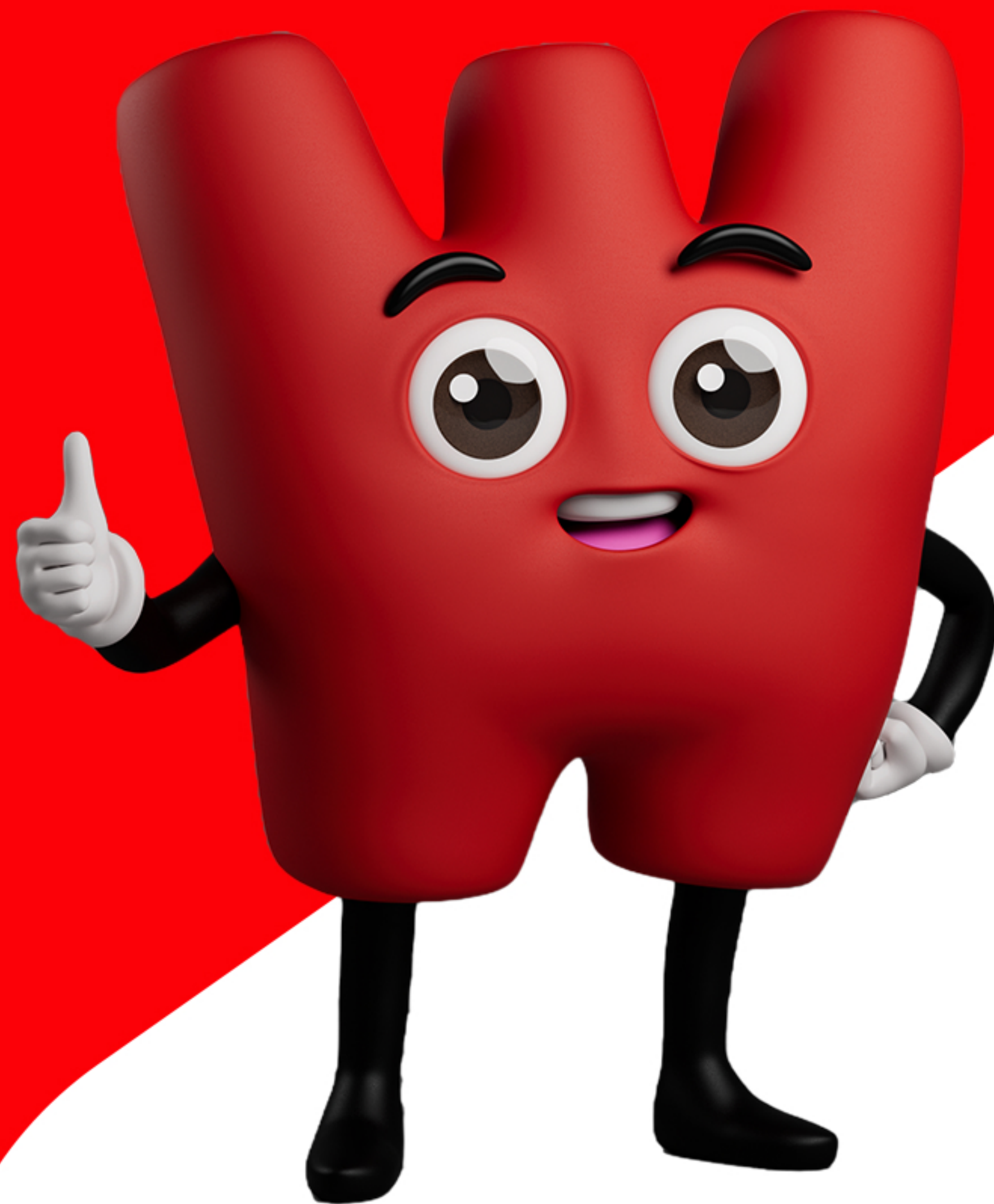
Vale a pena ter um mascote?

Sim! Ter um mascote pode ajudar a criar uma **identidade única para o seu posto**, sendo um símbolo associado à sua marca, facilitando o reconhecimento pelos clientes.

Conexão emocional: os mascotes têm o poder de criar uma conexão emocional. Afinal, um personagem amigável e simpático pode gerar sentimentos positivos e construir uma relação mais profunda entre o posto e o usuário;

Marketing e promoções: a presença do mascote em campanhas pode atrair a atenção e, consequentemente, aumentar o engajamento. Personagens animados costumam cativar o público, tornando a experiência no posto mais divertida e as ofertas mais memoráveis.

Certifique-se de que o mascote escolhido esteja alinhado com a identidade e os valores da sua marca — o mascote deve refletir a imagem que você deseja transmitir aos clientes e ser consistente com a mensagem da sua empresa.



Como engajar seu público e fidelizar seus clientes

Garantir uma experiência completa ao consumidor através de um bom planejamento de marketing é o que vai diferenciar o seu posto de combustível dos demais, engajando o público e fidelizando clientes.



Ofereça um atendimento diferenciado

Uma das dicas mais **simples e importantes** para o sucesso do seu empreendimento é a **preparação da equipe para um atendimento diferenciado aos clientes**.

De acordo com uma pesquisa recente feita pela empresa de desenvolvimento de software Zendesk, mais de 50% dos consumidores tendem a voltar a comprar um produto ou serviço após serem bem atendidos.

Nesse sentido, invista em capacitações para garantir que os seus colaboradores estejam prontos para qualquer atendimento, desde serviços simples como o abastecimento, até os mais complexos e demorados.



Crie programas de fidelidade

Criar um programa de fidelidade é uma forma eficaz de incentivar os clientes a retornarem ao seu posto, oferecendo vantagens para o usuário que regularmente faz uso dos serviços e produtos do estabelecimento.

A abordagem é, basicamente, um serviço de troca e recomenda aos consumidores mais fiéis. O importante é ser criativo com a gratificação!

Ofereça pontos por cada abastecimento ou compra na loja de conveniência, opte por promoções, brindes ou serviços exclusivos.

Envie newsletters informativas e promocionais

Mantenha os clientes informados sobre as últimas novidades do posto, promoções e dicas úteis.

Personalize o conteúdo de acordo com os interesses dos clientes, destacando promoções exclusivas para assinantes na newsletter.

A comunicação regular mantém a sua marca na mente dos clientes e incentiva a participação contínua.

Invista na comunicação personalizada

Utilize dados de clientes para **personalizar as comunicações**. Isso inclui o uso do nome do cliente nas mensagens, oferecendo ofertas adaptadas aos seus hábitos de compra e enviando lembretes personalizados sobre o programa de fidelidade.

A personalização cria uma experiência mais relevante e fortalece os laços emocionais com a marca.

Ofereça serviços adicionais

Com tantos postos de gasolina espalhados pelo país, a pergunta que você deve se fazer é: por que o cliente deve escolher o meu posto de combustível e não o da concorrência?

Buscar por serviços adicionais, até mesmo para pessoas que não possuem um veículo, é uma excelente alternativa para gerar fidelidade e credibilidade ao estabelecimento.

Aqui estão alguns exemplos para você se inspirar:

Lojas de
conveniência;

Troca de óleo;

Calibragem de
pneus e borracharia;

Caixa eletrônico
24 horas;

Mini mercado;

Banheiro família,
entre outros.

Contratar uma agência ou ter uma equipe interna de marketing digital?

A decisão entre contratar uma agência ou ter uma equipe interna de marketing digital para um posto de combustível depende de vários fatores, incluindo o tamanho do posto, os recursos disponíveis, as metas de marketing e a *expertise* necessária.

Algumas considerações são fundamentais para ajudar na decisão:



1. Orçamento

Uma equipe interna geralmente requer custos fixos mais altos, incluindo salários, benefícios e treinamentos, enquanto uma agência pode oferecer opções de pagamento mais flexíveis, como taxas mensais ou por projeto.



2. Expertise

Uma agência de marketing digital geralmente possui uma equipe com diversas habilidades e experiências na área, como SEO, publicidade paga, mídia social, entre outros.

Por outro lado, uma equipe interna pode se concentrar especialmente nas necessidades do posto de combustível, mas talvez não tenha a mesma amplitude de experiência.



3. Flexibilidade e escalabilidade

Uma agência pode ser mais flexível em termos de dimensionamento de recursos conforme necessário. Se as necessidades de marketing do posto de combustível mudarem ao longo do tempo, uma agência pode se adaptar mais facilmente do que uma equipe interna.

Muitos postos de combustível, inclusive, optam por uma **abordagem híbrida**, combinando uma equipe interna com o suporte ocasional de uma agência para necessidades específicas.

A verdade é que tanto uma equipe interna quanto uma agência podem fornecer resultados positivos, mas é importante avaliar o histórico de sucesso e a capacidade de execução de qualquer opção considerada.

Como uma bandeira consolidada ajuda no marketing do posto?

Uma bandeira consolidada está frequentemente associada a uma **marca reconhecida e confiável** no setor de combustíveis, o que pode aumentar a credibilidade do posto aos olhos dos consumidores e ajudar a construir confiança na marca.



Publicidade coletiva

Participar de uma rede de postos de gasolina muitas vezes significa ter acesso a campanhas publicitárias e de marketing em larga escala promovidas pela marca, aumentando a visibilidade do posto e atraindo mais clientes.



Padrões de qualidade e serviços

Bandeiras consolidadas estabelecem padrões rigorosos de qualidade e serviços que os postos filiados devem seguir. Isso pode incluir garantias de qualidade do combustível, padrões de atendimento ao cliente e procedimentos operacionais consistentes.

Cumprir esses padrões pode ajudar a construir uma reputação positiva para o posto e, então, diferenciá-lo da concorrência.



Acesso a recursos e suporte

Postos filiados a bandeiras consolidadas muitas vezes recebem suporte e recursos adicionais da empresa-mãe.

Isso pode incluir treinamento para funcionários, assistência técnica, programas de gestão de estoque e outras formas de **suporte operacional** que podem ajudar a otimizar as operações do posto e melhorar a eficiência

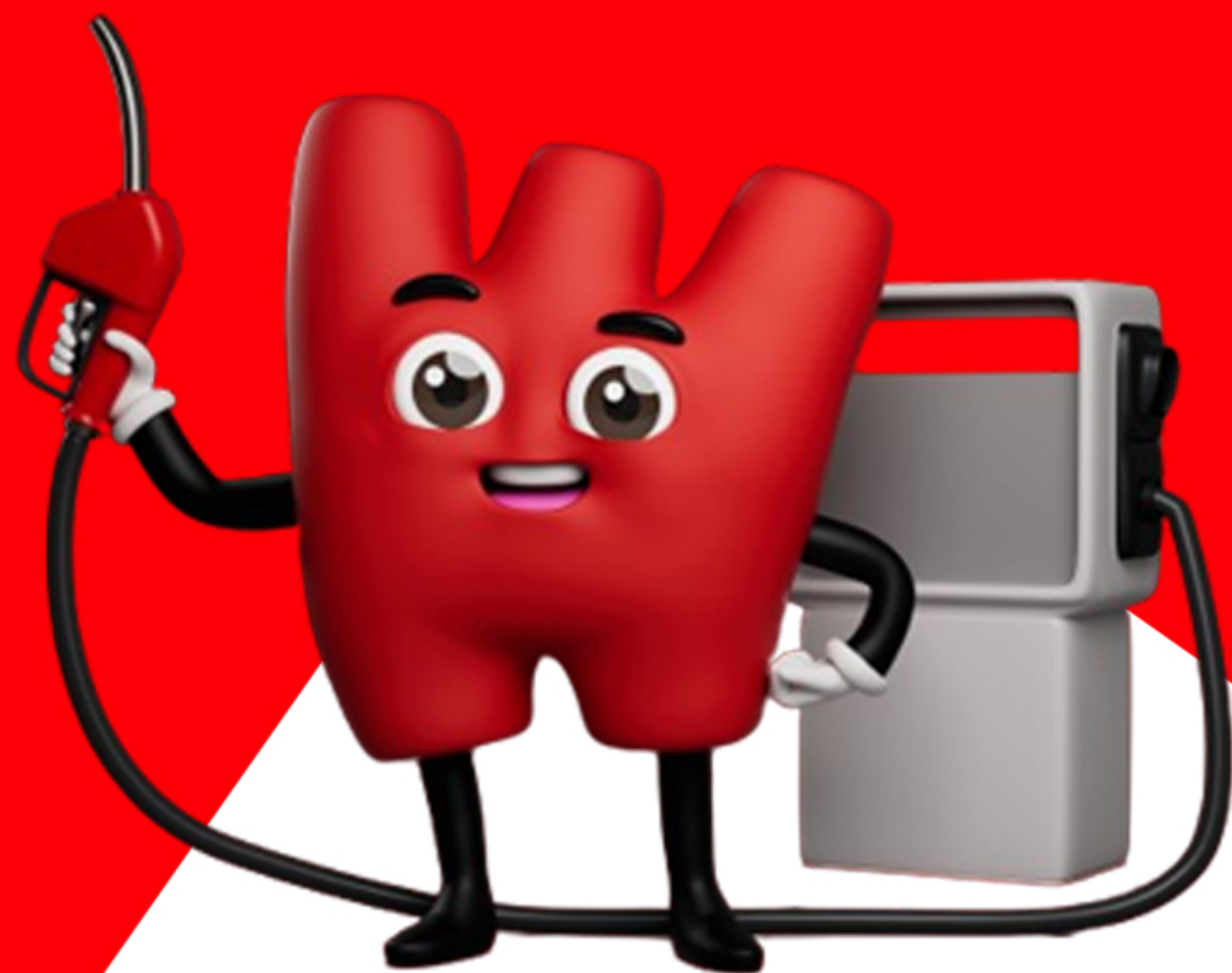
Em resumo, uma bandeira consolidada pode oferecer uma série de vantagens em termos de **reconhecimento de marca, publicidade, programas de fidelidade, padrões de qualidade e suporte**, contribuindo assim para o sucesso do marketing e do negócio como um tempo.

Conte com a Watt!

A Watt é uma distribuidora de combustível com um processo completo de bandeiramento há mais de 24 anos no mercado, desenvolvendo uma marca forte e respeitada no Centro-Oeste brasileiro.

Produtos de maior qualidade, preços competitivos, combustível legalmente e tributariamente seguros no mercado e relacionamento transparente com o cliente — tudo isso faz parte do que é ser Watt.

Estamos prontos para, junto com você, alavancar o seu posto de combustível e aumentar a lucratividade do seu negócio. Que tal dar o próximo passo?



**SEJA UM
PARCEIRO WATT
E CONHEÇA OS BENEFÍCIOS
QUE PREPARAMOS
PARA VOCÊ**

**ENTRAR EM
CONTATO**

2 Bases de
Distribuição;

+ 70 Postos
Bandeirados;

Produtos
de maior
qualidade;

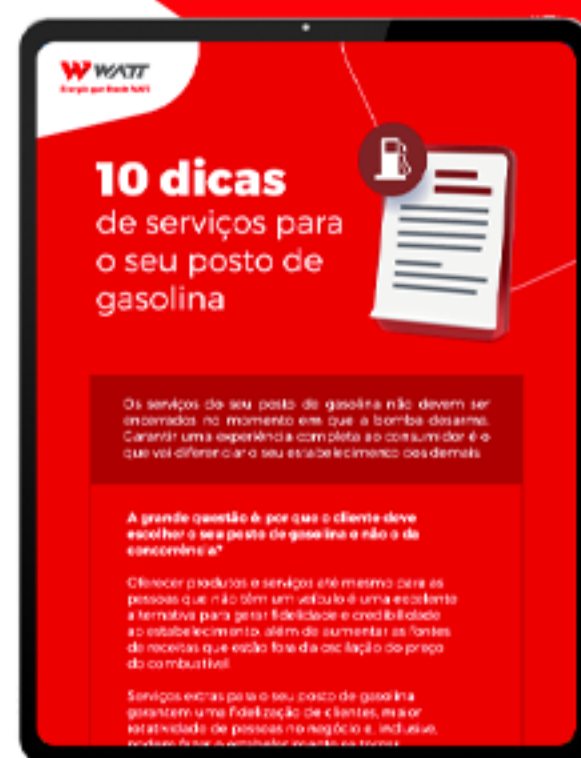
Preços
competitivos
no mercado;

Combustíveis
legalmente e
tributariamente
seguros;

Relacionamento
transparente
com o cliente.

Materiais Gratuitos

Acesse os **guias completos da Watt** para você aumentar o seu conhecimento sobre o mercado de combustíveis!



10 dicas de Serviços para o seu Posto de Gasolina



Legislação e Regulamentação para Postos de Combustíveis



Gestão eficiente de combustível para Frota



Como Montar um Posto de Gasolina Parte 1



Como Montar um Posto de Gasolina Parte 2



Seja um Franqueado Watt

Watt

Tradição e qualidade
desde 2000.

