

Checklist de marketing digital para pequenas empresas.

50 itens para você auditar o marketing do seu negócio hoje — e descobrir, sem achismo, o que está travando as suas vendas.

Como usar este checklist.

Marketing que não é medido vira achismo. Este checklist existe para você parar de adivinhar e enxergar, item por item, onde o seu negócio está bem e onde está deixando dinheiro na mesa.

- **Marque só o que já está feito.** Não o que você pretende fazer. Seja honesto — o checklist é seu.
- **Faça de uma vez.** Leva cerca de 20 minutos.
- **Some no final.** Cada item marcado vale 1 ponto. A tabela de resultado está na última página.
- **Volte daqui a 90 dias.** O valor está em ver o número subir.

Antes de começar: se você não sabe responder a um item, considere como **não marcado**. Não saber é a resposta — e normalmente é o primeiro problema a resolver.

São 5 blocos, 10 itens cada:

- **01 · Fundação e presença digital** — o alicerce. Sem isso, o resto não sustenta.
- **02 · Conteúdo e redes sociais** — o que constrói autoridade e desejo.
- **03 · Tráfego pago** — onde o dinheiro entra e sai mais rápido.
- **04 · Conversão e vendas** — transformar atenção em faturamento.
- **05 · Dados, medição e IA** — o que separa estratégia de palpite.

01 · Fundação e presença digital

O alicerce do seu negócio no digital. Se aqui está frágil, tudo que vier depois desperdiça verba.

- Você sabe dizer, em uma frase, o que vende e para quem.**
Se você gagueja aqui, seu cliente também não entende.

 - Seu negócio tem um posicionamento claro e um diferencial definido.**
Por que comprar de você e não do concorrente da esquina?

 - Você tem um site ou landing page no ar.**
Perfil no Instagram não é endereço próprio. Rede social é terreno alugado.

 - O site abre rápido no celular e é fácil de usar.**
A maior parte do seu público acessa pelo telefone.

 - Seu Perfil da Empresa no Google está criado, completo e atualizado.**
Endereço, telefone, horário, fotos e serviços. É a vitrine da busca local.

 - Você pede avaliações aos clientes e responde a todas elas.**
Inclusive as negativas. Principalmente as negativas.

 - Seu WhatsApp Business está configurado com catálogo e mensagens rápidas.**
É onde a venda da PME brasileira realmente acontece.

 - Sua identidade visual é consistente em todos os canais.**
Mesma logo, mesmas cores, mesma cara. Consistência constrói marca.

 - Seu nome, endereço e telefone são idênticos em todos os lugares da internet.**
Divergência confunde o Google — e derruba você na busca local.

 - Você sabe quem são seus 3 principais concorrentes e o que eles fazem no digital.**
Não para copiar. Para se diferenciar.
-

Dica da F2C: o Perfil da Empresa no Google é o item mais subestimado desta lista. Para busca local — e para as respostas de inteligência artificial — ele pesa tanto quanto o seu site.

02 · Conteúdo e redes sociais

Conteúdo não é enfeite. É o que constrói autoridade, educa o cliente e prepara a venda.

- Você tem um calendário de conteúdo — e não posta por impulso.**
Postar quando lembra é a definição de achismo.

 - Seu conteúdo tem pilares definidos (educar, provar, provocar, vender).**
E você alterna entre eles, sem repetir dois iguais em sequência.

 - Cada post tem um objetivo claro antes de ser criado.**
Post sem objetivo é post que não devia existir.

 - Você produz vídeo curto vertical (Reels) com frequência.**
É o formato que mais alcança pessoas novas hoje.

 - Suas legendas abrem com um gancho forte, não com "olá, pessoal".**
Você tem uma linha para prender. Use bem.

 - Você mostra prova real: bastidor, resultado, depoimento, antes e depois.**
Prova aproxima da venda mais que qualquer promessa.

 - Sua bio tem uma proposta clara e um caminho único de contato.**
Uma promessa, um caminho, um botão.

 - Você responde comentários e mensagens diretas em até 24 horas.**
Engajamento que você ignora é venda que você perde.

 - Você reaproveita um conteúdo em vários formatos e canais.**
Um vídeo vira carrossel, story, e-mail e post. Multiplique o esforço.

 - Você acompanha quais conteúdos geram salvamento, compartilhamento e mensagem.**
Curtida não paga boleto. Salvamento e direct, sim.
-

03 · Tráfego pago

Meta Ads e Google Ads. É aqui que o dinheiro entra rápido — e some mais rápido ainda, se for no palpite.

- Você anuncia com objetivo definido (venda, lead, conversa no WhatsApp).**
Impulsionar post por impulsionar não é tráfego pago. É doação.

 - Seu pixel / tag de conversão está instalado e disparando corretamente.**
Sem dado, o algoritmo aprende errado e você paga a conta.

 - Você usa a API de Conversões (não depende só do pixel do navegador).**
Virou quase obrigatório para o algoritmo otimizar bem.

 - Você testa mais de um criativo e mais de um ângulo por campanha.**
Com a IA controlando o público, o criativo virou a nova segmentação.

 - Você conhece o custo por lead (CPL) e o custo por venda (CPA) do seu negócio.**
Se não sabe, você não está gerindo. Está torcendo.

 - Você calcula o retorno do investimento (ROAS) das campanhas.**
Faturamento gerado dividido pelo valor investido.

 - Seu orçamento considera os impostos cobrados na fatura de anúncios.**
No Brasil, desde 2026, anunciar ficou cerca de 12% mais caro. O painel não mostra isso.

 - Você respeita o período de aprendizado antes de mexer na campanha.**
Mexer todo dia zera o aprendizado do algoritmo.

 - Você faz remarketing para quem já demonstrou interesse.**
É o público mais barato e mais quente que você tem.

 - Você troca criativos periodicamente para evitar fadiga de anúncio.**
O mesmo anúncio rodando demais cansa o público e encarece o clique.
-

Dica da F2C: se você marcou menos de 5 itens neste bloco, é bem provável que esteja perdendo dinheiro em anúncio agora, enquanto lê isto. Tráfego pago é o item da lista com o prejuízo mais rápido.

04 · Conversão e vendas

Atenção não paga conta. O que importa é o que acontece depois do clique.

- Você sabe de onde vem cada cliente que fecha.**
Indicação? Anúncio? Instagram? Se não sabe, não dá para escalar.

- Sua página de destino tem uma promessa, um caminho e um botão.**
Menu, distração e link demais matam conversão.

- Você tem uma oferta clara, com motivo para o cliente agir agora.**
Sem urgência real, o cliente adia — e adiar é não comprar.

- Você responde um lead novo em minutos, não em dias.**
Velocidade de resposta é um dos maiores fatores de fechamento.

- Você tem respostas prontas para as objeções mais comuns.**
"Está caro", "vou pensar", "vou ver com meu sócio". Prepare-se.

- Você faz follow-up de quem não respondeu ou não fechou.**
A maior parte das vendas acontece depois do primeiro contato.

- Você tem uma lista própria de contatos (e-mail ou WhatsApp).**
Sua audiência na rede social não é sua. Sua lista é.

- Você conhece o seu ticket médio.**
Quanto, em média, cada cliente deixa no seu caixa.

- Você sabe quanto custa conquistar um cliente novo (CAC).**
E sabe se esse número cabe no seu ticket médio.

- Você tem estratégia para vender de novo para quem já comprou.**
Cliente antigo custa muito menos que cliente novo.

05 · Dados, medição e IA

É o que separa estratégia de palpite. E, em 2026, é onde a maioria das PMEs ainda está invisível.

Você tem o Google Analytics instalado e olha os números pelo menos uma vez por mês.

Instalar e nunca abrir não conta.

Você tem o Google Search Console configurado.

É como você descobre o que as pessoas buscam antes de chegar até você.

Você acompanha um punhado de indicadores fixos todo mês.

Poucos números, sempre os mesmos. Comparação é o que gera insight.

Suas páginas têm título e descrição únicos, pensados para busca.

Página sem título otimizado é página invisível.

Seu conteúdo responde perguntas reais que o cliente faz antes de comprar.

É o formato que o Google e a IA mais gostam de citar.

Você já perguntou ao ChatGPT ou ao Google AI algo do seu ramo — e viu se aparece.

Se o concorrente aparece e você não, isso é receita indo embora.

Suas páginas importantes têm dados estruturados (schema).

É o que entrega o conteúdo "mastigado" para o buscador e para a IA.

Seu conteúdo tem autor visível e data de publicação e atualização.

Autoridade real. É assim que o Google e a IA decidem confiar em você.

Você usa IA para acelerar produção — mas revisa tudo antes de publicar.

Conteúdo automático sem revisão humana é rebaixado. E se parece com o de todo mundo.

Você toma decisões com base em números, não em opinião.

Este é o item que resume o checklist inteiro.

Seu resultado.

Some 1 ponto para cada item marcado. Anote o total: _____ / 50

Pontuação	Diagnóstico	O que isso significa
0 – 15	No escuro	Você está fazendo marketing no achismo. A boa notícia: cada item marcado daqui pra frente gera resultado rápido, porque o básico ainda não foi feito. Comece pelo bloco 01.
16 – 30	Correndo atrás	Você já se esforça, mas falta método. Provavelmente trabalha muito e vê pouco retorno. O problema não é esforço — é estratégia. Ataque os blocos 03 e 04.
31 – 42	No caminho	Sua base está de pé e você já mede o que faz. Agora o ganho vem do refino: conversão, dados e presença na IA. O bloco 05 é onde está o seu próximo salto.
43 – 50	Sem achismo	Seu marketing é uma operação, não uma aposta. O foco agora é escalar com previsibilidade — e defender a sua posição antes que o concorrente acorde.

Uma verdade incômoda: quase ninguém marca 50. E tudo bem. O objetivo do checklist não é dar nota — é mostrar, preto no branco, onde está o dinheiro que você está deixando na mesa.

E agora?

Se você marcou menos do que gostaria, não é falta de esforço. É falta de método — e método é o que a gente faz.

A **F2C Marketing Digital** é uma agência de marketing focada em resultado, com raiz em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, que cuida de conteúdo, tráfego pago e conversão para pequenas e médias empresas no Brasil e nos Estados Unidos. Estratégia, criativo, mídia e captação sob o mesmo teto.

▶ **Chame a gente no WhatsApp e peça um diagnóstico do seu marketing:**

wa.me/5521959518728

▶ **Conheça a agência: f2cmarketing.com.br**

▶ **Siga: [@f2c.mkt](https://twitter.com/f2c.mkt) · [@johnewertonb](https://twitter.com/johnewertonb)**

Este material é uma produção do portal **Marketing Sem Achismo**, veículo de conteúdo da F2C Marketing Digital. Pode ser compartilhado livremente, desde que mantida a autoria. Edição 2026.