

# Eletricista – como anunciar serviços de elétrica<sup>1</sup>

Hoje, quando falamos de marketing, temos de pensar em toda forma de comunicação que está ao redor da sociedade. Nunca foi diferente. Basta se lembrar de pouco tempo atrás, quando profissionais autônomos investiam em cartões e panfletos.

Mas atualmente, o profissional que deseja fazer anúncios sobre seu trabalho, deve estar visível também nas palmas das mãos dos usuários da internet. Então chegamos nelas: as redes sociais.

## Por que é importante ter um bom marketing pessoal?

O consumidor hoje tem uma forma de atividade que se inicia com sua participação ativa em ambiente web.

Antes de contratar um serviço ou adquirir um produto, esse consumidor checa a internet à procura de melhor oferta de valores, qualidade, opiniões de outros consumidores deixadas registradas e públicas na internet. Não vamos nos esquecer também das recomendações.

Por isso é necessário pensar em um plano, uma trajetória específica quando começar a fazer propaganda na internet. Uma vez publicado o conteúdo, quem tem acesso a esse material pode transmiti-lo adiante e então não se tem mais o controle dos rumos que seus dados irão tomar.



O seu conteúdo está nas mãos dos usuários

<sup>1</sup> Artigo redigido para cliente 99Freelas.

Segundo dados do IBGE publicados pela revista [EXAME](#) no último dia 15 de março, há 116 milhões de brasileiros online. Logo, ao se expor como **prestador de serviços** tem de dar especial atenção à sua imagem, à imagem de sua marca e transmitir uma reputação de ser bom naquilo que faz.

Seguem, abaixo, sugestões para se aprender estratégias indispensáveis para quem quer ser visto na rede, sem prejudicar o nome de sua empresa e de suas prestações de serviços.

## Marketing para eletricitas autônomos

O que eu ofereço? Ao responder a essa questão é necessário fazer um recorte de itens fundamentais que serão publicados em seu blog. Hoje, quando um consumidor vai em busca de eletricitista (pesquisando na internet ou redes sociais), ele procura por uma especialidade conforme sua necessidade, por exemplo:

- Meu quadro elétrico está com defeito;
- Preciso instalar ventilador de teto com controle;
- Meu chuveiro não está esquentando;
- Preciso de orçamento para instalação elétrica;
- Minha internet está com problema nos cabos;
- Meu ar condicionado não liga;
- Meu ar condicionado só ventila;
- Preciso de orçamento para parte elétrica completa;
- Meu disjuntor está desarmando;
- Minha caixa de força explode.

Enfim, você como profissional nesse mercado que oferece vários serviços mais específicos, como os exemplos listados, deve deixar clara a informação a respeito de sua especialidade. Caso tenha uma habilidade na qual se aperfeiçoou, é indicado que deixe essa informação à vista e explique como costuma trabalhar nessa área.

## Destacar a qualidade

### Produto

Sempre forneça a garantia do produto vendido. A garantia deve ser documentada e é conveniente que essa informação seja colocada em seu site ou blog. Pode ser utilizada a expressão “Todos os nossos produtos têm garantia” ou “Fornecemos garantia”.

Entre uma página que apresente essa informação (de forma clara) e uma outra que não apresente, o consumidor irá optar pela segurança de se precaver caso seu produto apresente problemas ou falhe.

Se houver garantia estendida, ofereça também. É errada a ideia de que ninguém quer adquirir uma garantia estendida para seu produto. Muitos consumidores que, diante de

acidentes com raios durante uma chuva, por exemplo, lamentam não a terem incluído no orçamento. E há também aqueles que acabam se esquecendo de pedi-la.

## Serviços

Dê uma garantia de pelo menos 30 dias de seus serviços.

A garantia consiste em estar à disposição em voltar ao local para verificação sem custos aos clientes caso algum problema venha a aparecer. Na prestação de serviços a garantia também é benéfica para o profissional, pois isso evita situações em que o cliente acabe por querer que o eletricitista esteja ao dispor dele por um longo período muito maior do que o de 30 dias.

A oferta de garantia de prestação de serviços também é um atrativo na ora de decisão do consumidor. Aproveitar essa âncora para se colocar em destaque é uma dica que deve ser aproveitada.

Não se esquecer de documentar a garantia! Caso contrário ela não tem nenhum valor para ambas as partes.

Outra dica é disponibilizar um link de acesso ao [Código de Defesa do Consumidor](#) ao falar da garantia oferecida, pois ele dará a seguridade de que o profissional está de acordo com a lei.

Dessa forma se inicia a conquista de **leads** em seu blog. Leads são aqueles consumidores que realmente são interessados no que você tem a oferecer, por isso mantê-los com uma frequente postagem de conteúdos de qualidade é importante para o seu lucro.

## Layout – Só depois de definir a persona

A **persona** é o resultado do estudo feito sobre para quem se destinam os produtos e serviços do profissional que quer ganhar visibilidade e lucro. Trata-se de uma personagem criada na imaginação, mas que, por outro lado, não é fruto da intuição. A **persona** é o foco principal no **marketing de conteúdo** e deve ser construída baseando-se em dados concretos. A persona tem características muito específicas, portanto se diferenciando do **público alvo**.

Vamos tomar como exemplo um eletricitista que atende várias empresas. Logo, o seu público alvo são empresários. Agora, a partir da informação anterior vamos criar uma persona, um indivíduo específico.

Gustavo, 42 anos, diretor de uma empresa fabricante de placas-mães, é casado, tem dois filhos homens, gosta de esportes como basquete e futebol e os pratica semanalmente. Pelo menos uma vez a cada dois meses faz questão de passar uma média de quatro dias em viagem com a sua família e está muito feliz com sua mulher, que também atua na empresa como gerente de marketing.

A **persona** nos ajuda a visualizarmos como será nosso site, de forma mais específica, uma vez que fica mais fácil de definir que cores, imagens, fontes usar para dar sustentação argumentativa ao conteúdo.

Com a **persona** criada, tendo em mente seu perfil traçado, bem detalhado, do seu estilo de vida e às coisas de que mais gosta e faz questão de ter, encaminhamos o nosso produto de forma mais acertada para as vendas.

É imprescindível que o profissional da área de elétrica pense em seu cliente, especificando-o, e tenha bem claro para si se irá atender empresas ou residências. Caso atenda ambos, é importante destacar que se tratam de perfis distintos.

Assim sendo, valeria a pena investir em outro domínio na hora de hospedar seu blog. Serão abordagens diferentes para objetivos diferentes. Manter esses dois tipos de perfis em um mesmo domínio pode ser aparentemente econômico, quando na verdade está impossibilitando o crescimento de **leads** e, conseqüentemente, lucro.



Ideia de cliente empresarial



Ideia de cliente familiar

## Um marketing de conteúdo deve ser útil

O princípio básico do conteúdo postado em sua página é ser útil ao seu cliente. Embora pareça um elemento de nossa era moderna, o conceito de que a finalidade do discurso é ter utilidade a quem o ouve ou lê vem de anos atrás. Isso já existia na Retórica de Aristóteles, na Grécia Antiga, mais ou menos 400 a. C.

Os oradores da Antiguidade, equivalentes aos nossos advogados de hoje, para defender uma causa, tinham de demonstrar provas, com exemplos claros, que fossem compreendidos pela maioria e, no final, fosse demonstrado o quanto uma causa, se aprovada, traria benefícios à civilização.

O que for publicado na internet deverá ser de interesse dos seguidores da página. Não só deverá ser de assunto instigante, como também o conteúdo presente no texto de fato seja relevante. Em outras palavras, é melhor fazer um recorte específico e abordar apenas um objeto e suas peculiaridades.

Por exemplo, dentro do assunto placas-mães, poderia ser abordado, em especial, o tema trilhas e condução de energia. Isso gera maior curiosidade no leitor, pois é um assunto específico com informação a agregar conhecimento, portanto útil.

Também é importante saber utilizar as técnicas de SEO nos textos. Trata-se, abordando aqui de forma muito básica, do uso adequado de palavras-chave que ajudarão um post a ser encontrado pelos mecanismos de busca, como o Google. São muitas as ferramentas associadas à técnica SEO.

Um dos jeitos mais simples de verificar estatisticamente o quanto uma palavra ou expressão foi usada nos últimos meses é acessar o [Google Trends](#). É gratuito e lá é possível verificar se as palavras empregadas nos posts estão sendo buscadas por usuários com frequência.

Agora que foram dados os primeiros passos para não cometer equívocos ao criar um site, é hora de começar a aprender um pouco mais a respeito de técnicas para aprimorar e otimizar seu conteúdo e fazer com que sua página tenha um bom posicionamento no Google.

Não deixe de conhecer os nossos outros artigos e aproveite também para fazer download do e-book “Apostila Digital – Projeto de Instalação Elétrica Residencial”. É grátis! Clique [aqui](#) e faça seu download antes que você se esqueça! Não perca essa oportunidade!

Monica Messias Silva  
Mestra pelo Instituto de Estudos Brasileiros  
Universidade de São Paulo (IEB/USP)  
Bacharel e Licenciada em Francês e Português  
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas  
Universidade de São Paulo (FFLCH/USP)  
Intercâmbio de Graduação em Letras Modernas  
Universidade de Coimbra / Portugal