

# Guia completo para estabelecimentos comerciais:

como usar a comunicação digital a favor do seu negócio e vender mais?



# Sumário



<b>Por que a comunicação digital é essencial</b> para o seu negócio hoje? .....	<b>3</b>
<b>Presença digital:</b> como começar (ou melhorar)? .....	<b>7</b>
<b>Redes sociais:</b> quais escolher e como montar um perfil profissional .....	<b>11</b>
<b>Como criar conteúdos</b> que chamam atenção e geram vendas .....	<b>16</b>
<b>Colocando em prática</b> .....	<b>24</b>

<b>Cardápio digital, QR Code e atendimento moderno:</b> soluções simples que fazem a diferença .....	<b>28</b>
<b>Ferramentas</b> que facilitam a vida do cliente e do dono do negócio .....	<b>31</b>
<b>Benefícios exclusivos</b> para parceiros Alelo .....	<b>35</b>
<b>Comunicação digital na prática:</b> transforme seu estabelecimento – e conte com a Alelo! .....	<b>38</b>

## Por que a comunicação digital é essencial para o seu negócio hoje?

**Quem é dono de um estabelecimento comercial** certamente sabe bem: antes de escolher onde comer, fazer compras ou contratar um serviço, a gente dá aquela conferida online. Não é verdade?

Quando você mesmo vai a um restaurante novo ou procura uma loja no bairro, o que faz primeiro? Atualmente, é comum abrir o Google, olhar as fotos, conferir o cardápio, dar uma passada nas redes sociais e, claro, ler os comentários de quem já foi lá.

E essa mudança de comportamento não é só sua. Ela virou um hábito entre os brasileiros. Hoje, os estabelecimentos já entenderam que estar presente no digital não é mais um diferencial — mas sim uma necessidade para quem quer atrair, conquistar e fidelizar clientes.



Pensando nisso, para começar este guia, separamos alguns dados que mostram bem como o digital virou parte da decisão de compra:

- ✔ **96%** dos brasileiros pesquisam no Google antes de entrar em um estabelecimento ou ligar para uma empresa, segundo [dados do próprio Google](#);
- ✔ Mais de **144 milhões** de brasileiros estão ativos nas [redes sociais](#), passando em média 3h37 por dia navegando nesses canais;
- ✔ Quando o assunto é comida, **63%** dos clientes só vão a um restaurante depois de conferir a reputação dele online (de acordo com dados de uma [pesquisa](#) da Abrasel – Associação

Brasileira de Bares e Restaurantes e da Harmo), e **18%** dos consumidores analisa as fotos do ambiente e dos pratos.



## Mas, afinal, o que é comunicação digital?

De forma simples (e bem resumida), podemos dizer que comunicação digital é tudo aquilo que o seu estabelecimento faz para se comunicar com o público usando canais online. Alguns exemplos são:

- ✓ Perfis em redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp, etc.);
- ✓ Presença em sites de busca, como o Google;
- ✓ Cardápios e catálogos online;
- ✓ Atendimento via aplicativos de mensagens;
- ✓ Campanhas de marketing digital;



E até a forma como você responde os comentários e avaliações dos clientes.

Ou seja, a comunicação digital nada mais é do que o jeito como o seu negócio “fala” com os clientes no ambiente digital, seja para atrair, informar, vender ou fidelizar.

E por que isso é tão importante? Porque o consumidor quer praticidade, agilidade e informação.

Em outras palavras, ele quer saber **o que você vende, como comprar, quanto custa, como chegar até você** e, de preferência, **ver fotos reais dos seus produtos e serviços** antes mesmo de sair de casa.

A boa notícia é que nunca foi tão fácil e acessível investir em comunicação digital. Hoje, com ferramentas simples e soluções práticas, que você vai conhecer melhor mais pra frente, é possível criar campanhas, atualizar seu cardápio, divulgar promoções e interagir com seus clientes – tudo de forma rápida e sem complicação.

Se você quer dar os primeiros passos na digitalização do seu negócio – ou aprimorar a comunicação digital do seu estabelecimento – este e-book é o seu guia prático. Aqui, você vai encontrar dicas, orientações e boas práticas para fortalecer sua presença online.

E, ao final, ainda confere todos os benefícios exclusivos que a Alelo oferece para os parceiros. **Vamos nessa?**



## Presença digital: como começar (ou melhorar)

**Agora que começamos a entender** o quanto a comunicação digital é importante, a pergunta que fica é: por onde começar?







Se você ainda não tem nenhuma presença online, não se preocupe, porque é possível começar do zero. Agora, se você já tem, mas sente que pode melhorar, este é o momento de dar uma atenção extra.

Para quem ainda não começou, inicie pelo básico: **seja encontrado!**

Antes de pensar em posts para diversas redes sociais e campanhas para impulsionar, o primeiro passo é garantir que o seu negócio possa ser encontrado nas buscas online.

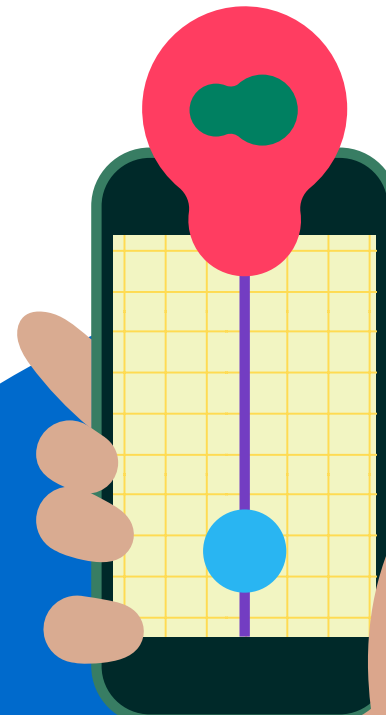


A principal porta de entrada hoje é o **Google Meu Negócio** (Google Perfil de Empresa). É lá que os clientes vão encontrar:

-  Nome do seu estabelecimento
-  Endereço
-  Horário de funcionamento
-  Telefone de contato
-  Fotos do local e dos produtos
-  Avaliações de outros clientes

Se o seu negócio ainda não está cadastrado lá, ou se as informações estão desatualizadas, essa é a primeira tarefa, ok?

Um perfil completo e com boas avaliações aumenta as chances do seu negócio aparecer nas primeiras posições nas buscas do Google.



Lembre-se de que é fundamental manter suas informações sempre atualizadas. Então não esquece de fazer aquele check para ver se está tudo em dia, viu?

Não tem nada mais frustrante para o cliente do que encontrar um horário de funcionamento errado ou ligar para um telefone que não existe mais. Por isso:

- ✓ Atualize seus dados de contato sempre que mudar alguma coisa;
- ✓ Inclua fotos recentes do seu espaço, dos pratos (se for restaurante), dos produtos ou serviços;
- ✓ Revisar o horário de funcionamento para feriados ou datas especiais;
- ✓ Incentive os clientes a deixarem avaliações.

## Hora de expandir para outros canais

Depois de cuidar do Google, o próximo passo é escolher quais redes sociais fazem mais sentido para o seu tipo de negócio.

- ✓ Se você tem um restaurante, lanchonete ou bar: o Instagram é praticamente obrigatório por conta da força das fotos e vídeos, mas outras redes sociais agregam à experiência do consumidor. O [WhatsApp Business](#) também é importante para pedidos por delivery;

- ✓ Se você tem uma loja, mercado ou mercearia: Facebook e WhatsApp Business também são ótimos canais para criar relacionamento com os clientes, porém não se esqueça de outras plataformas.

Ao final do e-book, você vai entender mais como a Lucy, nova parceira da Alelo, pode te ajudar muito nessa fase, com ferramentas que facilitam a criação de campanhas e a atualização das suas informações online para as redes sociais.

### O segredo é: dar um passo de cada vez

Muita gente trava nessa etapa achando que precisa fazer tudo de uma vez. Mas, calma, não precisa. Até porque, leva um certo tempo para que os resultados cheguem no ambiente virtual.

Por essa razão, comece pelo essencial:

- ✓ Estar nas buscas do Google
- ✓ Ter pelo menos um canal social ativo
- ✓ Manter as informações sempre atualizadas



## Redes sociais: quais escolher e como montar um perfil profissional


Agora é hora de olhar para outro ponto superimportante da sua comunicação digital: as redes sociais.



O Brasil tem mais de **144 milhões** de usuários ativos em redes sociais, o que representa **66,3%** da população ([Data Reportal, 2024](#)).



Em média, os brasileiros passam **3 horas e 37 minutos** por dia nas redes (Relatório Digital 2024).



Entre os pequenos negócios, **7** em cada **10** já têm perfil profissional nas redes sociais. No setor de gastronomia e alimentação, essa presença é ainda maior: **84%** dos bares e restaurantes estão nas redes, [segundo o Sebrae](#).

E uma das primeiras dúvidas que costuma surgir é: em quais redes o seu negócio precisa estar? A resposta é simples: nas redes onde o seu cliente está!

Para te ajudar, aqui vai um panorama de como os brasileiros estão distribuídos nas principais plataformas, de acordo com a faixa etária, segundo dados do Data Reportal 2024:

De **18** a **29** anos:

Esse público está presente no **YouTube (93%)**, no **Instagram (78%)** e no **Snapchat (65%)**. Se o seu negócio quer atingir os mais jovens, vale investir em vídeos curtos, Reels, Stories e conteúdos mais dinâmicos.



De **30** a **49** anos:

Aqui, o público é mais diversificado nas escolhas. O **YouTube (92%)** continua sendo o campeão de audiência, mas o **Facebook (75%)** também aparece com força. Se você atende esse grupo, pode apostar em postagens com vídeos informativos, fotos de produtos e até promoções no Facebook.



De **50** a **64** anos:

Nessa faixa, o uso das redes também é alto, principalmente no **YouTube** e no **Facebook**. Já o Instagram e o TikTok ainda não têm tanta adesão. Se o seu público é mais maduro, o ideal é focar em conteúdos simples, diretos e informativos, com fotos claras, textos objetivos e vídeos explicativos.



## Conhecendo as plataformas:



### Instagram

Segundo o Data Reportal 2024, esta é a **terceira rede social mais utilizada pelos brasileiros (134,6 milhões)**, apenas atrás do WhatsApp e do YouTube. É uma ótima plataforma para divulgar fotos, vídeos e manter uma interação diária com seus clientes.



### Facebook

Ainda é muito usado, principalmente por públicos de 30 anos ou mais, e funciona

bem para divulgar promoções, eventos e conteúdos de engajamento. Segundo dados do Data Reportal 2024, é a quarta rede social mais utilizada no Brasil, com **111,3 milhões de contas ativas de brasileiros**.



### WhatsApp Business

O WhatsApp é a rede mais utilizada no Brasil: são **147 milhões de usuários!** Então para você ter um canal direto com o cliente, essa plataforma é essencial! Além disso, por lá, é possível criar catálogo de produtos, responder dúvidas e até fazer atendimento personalizado.



## TikTok (se fizer sentido)

Se o seu público for mais jovem (principalmente entre 18 e 29 anos), pode valer a pena investir em vídeos criativos e rápidos. Afinal, são **98,59 milhões usuários brasileiros** ativos na plataforma.



## Google Meu Negócio (Perfil de Empresa no Google)

Não é exatamente uma rede social, mas é uma vitrine superpoderosa.

Vale reforçar: mantenha tudo sempre atualizado lá.



## Dicas para montar um perfil profissional:

### Foto de perfil bem feita

Use o logo do seu negócio ou uma imagem que represente bem o que você faz. Nada de fotos desfocadas ou improvisadas.

### Nome e @ fáceis de encontrar

Use o nome comercial que os clientes conhecem. Evite nomes complicados ou com muitos números.

### Descrição clara (Bio)

Explique de forma rápida o que você faz.

Por exemplo:

“Restaurante especializado em comida caseira 🍲. Delivery e retirada no balcão 🚗.”

### Link direto pra contato ou cardápio

Coloque o link do WhatsApp, do seu cardápio digital ou do site, se tiver.

### Fotos reais e de qualidade

Mostre seus pratos, o ambiente, os produtos... Quanto mais autêntico, melhor. Agora, nesta fase crescente da Inteligência Artificial, existem estabelecimentos criando

fotos por meio da IA que não condizem à realidade, e isso frustra os clientes. Não caia nessa furada e aposte em fotografias reais!

### Atendimento nas mensagens

Responda o público com atenção. Mesmo que seja só para agradecer um comentário.



## Como criar conteúdos que chamam atenção e geram vendas

Chegou a hora de dar vida a seus perfis nas redes sociais com conteúdos que realmente façam os clientes pararem, curtirem... e, claro, serem fidelizados!

Vale destacar que não basta só estar online. É preciso manter uma sequência de publicações e ter informações atualizadas.

Um dos tipos de posts mais importantes é o que fala com o cliente como se ele estivesse no seu negócio.

Sabe aquele jeito de puxar conversa no balcão, no caixa ou na mesa? É assim que a comunicação nas redes precisa ser.



Exemplos que funcionam:



“Hoje tem promoção especial no almoço, olha só 🍴”



“Acabou de chegar fruta fresquinha na feira do nosso mercado! 🍎🍌”



“Sexta chegou com essa sobremesa nova que tá dando o que falar 😊”



“Final de semana chegando... já garantiu o churrasco? Passa aqui na mercearia que tem oferta especial 🍖🔥”

## Varie os tipos de conteúdo

Um perfil parado ou sempre com o mesmo tipo de postagem acaba sendo ignorado. Por isso, a dica de ouro é: varie os formatos e os temas!

Aqui vão algumas ideias práticas, tanto para restaurantes quanto para mercados, mercearias e outros comércios:





**Tipo de Conteúdo**

- Fotos de produtos ou pratos
- Bastidores
- Depoimentos de clientes
- Promoções e descontos
- Datas comemorativas
- Interações com o público
- Vídeos rápidos (Reels ou Stories)



**Exemplo para Restaurante/Lanchonete**

- Foto caprichada do prato do dia ou do combo especial
- Mostre a cozinha em ação, o preparo de um prato
- Foto ou print de cliente elogiando o atendimento
- Anúncio de promoção do dia, delivery grátis, combo especial
- Cardápio especial para Dia das Mães, Natal, etc.
- Pergunta: "Qual deve ser a sobremesa do mês?"
- Preparo de um prato, montagem de um pedido



**Exemplo para Mercado/Merceria**

- Destaque de frutas frescas, carnes, padaria ou itens em oferta
- Reposição de produtos, montagem de uma gôndola, chegada de mercadorias
- Comentário de cliente falando sobre a variedade ou os preços
- Ofertas de final de semana, descontos especiais
- Ofertas temáticas para datas sazonais: Festa Junina, Natal, etc.
- Enquete: "O que você quer ver na próxima promoção: carnes ou bebidas?"
- Tour rápido pela loja, mostrando as promoções da semana

## Frequência: o quanto postar?

Não existe uma regra fixa, mas o importante é manter constância e relevância. Quem some das redes por muito tempo acaba sendo esquecido.

Uma sugestão para quem está começando:

### Instagram/Facebook

Pelo menos 2 a 3 vezes por semana.

### Stories

Sempre que tiver novidade, promoção ou até mesmo o “bom dia” da equipe (humanização é muito importante!).

## WhatsApp Business

Atualize o catálogo sempre que tiver novos produtos ou promoções e envie mensagens só quando for realmente relevante.





## Exemplos para Restaurantes, Lanchonetes e Bares

### Post de cardápio do dia

“Olha só o que tá saindo hoje da nossa cozinha 🍳🍴

**Prato do dia:** Filé de frango grelhado com arroz, salada e batata rústica.

Peça pelo delivery ou venha almoçar com a gente!”

### Bastidores:

“Tá rolando aquele preparo caprichado por aqui... 😊

Vem conferir de perto ou **peça no delivery!**”

### Promoção relâmpago:

“Hoje tem combo de **hambúguer + refri** por apenas R\$ 25! Só até às 18h! 🍔🥤”



### Datas especiais:

“Já garantiu sua reserva pro **Dia dos Namorados?** 🍷❤️

Temos menu especial e ambiente decorado!”

### Depoimento de cliente:

“Olha só o que a Ana falou da nossa feijoada de sábado. 😊


(Foto do comentário da cliente)”



### Exemplos para Mercados e mercearias

#### Ofertas da semana:

“Promoções fresquinhas pra você economizar:

-  **Banana prata:** R\$ 3,49 o kg
-  **Contra-filé:** R\$ 29,90 o kg
-  **Pão francês:** R\$ 9,90 o kg

Vem aproveitar!  
Promoção válida até sábado!”



### Chegada de mercadoria:

“Acabou de chegar mercadoria nova! Produtos fresquinhos te esperando nas nossas prateleiras 🍅🥕🍖”

### Kits temáticos:

“Que tal um **kit churrasco** pra esse final de semana? Temos tudo o que você precisa: carnes selecionadas, carvão, temperos e aquela cervejinha gelada 🍺🔥”



### Datas comemorativas:

“**Dia das Mães** tá chegando! 🌸  
Preparamos uma seleção de cestas e presentes especiais.  
Passe aqui e confira!”

### Curiosidades ou dicas rápidas:

“Quer aproveitar melhor as **frutas da estação**? 🍊🍌  
Uma boa dica é usá-las para fazer sucos naturais e sobremesas simples em casa. E o melhor: elas estão em oferta aqui no mercado essa semana! 🍓🍌”

## Dicas extras para qualquer tipo de negócio

- ✓ Use **fotos reais e de qualidade** (vale até fotos feitas com o celular, desde que tenham boa iluminação).
- ✓ Inclua **emojis** pra deixar o texto mais leve e atrativo.
- ✓ Sempre que a publicação tiver um tom mais comercial, finalize com um **convite pra ação**:  
"Vem aproveitar!", "Peça agora", "Chama no WhatsApp", "Passe aqui na loja".
- ✓ Use **hashtags** relacionadas ao seu bairro, cidade e segmento para você ser encontrado.



## Colocando em prática

**Agora surgem** diversas dúvidas, como:

- ? “Quantas vezes por semana eu preciso postar?”
- ? “Que tipo de conteúdo funciona melhor em cada formato?”
- ? “Como organizar isso tudo sem ficar perdido?”

A resposta é: não existe uma fórmula única, mas existe um caminho simples para quem está começando ou quer melhorar a rotina de postagens.

Se você tem pouco tempo, o ideal é começar com um ritmo realista, que você consiga manter.



## Sugestão para quem está começando:

- 

**Feed** (posts fixos no **Instagram** /**Facebook**):  
2 a 3 vezes por semana;
- 

**Stories:**  
Pelo menos 3 vezes por semana (se conseguir, todos os dias é ótimo);
- 

**Reels** ou **vídeos curtos:**  
1 vez por semana (ou a cada 15 dias);
- 

**WhatsApp Business:**  
Envio de mensagens só em ocasiões especiais (promoções, novidades, datas comemorativas). Cuidado com excesso de mensagens, porque pode gerar afastamento.

**Dica importante:**  
mais vale ter uma frequência menor e constante, do que postar muito em uma semana e depois desaparecer.



## Como escolher o formato ideal para cada conteúdo?



### Tipo de Conteúdo

Promoções e ofertas

Bastidores e rotina

Novidades de produtos ou pratos

Depoimentos de clientes

Datas comemorativas

Conteúdo educativo (dicas, curiosidades)

Tour pelo ambiente/Loja



### Melhor Formato

Post no **feed + Story** com link direto (se tiver)



**Stories + Reels** curtos



**Feed + Reels**



Post **carrossel** ou **Reels** com vídeo



**Feed + Stories** (com contagem regressiva ou enquetes)



**Feed + Stories** interativos



**Reels + Stories**

## Planner semanal de conteúdo (exemplo de tabela)

Dia da Semana	Feed (Post fixo)	Stories	Reels/Vídeo Curto
<b>Segunda</b>	Dica da Semana /Produtos em destaque	Bastidores /Preparação do dia	-
<b>Terça</b>	Promoção da Semana	Depoimentos de clientes /Enquete rápida	-
<b>Quarta</b>	Novo Produto /Prato do Dia	Making of /Dicas de consumo	Reels: preparo de prato ou tour pela loja
<b>Quinta</b>	Oferta Relâmpago /Destaque de estoque	Bastidores /Hora da entrega	-
<b>Sexta</b>	Cardápio especial /Happy Hour	Contagem regressiva para o fim de semana	Reels: combo especial ou novidades
<b>Sábado</b>	Lembrete de promoções /Chamada para visita	Bastidores /Pratos sendo servidos	-
<b>Domingo</b>	(opcional) Mensagem institucional ou de agradecimento	Mensagem de "bom dia" ou "esperamos por você!"	-



Aqui vai um exemplo de como você pode organizar a sua semana de postagens no Instagram ou Facebook. Esse modelo é simples e pode ser adaptado conforme o movimento/tipo do seu negócio e de acordo com as redes sociais onde seu estabelecimento já está presente.

## Cardápio digital, QR Code e atendimento moderno: soluções simples que fazem a diferença

A gente sabe que o tempo do cliente é precioso. E o seu também! Por isso, quanto mais fácil for o processo de consulta ao cardápio, realização de pedidos ou até de conhecer as promoções do seu estabelecimento, melhor para todo mundo!

Hoje, existem ferramentas digitais simples que podem transformar a experiência do consumidor e ainda agilizar o seu atendimento.

### Dicas extras para qualquer tipo de negócio

Se você trabalha com alimentação, ter um cardápio online deixou de ser um diferencial e virou quase uma obrigação.



## Vantagens de ter um cardápio digital:

- ✓ O cliente pode consultar direto do celular, de onde estiver
- ✓ Atualização rápida de preços e produtos
- ✓ Redução de custos com impressão
- ✓ Possibilidade de incluir fotos dos pratos ou produtos
- ✓ Integração com WhatsApp, redes sociais ou site

Com um simples link ou QR Code, o cliente já acessa tudo em segundos.

## Exemplo de uso:

- Inclua o link do cardápio na bio do Instagram
- Mande o link por WhatsApp junto com a resposta a um cliente que perguntou sobre o menu



## E o QR Code?

Como usar no dia a dia?

- ✓ Direcionar o cliente para promoções especiais
- ✓ Levar direto pro seu perfil no Instagram
- ✓ Abrir o WhatsApp Business com uma mensagem pronta
- ✓ Apresentar o catálogo de produtos (no caso de mercados e mercearias)
- ✓ Conduzir o cliente para uma avaliação online depois da visita

## Atendimento digital = menos fila e mais vendas

Se você ainda recebe todos os pedidos ou dúvidas só por telefone, pode estar perdendo vendas. Hoje, muitos clientes preferem canais digitais para falar com os estabelecimentos. Algumas ideias de como facilitar o atendimento:

- Responder dúvidas pelo WhatsApp Business
- Usar mensagens automáticas fora do horário de atendimento
- Divulgar os meios de contato direto nos Stories e no Feed
- Oferecer a opção de fazer o pedido online (se for restaurante ou lanchonete)

# Ferramentas que facilitam a vida do cliente e do dono do negócio

---

**Que tal um check** com as ferramentas que podem ser aliadas do seu estabelecimento?



**WhatsApp Business:**  
atendimento mais rápido e organizado

Se você ainda usa o WhatsApp comum para falar com os clientes, vale muito migrar para o WhatsApp Business.

Ele é gratuito e oferece recursos pensados para negócios como o seu.

O que dá pra fazer com ele:



Criar respostas rápidas pras dúvidas mais comuns (ex: horário de funcionamento, formas de pagamento);



Organizar os clientes por etiquetas (ex: "Pedidos em andamento", "Clientes VIP");



Montar um catálogo com fotos e preços dos produtos;



Programar mensagens automáticas de boas-vindas ou ausência.



## **Google Meu Negócio (Perfil de Empresa): apareça nas buscas locais**

Como vimos, estar no Google é essencial.

Além de ajudar os clientes a te encontrarem, a ferramenta também permite que você:

- ✓ Atualize horários especiais (ex: feriados);
- ✓ Publique promoções e novidades diretamente no perfil;
- ✓ Responda avaliações (positivas ou negativas);
- ✓ Inclua fotos novas do seu espaço ou produtos.



## **Ferramentas de agendamento de postagens**

Se você sente que sempre esquece de postar nas redes, uma boa dica é usar ferramentas de agendamento de conteúdo.

Com uma boa plataforma, você consegue:

- ✓ Criar os posts com antecedência;
- ✓ Agendar dia e horário pra publicação;
- ✓ Visualizar o seu calendário de comunicação da semana.

Isso facilita muito a vida e garante que sua presença digital continue ativa, mesmo nos dias mais corridos.



## Catálogo digital e links de pedidos

Seja para restaurante, mercearia ou qualquer outro comércio, hoje o cliente quer praticidade.

Dicas rápidas:

- ✔ Use o catálogo do WhatsApp Business pra listar seus produtos;
- ✔ Inclua links diretos pro cardápio nas bios das redes sociais;
- ✔ Crie QR Codes que direcionem pra esses links;
- ✔ Se tiver site, mantenha sempre as promoções atualizadas;



## Painel Meu Negócio (da Alelo)

Se você é parceiro **Alelo**, pode usar o **Painel Meu Negócio** para acompanhar dados importantes sobre o desempenho do seu estabelecimento.



Com ele, dá pra:

- ✔ Monitorar o volume de vendas;
- ✔ Acompanhar o ticket médio;
- ✔ Entender a frequência de visita dos seus clientes;
- ✔ Comparar o seu desempenho com o de outros negócios da sua região.

Informação ajuda você a sair na frente! Quanto mais você entender o comportamento dos seus clientes, melhor vai conseguir planejar suas ações de comunicação. 😊



## Benefícios exclusivos para parceiros Alelo

**Se você já é parceiro Alelo, temos uma boa notícia:** além de contar com milhões de usuários que usam os cartões Alelo todos os dias,  **você também tem acesso a vantagens exclusivas que podem turbinar a comunicação digital do seu negócio.**

O objetivo é simples: **fazer com que mais clientes encontrem, escolham e voltem ao seu estabelecimento.**

Olha só o que você pode aproveitar:

### Mais visibilidade com campanhas direcionadas

A Alelo oferece ferramentas como o Mais Clientes, que permite criar promoções segmentadas para um público que já tem alto potencial de consumo no seu negócio.

Exemplos de ações que você pode fazer:



Oferecer dinheiro de volta para quem compra no seu estabelecimento






Criar campanhas de fidelidade pra garantir que o cliente volte

O **melhor**: essas campanhas são direcionadas para clientes que já usam os cartões Alelo, aumentando muito as chances de conversão.

## Inteligência de dados a favor do seu negócio

A Alelo também te ajuda a entender melhor o comportamento do seu público. Com ferramentas como o **Painel Meu Negócio**, você consegue:

-  Monitorar o ticket médio
-  Analisar a frequência de visitas
-  Comparar seu desempenho com estabelecimentos da sua região



Tomar decisões mais estratégicas sobre promoções e comunicação

## Condições especiais para contratar a Lucy

E agora vem uma das novidades mais importantes: **parceiros Alelo terão condições especiais para contratar a Lucy!**

Isso significa que você pode começar a criar campanhas digitais, montar posts para as redes sociais, divulgar seu cardápio, criar QR Codes e muito mais, com um investimento que cabe no seu bolso.

Além disso, a Lucy tem integração pensada pra facilitar a vida dos estabelecimentos comerciais: os templates de campanha já vêm com foco em venda, atração de clientes e comunicação simples, do jeito que o comércio precisa.

### E não para por aí...

Além de tudo isso, como parceiro Alelo você também pode contar com:

- ✓ Antecipação de recebíveis, pra ter dinheiro no caixa quando precisar
- ✓ Soluções de gestão, como sistema ERP e controle de vendas

- ✓ Descontos em serviços essenciais oferecidos por parceiros Alelo, como gás de cozinha, gestão de resíduos e mais

Tudo isso, sempre com foco em ajudar você a **vender mais, atender melhor e divulgar seu negócio de forma inteligente.**



## Comunicação digital na prática: transforme seu estabelecimento – e conte com a Alelo!

Chegamos ao fim deste guia prático de comunicação digital, mas esse é só o começo da transformação do seu negócio!

Ao longo do e-book, vimos como o comportamento dos consumidores mudou e como a presença digital se tornou essencial para atrair e fidelizar clientes. Alguns pontos-chave que vimos foram:



A importância de ser encontrado no Google e manter seus dados sempre atualizados



Como escolher e usar as redes sociais de forma profissional e estratégica



Dicas práticas para criar conteúdos envolventes e que geram vendas



Ferramentas simples como cardápio digital, QR Code e WhatsApp Business que facilitam o dia a dia



Como a comunicação digital é fundamental para criar conexões com o público

Mas não para por aí. Se você é parceiro Alelo, conta com um ecossistema completo que vai muito além dos meios de pagamento!

Os parceiros Alelo têm acesso a benefícios exclusivos como:

- ✓ Campanhas direcionadas com alto potencial de conversão
- ✓ Ferramentas de inteligência de dados para conhecer melhor seus clientes
- ✓ Condições especiais para contratar a Lucy
- ✓ Soluções de gestão e antecipação de recebíveis que dão mais fôlego ao seu negócio

Lembre-se de que, com a Lucy, a sua comunicação digital ganha fôlego com campanhas personalizadas, templates prontos, calendário de postagens e muito mais.

Tudo pensado para que você economize tempo, aumente suas vendas e mantenha uma presença digital marcante — mesmo sem ser um especialista em marketing.

Como vimos, estar no digital é essencial, mas estar bem acompanhado faz toda a diferença. Com a Alelo e a Lucy, você não está sozinho!

**Agora é com você:** comece aos poucos, mantenha a constância e aproveite ao máximo os recursos disponíveis. A comunicação digital é uma jornada que leva tempo — e a Alelo pode caminhar ao seu lado em todo esse processo.

# VAMOS JUNTOS?

vem alelar com a gente!

[alelo.com.br](https://alelo.com.br)