



RM

FRENTE 6

Reputação e marca

Responsável por Reputação e Marca

Sua missão em uma frase

Recuperar e sustentar a confiança na Leadlovers por meio de respostas públicas humanas, identidade consistente e provas recentes de produto, suporte e resultados.

O jeito mais simples de entender

Reputação é uma conta-corrente de confiança: cada prova faz um depósito; cada promessa sem entrega realiza um saque.

Na prática: Exemplo: uma reclamação recorrente vira resposta pública, correção de causa e prova verificável do que mudou.

Pilar para estudar: Branding · Regra de ouro: produza evidências pequenas e frequentes antes de ampliar o trabalho.

FRONTEIRA DO PAPEL

Onde você atua e onde entrega o bastão

Teste de responsabilidade

Se a tarefa muda diretamente o resultado desta frente, ela entra. Se depende de outra especialidade, prepare a entrada e faça o handoff.

É sua responsabilidade	Não é sua responsabilidade
+ Monitorar Reclame Aqui, Google, G2, Capterra, buscas e respostas de IA com recorte e data. + Responder manifestações públicas com fato validado, empatia, próxima ação e proteção de dados. + Manter nome, descrição, logo, contatos, perfis e relações de entidade consistentes entre superfícies. + Publicar provas verificáveis: casos autorizados, estado do serviço, políticas, autores, datas e métodos. + Levar padrões de crítica ao suporte, produto e liderança, acompanhando a mudança até existir prova pública.	- Resolver o chamado técnico dentro da plataforma pública; a solução pertence à Frente 5. - Criar cadências de entrada guiada, reativação ou recuperação de clientes inativos; isso pertence à Frente 7. - Comprar, fabricar, selecionar apenas avaliações positivas ou pressionar o autor a mudar a nota. - Publicar alegação de resultado, estabilidade ou suporte sem fonte, período e autorização.

Três perguntas antes de aceitar uma tarefa

☐ Esta tarefa produz um dos entregáveis da minha frente?	☐ Eu tenho dados, acesso e prazo para executá-la com segurança?
☐ A prova final poderá ser conferida por outra pessoa?	

Comece pelo que pode interromper o resultado

Meta do dia

Encerrar o expediente sabendo o que mudou, por que mudou e qual prova ficou registrada.

01 · Leia novas menções e classifique: elogio, dúvida, crítica, reclamação, comparação ou informação incorreta.

Por quê: A mesma frase pede rotas diferentes; uma dúvida precisa de fonte, uma reclamação precisa de caso e uma mentira precisa de correção comprovável.

Ferramenta: Reclame Aqui, Google, G2, Capterra, Search Console e monitor de menções aprovado.

Prova: Fila com superfície, link, tema, risco, dono e resposta necessária.

02 · Responda casos públicos prontos, usando o fato validado pela área responsável.

Por quê: A resposta pública é uma vitrine: o leitor futuro observa clareza e responsabilidade, não apenas o autor da reclamação.

Ferramenta: Painel da plataforma, modelo de resposta e registro do caso.

Prova: Resposta publicada com horário, responsável e fato de apoio. Faça: reconheça e oriente. Evite: discutir ou expor dados.

03 · Compare informações básicas da marca em duas superfícies.

Por quê: Nome, descrição e links divergentes deixam pessoas e mecanismos de busca sem saber qual versão confiar.

Ferramenta: Planilha de entidade, site oficial, perfis e dados estruturados.

Prova: Campo conferido, divergência encontrada, correção e captura depois da publicação.

Feche a fila e deixe o amanhã preparado

01 · Registre críticas recorrentes e conecte cada uma a uma ação interna existente.

Por quê: Reputação muda quando a causa muda; responder sem corrigir é pintar uma parede com vazamento.

Ferramenta: Taxonomia de reputação e backlog de Produto, Suporte ou Operações.

Prova: Tema, quantidade, exemplos, dono interno, estado da correção e prova que será publicada.

02 · Revise uma página pública de prova.

Por quê: Data, autoria, método e fonte tornam uma afirmação verificável.

Ferramenta: Site, Central de Ajuda, Search Console e teste de dados estruturados.

Prova: Página com responsável, data de revisão, fonte e limite declarado.

Modelo de fechamento

Hoje observamos X, fizemos Y, o resultado apareceu em Z e amanhã a próxima decisão é W.

☐ Faça: registre a prova no mesmo dia.

☐ Evite: deixar item sem responsável.

☐ Prova: link, número, captura ou decisão datada.

Leia a semana antes de escolher a próxima aposta

Pergunta da semana

O que aprendemos que muda a próxima prioridade, o orçamento ou a experiência do cliente?

01 · Faça o placar semanal por superfície sem misturar notas e janelas diferentes.

Por quê: Uma média geral apaga o lugar exato onde a confiança caiu.

Ferramenta: Painel de reputação com fonte, data, janela e definição.

Prova: Tabela por plataforma: volume, resposta, tempo, solução, nota e tema dominante.

02 · Audite uma amostra de respostas públicas.

Por quê: Copiar e colar parece rápido, mas soa distante e pode repetir promessa incorreta.

Ferramenta: Rubrica de qualidade: empatia, fato, privacidade, ação e clareza.

Prova: Amostra avaliada, exemplos bons, correções e treinamento necessário.

03 · Reúna Reputação, Suporte e Produto para fechar um tema recorrente.

Por quê: A marca vê o sintoma público, o suporte conhece os casos e o produto remove a causa.

Ferramenta: Mapa de causas e backlog compartilhado.

Prova: Uma decisão com dono, mudança esperada e prova pública futura.

Transforme a leitura em compromisso

01 · Atualize o inventário de identidade e de provas.

Por quê: Marca consistente funciona como um documento sem rasuras: todos leem a mesma história.

Ferramenta: Planilha de entidade, marcação Organization em JSON-LD para buscadores, perfis e páginas oficiais.

Prova: Campos conferidos, links válidos, páginas frescas e divergências em tratamento.

02 · Convide clientes elegíveis a deixar avaliação honesta após uma experiência real.

Por quê: Avaliações autênticas ampliam o retrato da base sem esconder críticas.

Ferramenta: Fluxo aprovado de convite, G2, Capterra ou Google conforme elegibilidade.

Prova: Critério neutro de convite, texto sem pedir nota positiva e registro de consentimento quando aplicável.

Saída mínima da reunião

Uma decisão, um responsável, uma data e a prova que encerrará a tarefa.

Evite: reunião que apenas lê números. Prefira: comparar o planejado, o realizado, a causa e a próxima decisão.

PAINEL DE CONTROLE • PARTE 1 DE 2

KPIs que mostram qualidade e velocidade

Como usar: cada número deve responder se a equipe mantém, corrige ou interrompe uma ação. As faixas são pontos de partida e devem ser calibradas com a linha de base da Leadlovers.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Cobertura de resposta pública	Manifestações elegíveis respondidas dividido pelo total de manifestações elegíveis no período.	Diária por superfície; fechamento semanal.	Aproximar-se da cobertura total, respeitando casos sob investigação e regras de cada plataforma.
Tempo mediano de resposta pública	Mediana entre publicação da manifestação e primeira resposta útil da Leadlovers.	Diária e semanal por superfície.	Reduzir a partir da linha de base sem publicar resposta vazia.
Taxa de solução pública	Casos marcados como solucionados pela regra da plataforma dividido por casos elegíveis concluídos.	Semanal e mensal.	Subir junto com a solução no suporte; divergência entre as duas frentes pede auditoria.

Leia em conjunto

Um KPI mostra um ângulo. Antes de decidir, compare qualidade, velocidade e consequência para o cliente.

PAINEL DE CONTROLE • PARTE 2 DE 2

KPIs que mostram custo, confiança e resultado

Como usar: leia a fórmula completa, aplique a cadência indicada e calibre o sinal saudável com a linha de base da própria frente.

KPI	Como calcular	Quando olhar	Sinal saudável
Consistência de entidade	Campos canônicos iguais e válidos nas superfícies auditadas dividido pelo total de campos auditados.	Semanal durante correção; mensal após estabilização.	Eliminar divergências de nome, descrição, logo, contato e links oficiais.
Cobertura de provas recentes	Alegações prioritárias com fonte, período, método e responsável dividido pelo total de alegações prioritárias.	Quinzenal.	Subir até que nenhuma promessa crítica dependa apenas de texto promocional.
Sentimento verificável nas respostas de IA	Respostas neutras ou positivas sobre temas prioritários dividido pelo total de execuções de um conjunto fixo de perguntas, por mecanismo.	Mensal, com perguntas e quantidade de execuções versionadas.	Melhorar em rodadas sucessivas; resposta única é exemplo, não tendência.

Decisão registrada

Escreva qual número mudou, qual faixa foi cruzada, o que será feito e quando a equipe voltará a medir.

Prepare, confirme e execute

Metáfora do fluxo

Subir a escada pulando degraus parece rápido até a primeira queda. Cada passo abaixo produz a entrada do próximo.



01

Capture · Registre a menção com link, horário, superfície, tema e alcance provável.
Use: Monitor de menções e painel da plataforma. · Pronto quando: Registro rastreável e sem cópia desnecessária de dados pessoais.

02

Classifique · Defina se há crítica, dúvida, erro factual, fraude, elogio ou pedido de ajuda.
Use: Taxonomia de reputação. · Pronto quando: Classe e justificativa em uma frase.

03

Busque o fato · Peça ao dono interno situação, limite e próxima ação; não improvise uma versão pública.
Use: Movidesk, página de status, Produto e Financeiro conforme o tema. · Pronto quando: Fonte interna validada, responsável e horário.

04

Proteja a pessoa · Retire detalhes pessoais e mova a investigação individual para canal privado seguro.
Use: Política de privacidade e canal autenticado. · Pronto quando: Resposta pública sem e-mail, telefone, contrato, cobrança ou histórico sensível.

Comprove, entregue e aprenda

1

Responda

2

Corrija a
fonte

3

Feche o...

05

Responda · Reconheça a experiência, apresente o fato disponível e indique o próximo passo.

Use: Editor da plataforma e modelo de resposta. · Pronto quando: Resposta curta, personalizada e publicada. Faça: seja específico. Evite: transformar a resposta em anúncio.

06

Corrija a fonte · Quando houver informação errada da própria marca, atualize a página, o perfil ou os dados estruturados.

Use: CMS, perfis oficiais e teste de resultados ricos. · Pronto quando: Captura antes e depois, URL canônica e data de revisão.

07

Feche o aprendizado · Conecte o padrão público à causa interna e acompanhe a mudança até aparecer em novas avaliações.

Use: Painel de reputação e backlog compartilhado. · Pronto quando: Tema, ação, indicador anterior e indicador posterior na mesma janela.

Porta de saída

O fluxo termina quando a evidência foi conferida e a próxima pessoa recebeu contexto suficiente para agir.

EXEMPLO RESOLVIDO

E

Responder reputação com causa, ação e prova

Pergunta que chegou
Uma reclamação pública pede apenas uma resposta bem escrita?

Campo	Antes	Depois	Por quê
Resposta	Pedido de desculpas genérico	Fato + ação + prazo	Reduz ambiguidade
Causa	Não registrada	Categoria e recorrência	Mostra se o problema é isolado
Fechamento	Comentário publicado	Cliente atendido + correção comprovada	Reconstrói confiança



Decisão
Responder com clareza, abrir responsável interno e só encerrar quando a correção tiver evidência.

IMPACTO	AGIR AGORA	PLANEJAR
	Registrar a causa	Maior esforço
	AJUSTAR	EVITAR
	Baixo impacto	Muito esforço

MENOR ESFORÇO

MAIOR ESFORÇO

Prova de conclusão: A ocorrência liga mensagem pública, ticket, causa, ação, prazo e confirmação do cliente.

CONTROLE DE QUALIDADE

C

Checklist antes de marcar como concluído

Regra do checklist

Marque somente o que outra pessoa consegue conferir por uma evidência, um link, um número ou uma decisão registrada.

☐ A menção possui link, data, superfície e tema registrados.	☐ A resposta usa um fato validado pelo responsável interno.
☐ Nenhum dado pessoal ou detalhe de cobrança aparece em público.	☐ O texto reconhece a experiência sem discutir com o autor.
☐ A resposta indica um próximo passo possível.	☐ A mensagem não promete prazo ou função ainda não confirmados.
☐ Pedidos de avaliação usam critério neutro e aceitam qualquer opinião honesta.	☐ Avaliações incentivadas seguem a identificação exigida pela plataforma.
☐ Nome, descrição, logo, contatos e links oficiais estão consistentes.	☐ A alegação pública informa fonte, período e limite quando necessário.
☐ Conteúdo prioritário tem autor ou responsável e data de revisão.	☐ O padrão de crítica foi entregue à área capaz de remover a causa.

Leitura rápida: 10 a 12 itens marcados indicam prontidão. De 7 a 9, corrija antes de ampliar. Abaixo de 7, volte ao diagnóstico.

O que receber e o que entregar

Metáfora do revezamento

A passagem só funciona quando quem recebe sabe o ponto de encontro, o ritmo e o que vem dentro do bastão.

1

Reputação e marca **PARA** Produto e suporte

Receba: Tema recorrente, links públicos, volume, janela e descrição do impacto percebido.

Entregue: Fato validado, caso interno quando existir, ação corretiva e limite do que pode ser publicado.

Prazo combinado: Conforme gravidade e regra da plataforma; risco de segurança ou dado pessoal entra no rito imediato.

2

Produto e suporte **PARA** Reputação e marca

Receba: Correção, resolução individual ou estado do incidente.

Entregue: Resposta pública, atualização de prova e registro de coerência entre promessa e entrega.

Prazo combinado: Depois da validação técnica e antes de declarar o caso resolvido em público.

3

Reputação e marca **PARA** Conteúdo e GEO

Receba: Dúvidas, comparações, fontes citadas e lacunas de confiança recorrentes.

Entregue: Página útil, fonte canônica, autoria, dados estruturados e conteúdo atualizável.

Prazo combinado: Priorização semanal; correção factual crítica segue fluxo urgente.

ANTIERRROS



Cinco atitudes que confundem o papel

Use esta página quando surgir dúvida

Se uma ação não cabe no seu escopo, não a abandone: transforme-a em handoff com entrada, saída e prazo.

Cinco erros que confundem o papel

☐ Evitar: Usar resposta genérica em toda crítica; a pessoa percebe quando seu caso não foi lido.	☐ Evitar: Tentar remover crítica legítima por discordar dela; conteste apenas com prova ou denuncie violação real da política.
☐ Evitar: Pedir avaliação somente a clientes satisfeitos; isso seleciona o retrato e fere a confiança.	☐ Evitar: Confundir volume de menções com melhora de reputação; observe solução, coerência e temas.
☐ Evitar: Publicar prova sem data ou método; número solto envelhece e pode contradizer outras páginas.	
☐ Faça: descreva a decisão em linguagem comum.	☐ Evite: usar volume como sinônimo de qualidade.
☐ Prova: outra pessoa consegue repetir a conclusão.	

COPIAR E ADAPTAR · PROMPT 1 DE 2

P

Rascunhe uma resposta pública humana

Antes de copiar

Preencha contexto, período e dados disponíveis. Peça ao assistente para apontar lacunas, sem inventar números.

Rascunhe uma resposta pública humana

Quando usar: Forneça apenas fatos aprovados, regra da plataforma e o que pode ser dito em público.

Copie e adapte:

Crie uma resposta com quatro partes curtas: reconhecimento específico, fato confirmado, próxima ação e assinatura humana. Não inclua dados pessoais, promoção, culpa ao cliente ou promessa sem dono. Entregue também uma linha 'evite' com o trecho que poderia soar defensivo.

Saída esperada: Rascunho para revisão humana, mais alerta de privacidade e de promessa.

Revisão humana: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Encontre divergências de identidade

Boa instrução, boa saída

Diga o objetivo, os limites, os dados disponíveis e o formato final. Uma instrução vaga produz trabalho de revisão.

Encontre divergências de identidade

Quando usar: A entrada é uma tabela com nome, descrição, logo, contatos e links da Leadlovers em diferentes superfícies.

Copie e adapte:

Compare cada campo com a fonte canônica. Liste divergência, risco de confusão, correção proposta e responsável. Não escolha a versão mais frequente; escolha apenas a versão aprovada. Mostre a prova necessária após a correção.

Saída esperada: Checklist de correção por superfície, com prioridade e evidência.

Revisão humana obrigatória: confira fatos, dados pessoais, promessas e decisões antes de enviar ou publicar qualquer saída.

Comece pela prova que precisa produzir

Estado da arte sem modismo

A melhor ferramenta é a que cabe no fluxo, protege os dados e deixa uma saída verificável. Troque de ferramenta sem trocar o método.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
Reclame Aqui, Google, G2, Capterra, Search Console e monitor de menções aprovado.	Leia novas menções e classifique: elogio, dúvida, crítica, reclamação, comparação ou informação incorreta.
Painel da plataforma, modelo de resposta e registro do caso.	Responda casos públicos prontos, usando o fato validado pela área responsável.
Planilha de entidade, site oficial, perfis e dados estruturados.	Compare informações básicas da marca em duas superfícies.

☐ Defina a prova antes de abrir a ferramenta.	☐ Use apenas os dados necessários para a tarefa.
☐ Registre fonte, responsável e data da saída.	☐ Revise o resultado antes de compartilhar.

Conecte a ferramenta à rotina da frente

Pergunta de escolha

Esta ferramenta reduz um risco ou apenas adiciona uma tela? Mantenha o método simples e a prova conferível.

Ferramenta no fluxo	Use para produzir esta prova
Taxonomia de reputação e backlog de Produto, Suporte ou Operações.	Registre críticas recorrentes e conecte cada uma a uma ação interna existente.
Site, Central de Ajuda, Search Console e teste de dados estruturados.	Revise uma página pública de prova.
Painel de reputação com fonte, data, janela e definição.	Faça o placar semanal por superfície sem misturar notas e janelas diferentes.

Critério de pronto

A ferramenta cumpriu o papel quando a evidência foi produzida e outra pessoa consegue repetir a conclusão.

F

APROFUNDAMENTO

Documentação oficial e próximo passo

Como ler as fontes

Abra somente a documentação da ferramenta que você usará agora. O método do guia continua válido quando a interface mudar.

Documentação oficial para aprofundar

Google Business Profile: boas práticas para avaliações · Orienta pedir avaliações sem incentivo indevido e responder de forma curta, honesta, útil e sem expor dados.

Google Search Central: dados estruturados de organização · Explica como dados de organização ajudam a identificar e diferenciar uma entidade e seus detalhes oficiais.

Google Search Central: conteúdo útil, confiável e centrado em pessoas · Define critérios de experiência, autoria, método, propósito e confiança para conteúdo público.

Google Search Central: otimização para recursos de IA · Reforça conteúdo original, útil e confiável, sem criar páginas em escala para manipular respostas.

G2: diretrizes da comunidade e autenticidade de avaliações · Define experiência real, transparência de incentivo, equilíbrio e proibição de manipular avaliações.

Próximo passo

Escolha uma tarefa diária, execute hoje, registre a prova e use o checklist antes de ampliar. O guia completo continua no Portal Educacional Leadlovers 2026.

Abrir a aula relacionada no portal