

SETOR BANCÁRIO EM PORTUGAL

Um estudo sobre a Visibilidade e a Reputação Online



Sumário

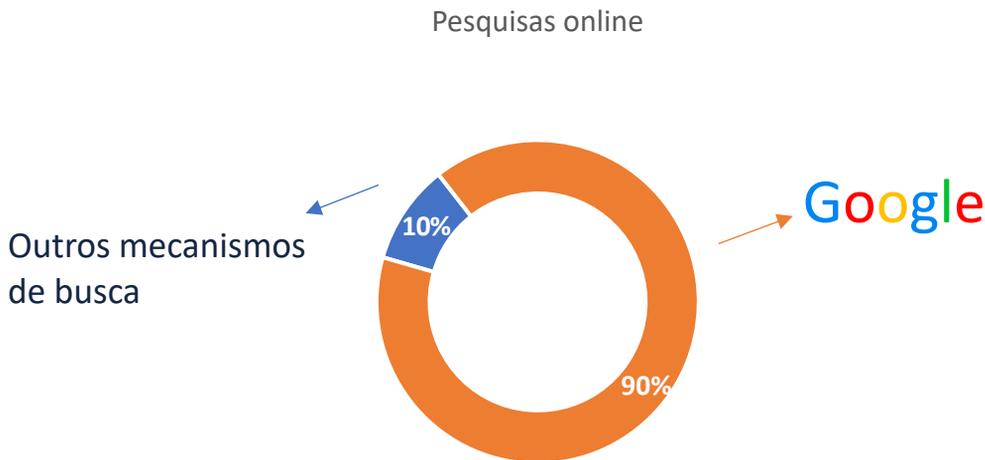
- **Benchmark Bancos portugueses**
 - Os números da pesquisa
 - As marcas analisadas
 - Tendências do Google e pesquisas locais

- **Fatores de posicionamento on-line**
 - Classificação de Listagens do Google
 - Importância da informação
 - A explosão de avaliações do Google

- **Dicas da Partoo**
 - Nossos produtos
 - Contactos

Introdução

Estar presente no Google é hoje um fator indispensável para crescer seu negócio na Internet e atrair novos clientes para seu ponto de venda. 90% das pesquisas na Internet são feitas no Google, e destas, metade são pesquisas locais: é aí que os futuros clientes estão procurando por si!



Por essa razão, gerentes de marketing de todas as empresas e setores estão se aproximando do mundo do Marketing Local online.

Melhorar a visibilidade, no entanto, não é fácil: especialmente no setor bancário, a concorrência é cada vez mais acirrada, sobretudo em grandes cidades.

Vejam a situação de algumas marcas portuguesas ..

Para quem é esse Guia?

Esta pesquisa do Partoo nasceu com o objetivo de analisar a presença e reputação online de algumas marcas do sector bancário português, e é dirigida a todos aqueles que trabalham neste setor, numa equipa de Marketing, Vendas ou Growth.

Através da nossa plataforma, conseguimos extrair várias informações sobre o perfil de negócios no Google de cada marca e, em seguida, analisá-las.

Este guia é para quem quer descobrir:

- ✓ Quais são as marcas com uma boa reputação online
- ✓ Quem possui as informações básicas de posicionamento online
- ✓ Como estruturar uma estratégia digital eficaz

Os números da pesquisa

13



Marcas analisadas

3.261



Fichas analisadas

65K



Avaliações extraídas
do Google Perfil de
Empresa

3,4



Nota média das
fichas



109



109



228



276



109



139



180



139



82



15



161



32



18



Marcas analizadas

Google Trends:

Se compararmos os dados de há 5 anos com os deste ano, veremos que a pesquisa "**ATM perto de mim**" e "**banco perto de mim**" teve um crescimento percentual incrível, respectivamente,

+ 1800%

Pesquisa direta

A procura por uma localização específica, um bom indicador da sua notoriedade.

"Bankinter em Lisboa"

+ 574%

Pesquisa indireta

A procura de uma categoria ou atividade, além de um indicador para o qual está otimizado.
"agência bancária próxima a mim"



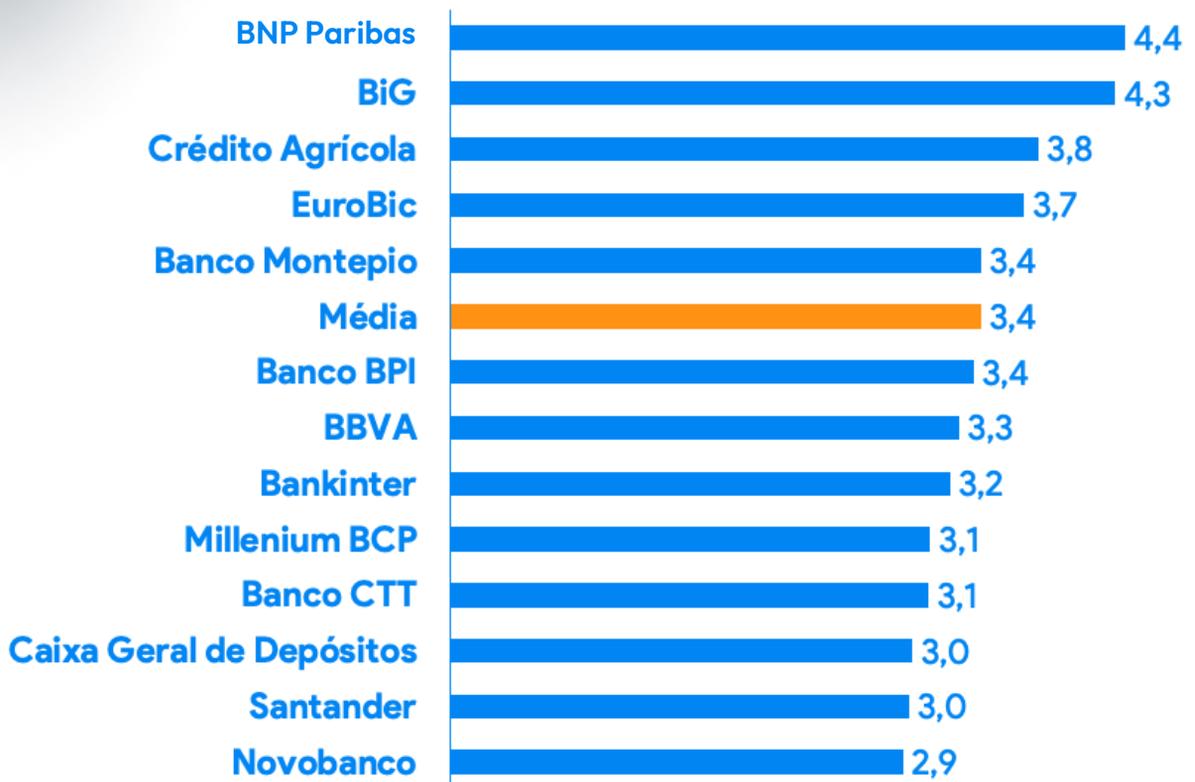
Pesquisas indiretas representam **80%** de todas as pesquisas realizadas no Google. Por esta razão, é importante ter uma estratégia eficaz de SEO, para ser capaz de se posicionar nos primeiros resultados de pesquisa.

Fatores de posicionamento



A nota de uma ficha do Google é o fator de posicionamento mais importante

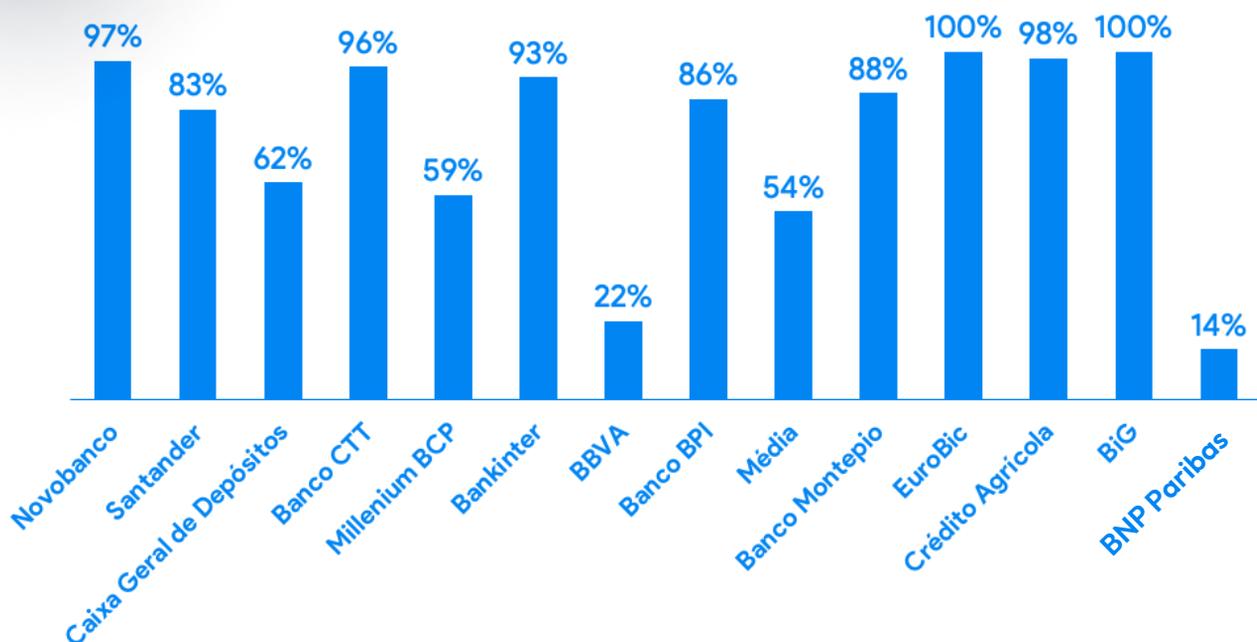
Os bancos tiveram uma nota média de avaliações de **3,4/5**



Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus utilizadores para marcas e negócios locais que provavelmente irão satisfazê-los. O algoritmo da Google mostra nos primeiros resultados as empresas que têm uma boa reputação online, com base na classificação média de avaliações, taxas e tempos de resposta.

As avaliações são também um fator de posicionamento importante

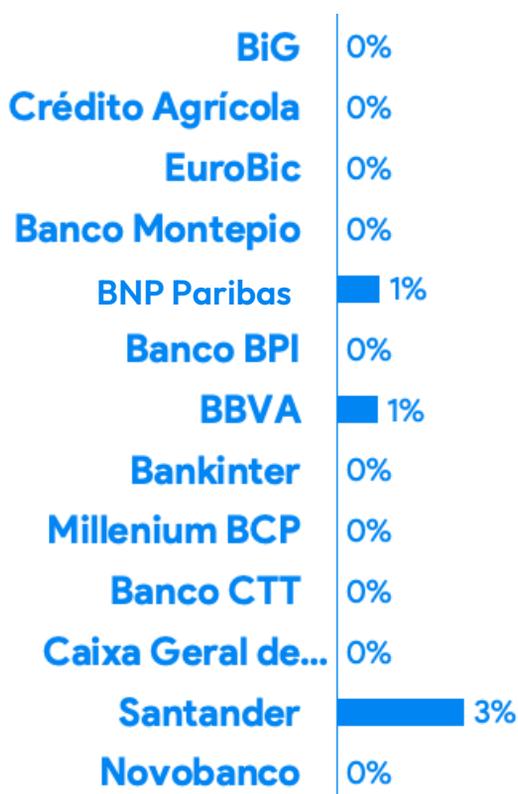
As agências com **menos de 10 avaliações** respectivamente são:



Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus usuários para marcas e negócios locais que provavelmente irão satisfazê-los. O algoritmo da Google mostra nos primeiros resultados as empresas que têm uma boa reputação online, com base na classificação média de avaliações, taxas e tempos de resposta. **87% dos usuários acreditam que uma classificação inferior a 3 estrelas é inaceitável.**



Bancos com notas superiores a 4,5* no Google



TIPS!



Sabia que a sua reputação online, incluindo a sua nota no Google, é o seu principal fator de conversão? As notas da sua ficha do Google, junto a outros indicadores reputacionais, estão no top 5 dos fatores de conversão local, segundo a agência MOZ.

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe uma agência bancária entre aqueles que o Google oferece no Local Pack.

O Local Pack é o bloco de informações geolocalizadas que inclui todos os negócios locais nas proximidades do utilizador, capaz de atender às suas necessidades de forma direcionada. Hoje, o Google Local Pack também é conhecido como 3-Pack local, porque mostra apenas os três primeiros resultados classificados como mais relevantes.



65% dos utilizadores param nos 3 primeiros resultados no local pack

Como conseguir um lugar privilegiado no Local Pack?

É necessário fornecer ao Google as informações corretas do restaurante, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

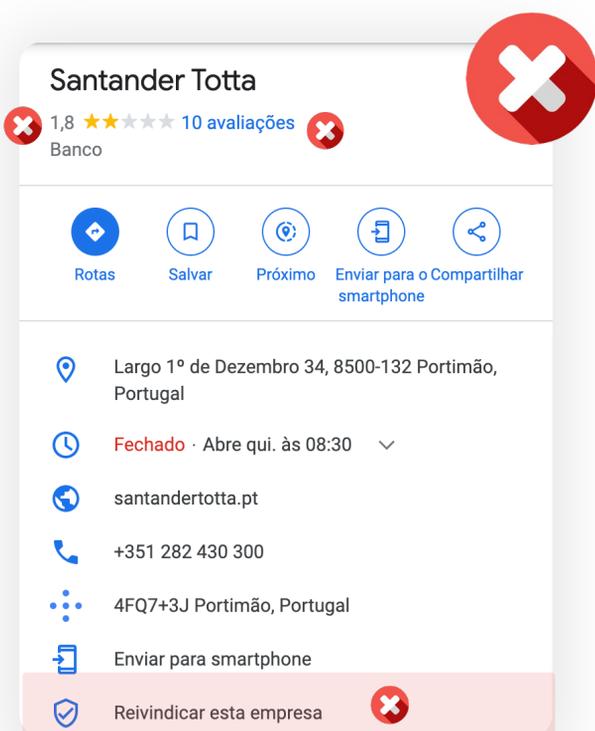
Aqui estão os passos básicos a seguir:

- ✓ **Reinvidique a ficha.** Se a ficha do Google não for gerida pelo proprietário, qualquer utilizador pode editar as informações, correndo o risco de inserir informações errôneas).
- ✓ **Insira o horário de funcionamento.** Atualizar o horário de funcionamento, bem como horários extraordinários (feriados, feriados, etc.) é muito importante para evitar que os clientes estejam desapontados por chegarem em frente a uma loja fechada.
- ✓ **Especifique categorias/atributos.** A adição de categorias é essencial para garantir a relevância das pesquisas. Cada ficha do Google pode conter até 10 categorias: 1 primária e 9 secundárias.
- ✓ **Adicione fotos do seu estabelecimento.** As fichas com fotos têm cerca de 35% mais cliques do que aquelas que não têm. Além disso, se não enviar nenhuma fotografia para a sua ficha do Google, o Google o fará por si; e a sua localização será qualquer imagem do Google Street View ou uma foto adicionada por um utilizador.

Vamos comparar duas fichas do Google.

A primeira é da **Santander Totta**: mostra-nos um símbolo de que não foi reivindicada, por isso a Maxmat não é a proprietária oficial desta ficha GBP. Assim, permite qualquer utilizador meter informação, tanto imagens como horários ou detalhes de contato. Além disso, quase toda a informação básica que listamos antes não está lá. Resultado? Quando fizermos uma pesquisa indireta, não encontraremos este revendedor no Pack Local.

A segunda é da **Bancomer BBVA**: neste caso, o símbolo é propriedade da BBVA, há fotos do estabelecimento e das produtos. Além disso, há bastante avaliações de clientes, atributos, podemos verificar o horário de funcionamento, o site e o contato telefónico.



Santander Totta

1,8 ★★☆☆☆ 10 avaliações

Banco

Rotas Salvar Próximo Enviar para o smartphone

Largo 1º de Dezembro 34, 8500-132 Portimão, Portugal

Fechado · Abre qui. às 08:30

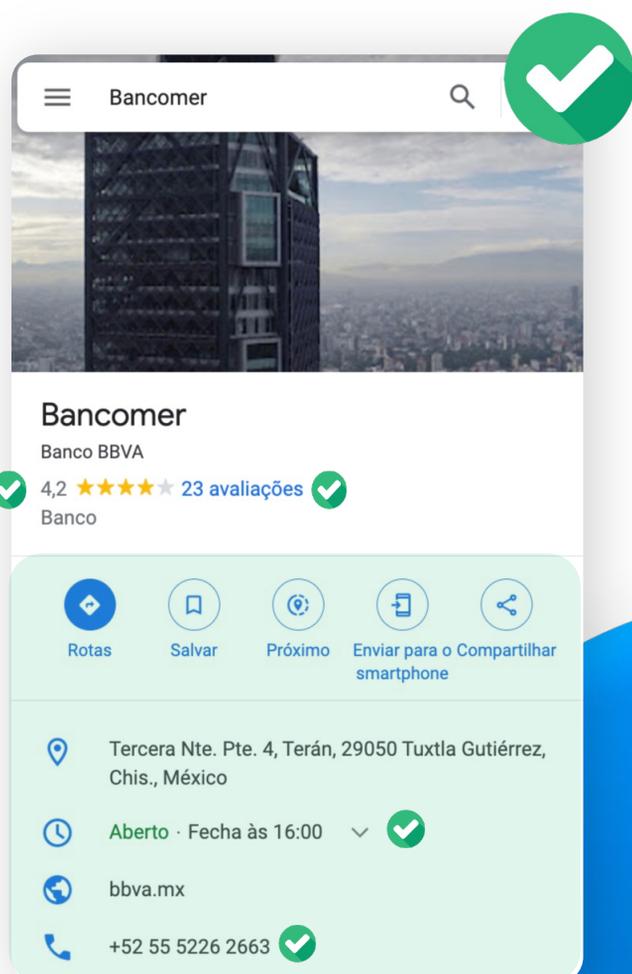
santandertotta.pt

+351 282 430 300

4FQ7+3J Portimão, Portugal

Enviar para smartphone

Reivindicar esta empresa



Bancomer

Banco BBVA

4,2 ★★★★★ 23 avaliações

Banco

Rotas Salvar Próximo Enviar para o smartphone

Tercera Nte. Pte. 4, Terán, 29050 Tuxtla Gutiérrez, Chis., México

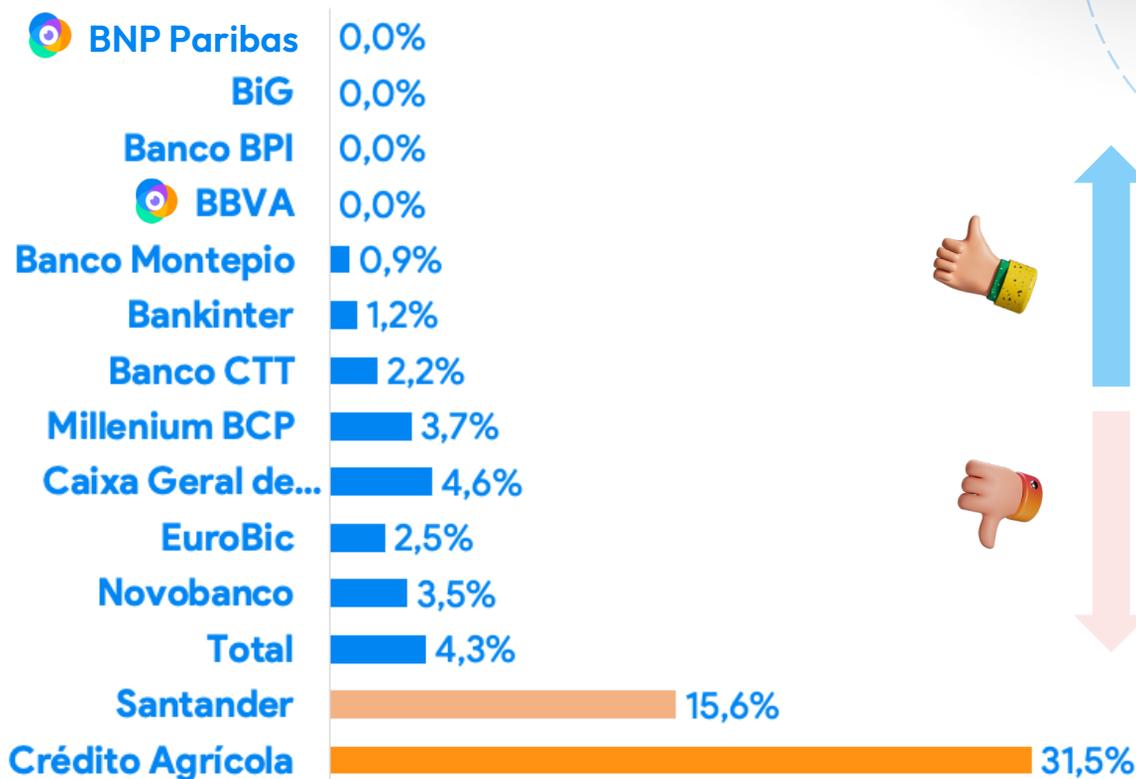
Aberto · Fecha às 16:00

bbva.mx

+52 55 5226 2663



Bancos em Portugal sem contacto telefónico



TIPS!

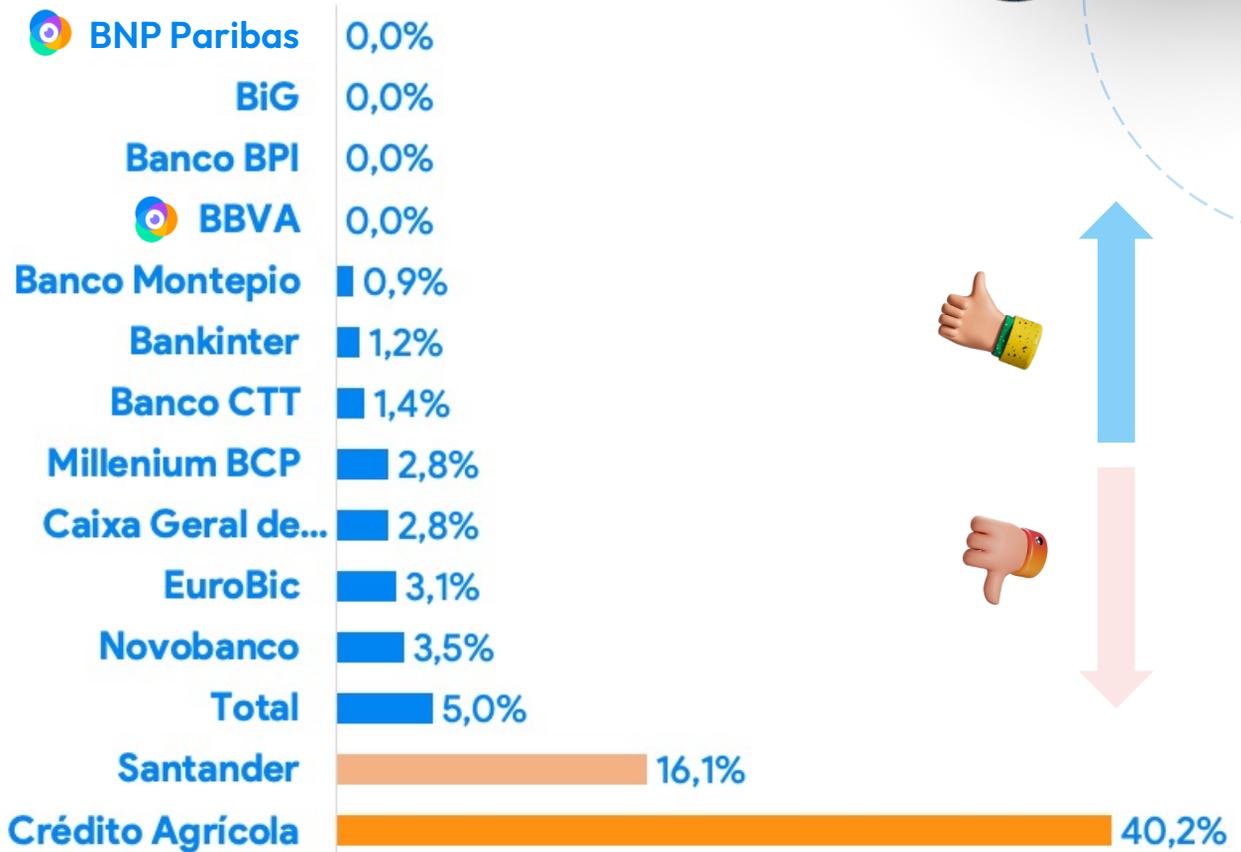


As pessoas de hoje estão muito predispostas a ter contactos com empresas: **60% dos utilizadores móveis** contactaram uma loja diretamente a partir dos resultados da pesquisa*. Se a listagem da sua loja não mostrar contactos telefónicos, o utilizador entrará em contacto com um concorrente. Para satisfazer as necessidades do cliente temos de garantir que temos tudo o que eles precisam, mesmo antes de chegarem fisicamente à loja.

*Fonte: Partoo's Data Studio
BNP Paribas e BBVA são clientes Partoo na França e no México, respectivamente



Bancos em Portugal sem website



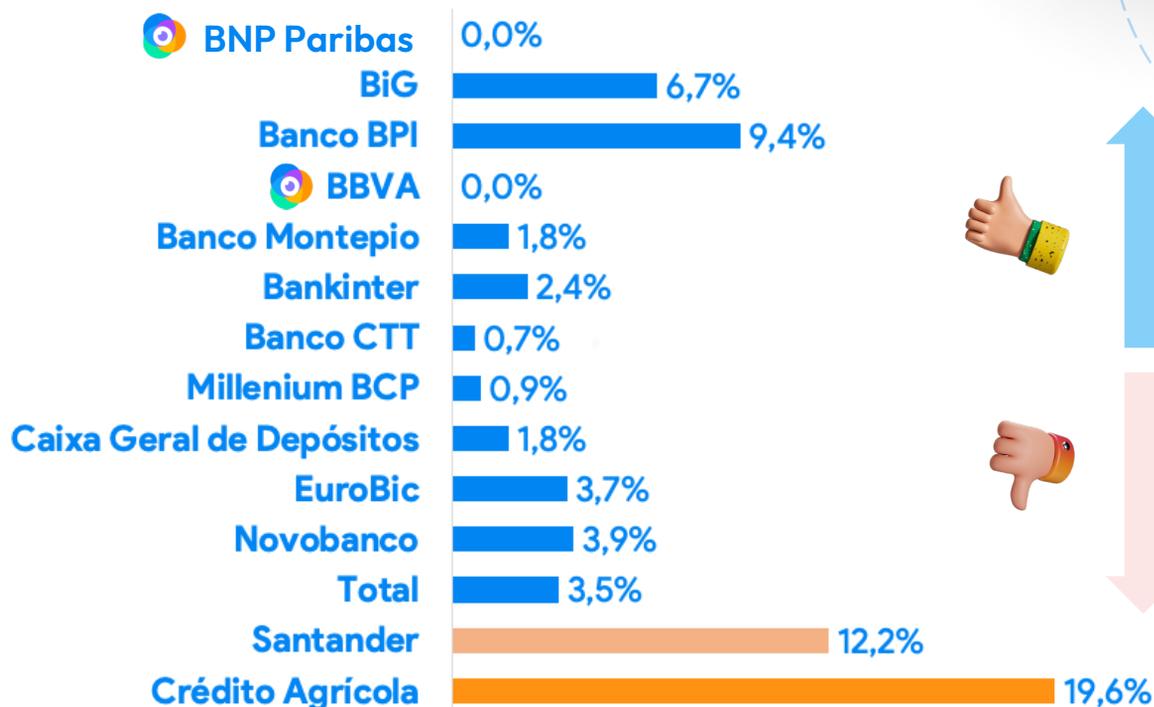
TIPS!



Muitas pessoas acreditam que a qualidade de um website reflete a qualidade do restaurante para além de mostrar o menu e a oferta de pratos. Certifique-se de que o seu website está bem atualizado e reflete a imagem da marca, e para não perder potenciais clientes, adicione o seu website ao perfil comercial da Google (GBP).



Bancos em Portugal **sem** horários



TIPS!



Quanto mais atualizar a informação, mais aparecerá nos primeiros resultados. A informação mais importante para atualizar frequentemente é a hora de abertura e fecho do restaurante. Nos feriados (mesmo que a hora não mude) ainda terá de ser atualizado, ou a Google penalizará o cartão com a frase: "Neste feriado o horário pode mudar", o que causa incerteza ao consumidor.

*Fonte: Partoo's Data Studio
BNP Paribas e BBVA são clientes Partoo na França e no México, respectivamente

A explosão das avaliações do Google

Sabia que 91% dos utilizadores olham para as avaliações antes de irem a uma loja de decoração?

9 em 10 pessoas, antes de escolher uma loja de decoração, confiarão na opinião que outros utilizadores deixaram. Se houver poucas, se houver críticas graves, é pouco provável que o utilizador escolha o seu estabelecimento.

As avaliações tornaram-se parte integrante do processo de compra das novas gerações e são essenciais para:

- ✓ melhorar a visibilidade do seu estabelecimento
- ✓ reter os seus clientes
- ✓ Construir a sua imagem de marca.



As avaliações recebidas permitem-lhe melhorar a sua visibilidade e também posicionar-se com base em novas palavras-chave.

Se quiser saber mais sobre este tópico, pode fazer [acessar](#):

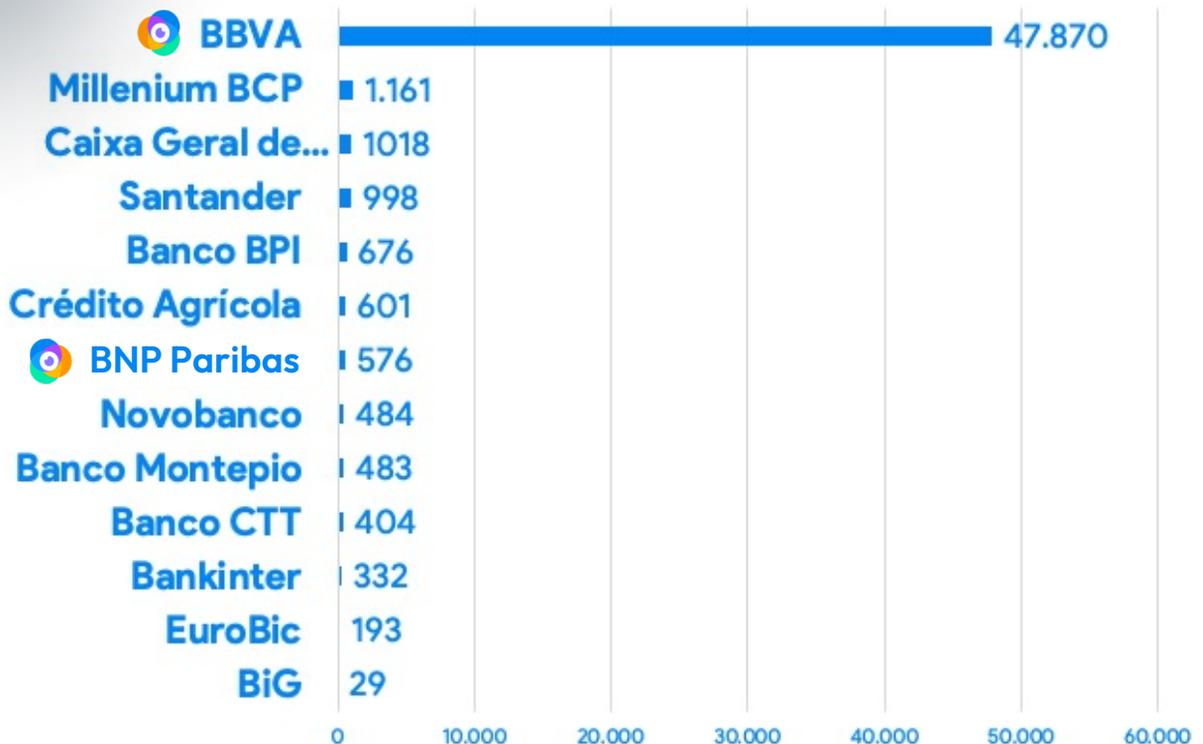
[definição e estratégias para a gestão de avaliações](#)

Quantas avaliações recebem os bancos em Portugal?

As agências bancárias têm, na média,

28

Avaliações / banco



TIPS!



Quanto mais críticas positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-nos receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador nos escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online antes de escolher.** Para obter mais comentários, não hesite em pedi-lo aos seus clientes, muitos deles estão dispostos a fazê-lo.



Todos os anos, na Partoo, publicamos um barómetro de impacto de revisão, com base nos dados recolhidos dos nossos clientes. Este relatório foi produzido a partir da análise de **72.504** pontos de venda dos nossos **458** clientes, através da coleta de **2,9 milhões** de avaliações. Todas as marcas apresentadas no estudo gerenciam sua reputação on-line usando nossa solução de Review Management.

- 2.929.059 milhões de avaliações analisadas
- 72.504 pontos de venda estudados
- 4,11 de nota média
- 41 avaliações por estabelecimento em média

[DESCUBRA O ESTUDO AQUI](#)



SEJA ENCONTRADO



Presence Management

- Multidifusão
- Otimização
- Redes Sociais



Store Locator



SEJA ESCOLHIDO



Review

- Centralização
- Modelo de resposta
- Booster nas avaliações



Messages



Contacto



Liliana Santos

Iberia Account Executive
liliana.santos@partoo.es



Fabio Salvador

Sales Manager Iberia
fabio.salvador@partoo.es

