

SETOR BANCOS & SEGUROS NO BRASIL

Um estudo sobre a Visibilidade e a Reputação Online



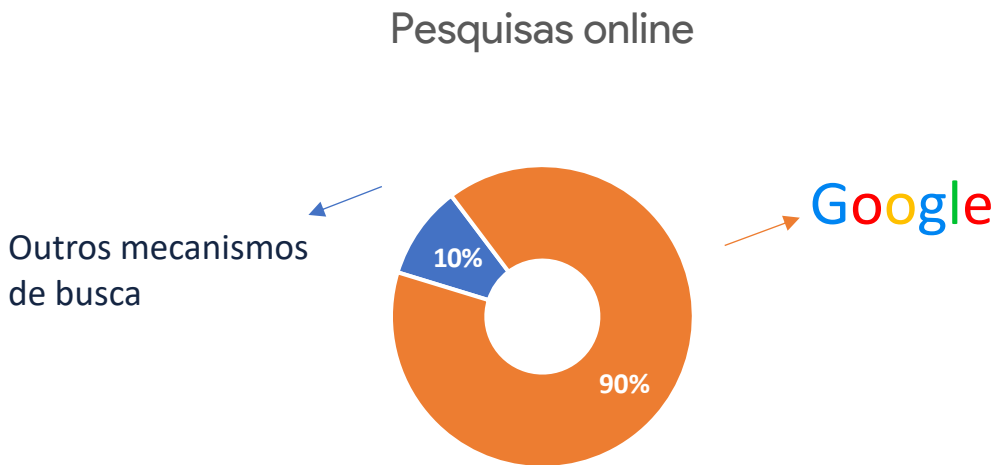
partoo

Índice

- **Benchmark Bancos & Seguros brasileiros**
 - Os números da pesquisa
 - As marcas analisadas
 - Tendências do Google e pesquisas locais
- **Fatores de posicionamento on-line**
 - Classificação de fichas do Google
 - Importância da informação
 - A explosão de avaliações do Google
- **Dicas da Partoo**
 - Os nossos produtos
 - Contatos

Introdução

Estar presente no Google é hoje um fator indispensável para crescer o 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 você!



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 e de seguros, a concorrência é cada vez mais acirrada, sobretudo em grandes cidades.

Vejamos a situação de algumas marcas brasileiras

Para quem é este Guia?

Esta pesquisa da Partoo nasceu com o objetivo de analisar a presença e reputação online de algumas marcas do setor «Bancos & Seguros», e é dirigida a todos aqueles que trabalham neste setor, numa equipe 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

13



Marcas analisadas

4.042



Fichas analisadas

203K



Avaliações extraídas do
Google Perfil de Empresa

3,7



Nota média das fichas



1.700

Bancorbrás

14

Allianz

43

Banco
Daycoval

44



917



bradesco

59
5

HDI
SEGUROS

51



416



Liberty
Seguros

57

MAG
SEGUROS

35

MAPFRE

46



PORTO
SEGURO

66

SulAmérica

58

Google Trends:

Se compararmos os dados de há 5 anos com os deste ano, veremos que a pesquisa “**caixa automática perto de mim**” e “**banco perto de mim**” teve um crescimento percentual considerável, respectivamente,

+ 1800%

Pesquisa direta

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

“Banco Itaú na Paulista”

+ 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.

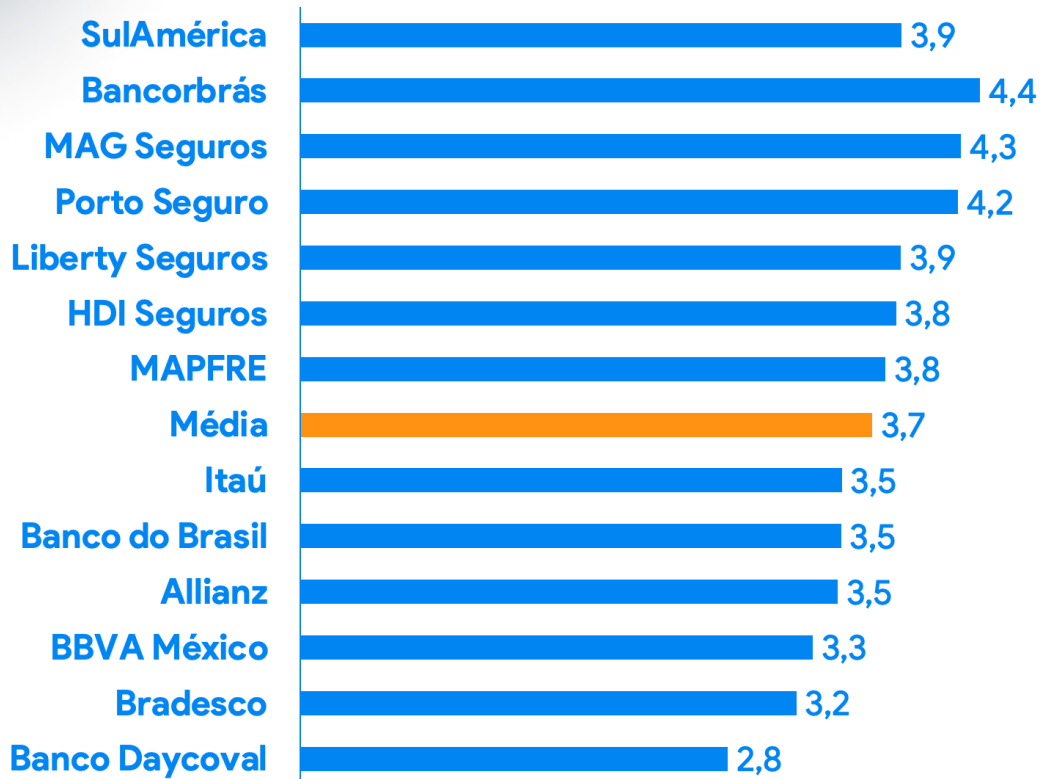
Fatores de posicionamento



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

Os bancos & seguradoras tiveram uma nota média de avaliações de

3,7/5



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023).

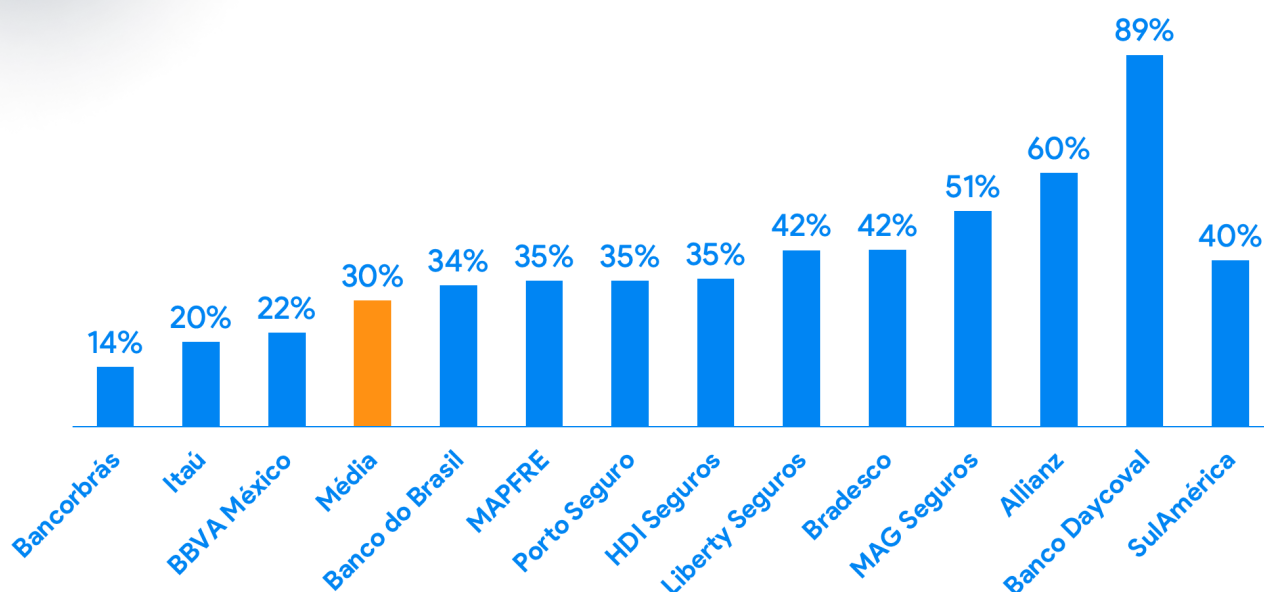
TIPS!



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.

As avaliações são também um fator de posicionamento importante

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



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023).

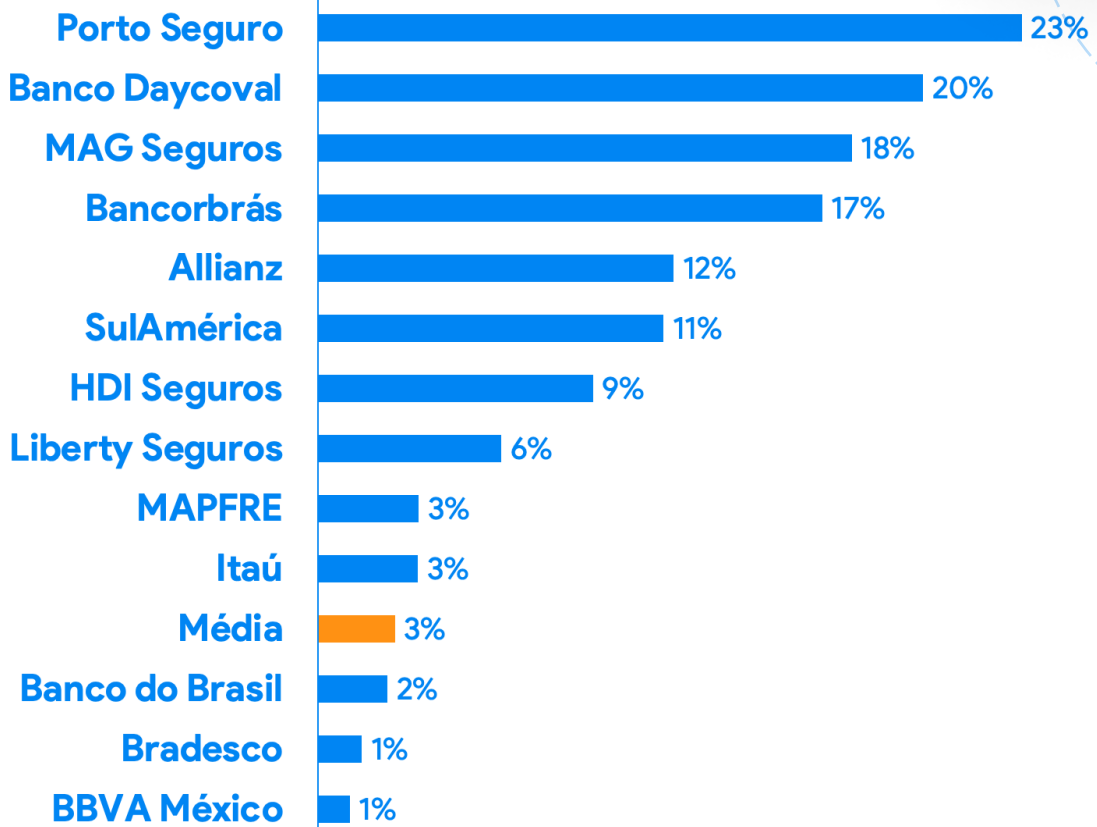
TIPS!



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 & Seguradoras com notas superiores a 4,5* no Google



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023).

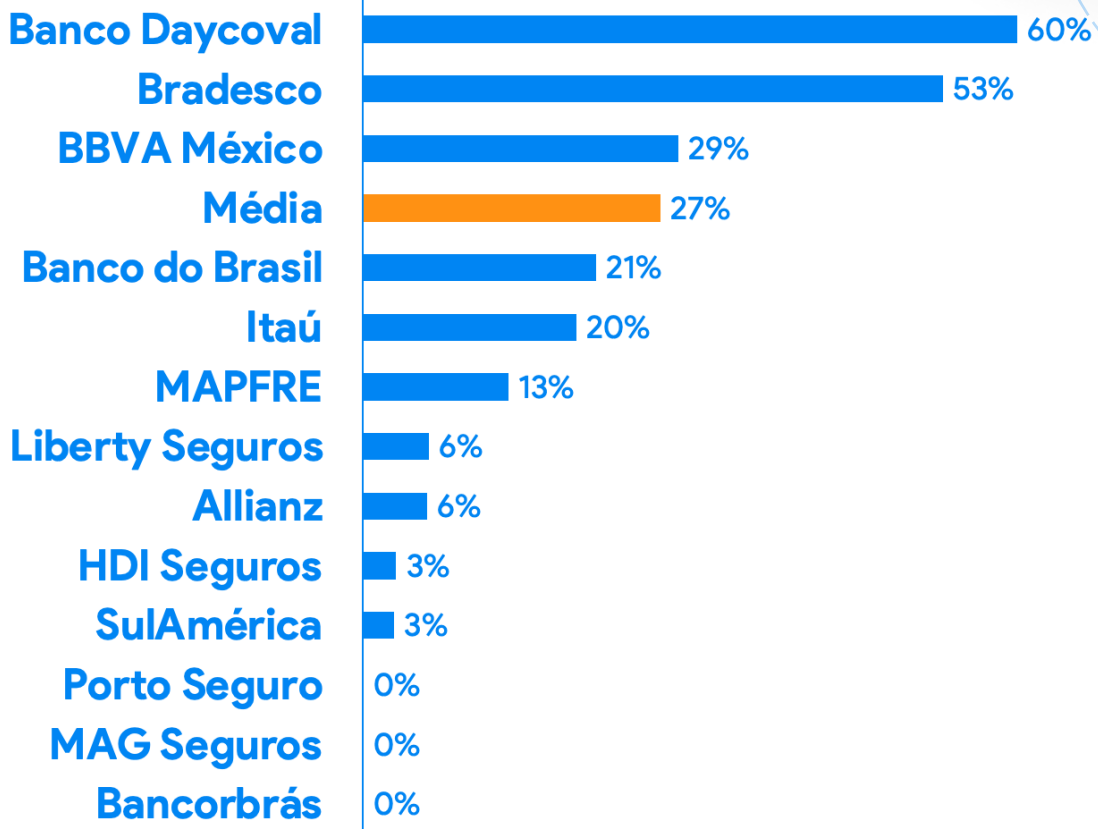
TIPS!



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.



Bancos & Seguradoras com notas inferiores a 3* no Google



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023).

TIPS!



87% dos usuários afirmam que não visitariam um estabelecimento cuja nota seja inferior a 3*. Além de um mero número, a nota que a sua ficha recebe pode impactar diretamente na sua estratégia web-to-store e, consequentemente, na sua receita. **Cuidado!**

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe uma agência bancária ou seguradora 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 usuário, 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 usuários 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 estabelecimento, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

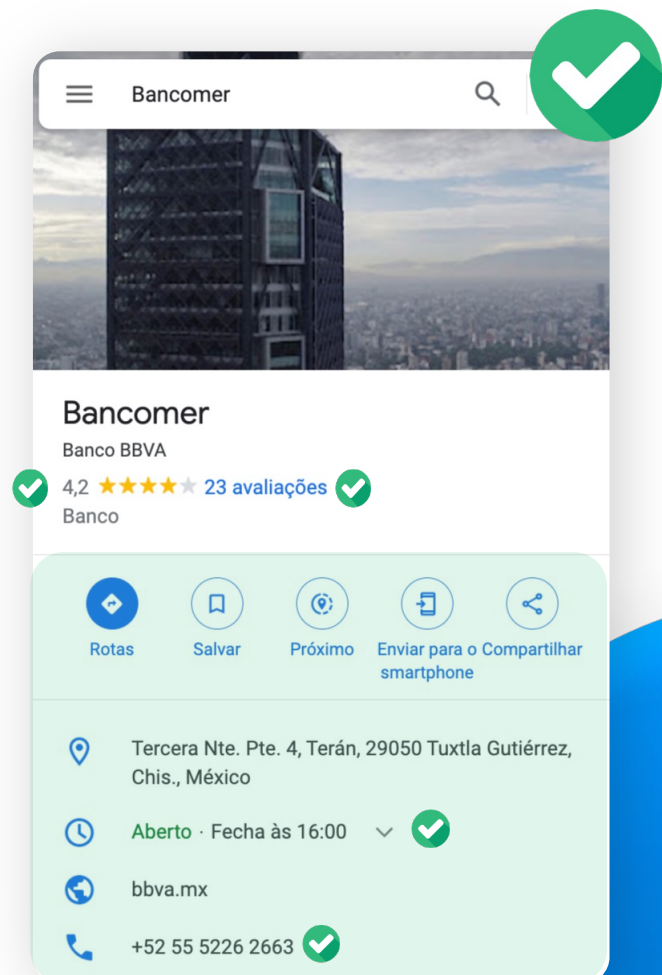
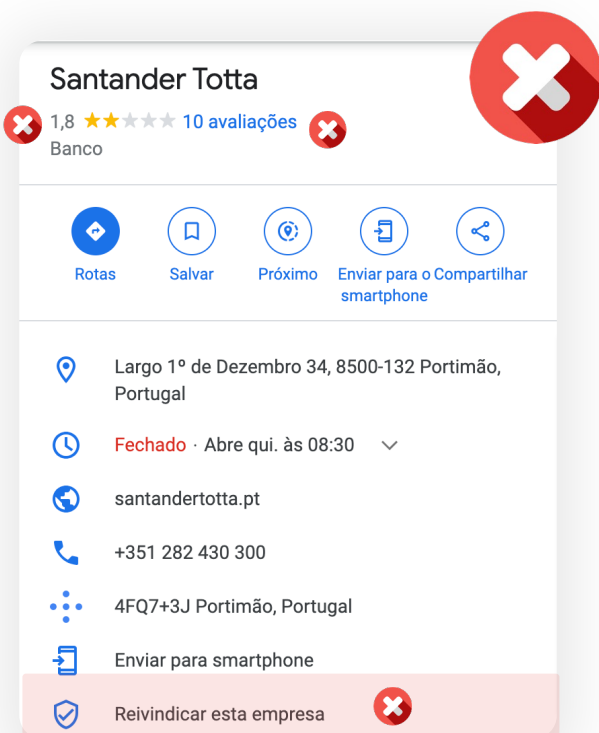
Aqui estão os passos básicos a seguir:

- ✓ **Reinvidique a ficha.** Se a ficha do Google não for gerida pelo proprietário, qualquer usuário 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 um estabelecimento 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 usuário.

Vamos comparar duas fichas do Google.

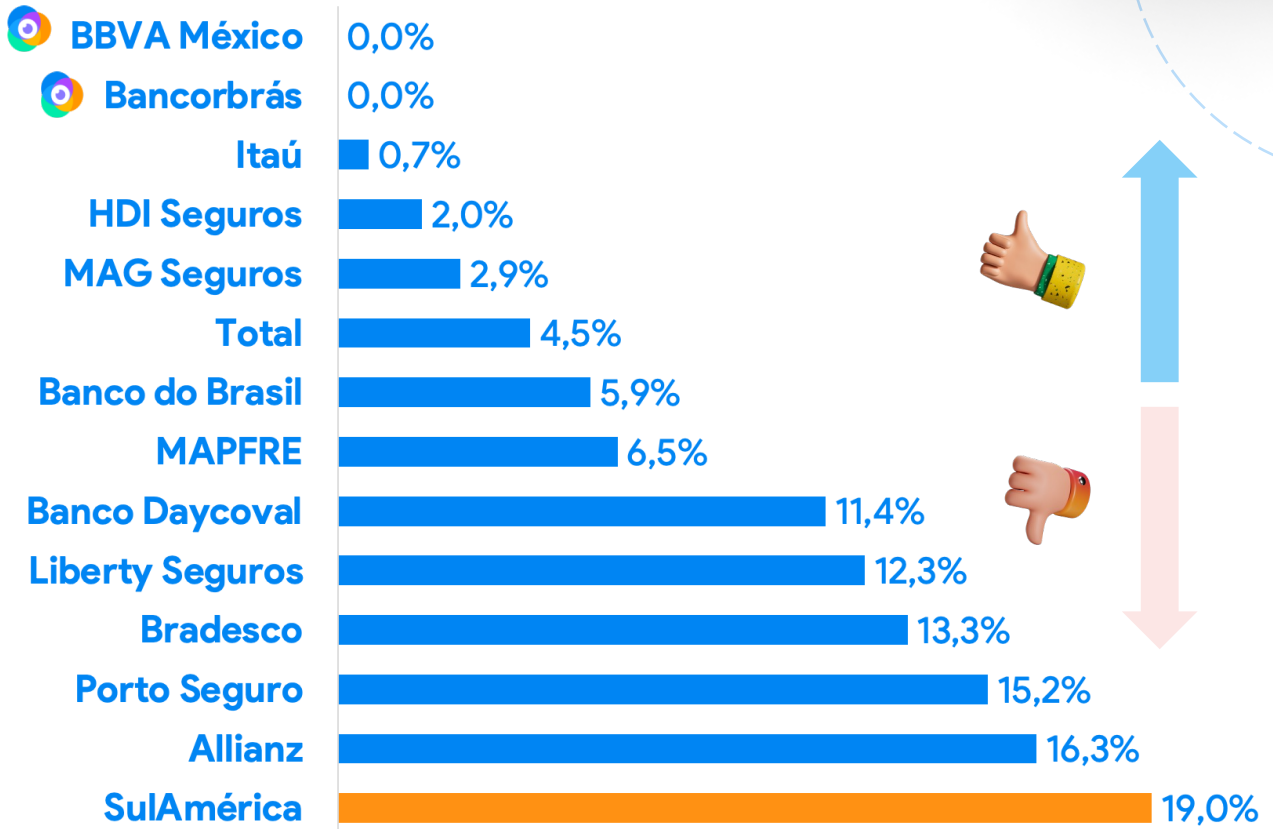
A primeira é da **Santander Totta**: mostra-nos um símbolo de que não foi reivindicada, por isso a Maxmat não é a proprietária oficial desta ficha GBP. Assim, permite qualquer usuário meter informação, tanto imagens como horários ou detalhes de contato. Além disso, quase toda a informação básica que 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.





Bancos & Seguradoras no Brasil **sem website**



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023). As marcas BBVA México e Bancorbrás são, respectivamente, clientes Partoo na América Latina.

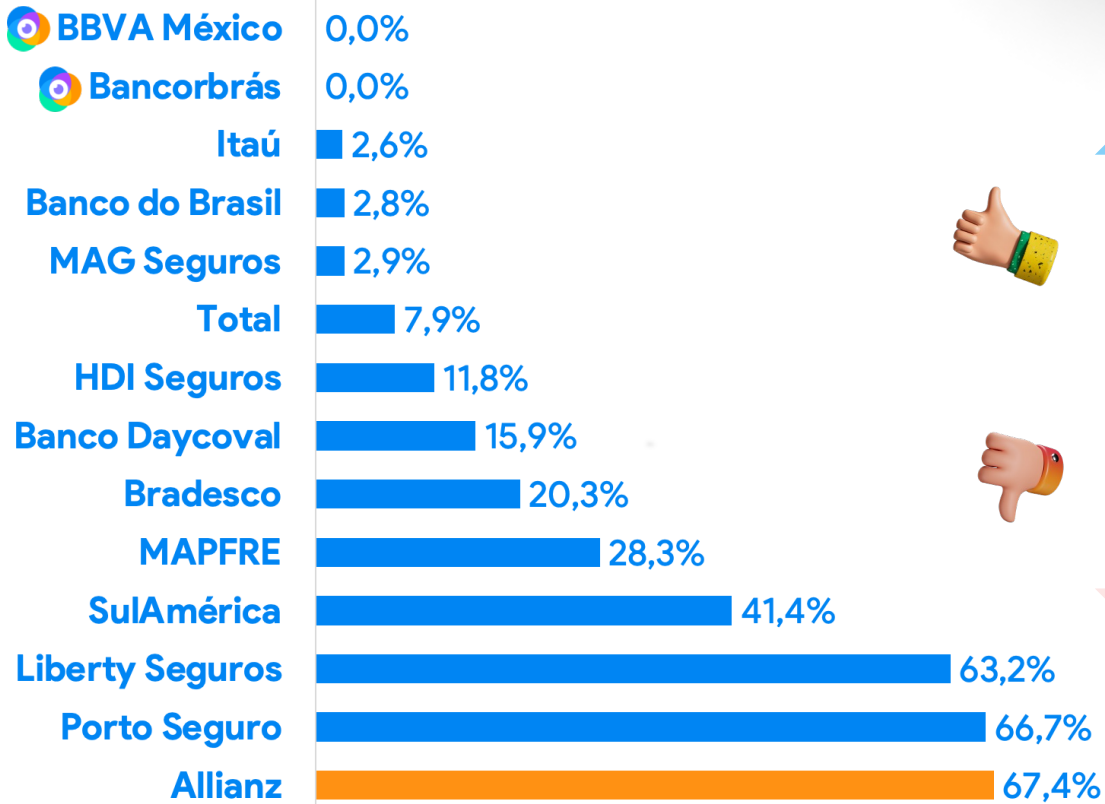
TIPS!



Muitas pessoas acreditam que a qualidade de um website reflete a qualidade do estabelecimento 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 & Seguradoras no Brasil **sem horários**



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023). As marcas BBVA México e Bancorbrás são, respectivamente, clientes Partoo na América Latina.

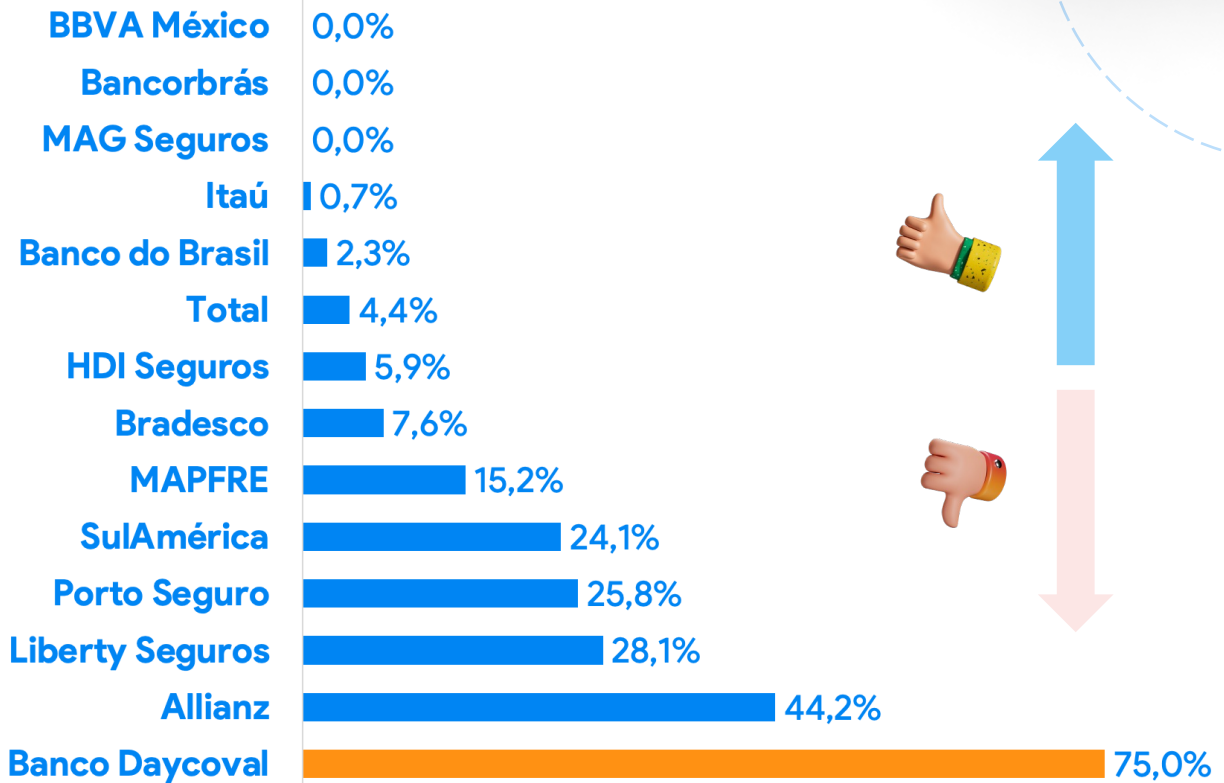
TIPS!



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



Bancos & Seguradoras no Brasil **sem telefone**



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023). As marcas BBVA México e Bancorbrás são, respectivamente, clientes Partoo na América Latina.

TIPS!



As pessoas de hoje estão muito predispostas a ter contato com empresas: **60% dos usuários móveis** contactaram um estabelecimento diretamente a partir dos resultados da pesquisa*. Se a ficha do seu estabelecimento não mostrar seu número de telefone, o usuário entrará em contato com um concorrente. Para satisfazer as necessidades do cliente temos de garantir que temos tudo o que eles precisam, mesmo antes de chegarem ao PDV.

A explosão das avaliações do Google

Sabia que 91% dos usuários olham para as avaliações antes de irem a um estabelecimento?

9 em 10 pessoas, antes de escolher um estabelecimento, confiarão na opinião que outros usuários deixaram. Se houver poucas, se houver críticas graves, é pouco provável que o usuário 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:

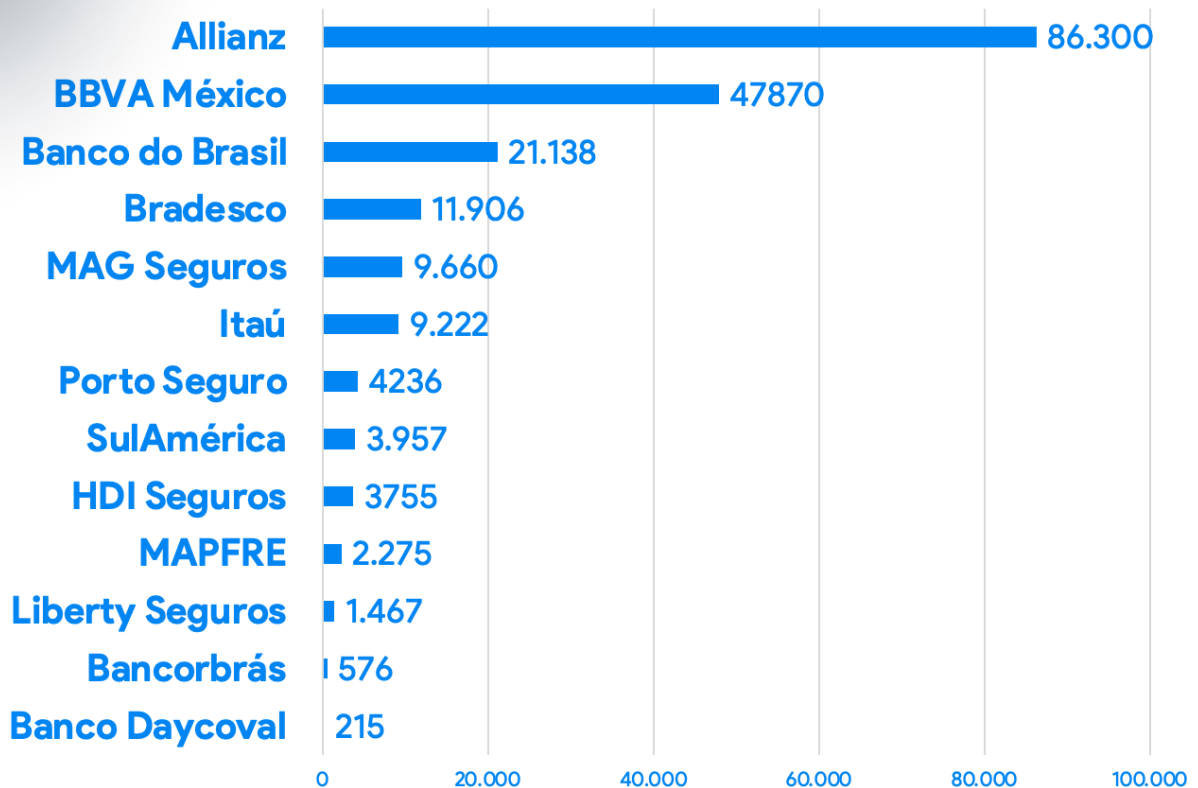
[definição e estratégias para a gestão de avaliações](#)

Quantas avaliações recebem os bancos & seguros no Brasil?

As marcas de banco & seguros têm, na média,

51

Avaliações / agência



*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023). As marcas BBVA México e Bancorbrás são, respectivamente, clientes Partoo na América Latina.

TIPS!



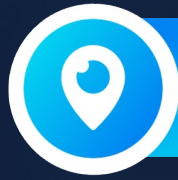
Quanto mais críticas positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-nos receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro usuário nos escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online antes 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 barômetro 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 AQUI O ESTUDO](#)



SEJA ENCONTRADO



Presence Management

- Multidifusão
- Otimização
- Redes Sociais



Store Locator



SEJA ESCOLHIDO



Review

- Centralização
- Modelo de resposta
- Booster nas avaliações



Messages



Contato



Lucas Pinto

International Account
Executive

Lucas.pinto@partoo.co

Jéssica Carneiro

Marketing Manager
Portugal & Brazil

Jessica.carneiro@partoo.es

