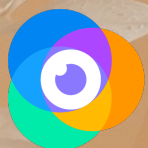


SETOR DA BELEZA EM PORTUGAL

Um estudo sobre a Visibilidade e a Reputação Online



partoo

Sumário

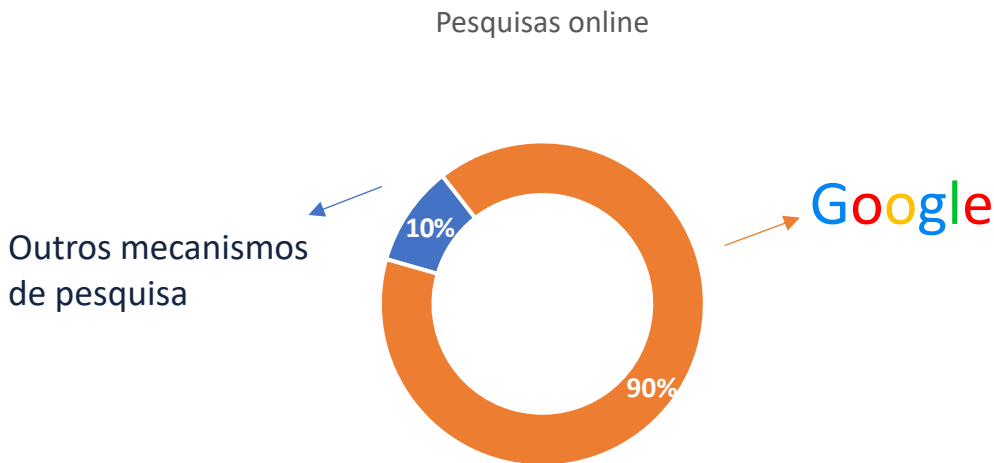
- **Benchmark Beleza**
 - Os números da pesquisa
 - As marcas analisadas
 - Tendências do Google e pesquisas locais

- **Fatores de posicionamento online**
 - Classificação das Fichas do Google
 - Importância da informação
 - A explosão de avaliações do Google

- **Dicas da Partoo**
 - Os nossos produtos
 - Contactos

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 a procurar por si!



Por essa razão, gestores de marketing de todas as empresas e setores estão a aproximarem-se do mundo do Marketing Local online.

Melhorar a visibilidade, no entanto, não é fácil: especialmente no setor da beleza (cosmética & perfumaria), a concorrência é cada vez mais acirrada, sobretudo em grandes cidades.

Vejamos a situação de algumas marcas portuguesas ..

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 da Beleza 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

12



Marcas analisadas

642



Fichas analisadas

18K



Avaliações extraídas do Google Perfil de Empresa

3,7



Nota média das fichas

40

wink

66



Kiehl's
SINCE 1851

109

well's

37

SEPHORA

18

REFAN
PARFUMERIE & COSMÉTIQUE

47

PLURI
COSMÉTICA

62



51



46

oBoticário

54



62



50

KIKO
MILANO

Marcas analisadas

Google Trends:

Se compararmos os dados de há 5 anos com os deste ano, veremos que a pesquisa "**maquilhagem**" teve um crescimento percentual incrível de

+ 564%

Pesquisa direta

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

"Wiñk em Lisboa"

Pesquisa indireta

A procura de uma categoria ou atividade, além de um indicador para o qual está otimizado.

"perfumaria próxima a mim"



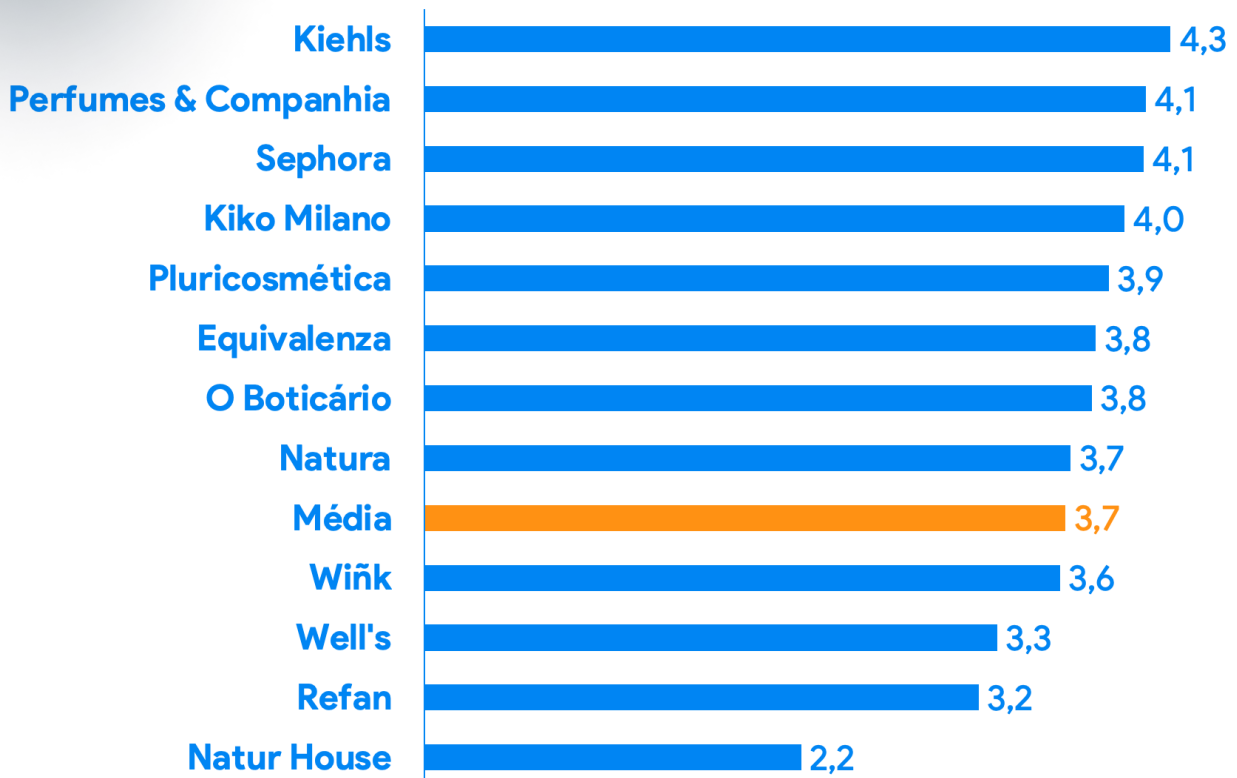
Pesquisas indiretas representam **80%** de todas as pesquisas realizadas no Google. Por esta razão, é importante ter uma estratégia eficaz de SEO, para ser capaz de se posicionar nos primeiros resultados de pesquisa.

Fatores de posicionamento



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

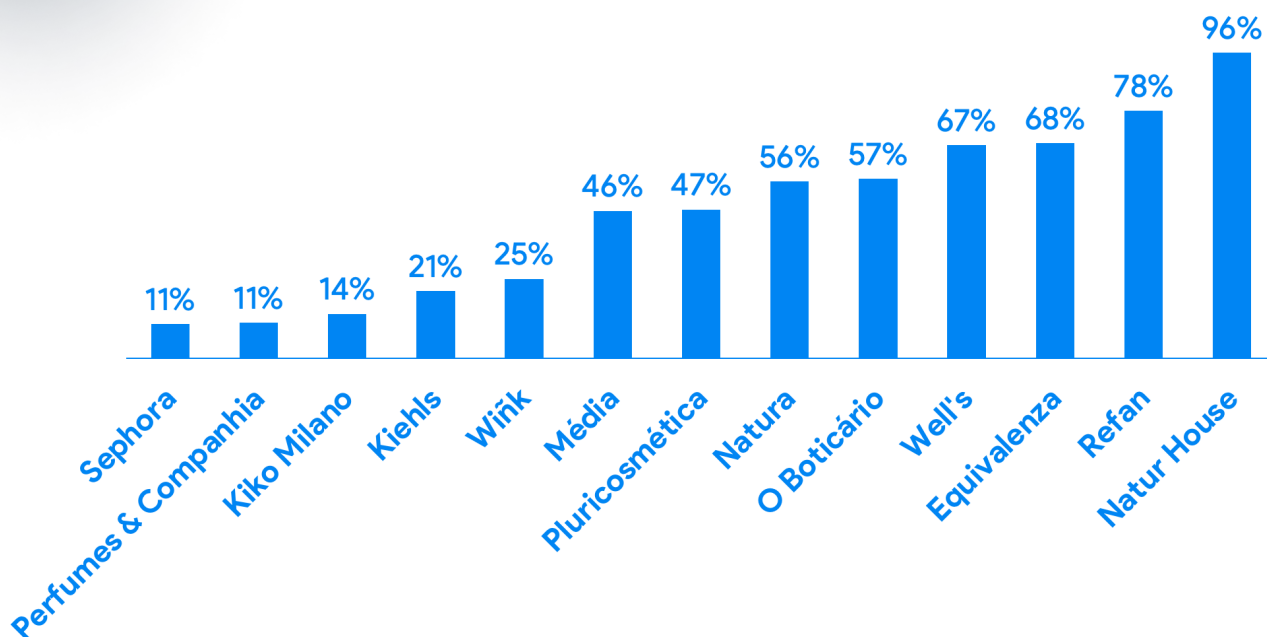
As lojas tiveram uma nota média de avaliações de **3,7/5**



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 lojas 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.



Lojas 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.

*Fonte: ThinkWithGoogle

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe uma loja de perfumaria ou cosmética 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?

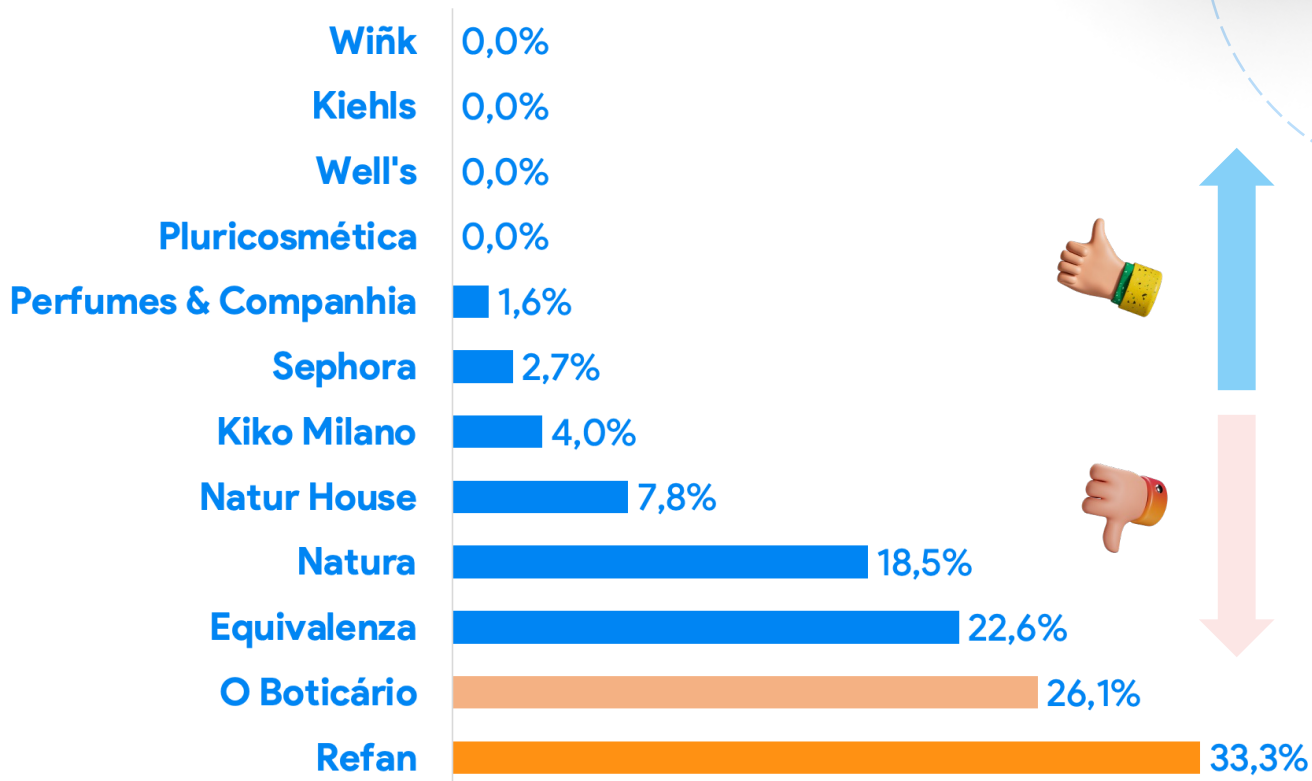
É necessário fornecer ao Google as informações corretas do estabelecimento, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

Aqui estão os passos básicos a seguir:

- 
Reinvidique a ficha. Se a ficha do Google não for gerida pelo proprietário, qualquer 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.



Lojas de Beleza em Portugal **sem** contacto telefónico



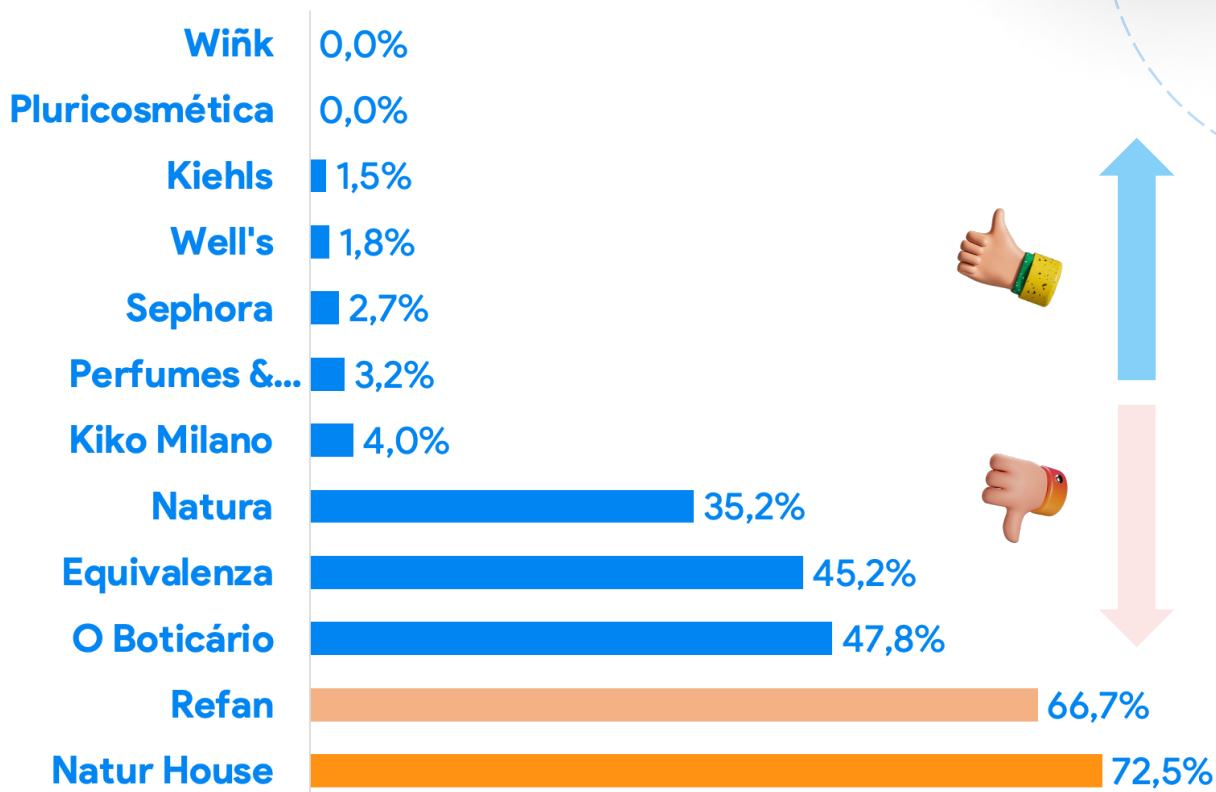
TIPS!



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.



Lojas de Beleza em Portugal **sem website**



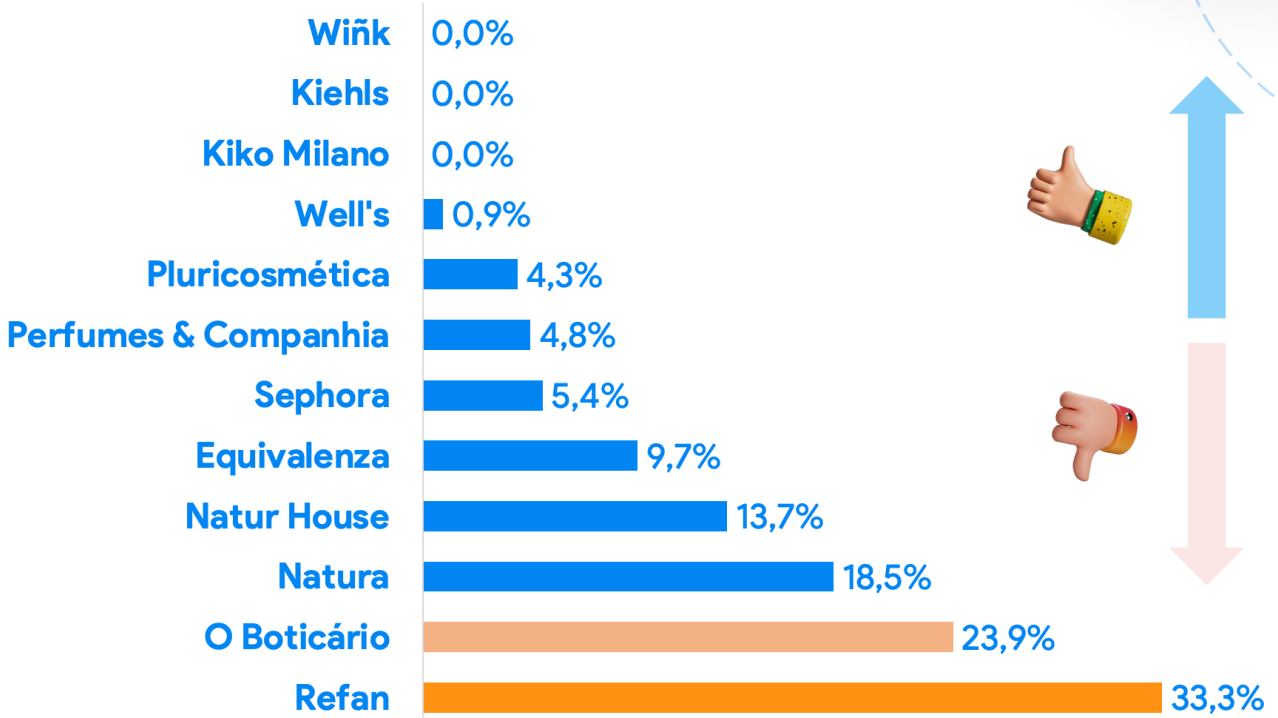
TIPS!



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).



Lojas de Beleza 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 estabelecimento. 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.

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.



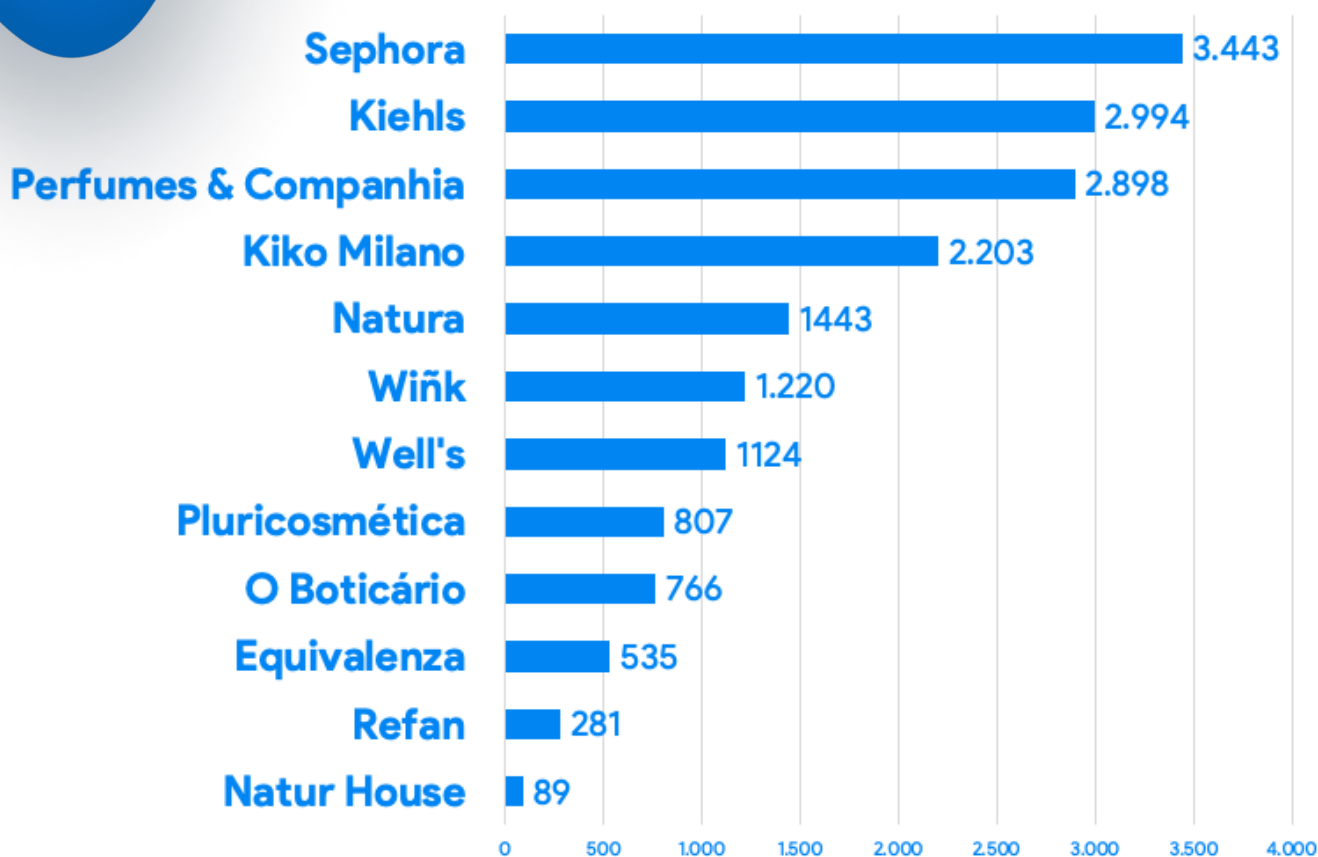
As avaliações recebidas permitem-lhe melhorar a sua visibilidade e também posicionar-se com base em novas palavras-chave.

Se quiser saber mais sobre este tópico, pode fazer acessar:

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

Quantas avaliações recebem as lojas em Portugal?

As lojas receberam **18.494**
Avaliações



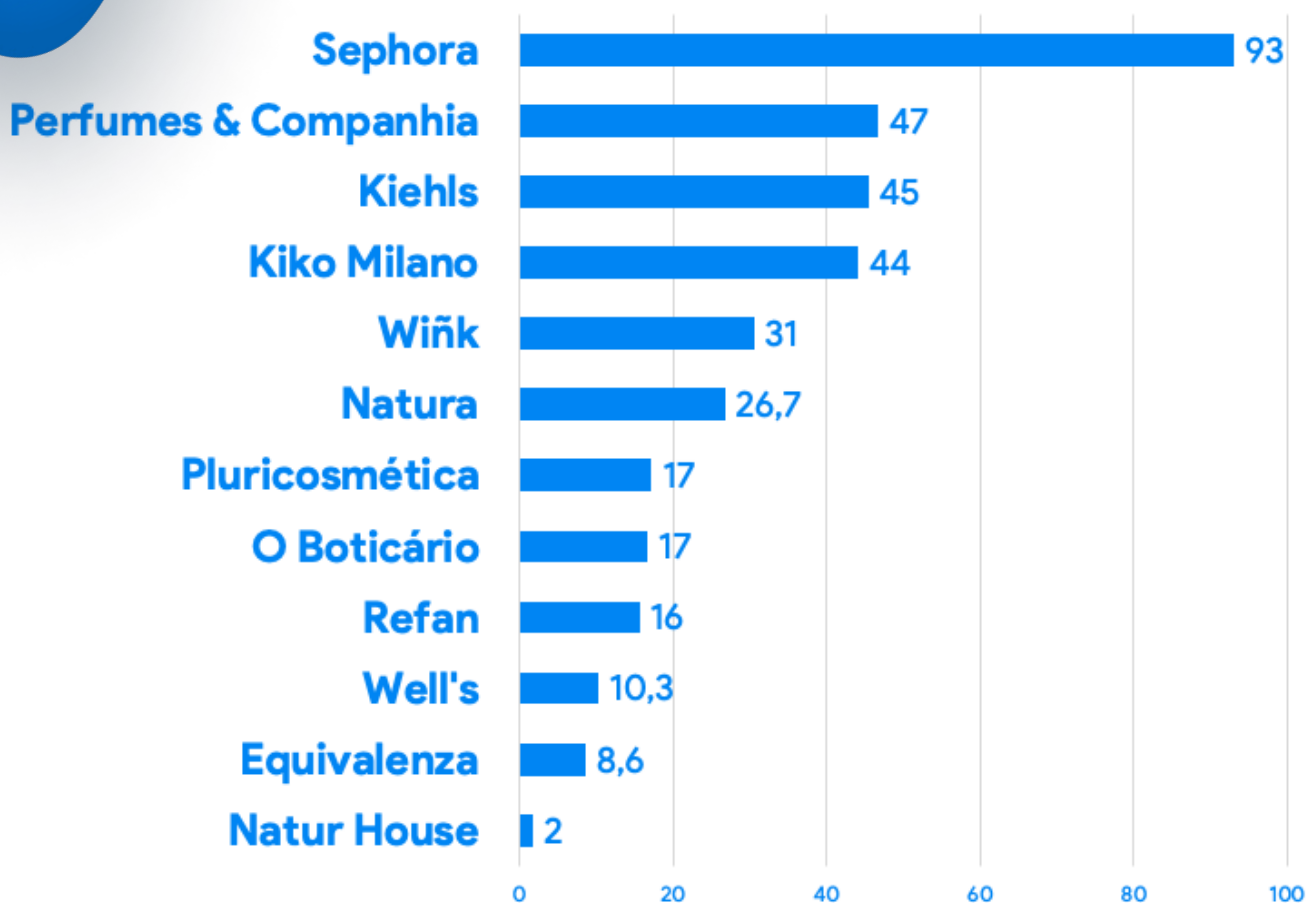
Quanto mais avaliações positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-lhe receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador lhe escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online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

Quantas avaliações por ponto de venda recebem?

As lojas têm, na média,

28,8

Avaliações / loja



TIPS!



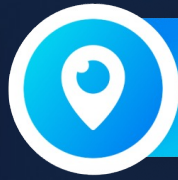
Quanto mais avaliações positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-lhe receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador lhe escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online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



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

