

CONCESSIONÁRIAS & SETOR AUTOMOTIVO

Visibilidade online e reputação das concessionárias
brasileiras



Índice

■ Benchmark: Concessionárias

- Os números da pesquisa
- As marcas analisadas
- Tendências do Google nas pesquisas locais

■ Fatores de posicionamento on-line

- Pontuação das fichas do Google
- Importância da informação
- O aumento das avaliações no Google

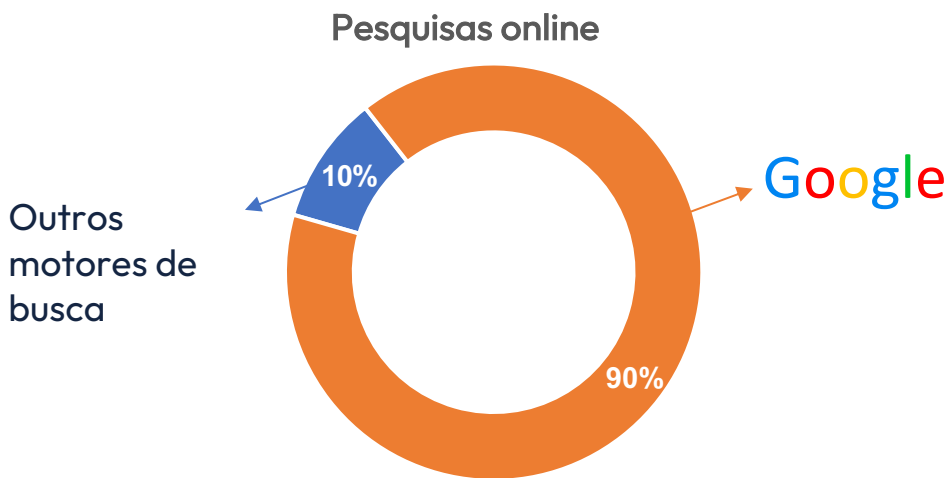
■ Conselhos da Partoo

- Estudo de caso: Volkswagen
- Nossos produtos
- Contato



Introdução

Hoje em dia estar presente no Google é um fator indispensável para fazer crescer negócios na Internet e atrair novos clientes para as lojas. Além disso, **90% das pesquisas na Internet são feitas no Google**, e destas, metade **são pesquisas locais**: é aí que os seus futuros clientes estão à sua procura!



Por esta razão, os Gestores de Marketing de todas as empresas e setores estão a aproximar-se do mundo do Marketing Local Online. No entanto, melhorar a sua visibilidade não é fácil: especialmente no setor automobilístico, a concorrência é cada vez mais elevada, especialmente nas grandes cidades.

Vamos aos números!

Para quem é este Guia?

Esta investigação do Partoo nasceu com o objetivo de analisar a presença e reputação online de uma seleção de concessionárias brasileiras e destina-se a todos os profissionais do setor Automotivo que trabalham dentro de uma equipe de Marketing, Vendas, UX ou desenvolvimento.

Através da nossa plataforma, conseguimos cruzar informações do Perfil de Negócio do Google de cada marca e, em seguida, processá-las e analisá-las.

Se quiser saber

- ✓ Que marcas têm a melhor reputação online?
- ✓ Quem não tem a informação básica para se posicionar online?
- ✓ Como estruturar uma estratégia digital eficaz?

Então este guia é para você!

Os números da pesquisa

13



Marcas analisadas

1.893



Concessionárias analisadas

827k



Avaliações extraídas do GBP analisadas

4,4



Nota média

42



60



308



417



166



83



99



190



144



73



164



129



18



Marcas Analisadas

Google Trends:

Se compararmos os dados de há 3 anos com os deste ano, veremos que a procura por "concessionárias" aumentou a sua notoriedade no Google Trends. correspondente a um crescimento percentual de

+ 60%

Pesquisas diretas

À procura de uma localização específica, um bom indicador da sua notoriedade.

"Nissan Av. Paulista"

Pesquisas indiretas

A procura de uma categoria ou atividade, mais um indicador para ver se está otimizado.

"concessionária próxima a mim"



As pesquisas indiretas representam **80%** de todas as pesquisas realizadas no Google. Por esta razão é importante ter uma estratégia eficaz de SEO que lhe permita posicionar-se nos primeiros resultados da pesquisa.

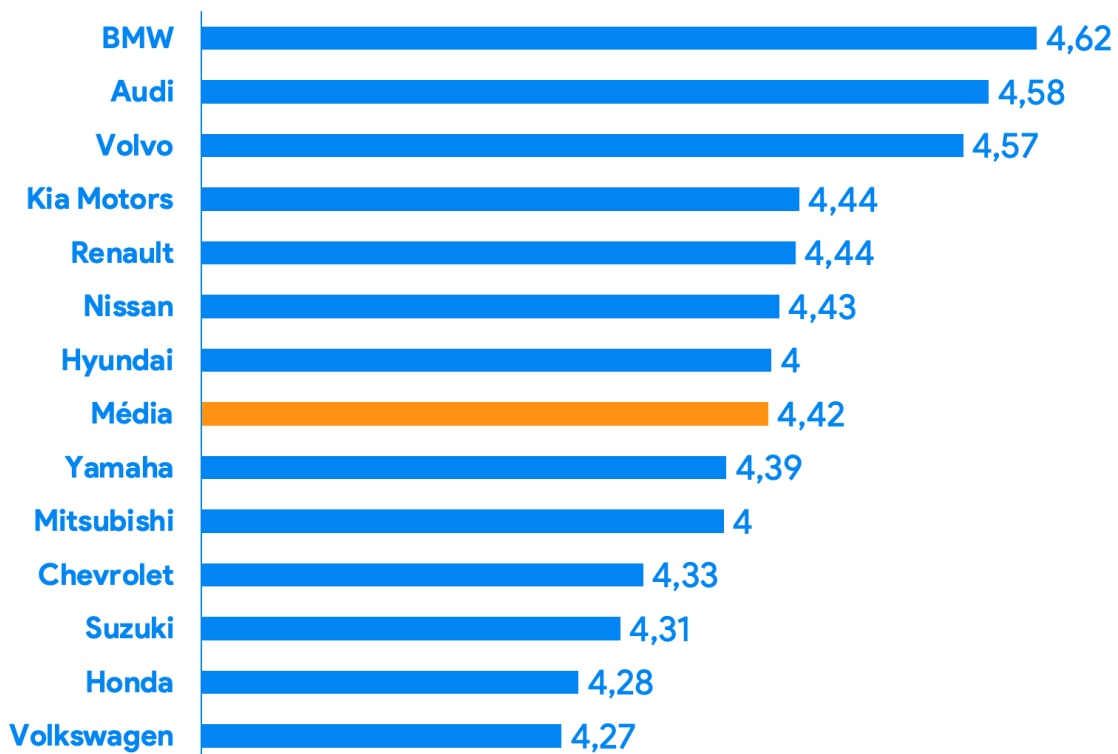
Fatores de posicionamento



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

As concessionárias brasileiras tiveram uma nota média de avaliações de

4,4/5



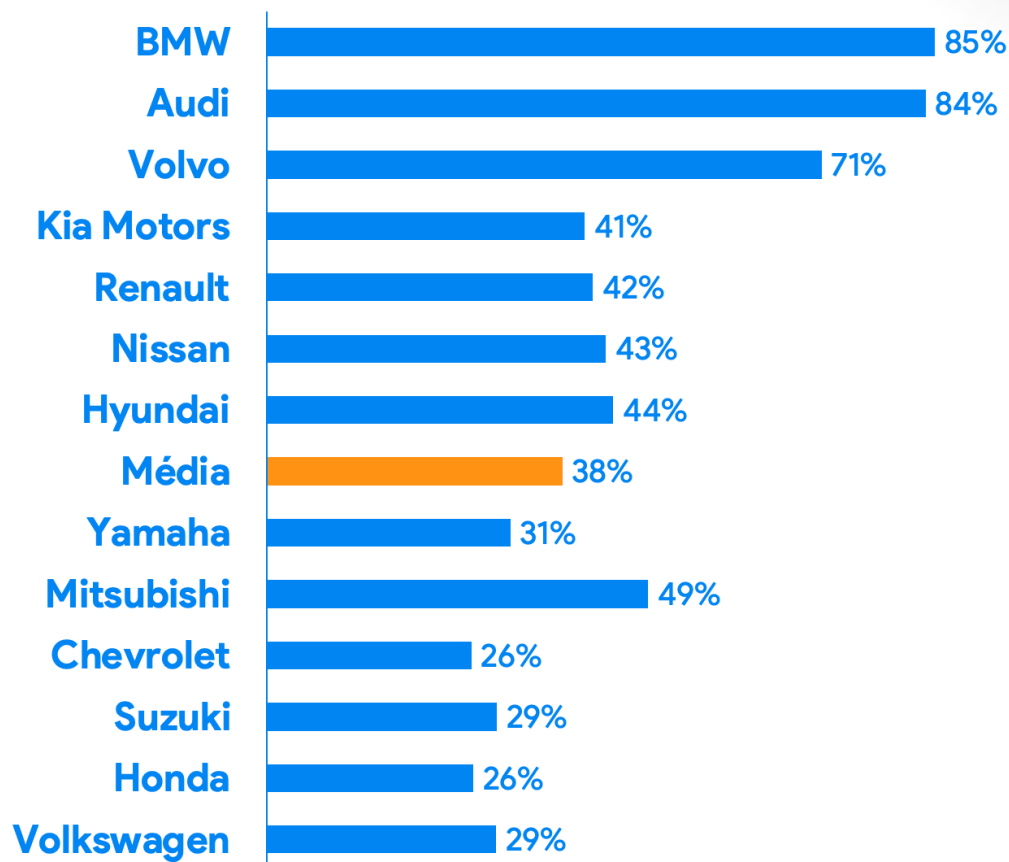
*Fonte: Partoo's Data Studio (fevereiro, 2023).



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.



Concessionárias 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.

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe uma concessionária 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).

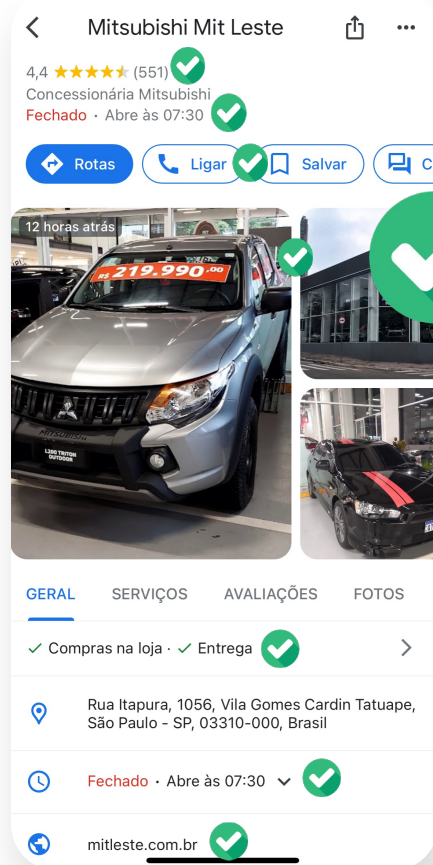
Aqui estão os passos básicos a seguir:

- ✓ **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 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 concessionária.** 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.

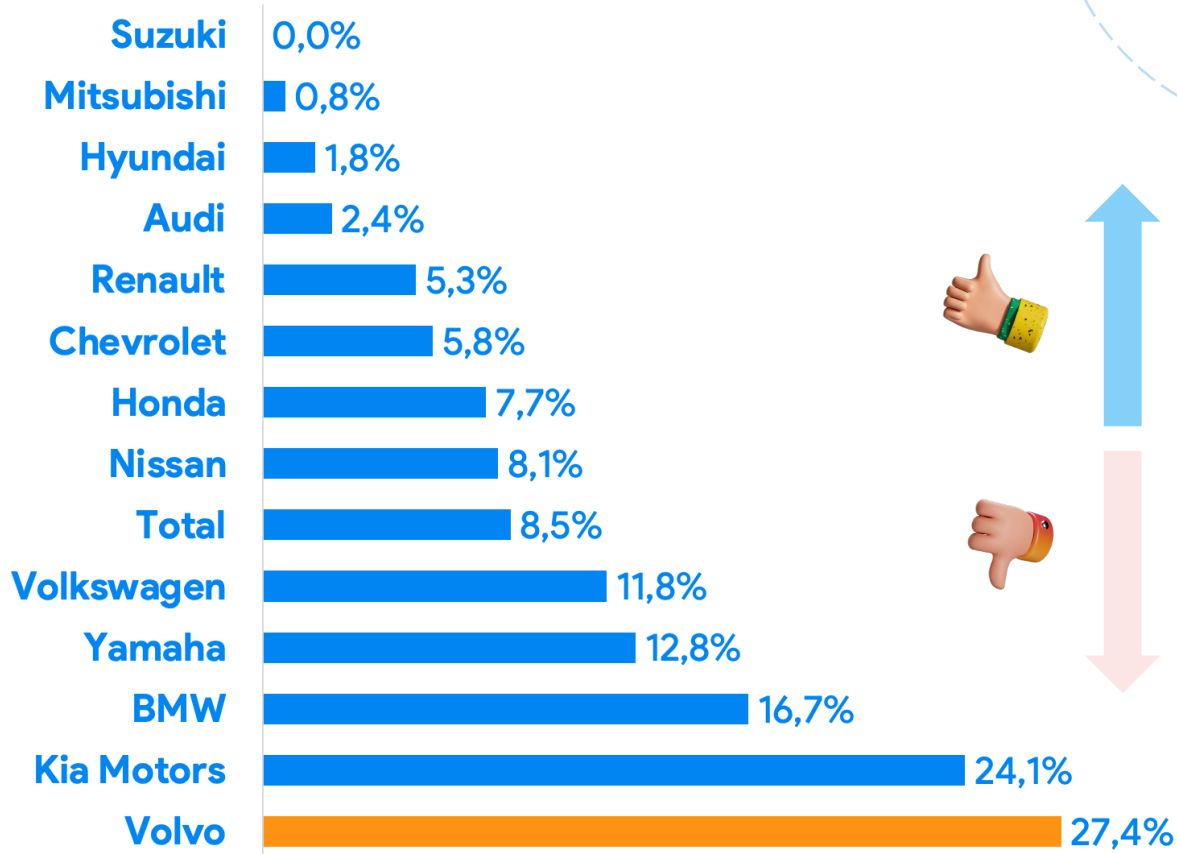
A primeira é da **Concessionária Honda Anápolis**: mostra-nos um símbolo que não foi reclamado, por isso a **Honda** não é a proprietária oficial. Assim, permitir que os usuários insiram qualquer informação, tanto imagens como horários ou detalhes de contato. Além disso, quase toda a informação básica que listamos antes não está lá. Resultado? Quando fizermos uma pesquisa indireta, não encontraremos este revendedor no Pack Local.

A segunda é da **Mitsubishi Mit Leste**: neste caso, o símbolo é propriedade da Mitsubishi, há fotos do estabelecimento e dos carros. Além disso, há muitas avaliações de clientes, atributos, podemos verificar o horário de funcionamento, o site e o telefone de contato.





concessionárias no Brasil **sem website**



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

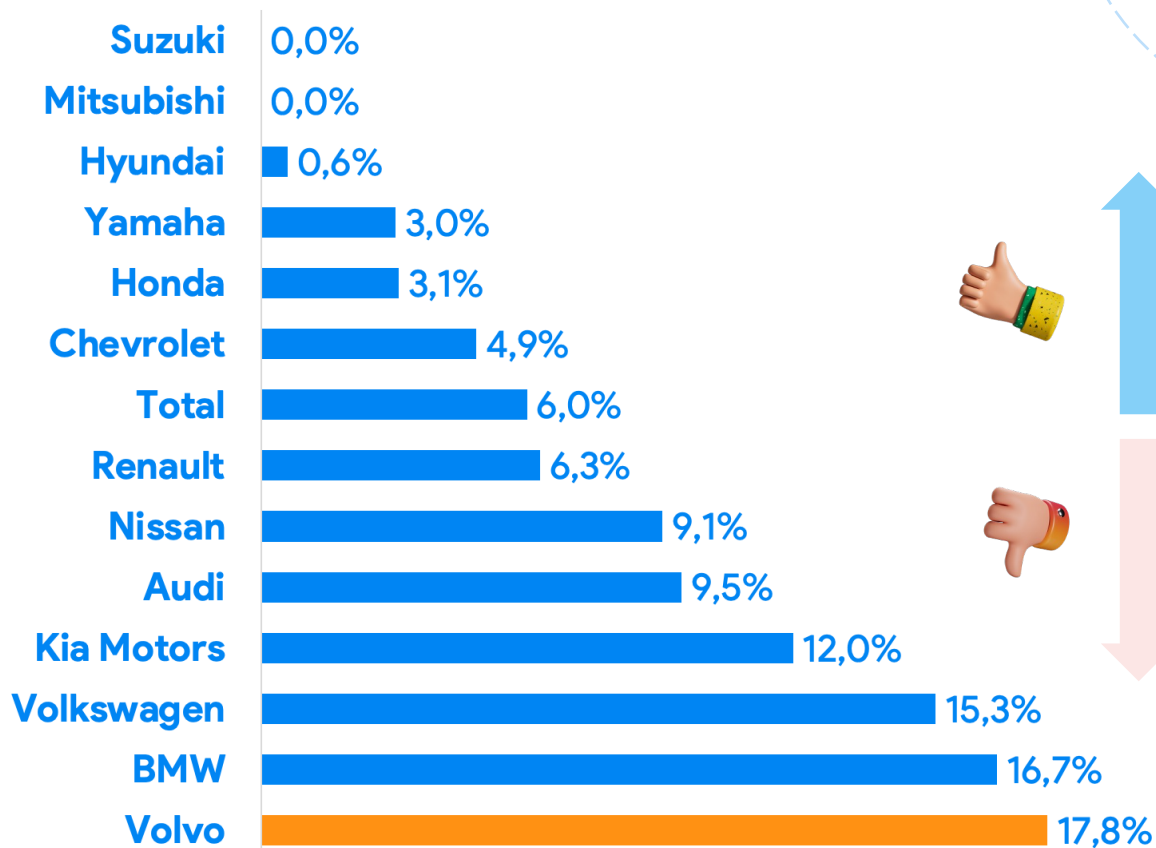
TIPS!



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).



concessionárias no Brasil **sem horários**



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

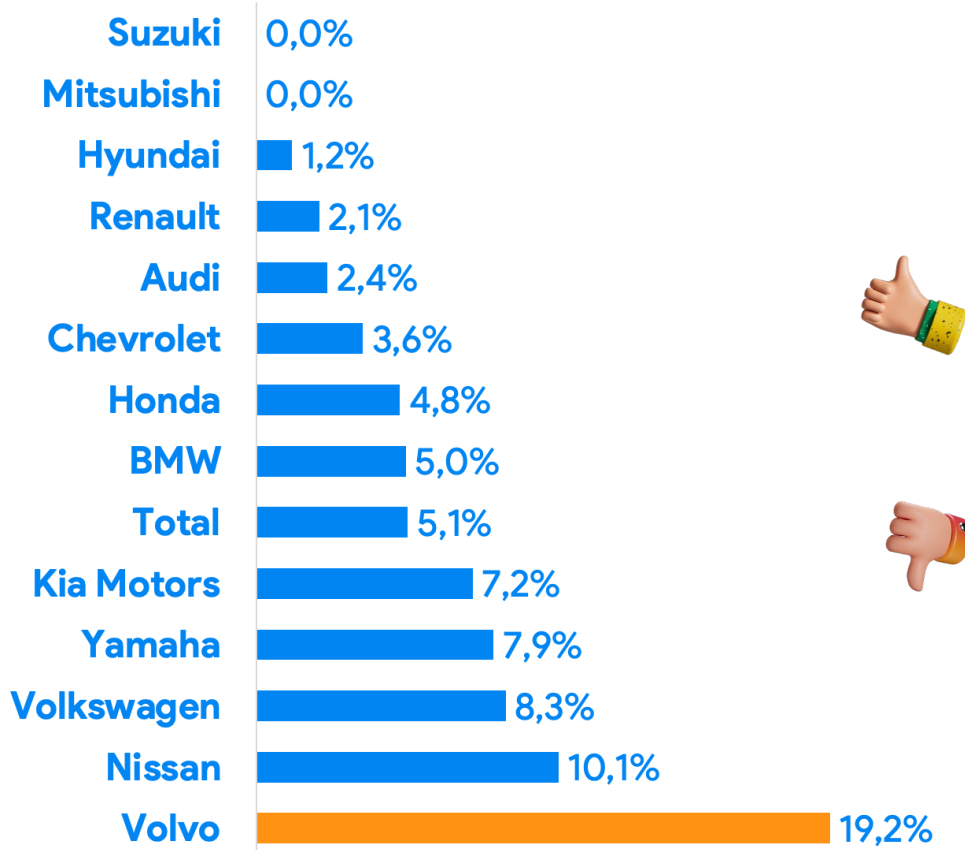
TIPS!



Quanto mais atualizar a informação, mais aparecerá nos primeiros resultados. A informação mais importante para atualizar frequentemente é o horário de abertura e fechamento do estabelecimento. Nos feriados (mesmo que o horário 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.



concessionárias no Brasil sem número de telefone



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

TIPS!



As pessoas de hoje estão muito predispostas a ter contatos com empresas: 60% dos usuários móveis contactaram uma loja diretamente a partir dos resultados da pesquisa*. Se a listagem da sua loja não mostrar contatos telefônicos, 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 fisicamente à loja.

A explosão das avaliações do Google

Sabia que 91% dos usuários olham para as avaliações antes de irem a uma concessionária?

9 em 10 pessoas, antes de escolher o seu concessionária, confiarão na opinião que outros usuários têm de si. Se tiver poucas, se houver, críticas, é pouco provável que o usuário escolha o seu negócio.

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.



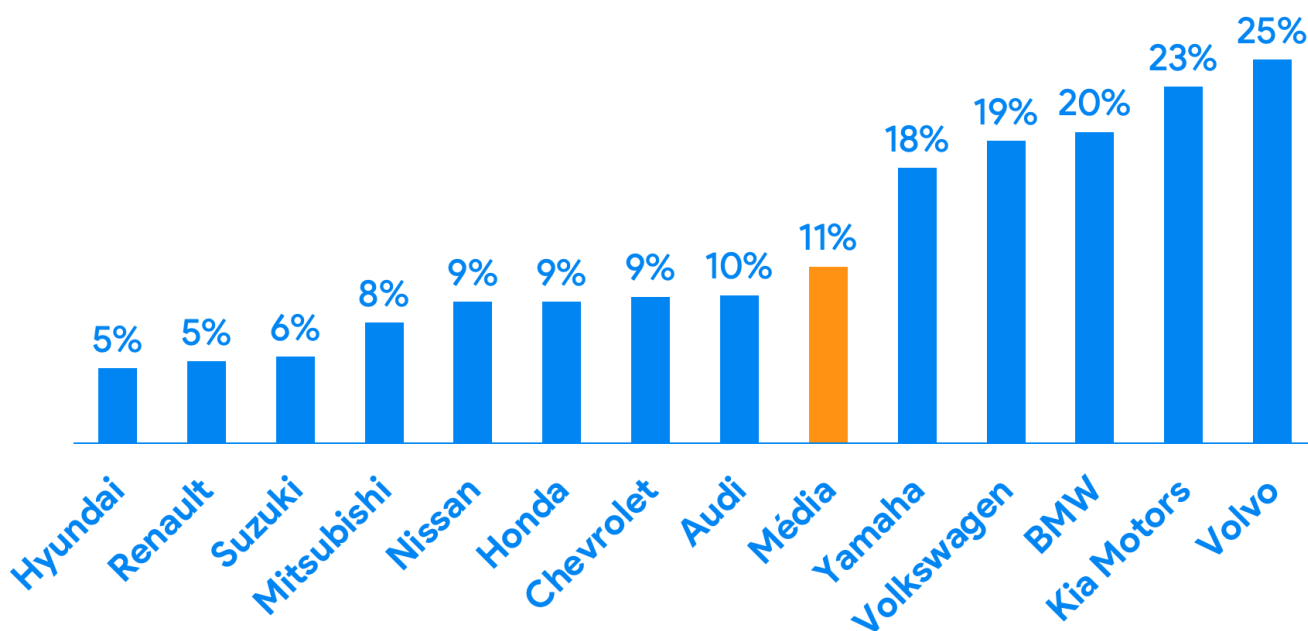
As avaliações recebidas permitem-lhe melhorar a sua visibilidade e também posicionar-se com base em novas palavras-chave.

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

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

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!



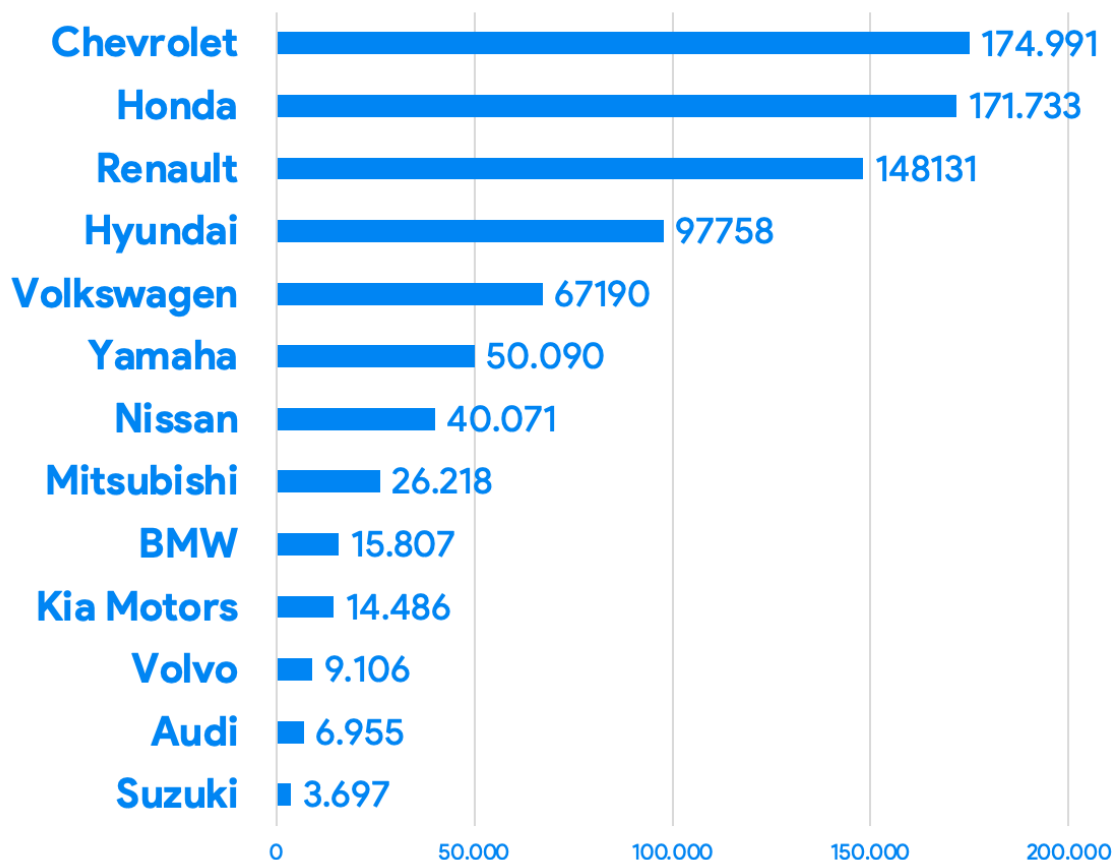
Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus usuários para marcas e negócios locais que provavelmente irão satisfazê-los. O algoritmo da Google mostra nos primeiros resultados as empresas que têm uma boa reputação online, com base na classificação média de avaliações,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

Quantas avaliações recebem as concessionárias no Brasil?

As concessionárias brasileiras têm, em média,

436,5

Avaliações / concessionária



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

TIPS!



Quanto mais avaliações 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.



A Volkswagen França confia em nós desde 2018 para melhorar a sua estratégia e reputação online através da gestão das suas avaliações, principalmente no Google Business Profil.

Os objetivos iniciais

1. Melhorar a sua reputação online aumentando a sua pontuação média.
2. Melhorar a taxa de resposta às avaliações.
3. Reduzir do tempo de resposta à avaliação.

Os resultados

4,4

nota média,
comparativamente a
3,9 no ano anterior.

+110%

melhoria da taxa de
resposta em apenas 6
meses

92%

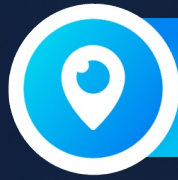
redução do tempo de
resposta em apenas 6
meses



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

✉ [Entre em contato](#)

Jéssica Carneiro

Marketing Manager
Portugal & Brasil

jessica.carneiro@partoo.es

✉ [Entre em contato](#)



www.partoo.co