

SETOR LOJAS DE DECORAÇÃO

Visibilidade online e reputação das empresas portuguesas

Índice

■ Benchmark: Lojas de Decoração

- 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

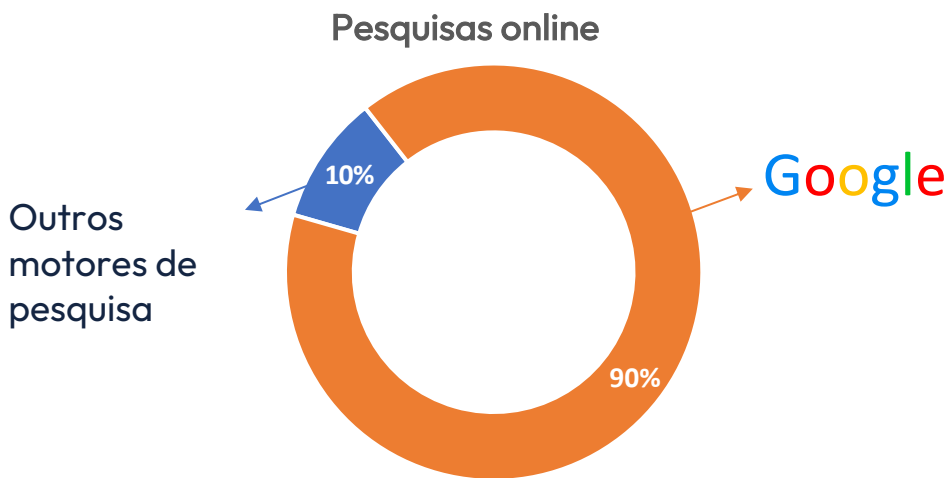
■ Conselhos da Partoo

- Os nossos produtos
- Contacto



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 de decoração e mobiliário, a concorrência é cada vez mais elevada, especialmente nas grandes cidades.

Vamos aos números em Portugal

Para quem é este Guia?

Esta investigação do Partoo nasceu com o objetivo de analisar a presença e reputação online de uma seleção de lojas de decoração portuguesas e destina-se a todos os profissionais do setor Decoração e Lojas Especializadas que trabalham dentro de uma equipa 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-la e analisá-la.

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 si!

Os números da pesquisa

13



Marcas analisadas

379



Lojas analisadas

239k



Avaliações extraídas do GBP analisadas

3,9



Nota média



19



39



23



13



36



11



32



43



32



26



55



32



18

Marcas Analisadas



Google Trends:

Se compararmos 2021 e 2022, veremos que a procura por "**decoreação**" alcançou o pico das intenções de pesquisa em dezembro de 2022, representando um aumento significativo no interesse dos utilizadores pelo termo. Corresponde a um crescimento percentual de

+ 69%

Pesquisas diretas

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

“Leroy Merlin Lisboa”

Pesquisas indiretas

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

»Loja de deco próximo a mim”



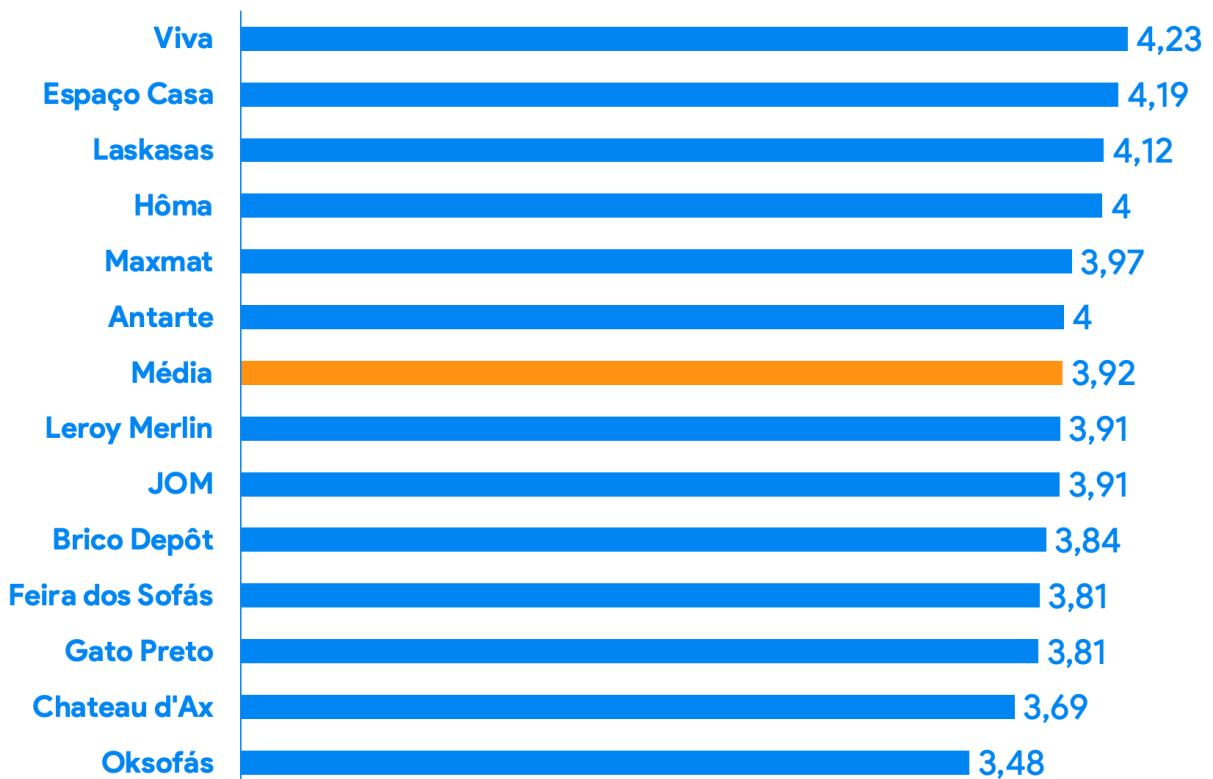
As pesquisas indiretas representam **80%** de todas as pesquisas realizadas no Google. Por esta razão é importante ter uma estratégia eficaz de SEO que lhe permita posicionar-se nos primeiros resultados da pesquisa.

Fatores de posicionamento



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

As lojas de deco tiveram uma nota média de avaliações de **3,9/5**



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



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.

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe um estabelecimento 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?

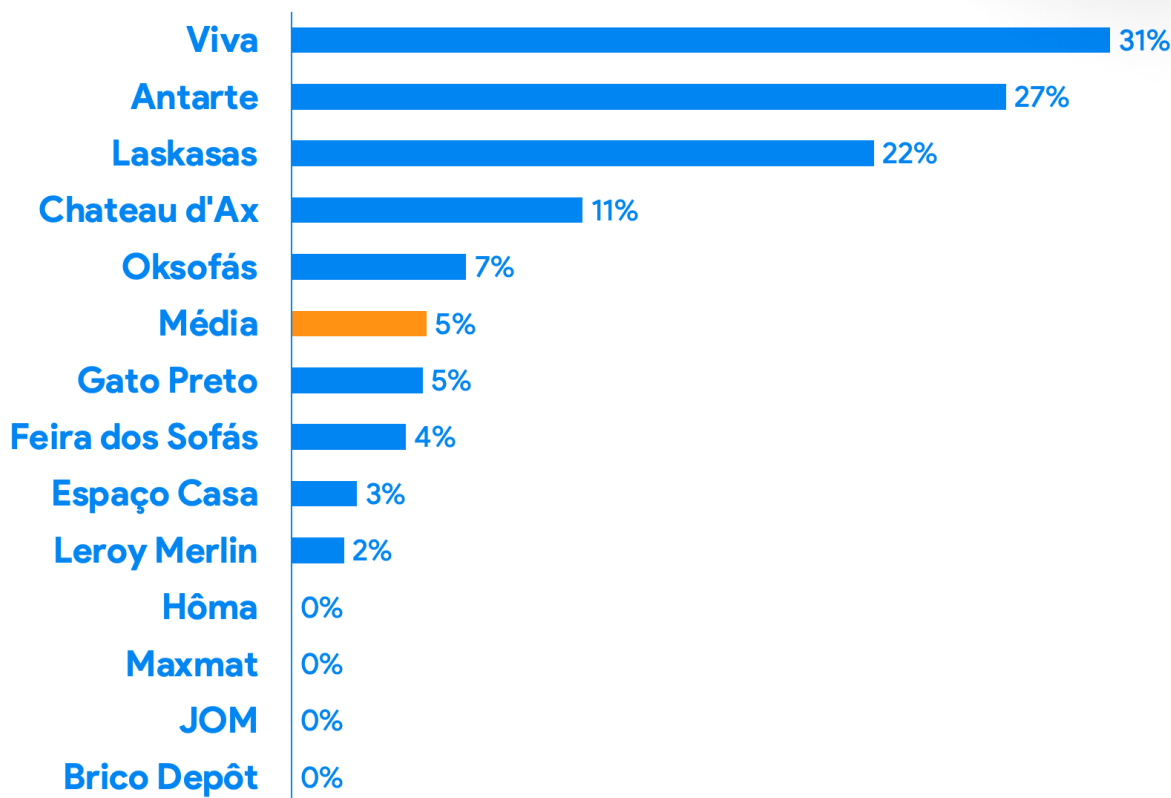
É necessário fornecer ao Google as informações corretas do estabelecimento, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

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 com notas superiores a 4,5* no Google



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

TIPS!

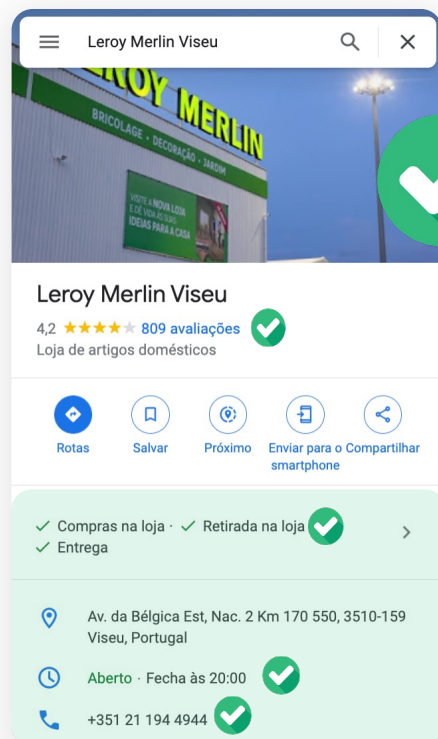


Sabia que a sua reputação online, incluindo a sua nota no Google, é o seu principal fator de conversão? As notas da sua ficha do Google, junto a outros indicadores reputacionais, estão no top 5 dos fatores de conversão local, segundo a agência MOZ.

Vamos comparar duas fichas do Google.

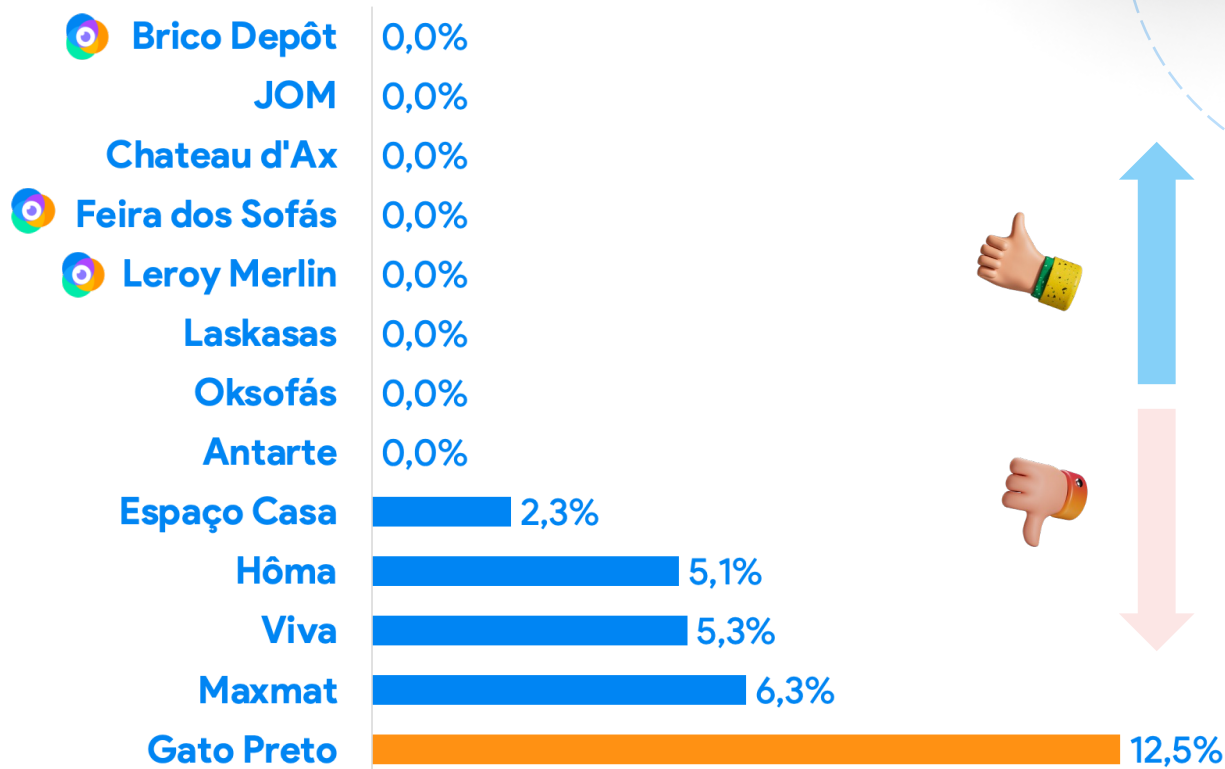
A primeira é da **Maxmat**: mostra-nos um símbolo de que não foi reivindicada, por isso a Maxmat não é a proprietária oficial desta ficha GBP. Assim, permite qualquer utilizador meter informação, tanto imagens como horários ou detalhes de contato. Além disso, quase toda a informação básica que listamos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

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





Lojas de decoração em Portugal **sem** contato telefónico



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

TIPS!

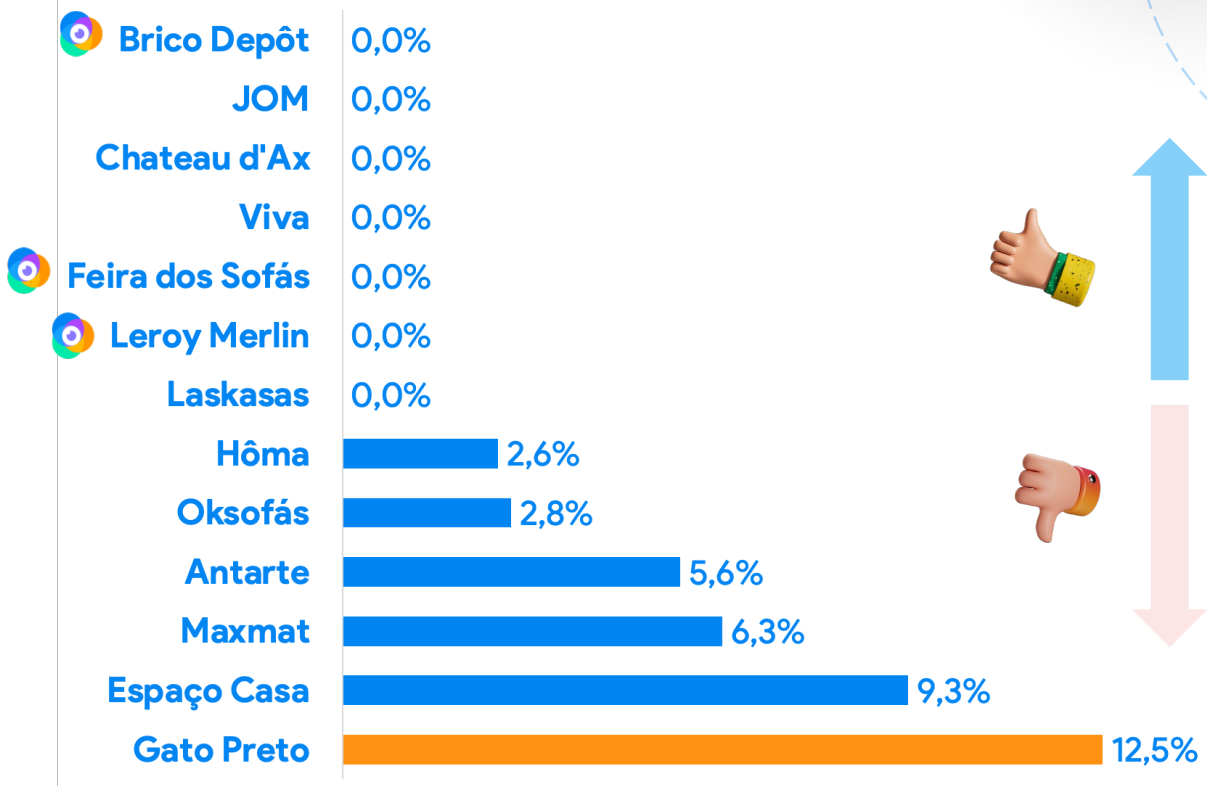


As pessoas de hoje estão muito predispostas a ter contactos com empresas: **60% dos utilizadores móveis** contactaram uma loja diretamente a partir dos resultados da pesquisa*. Se a listagem da sua loja não mostrar contactos telefónicos, o utilizador entrará em contacto com um concorrente. Para satisfazer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

As marcas Feira dos Sofás, Leroy Merlin e Brico Depôt são clientes Partoo.



Lojas de decoração em Portugal **sem** sítio web



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

TIPS!

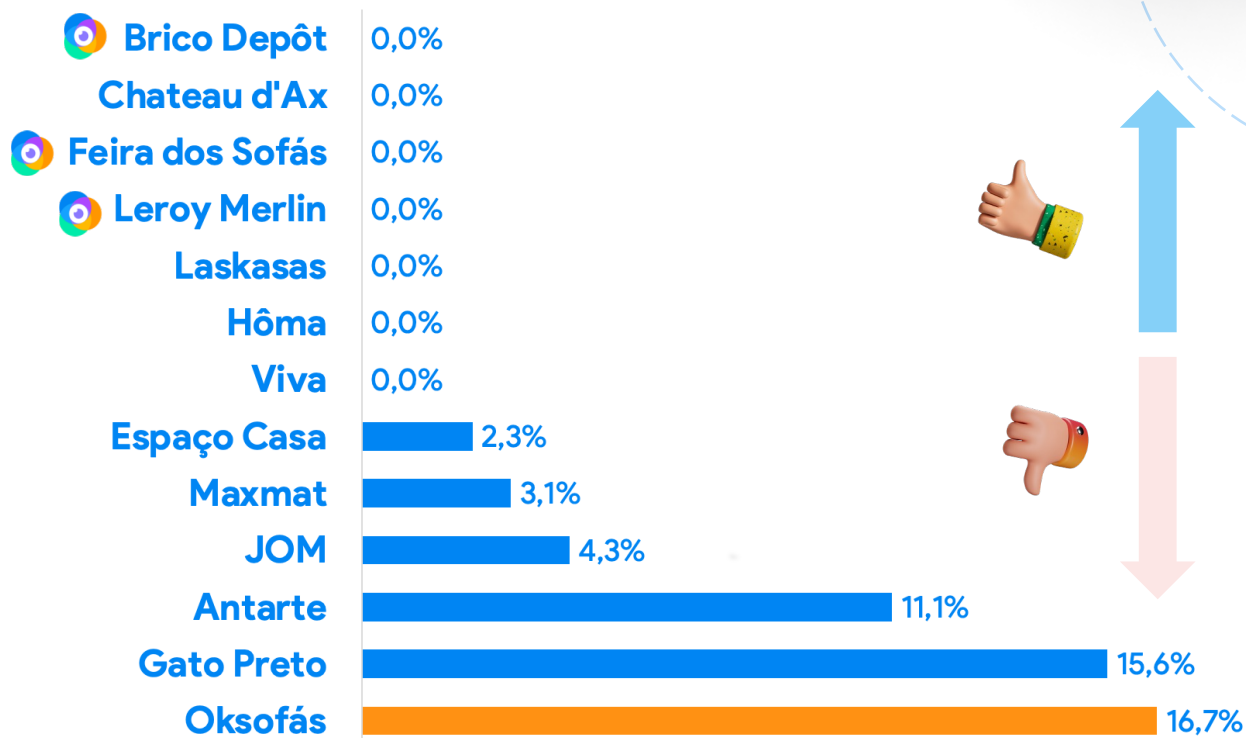


Muitas pessoas acreditam que a qualidade de um website reflete a qualidade do estabelecimento para além de mostrar o menu e a oferta de pratos. Certifique-se de que o seu website está bem atualizado e reflete a imagem da marca, e para não perder potenciais clientes, adicione o seu website ao perfil comercial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

As marcas Feira dos Sofás, Leroy Merlin e Brico Depôt são clientes Partoo.



Lojas de decoração em Portugal **sem** horários



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

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.

As marcas Feira dos Sofás, Leroy Merlin e Brico Depôt são clientes Partoo.

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:

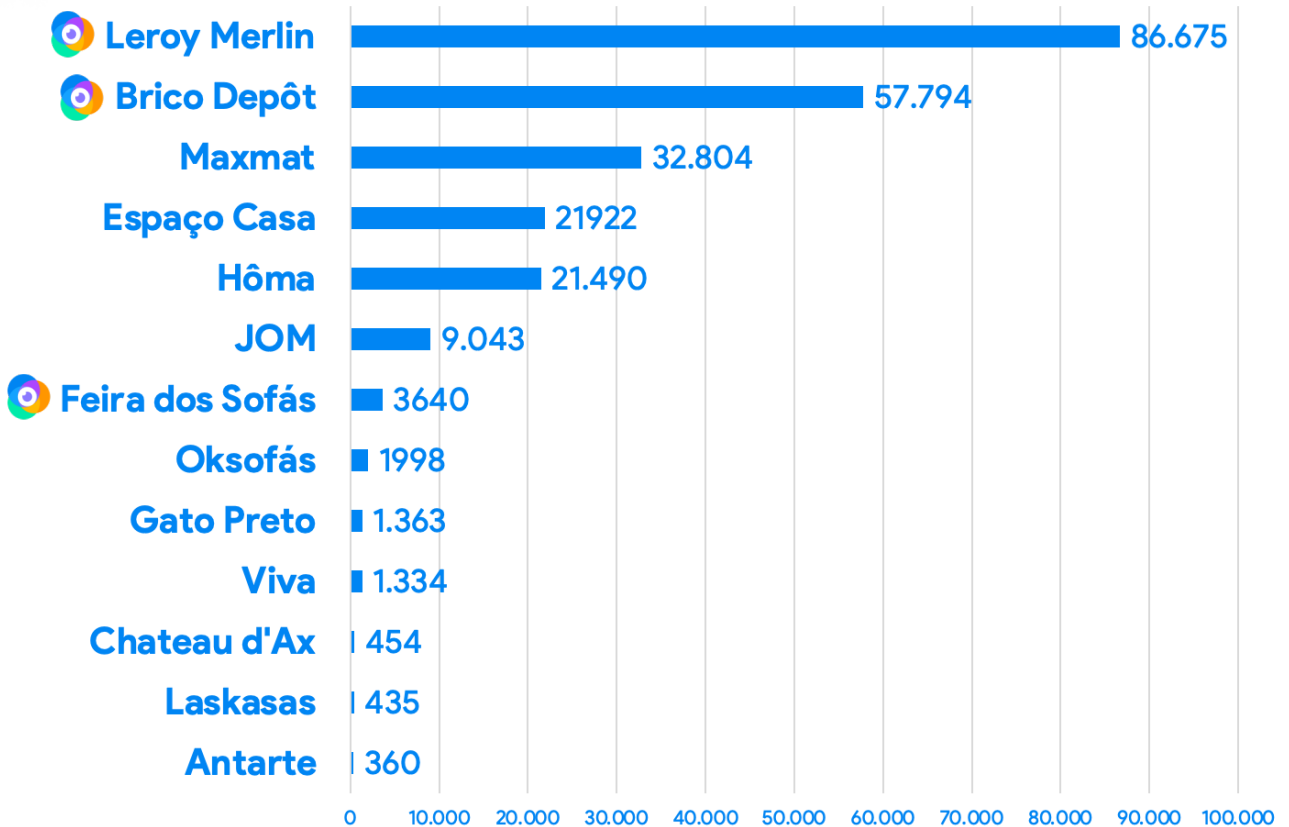
[definição e estratégias para a gestão de avaliações](#)

Quantas avaliações recebem as marcas de decoração em Portugal?

As marcas portuguesas têm, na média,

631

Avaliações / loja



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

TIPS!



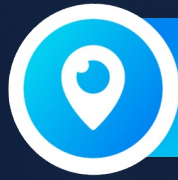
Quanto mais críticas positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-nos receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador nos escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online antes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



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

