

# SUPERMERCADOS EM PORTUGAL

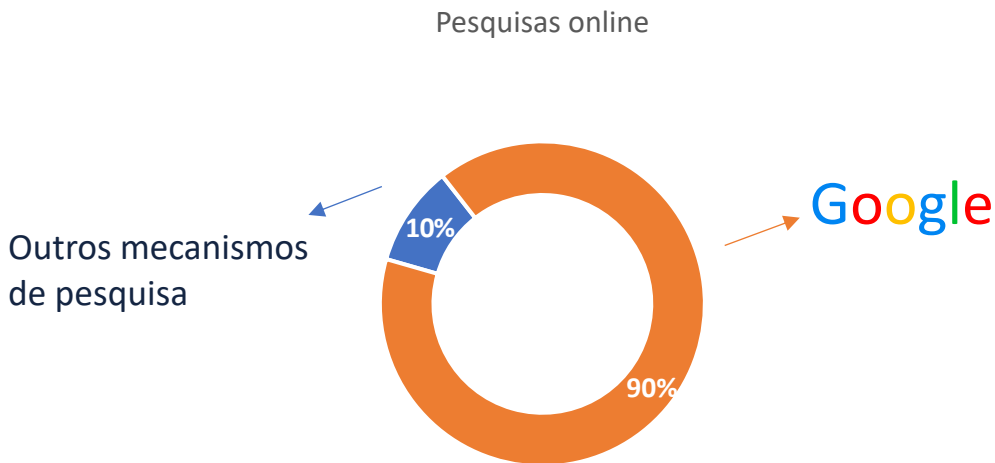
Um estudo sobre a Visibilidade e a Reputação Online

# Sumário

- **Benchmark Supermercados portugueses**
  - Os números da pesquisa
  - As marcas analisadas
  - Tendências do Google e pesquisas locais
- **Fatores de posicionamento on-line**
  - Pontuação 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 do retalho alimentar, a concorrência é cada vez mais acirrada, sobretudo em grandes cidades.

*Vejam 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 do retalho alimentar 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

**14**  Marcas analisadas

**1.812**  Fichas analisadas

**2,2M**  Avaliações extraídas do Google Perfil de Empresa

**4,1/5**  Nota média das fichas



69



113



65



CONTINENTE



22



116



98



138



203



162



98



43



434



159

Marcas analisadas

# Google Trends:

Se compararmos os dados de 2022 com 2023 no território português, veremos que a pesquisa "**supermercado perto de mim**" teve um crescimento percentual\* de

# + 73%

## Pesquisa direta

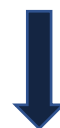
A procura por uma localização específica, um bom indicador da sua notoriedade.

“Continente no Chiado”

## Pesquisa indireta

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

“supermercado 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.

\*Comparação realizada entre os meses de abril de 2022 e 2023. Fonte: Google Trends.

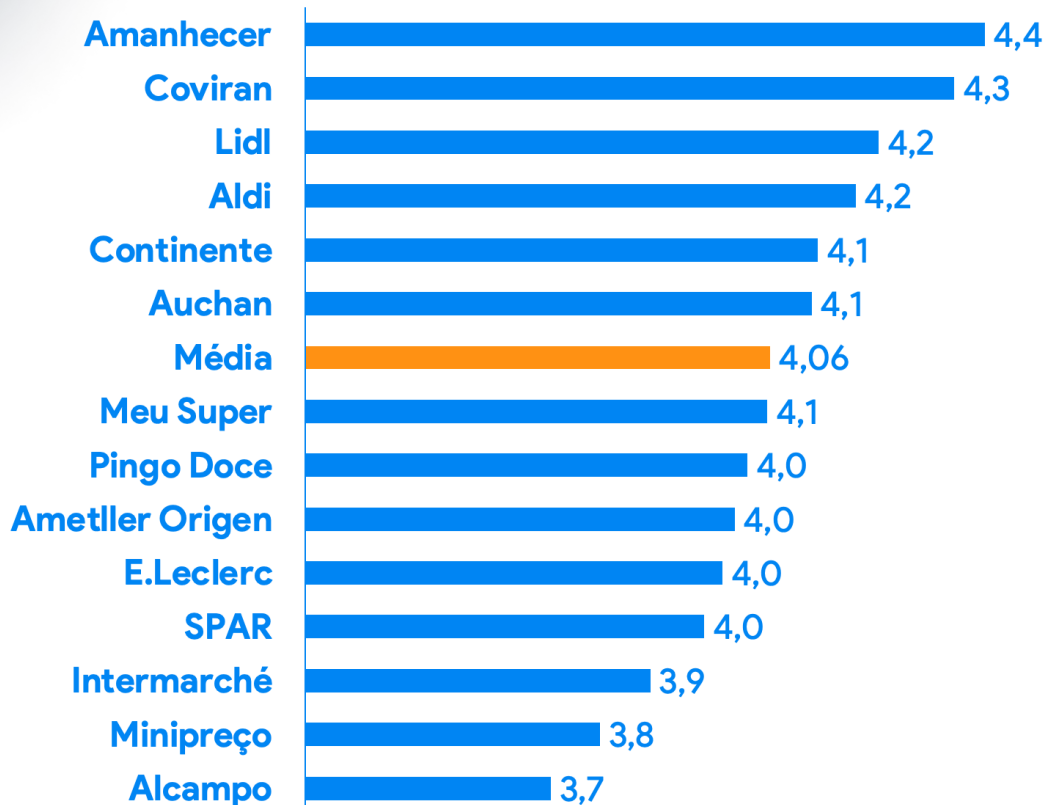
# Fatores de posicionamento



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

Os supermercados tiveram uma nota média de avaliações de

**4,1/5**

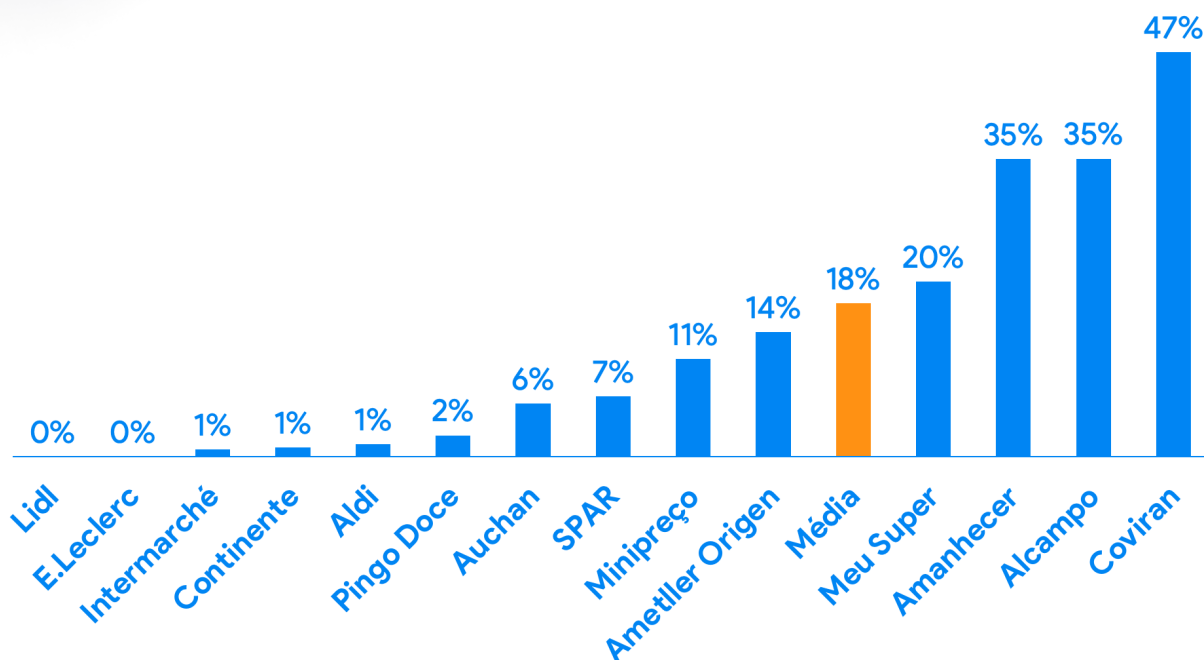


Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus utilizadores para marcas e negócios locais que provavelmente irão satisfazê-los. O algoritmo da Google mostra nos primeiros resultados as empresas que têm uma boa reputação online, com base na classificação média de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



## As avaliações são também um fator de posicionamento importante

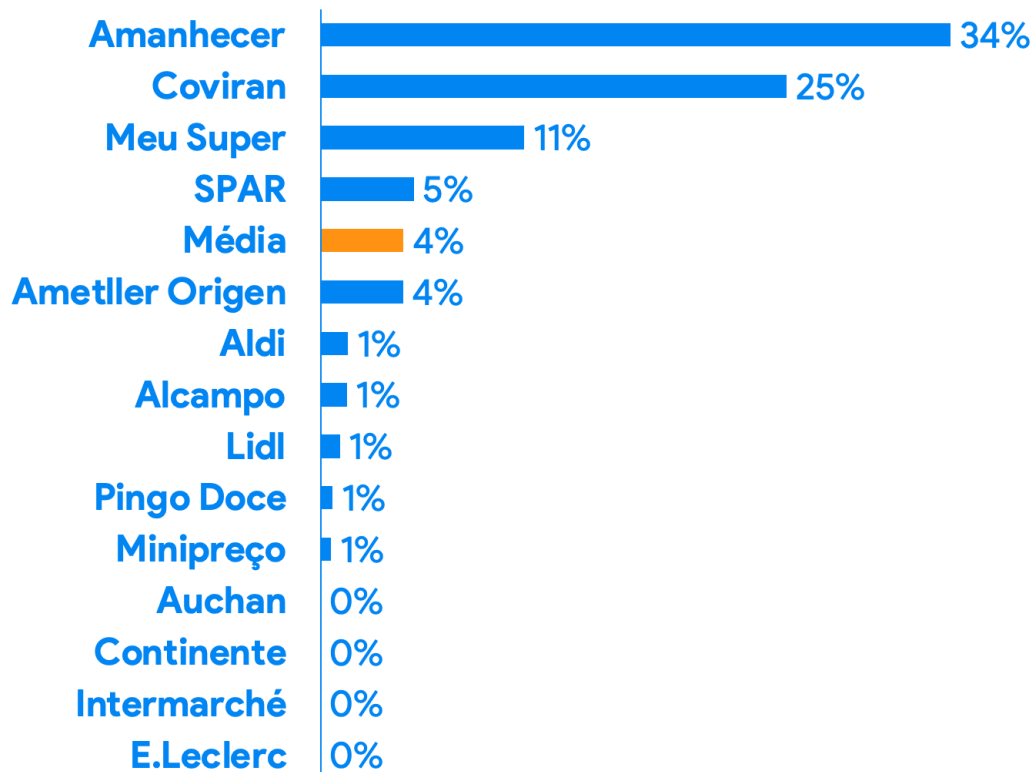
Os supermercados com **menos de 10 avaliações** respectivamente são:



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.



# Supermercados 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. **87% dos usuários acreditam que uma classificação inferior a 3 estrelas é inaceitável.**

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

# Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe um **supermercado** 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?*

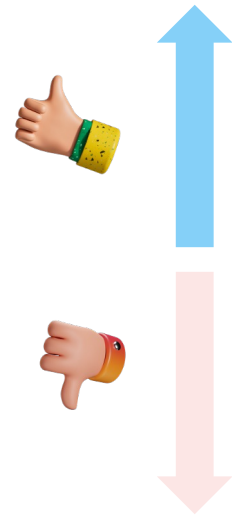
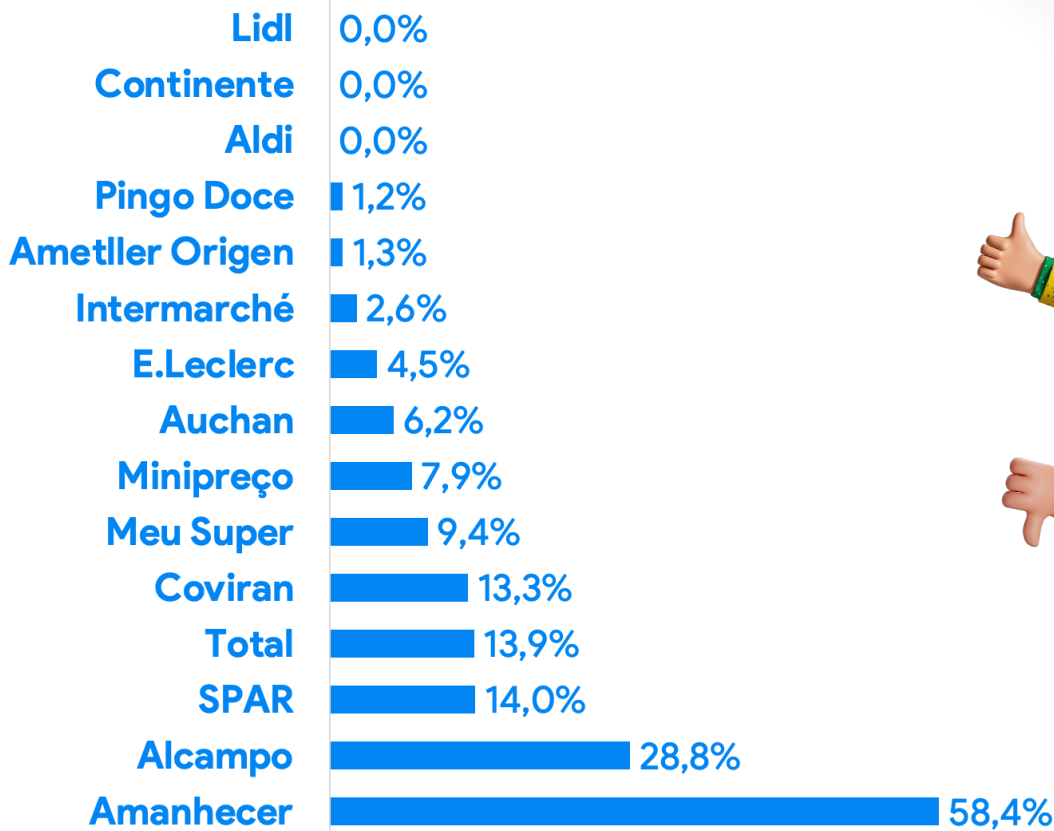
É necessário fornecer ao Google as informações corretas do estabelecimento, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

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.



# Supermercados em Portugal **sem website**



## TIPS!

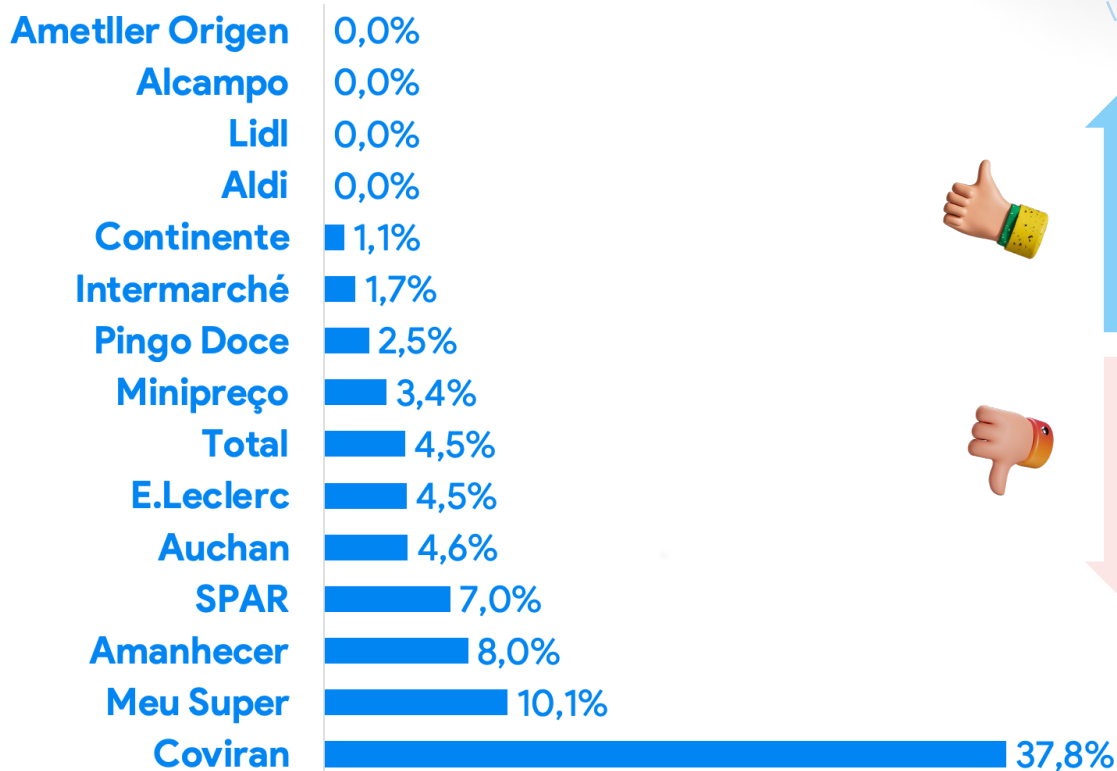


Muitas pessoas acreditam que a qualidade de um website reflete a qualidade do estabelecimento para além de mostrar o menu e a oferta de pratos. Certifique-se de que o seu website está bem atualizado e reflete a imagem da marca, e para não perder potenciais clientes, adicione o seu website ao perfil comercial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

\*Fonte: Partoo's Data Studio (2023).  
Alcampo e Ametller Origen são clientes Partoo.



# Supermercados em Portugal **sem** horários



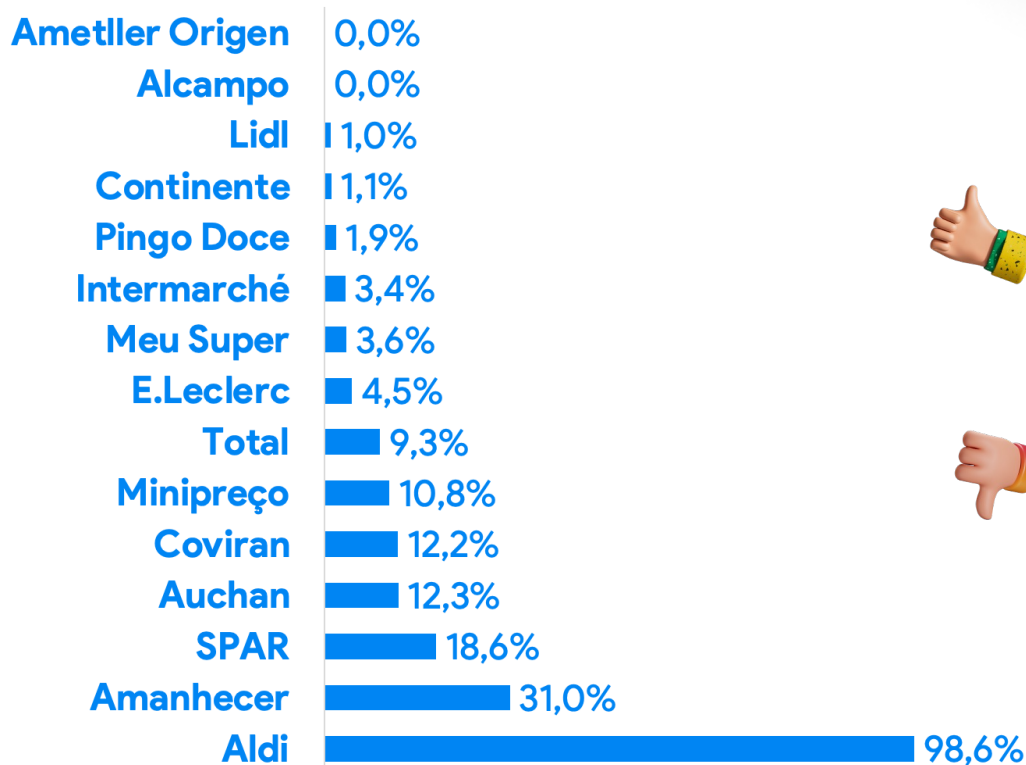
## TIPS!



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.



# Supermercados em Portugal **sem** contacto telefónico



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 (2023).  
Alcampo e Ametller Origen 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.



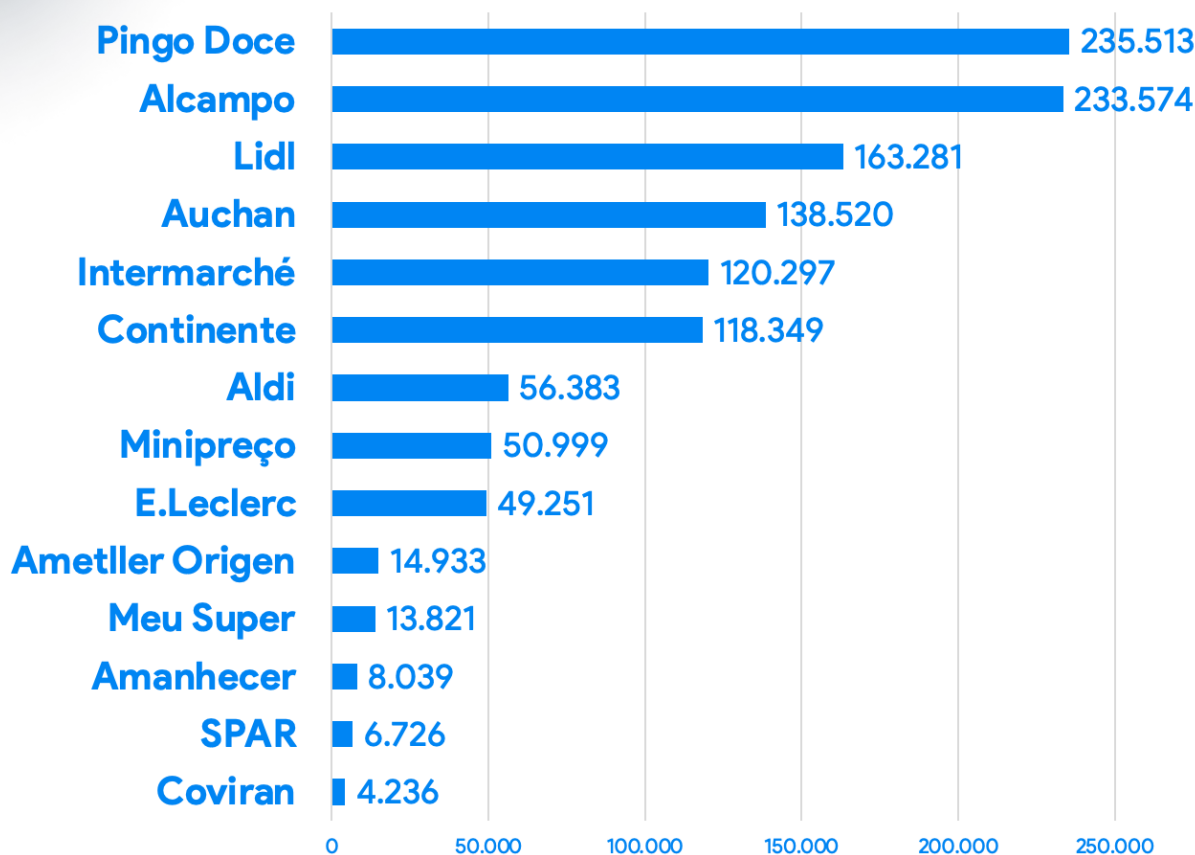
**As avaliações recebidas permitem-lhe melhorar a sua visibilidade e também posicionar-se com base em novas palavras-chave.**

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

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

# Quantas avaliações recebem as lojas em Portugal?

As lojas receberam **2.215.252**  
Avaliações



## TIPS!



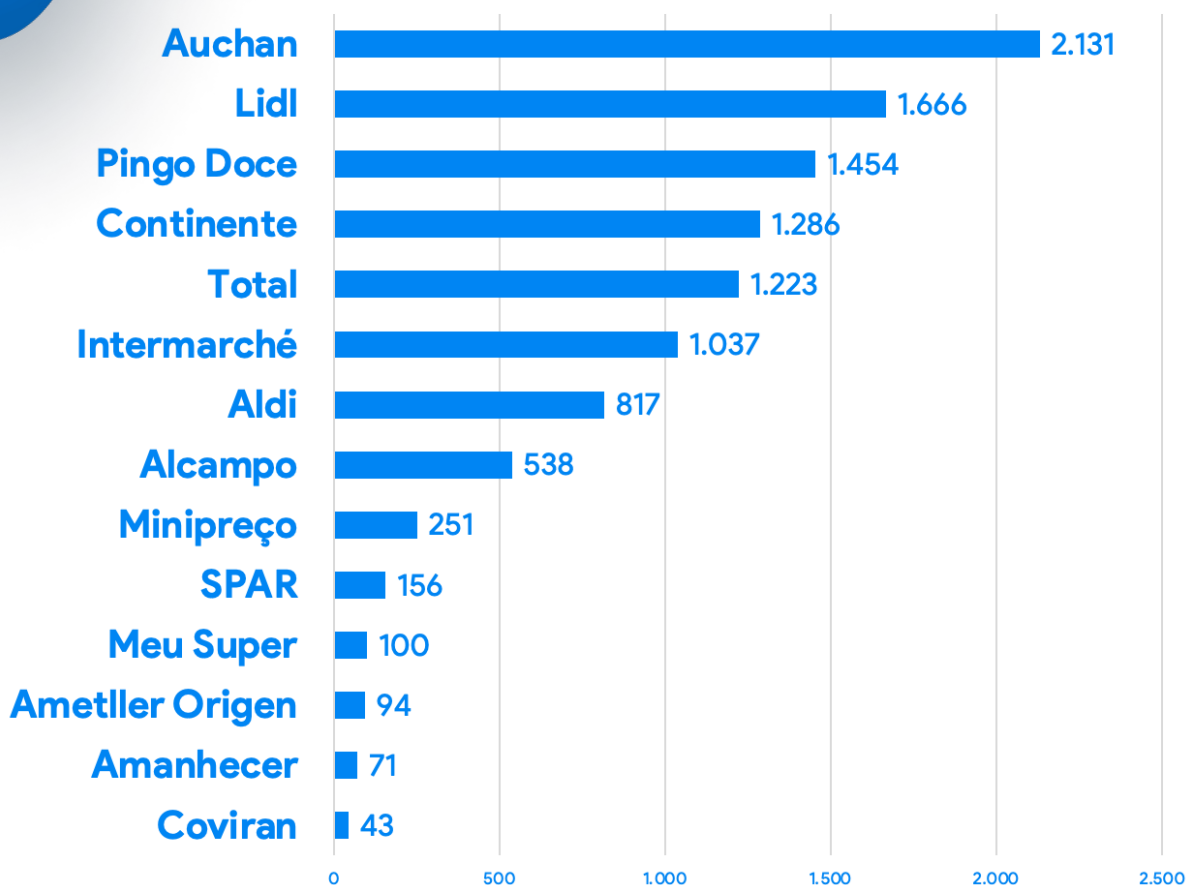
Quanto mais avaliações positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-lhe receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador lhe escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online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



# Quantas avaliações por ponto de venda recebem?

As lojas têm, na média,

**1.222**  
Avaliações / loja



## TIPS!



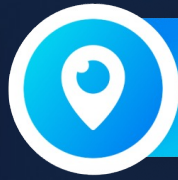
Quanto mais avaliações positivas sua marca receber, mais a sua posição nos resultados sobe. Além disso, isto permite-lhe receber mais feedback sobre o que acontece nos estabelecimentos e contribuir para que outro utilizador lhe escolha. **85% dos consumidores consultam entre 1 e 10 avaliações online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

