

SETOR DA MODA NO BRASIL

Visibilidade online e reputação das empresas
brasileiras



 partoo

Índice

■ Benchmark: Moda

- 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

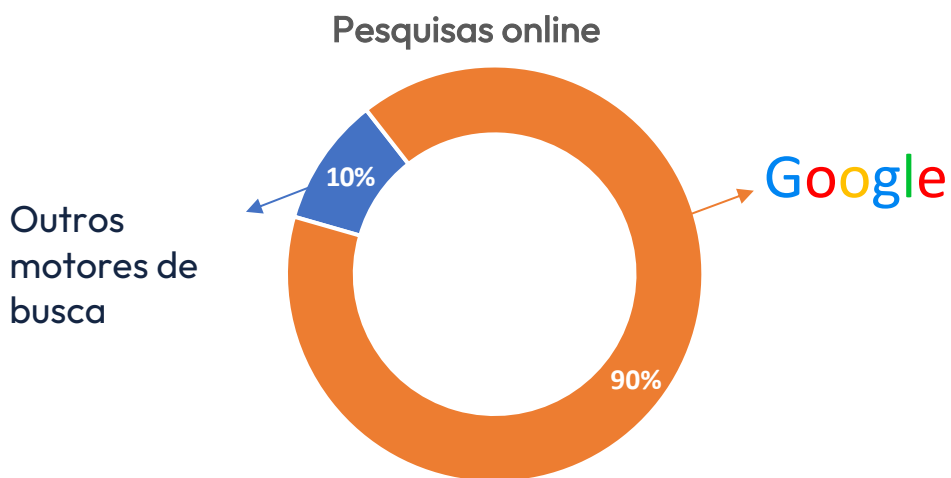
■ Conselhos da Partoo

- 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 sector da moda, a concorrência é cada vez mais elevada, sobretudo nas grandes cidades.

Vamos aos números no Brasil

Para quem é este Guia?

Esta investigação do Partoo nasceu com o objetivo de analisar a presença e reputação online de uma seleção de marcas de moda consolidadas no Brasil e destina-se a todos os profissionais do sector da Moda 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 você!

Os números da pesquisa

12



Marcas analisadas

2.743



Lojas de moda analisadas

3,2M



Avaliações extraídas do GBP analisadas

4,1



Nota média



403



280



248



271



221



54



143



147



571



76



72



257

Marcas Analisadas

Google Trends:

Se compararmos os dados de há 4 anos com os deste ano, veremos que a procura de "lojas de roupa" foi realizada em média **2,7** vezes por dia em setembro de 2018, enquanto hoje é realizada **7,7** vezes por dia. Corresponde a um crescimento percentual de

+ 184%

Pesquisas diretas

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

“Lojas Renner na Liberdade”

Pesquisas indiretas

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

»Loja de roupas 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.

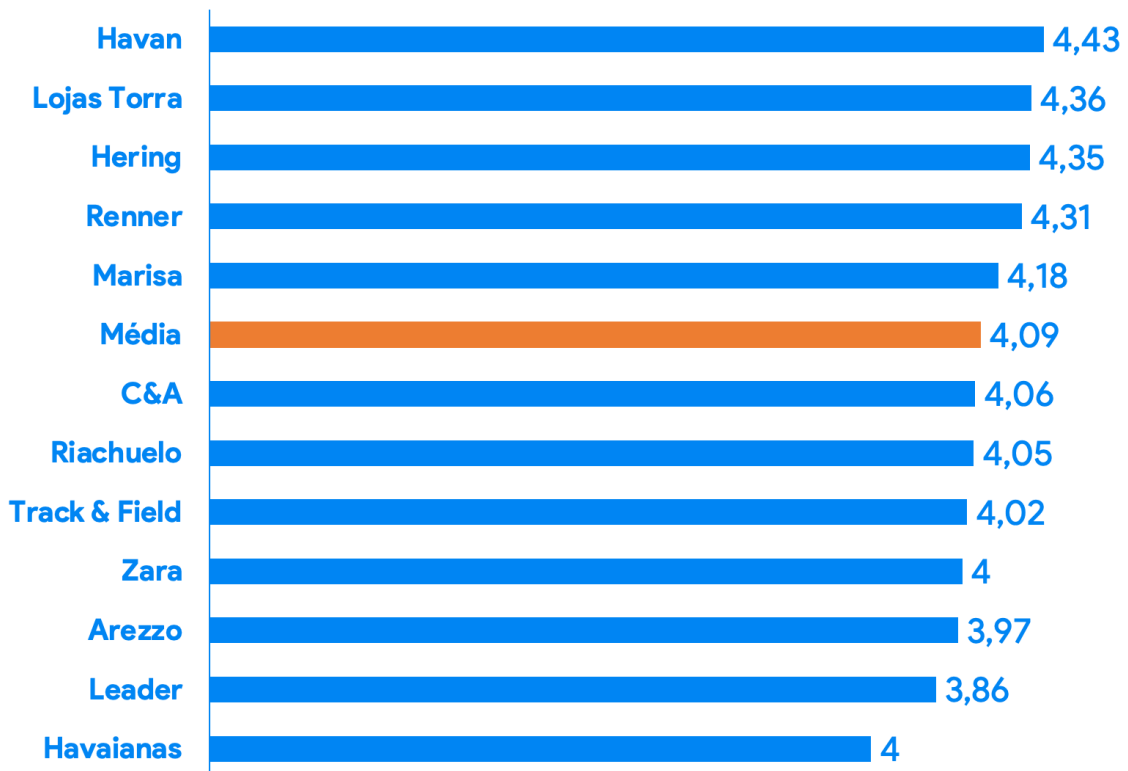
Fatores de posicionamento



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

As lojas de moda tiveram uma nota média de avaliações de

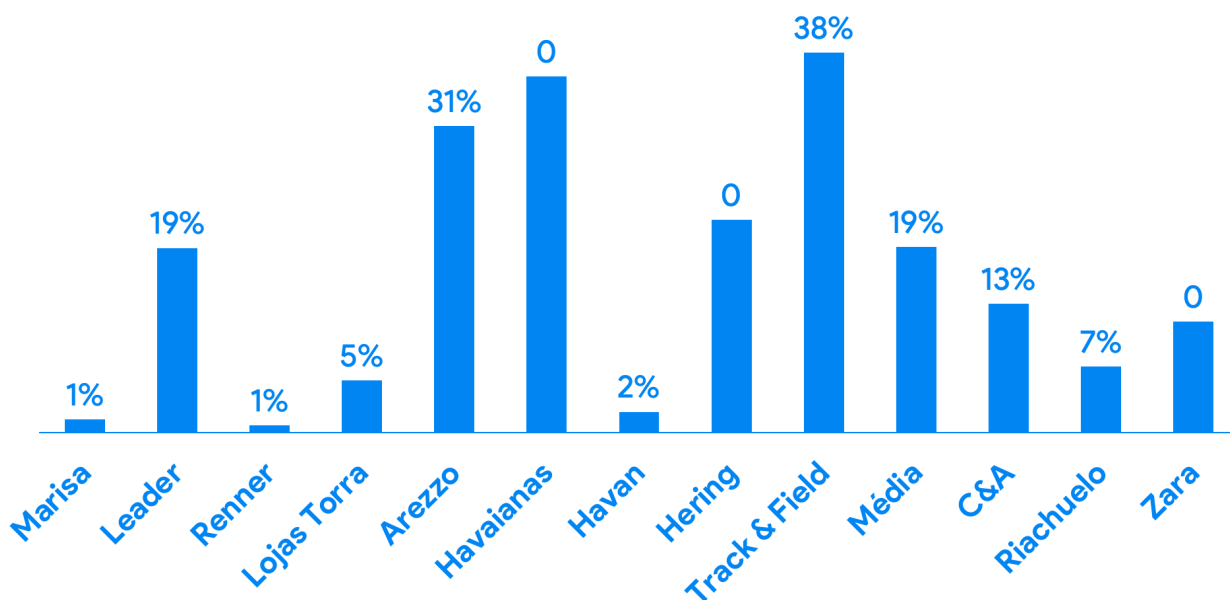
4,1/5



Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus 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 lojas com **menos de 10 avaliações** por ponto de venda, em porcentagem, 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.**

Importância da informação

A maioria das pessoas escolhe uma loja de moda entre aquelas 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 restaurante, e é importante que este seja o mesmo em todas as outras plataformas (Facebook, Waze, Instagram etc).

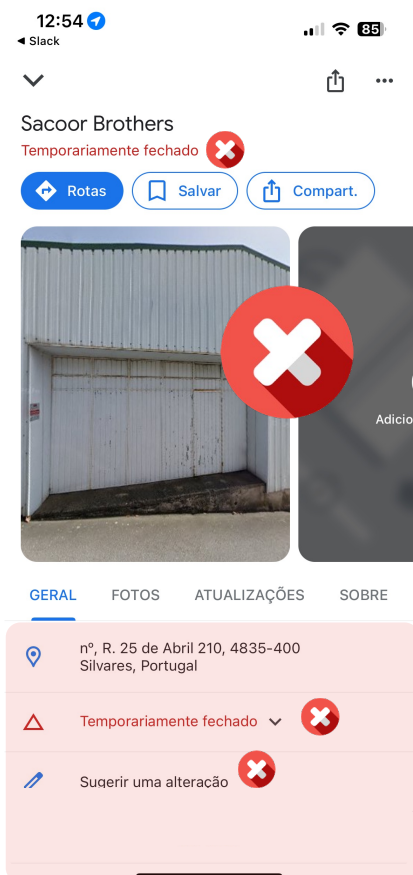
Aqui estão os passos básicos a seguir:

- 
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 negócio de moda. 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.

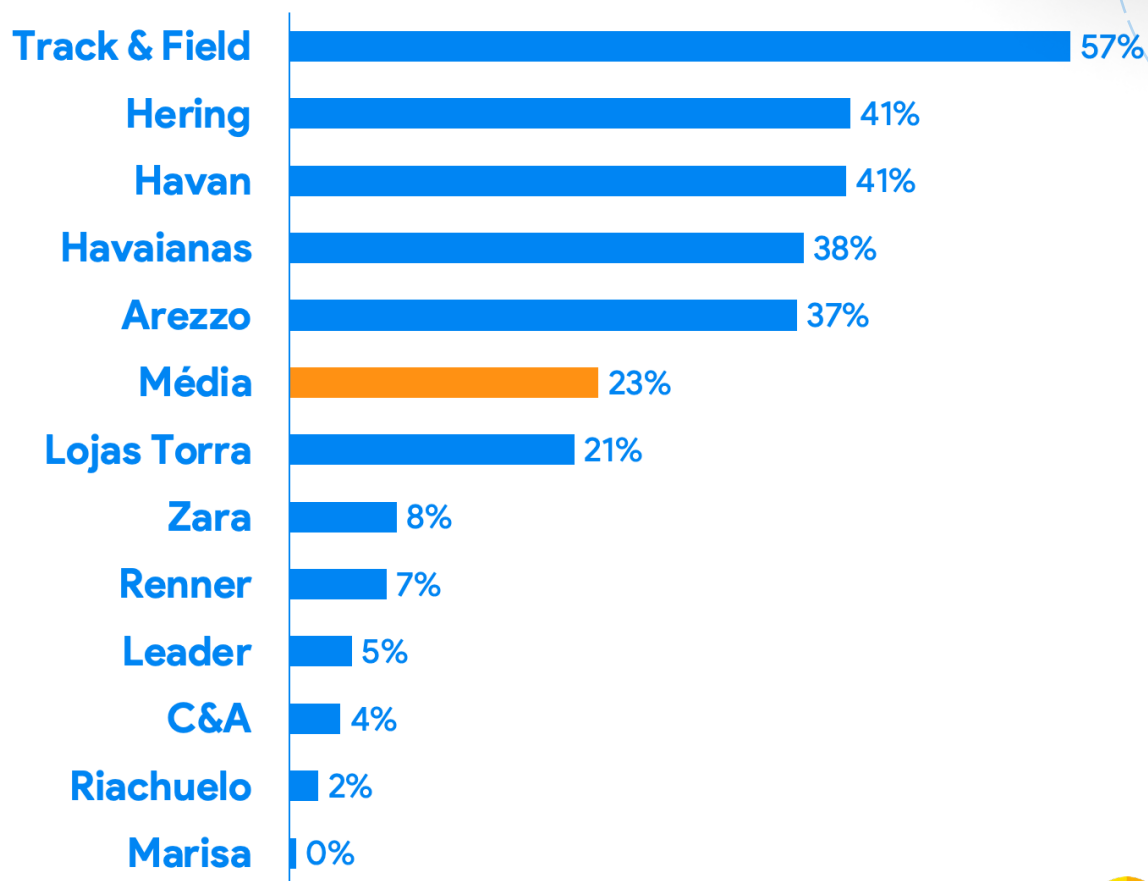
A primeira é da **Sacoor Brothers**: mostra-nos um símbolo de que não foi reivindicada, por isso a Sacoor Brothers não é a proprietária oficial desta ficha GBP. Assim, permite qualquer usuário meter informação, tanto imagens como horários ou detalhes de contato. Além disso, quase toda a informação básica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

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





Lojas de moda com notas superiores a 4,5* no Google



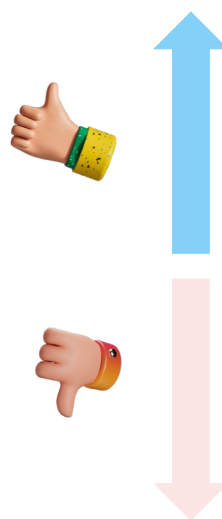
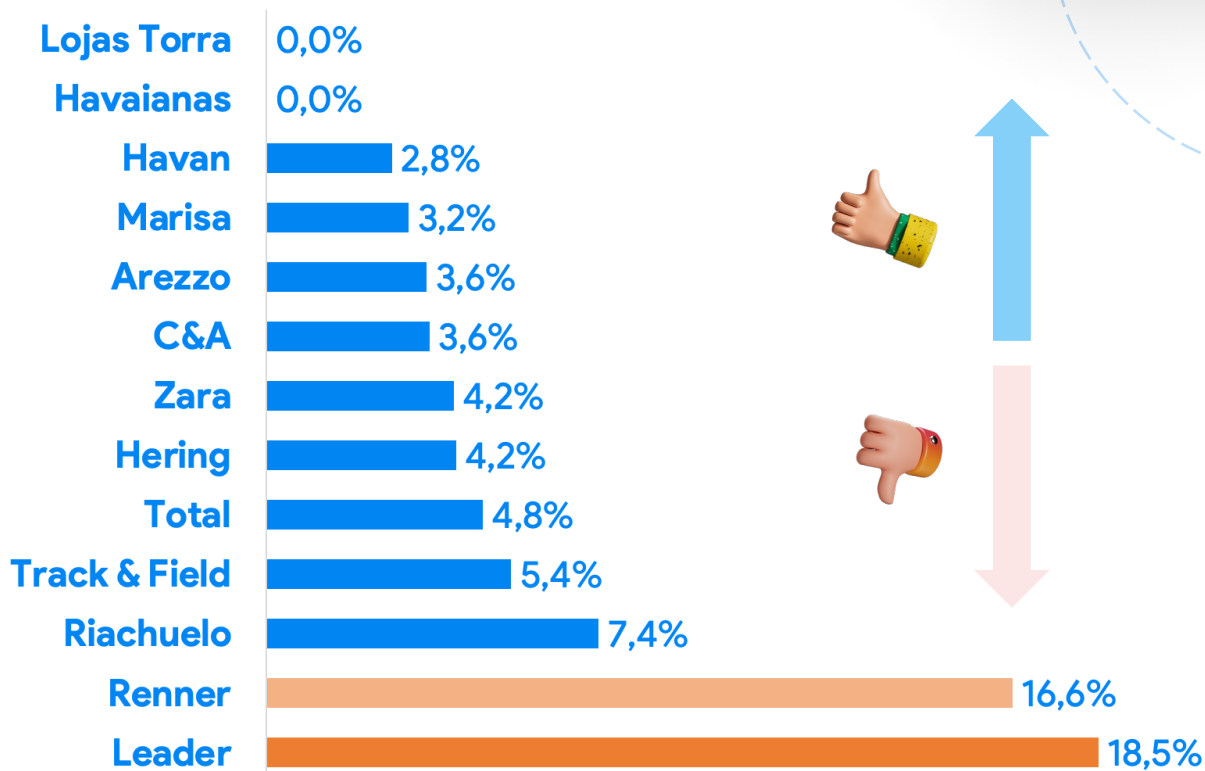
TIPS!



Você 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.



Lojas de moda sem contato telefônico



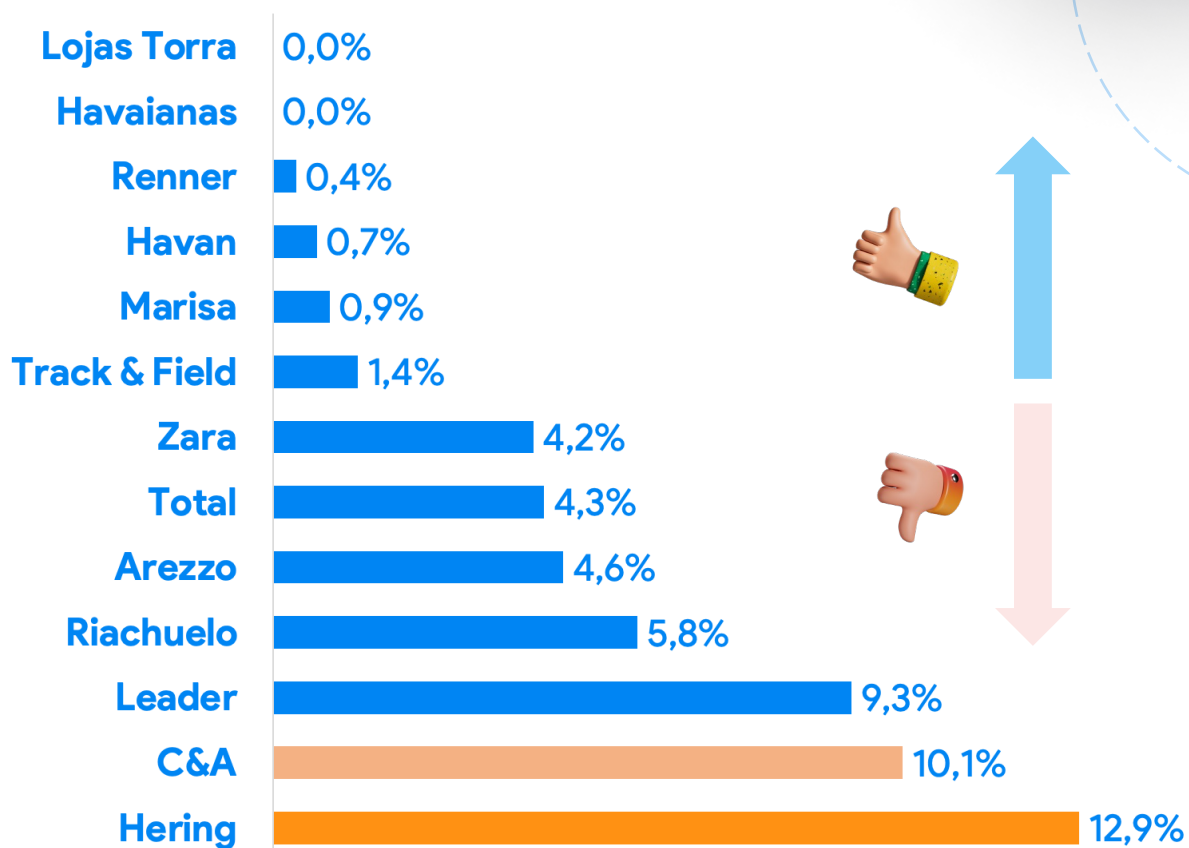
TIPS!



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 ficha 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.



Lojas de moda em sem website



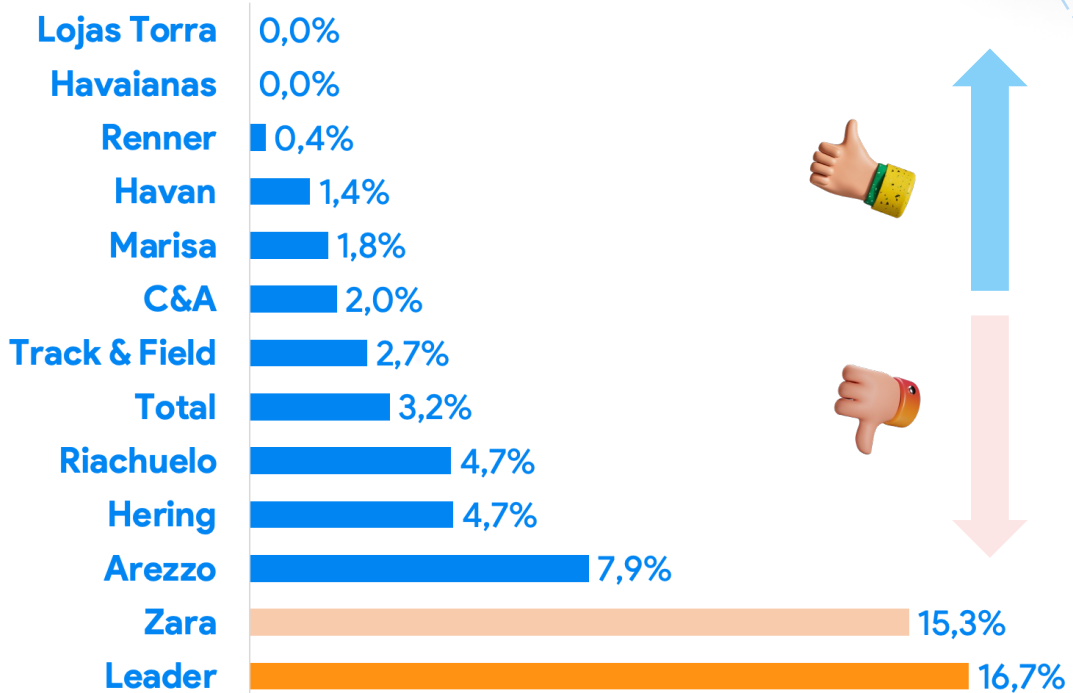
TIPS!



Muitas pessoas acreditam que a qualidade de um website reflete a qualidade do restaurante 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 moda **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 restaurante. 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 usuários olham para as avaliações antes de irem a uma concessionária?

9 em 10 pessoas, antes de escolher a sua loja de moda, 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.

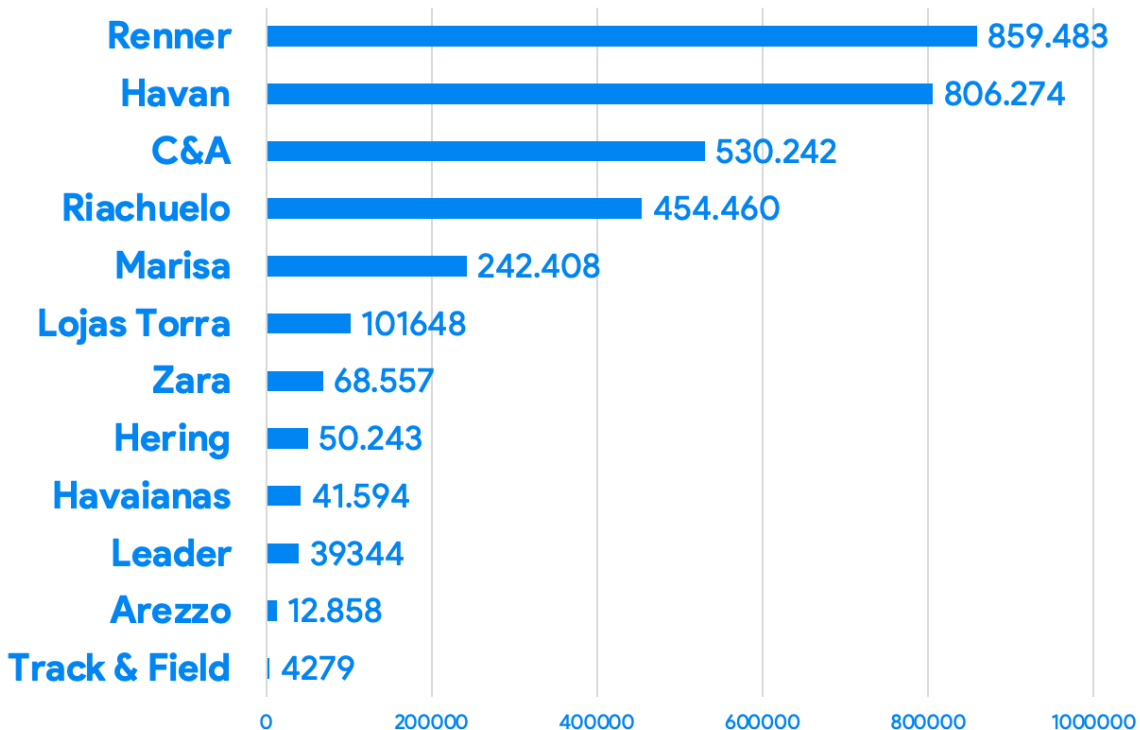
Se quiser saber mais sobre este tópico, pode fazer acessar:

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

Quantas avaliações recebem as marcas de moda no Brasil?

As lojas de moda têm, em média,

1.170
Avaliações / loja



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.

O Barômetro Partoo

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.

+4%

de avaliações no Google em 2022 em comparação com o ano anterior

4,1/5

Pontuação média aumentou de 4/5 para 4,1/5.

59%

Taxa de resposta de avaliação, em comparação com 45% de 2021.

41

avaliações por loja, em comparação com 38 no ano anterior.

Se quiser investigar toda a investigação, pode visitar este [link](#).

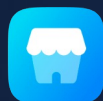
Os nossos produtos

Get found!



Presence Management

Atualize as informações da sua loja com um único clique



Store Locator

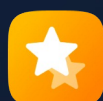
Otimizar o seu website



Social media

Poste as suas publicações num clique

Get chosen!



Review Management

Responda a avaliações num piscar de olhos



Review Booster

Obtenha comentários positivos facilmente



Messages

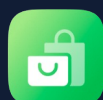
Converse diretamente com os seus clientes

Get clients!



Pagos

Oferta de pagamento on-line ou por código QR



Click & collect

Permite que os seus clientes comprem produtos online e os recolham no ponto de venda



Entrega

Ofertas de entrega ao domicílio

Contato



Lucas Pinto

International Account
Executive

Lucas.pinto@partoo.co

Jéssica Carneiro

Marketing Manager
Portugal & Brazil

Jessica.carneiro@partoo.es

