

GINÁSIOS EM PORTUGAL

Um estudo sobre a Visibilidade e Reputação Online em 2024



Conteúdo

- Apresentação do estudo

 - Introdução

 - Marcas analisadas

- Reputação digital: os números-chave

 - Análise competitiva

 - Notas médias e número de avaliações por marca

 - A importância das avaliações no percurso do cliente

- Melhorar a sua reputação digital

 - Barómetro das avaliações do Google

 - Review Management: como gerir melhor as avaliações dos seus clientes

 - Como recolher novas avaliações de clientes?

- Ser escolhido em vez da concorrência

 - Estudo do impacto das avaliações dos clientes

 - Delegar às equipas locais?

 - Compreender melhor as avaliações dos seus clientes

- Ser encontrado pelos usuários

 - Os fatores de posicionamento local

 - A importância de otimizar as suas fichas do Google

 - O impacto das fotos no SEO local

SUMÁRIO



Apresentação do estudo

Introdução

Este estudo analisa a reputação digital e a visibilidade online de 6 ginásios em Portugal. Inclui análises quantitativas e conselhos práticos para ajudá-lo a melhorar.

Como isto lhe pode interessar?

O objetivo do estudo é permitir-lhe:

- Posicionar-se melhor em relação aos outros atores do mercado
- Identificar as suas áreas de melhoria e tomar medidas para corrigi-las
- Ensiná-lo e ajudá-lo a compreender melhor a importância das fichas do Google Business Profile da sua rede
- Tirar partido dos nossos melhores conselhos e ideias de otimização para progredir

Âmbito do estudo

Todos os dados analisados para este estudo foram extraídos em maio de 2024.

Dados analisados e método de análise

Graças a uma extração por API (Application Programming Interface), recolhemos dados do Google Business Profile de cada uma dos ginásios das 6 marcas selecionadas para este estudo.

Para cada marca, estudámos:

- O número de avaliações por estabelecimento
- A nota média dos estabelecimentos
- A conclusão das informações presentes nas fichas

Os números da pesquisa

6



Marcas analisadas

164



Centros analisados

59k

Avaliações extraídas do
GBP analisadas

4,1/5



Nota média

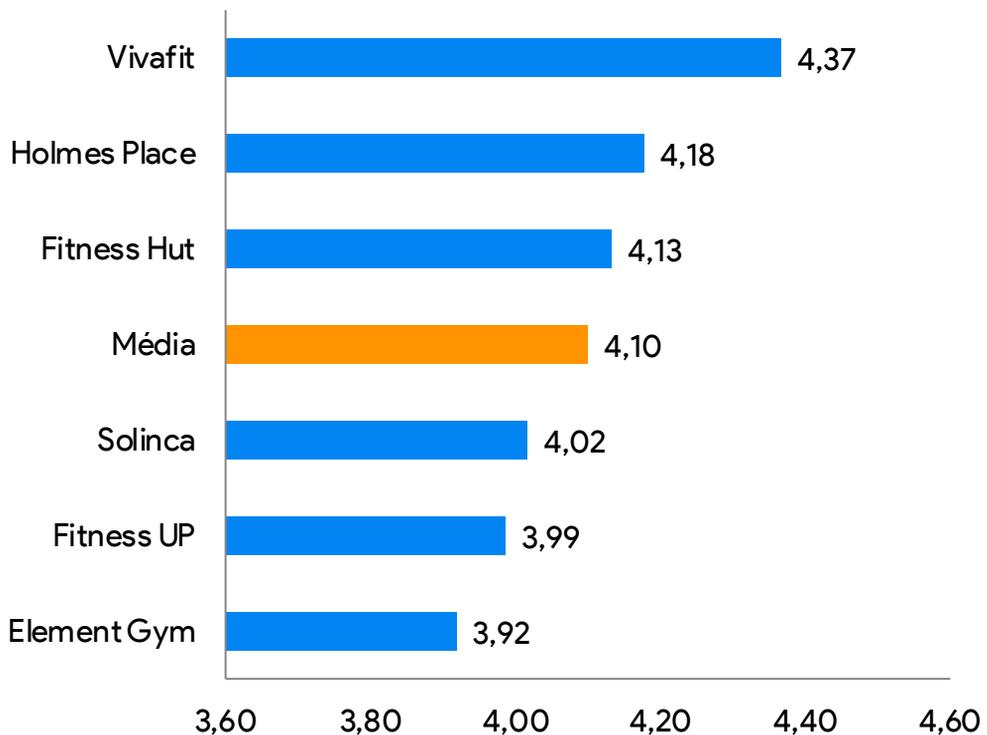


Reputação digital: oportunidades a aproveitar

A nota média dos ginásios

Quanto maior for a sua nota, maior é a probabilidade dos seus ginásios aparecerem nos resultados de pesquisa. Além disso, 76% dos portugueses acreditam que as avaliações têm um impacto direto nas decisões. Trata-se de uma obrigação no momento de escolher uma loja em detrimento de outra.

A nota média das marcas analisadas é de **4,10/5**



Fitness UP Leiria

1,8 ★★☆☆☆ (12)

Academia



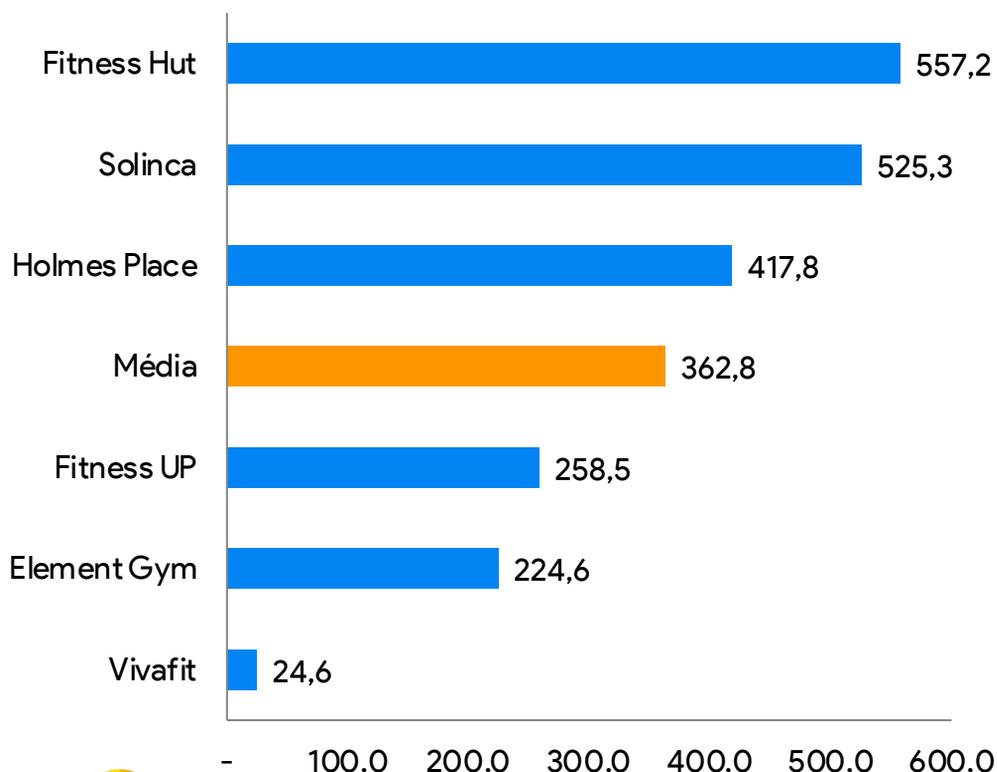
Gimnasio Smart Fit - Palmas Carso

4,5 ★★★★★ (2.384)

Academia de ginástica olímpica · [♿](#)

Quantas avaliações recebem os ginásios em Portugal?

Os ginásios portugueses têm, em média, **362,8** Avaliações / loja



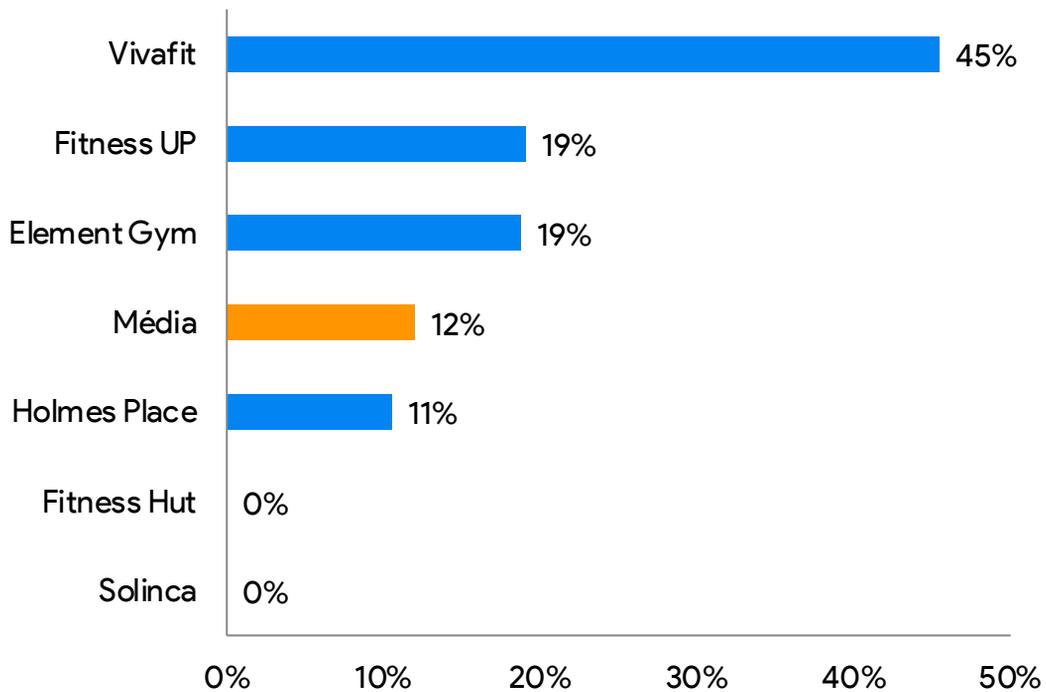
TIPS!



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 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.



Ginásios com nota superior 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.**

A importância das avaliações na jornada do cliente

Google

A reputação digital é um dos principais critérios de posicionamento local no Google



Tristan P.



Esta loja está aberta das 11h às 19h. No entanto, estamos à espera há uma hora por uma funcionária que, aparentemente, saiu para o almoço. Inadmissível!



Claire H.



Recomendo esta loja 200% As funcionárias são muito simpáticas, dedicam tempo a aconselhar-nos e são muito recetivas. Resumindo, o sorriso está sempre lá!



70% dos usuários leem as avaliações dos estabelecimentos que pretendem visitar no futuro *

Esta tendência é ainda mais pronunciada entre pessoas dos 25 aos 34 anos, que são mais de **69%** e que analisam sistematicamente as **avaliações** de um estabelecimento antes de decidirem visitá-lo.

Melhorar a sua reputação digital



Todos os anos, a Partoo publica o tão esperado barómetro, lançando luz sobre a presença online e o panorama da reputação do das principais marcas europeias. A edição deste ano resulta numa detalhada pesquisa entre **6.527** pontos de venda de **69** clientes, analisando mais de **2 milhões** de avaliações no Google, marca um salto significativo com a inclusão de dados inéditos.

- ◆ **1.125.335.639** de visualizações nas fichas dos nossos clientes em 2023.
- ◆ **79%** de visualizações derivadas de dispositivos móveis, comparado com
- ◆ **21%** derivadas de computadores.
- ◆ **66%** das visualizações vieram dos resultados da pesquisa, comparado com 34% do aplicativo Google Maps.



1.130

Chamadas
telefónicas/PDV



2.469

Cliques no
website/PDV



3.476

Solicitações de
itinerário/PDV

[DESCUBRA AQUI O ESTUDO COMPLETO](#)

Review Management: por que é tão importante

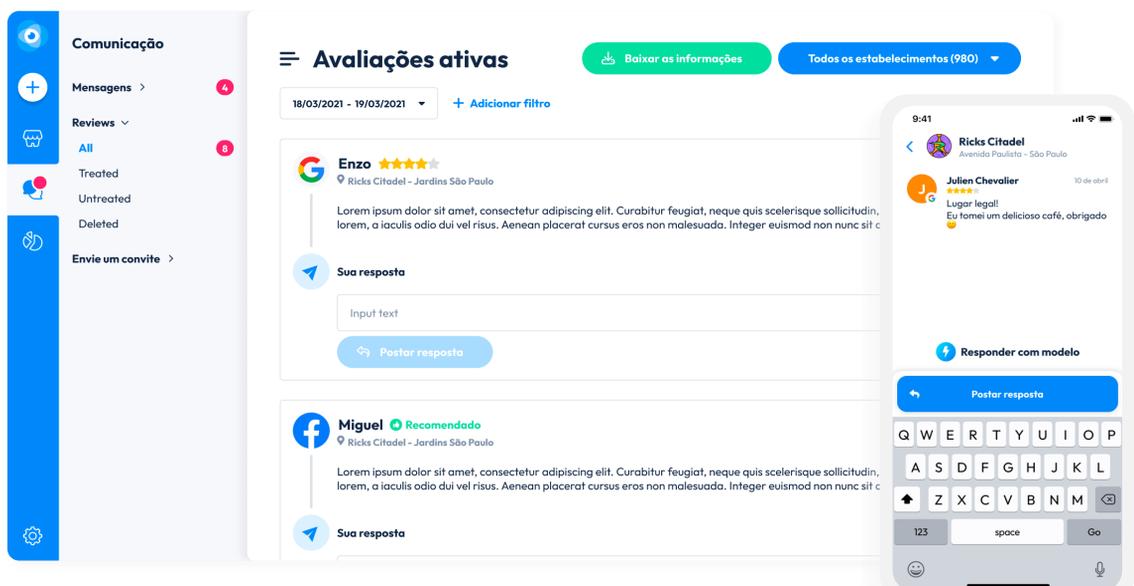
Os clientes são confrontados com avaliações de clientes durante todo o seu processo de decisão. Trata-se de um critério essencial que pesa nas decisões de compra.

Mas, como encorajar os visitantes satisfeitos a deixarem uma avaliação? E, como gerir metodicamente todas as avaliações dos seus ginásios? Para isso, a ferramenta “Review Management” é uma preciosa aliada. Ela permite-lhe:

- Centralizar e gerir todas as suas avaliações numa única plataforma, local ou central
- Ser notificado sempre que receber uma nova avaliação de cliente e responder com alguns cliques
- Analisar a sua reputação digital e medir o seu progresso, graças aos relatórios de desempenho
- Executar as ações necessárias e acompanhar os resultados

3 conselhos para gerir as avaliações dos seus clientes

1. Responda a todas as avaliações, quer sejam positivas ou negativas
2. Privilégie as respostas personalizadas sempre que puder, pois estas serão melhor percebidas do que as respostas genéricas copiadas e coladas.
3. Use as avaliações dos seus clientes para melhorar a experiência do cliente. Pode consultar as avaliações negativas para identificar as suas áreas de melhoria e as ações a implementar na loja.



Como recolher novas avaliações de clientes?

Para recolher facilmente novas avaliações positivas, recomendamos que envie um **SMS aos seus clientes satisfeitos** ou que coloque **QR codes** em caixa.



Por que o QR code?

O QR entrou no quotidiano dos portugueses. Também é o método preferido das pessoas dos 25 aos 34 anos de receção de convites para deixarem uma avaliação.

As principais vantagens são:

- A facilidade de implementação
- O aspeto imediato da recolha

Por que o SMS?

Se tiver o número de telefone dos seus clientes, o SMS é uma das ferramentas mais poderosas para recolher avaliações.

As principais vantagens são:

- A **taxa de abertura elevada** (94%)
- A **taxa de conversão alta**: 50% de conversão após solicitação por SMS

Bom dia Gabriela,

Agradecemos a sua visita à nossa loja.

Deixe a sua avaliação clicando no seguinte link:

<https://pto.sh/u/WXYZA>

Obrigado e até breve!

DICAS!



Precisa de ajuda para recolher avaliações dos seus clientes? A nossa solução Review Management pode ajudá-lo neste sentido. Clique aqui para saber mais!

**Ser escolhido
em vez da
concorrência**

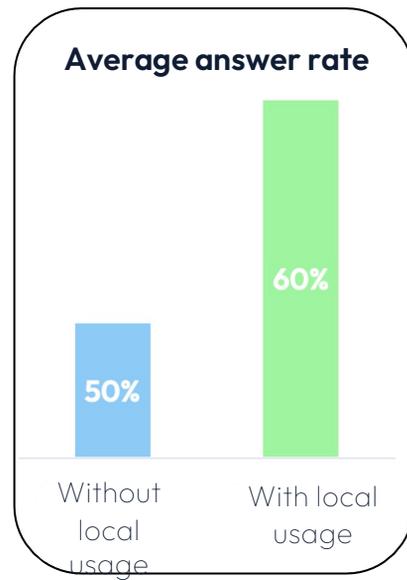
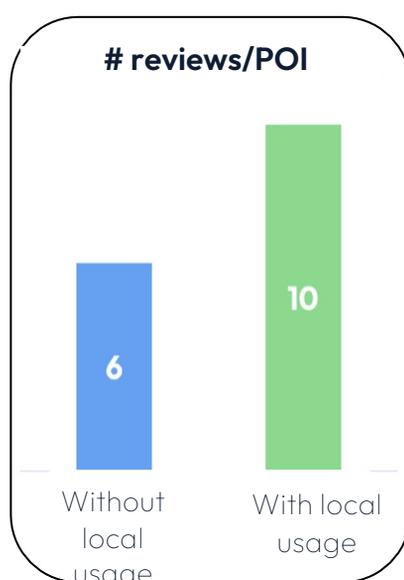
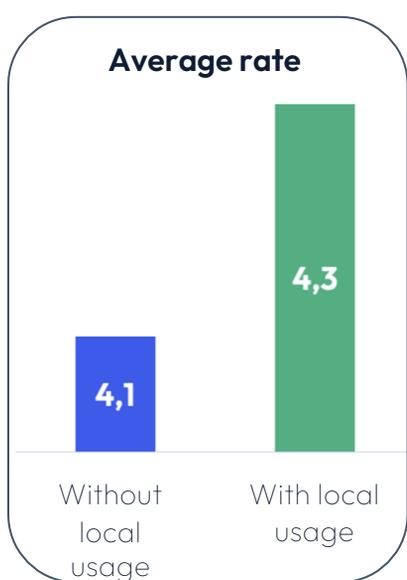
Delegar as avaliações às equipas locais

Quem gere as avaliações dos seus clientes? Uma equipa dedicada central ou localmente o pessoal dos ginásios? Na Partoo, consideramos que a segunda opção apresenta vantagens interessantes.

Os gerentes locais estão em melhor posição para responderem às avaliações dos clientes, pois conhecem a realidade local e os problemas dos clientes melhor do que ninguém. Também é uma oportunidade para melhorar o tratamento das avaliações e o tempo de resposta.

Porém, tenha cuidado: para que isso funcione, é necessário formar as equipas locais e explicar-lhes claramente quais são as suas expectativas. Sem uma estratégia, instruções e uma ferramenta dedicada ao “Review Management”, os resultados poderão não estar à altura.

Comparemos os resultados dos nossos clientes, com ou sem a utilização local do Review Management:



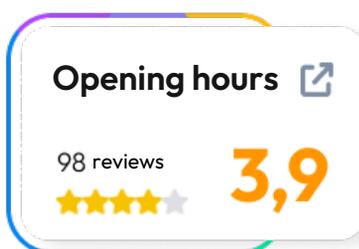
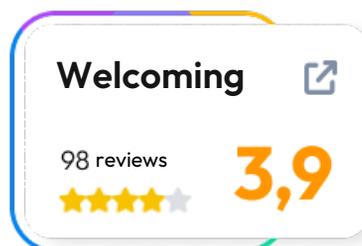
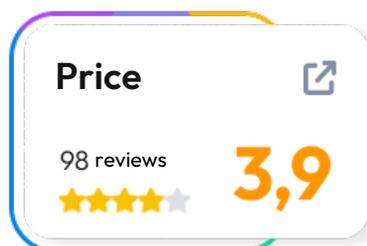
Compreender melhor as avaliações dos seus clientes

Como referimos acima, as avaliações dos clientes são muito importantes para avaliar os pontos fortes e os pontos fracos da experiência do cliente nos seus ginásios. Analisá-las, sobretudo quando são negativas, irá ajudá-lo a compreender melhor os seus visitantes e a executar as ações necessárias para melhorar.

Fácil no papel, um pouco menos na realidade. Os seus ginásios recebem muitas avaliações e classificá-las, tanto central como localmente, poderá ser bastante demorado.

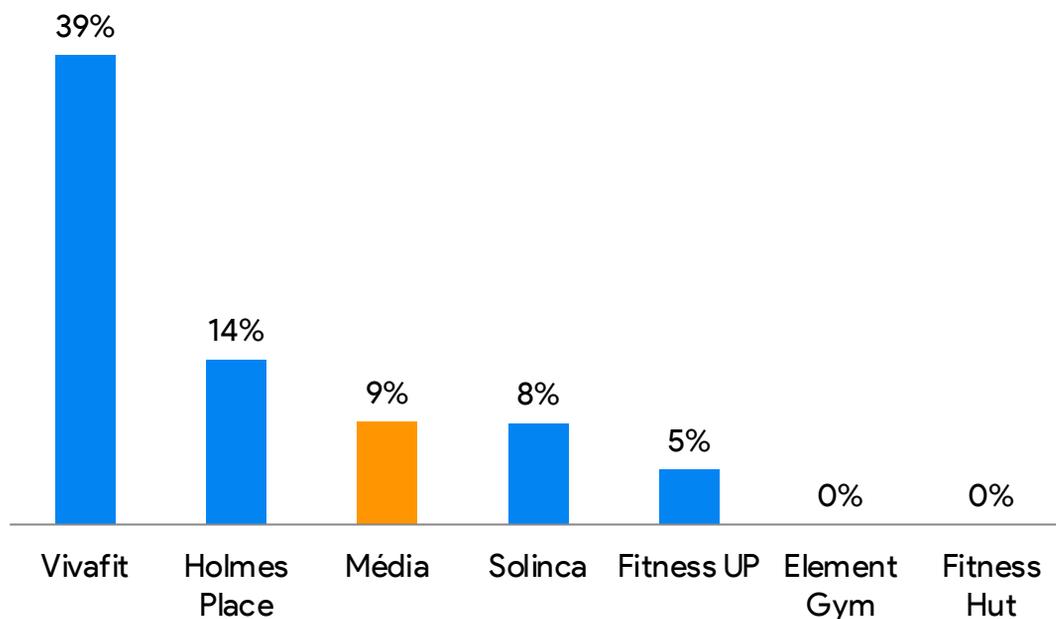
Para isso, lançámos o Review Tagging na plataforma da Partoo, uma funcionalidade recente, que permite categorizar as suas avaliações segundo critérios à sua escolha. Permite-lhe:

- ✓ Classificar **as suas avaliações segundo os aspetos-chave da sua atividade (preço, horários...)**
- ✓ Analisar **os seus pontos fortes e as áreas de melhoria muito facilmente**
- ✓ Priorizar **os seus esforços e fornecer instruções adequadas**



As avaliações são um ponto central na sua estratégia

As marcas com **menos de 10 avaliações** respectivamente são:



*Fonte: Partoo's Data Studio (maio, 2024).

TIPS!



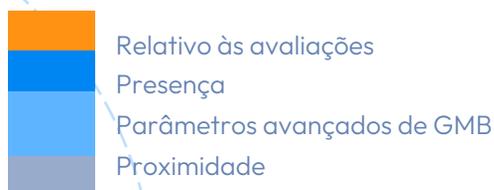
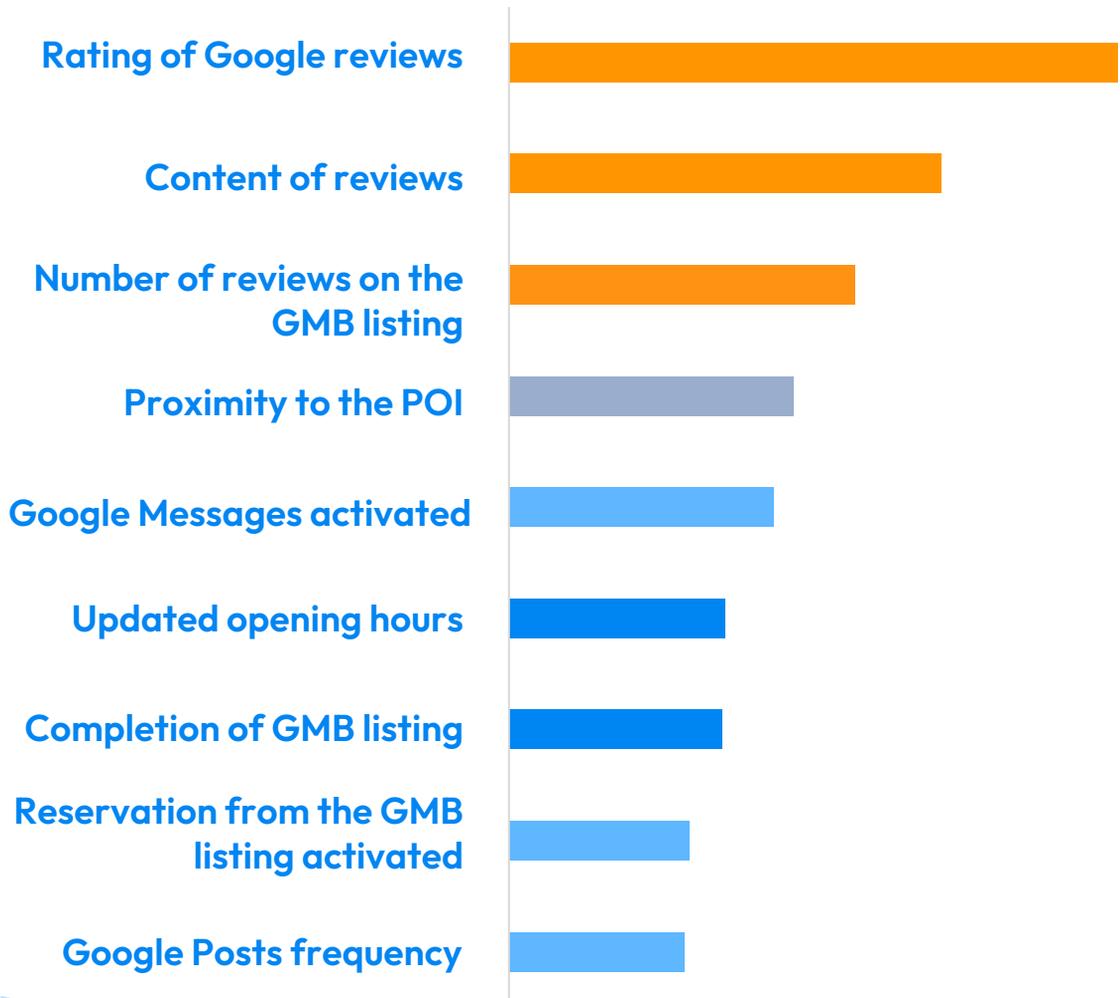
Google preocupa-se se o seu serviço é de qualidade, e é por isso que direciona os seus usuários para marcas e negócios locais que provavelmente irão satisfazê-los. O algoritmo da Google mostra nos primeiros resultados as empresas que têm uma boa reputação online, com base na classificação média de avaliações,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



**Ser
encontrado
pelos usuários**

Fatores de posicionamento local

Segue um gráfico que detalha os critérios de posicionamento local mais importantes para a sua classificação no Google.

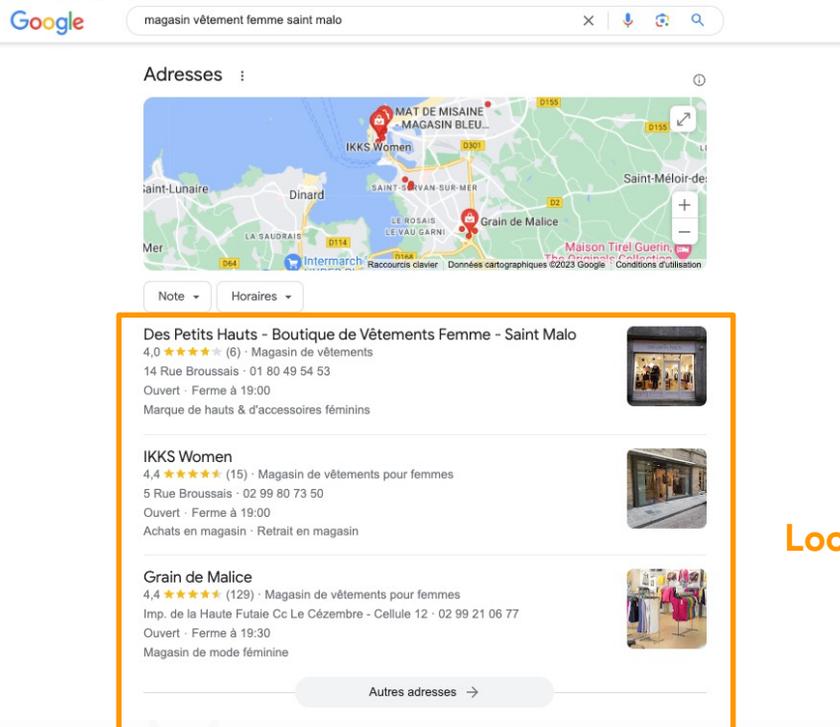


* Estudo anual MOZ 2020 de fatores de classificação local
GMB : Google Business Profile

A importância de fornecer as informações corretas

Ter as fichas do Google Business Profile completas e otimizadas é a melhor forma de melhorar o seu posicionamento local. Também é uma condição *sine qua non* para aparecer no Local Pack, o lugar mais estratégico dos resultados de pesquisa local.

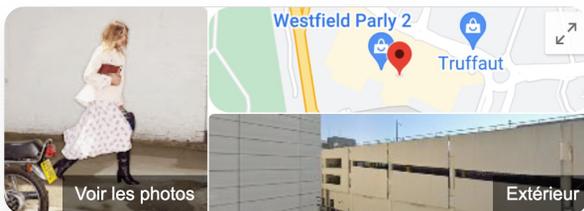
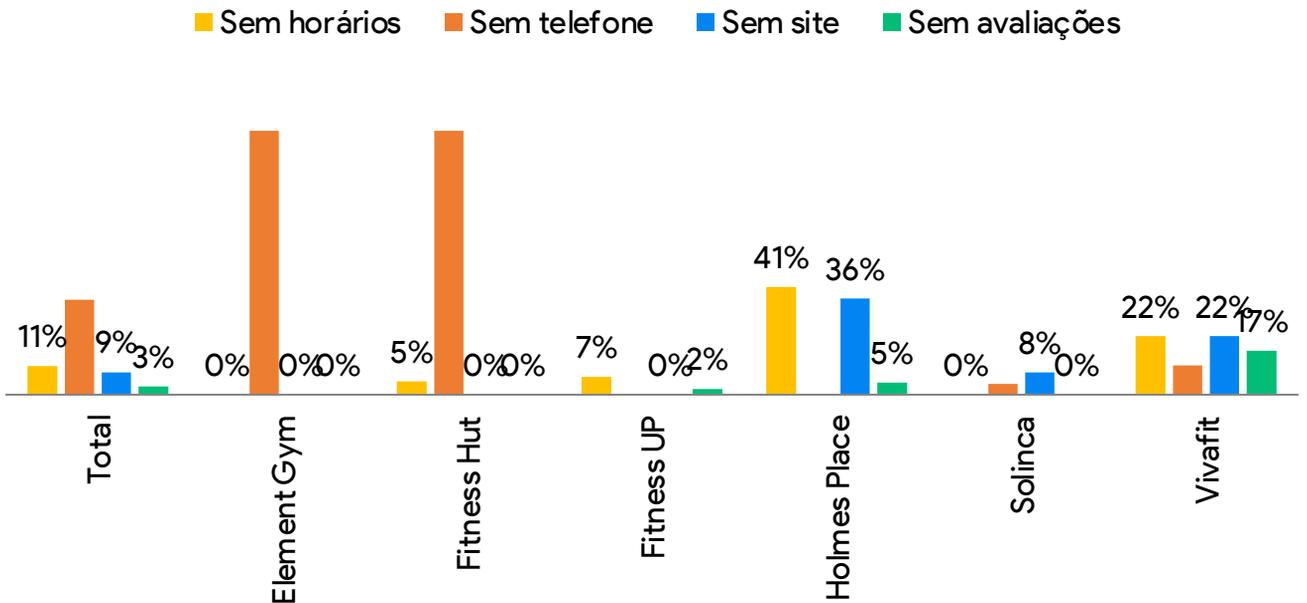
O Local Pack designa o **bloco de 3 estabelecimentos** oferecido ao internauta após uma pesquisa local. Os pontos de venda aí indicados são muito mais visíveis que todos os outros, apenas acessíveis depois de clicar no botão «outros endereços». É essencial aparecer no topo dos resultados da pesquisa.



Como integrar o Local Pack?

Tal como, frequentemente, no SEO local, a chave é a **otimização das fichas do Google**. Quanto mais informações fornecer (horários excepcionais, atributos, produtos, serviços, categorias, fotos...), mais aumentará as probabilidades de subir na classificação. O Google analisa também a **proximidade** dos estabelecimentos com o internauta, a respetiva **relevância** para o pedido efetuado e a respetiva **popularidade**. A nota média e o número de avaliações também conta para o posicionamento.

Proporção de ginásios com informações em falta



ba&sh

Site Web

Itinéraire

Enregistrer

Appeler

4,0 ★★★★★ 9 avis Google

Magasin de vêtements pour femmes, Le Chesnay-Rocquencourt

Marque créatrice de vêtements, chaussures et accessoires féminins à l'esprit rétro, chic et bohème.

Services disponibles: Achats en magasin · Retrait en magasin

Situation : Westfield Parly 2

Adresse : Centre Commercial Parly 2, 2 Av. Charles de Gaulle, 78150

Horaires : Ouvert · Ferme à 20:30

Téléphone : 01 39 02 75 81

Segue-se um exemplo de ficha completa:

- Horários de abertura indicados
- Informações de contacto fornecidas
- Link para o website para visualização da coleção

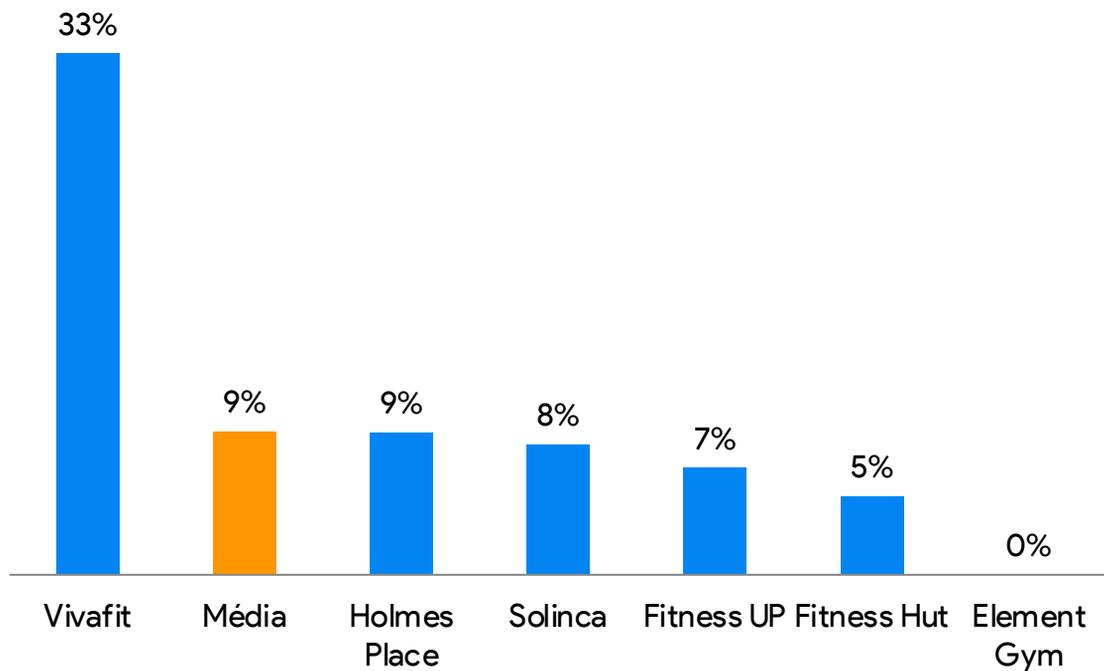
Para ir mais longe na otimização:

- Adicionar fotos na ficha para melhorar o SEO local
- Aumentar o número de avaliações pedindo aos clientes na loja

O impacto das fotos no SEO local

O número e a qualidade das fotos publicadas nas suas fichas de estabelecimento é um **critério de posicionamento importante** para o Google.

O gráfico abaixo indica a percentagem de estabelecimentos por marca com **menos de 5 fotos**.



+42%

de cliques adicionais para pedir itinerários nas fichas com fotos

Sobre a Partoo



GET FOUND



Presence management

- Multidifusão
- Otimização
- Redes sociais



Store locator



GET CHOSEN



Review

- Centralização
- Modelos de respostas
- Aumento de avaliações



Messages

Contacto



Liliana Santos

Iberia Account Executive
liliana.santos@partoo.es



Fabio Salvador

Sales Manager Iberia
fabio.salvador@partoo.es

