



# ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

SEU ROTEIRO PARA VENCER A

# GUERRA NA WEB



# INTRODUÇÃO

Imagine que você é um general do exército e se prepara para uma batalha. Por onde começaria? Já sabe onde o inimigo se posicionou? Quão forte é o seu oponente? Quantas tropas ele possui? Quem o está apoiando? Há muitas perguntas que precisam ser respondidas antes de desenvolver seu plano de batalha – e uma estratégia para vencê-la.

A Internet de hoje me lembra esse campo de batalha. As disputas travadas nos campos digitais são reais, os concorrentes são legítimos e os ganhos com vitórias nessas batalhas na Internet são tangíveis.

Não podemos subestimar a importância de uma estratégia sólida, combinada com uma pesquisa dos concorrentes no mundo digital. Surpreendentemente, muitas empresas entram em batalha sem saber nada sobre seus concorrentes e, pior ainda, às vezes se comprometem com orçamentos elevados só para ir de encontro às suas presunções iniciais e acabam desperdiçando recursos valiosos.

Um caminho mais inteligente é analisar, preparar e planejar bem, antes de investir em marketing. Preservar seu orçamento requer não só atenção com o retorno sobre o investimento (ROI), mas também com a criação de estratégias mais previsíveis, tomando por base uma análise profunda dos concorrentes. Isso, em conjunto com um Plano de Marketing Digital são os propósitos desse estudo para te levar à vitória na web.

O Marketing Digital tem revolucionado como as empresas **se preparam e ganham mais visibilidade na Internet, constroem e mantem sua reputação, encontram novas oportunidades de negócios** e mantem **relacionamentos de longo prazo** com seu público alvo. O Marketing Digital é reconhecido como a forma mais eficaz de marketing, onde se pode medir o verdadeiro ROI das ações tomadas.

Há vários motivos porque uma análise da concorrência é essencial para uma estratégia de Marketing Digital:

- Mercados e cenários competitivos estão sempre inovando;
- Há uma tendência clara de uma geração cada vez mais jovem no processo decisório das empresas e familiarizados com Marketing Digital;
- A maioria das decisões de compras se dá com pesquisa prévia na web;
- É fácil se adaptar às mudanças ajustando sua estratégia digital para atender às novas e constantes exigências do mercado;
- Acompanhamento e medição dos resultados dos investimentos em Marketing Digital;
- Capacidade de focar em geografias específicas e no seu público alvo (“buyer personas”).

Em outras palavras: uma análise da concorrência é seu guia para um Plano de Marketing Digital que irá ajudá-lo a vencer essa guerra na web.

# O QUE É UMA ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA ONLINE?

Empresas de todo tamanho competem entre si por oportunidades de negócios ou por leads qualificados. A percepção da marca, a reputação online, e a vontade contínua de se comunicar e manter contato com seu público alvo exigem mais e mais técnicas de abordagem. A necessidade de superar seus concorrentes e aprender suas estratégias e táticas abre os olhos para a importância que uma pesquisa e análise da concorrência pode representar no Plano de Marketing Digital.

*Uma análise dos concorrentes é uma pesquisa detalhada e interpretação de várias informações na Internet, podendo revelar dados importantes a respeito dos seus concorrentes online e de suas estratégias e táticas digitais. Permite apontar suas forças e pontos fracos, em relação aos seus próprios produtos e serviços.*

O Plano de Marketing Digital resultante cria o caminho mais eficaz para competir na Internet e vencer. A análise da concorrência permite que aprenda as informações importantes de mercado e dos concorrentes para tomar as decisões certas e superá-los online. competitive information you need to make the right decisions and eclipse your web competition.

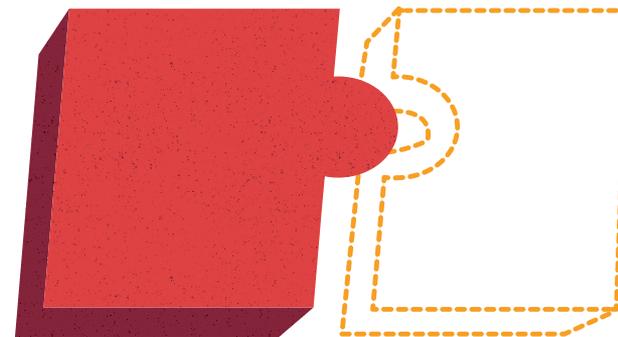


# O QUÃO COMPETITIVO É O SEU NEGÓCIO?

Nos meus longos anos no mercado de Marketing Digital, não me recordo de nenhum empresário que não tenha dito estar em um mercado onde a concorrência é acirrada. Se perguntar a uma corretora, um investidor, um revendedor de automóveis, rede de restaurantes, um treinador de yoga, consultor de marketing, uma editora, um revendedor de materiais, um especialista em TI, um consultor de negócios, um agente de seguros... acho que deu para entender – todos vão dizer que sua indústria é a mais competitiva no planeta. E, por incrível que pareça, todos estarão, de uma forma ou de outra, corretos. Hoje em dia, é muito difícil encontrar um nicho de mercado que tenha pouca ou nenhuma concorrência.

A solução é se preparar para uma boa briga e fazer o que for necessário para superar seus concorrentes. Para se sobressair, sendo mais atraente, mais relevante, mais engajado, mais persuasivo, mas confiável; isso é o que significa ser competitivo no mundo digital. E quanto aos preços de seus produtos e serviços? Acredito que preço predomina somente quando não há valor. A cada segundo, em algum lugar, alguém está decidindo entregar seu negócio para outra pessoa.

E não há um segundo colocado; o vencedor ganha todas! Logo, é melhor saber exatamente como os seus concorrentes estão fazendo para estarem no topo.



O volume de buscas feitas na Internet cresce a cada ano e, por isso, a concorrência online está cada vez mais difícil.

Year	Annual Number of Google Searches	Average Searches Per Day
2014	2,095,100,000,000	5,740,000,000
2013	2,161,530,000,000	5,922,000,000
2012	1,873,910,000,000	5,134,000,000
2011	1,722,071,000,000	4,717,000,000
2010	1,324,670,000,000	3,627,000,000
2009	953,700,000,000	2,610,000,000
2008	637,200,000,000	1,745,000,000
2007	438,000,000,000	1,200,000,000
2000	22,000,000,000	60,000,000
1998	3,600,000 <i>*Googles official first year</i>	9,800

A concorrência online de um determinado segmento depende de inúmeros fatores, entre eles a extensão geográfica e o perfil demográfico na região de atuação do negócio em questão.

Para esclarecer melhor, vou usar exemplos do mercado de Toronto, Canadá. De acordo com o relatório Economic Dashboard, Toronto é o quarto maior conglomerado urbano na América do Norte, superado apenas pela Cidade do México, Nova York e Los Angeles. Dessa forma, o mercado na cidade de Toronto e da área da Grande Toronto (Greater Toronto Area - GTA) é bastante representativo e serve para ilustrar alguns conceitos básicos.

Vamos olhar a história de uma instituição financeira para financiamento de imóveis (gerenciada pela Luisa) que está concorrendo nesse mercado de financiamentos imobiliários:

The screenshot shows a Google search for "mortgage rates toronto". The search bar contains the text "mortgage rates toronto" and a search button. Below the search bar, there are navigation links for "Web", "News", "Maps", "Images", "More", and "Search tools". A red arrow points to a red-bordered box containing the text "About 2,450,000 results (0.53 seconds)". Below this, there are several search results:

- CIBC Mortgage 1.99% Offer - cibc.com**  
www.cibc.com/Fixed-Rate-Mortgage  
For 9-Months on 4-Yr Fixed term. Ongoing Rate is 2.83% (APR 2.69%)
- HSBC Toronto Mortgages - hsbc.ca**  
www.hsbc.ca/mortgage-toronto +1 866-609-4722  
Find Out About HSBC's Flexible Options & Limited Time Rate Offer.  
Online Application - Mortgage Pre-approval - Special Mortgage Offers  
Equity Power Mortgage - HSBC Mortgage Rates - HSBC Traditional Mortgage
- Mortgage Rates Toronto - ratesupermarket.ca**  
www.ratesupermarket.ca/Toronto-Rates  
Toronto's Best Mortgage Rates. Compare Quotes from Top Lenders.  
RateSupermarket.ca has 149 followers on Google+  
2.30% Variable - Compare Variable Rates - Mortgage Calculator - Ontario Rates
- Toronto Mortgage Rates**  
www.ratehub.ca/mortgage-rates-toronto  
What is the best mortgage rate in Toronto? Find and compare Toronto mortgage rates today

On the right side of the search results, there is a map of Toronto with several red location pins labeled A, B, D, and G. Below the map is a link "Map for mortgage rates toronto". Below the map, there are two more search results:

- 2.10% Mortgage Rates**  
www.rates.ca/  
Get the Lowest Possible Mortgage Rates from Top Brokers Today
- Toronto Mortgage Rates**  
www.nbc.ca/toronto-mortgage-rates  
Looking for a Mortgage Loan?  
Check out today's mortgage rates!

Você percebe o número “2.450.000”? Não se preocupe, não representa o número de corretores em Toronto! Porém, representa o número aproximado de páginas individuais arquivadas no índice do Google e que ele considera serem relevantes quando se busca por “mortgage rates toronto”. Um website pode ter múltiplas páginas ranqueando para a mesma palavra chave. O Google e outros mecanismos de busca ranqueiam páginas individuais! Quanto maior a relevância do tema, qualidade e reputação do seu conteúdo para o Google, melhor a visibilidade ou classificação que seu conteúdo terá nos resultados de busca.



Agora, não seria importante que a nossa corretora Luisa soubesse como e porque seus concorrentes conquistaram um posicionamento privilegiado para buscas orgânicas ou links patrocinados? Não seria intrigante saber quem são seus maiores concorrentes? Quais as palavras-chave que seus concorrentes usam e que os posicionam melhor ganhando visibilidade e conquistando mais tráfego de visitas em seus websites? Porque os concorrentes da Luisa estão mais visíveis do que as suas próprias páginas? O que eles fazem diferente?

Não seria ótimo ver todas as Landing Pages que seus concorrentes criaram para apoiar cada uma de suas campanhas? Campanhas que direcionam tráfego específico para determinados pontos de conversão escolhidos? A Luisa adoraria saber quanto seus concorrentes estão pagando por palavras-chave específicas que disputam.

Se ela soubesse isso tudo, não seria mais fácil ela preparar um plano para contra-atacar esses concorrentes? Isso é exatamente o que uma análise da concorrência online oferece e é também por que consideramos essa análise essencial (e necessária) quando você estiver em um mercado mais competitivo.

# NÃO PRECISA MAIS TENTAR ADIVINHAR

Uma análise da concorrência feita de forma séria acumula e avalia dados dos mecanismos de busca, websites, e plataformas de mídias sociais. Os resultados são compartilhados através de gráficos e quadros com dados que demonstram o perfil dos concorrentes na Internet.

## QUE DADOS SÃO IMPORTANTES?

### Websites:

- Design responsivo para dispositivos móveis
- Estrutura de navegação
- Qualidade de conteúdo
- Otimização da velocidade de carregamento do site
- Qualidade e padronização da programação
- Plataforma de desenvolvimento
- W3C compliance
- Idade do domínio
- Reputação do domínio

### Buscas Orgânicas (SEO):

- Ranking das palavras-chave mais relevantes ao negócio
- Palavras-chave de “cauda longa”
- Posicionamento de buscas
- Volume de buscas
- Visibilidade orgânica
- Qualidade e reputação dos back-links
- Número de páginas indexadas•

*Observação: O Google usa mais de 200 fatores para determinar o ranking das páginas. Alguns princípios básicos nunca mudam, e são nesses princípios que campanhas de SEO profissionais devem focar (SEO = Search Engine Optimization).*

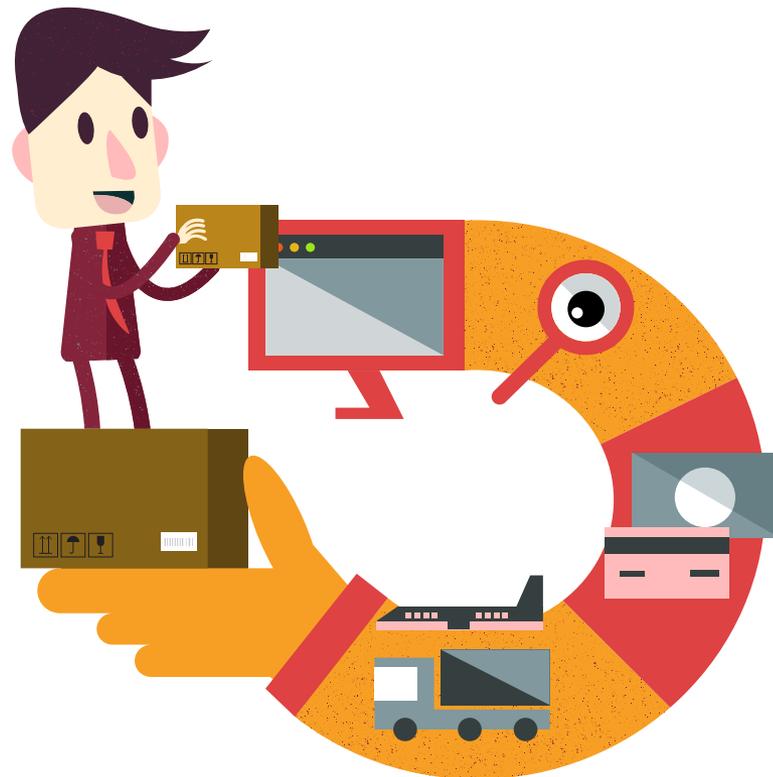
### Links Patrocinados (PPC):

- Anúncios das campanhas
- Palavras-chave utilizadas
- Volume de buscas
- Custo por Click (CPC)
- Estratégias de conversão
- Calls-to-action (CTA)
- Landing pages e estratégias de conversão
- Remarketing e cobertura

### Mídias Sociais:

- Presença social
- Posicionamento do conteúdo social
- Compartilhamento de conteúdo
- Impacto social
- Visibilidade social
- Intensidade social
- Engajamento do usuário
- Criatividade Social
- Estratégias sociais de conversão

Uma análise da concorrência profissional também apontará o custo de aquisição de novos clientes, para que o ROI (Retorno do Investimento) de cada campanha planejada possa ser calculado e monitorado ao longo de sua execução.



# VOCÊ COMPETE COM QUEM?

Quase todo empresário tem ao menos um concorrente próximo, que conhece bem. Isso é normal em uma concorrência saudável. Mas se derrotá-lo a qualquer custo torna-se a sua missão, isso pode cegá-lo e impedir que perceba claramente sua concorrência online.

Há importantes diferenças entre os mercados B2B e B2C, principalmente quando falamos de varejo. Para o varejo, o mobile e as estratégias mais direcionadas à localização (location –based strategies) podem ser o diferencial necessário para trazer vantagens competitivas e conseguir vencer. Para todas as empresas, especialmente aquelas no mercado B2B, a análise dos concorrentes deve focar nessa concorrência no mundo digital. Alguns concorrentes diretos podem não ter nenhuma presença digital e, se for esse o caso, não vale a pena considerá-los nessa análise, mesmo que sejam seus maiores inimigos.

Para criar uma relação dos concorrentes online diretos e indiretos, precisamos primeiro identificar, de uma maneira bem neutra, aqueles que estão mais avançados na internet e são os que estariam “roubando” seu

mercado e conquistando as melhores oportunidades. Com base em nossa experiência, conseguimos desenvolver uma forma bastante completa e, ao mesmo tempo, simples e eficiente para identificar os verdadeiros concorrentes nas diversas indústrias.

Sem entrar em muitos detalhes técnicos, esse processo requer uma pesquisa minuciosa das palavras-chave importantes ao negócio para identificar aquelas com maior potencial estratégico. A partir de buscas no Google para essas palavras-chave selecionadas, os principais concorrentes online poderão ser apontados.

Uma vez identificado os seus verdadeiros concorrentes online, podemos avançar na pesquisa das suas estratégias e táticas adotadas.

# VOCÊ COMPETE COM QUE OBJETIVO?

Normalmente, todo mundo busca leads e oportunidades de negócios. Mas, na Internet, essas coisas são um pouquinho mais complexas. Sua presença digital e sua estratégia competitiva precisam identificar os interesses e necessidades dos seus leads e potenciais clientes em várias etapas no processo de compras deles.

## VOCÊ ESTÁ COMPETINDO EM FUNÇÃO DE:

- 1) Visibilidade da marca
- 2) Divulgação de Conteúdo
- 3) Confiança
- 4) Relevância
- 5) Engajamento
- 6) Conversão de leads



# BENCHMARK DOS CONCORRENTES

Benchmarking é um processo contínuo onde comparamos a sua atuação digital contra a de seus principais concorrentes. Existem muitas informações que podem ser analisadas, logo é importante focar naquelas mais relevantes para a sua indústria e posição geográfica.

Um dos motivos porque benchmarking é essencial em qualquer análise da concorrência é que, ao utilizarmos métricas apropriadas, poderemos criar um ambiente comparável entre as empresas. E identificando os principais diferenciais entre os concorrentes, os pontos fortes e fracos de cada empresa serão evidenciados, permitindo a elaboração de um plano de marketing bem mais eficaz.

Benchmarking com os dados dos concorrentes é apenas um dos vários componentes dessa análise da concorrência. Outros seriam:

## Website

Há muitas ferramentas no mercado que servem para diagnosticar os resultados gerados pelos sites de seus concorrentes. Algumas ferramentas permitem uma comparação rápida dos principais componentes. A WSI utiliza a ferramenta Webscan, que permite fazer um

diagnóstico olhando os aspectos on-page e off-page. Ele também permite uma comparação direta de vários websites e faz um benchmark sobre vários aspectos na web. O uso do Webscan regularmente permite identificar mudanças no cenário dos seus concorrentes.

## Conteúdo

Uma boa maneira para avaliar a estratégia de conteúdo de seus concorrentes online é acompanhar a frequência e a qualidade das novas publicações.

Algumas ferramentas disponíveis, como Google Alerts ou Google Site Index Check, podem oferecer rapidamente dicas das alterações de conteúdo que seus concorrentes fazem.

## Encontrabilidade de conteúdo

Por causa das atualizações constantes de conteúdo, assim como dos algoritmos dos mecanismos de busca, é importante verificar periodicamente o seu ranking e o de seus concorrentes. Ter conhecimento de suas melhoras ou pioras de posicionamento é bom, mas ter ciência da evolução de cada um de seus concorrentes em relação à sua, é fundamental para se manter competitivo em seu mercado.

## Links Patrocinados

Um benchmark frequente das ações de links patrocinados de seus concorrentes online é muito importante para uma análise competitiva eficaz. Pela sua própria natureza, links patrocinados podem trazer resultados imediatos, bem mais rápido do que outras ações de Marketing Digital e, portanto, não devem ser negligenciados.

## Presença e atividade Social

Embora muitas empresas ainda não utilizam todo o potencial e tecnologia das mídias sociais, um benchmark das atividades sociais de seus concorrentes pode se tornar muito útil.

Fazer benchmarking nas mídias sociais pode ser tão simples quanto seguir a marca de seus concorrentes, ou monitorar suas atividades nas mídias sociais. Fazer isso constantemente poderá evidenciar pontos fracos de sua concorrência online, que poderão ser explorados na comunicação de sua empresa.

## Backlink

O perfil de links que apontam para o site de sua empresa – os backlinks – tem sido um fator muito importante nos algoritmos de posicionamento do Google, desde o seu início.

A qualidade e a reputação dos backlinks ao domínio de seu site poderá ser um dos fatores decisivos para uma boa visibilidade nas buscas.

O benchmark dos backlinks dos sites de sua concorrência online poderá te ajudar a identificar oportunidades para melhorar seu perfil de backlinks e descobrir potenciais domínios para ganhar novos backlinks de qualidade.

## Outras considerações:

- Verifique alterações de design nas propriedades web dos seus concorrentes (site e perfis sociais);
- Monitore eventuais alterações no tom das mensagens de marketing, pois podem apontar mudanças nas estratégias, produtos ou serviços de sua concorrência;
- Fique atento para promoções sazonais;
- Identifique ampliação nos negócios ou mudança de foco;
- Novas ofertas ou casos de sucesso sendo divulgados.

# DICAS SOBRE A SUA CONCORRÊNCIA

Uma análise estratégica de sua concorrência online deve mostrar mais do que apenas números. É necessário que revele as estratégias e táticas que seus concorrentes utilizam para ganhar visibilidade de marca, demonstrar confiança, engajar seu público-alvo e convertê-lo em clientes.



Requer uma interpretação profissional dos resultados para compreender como seus concorrentes buscam conquistar seu coração e a mente de público-alvo. Também deve apontar quais os caminhos que levam à melhor conversão, o objetivo final de todo plano de marketing bem estruturado.

Uma das partes mais desafiadoras desse processo é a análise da proposta de valor da empresa, onde são destacados os seus diferenciais (Unique Selling Proposition – USP). E, por incrível que pareça, muitas empresas não dão a atenção necessária para a definição de seu verdadeiro diferencial e comunicar isso de forma eficaz.

A sua proposta de valor é parte essencial da identidade da sua marca. Deve resumir seu principal diferencial e o motivo pelo qual seus clientes devem optar por sua empresa frente aos concorrentes.

Definir essa proposta já é meio caminho andado para atrair seu público-alvo. Se não fizer isso, terá que dispendir muito mais tempo e esforço para se comunicar e convencer seu público-alvo a confiar no seu negócio.

### Exemplos de Propostas de Valor (Unique Sales Proposition - USP):

A Revlon nunca fez propaganda dos seus produtos de maquiagem; em vez disso, sempre vendeu esperança ("Love is on"), segundo o fundador da Revlon, Charles Revson.

A AVIS - "We're number two. We try harder" é um ótimo exemplo de como transformar um fato aparentemente negativo em uma proposta de valor atraente.

No Brasil, a rede de lojas Magazine Luiza - com o seu "Vem ser feliz!" - tem se posicionado pelo bom atendimento e atenção aos seus clientes.

#### Magazine Luiza - Vem ser feliz!

[www.magazineluiza.com.br/](http://www.magazineluiza.com.br/) ▼

As melhores ofertas em móveis, eletrônicos, eletrodomésticos, informática e muito mais, você encontra no site do Magazine Luiza! Confira!

[Celulares](#) · [Magazine Luiza](#) · [Eletrodomésticos](#) · [Móveis](#)

# ESTRATÉGIAS DE CONVERSÃO

O último ponto, nem por isto o menos importante, em uma análise da concorrência profissional, é o levantamento das estratégias de conversão adotadas pelos seus concorrentes nas mensagens divulgadas para incentivar o seu público-alvo a tomar ações específicas. O que eles oferecem como chamadas para ação (Calls-ToAction - CTA) nas homepages de seus sites? Quais outras CTA's eles usam nas demais páginas? Quais são os passos até a conversão?

## EXEMPLOS DE CALLS-TO-ACTION comuns são:

- Solicite um orçamento
- Solicite uma consulta grátis
- Ligue para um orçamento sem compromisso
- Experimente grátis por 30 dias
- Presenteie
- Patrocine nossa nobre causa
- Junte-se à nossa comunidade
- Fale conosco
- Ganhe um BRINDE GRÁTIS
- Experimente 60 dias GRÁTIS!
- Seja inovador! Assine!
- Sim, me leve lá!
- Assine e se mantenha atualizado.
- Sim, quero receber suas dicas GRÁTIS diariamente!





Conhecer as chamadas para ação (CTAs) que seus concorrentes estão divulgando em suas estratégias de conversão vale ouro e pode trazer muitas ideias para você seguir.

Também ajuda a entender que pesquisas eles fizeram. Marketing envolve fazer testes continuamente, e este processo pode ser acelerado substancialmente através através de uma análise de sua concorrência online.

## CONCLUSÃO - COMO VENCER ESSA GUERRA NA WEB

Os principais motivos porque uma análise da concorrência vale muito são as lições aprendidas com as forças e fraquezas dos seus concorrentes e os ganhos efetivos que vêm da implementação de um plano bem estruturado de Marketing Digital.

Um Plano de Marketing Digital amparado em numa análise efetiva dos concorrentes pode ser estruturado para cada mercado e cenários específicos. Não precisará depender mais de adivinhações ou simples tentativas e erros.

Você pode ter muitos motivos para desejar efetuar uma análise de sua concorrência online. Talvez queira saber apenas o que seus concorrentes estão fazendo; talvez tenha planos para lançar um novo website; talvez queira estabelecer pontos de benchmark do líder de seu mercado; talvez você deseje se tornar o líder no seu nicho de mercado.

e precise de um plano de marketing para aumentar sua visibilidade online e a geração de leads.

Qualquer que seja o motivo, uma análise da concorrência somente terá valor se conduzir a um Plano de Marketing Digital estruturado que lhe permita competir eficazmente em seu mercado.

O mundo digital é fascinante e as batalhas na busca da atenção dos clientes são permanentes e desafiadoras. Não importa como você defina a vitória, mas, certamente, uma análise da concorrência online sempre terá um peso muito grande nessa guerra da Internet!



# SOBRE A WSI

A WSI é uma rede de agências de marketing digital presentes em mais de 80 países, atendemos empresas de diversos tamanhos e segmentos. No Brasil, somos mais de 30 escritórios nos principais estados e capitais. Nossas estratégias comprovadas são utilizadas para entregar milhares de soluções de Marketing Digital mundialmente e em diversas especialidades.

Nos últimos 20 anos, a WSI conquistou muitos prêmios de Marketing Digital pelas suas soluções, sempre se atualizando com as inovações contínuas da internet. Temos orgulho em ajudar empresas a tirarem o máximo de proveito dos seus investimentos em Marketing Digital.

Está pronto para se aprofundar e conversar sobre estratégias de Marketing Digital com um consultor da WSI? Contate-nos, visitando o site [www.wsimarketingdigital.com.br](http://www.wsimarketingdigital.com.br).

