

Caixa de Ferramentas >>>

# Monitoramento de concorrência

## Parte 1

Neste mundo competitivo, onde tudo muda muito rápido, acompanhar os passos da concorrência é uma estratégia de marketing indispensável.

A prática do monitoramento traz benefícios para as vendas, para os clientes e para o atendimento, além de ajudar a atualizar sua empresa com o que há de mais novo no mercado.

E aí, quer conhecer ferramentas que vão ajudá-lo a fazer um monitoramento eficaz? Esse tutorial é pra você! Clique em **COMEÇAR!**



## **Vantagens do monitoramento da concorrência**

- > Conhecer mais o seu mercado de atuação;
- > Entender o que o seu público-alvo pensa sobre as ações que a sua empresa realiza;
- > Enxergar as forças e fraquezas do seu negócio para que os resultados estejam alinhados ao objetivo.

## Vamos começar?

Para iniciar o monitoramento da concorrência, é preciso:

- > Saber o que se pretende examinar e escolher a plataforma adequada;
- > Fazer análises em partes, para se planejar e aplicar as melhorias no seu negócio;
- > Começar aos poucos. Não tente fazer todas as melhorias e análises de uma vez.

# Ferramentas gratuitas de monitoramento

Vamos conhecer algumas ferramentas gratuitas para te ajudá-lo nesse processo?

The image features a solid blue background with two large, light blue, trapezoidal shapes. One shape is positioned at the top, and another is at the bottom, both slanted to the right. The text 'FACEBOOK INSIGHTS' is centered between these two shapes.

# **FACEBOOK INSIGHTS**

# Facebook Insights

A ferramenta ajuda a mensurar resultados do seu negócio com base em dados do comportamento da sua audiência.

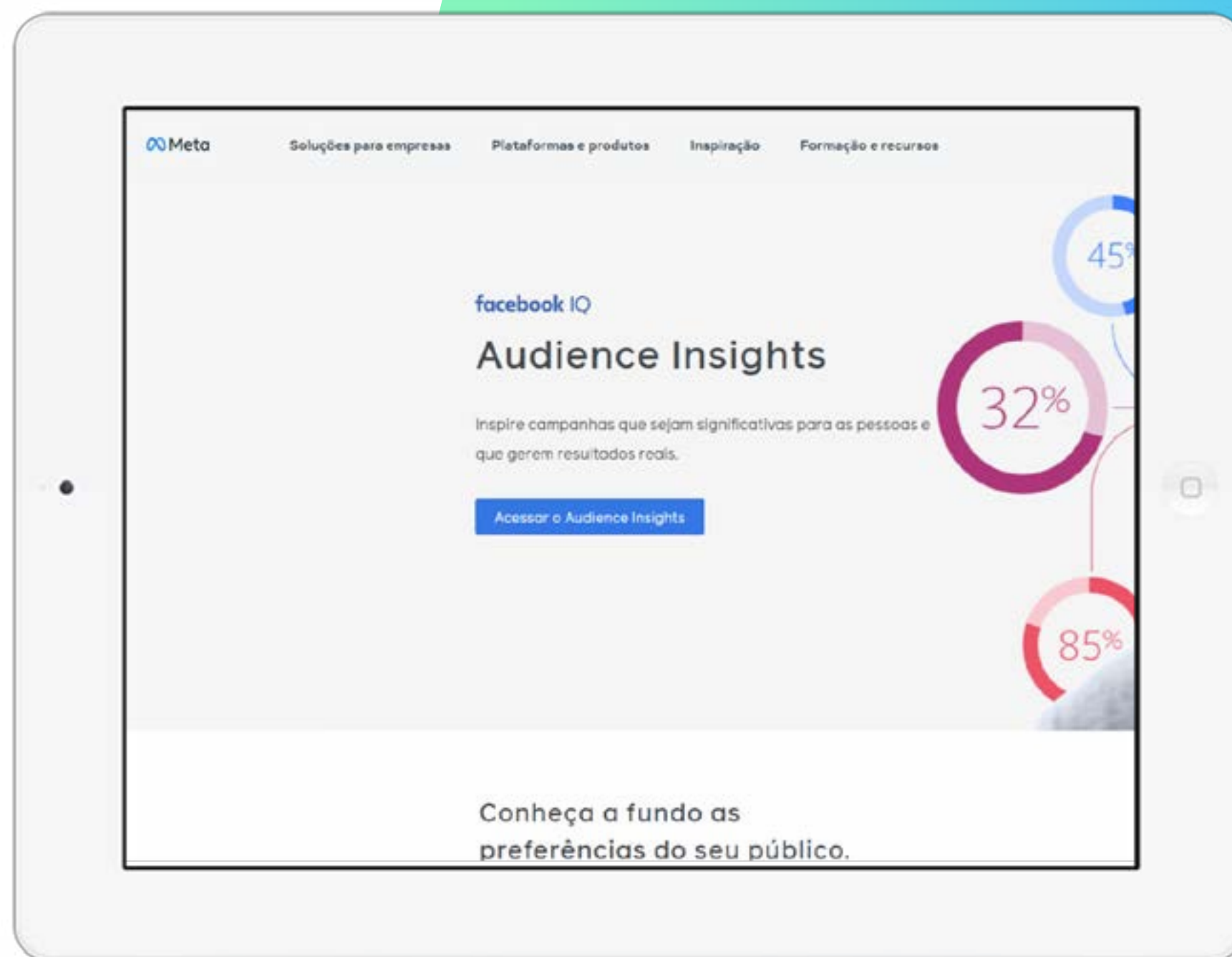
Ou seja, se você estiver em dúvida sobre o formato de anúncio (foto ou vídeo), por exemplo, a plataforma serve de bússola, mostrando o que dá mais resultados e, conseqüentemente, mais visibilidade.

## Facebook Insights

---

Alguns dados fornecidos pela plataforma e que facilitam a compreensão dos consumidores são:

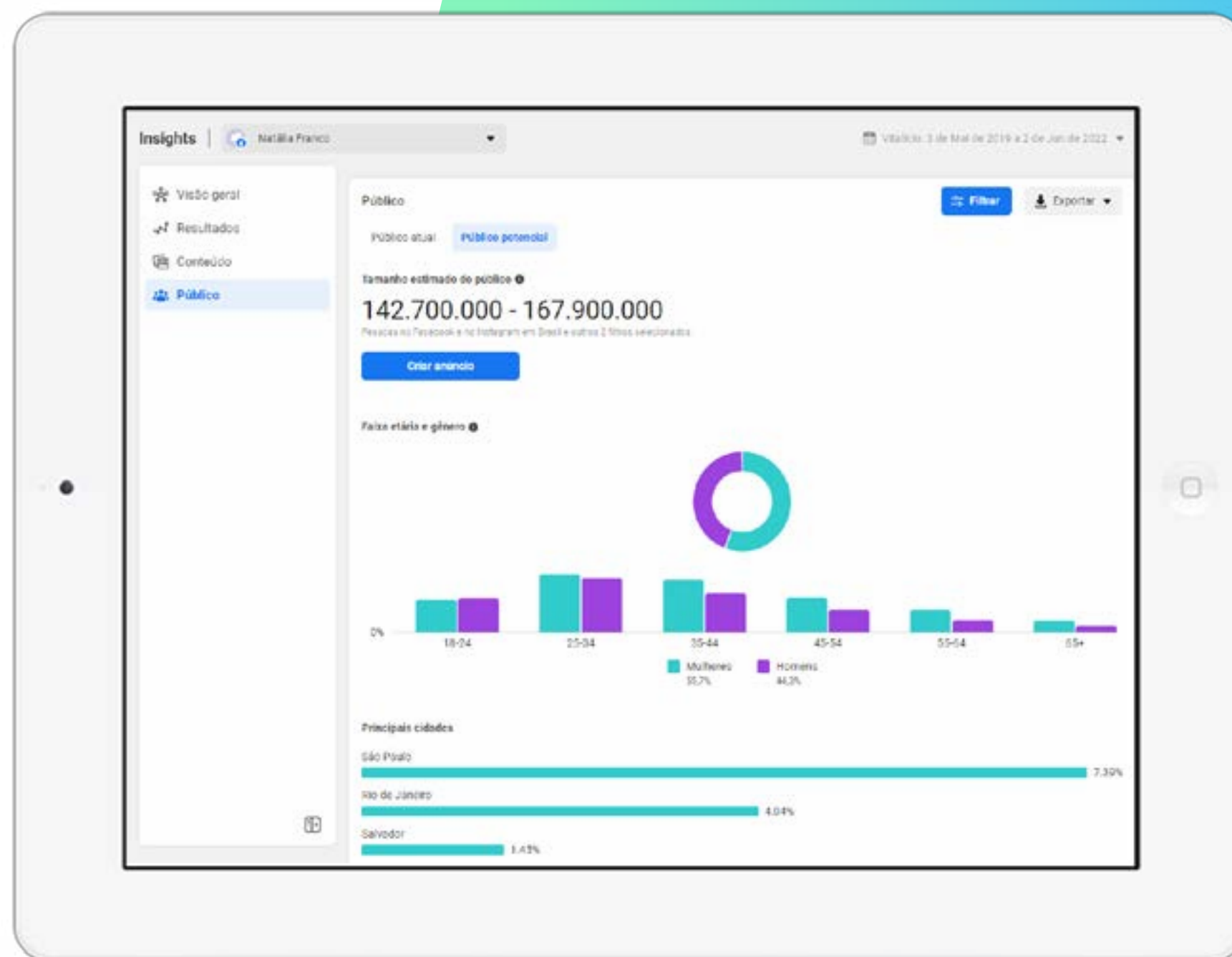
- > Desempenho das páginas da empresa;
- > Quantidade de seguidores;
- > Hábitos de consumo dos usuários;
- > Dados demográficos.



## Facebook Insights

### Como usar o Facebook Ads

1. Para acessar, é preciso que a sua empresa tenha uma Página no Facebook. Se ainda não tem, confira o passo a passo [aqui](#);
2. Acesse o Facebook Audience Insights no link <https://tinyurl.com/2p8tevxr> ou no próprio gerenciador da plataforma na aba “Informações”;

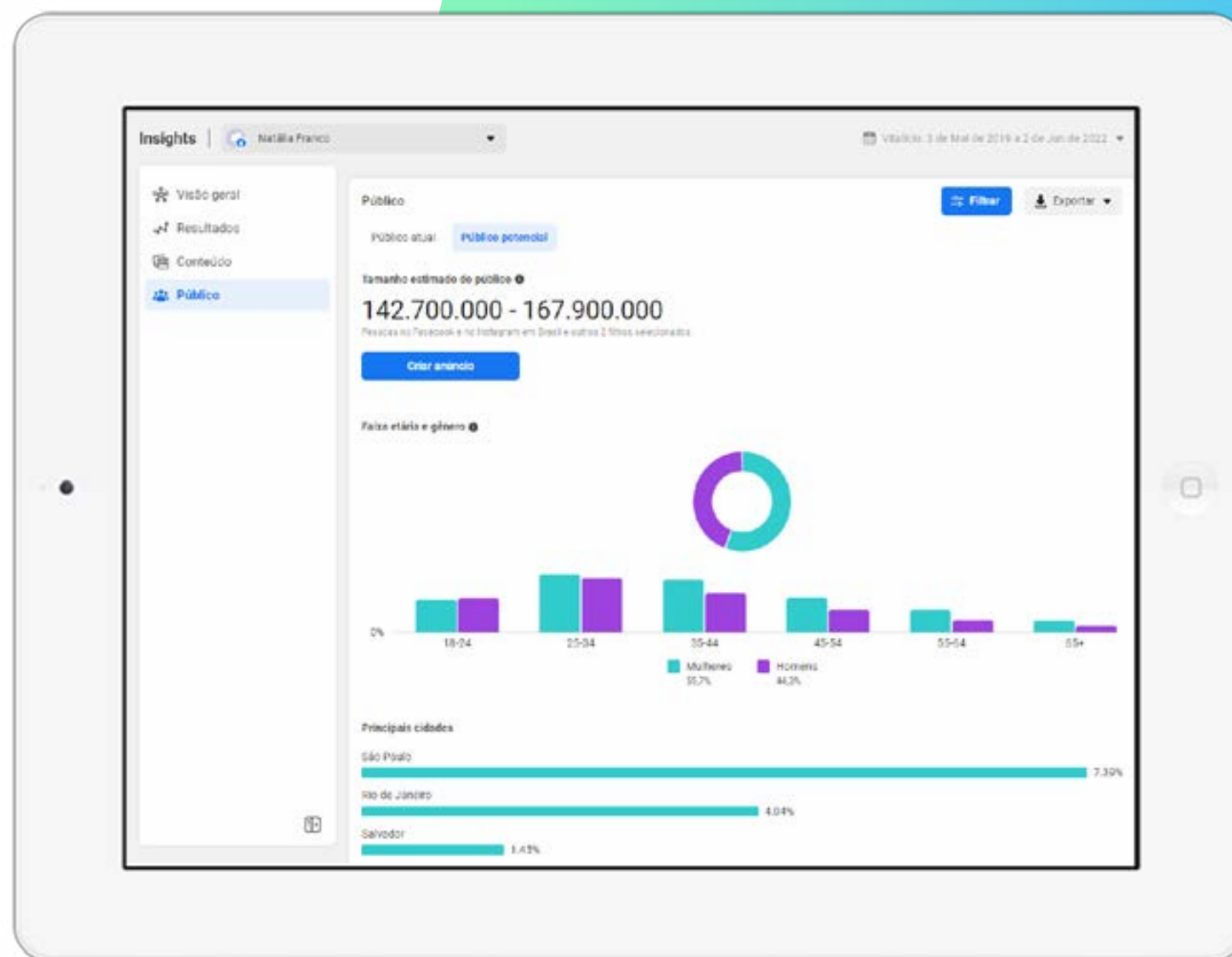




## Facebook Insights

### Como usar o Facebook Ads

3. No painel, é possível verificar curtidas, visualizações e alcance da publicação e configurar pelo período que preferir;
4. Para monitorar a concorrência, existe a opção “Páginas para Acompanhar”. É nela que você consegue comparar o desempenho das publicações com o de outras páginas semelhantes à do seu negócio.



**SIMILARWEB**

# Similarweb

A ferramenta ajuda a analisar sites e aplicativos da concorrência. Entre os dados apresentados estão:

- > Ranking do site em relação ao tráfego, ou seja, à movimentação dos usuários na página do site, nas mídias sociais e nos anúncios;
- > Taxa de rejeição;
- > Palavras-chave para melhorar o resultado no mecanismo de busca;
- > Entre outras funcionalidades.

## Importante

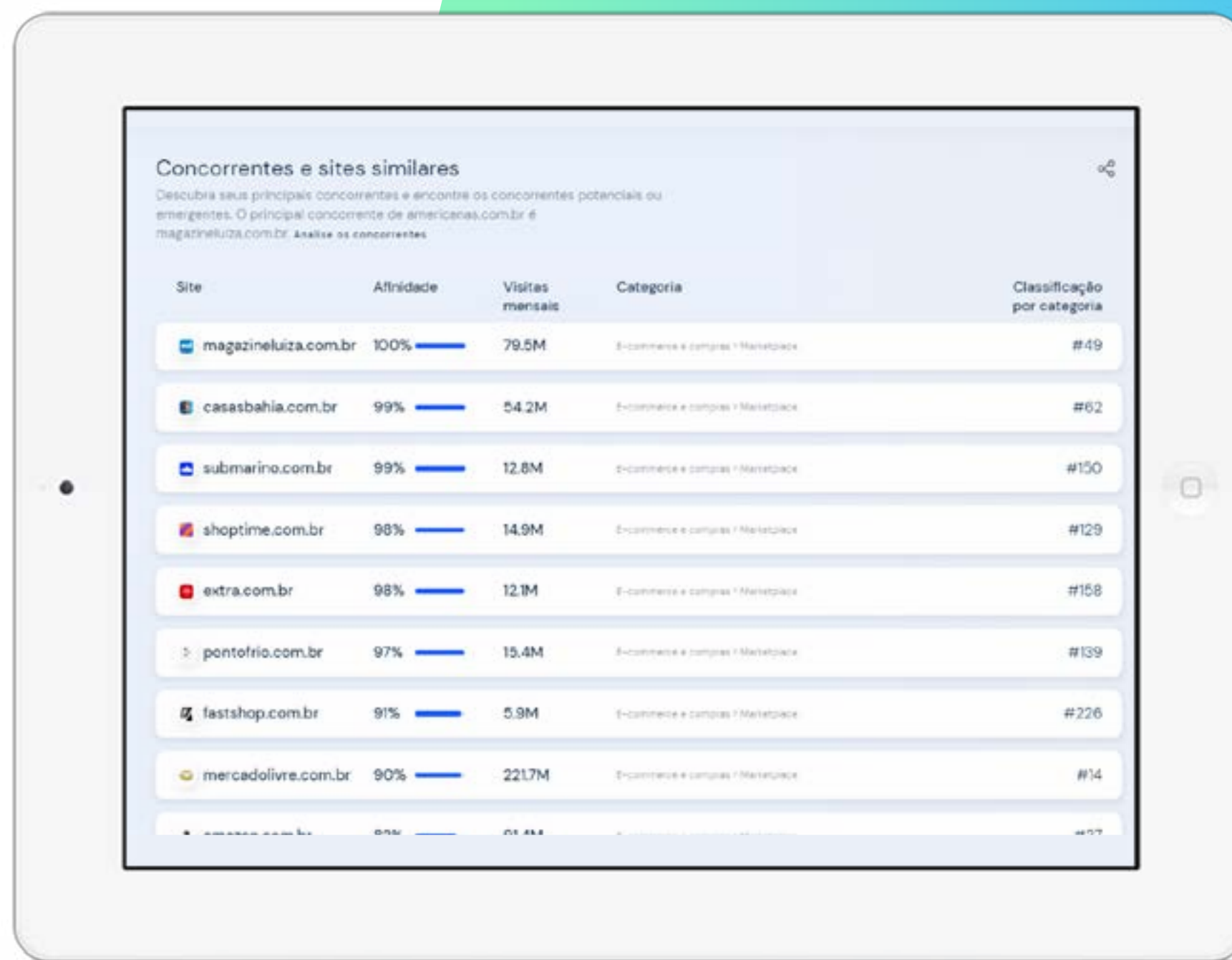
---

Não são todos os sites que trazem essas informações.

## Similarweb

### Como usar o Similarweb

1. Faça o login em <https://www.similarweb.com/pt/>;
2. Clique na opção “busca” e digite o endereço do site do seu negócio;
3. Em seguida, adicione um novo site para comparar;
4. Pronto! A partir daí você consegue ter um mapa de dados demográficos de público, tráfego, engajamento da concorrência e muito mais.



**NEIL PATEL-UBERSUGGEST**

## Neil Patel-Ubersuggest

Quer melhorar o conteúdo do site ou blog da sua empresa? Com essa ferramenta você consegue encontrar as palavras-chave certas para usar no seu conteúdo, e, assim, criar uma estratégia de SEO mais assertiva.

# Vantagens do Neil Patel-Ubersuggest

Entre outras vantagens, estão:

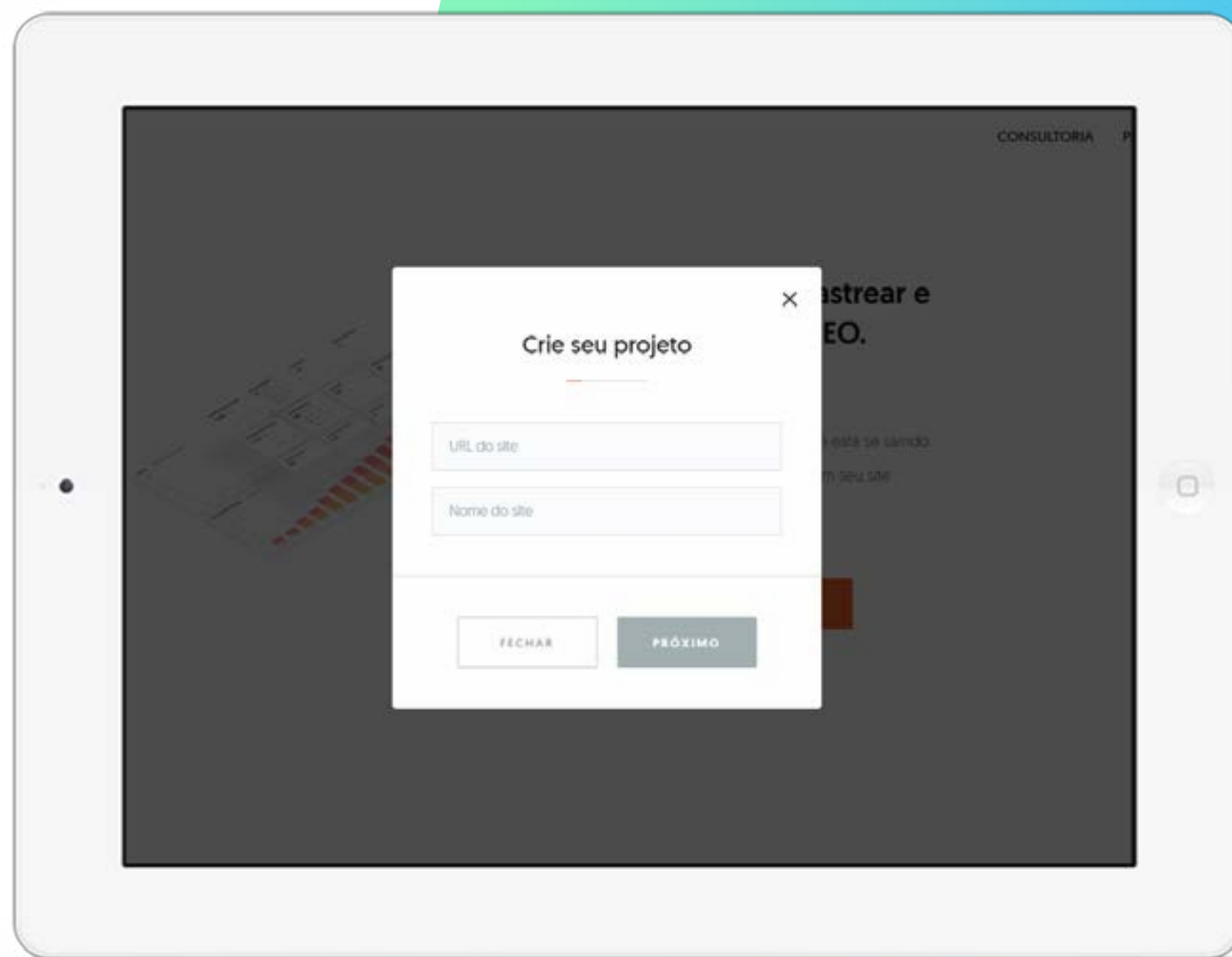
- > Encontrar páginas que estão com boa performance no Google;
- > Informar sobre *backlinks* (links de uma página da internet para outra);
- > Realizar análise competitiva;
- > Realinhar estratégia para melhores resultados em sites de busca.

## Neil Patel-Ubersuggest

---

### Como usar o Neil Patel-Ubersuggest

1. Acesse: <https://app.neilpatel.com/pt/dashboard>;
2. Clique em “Adicione um projeto”;
3. Crie o projeto incluindo a URL e o nome do site;

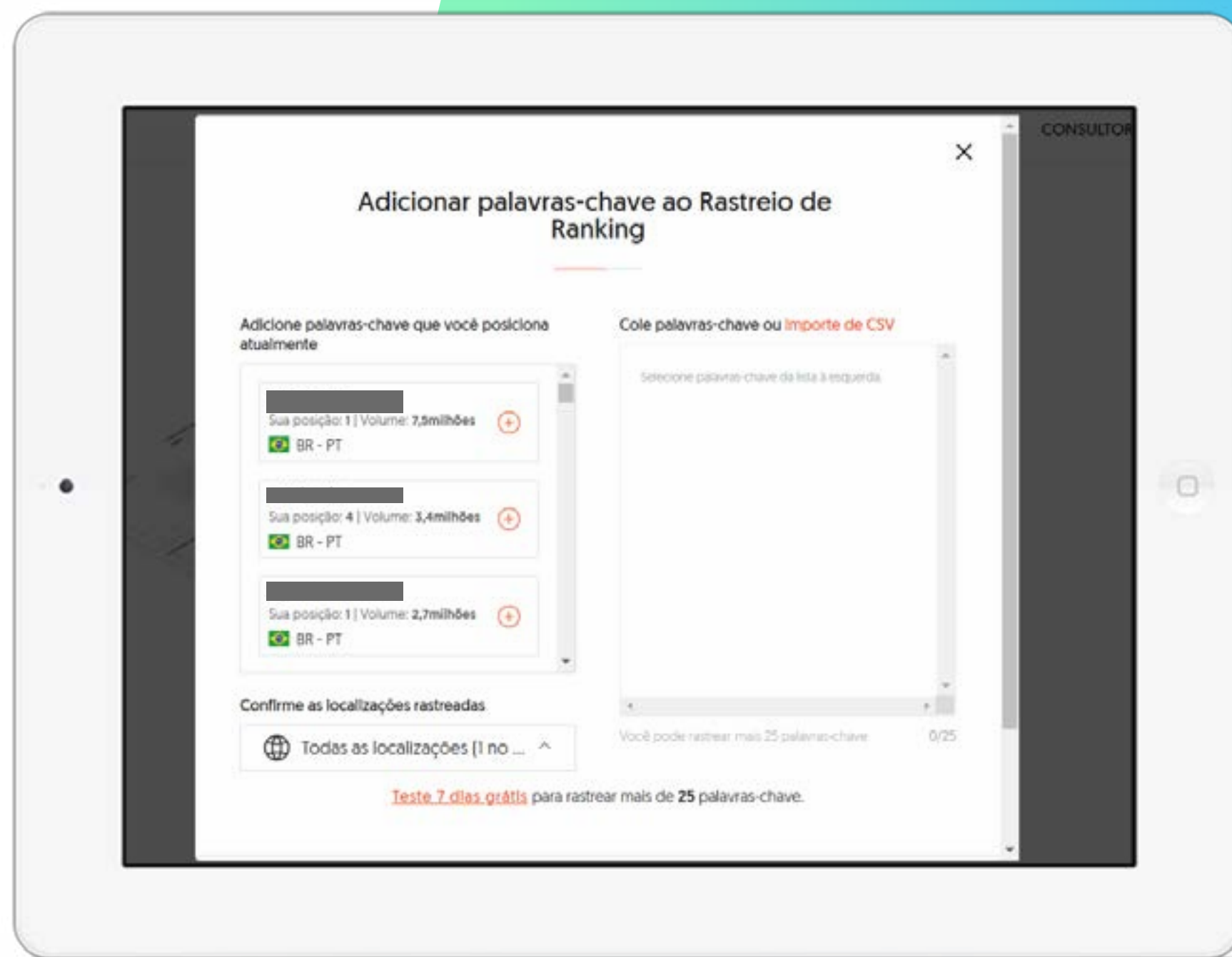




## Neil Patel-Ubersuggest

### Como usar o Neil Patel-Ubersuggest

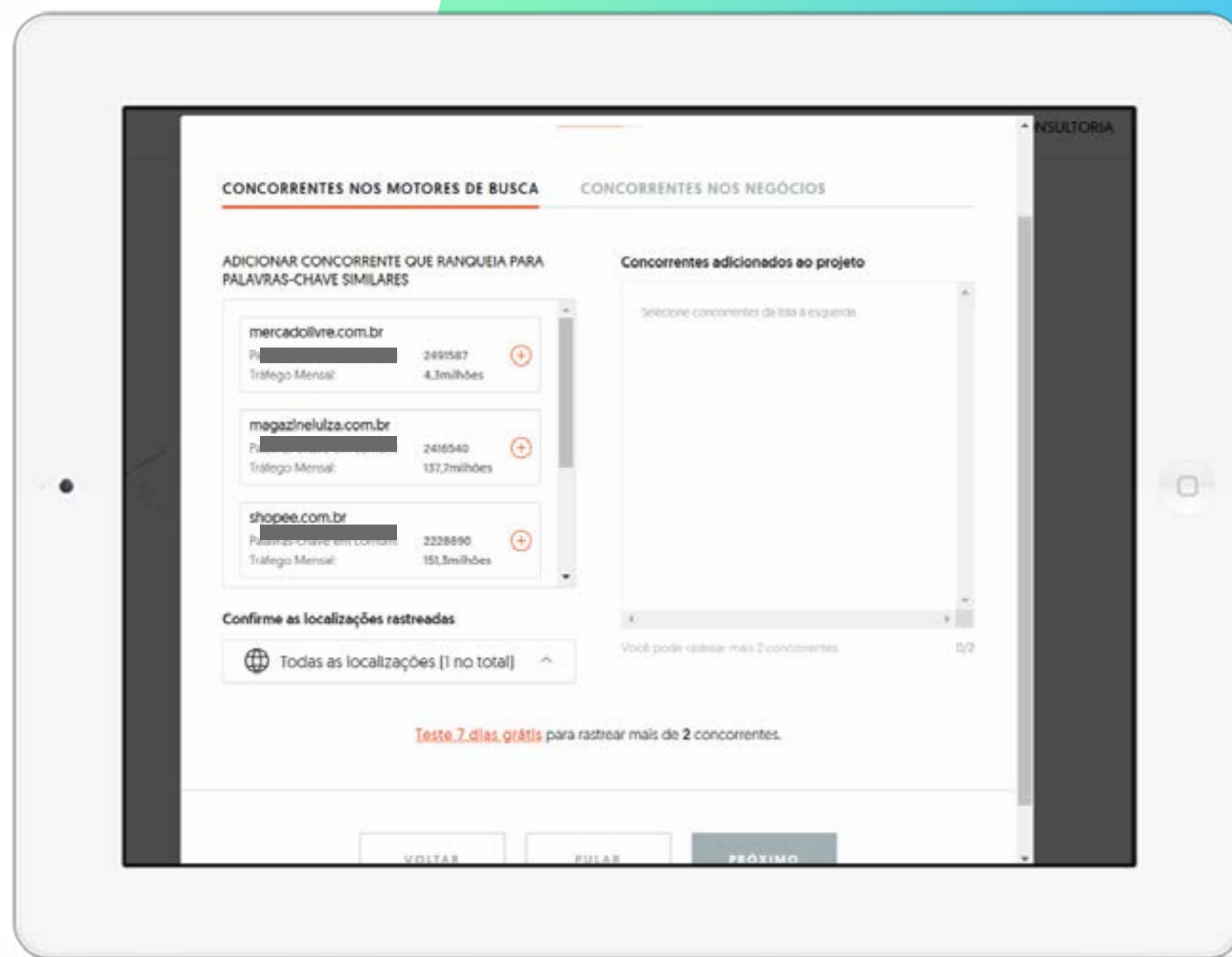
4. Adicione a localização;
5. Adicione palavras-chave ao rastreo;



## Neil Patel-Ubersuggest

### Como usar o Neil Patel-Ubersuggest

6. Adicione os sites concorrentes;
7. Pronto! Agora é realizar o cadastro, salvar o projeto e começar o trabalho de melhoria do site.



The image features a dark blue background with two large, light blue, slanted rectangular shapes. The top shape is a parallelogram, and the bottom shape is a trapezoid. The text 'FACEBOOK AD LIBRARY' is centered in white, bold, uppercase letters between these two shapes.

**FACEBOOK AD LIBRARY**

# Facebook Ad Library

A Biblioteca de Anúncios do Facebook foi desenvolvida para promover transparência e permitir que os usuários acessem informações sobre os anúncios publicados diariamente.

# Facebook Ad Library

Nela, você encontra diversas informações importantes para o seu negócio, como:

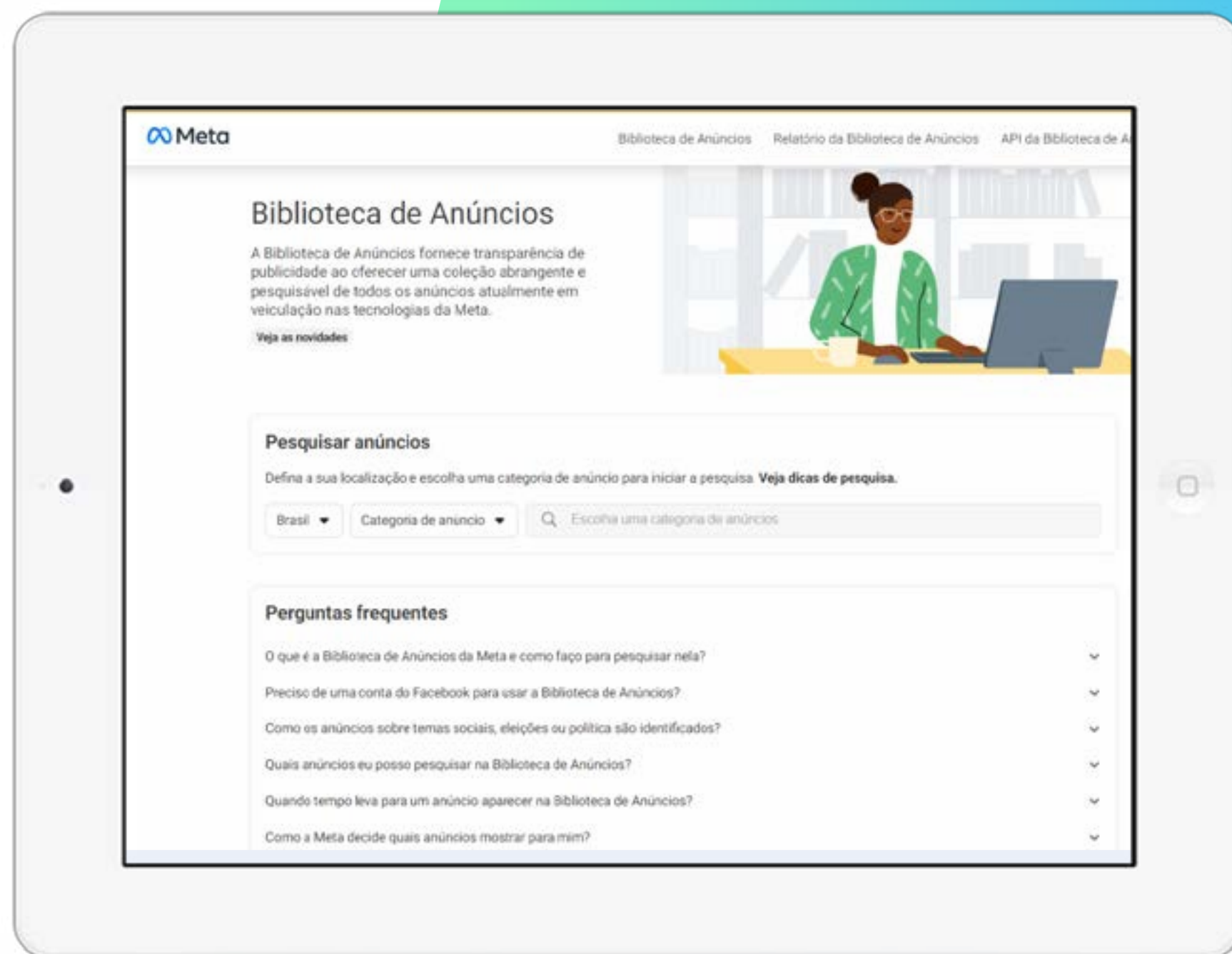
- > Anúncios ativos no Facebook e Instagram;
- > Dados de quem criou o anúncio;
- > Localização do anúncio e como foi executado;
- > Busca da concorrência;
- > Análise das melhores formas de investir em anúncios para otimizar os seus resultados.

## Facebook Ad Library

---

### Como usar o Facebook Ad Library

1. Acesse o site: <https://www.facebook.com/ads/library;>
2. Clique em “Categoria de anúncios”;
3. Digite o que procura na barra de pesquisa;
4. Selecione “Ver resumo do anúncio” para obter mais informações.



**GOOGLE ADS – PLANEJADOR DE  
PALAVRAS-CHAVE**

# Google Ads – Planejador de palavras-chave

Outra ferramenta que é uma “mão na roda” para sua empresa é o planejador de palavras-chave do Google.

Com ela você encontra os termos mais buscados em relação à sua área de atuação. Também é possível criar campanhas utilizando as palavras e expressões mais adequadas.

## Lembre-se

---

Nem sempre o concorrente vai se destacar nas palavras-chave. Porém, a informação vai te ajudar a conhecer as mais comuns.

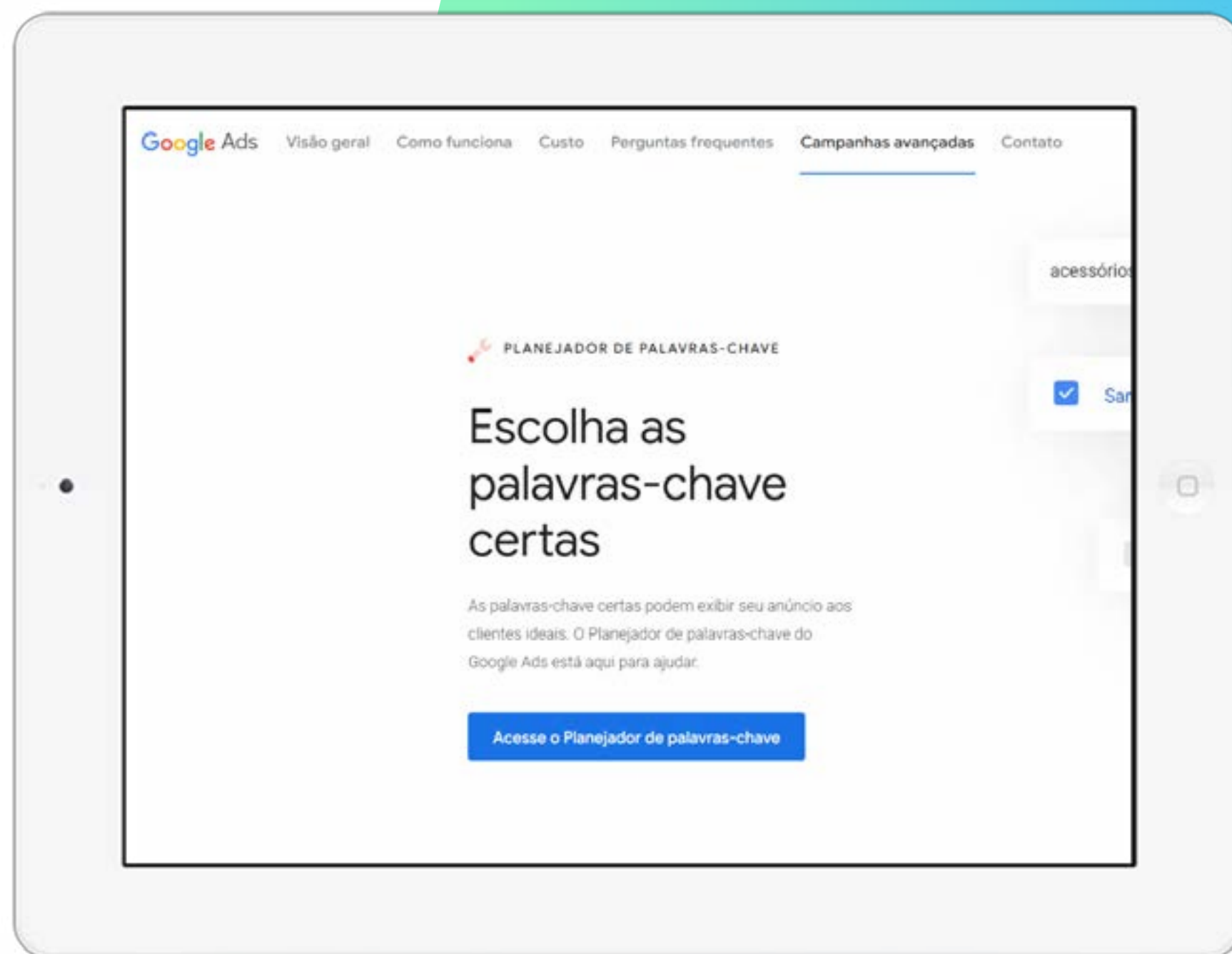


## Google Ads

---

### Como usar o Google Ads

1. Faça seu login no Google Ads pelo link [https://ads.google.com/intl/pt-BR\\_br/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/pt-BR_br/home/tools/keyword-planner/);
2. Selecione a opção “Ferramentas”, na parte superior direita;
3. Em “Planejamento”, selecione “Planejador de palavras-chave”;

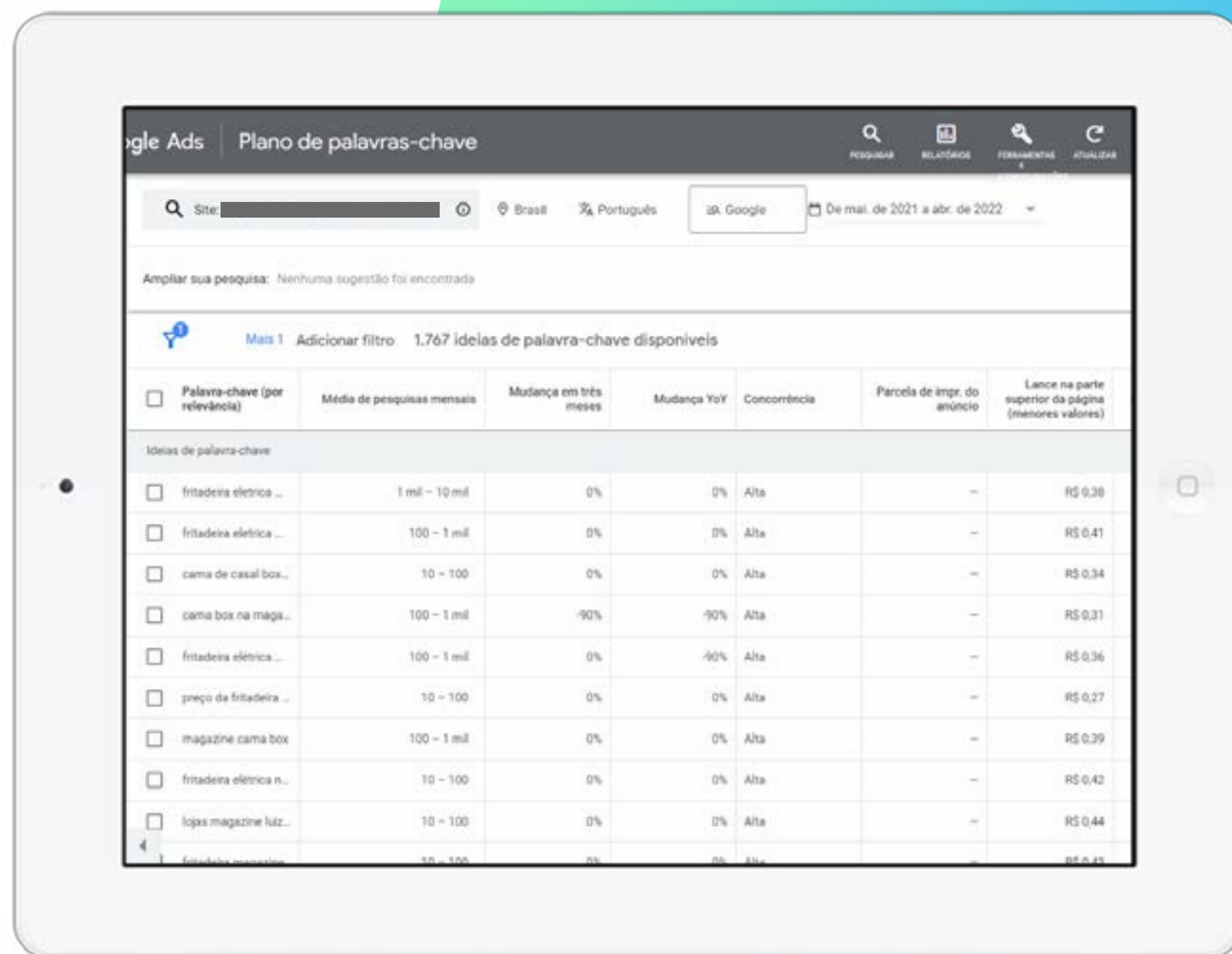


## Google Ads

---

### Como usar o Google Ads

4. Clique em “Descobrir novas palavras-chave”;
5. Clique em “Começar com um site”;
6. Insira a URL do site concorrente.



## Lembre-se

Embora as ferramentas sejam gratuitas e ofereçam insights para criar novas estratégias para o seu negócio, o resultado de campanhas e a atuação nas redes sociais, sites e blogs dependem também de outros fatores, como investimento em anúncios pagos, comportamento do cliente e mais.

