

SEO INDEX
By NP BRASIL

2021 CORE WEB VITALS

IT'S ALL ABOUT EXPERIENCE

Prazer, nós somos a Neil Patel Brasil.

O Neil Patel é citado pelo Wall Street Journal, Forbes e pelas Nações Unidas como um dos profissionais de marketing digital e empreendedores mais influentes e bem-sucedidos do mundo. A Neil Patel Brasil (NP Brasil) é a agência que coloca em prática as suas melhores estratégias de marketing digital para marcas locais e globais.

Marketing, no momento certo.

A Neil Patel Brasil cumpre a missão de ajudar continuamente as marcas a se conectarem e interagirem com seu público online, no lugar certo, com o contexto certo, no momento certo.

Nossos serviços:

Combinamos plataformas proprietárias com os melhores talentos para entregar experiências de ponta centradas em: pesquisa paga (ADs), pesquisa orgânica (SEO), rede social, conteúdo, retargeting, exibição de desempenho, marketing por email e otimização de taxa de conversão (CRO).

SEO

Autoridade Global em atração de tráfego do Google

- Marketing de Conteúdo
- SEO Técnico
- Digital PR
- Estratégias de link building

CRO

Análise de dados, criação e validação de hipóteses para otimização de conversão.

- Análise de Performance
- Melhoria contínua da taxa de conversão
- Experimentos de Usabilidade
- Monitoramento de Resultados

Mídia Digital

Melhore seus resultados em Facebook ADS, Google Ads, LinkedIn Ads e outros.

- Planejamento de mídia
- Criação de anúncios
- Gerenciamento de campanhas
- Otimização e aumento de ROI e ROAS

Introdução	04
Por que estamos fazendo esse estudo?	05
Usuário	06
Empresas	06
Mas como ocorrerá esta avaliação?	07
LCP (tempo de carregamento)	08
FID (interações)	09
CLS (Estabilidade visual)	10
Mobile-friendly	11
Navegação segura	11
Certificado de segurança (HTTPS)	12
Pop ups intrusivos	12
Segmentos avaliados	13
Critérios de pontuação (Score Neil Patel Brasil)	15
Classificação geral e principais insights	17
Core Web Vitals	18
Responsividade e navegação segura	18
Mas por que apresentam um cenário tão positivo? ...	19
Segmentos que se destacaram	20
Segmentos abaixo da média	22
Classificação por segmento	24
Marcas mais bem avaliadas	39
Notas médias gerais para Core Web Vitals das marcas avaliadas	47
O que tiramos da conclusão?	49



INTRODUÇÃO

O estudo *SEO Index - Core Web Vitals* desenvolvido pela **Neil Patel Brasil** avaliou os sites de **100 marcas dos principais segmentos do país**.

Nesta análise, foi proposto medir se eles estão, de fato, preparados para a nova grande atualização do algoritmo de pesquisa do Google que está estimada para acontecer em meados de **Junho de 2021** trazendo ainda mais importância para a experiência do usuário na página.



POR QUE ESTAMOS FAZENDO ESSE ESTUDO?

POR QUE ESTAMOS FAZENDO ESSE ESTUDO?

O Google está sempre evoluindo e seus algoritmos tornando-se cada vez mais inteligentes a cada atualização rodada.

Tudo isto com um único propósito para:

Usuário:

Garantir que sua experiência de navegação pelas páginas da web seja muito mais dinâmica, fácil e prazerosa.

Empresas:

As empresas também se beneficiam melhorando a rejeição do seu site, reduzindo atritos nas interações, proporcionando uma ótima experiência de navegação e aumentando, assim, sua taxa de conversão.

Em 2020, o Google anunciou um novo **Core Update**, ou seja uma grande atualização: o **Google Page Experience**.

Focada totalmente na experiência do usuário (UX), o Google vai passar a entender e avaliar melhor como o seu cliente, por exemplo, interage ao acessar o site de sua empresa.

Questões como *“Ele aguarda muito tempo esperando o site carregar pelo celular?”* ou *“Há dificuldades ao preencher o checkout de compras?”* terão um peso ainda maior quando o assunto é ranqueamento no Google.



MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?

MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?

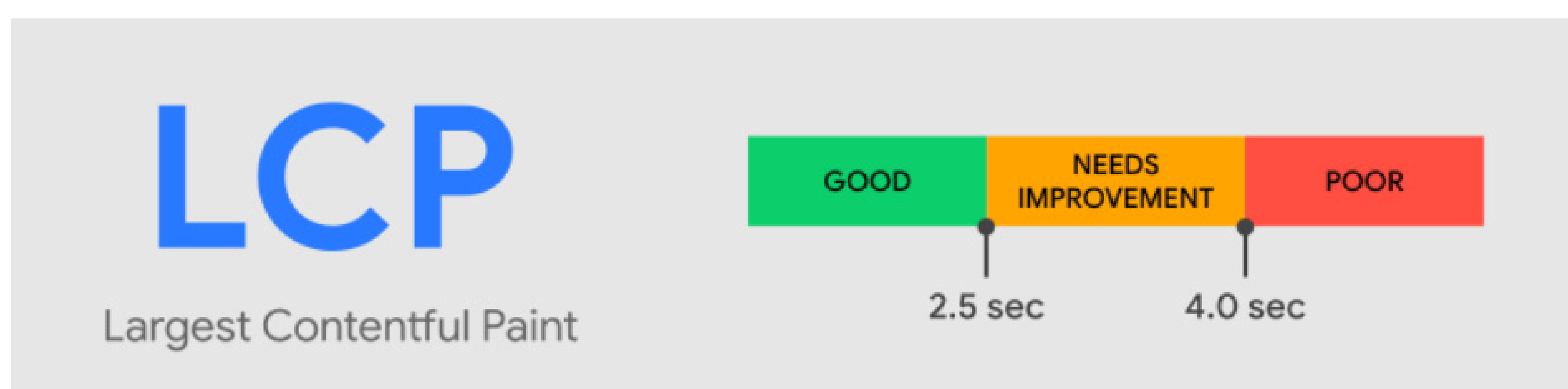
Para que seja medida com efetividade a experiência das páginas de sites, três novas métricas foram lançadas, conhecidas por **Core Web Vitals (ou Métricas Essenciais da Web)**.

Segundo o Google, essas métricas irão se juntar a um conjunto de outras 4 métricas que juntas, serão critérios de ranqueamento a partir de **Junho de 2021**. Elas estão voltadas em avaliar a experiência com atenção centrada na **velocidade, responsividade e estabilidade visual das páginas**. As métricas e requisitos de avaliação foram criados pelo próprio Google.

Vejam quais são:



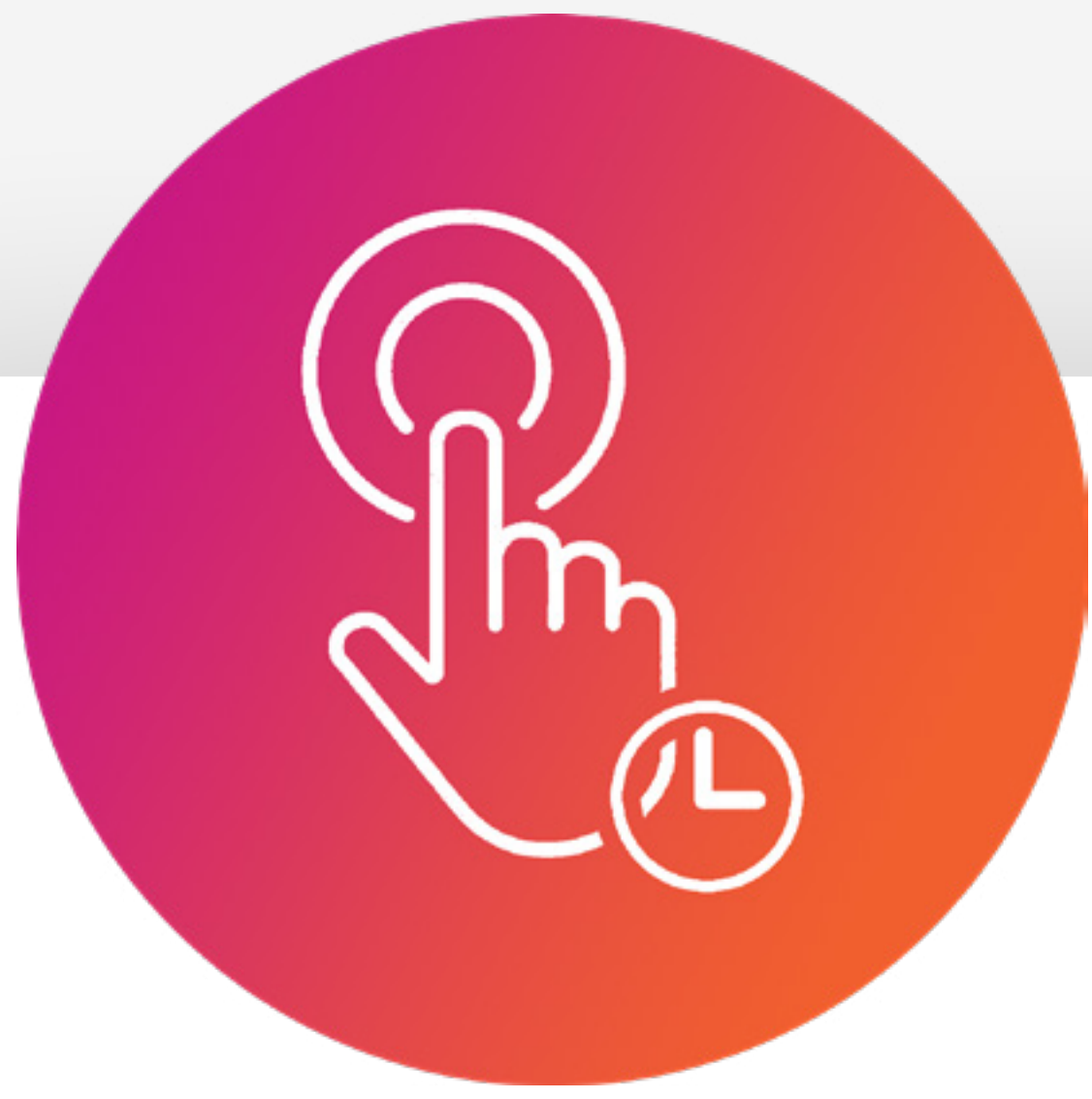
LCP (tempo de carregamento)



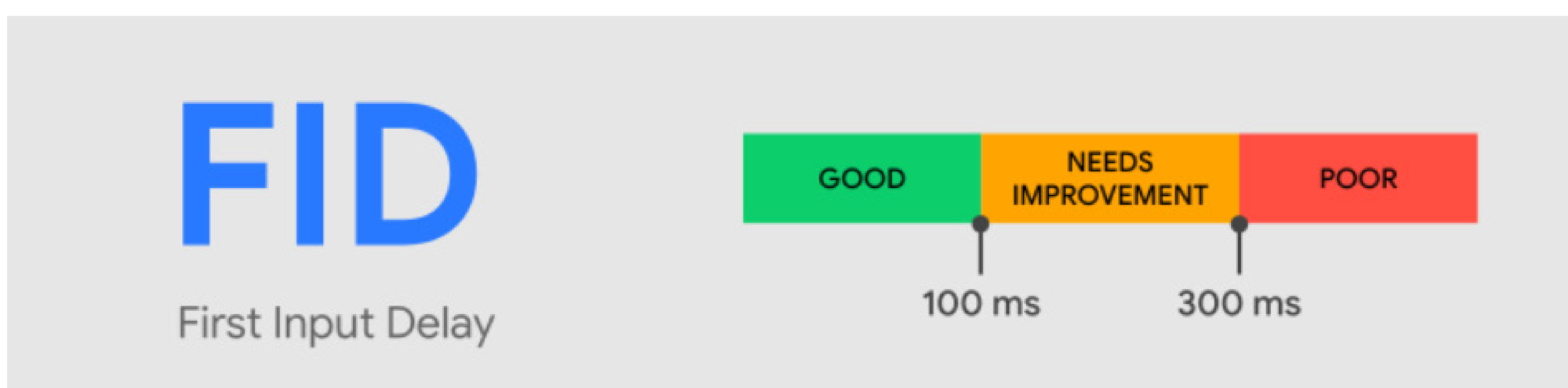
O **LCP (Largest Contentful Paint)** mede e avalia quanto tempo o maior elemento de uma página presente na área mais crítica (chamada de primeira dobra) irá demorar para carregar e exibir seu principal conteúdo ao usuário. Por exemplo, **um vídeo, banner ou bloco de texto**.

Para trazer a melhor experiência ao seu visitante, este carregamento deve ocorrer **em até 2,5 segundos**.

MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?



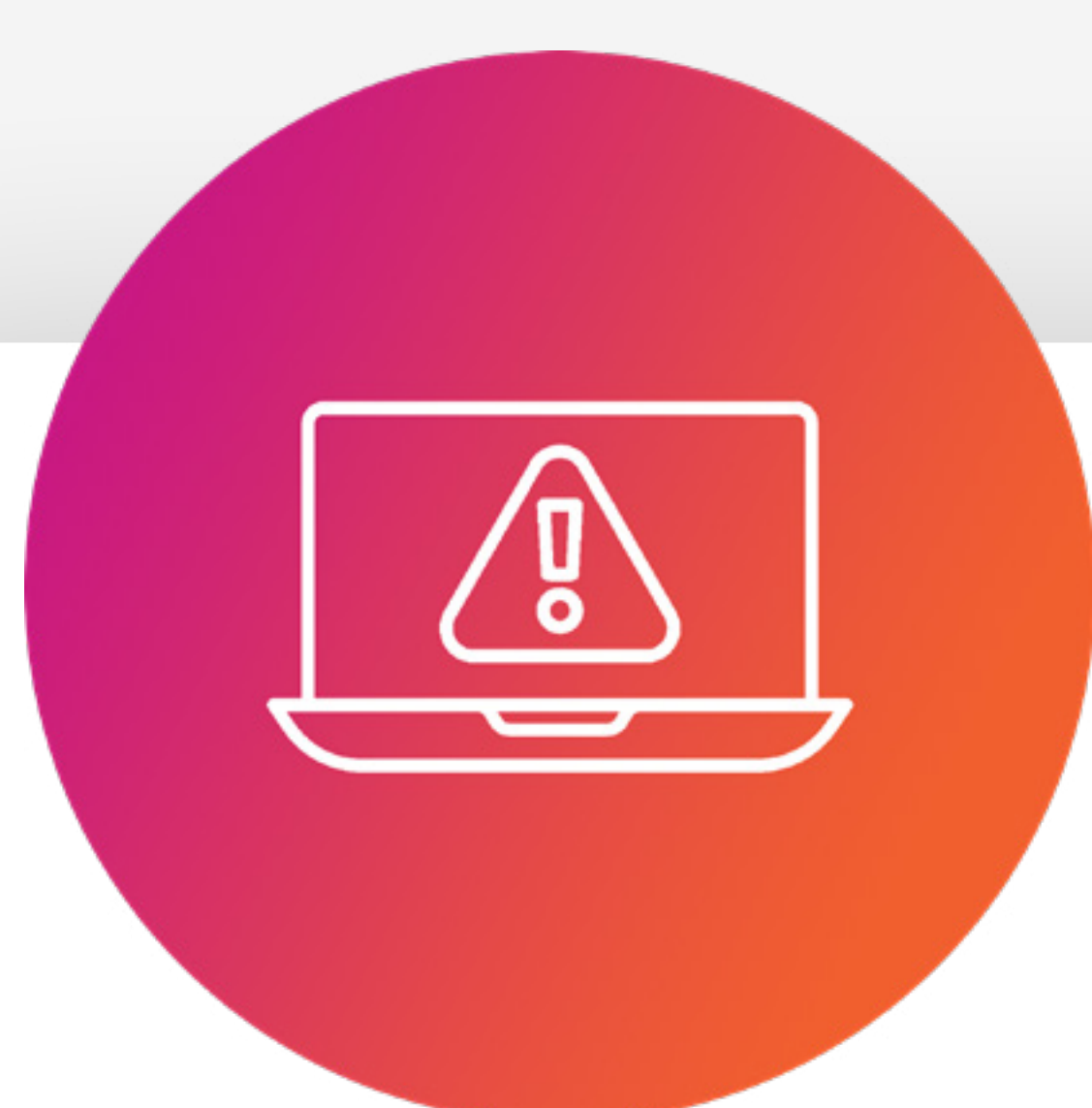
FID (interações)



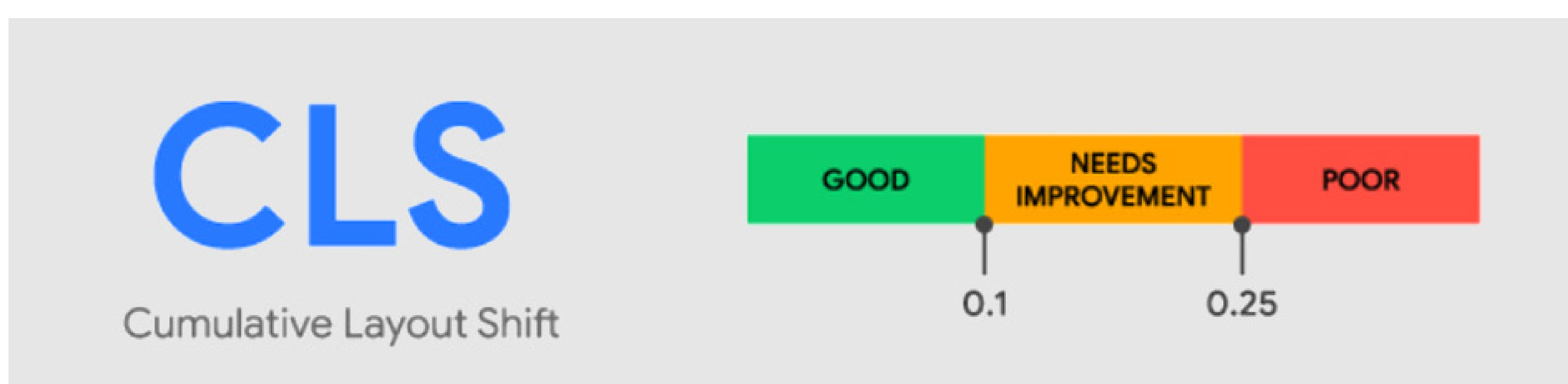
O **FID (First Input Delay)** irá mensurar o tempo de resposta que uma página dará ao usuário ao ser feito qualquer tipo de comando, como um clique em um botão, por exemplo.

Para que uma página tenha uma boa interação com o usuário, as páginas devem ter um FID **igual ou menor que 100 milissegundos**.

MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?



CLS (Estabilidade visual)



O **CLS (Cumulative Layout Shift)** avalia se uma página possui comportamentos inesperados em relação ao layout assim que ela é carregada.

Você já passou pela situação ao acessar um site pelo celular em que:

- ao ler um conteúdo;
- preencher um formulário; ou
- clicar em um link ou botão

eles são deslocados para outra posição à medida em que o site é carregado? Isto pode ocorrer, por exemplo, quando um banner é exibido sem a determinação de suas dimensões de altura e largura.

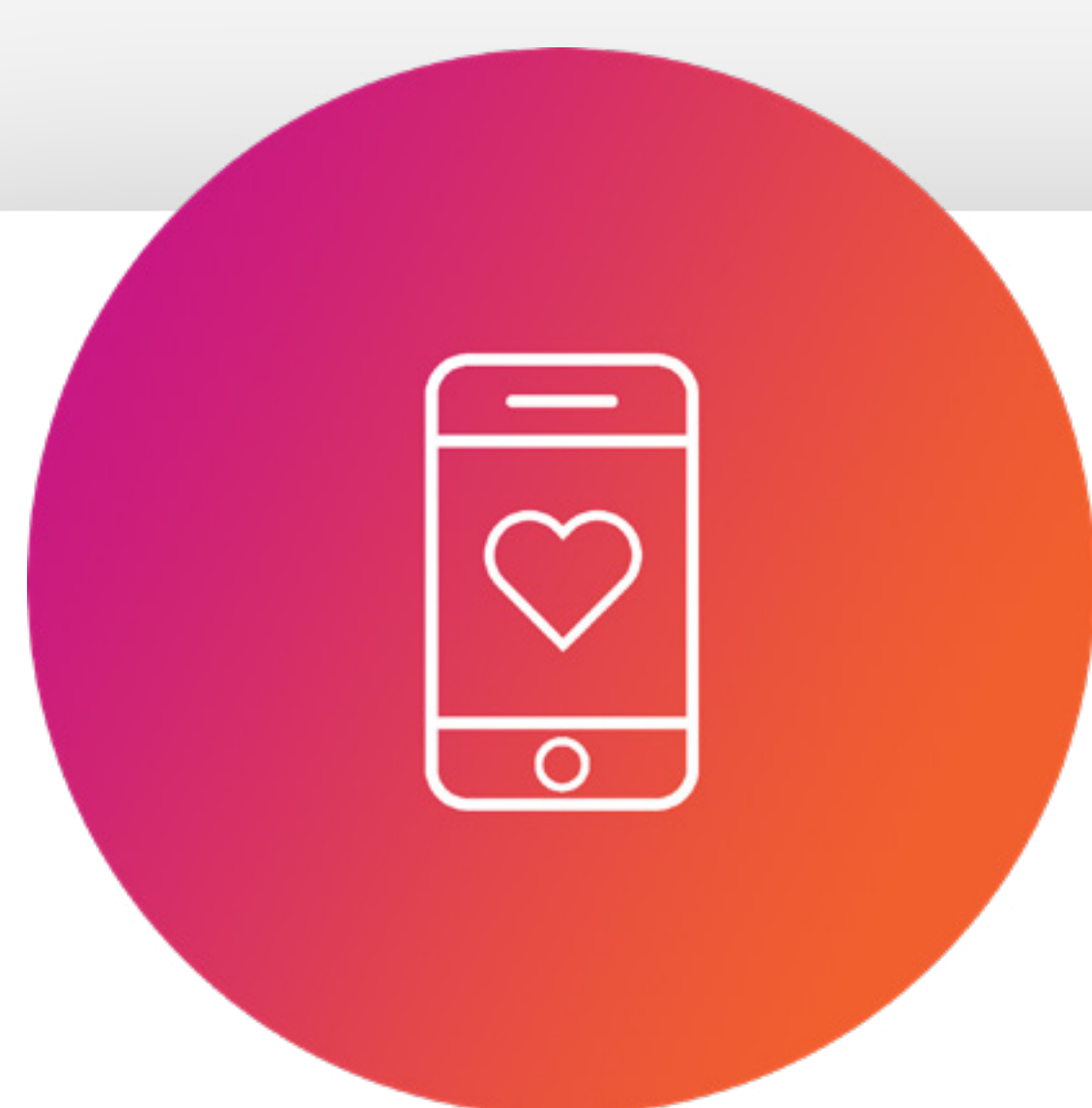
O Google medirá o quão instável um site é visualmente falando e, para prover uma excelente experiência, as páginas devem possuir uma nota **igual ou inferior a 0.1**.

MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?

Para entender melhor o cenário, o time da Neil Patel Brasil selecionou e estudou a fundo **100 marcas dos principais segmentos nacionais**, trazendo assim uma **análise completa do Google Page Experience no Brasil**.

A pesquisa avalia o desempenho destas marcas e se, de fato, estão prontas para a nova atualização.

Neste estudo, além do Core Web Vitals, outros pontos que garantem uma navegação de qualidade foram analisados, como:



Mobile-friendly

Site é amigável para dispositivos móveis, seja por ser responsivo, ou por ter uma versão mobile paralela ao site principal.



Navegação segura

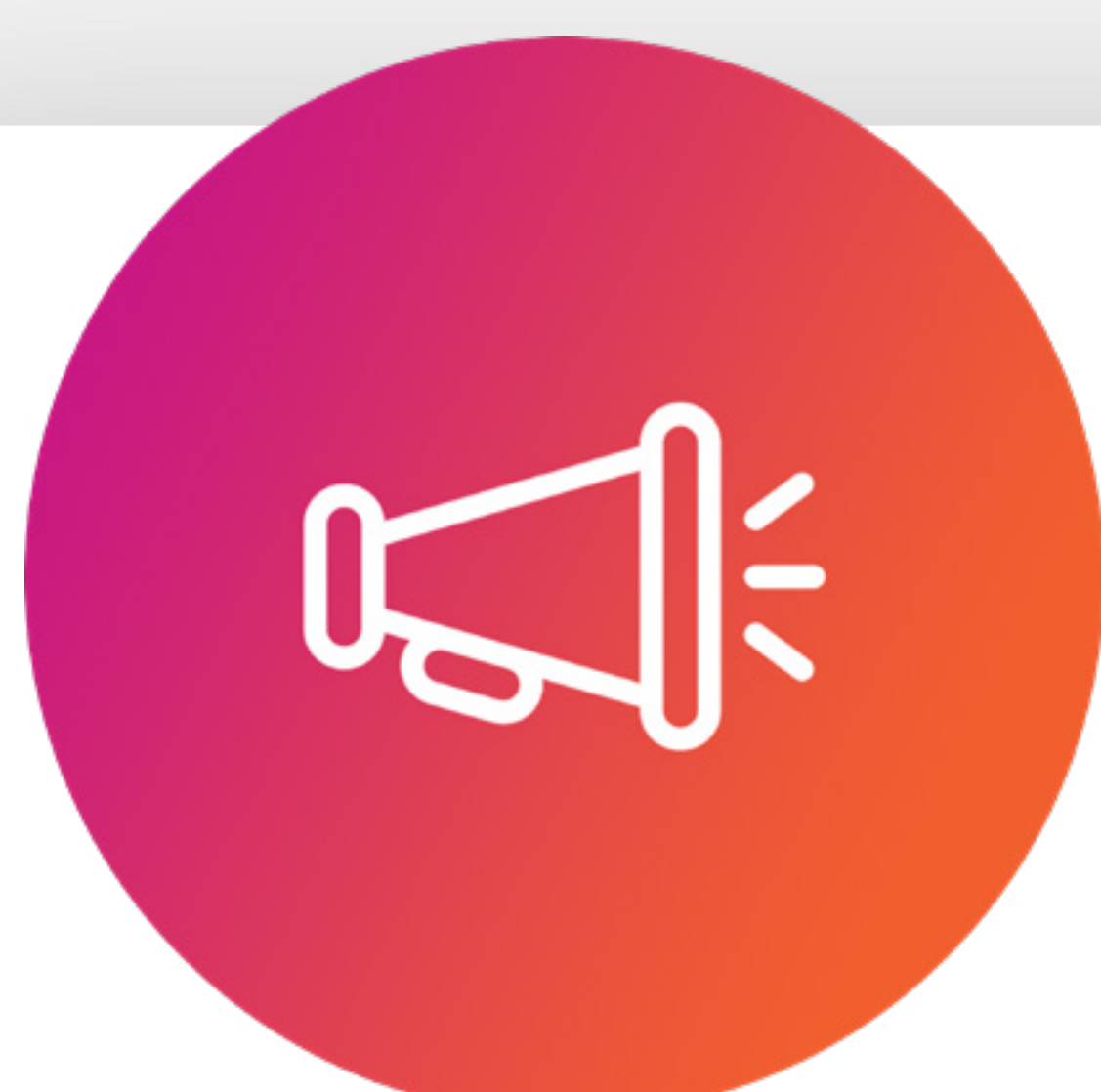
Sites livres de conteúdo suspeito de presença de malwares.

MAS COMO OCORRERÁ ESTA AVALIAÇÃO?



Certificado de segurança (HTTPS)

Certificado instalado que dá a garantia de que os dados trocados entre o usuário e o website estão protegidos por criptografia e não serão lidos ou interceptados no meio do caminho.



Pop ups intrusivos

A exibição do conteúdo do site é priorizada ou anúncios em forma de pop ups interrompem, distraem e poluem a página?

Você está preparado para este novo desafio?



SEGMENTOS AVALIADOS:

SEGMENTOS AVALIADOS:

Para esta análise, avaliamos as empresas líderes em seus segmentos.



Alimentos



Autos



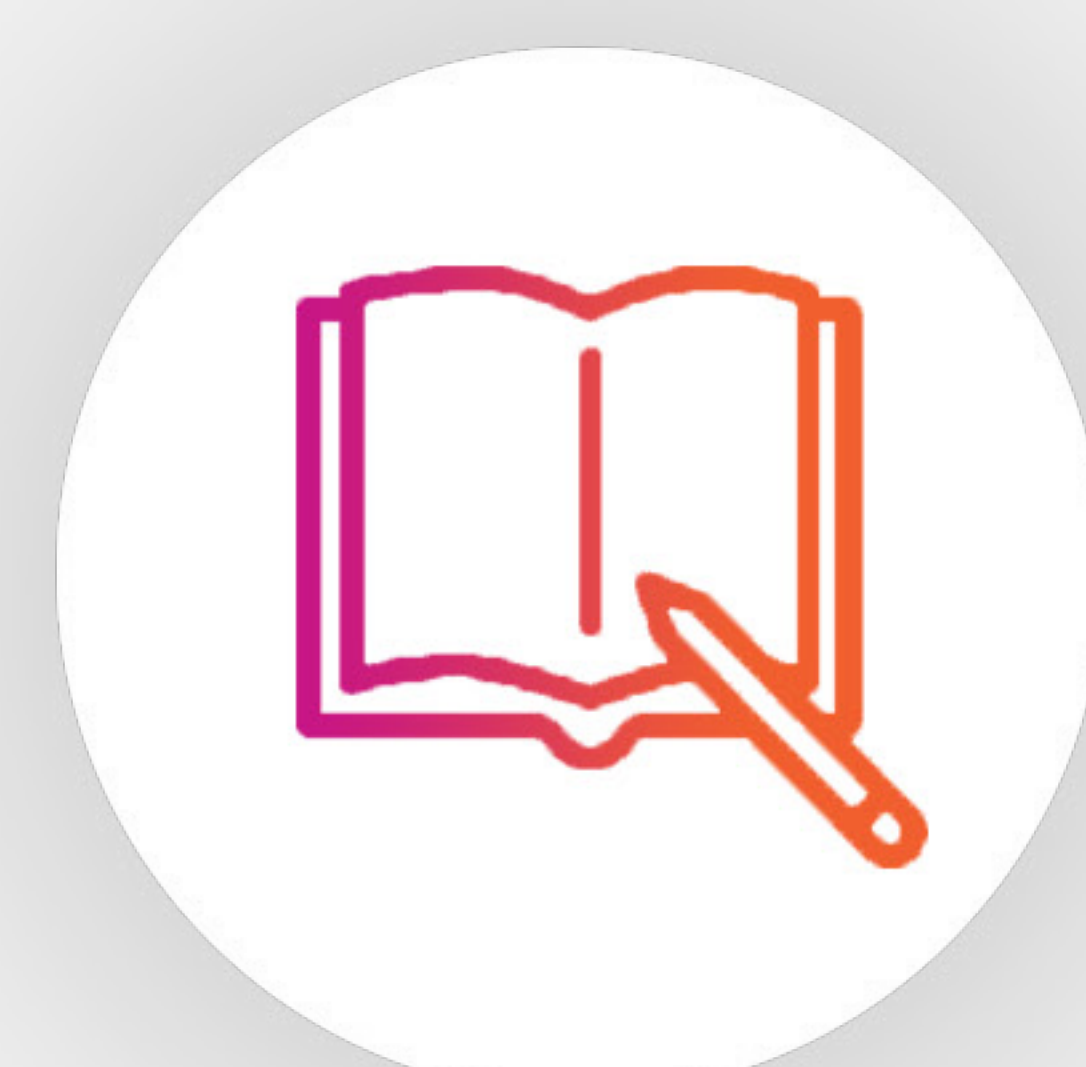
Beleza



Benefícios



Bens de consumo



Educação



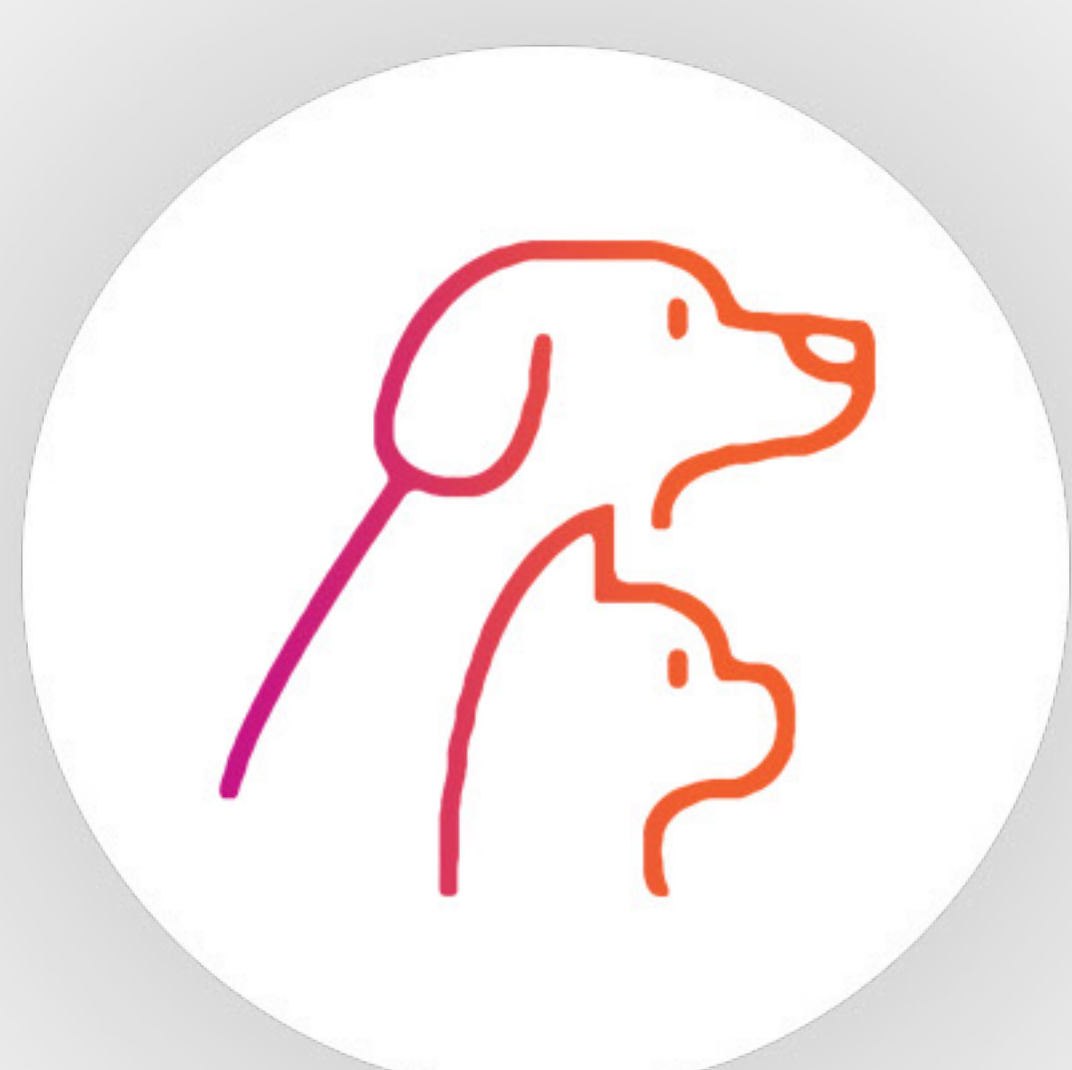
Financeiro



Home



Moda



Pet



Saúde



Telefonia



Vendas



Viagem



CRITÉRIOS
DE PONTUAÇÃO
**SCORE NEIL
PATEL BRASIL
PARA PAGE EXPERIENCE**

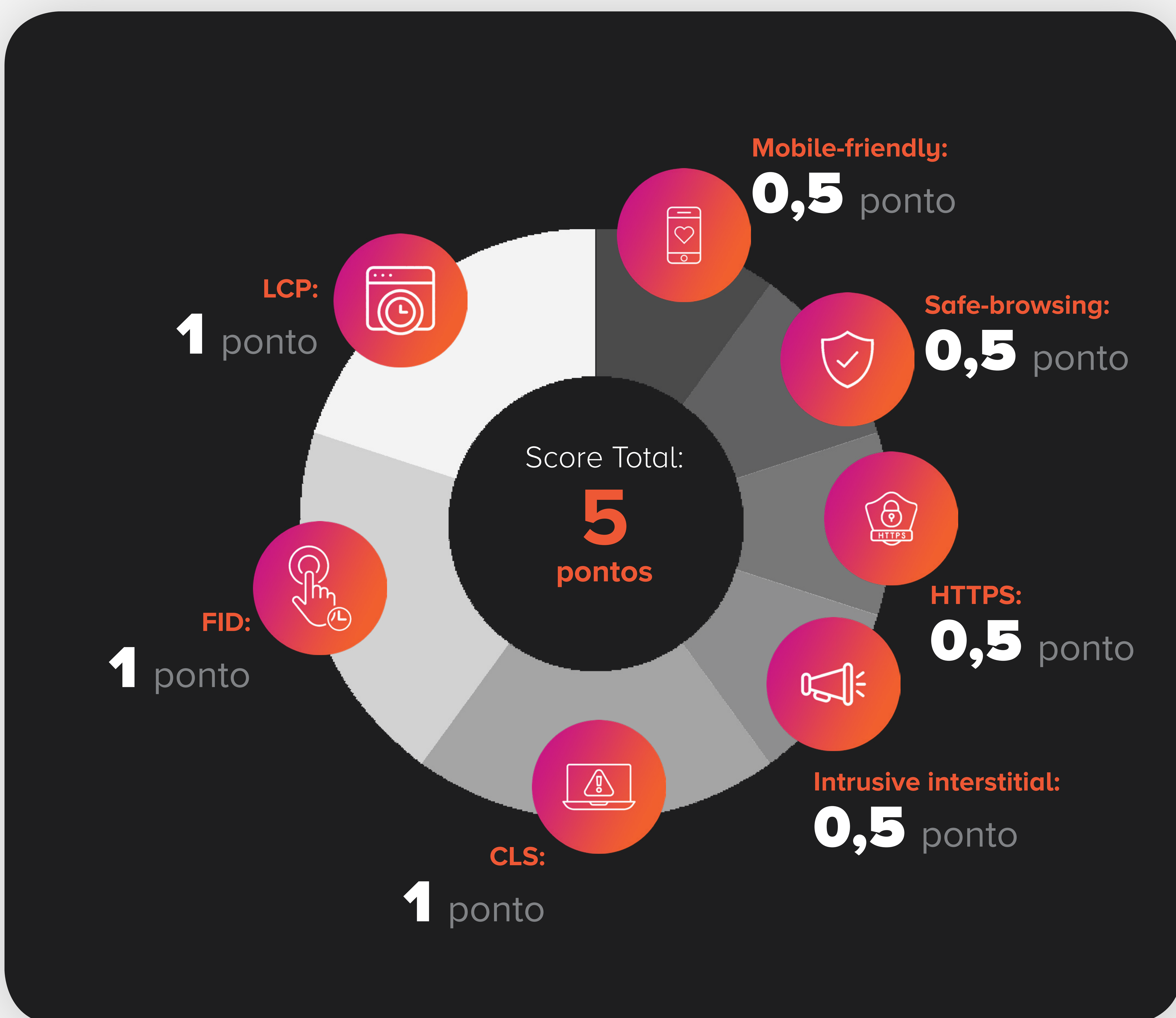
CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO (SCORE NEIL PATEL BRASIL)

Para embasarmos o SEO Index, foi criado o **Score Neil Patel Brasil**.

Nele, adotamos uma metodologia de pontuação de **0 a 5** para cada métrica analisada, onde priorizamos e distribuimos o maior peso para os **Core Web Vitals (LCP, CLS e FID)**, fatores principais de avaliação deste estudo, anunciados pelo Google em 2020.

Para as demais métricas (**Mobile-friendly, Safe-browsing, HTTPS e Intrusive interstitial**), atribuímos menor peso na avaliação, por serem fatores de ranqueamento já consolidados há anos e, que entendemos que deveriam ser tratados como requisitos essenciais em um site.

Sendo assim, para cada métrica, foi considerado:

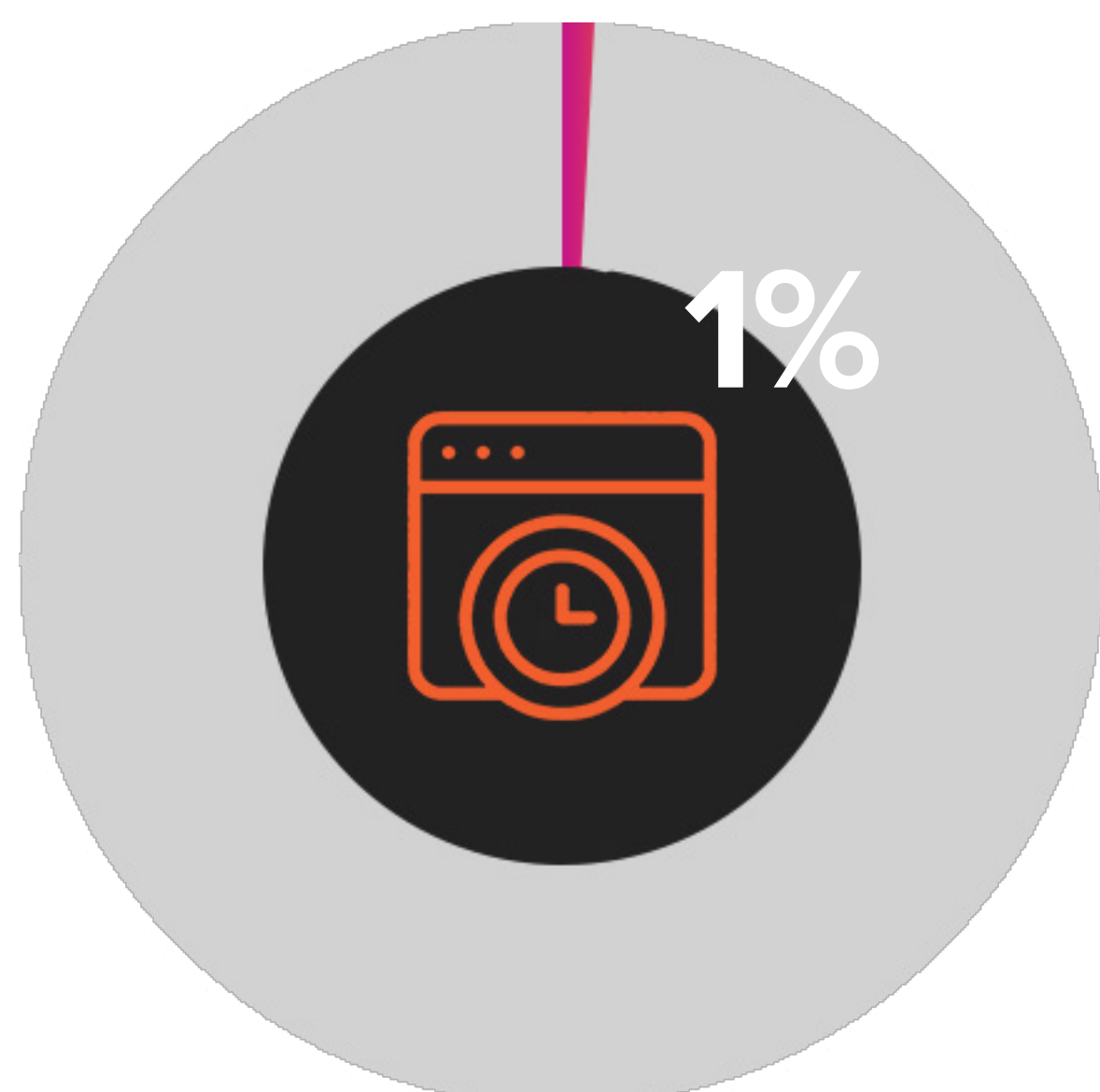




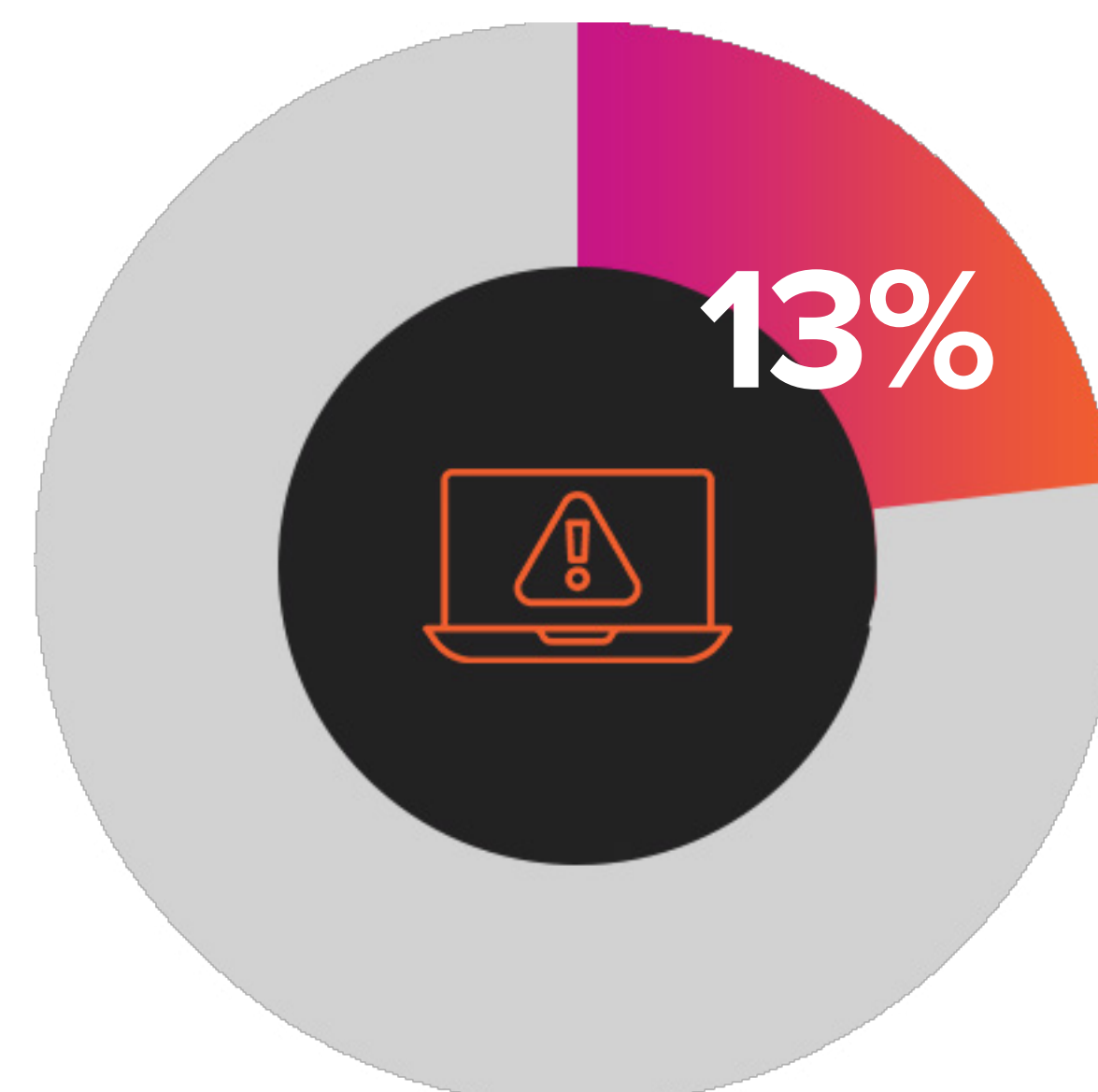
CLASSIFICAÇÃO GERAL E PRINCIPAIS INSIGHTS

CLASSIFICAÇÃO GERAL E PRINCIPAIS INSIGHTS

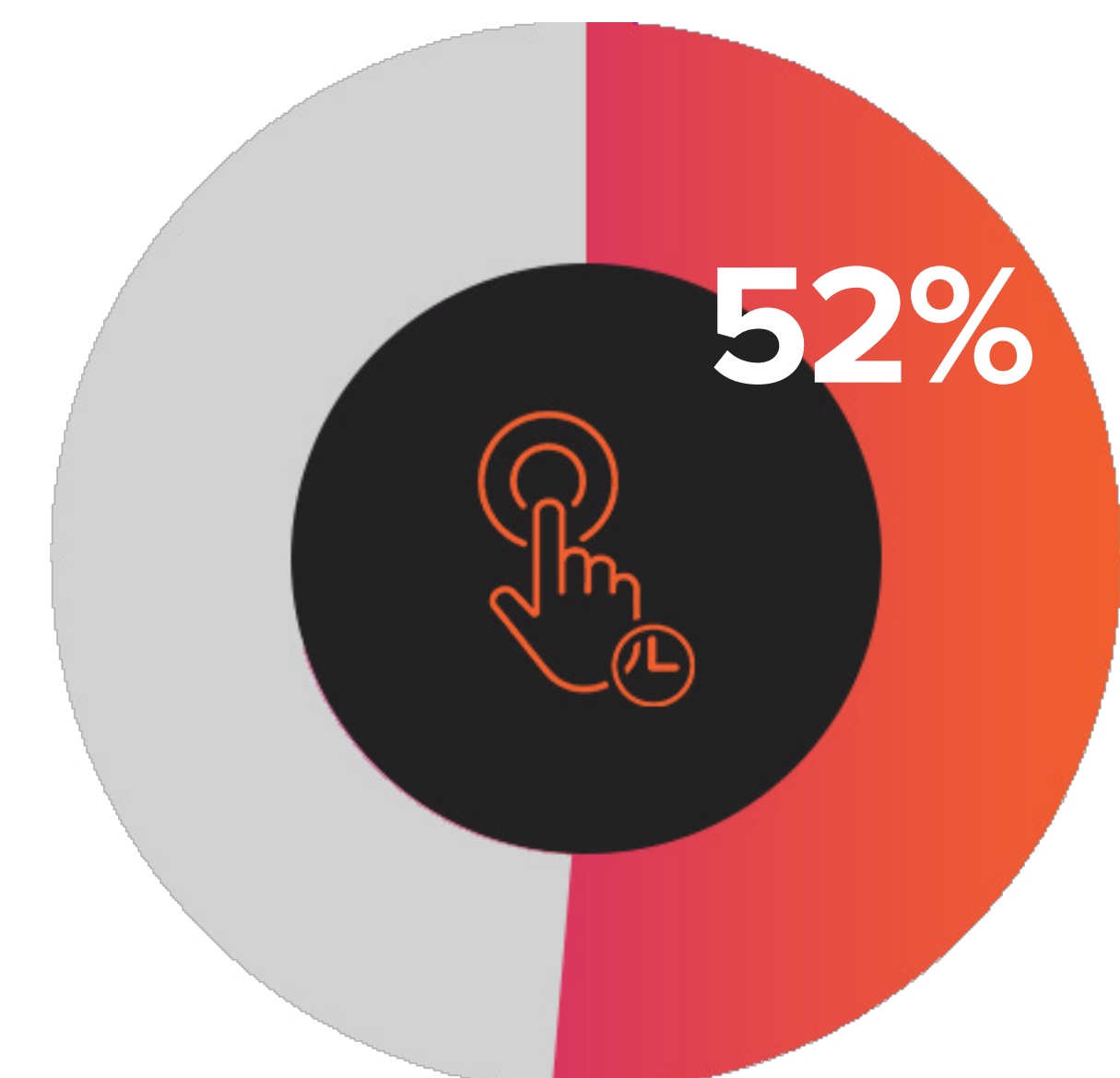
Core Web Vitals



01/100 possuem
LCP positivo (1%)



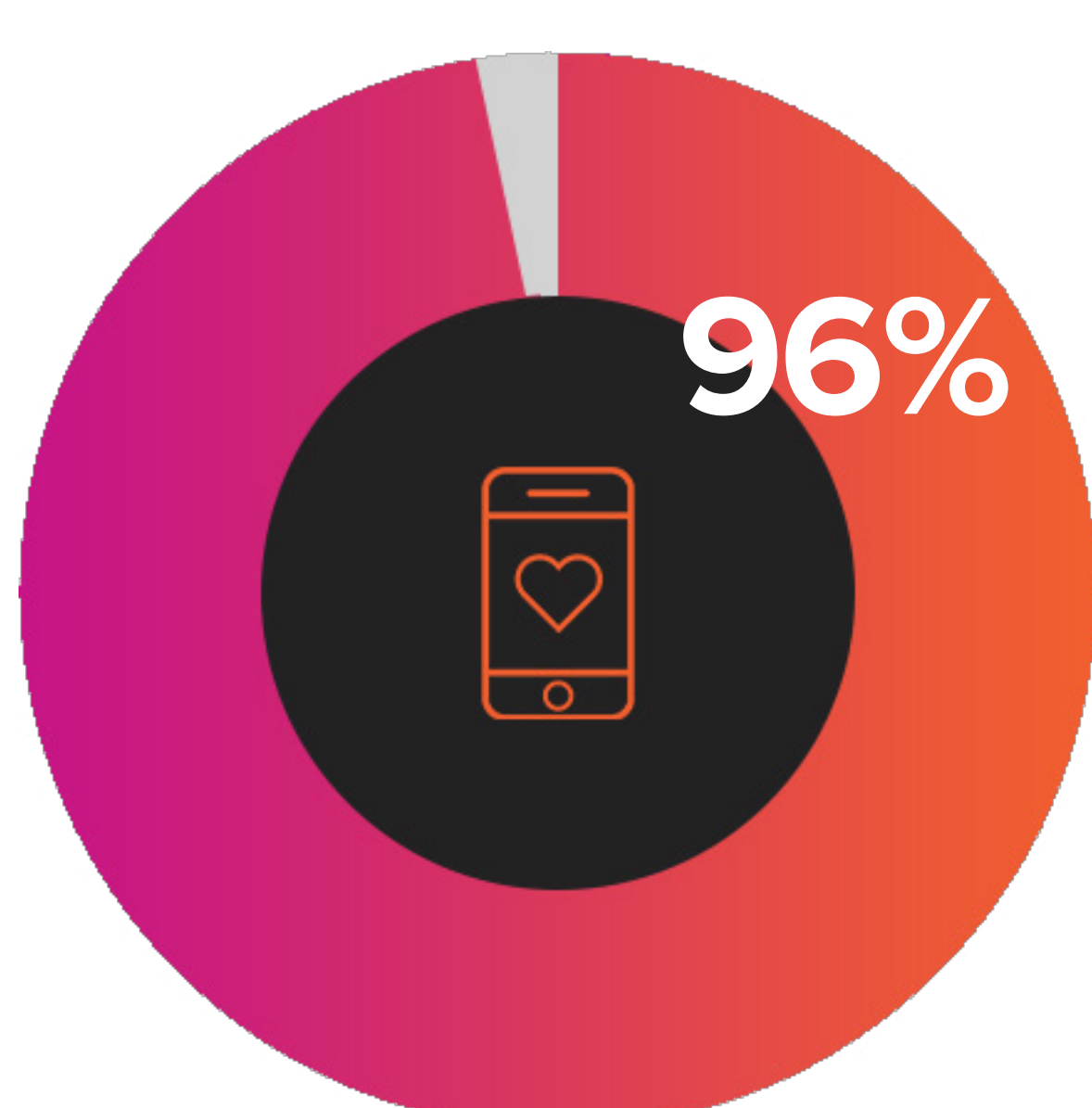
13/100 possuem
CLS positivo (13%)



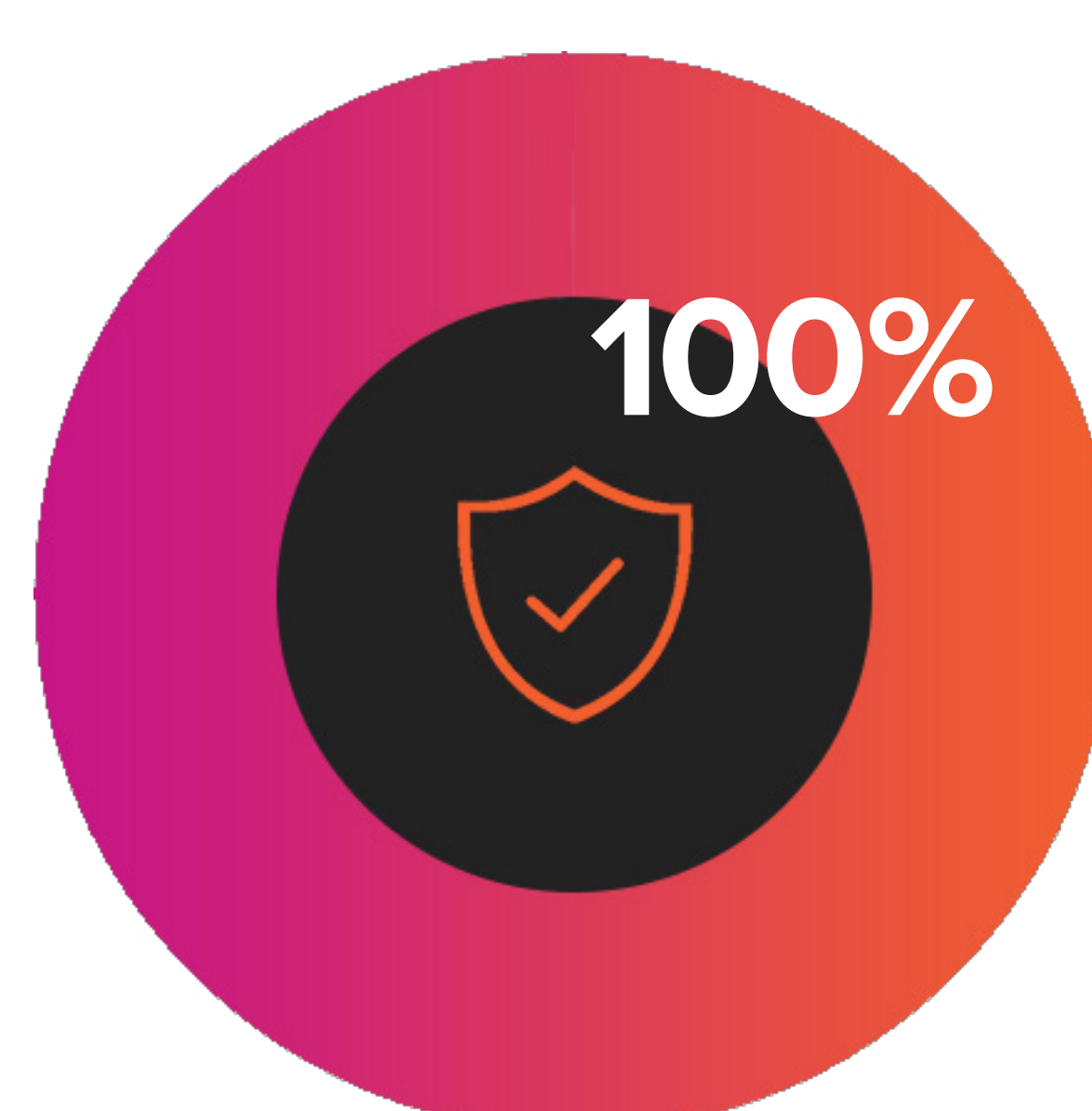
52/100 possuem
FID positivo (52%)

No quesito Core Web Vitals, identificamos que grande parte das empresas analisadas não seguem totalmente as especificações do Google Page Experience e poderão sofrer impactos em seus resultados de SEO

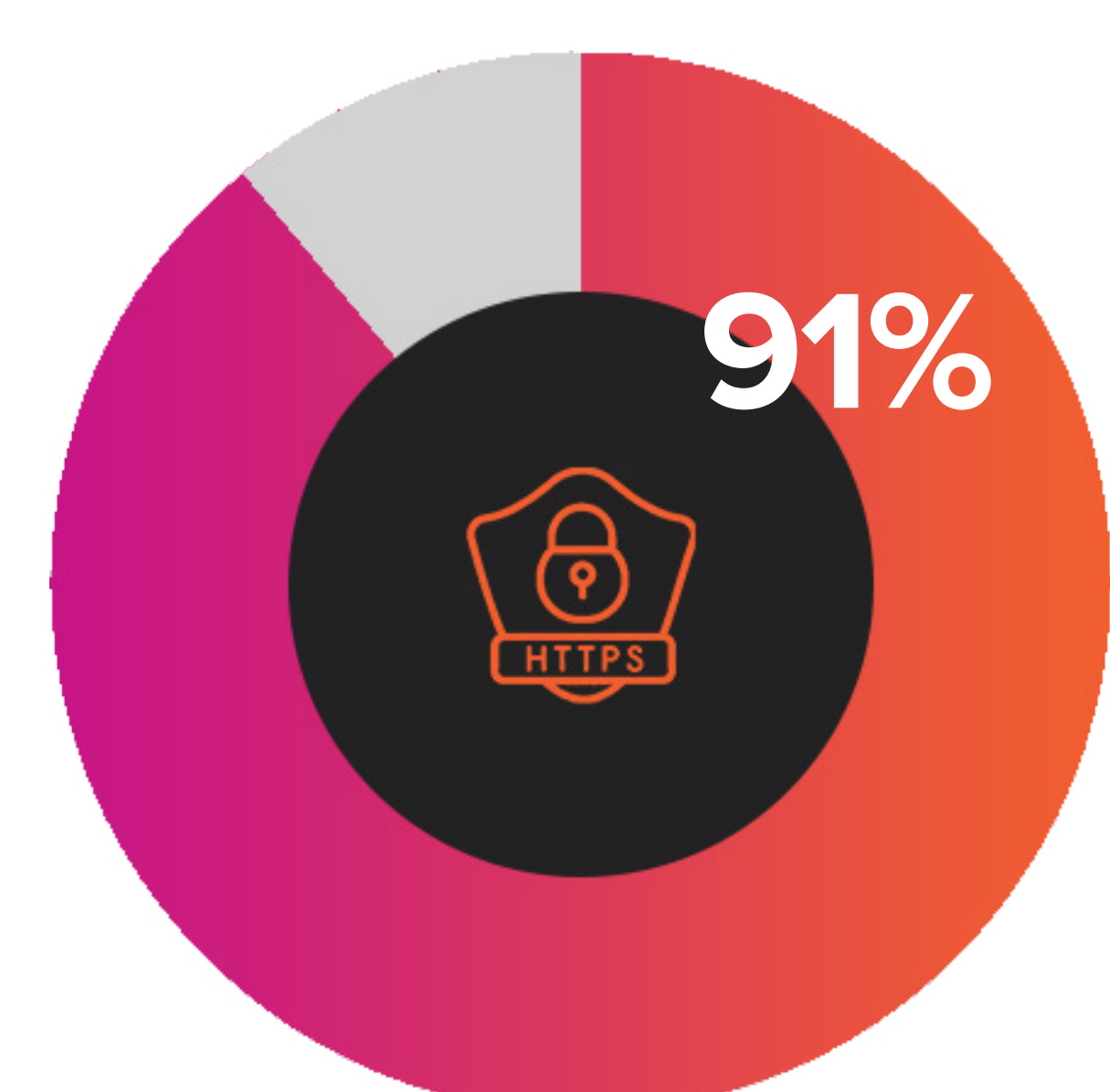
Responsividade e navegação segura



96/100 são
mobile-friendly (96%)



100/100 possuem
safe-browsing (100%)



91/100 possuem
HTTPS (91%)

A maioria das marcas avaliadas possuem sites adaptados para diferentes telas de dispositivos móveis e fornecem um ambiente seguro de navegação aos usuários. Porém, 9% falham ao criptografar os dados de seus usuários para protegê-los através do protocolo de segurança (HTTPS).

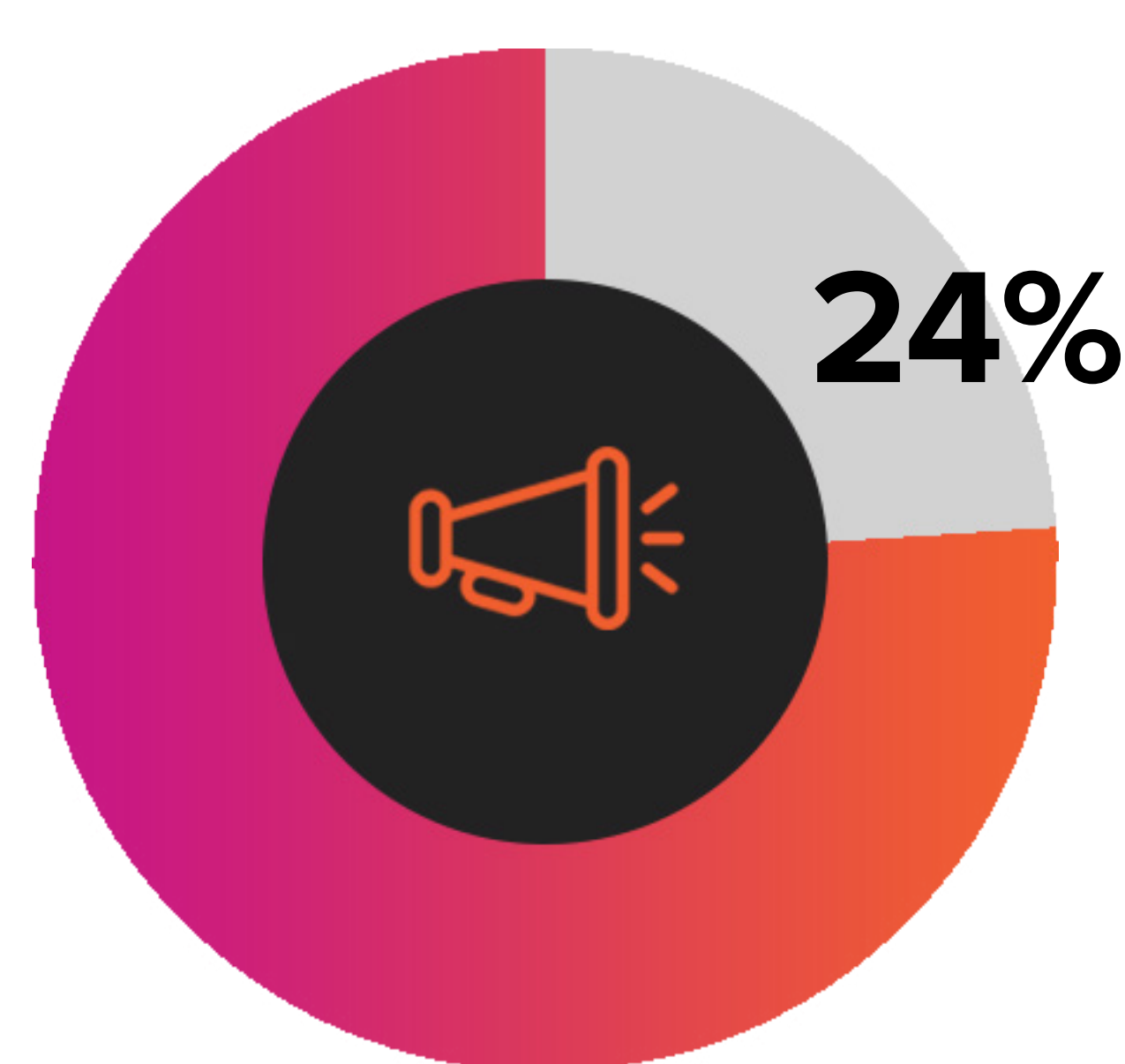
CLASSIFICAÇÃO GERAL E PRINCIPAIS INSIGHTS

Mas por que apresentam um cenário tão positivo?

- 1 Desde o comunicado oficial do Google, em 2014, o uso do HTTPS vem sendo um fator importante de ranqueamento orgânico.
- 2 Com a atualização Mobile Friendly em 2015, o Google passou a priorizar em seus resultados os sites que trouxessem uma ótima usabilidade e experiência mobile ao usuário.

Ou seja, entendemos que as empresas já tiveram tempo hábil para se adaptar à realidade em que vivemos atualmente. Para as que ainda não o fizeram, podem perder grandes oportunidades de mais tráfego e vendas ao não posicionarem suas páginas na primeira página de resultados do Google

Experiência de navegação



24/100 possuem
intrusive interstitial **(24%)**

Uma parcela considerável das marcas avaliadas ainda usa banners intrusivos para expor mais campanhas, produtos ou serviços e não oferecem uma excelente experiência do usuário, o que pode impactar negativamente em seus resultados.



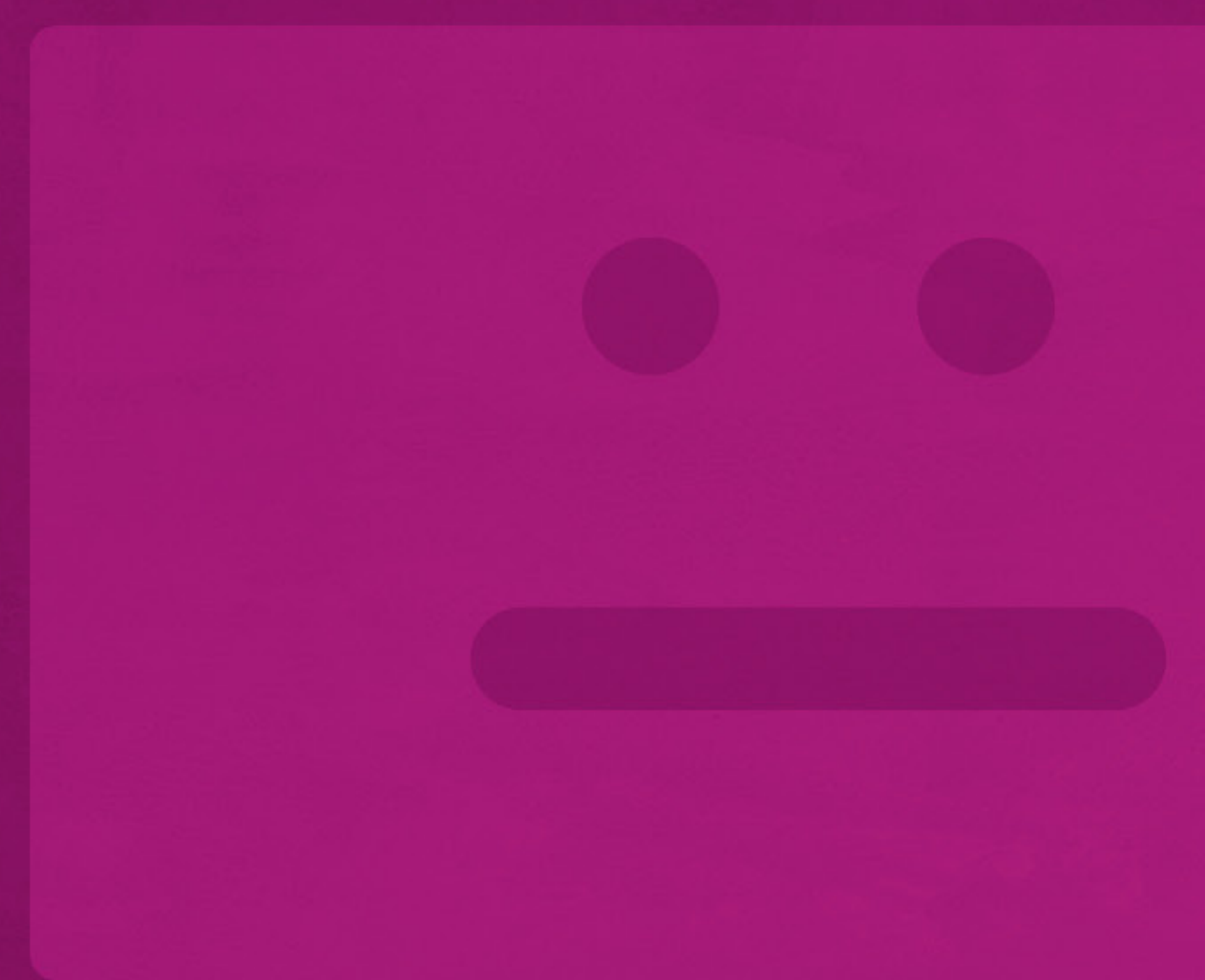
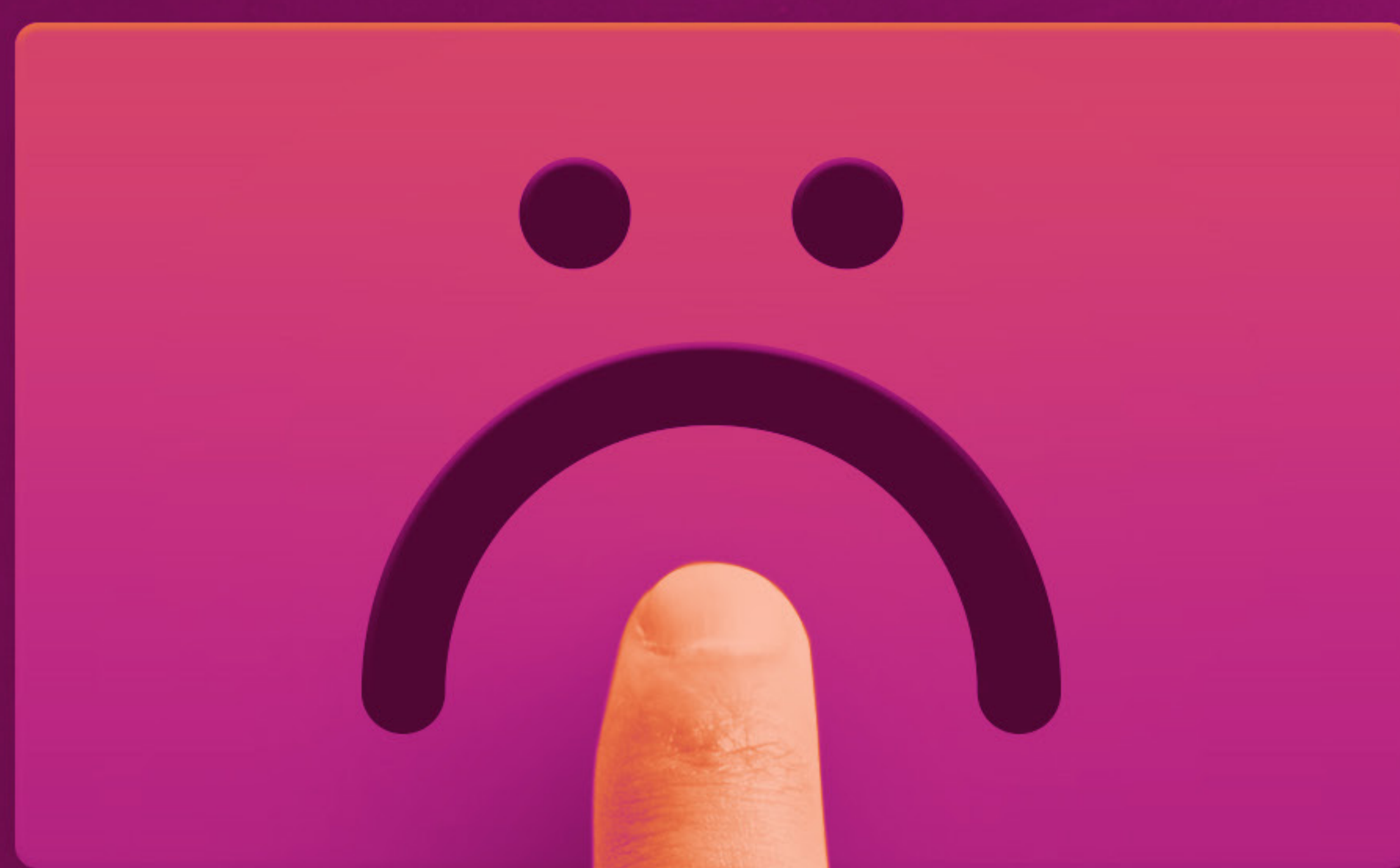
SEGMENTOS QUE SE DESTACARAM

SEGMENTOS QUE SE DESTACARAM

Nota de acordo com o **Score Neil Patel**, que vai de 0 à 5 pontos:



1º lugar: Telefonia - **3,3/5**
2º lugar: Bens de Consumo - **3,2/5**
3º lugar: Pet - **3/5**
4º lugar: Educação - **2,9/5**
5º lugar: Viagem - **2,8/5**



SEGMENTOS ABAIXO DA MÉDIA

SEGMENTOS ABAIXO DA MÉDIA

Nota de acordo com o **Score Neil Patel**, que vai de 0 à 5 pontos:



Moda - **1,9/5**
Vendas - **2,3/5**
Home - **2,4/5**
Beleza - **2,4/5**
Autos - **2,5/5**



CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Alimentos

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,07
CLS

0,78
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,46
Safe-browsing

0,35
HTTPS

0,46
Intrusive interstitial



Score do segmento:
2,6 pontos

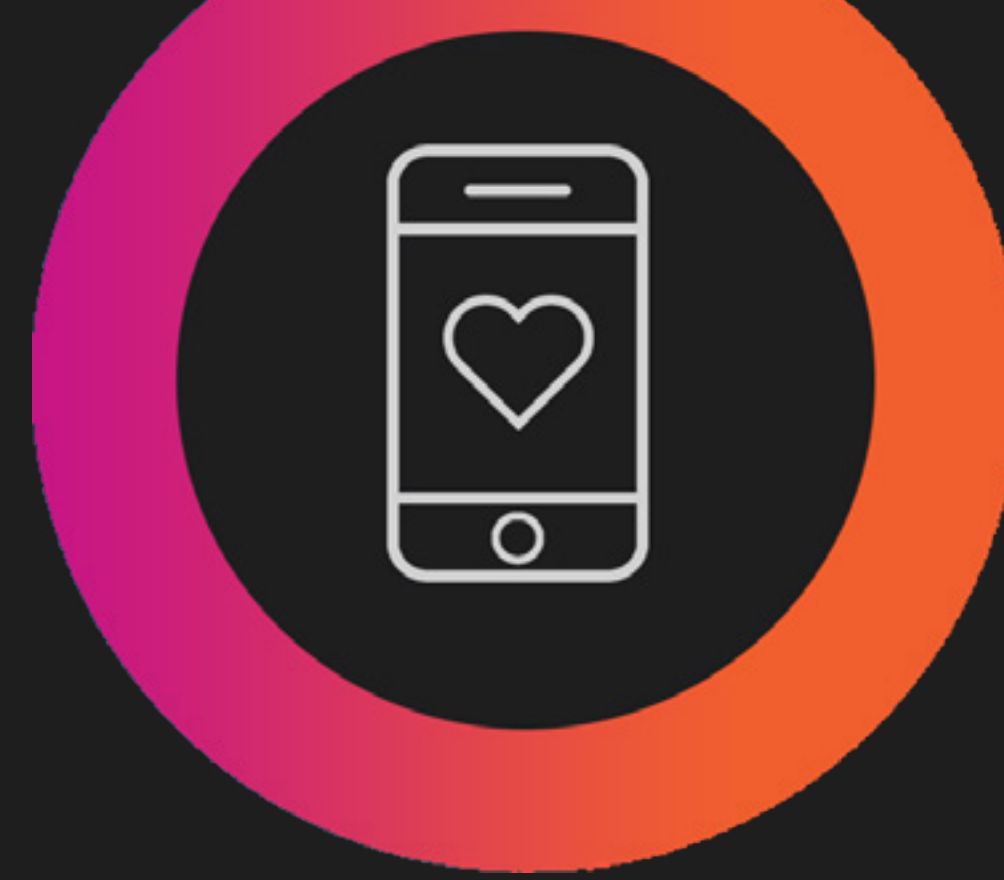
Média das métricas avaliadas para o segmento **Alimento**

LCP: Média do Segmento: **5,4 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.83**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **81 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas
são **mobile
friendly**

93%



7% delas **não
possuem ambiente
seguro** para
navegação

75%



25% delas correm o
risco de terem os
dados dos usuários
expostos por **falta do
HTTPS**

93%



7% possuem
conteúdos
**prejudicados por
banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Autos

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,15
CLS

0,76
FID

0,46
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,34
HTTPS

0,26
Intrusive interstitial



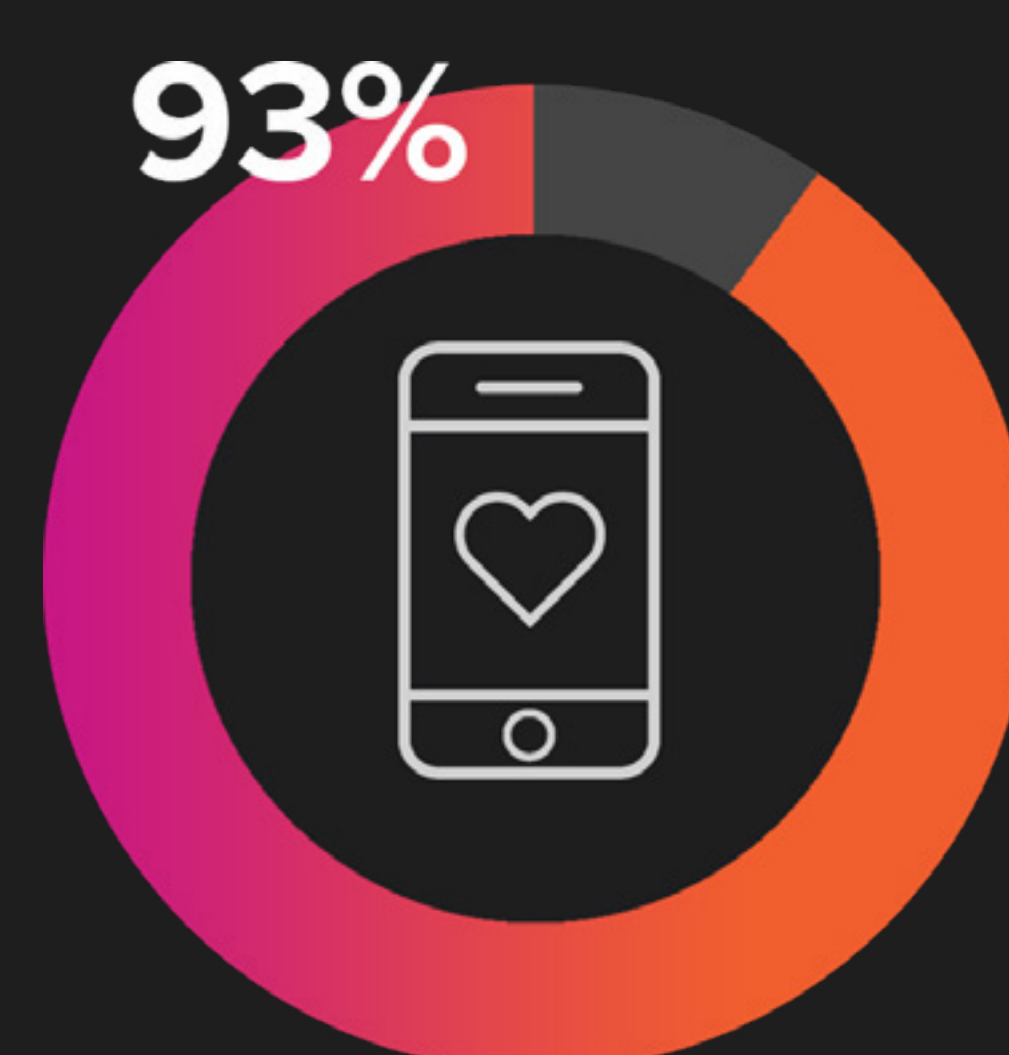
Score do segmento:
2,5 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Autos**

LCP: Média do Segmento: **5 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **1.23**
Valor de Referência: **Até 0.1**

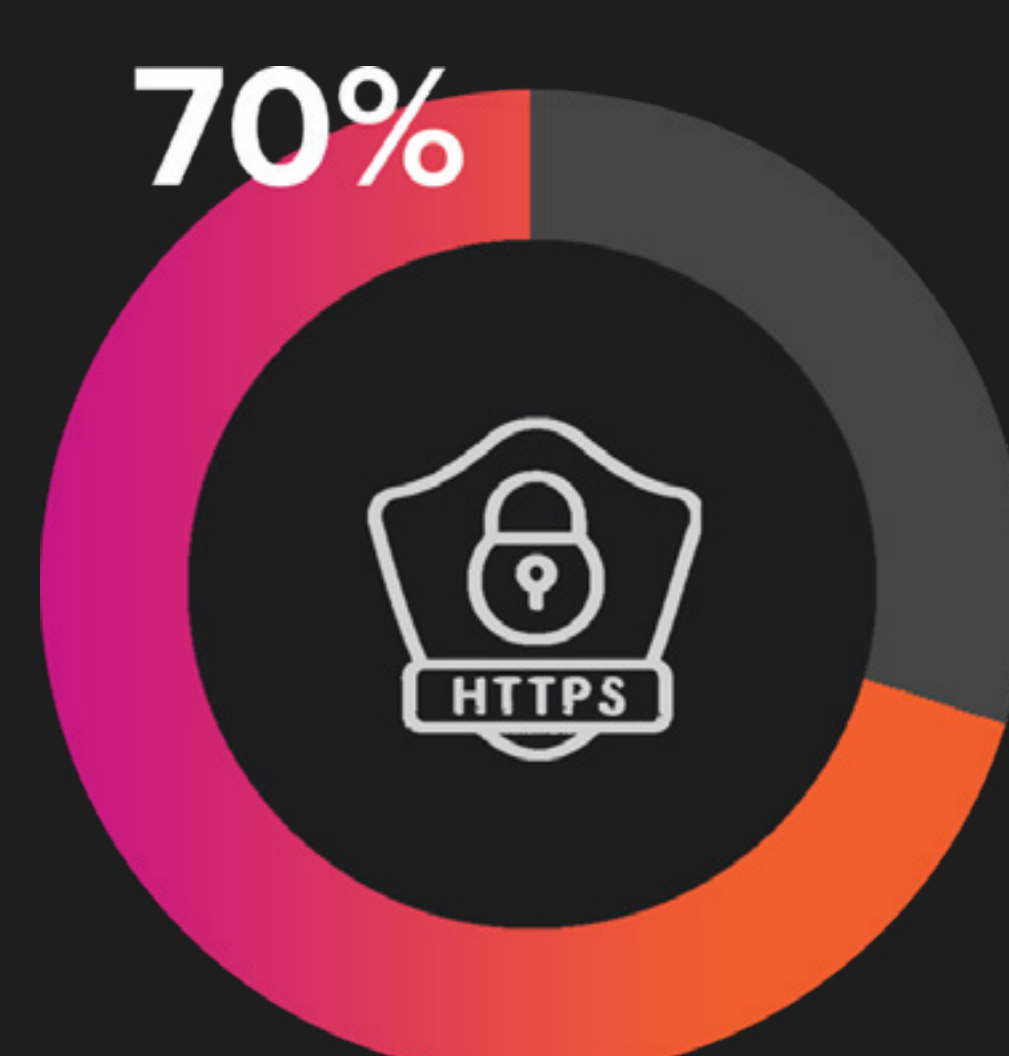
FID: Média do Segmento: **71 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**



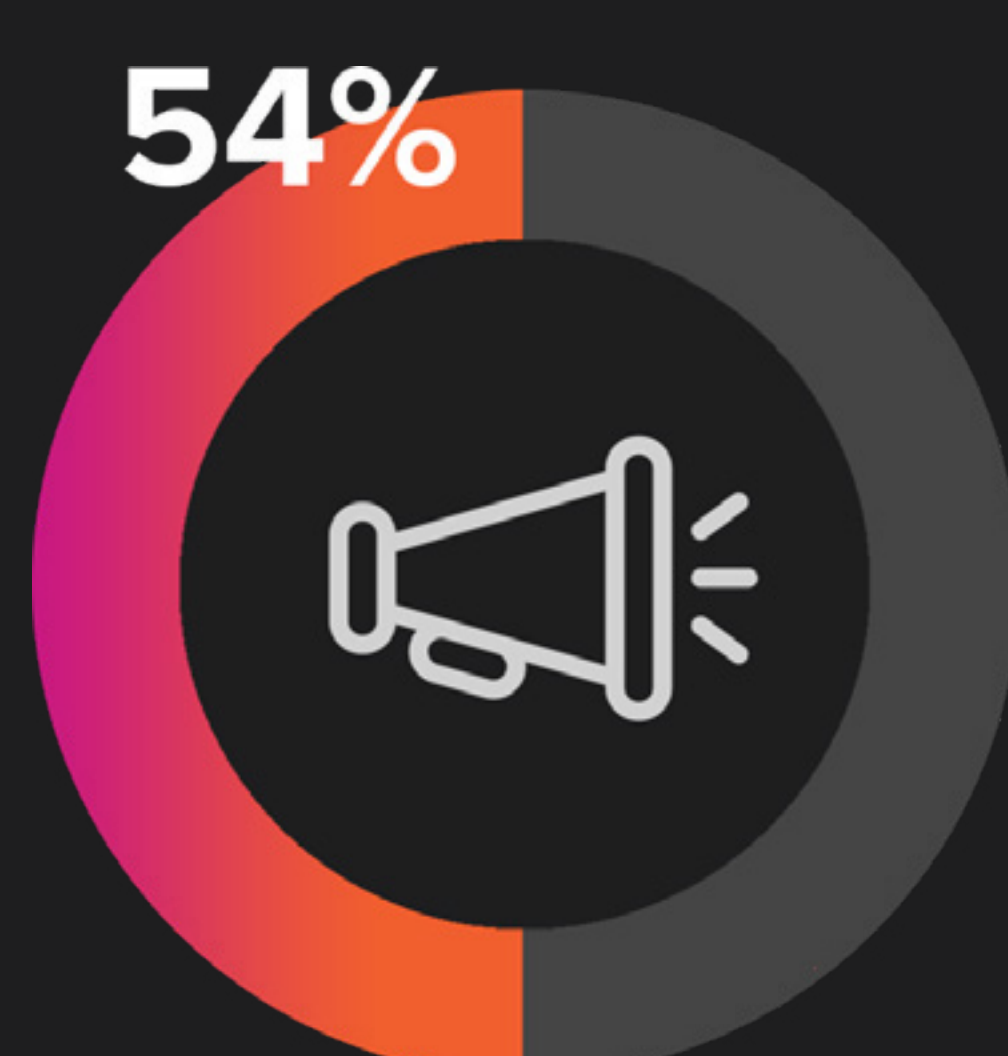
7% não são **mobile friendly**



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação



30% delas correm o risco de terem os dados dos usuários expostos por **falta do HTTPS**



46% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Beleza

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,14
CLS

0,42
FID

0,42
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,42
HTTPS

0,42
Intrusive interstitial



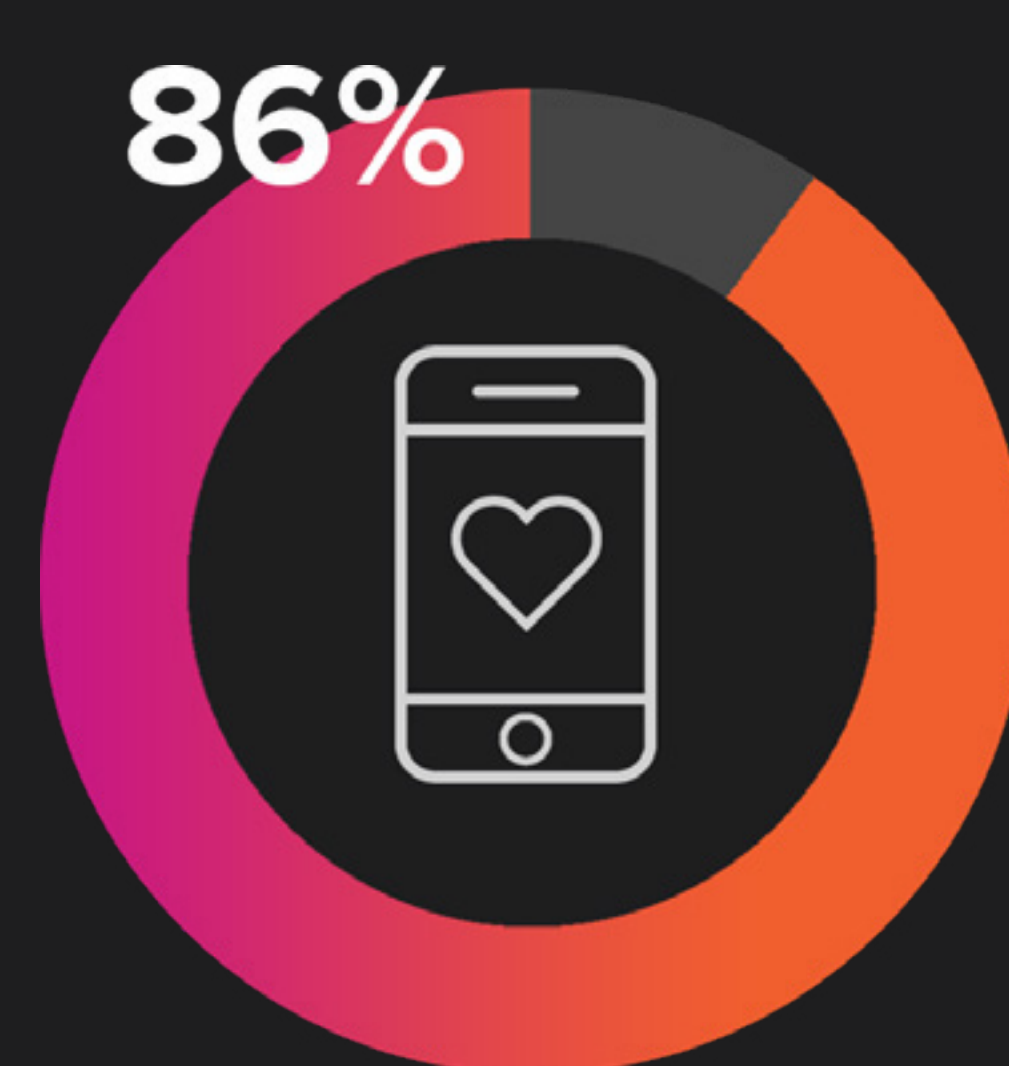
Score do segmento:
2,4 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Beleza**

LCP: Média do Segmento: **5,8 segundos** | Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.58** | Valor de Referência: **Até 0.1**

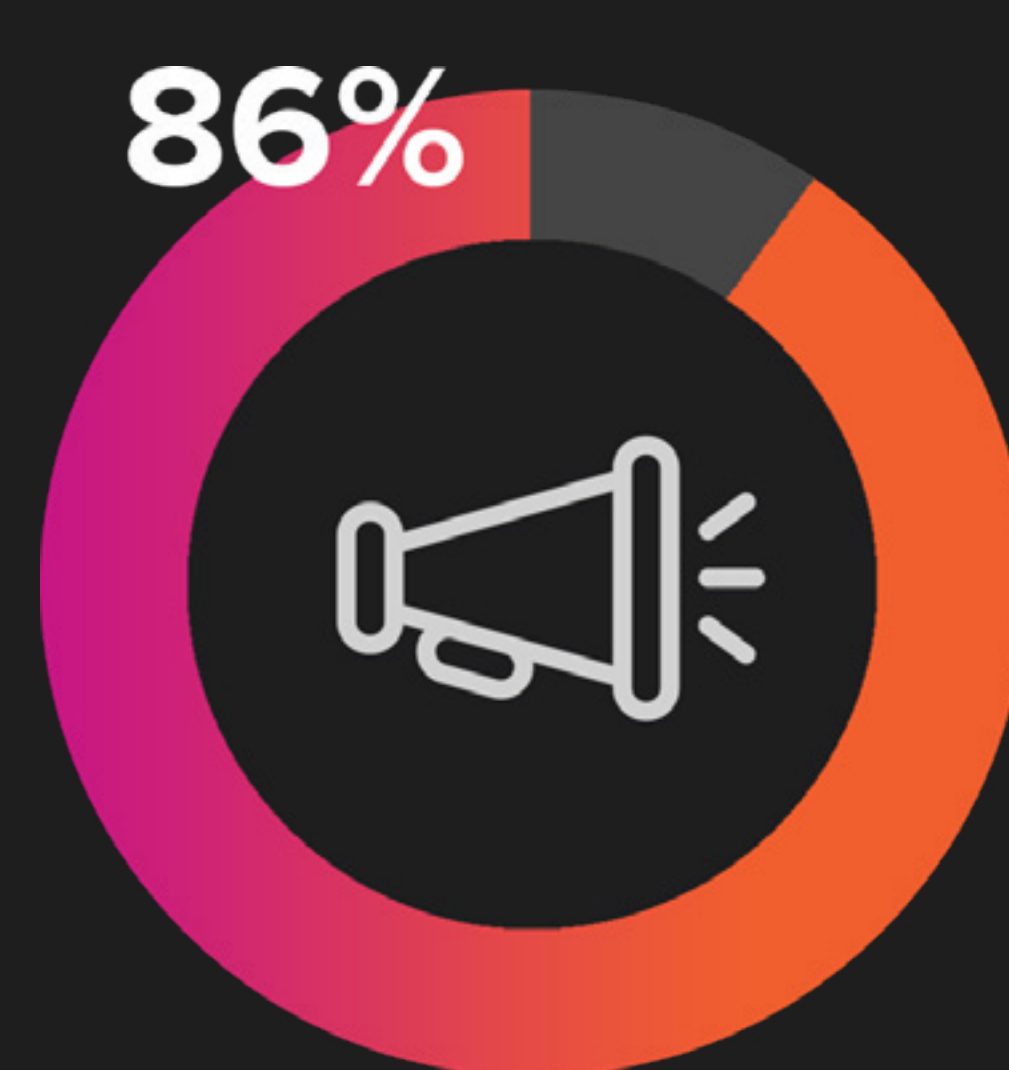
FID: Média do Segmento: **260 milissegundos** | Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**



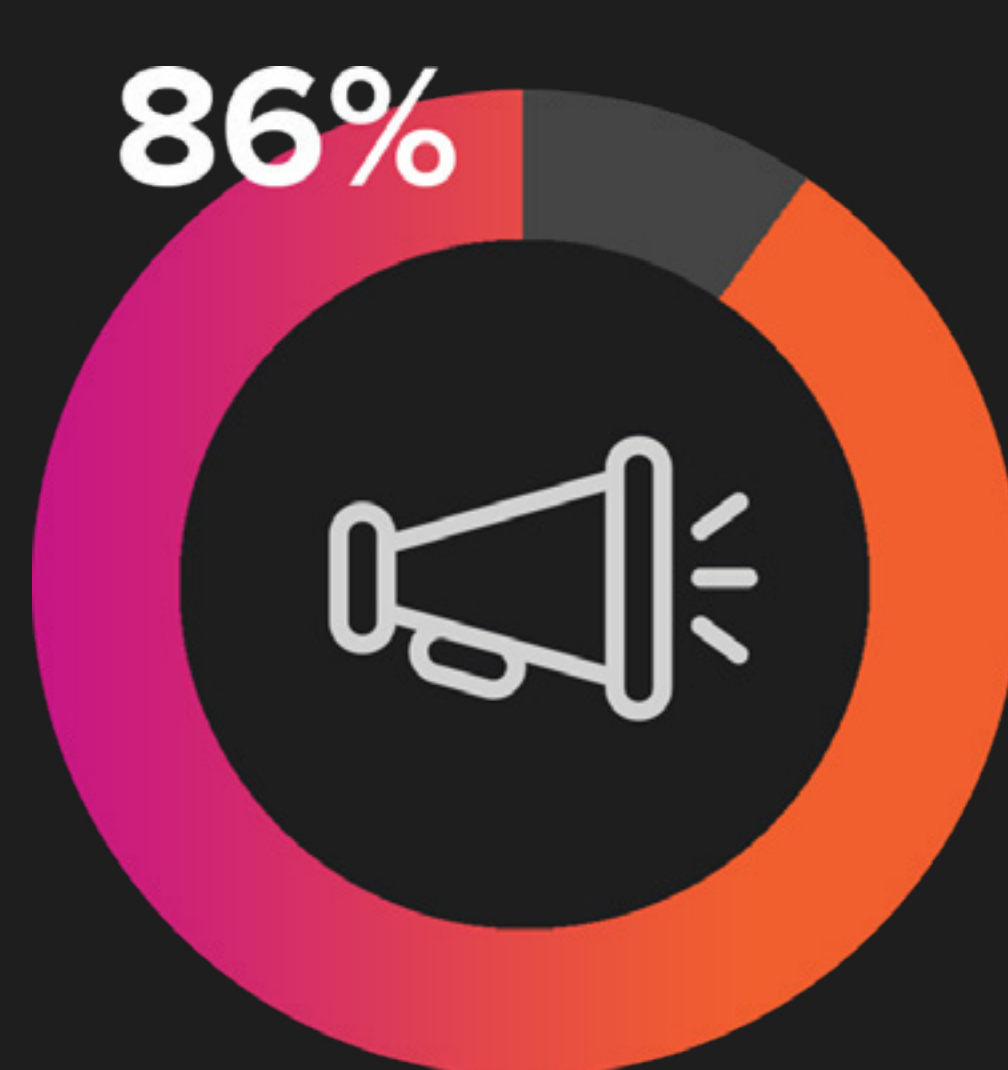
14% não são **mobile friendly**



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação



14% delas correm o risco de terem os dados dos usuários expostos por **falta do HTTPS**



14% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Benefícios

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,40
CLS

0,40
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,40
Intrusive interstitial



Score do segmento:
2,7 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Benefícios**

LCP: Média do Segmento: **5,7 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.28**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **334 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

80%



20% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Bens de consumo

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,60
CLS

0,80
FID

0,40
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,40
Intrusive interstitial



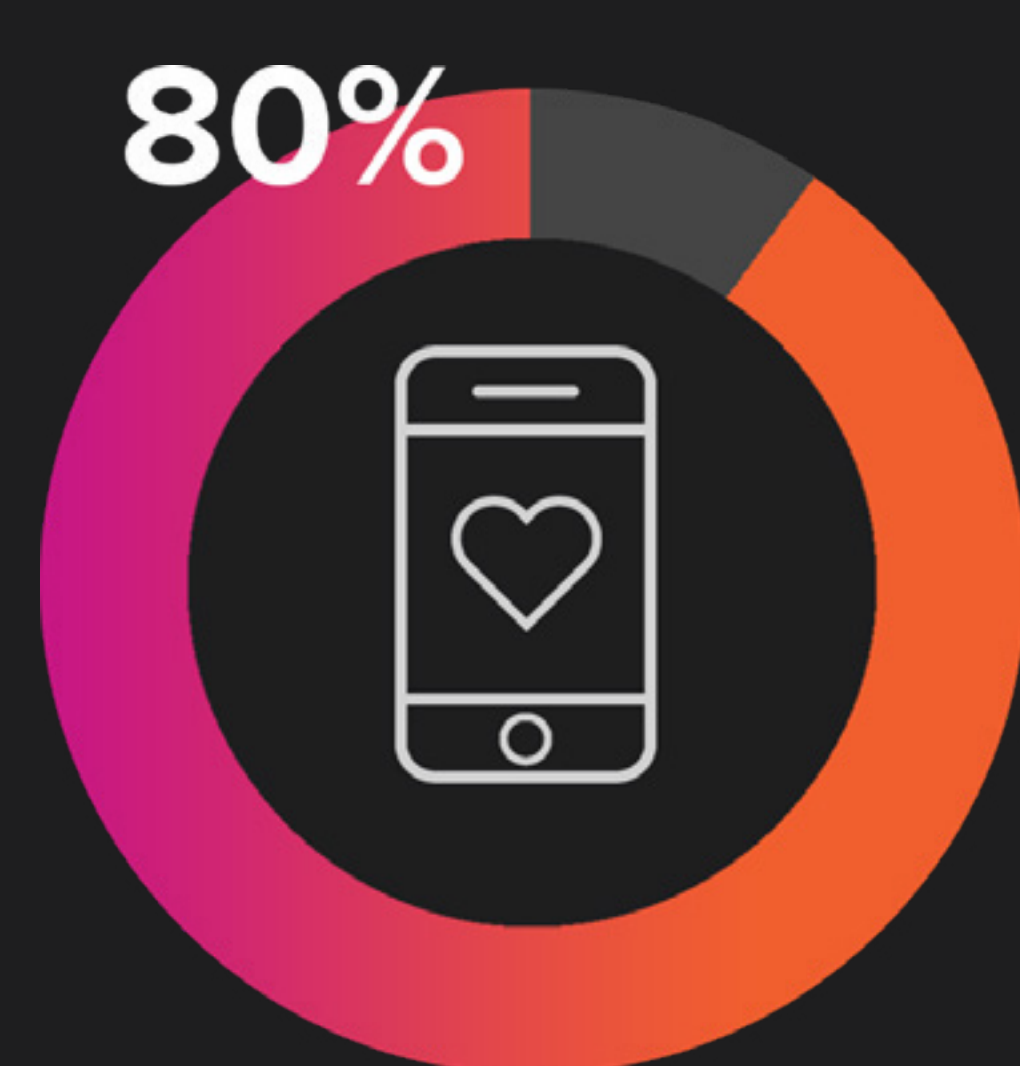
Score do segmento:
3,2 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Bens de Consumo**

LCP: Média do Segmento: **5,4 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.16**
Valor de Referência: **Até 0.1**

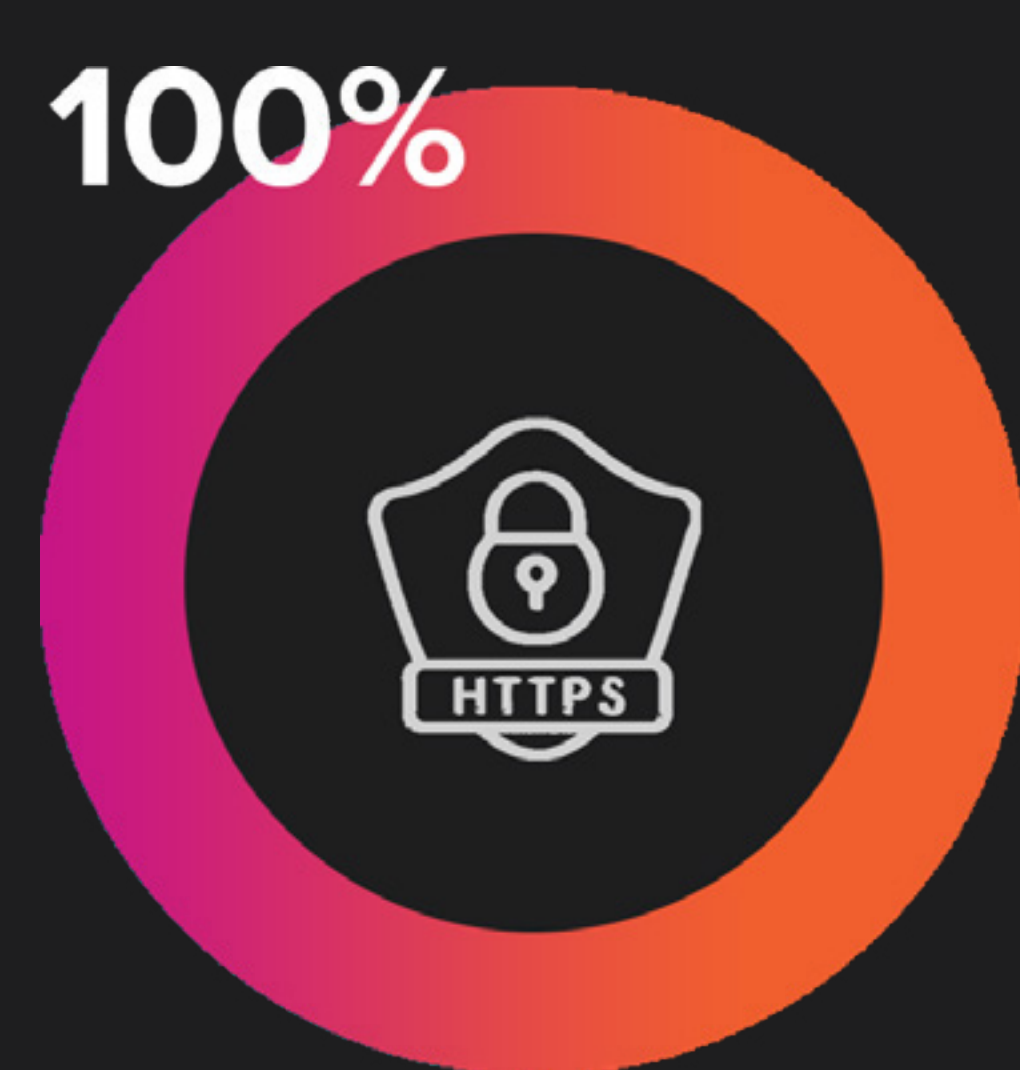
FID: Média do Segmento: **68 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**



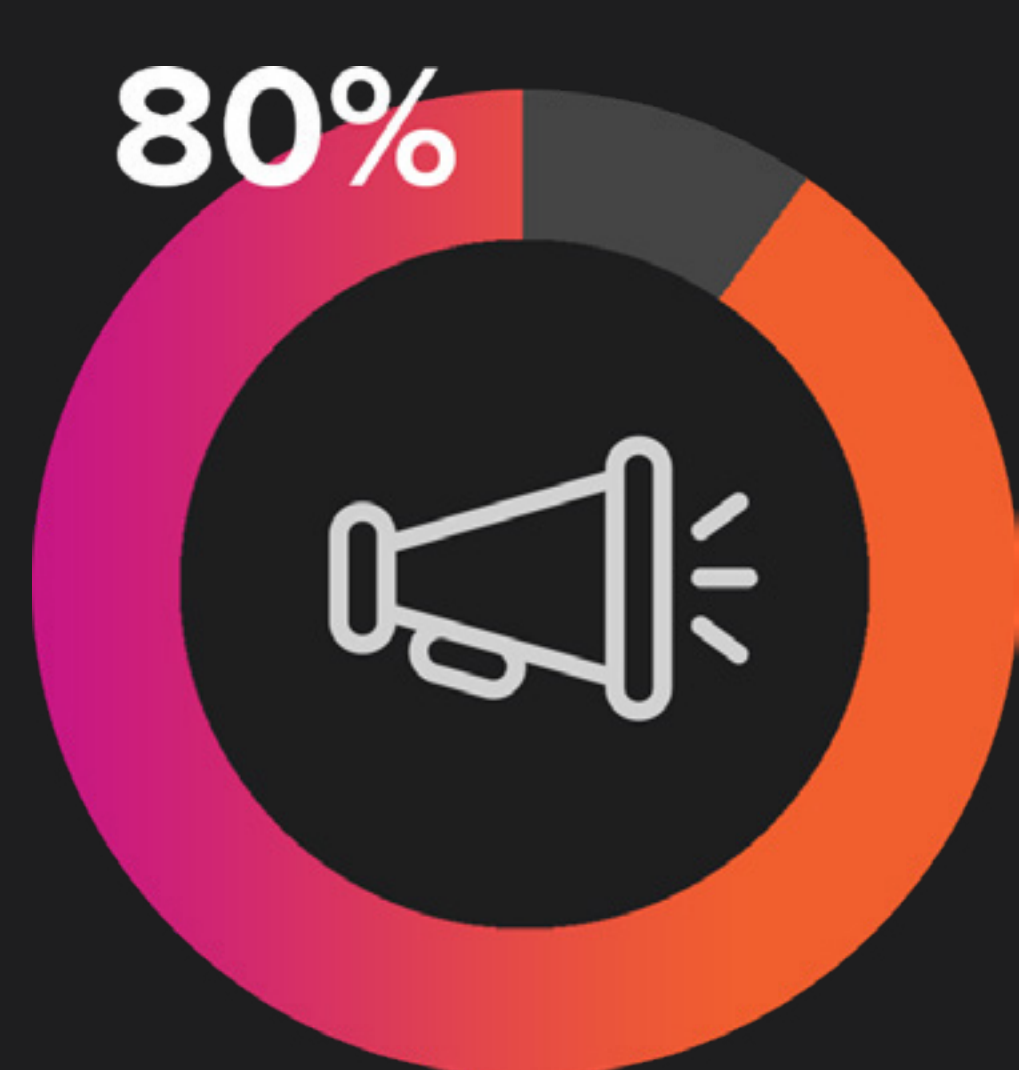
20% não são **mobile friendly**



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**



20% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Educação

Score Neil Patel

0,12
LCP

0,25
CLS

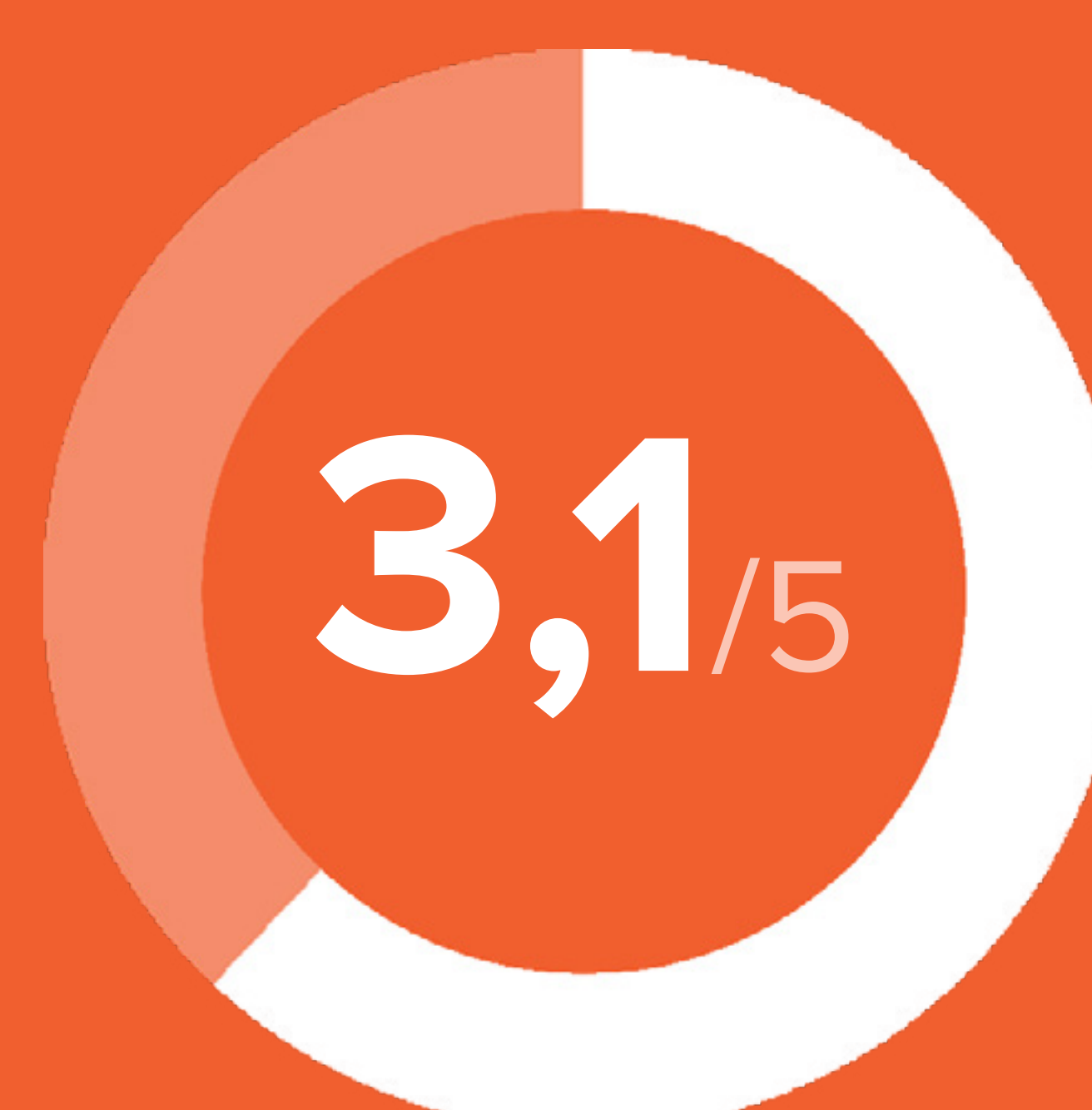
0,75
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,50
Intrusive interstitial



Score do segmento:
3,1 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Educação**

LCP: Média do Segmento: **4,4 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.45**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **211 milissegundos**
Valor de Referência: Até **100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

100%



Nenhuma apresentou problemas de conteúdo **prejudicado por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Financeiro

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,36
CLS

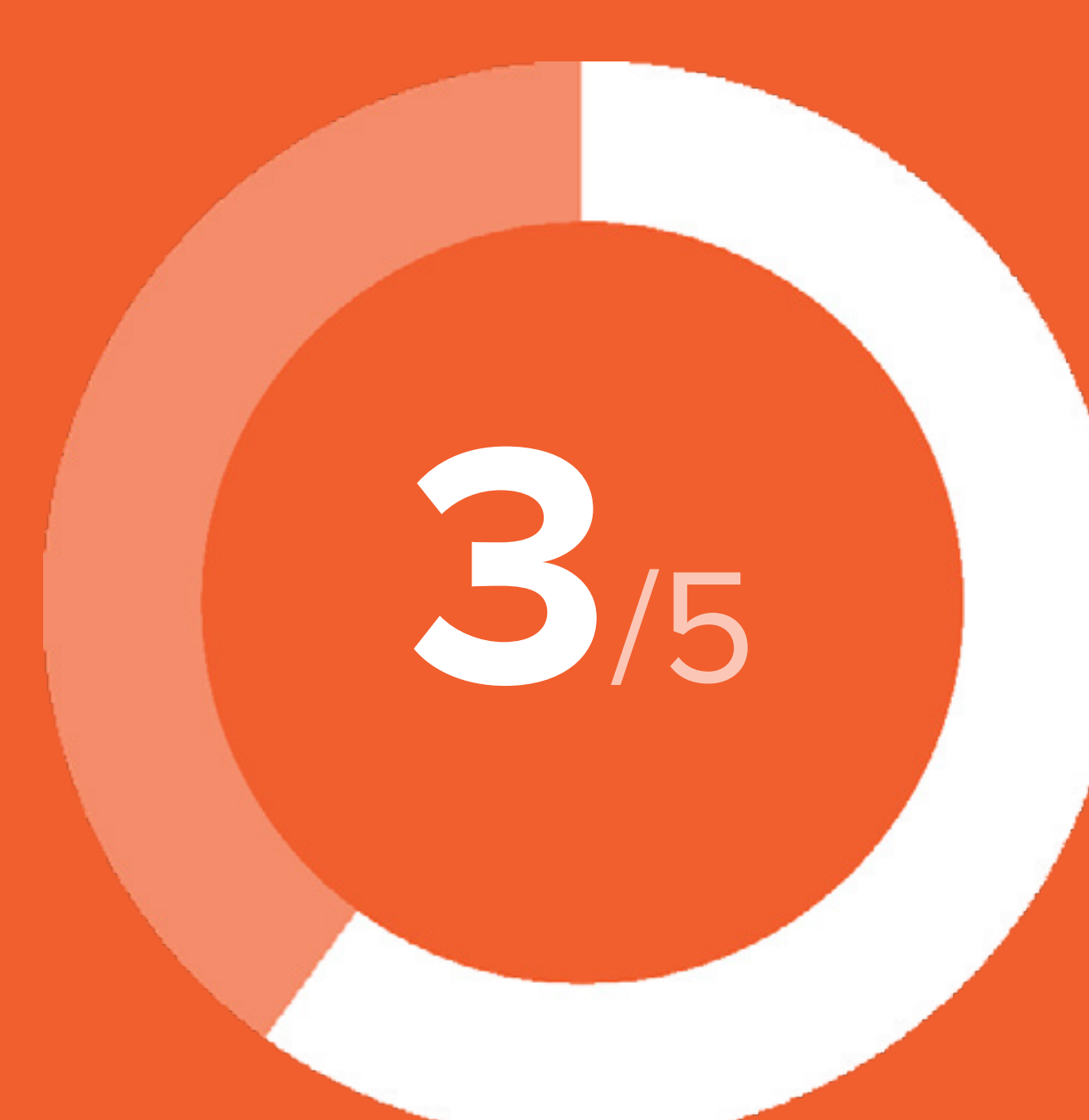
0,72
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,40
Intrusive interstitial



Score do segmento:
3 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Financeiro**

LCP: Média do Segmento: **6,1 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.46**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **92 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



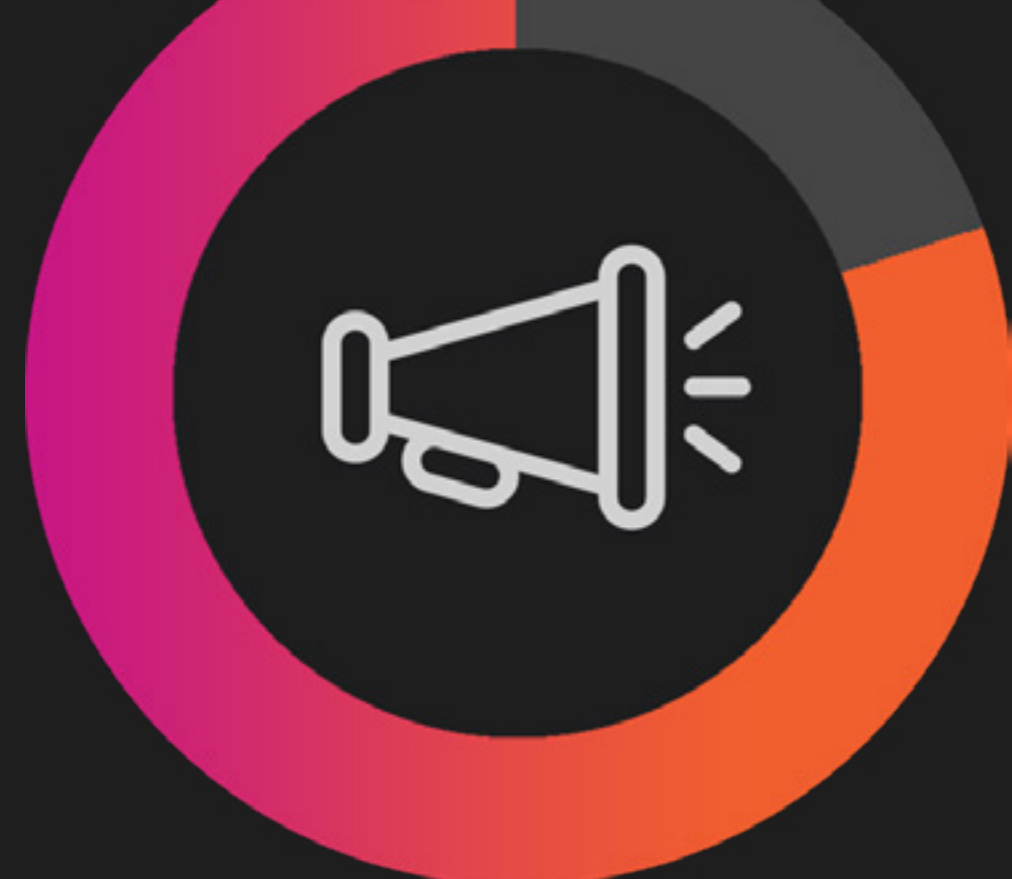
Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

82%



18% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Home

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,66
CLS

0,16
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,41
Intrusive interstitial



Score do segmento:
2,4 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Home**

LCP: Média do Segmento: **6,3 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.52**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **345 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

84%



16% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Moda

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,00
CLS

0,10
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,30
Intrusive interstitial



Score do segmento:
1,9 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Moda**

LCP:

Média do Segmento: **5,7 segundos**

Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS:

Média do Segmento: **0.81**

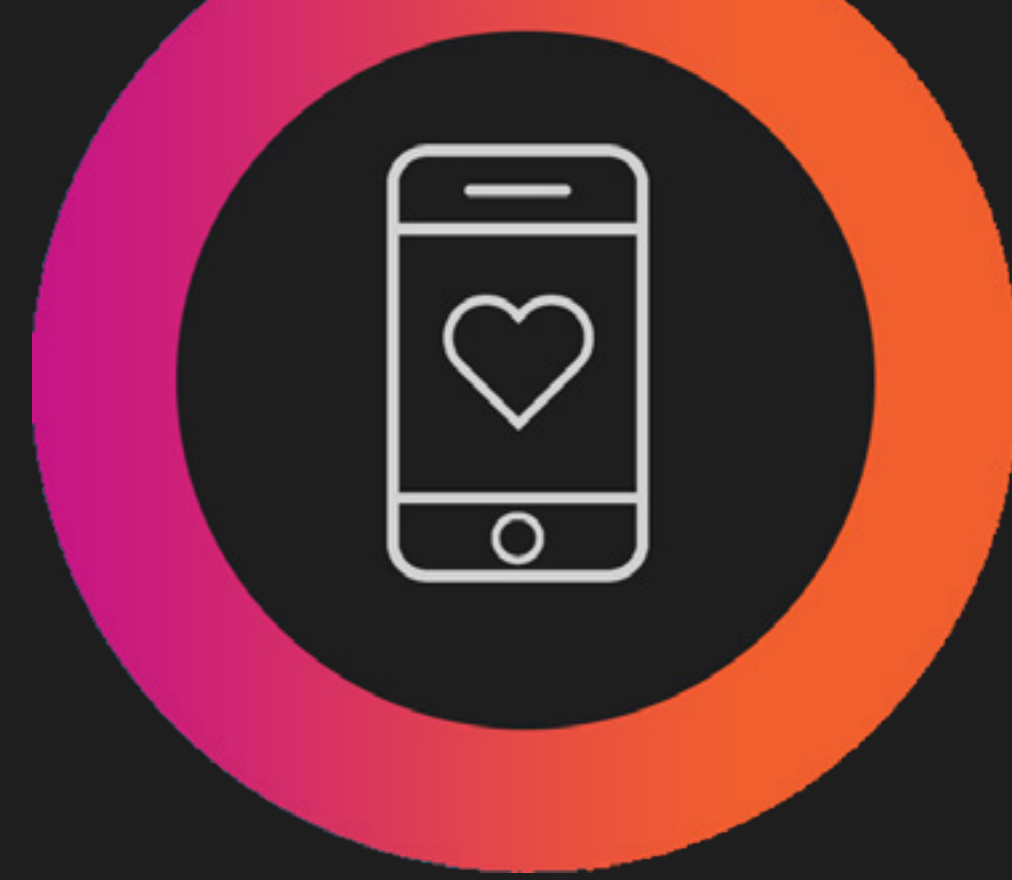
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID:

Média do Segmento: **247 milissegundos**

Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

60%



40% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Pet

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,00
CLS

1,00
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,50
Intrusive interstitial



Score do segmento:
3 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Pet**

LCP: Média do Segmento: **4,4 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.46**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **58 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



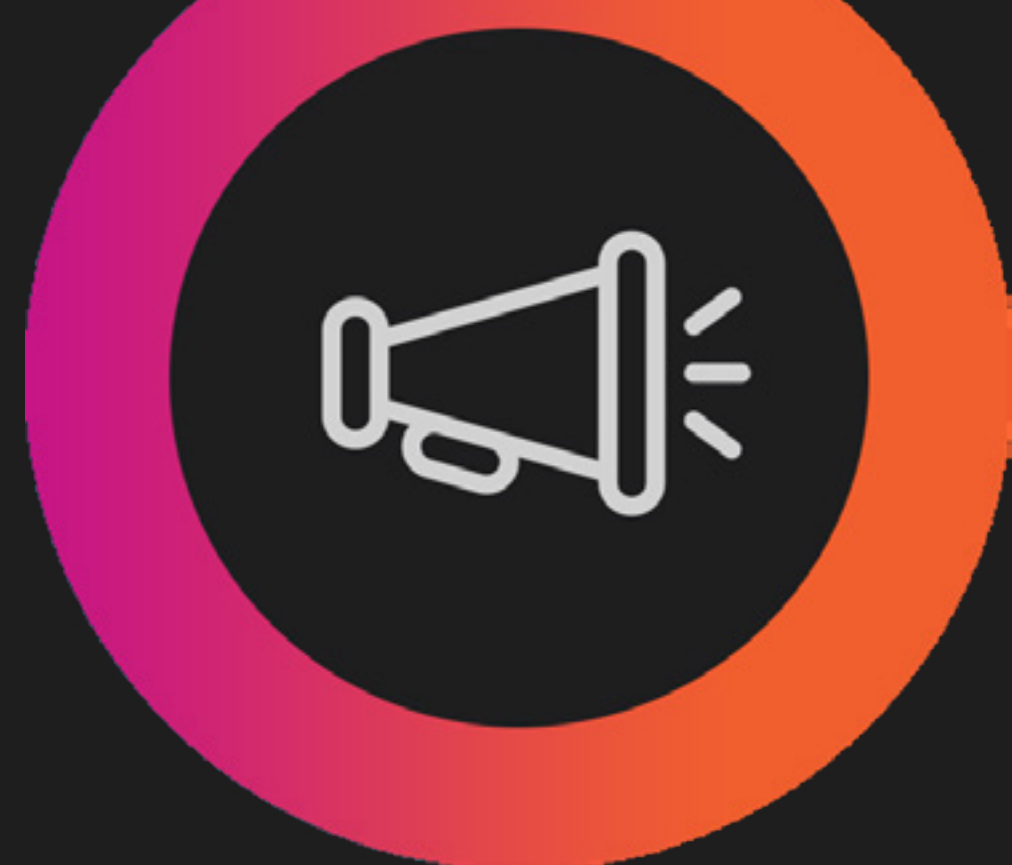
Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

100%



Nenhuma apresentou problemas de conteúdo **prejudicado por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Saúde

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,23
CLS

0,61
FID

0,46
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,46
HTTPS

0,30
Intrusive interstitial



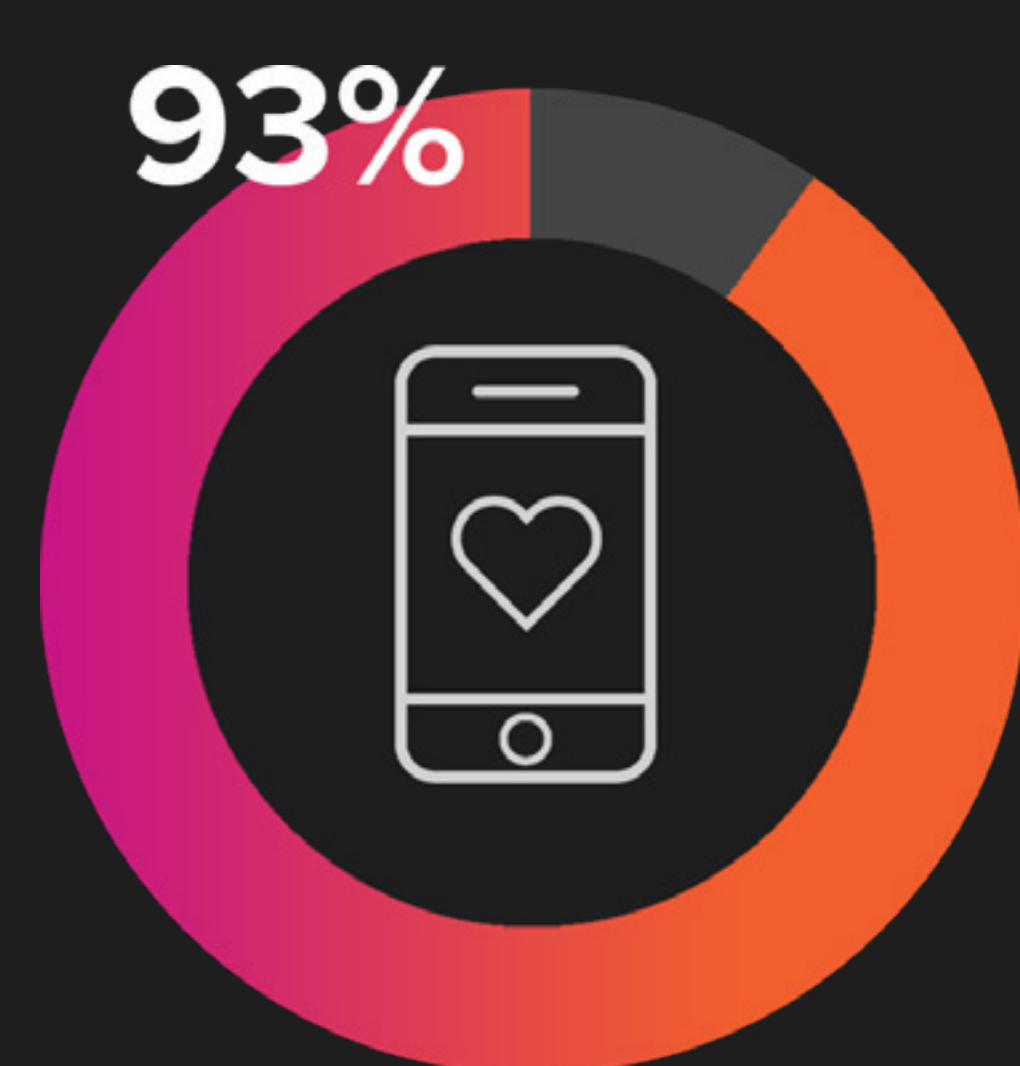
Score do segmento:
2,6 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Saúde**

LCP: Média do Segmento: **4,3 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.53**
Valor de Referência: **Até 0.1**

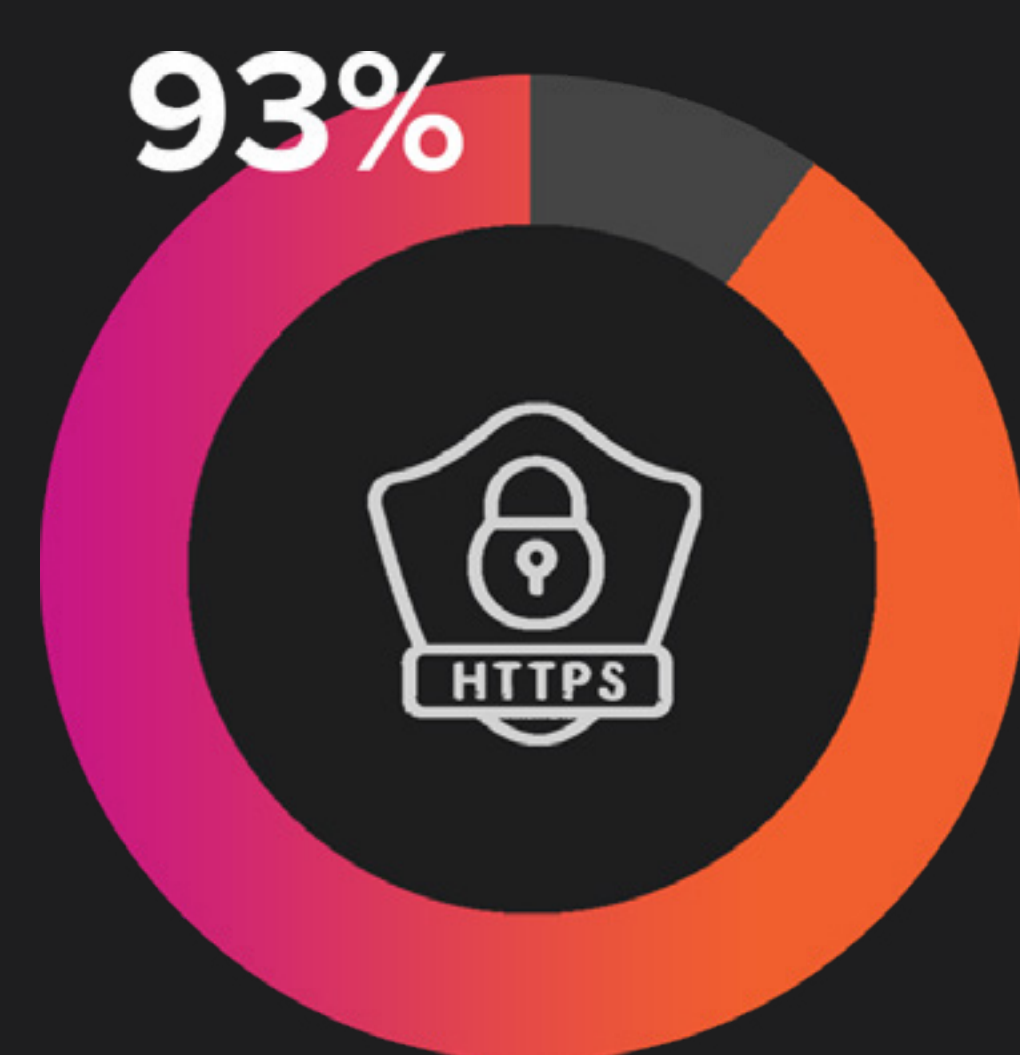
FID: Média do Segmento: **136 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**



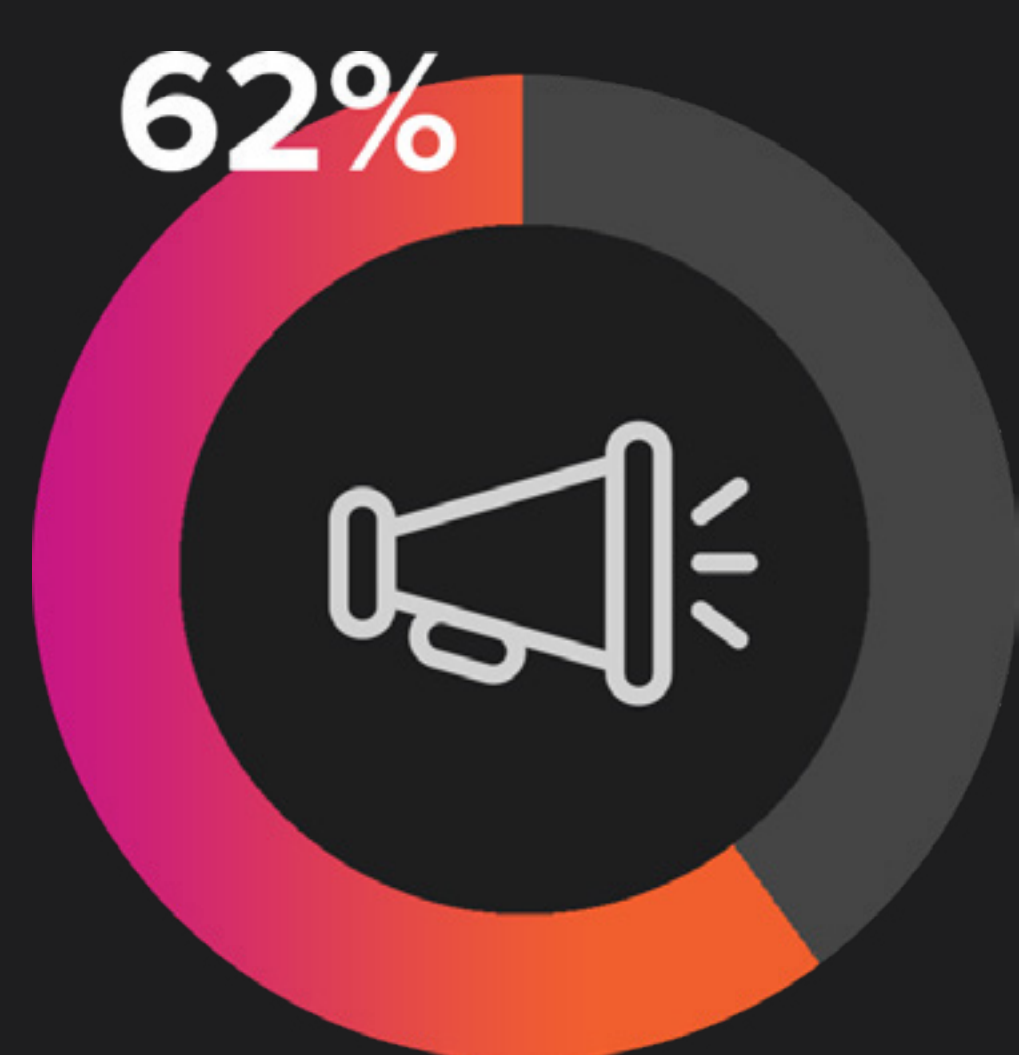
7% não são **mobile friendly**



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação



7% delas correm o risco de terem os dados dos usuários expostos por **falta do HTTPS**



38% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Telefonia

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,66
CLS

0,66
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

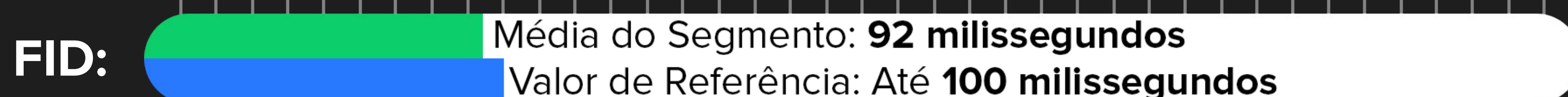
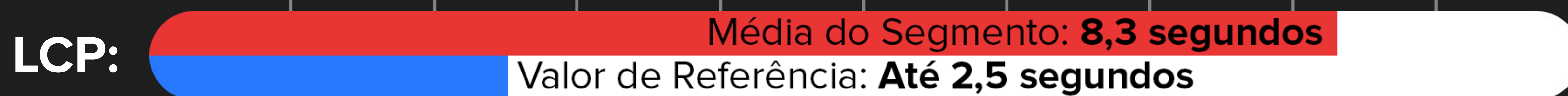
0,50
HTTPS

0,41
Intrusive interstitial



Score do segmento:
3,3 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Telefonia**



100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

100%



Nenhuma apresentou problemas de conteúdo **prejudicado por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Vendas

Score Neil Patel

0,00
LCP

0,33
CLS

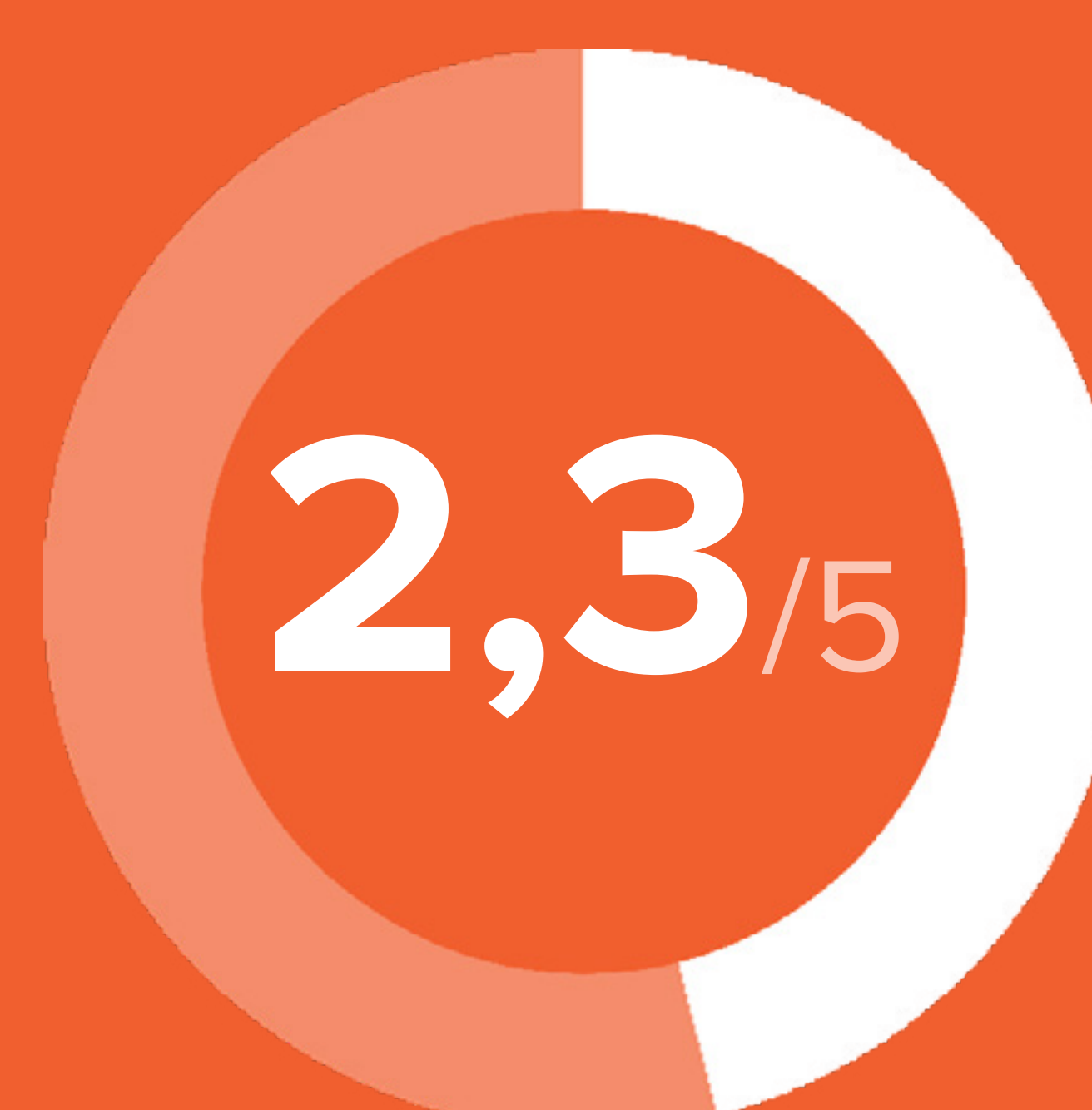
0,33
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,33
HTTPS

0,33
Intrusive interstitial



Score do segmento:
2,3 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Vendas**

LCP: Média do Segmento: **4,4 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.47**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **133 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

67%



33% delas correm o risco de terem os dados dos usuários expostos por **falta do HTTPS**

67%



33% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

CLASSIFICAÇÃO POR SEGMENTO:



Viagens

Score Neil Patel

0,09
LCP

0,18
CLS

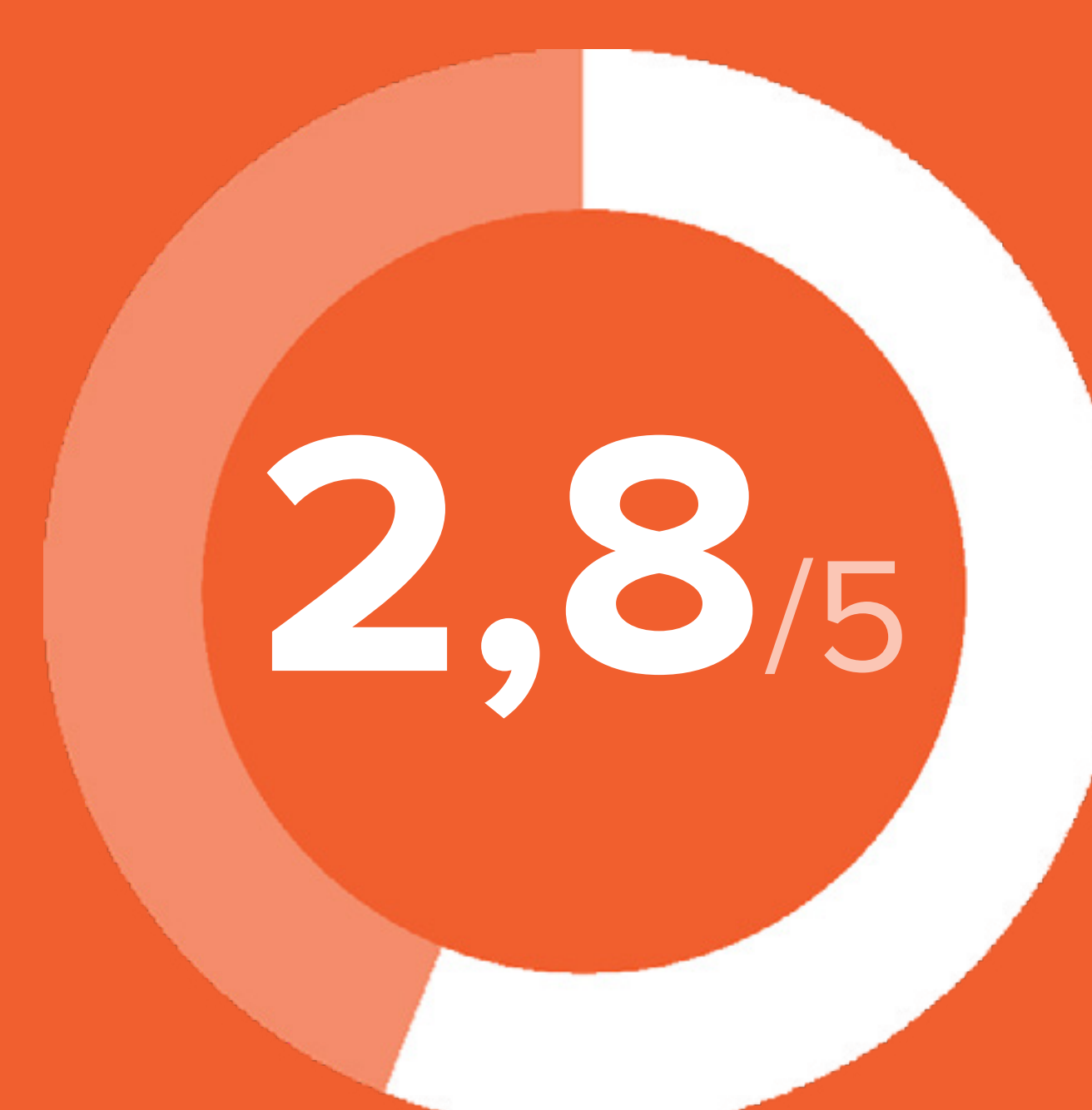
0,54
FID

0,50
Mobile-friendly:

0,50
Safe-browsing

0,50
HTTPS

0,45
Intrusive interstitial



Score do segmento:
2,8 pontos

Média das métricas avaliadas para o segmento **Viagens**

LCP: Média do Segmento: **4,5 segundos**
Valor de Referência: **Até 2,5 segundos**

CLS: Média do Segmento: **0.43**
Valor de Referência: **Até 0.1**

FID: Média do Segmento: **115 milissegundos**
Valor de Referência: **Até 100 milissegundos**

100%



Todas são **mobile friendly**

100%



Todas possuem **ambiente seguro** para navegação

100%



Todas protegem os dados dos usuários através do **certificado de segurança (HTTPS)**

91%



9% possuem conteúdos **prejudicados por banners intrusivos**

2

1

3

MARCAS MAIS

BEM AVALIADAS

MARCAS MAIS BEM AVALIADAS



#20 CARREFOUR (ALIMENTOS)

NOTA FINAL: **3/5**

2,7

LCP

1.38

CLS

83

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE



#19 ALGAR (TELEFONIA)

NOTA FINAL: **3,5/5**

10,9

LCP

0.04

CLS

73

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

SIM

INTRUSIVE

MARCAS MAIS BEM AVALIADAS



P&G

#18 P&G (BENS DE CONSUMO)

NOTA FINAL: **3,5/5**

6,2

LCP

0.04

CLS

29

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

SIM

INTRUSIVE



easyinvest

#17 EASYINVEST (FINANCEIRO)

NOTA FINAL: **3,5/5**

5,9

LCP

0.03

CLS

62

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

SIM

INTRUSIVE



Jequiti

#16 JEQUITI (BELEZA)

NOTA FINAL: **4/5**

11,7

LCP

0.01

CLS

88

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE

MARCAS MAIS BEM AVALIADAS



TIM

#15 TIM (TELEFONIA)

NOTA FINAL: **4/5**

7,3

LCP

0.06

CLS

28

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE



Unilever

#14 UNILEVER (BENS DE CONSUMO)

NOTA FINAL: **4/5**

6,3

LCP

0.03

CLS

22

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE



Estácio

#13 ESTÁCIO (EDUCAÇÃO)

NOTA FINAL: **4/5**

6,2

LCP

0.01

CLS

37

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

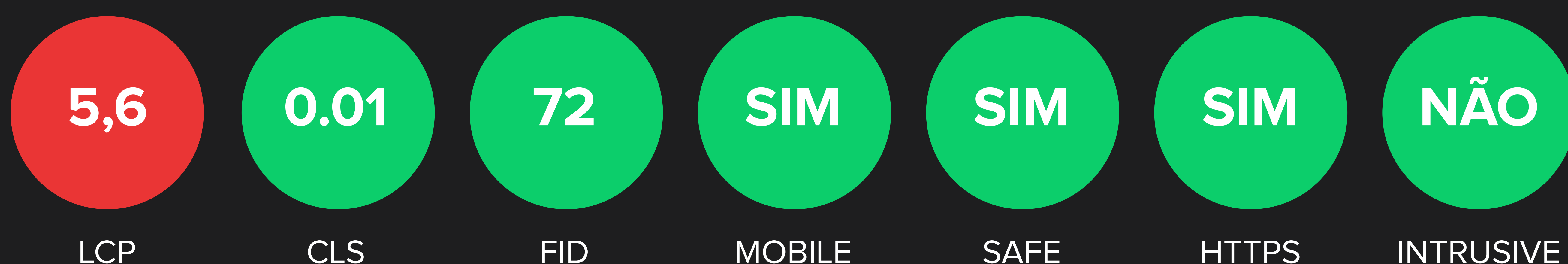
INTRUSIVE

MARCAS MAIS BEM AVALIADAS



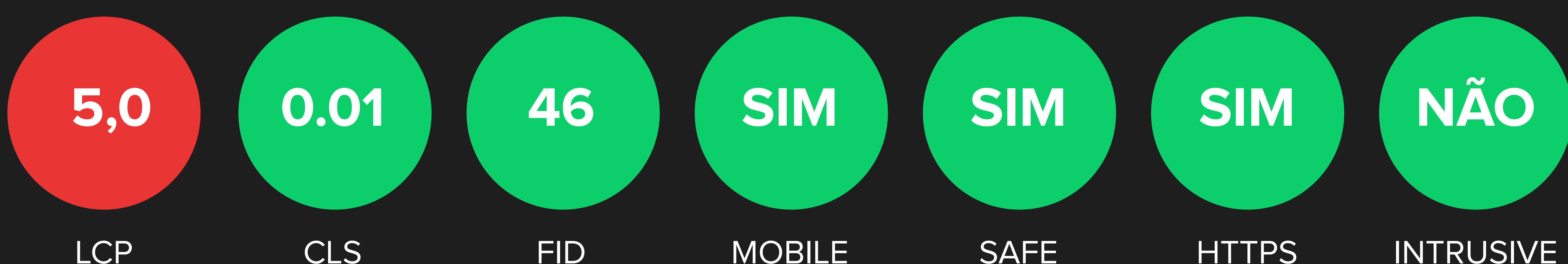
#12 RICO (FINANCEIRO)

NOTA FINAL: 4/5



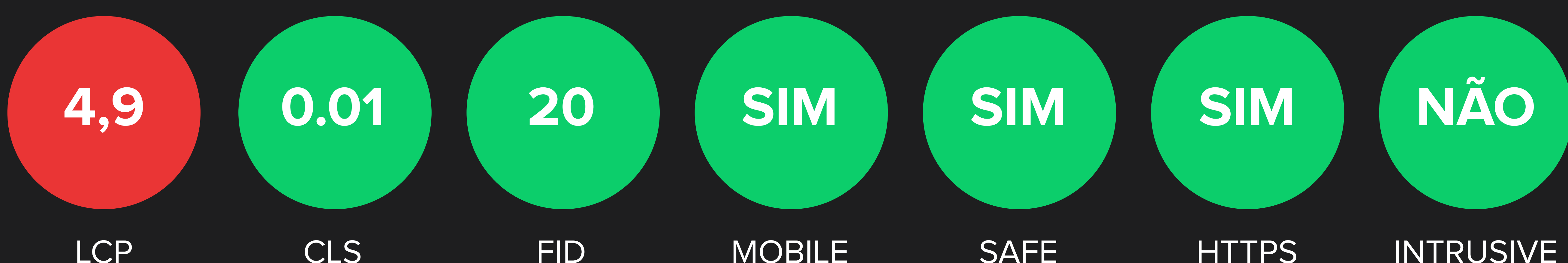
#11 XP (FINANCEIRO)

NOTA FINAL: 4/5



#10 SADIA (ALIMENTOS)

NOTA FINAL: 4/5



MARCAS MAIS BEM AVALIADAS

ambev

#09 AMBEV (BENS DE CONSUMO)

NOTA FINAL: **4/5**

4,3

LCP

0.07

CLS

29

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE

sodexo

#08 SODEXO (BENEFÍCIOS)

NOTA FINAL: **4/5**

4,2

LCP

0.00

CLS

29

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE



ALBERT EINSTEIN
HOSPITAL ISRAELITÁ

#07 EINSTEIN (SAÚDE)

NOTA FINAL: **4/5**

3,9

LCP

0.01

CLS

56

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

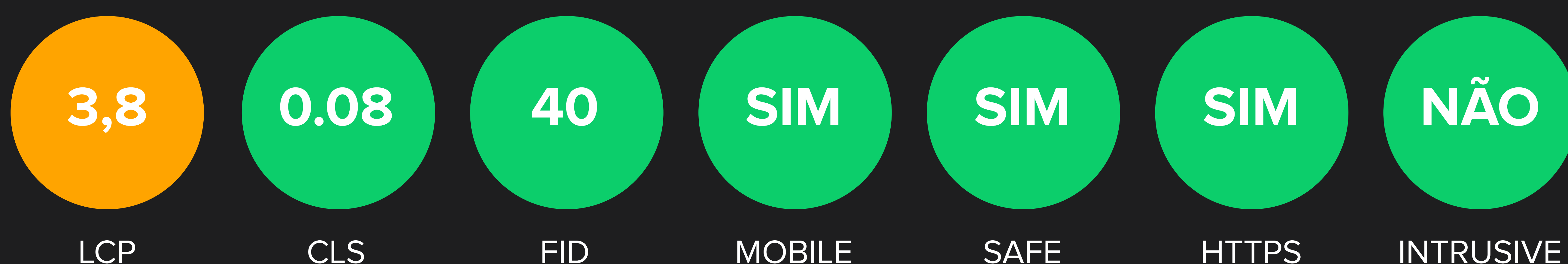
INTRUSIVE

MARCAS MAIS BEM AVALIADAS



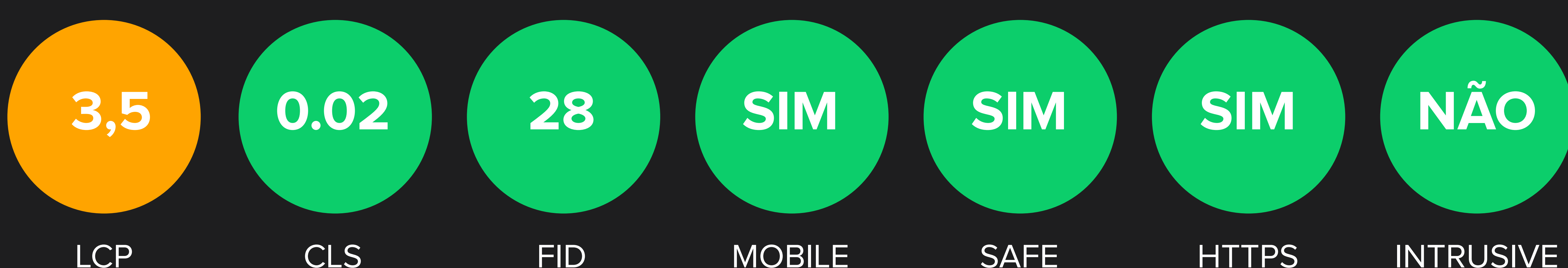
#06 FLEURY (SAÚDE)

NOTA FINAL: 4/5



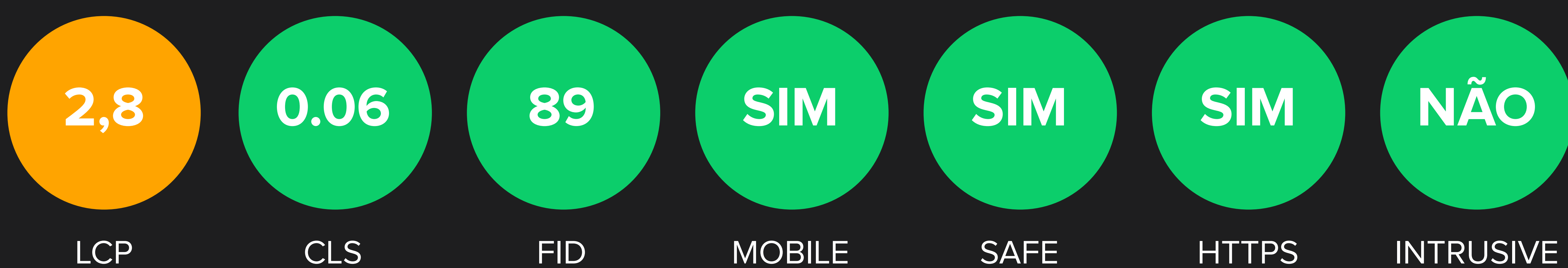
#05 ALELO (BENEFÍCIOS)

NOTA FINAL: 4/5



#04 NUBANK (FINANCEIRO)

NOTA FINAL: 4/5



MARCAS MAIS BEM AVALIADAS

PORTO SEGURO

#03 PORTO SEGURO (AUTOS)

NOTA FINAL: **4/5**

2,7

LCP

0.07

CLS

23

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE

Pacheco drogarias

#02 DROGARIAS PACHECO (SAÚDE)

NOTA FINAL: **4/5**

2,7

LCP

0.04

CLS

88

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE

ClickBus

#01 CLICKBUS (VIAGEM)

NOTA FINAL: **4/5**

2,3

LCP

0.09

CLS

102

FID

SIM

MOBILE

SIM

SAFE

SIM

HTTPS

NÃO

INTRUSIVE

Dentre as marcas presentes no TOP 20, nota-se que os segmentos **Financeiro** e de **Saúde** repetem-se mais vezes. Sites deste grupo pertencem ao que o Google classifica como **Your Money or Your Life (YMYL)**, sites de segmentos que impactam na saúde e vida financeira do usuário. Nos sites YMYL, o Google direciona mais peso a elementos como Expertise, Autoridade e Confiança das páginas.

O conteúdo e experiência destes sites devem ser extremamente úteis e confiáveis para que possam se posicionar nas melhores posições da página de resultados.



NOTAS MÉDIAS GERAIS

PARA CORE WEB VITALS
DAS MARCAS AVALIADAS

NOTAS MÉDIAS GERAIS
PARA CORE WEB VITALS DAS MARCAS AVALIADAS



LCP:
5,3
SEGUNDOS



CLS:
0.61



FID:
153,2
MILISSEGUNDOS



O QUE TIRAMOS DA CONCLUSÃO?

O QUE TIRAMOS DA CONCLUSÃO?

- Das **100** marcas avaliadas, **nenhuma** está totalmente preparada para a atualização do algoritmo com foco em Page Experience.
- **Tempo de carregamento (principalmente no mobile) e interatividade** são os maiores problemas detectados, ao falarmos dos Core Web Vitals.
- **24%** das empresas podem estar prejudicando a navegação do usuário ao consumir conteúdos em suas páginas com pop ups e anúncios intrusivos.
- Os sites, em sua totalidade, **possuem um ambiente seguro para navegação**. Isto significa que os usuários podem navegar sem correr o risco de se depararem com conteúdos nocivos ou sofrerem instalação de malwares em seus dispositivos.

O QUE TIRAMOS DA CONCLUSÃO?

- **9%** das empresas **ainda não oferecem um ambiente que mantenha as informações trocadas entre o usuário e o site seguras e criptografadas**. A maioria mostra-se adaptada ao HTTPS devido ao Google ter anunciado em 2014 o certificado de segurança como fator de impacto no ranking orgânico.
- **87%** das empresas podem estar induzindo o usuário ao erro e prejudicando a experiência ao disponibilizar um layout que apresenta **instabilidades visuais (CLS)**.
- **99%** das empresas terão problemas com visitas orgânicas **por demorarem mais que o necessário para exibir o conteúdo principal em suas páginas (LCP)**, demonstrando que não estão prontas para atender o consumidor assim que ele acessa o site.
- **48%** das empresas **já podem estar sofrendo com problemas de interação do usuário** em seus sites (FID), impactando assim, nas vendas e demais pontos de conversão.

O QUE TIRAMOS DA CONCLUSÃO?

A experiência em um site reflete os valores e a imagem que a empresa deseja transmitir aos clientes. É preciso proporcionar ao usuário uma experiência **funcional, confiável e acessível**.

O Google vem alertando que sites que não oferecerem uma excelente Experiência na Página poderão ter seus posicionamentos afetados e **aparecer menos nos resultados**.

O impacto **poderá ser enorme** nos acessos e vendas.

Foram analisadas 100 empresas de 14 segmentos. Nenhuma delas está 100% preparada para a mudança do Core Web Vitals e 34% delas estão com pelo menos uma métrica Core Web Vitals abaixo das notas médias.

As notas individuais estão disponíveis para os representantes dessas empresas mediante consulta direta.

**Quer saber como anda
a saúde do seu site?
Fale comigo nos seguintes contatos:**

 ricardo.zanella@npbrasil.com

 11 98109-9819

*Dados capturados entre Fevereiro e Abril de 2021. Foi analisada uma página por site.

**Score Neil Patel é uma metodologia própria e desenvolvida pelo time de especialistas da Neil Patel Brasil destinada à avaliação dos sinais de Page Experience.

S E O I N D E X
By NP BRASIL

