

BB Seguros:

fortalecimento da presença online com SEO.



Resultados otimização SEO

Referência para milhões de brasileiros, a BB Seguros identificou a necessidade de aprimorar sua visibilidade em resultados de mecanismos de busca, garantido mais alcance de novos usuários. O principal desafio era garantir boas posições nas palavras-chave dos principais produtos, competindo com concorrentes com estratégias de SEO mais consolidadas. Neste cenário, a aunica surgiu como uma parceira estratégica, atuando com consultoria de otimização de SEO garantindo os ótimos resultados a seguir:

Entre Janeiro e Dezembro/2023

+134.4%

Crescimento de novos usuários nas páginas trabalhadas

+12

Ganho médio de posicionamento de palavras-chave

+37.6%

Crescimento tráfego orgânico em todo o site

Evolução de posicionamento de palavras-chave

Seguro Residencial

+18 posições

21ª posição > 3ª posição

Seguro de Rural

+14 posições

17ª posição > 3ª posição

Seguro Empresarial

+3 posições

7ª posição > 4ª posição

Seguro de Vida

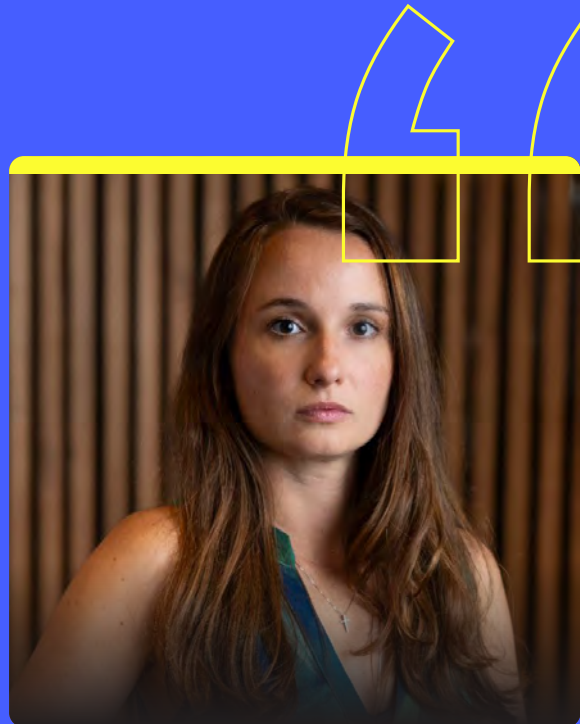
+7 posições

13ª posição > 6ª posição

O Desafio

Considerando a movimentação do mercado em relação a estratégias de SEO, a BB Seguros viu a necessidade de ampliar seu potencial comercial com a otimização de páginas para a melhorar os resultados orgânicos de pesquisa no Google que estavam aquém do esperado.

Para tanto, após um diagnóstico inicial, foi necessário desenvolver uma estratégia a ser aplicada de acordo com um cronograma que seguia e entendia a realidade de cada produto trabalhado, levando em consideração um plano de ação ideal a cada um deles.



Nosso objetivo com a parceria era ampliar o potencial comercial com a otimização de páginas para a melhorar os resultados orgânicos de pesquisa, buscando novos patamares de visibilidade e relevância online, elevando nossa marca e atraindo um público mais amplo. Esta parceria não apenas fortaleceu nossa presença digital, mas também impulsionou nosso crescimento e gerou impacto positivo nos negócios, reforçando nosso compromisso com a excelência e a inovação.

Luciana Garrone,
Gerente de Marketing Institucional e Mercadológico da Brasilseg, uma empresa BB Seguros.

No início do projeto, em Julho de 2022, a aunica fez um benchmark e um profundo diagnóstico das páginas dos produtos que seriam o foco do projeto ao longo dos próximos meses; Seguro de Vida, Seguro Rural e Seguro Residencial. A partir daí, a estratégia definiu os principais pontos técnicos e de conteúdo a serem otimizados para garantir melhores resultados.

Em janeiro de 2023, após a análise dos primeiros resultados positivos, o Seguro Empresarial passou a fazer parte do projeto com o mesmo objetivo de melhoria de desempenho em resultados de pesquisa, e consequentemente aumento de tráfego orgânico.

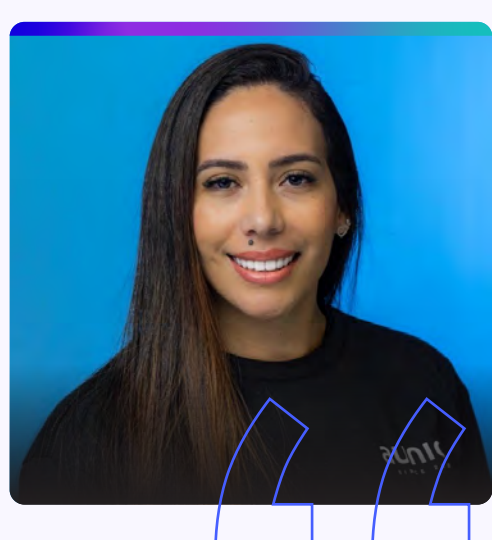
As melhorias em desempenho de página, estratégia de backlinks e a otimização de conteúdos garantiram o cenário para a melhora significativa do posicionamento de palavras-chave nos resultados do Google.

O Projeto



Investir em SEO é investir na construção de uma marca sólida e duradoura. Ao otimizar nossa presença online, garantimos que nossa marca seja encontrada pelos clientes certos, no momento certo, reforçando a confiança dos clientes e consolidando nossa reputação no setor.

Thaís Fioletaz,
Analista sênior de Marketing Institucional e Mercadológico da Brasilseg, uma empresa BB Seguros.



Participar dessa jornada cheia de desafios e aprendizados é muito gratificante. Além de alcançarmos resultados assertivos, comprovamos que aderir às melhores práticas de SEO não só melhora o ranking do Google, mas também aprimora a experiência do usuário, ao tornar mais fácil e eficiente seu acesso às páginas de interesse. Essa parceria de sucesso é uma prova disso.

Priscila Santos,
COO & Customer Success Director aunica Interactive Marketing