

Benchmarking

▶ “Ser o melhor entre os melhores”

Gabriel Faria de Oliveira - 10403210

Origem

- Em 1970, os japoneses começaram a combinar os métodos, os processos e as práticas da concorrência, adaptando com pequenos ajustes, para ter vantagem competitiva.
- Os métodos de fixação de metas de algumas empresas americanas para enfrentar a concorrência externa, principalmente a japonesa, começaram a se tornar obsoletos.

Origem

- Empresas de grande porte, como a Ford e a IBM, também começaram a obter sucesso utilizando a técnica japonesa para corrigir problemas e melhorar os processos visando se tornar “o melhor entre os melhores”.
- Aos poucos, a técnica, que ficou conhecida como Benchmarking, foi evoluindo e se tornou um instrumento de qualidade para a gestão de empresas.

O que é?

- Dicionário (dicio) : Processo de avaliação da concorrência, através do qual uma empresa adota os melhores desempenhos de sua concorrente, buscando melhorar ou aperfeiçoar a sua própria performance.
- David T. Kearns (executivo-chefe da Xerox): o benchmarking é o processo contínuo de medição de produtos, serviços e práticas em relação aos mais fortes concorrentes, ou às empresas reconhecidas como líderes em suas indústrias.
- Computação (Wikipedia): benchmark é o ato de executar um programa de computador, um conjunto de programas ou outras operações, a fim de avaliar o desempenho relativo de um objeto, normalmente executando uma série de testes padrões e ensaios nele.

Aplicação na gestão

- Avalia o ambiente interno e externo empresarial, assim como seus concorrentes, de uma forma proativa.
- Exige disposição para aprender com os outros, contando com a criatividade e insights.
- Precisa ser aplicado de uma forma contínua e sempre visando o cunho investigativo perante os concorrentes e a própria empresa.

Vantagens

- Permite que a empresa conheça melhor seus concorrentes e também ela mesma.
- Viabiliza mudanças com a garantia de resultados tangíveis e próximos da “perfeição”.
- Habilita a empresa a absorver informações de gestão das empresas dominantes.
- Traz benefícios diretos para a empresa, como os seguintes: Ampliação da margem de lucro, aumento na produtividade, redução dos custos.

Desvantagens

- Aplicar a técnica de benchmarking inadequadamente pode gerar a ilusão de progresso e a perda de tempo produtivo da empresa.
- Dar muito foco para a concorrência ou algum setor específico da própria empresa pode levar à estagnação.
- Aprender com os grandes sem fazer as devidas adaptações para a própria empresa pode gerar um efeito contrário do desejado.
- Utilizar as informações adquiridas de uma forma inadequada pode anular os benefícios da técnica de benchmarking.

Princípios

- Reciprocidade: estar disposto a compartilhar informações e dados.
- Analogia: adaptar cada informação recebida à realidade da própria empresa.
- Medição: comparar o próprio desempenho da empresa com aquelas que são autoridades no mercado.
- Validade: validar todos os dados coletados.

Mitos e verdades

Benchmarking é	Benchmarking não é
Um processo contínuo;	Um evento que ocorre uma única vez;
Um processo de investigação que fornece informações valiosas;	Um processo de investigação que fornece respostas simples;
Um processo de aprendizado com os outros; uma busca pragmática de ideias;	Copiar, imitar;
Um processo que leva tempo e dá trabalho, exigindo disciplina;	Rápido e fácil;
Uma ferramenta viável que fornece informações úteis para melhorar praticamente qualquer atividade de negócio.	Uma novidade, uma moda.

Fonte: SPENDOLINI (1994, p. 34).

FASES

Planejamento

1. Identificar o objetivo de benchmarking
2. Identificar o parceiro de benchmarking
- 3a. Determinar o método de coleta de dados
- 3b. Coletar os dados



Análise

1. Determinar a diferença competitiva
2. Projetar o desempenho futuro



FASES

Integração

1. Comunicar os resultados
2. Estabelecer metas futuras



Ação

1. Desenvolver planos de ação
2. Implementar ações específicas e monitorar resultados
3. Recalibrar os referenciais

Passos do processo de benchmarking. Fonte: CAMP (1998, p. 16)

Tipos

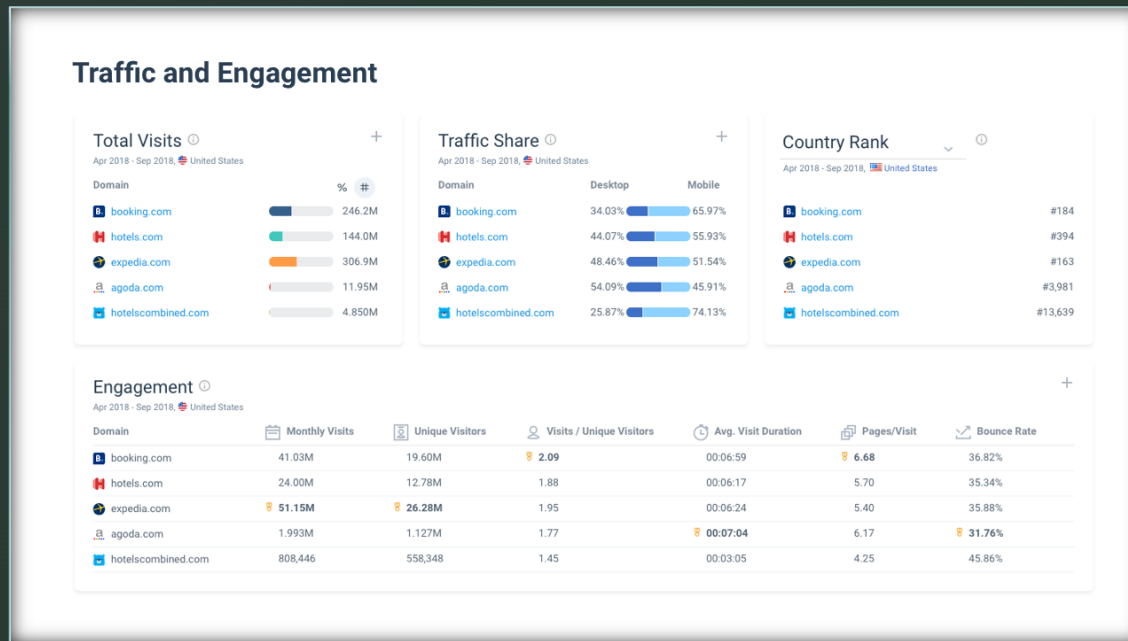
- Benchmarking Competitivo: foco nas técnicas e ferramentas.
- Benchmarking Internacional: foco nos concorrentes internacionais e novas tendências.
- Benchmarking Ambiental: foco na gestão ambiental e funcionamento sustentável.

Tipos

- Benchmarking Funcional: foco nos processos pertencentes a outros segmentos.
- Benchmarking Interno: foco na própria empresa e afiliados.
- Benchmarking Genérico: visa diversos aspectos e é mais flexível.
- Benchmarking de Processos: foco nos processos ligados ao segmento da própria empresa.

Ferramentas

Análise Competitiva



- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

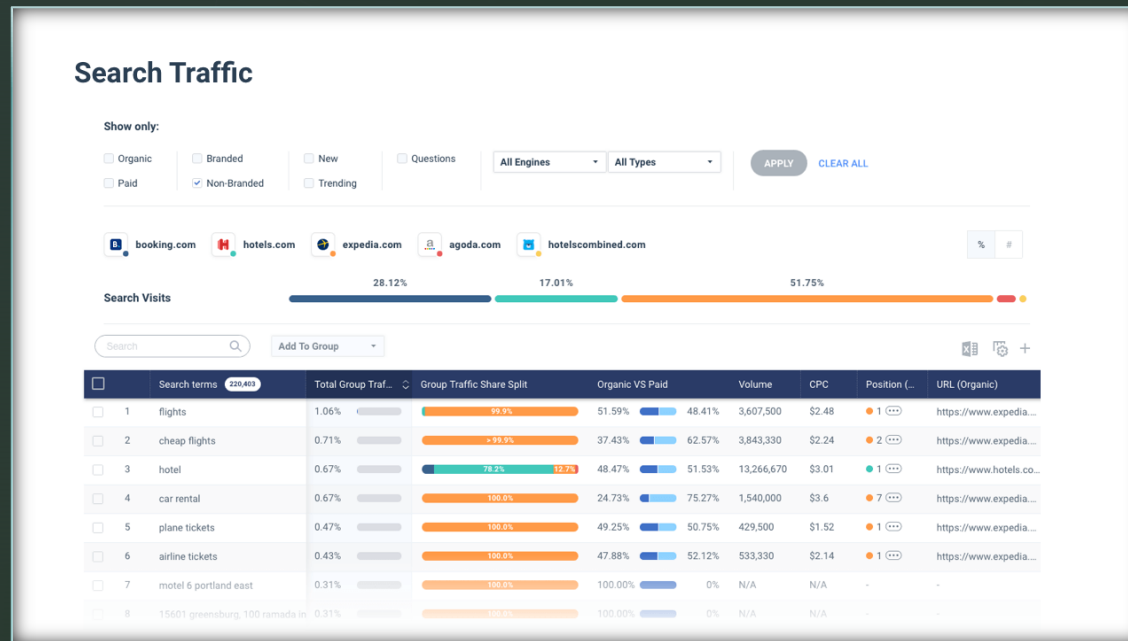
Estratégia de Marketing



- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

Palavra-Chave do Concorrente



- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

Geração de Keywords



- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- Mídias sociais

Ferramentas

Conteúdo de Melhor Performance

Popular Pages

All New Trending Best Performing Campaign (UTM)

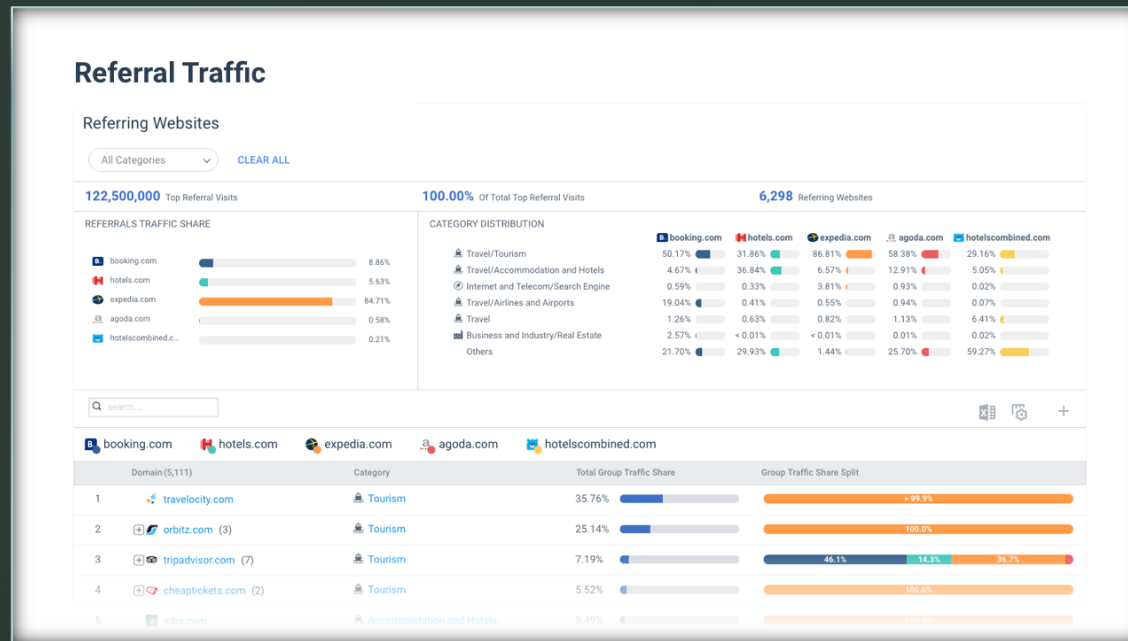
Search

	URL 2,232	Share	Change
1	bhphotovideo.com	5.88%	↑ 3.59%
2	bhphotovideo.com/find/cart.jsp	2.92%	↑ 2.58%
3	bhphotovideo.com/bnh/controller/home (50)	1.95%	↓ -11.73%
4	bhphotovideo.com/find/order-history.jsp (30)	1.64%	↑ 10.31%
5	bhphotovideo.com/c/search (452)	1.00%	↓ -8.38%
6	bhphotovideo.com/find/MyProfile.jsp	0.76%	↑ 3.18%
7	bhphotovideo.com/find/dealZone.jsp (2)	0.75%	↓ -0.22%
8	bhphotovideo.com/c/browse/Photography/ci/989/N/4294538916 (3)	0.59%	↑ 9.99%
9	bhphotovideo.com/c/buy/Digital-Cameras/ci/9811/N/4288586282	0.38%	↑ 24.51%
10	bhphotovideo.com/find/wishlist.jsp	0.37%	↑ 4.73%
11	bhphotovideo.com/c/find/invoice.jsp (2)	0.36%	↓ -13.98%
12	bhphotovideo.com/c/browse/Computers-Solutions/ci/9581/N/4294542559	0.32%	↑ 1.5%

- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

Afiliaos & Referral Traffic






- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

PPC & Display da Concorrência

Display Advertising

Website: **Hotels.com** Campaign: **All Campaigns** Sort By: **First seen** Device: **Desktop** Order: **1 2** CLEAR ALL

First seen	Last seen	Impressions	Size	
2018-06-08	2018-10-18	331.8K	300x250	
2018-06-07	2018-11-01	1.2M	300x250	
				
				

- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Ferramentas

Análise por Categoria

Category Analysis

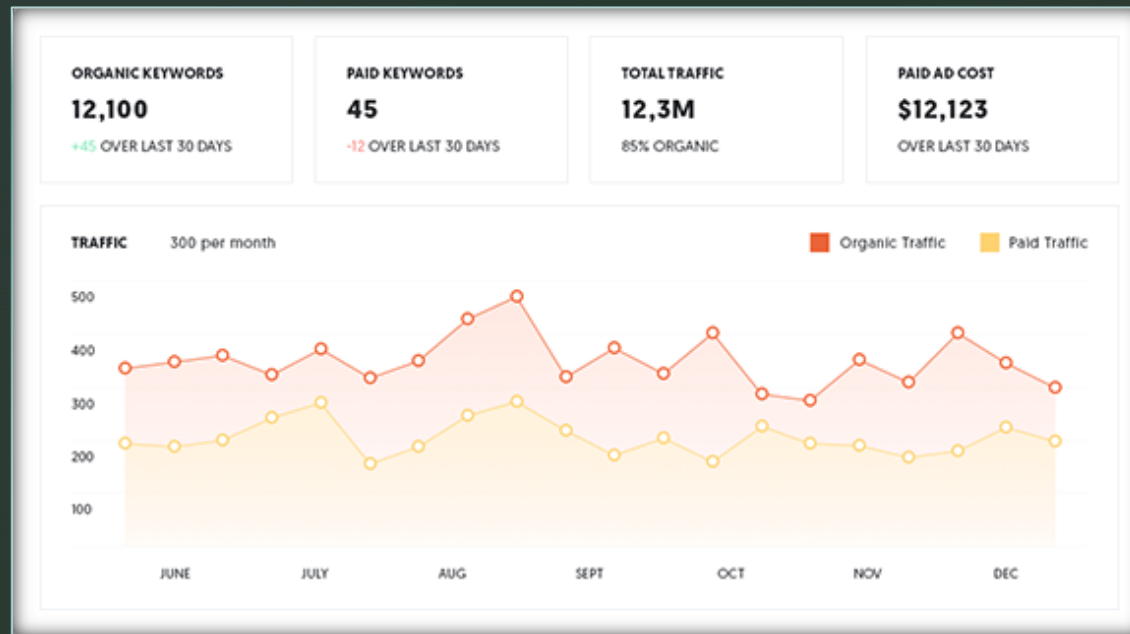
Search

	Domain	Traffic Share	Change	Rank	Monthly Visits	Unique Visitors	Desktop vs Mobile	Visit Duration	Pages/Visit	Bounce
1	tripadvisor.com	5.94%	-19.82%	#213	83.62M	47.10M	48.05% / 51.95%	00:04:01	7.85	52.18%
2	expedia.com	3.02%	-16.06%	#770	42.61M	22.32M	47.79% / 52.21%	00:06:16	5.38	35.90%
3	airbnb.com	2.84%	-17.14%	#343	40.06M	17.30M	58.43% / 41.57%	00:08:44	15.27	33.76%
4	southwest.com	2.66%	-5.98%	#941	37.43M	15.63M	53.82% / 46.18%	00:05:44	6.24	25.37%
5	booking.com	2.44%	-20.23%	#79	34.43M	17.32M	35.46% / 64.54%	00:06:42	6.55	37.22%
6	aa.com	1.99%	-10.73%	#1,133	28.02M	10.55M	52.99% / 47.01%	00:07:13	7.84	25.72%
7	delta.com	1.85%	-11.89%	#1,283	26.00M	10.32M	60.70% / 39.30%	00:08:17	7.21	31.08%
8	kayak.com	1.69%	-14.69%	#868	23.74M	12.61M	57.68% / 42.32%	00:05:54	10.41	26.03%
9	marriott.com	1.69%	+4.42%	#1,115	23.74M	11.69M	55.33% / 44.67%	00:05:41	5.27	36.90%
10	united.com	1.44%	-8.88%	#1,613	20.32M	9.122M	61.80% / 38.20%	00:07:21	7.18	26.62%
11	hotels.com	1.32%	-20.9%	#831	18.63M	10.10M	43.85% / 56.15%	00:06:06	5.77	35.17%
12	priceline.com	1.24%	-21.39%	#2,407	17.47M	9.166M	43.66% / 56.34%	00:06:19	5.42	33.58%
13	hilton.com	1.11%	-12.15%	#2,076	15.65M	8.405M	50.77% / 49.23%	00:06:44	5.99	32.21%
14	cheespotr.com	1.00%	-4.95%	#2,777	14.02M	7.063M	34.94% / 65.06%	00:04:19	3.83	41.77%

- [SimilarWeb](#)
- [Ubersuggest](#)
- [Mídias sociais](#)

Ferramentas

Visão Geral do Domínio



- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Ferramentas

Principais Páginas Na Busca Orgânica e Informações de Backlinks.

KEYWORD	TRENDS	VOL	EST. VISITS	CPC	BUYER INTENT	PROBABILTY TO RANK
neil patel		45	796	\$10.96	HIGH	88%
neil patel blog		10	68	\$00.00	HIGH	65%
a b significance test		45	8	\$00.00	HIGH	45%
niel niel		10	0	\$00.00	HIGH	32%
traffic summit ads login		45	0	\$12.03	HIGH	32%
neil patel advanced marketin...		10	0	\$10.96	MEDIUM	88%
learn marketing online		45	0	\$00.00	MEDIUM	65%
neil patel		10	0	\$00.00	MEDIUM	45%
neil patel blog		45	0	\$00.00	MEDIUM	32%
a b significance test		10	0	\$10.96	MEDIUM	32%
niel niel		45	0	\$00.00	LOW	88%
traffic summit ads login		10	0	\$00.00	LOW	65%
neil patel advanced marketin...		45	0	\$00.00	LOW	45%
learn marketing online		10	0	\$12.03	LOW	32%
neil patel		45	0	\$10.96	LOW	32%

- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Ferramentas

Ideias de Palavras-Chave

KEYWORD	TRENDS	VOL	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
marketing		74,000	\$10.96	16	88
marketing definition		33,100	\$00.00	1	65
marketing jobs		27,100	\$00.00	10	45
marketing 4p		18,100	\$00.00	3	32
marketing plan		14,800	\$12.03	47	32
marketing manager salary		14,800	\$10.96	1	88
marketing mix		14,800	\$00.00	11	65
marketing 4p		18,100	\$00.00	3	32
marketing plan		14,800	\$12.03	47	32
marketing manager salary		14,800	\$10.96	1	88

- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Ferramentas

Ideias de Conteúdo

RANK [CHANGE]	URL SEO TITLE	ROOT DOMAIN	CLICKS	DOMAIN AUTH
1 [New]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	88
2 [New]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	65
3 [-3 +]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	45
4 [-2 +]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	32
5 [5 -]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	32
6 [2 -]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	88
7 [New]	https://exampleserpurl.com/example-example-example Serp results title 1 - SEO title text	example.com	45	65

- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Ferramentas

Ideias de Conteúdo



- SimilarWeb
- Ubersuggest
- Mídias sociais

Curiosidades

- Em 500 a. C., Sun Tzu (general, estrategista e filósofo chinês) descreveu o que conhecemos como benchmarking da seguinte forma: “uma vez que você conhecer seu inimigo e a si mesmo, não precisará temer o resultado”.
- A Xerox foi pioneira na utilização formal do benchmarking, utilizando-se de uma metodologia que consistia em conhecer os melhores competidores existentes no mercado.
- Houve uma ferramenta chamada Klout que foi comprada pela Lithium Technologies e foi descontinuada devido a não concordância com a LGPD europeia.

Cases

- Coca-Cola: A empresa não deu a devida atenção a seus concorrentes indiretos e acabou perdendo espaço para o café e os picolés de fruta.
- Gol Linhas Aéreas: A empresa trabalhou o benchmarking internacional, trazendo para o Brasil o modelo de gestão “low cost”.
- Assolan: A marca surgiu 10 anos antes da sua maior concorrente, a Bombril, e mesmo assim conseguiu garantir o primeiro lugar no podium dos produtos de limpeza.
- Xerox: Adquirindo os equipamentos das suas concorrentes japonesas, ela compreendeu como eles conseguiam comercializar seu material com preços inferiores aos dela.

Conclusão

- O benchmarking é uma ferramenta poderosa.
- É necessário seguir os princípios de benchmarking para ter o resultados desejados.
- É um técnica cujas aplicações são diversas e é adaptável a todos os P's da gestão empresarial.
- No P dos processos, a ferramenta pode ajudar em tarefas tais como: identificar pontos fracos, reduzir os custos envolvidos e melhorar o desempenho.

Referências

- Benchmarking. In: DICIO: Dicionário Online de Português. 7GRAUS, c2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/benchmarking/>. Acesso em: 23 set. 2020.
- Camila A. et al. Benchmarking: uma perspectiva de avaliação de desempenho logístico. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos08/516_516_benchmarking_logistico_seget.pdf. Acesso em: 3 set. 2020.
- Benchmarking: O Que É, Como Fazer em 2020. NEILPATEL, 2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/benchmarking/>. Acesso em: 12 set. 2020.