

Guia Definitivo para Marketplaces

Elevate Ecom.®



OTIMIZAÇÃO DA QUALIDADE DOS ANÚNCIOS NO MERCADO LIVRE

A **visibilidade** e o **desempenho** de seus produtos são diretamente influenciados pela **qualidade** da sua listagem.

Ao focar nesses pontos, você **aumenta** a atratividade do anúncio, **melhora** a experiência do cliente e **impulsiona** as vendas.



TÍTULO DO ANÚNCIO (OTIMIZAÇÃO PARA BUSCA)

O título é o elemento mais crítico para o ranqueamento e visibilidade, pois ajuda o **Mercado Livre** a categorizar seu produto e os clientes a encontrá-lo.

- **Limite de Caracteres:** O Mercado Livre permite até 60 caracteres. Use o máximo possível para incluir informações essenciais.
- **Conteúdo e Palavras-Chave:** O título deve ser conciso, claro e otimizado com palavras-chave relevantes. Inclua tipo de produto, marca, modelo e características principais.

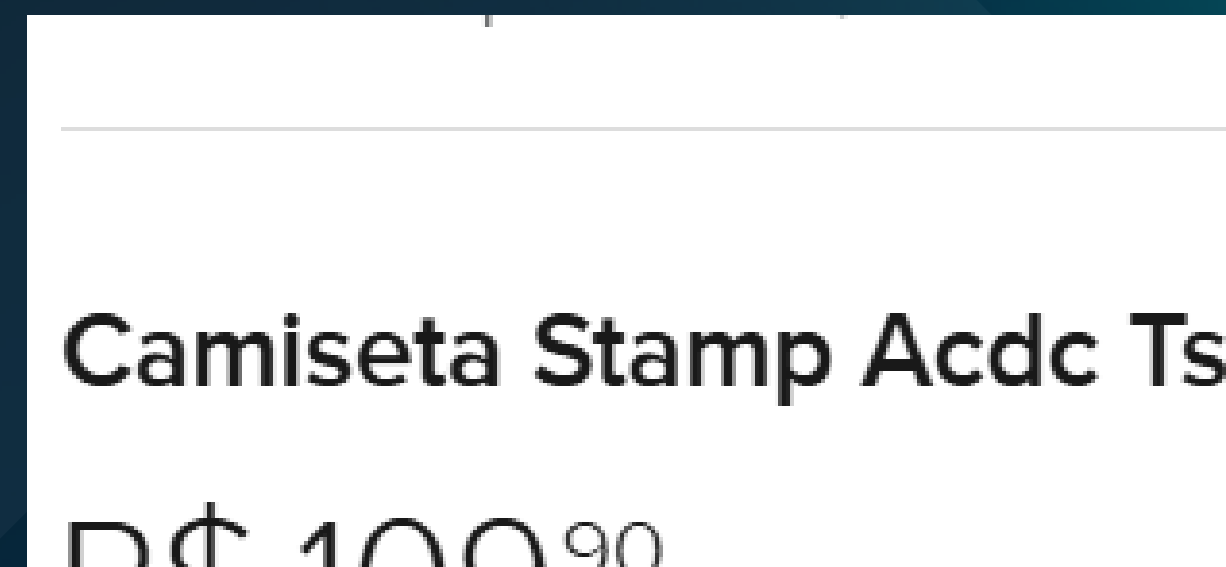


TÍTULO DO ANÚNCIO (OTIMIZAÇÃO PARA BUSCA)

Maneira **Correta** de Aplicar os Títulos



Maneira **Errada** de Aplicar os Títulos



TÍTULO DO ANÚNCIO (OTIMIZAÇÃO PARA BUSCA)

- **Foco na Categoria:** Não inclua informações irrelevantes que possam confundir a categoria (onde o Mercado Livre direciona a listagem).
- **O que Evitar:** Não use frases promocionais ("frete grátis", "qualidade garantida") ou caracteres especiais como !, \$, ? (a menos que sejam parte do nome da marca).
- **Uso de I.A:** Use ferramentas como ChatGPT ou Gemini para ajudar a otimizar estes títulos, mas sempre revise e adapte para garantir a precisão das informações do seu produto



DESCRIÇÃO DETALHADA

A descrição deve ser usada para **fornecer informações detalhadas** sobre o produto, suas funcionalidades, benefícios e casos de uso, visando **sanar todas as dúvidas** do cliente.

- **Extensão Ideal:** Utilize um espaço razoável para fornecer uma descrição completa e envolvente.
- **Conteúdo:** Descreva os recursos e benefícios do produto. Explique como ele resolve problemas ou atende às necessidades do cliente. Inclua palavras-chave relevantes para melhorar o SEO.
- **Clareza e Formato:** Use tópicos, estrutura clara para facilitar a leitura. Revise a ortografia e gramática.
- **Uso de I.A:** Use ferramentas como ChatGPT ou Gemini para criar rascunhos completos, mas sempre revise e adapte para garantir a precisão das informações do seu produto.



FICHA TÉCNICA

A Ficha Técnica (ou "Sobre este item") do **Mercado Livre** deve ser preenchida para **destacar** as principais características e benefícios do produto de **forma concisa e fácil de ler**.

- **Conteúdo:** Preencha a Ficha Técnica com informações únicas sobre o produto, como características, benefícios, usos e especificações.
- **Formato:** Assegure-se de que os dados inseridos estejam claros e concisos.
- **Objetivo:** Ajuda o cliente a entender rapidamente o valor do produto e otimiza o ranqueamento.
- **Importante!** *Sempre utilize o máximo possível de caracteres e informações pertinentes sobre o seu produto, quanto mais, melhor*



FOTOS DO ANÚNCIO

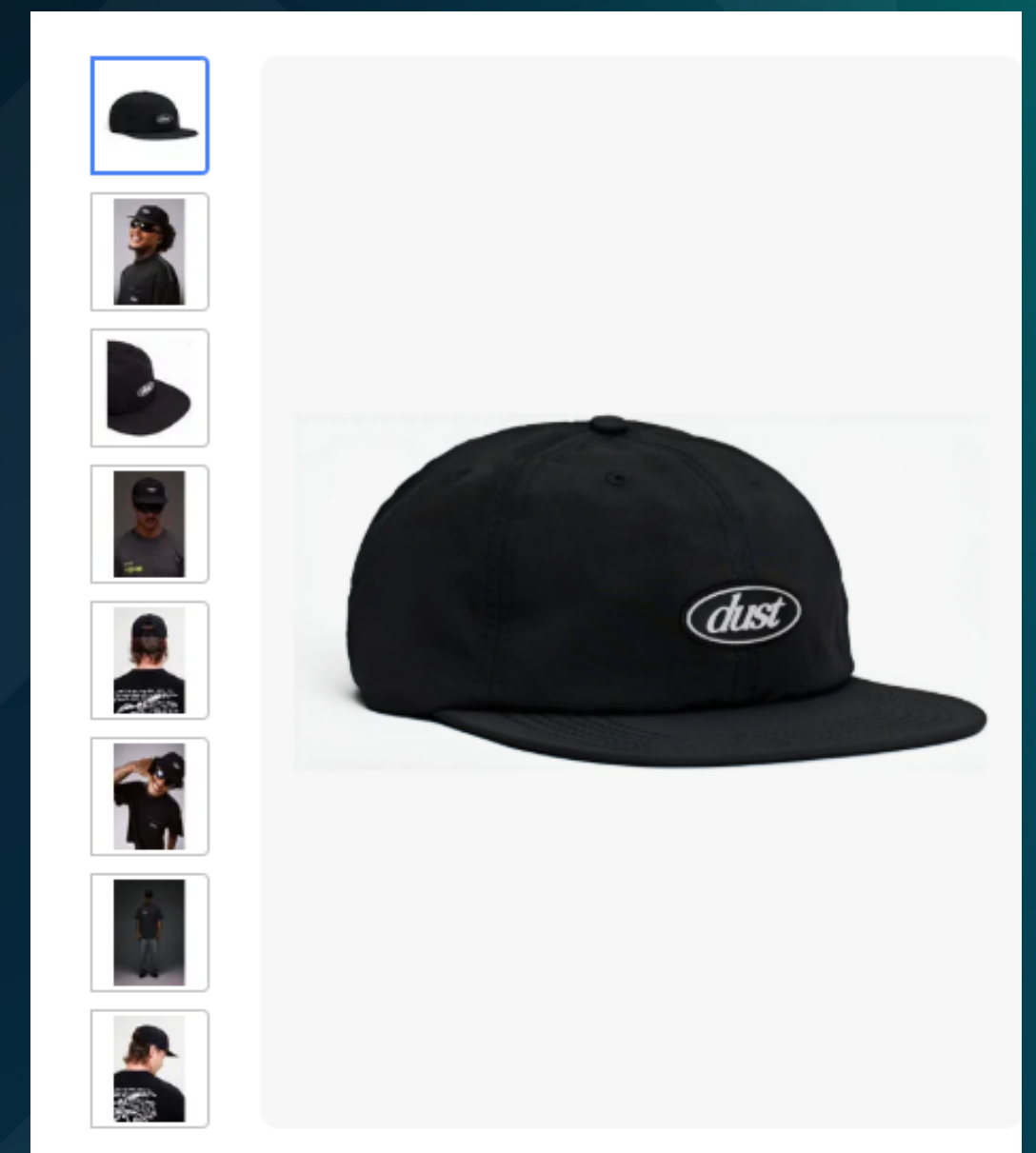
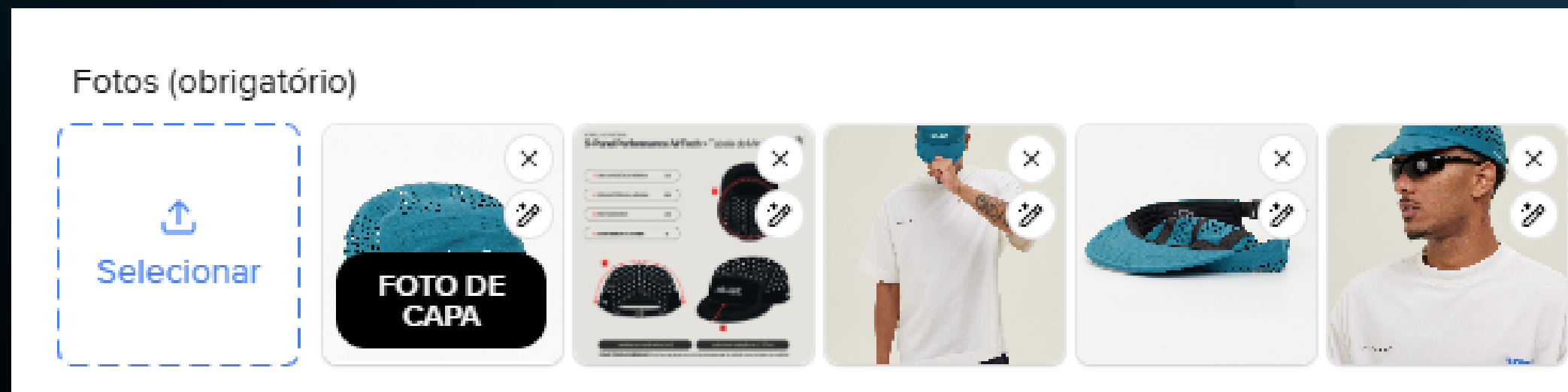
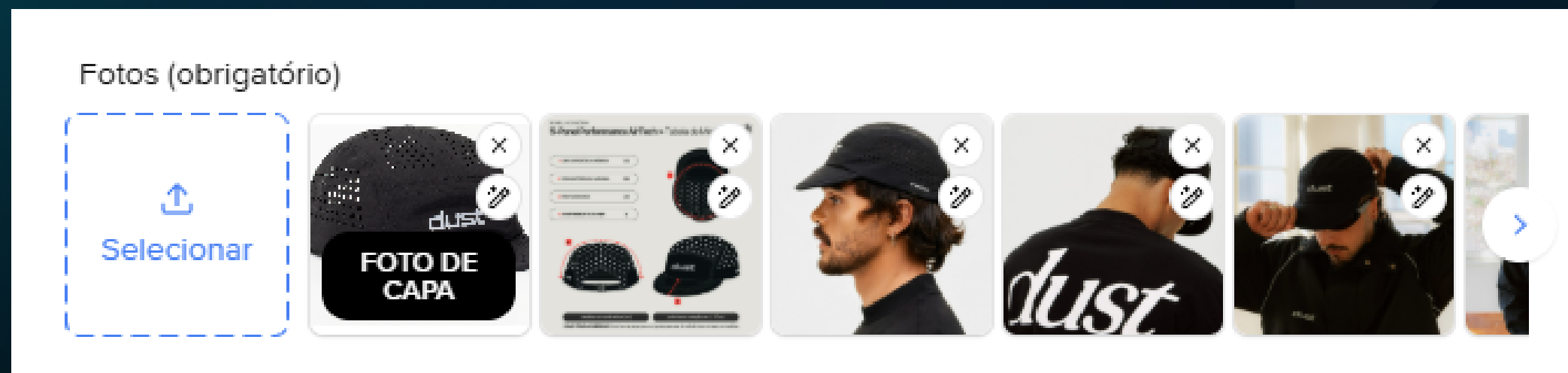
As imagens e vídeos são **cruciais** para atrair a atenção e transmitir a **qualidade do item**.

Fotos

- **Quantidade:** Inclua no mínimo 5 fotos. O ideal é usar o máximo de espaços disponíveis (geralmente 9) para mostrar o produto de diferentes ângulos, em uso e seus detalhes.
- **Resolução e Dimensões:** Use imagens maiores (ex: 1000px por 1000px ou maior) para garantir alta qualidade e ativar a função de zoom.
- **Fundo (Principal):** A imagem principal (primeira foto) deve ter um fundo branco puro e não deve incluir acessórios, texto ou gráficos.
- **Qualidade:** As imagens devem estar em foco, bem iluminadas e com cores realistas.



EXEMPLOS DE FOTOS



VÍDEOS DOS ANÚNCIOS

As imagens e vídeos são **cruciais** para atrair a atenção e transmitir a **qualidade do item**.

Vídeos

- **Função:** Vídeos demonstram o item em ação, destacando recursos e benefícios de forma dinâmica.
- **Duração Recomendada:** Mantenha os vídeos curtos e diretos, idealmente entre 30 e 90 segundos.
- **Qualidade:** Mantenha a resolução em pelo menos 1280×720 pixels (720p), sendo o ideal 1920×1080 pixels (1080p).



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO E PROMOÇÕES

Para otimizar suas vendas e garantir a participação em todas as oportunidades promocionais da plataforma, utilize esta estratégia:

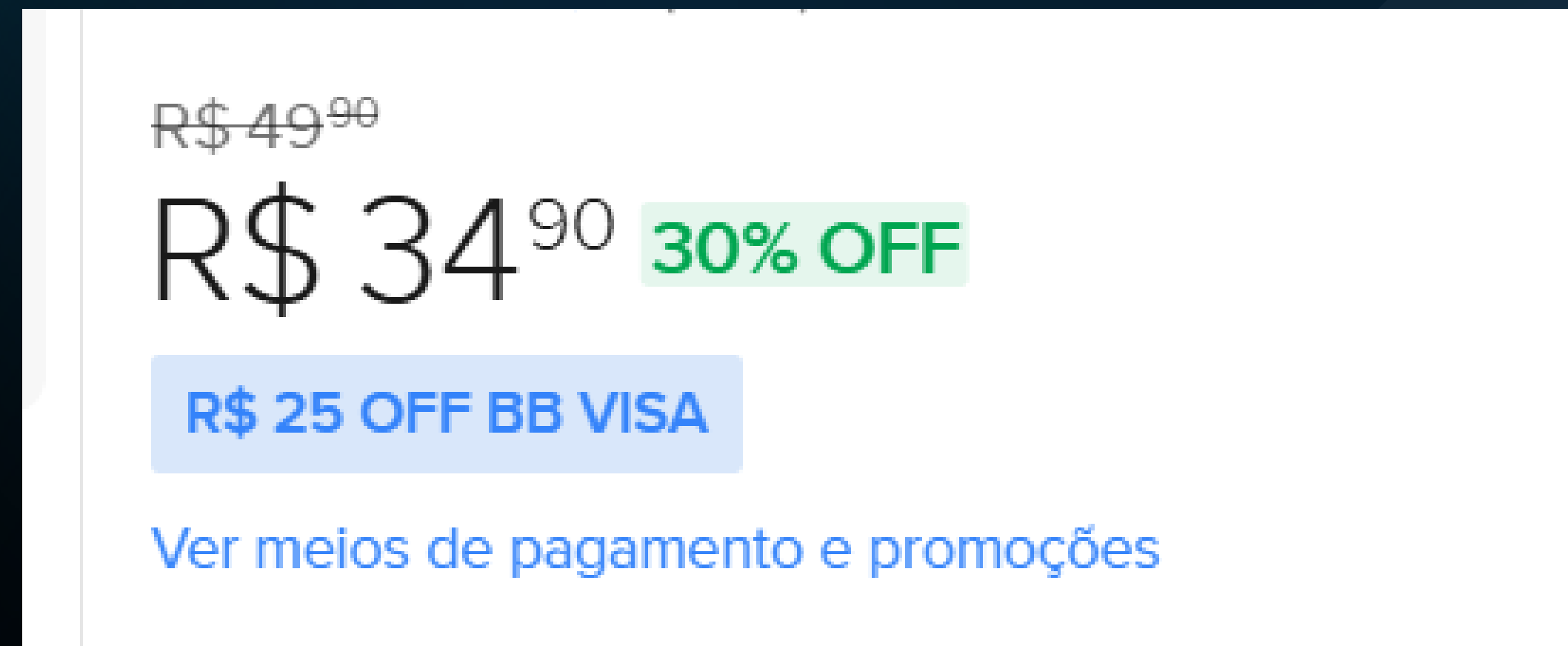
Precificação Base com Margem

- **Suba o produto com o preço acima do que você quer vender:** Por exemplo, você deve subir o produto no valor de R\$ 142,86 para que, com 30% de desconto, ele saia por R\$ 100
- **Finalidade:** Essa margem extra permite que você participe de qualquer promoção da plataforma, garantindo o lucro.
- **Importante:** Observe que não subimos 30% do valor inicial para depois dar 30% de desconto. Eu subi 42,86%. Isso acontece porque 30% de um valor menor não é igual a 30% de um valor maior. Sempre que precisar ajustar preços, use o ChatGPT para calcular exatamente quanto deve ser aumentado



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO E PROMOÇÕES

Exemplo de como fica o produto proporcionado com a estratégia de/para:



R\$ 49⁹⁰

R\$ 34⁹⁰ 30% OFF

R\$ 25 OFF BB VISA

[Ver meios de pagamento e promoções](#)



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO E PROMOÇÕES

Exemplo de como é errado subir o produto (Direto com o preço final):

R\$ 109⁹⁰

4x R\$ 27⁴⁸ sem juros

[Ver os meios de pagamento](#)



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO E PROMOÇÕES

Criação da Promoção de Preço Original (Base)

- **Crie uma Promoção Interna:** Dentro da central de promoções de qualquer marketplace, crie uma promoção própria para o valor produto para o seu preço de venda desejado
- **Nomenclatura Específica (Tag):** Use um nome claro como: 10/10". Isso permite que você e sua equipe saibam exatamente qual é o preço original e quando a promoção termina
- **Duração e Renovação:** Escolha um período de validade (ex: um mês) e renove esta promoção antes que ela expire para que o produto permaneça no preço correto.



ESTRATÉGIA DE ANÚNCIOS PAGOS (ADS) – CAMPANHAS DO ZERO

O uso estratégico de campanhas de **Product Ads** é crucial para **impulsionar** a visibilidade e **garantir** que seus produtos apareçam nas **primeiras posições de busca**.



CRIAÇÃO E CONFIGURAÇÃO DA CAMPANHA

Siga estas etapas para configurar suas campanhas individuais:

- **Orçamento Diário (Métrica Inicial):** Defina um Orçamento Diário de R\$ 150,00 para cada produto e um Roas de 6 (Mesmo que coloque esse orçamento, ele não vai gastar tudo isso)
- **Escolha do Produto:** Crie campanhas com foco em um único produto por vez para garantir que os dados de desempenho sejam específicos.



MÉTRICA (FOCO NO ACOS)

- **Objetivo (Target ROAS Inicial):** Defina um ROAS inicial de aproximadamente 6,6, que corresponde ao ponto de equilíbrio de um ACOS de 15%. Esse será o seu parâmetro mínimo para garantir que as vendas geradas pelos anúncios continuem lucrativas.

O Mercado Livre usa o sistema de custo por clique (CPC).

A sua principal métrica será o **ROAS (Return on Ad Spend – Retorno Sobre o Investimento em Anúncios)**:

ROAS = Receita de vendas gerada pelo anúncio / Custo de publicidade

Monitore as campanhas diariamente, elas levam de 4 a 7 dias para reunir dados suficientes.



OTIMIZAÇÃO E ESCALABILIDADE

- **Produtos Vencedores (ROAS > 6,6):** Aumente levemente o lance ou o orçamento diário para conquistar mais impressões e vendas.
- **Produtos com ROAS Baixo (< 6,6):** Reduza o lance ou pause o anúncio para reavaliar a listagem antes de reinvestir.

Escalabilidade: Depois de otimizar o ROAS individual de cada produto, aumente o orçamento total da campanha para escalar as vendas dos que já apresentam boa performance.



IMAGEM DA LOJA E REPUTAÇÃO (MINHA PÁGINA)

A página "Minha Página" é a sua vitrine e prova social. Uma loja bem apresentada e com boa reputação transmite profissionalismo e confiança.

- **Identidade Visual:** Utilize um logotipo profissional e uma imagem de capa que reforcem a sua marca e a categoria de produtos que você vende.
- **Reputação em Destaque:** Mantenha a sua reputação no Mercado Livre sempre no topo (verde-escuro). Ela é um fator decisivo de compra.

Para isso, garanta:

- Envio Rápido: Despache os produtos no prazo.
- Atendimento Eficaz: Responda perguntas e reclamações rapidamente e de forma cordial.
- Qualidade do Produto: Evite devoluções por problemas de qualidade ou divergência com a descrição.

Informações Claras: Deixe claro na sua "Minha Página" os seus diferenciais, como tempo de experiência, especialidade ou benefícios exclusivos.



ESTRATÉGIA DE CUPONS PARA ENGAJAMENTO

O Mercado Livre oferece ferramentas de cupons que você pode usar de forma estratégica para fidelizar, engajar e recuperar vendas:

Tipo de Cupom	Objetivo e Estratégia
Cupom para Carrinho Abandonado	Recuperação de Vendas: Use esta ferramenta para incentivar clientes que colocaram o produto no carrinho, mas não finalizaram a compra . Oferecer um desconto (ex: 5% a 10%) pode ser o empurrão que falta para a conversão.
Cupom para Seguidores da Página	Fidelização e Tráfego Direto: Ofereça um cupom exclusivo para clientes que clicam em "Seguir" sua loja . Isso transforma visitantes casuais em seguidores engajados, aumentando o tráfego direto para seus novos produtos e promoções.
Cupons de Primeira Compra	Aquisição de Novos Clientes: Atrai novos compradores para sua loja com um desconto atrativo.

Elevate Ecom.®

**QUER ALAVANCAR SUAS VENDAS NOS
MARKETPLACES? ENTRE EM CONTATO COM
NOSSO TIME**

CONTATO:

 47 99264-8113