

Como vender no Mercado Livre

A praticidade de um mundo cada vez mais digital está fazendo alavancar as **vendas pela internet** no mundo inteiro. E os brasileiros não ficam para trás: estão entre os principais consumidores dessa plataforma.



Como você pode observar na tabela a seguir, o crescimento relativo ao faturamento por vendas online é **contínuo há pelo menos dez anos**.



Curiosidade

Só em 2019, as vendas online no país devem alcançar cifras de **R\$ 61,2 bilhões**, conforme a previsão feita pela Ebit, empresa de levantamento e análise de dados. O montante, se confirmado, irá representar um **crescimento de 15**% em relação ao faturamento das vendas de 2018.

Ano	Faturamento das vendas	Crescimento em relação ao ano anterior
2009	R\$ 10,2 bilhões	25%
2010	R\$ 14,8 bilhões	40%
2011	R\$ 18,7 bilhões	26%
2012	R\$ 22,5 bilhões	20%
2013	R\$ 28,8 bilhões	28%
2014	R\$ 35,8 bilhões	24%
2015	R\$ 41,3 bilhões	8%
2016	R\$ 44,6 bilhões	7,4%
2017	R\$ 47,7 bilhões	7,5%
2018	R\$ 53,2 bilhões	12%
2019	previsão de R\$ 61,2 bilhões	15%

Fonte: E-bit.

Em outras palavras: há um vasto campo em crescimento a ser explorado aí.

Quem já está no meio, ainda pode crescer mais. E quem está pensando em empreender e não sabe por onde começar, as vendas pela internet podem ser uma ótima alternativa para iniciar.



O ecommerce

Ecommerce, ou e-commerce, é o nome que se dá ao processo de vendas realizado exclusivamente pela internet.

A formatação do negócio é a mesma de uma loja física, que encontramos ao caminhar pela rua. A diferença é que essa venda ocorre por meio de **lojas virtuais**, que disponibilizam seus produtos em **sites** criados especificamente para a **comercialização**.

Os consumidores, então, escolhem aquilo que desejam adquirir, apenas navegando pela internet, por meio do celular ou do computador. **A vitrine também é virtual**: a escolha dos produtos se dá por meio de **fotos e vídeos** disponibilizados nos portais.



O sucesso do ecommerce é tanto que, hoje, já se tornou normal comprar carros, celulares, computadores e até imóveis pela internet.

Mas nem sempre foi assim...

As vendas pela internet são recentes no país e no mundo. No Brasil, elas têm menos de 25 anos, já que o uso da internet comercial só foi liberado em 1995.

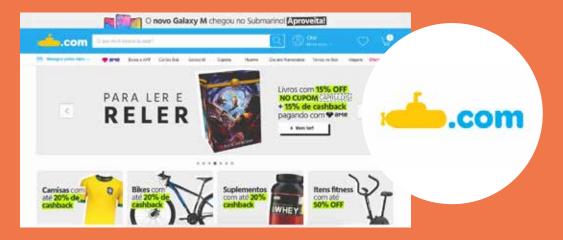


Curiosidade

Não há registros de qual foi a primeira loja virtual no Brasil. Mas, nos primeiros anos, as vendas online se limitavam a produtos de menor valor, como livros e CDs. Com o passar do tempo, no entanto, as transações financeiras ficaram mais seguras e a velocidade da internet melhorou muito no país, revelando o cenário perfeito para o ecommerce encontrar terreno fértil para se desenvolver.

Case de sucesso 1 | Submarino

Uma das primeiras lojas virtuais do Brasil foi a BookNet, fundada em 1995. Quatro anos depois, já vendida a um grupo financeiro internacional, ela deixou de operar. Mas voltaria a surgir alguns meses depois, batizada com outro nome: Submarino, hoje um dos **maiores sites de ecommerce do Brasil.**



Case de sucesso 2 | Amazon

No contexto mundial, um dos primeiros ecommerces surgiu em **1994** nos **Estados Unidos**, quando **Jeff Bezos** criou uma **loja virtual de livros** na garagem de sua casa. Quase 30 anos depois, a loja de Bezos se transformou na gigante Amazon, **uma das maiores e mais bem sucedidas do mundo**.



As vantagens do ecommerce

O ecommerce vale a pena especialmente para aquelas pessoas que estão pensando em **começar um negócio** – ou então ampliar o que já têm –, mas **não possuem muito dinheiro para investir.**



A primeira economia surge daí: não é necessário se preocupar com as grandes despesas que envolvem um espaço físico, como aluguel, móveis e outros recursos. Basta apenas acumular alguns produtos daquilo que se deseja comercializar. E, para isso, é possível começar até da garagem de casa, por exemplo, como fez Jeff Bezos em 1994.



Mas, para vender pela internet, existem milhares de maneiras. É possível:

- desenvolver o próprio site;
- aproveitar o poder das redes sociais; ou
- criar um blog por meio de ferramentas gratuitas, como o WordPress.



Entre tantas opções, no entanto, há uma que se sobressai: os chamados **marketplaces**, um dos modelos de negócios virtuais mais populares do mundo hoje.

Marketplaces

O marketplace funciona como uma espécie de **shopping center virtual**. A ideia, aliás, não se diferencia em nada de um shopping, com exceção da estrutura física.

Várias lojas ou marcas expõem suas mercadorias em um **único site** e ficam à disposição do comprador, que pode **comparar os produto**s que deseja comprar com base nas situações que achar melhor: menor preço, melhor qualidade ou frete mais barato, entre outras.

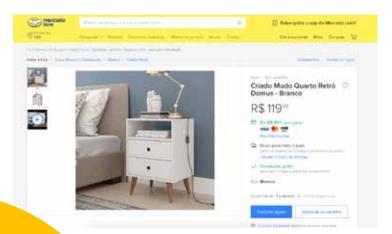


Vejamos agora a plataforma de **marketplace mais popular e visitada do país**: o **Mercado Livre**, por onde dezenas de pequenos empreendedores começam o seu próprio negócio.

O Mercado Livre

O Mercado Livre é considerado o maior marketplace do mundo. São centenas de milhões de operações de vendas realizadas todos os anos e estima-se que a plataforma possui mais de 34 milhões de clientes.

No Brasil, o Mercado Livre aparece entre os dez sites mais acessados do país, em meio ao Google e ao Facebook, por exemplo.





Curiosidade

Os responsáveis pela maioria dos acessos no Brasil, segundo levantamento da Alexa, plataforma da Amazon, são: Google, YouTube, Facebook, Globo.com, Live.com, Mercado Livre, Uol, TV Foco, Blogspot e Yahoo. Devido à sua popularidade, o Mercado Livre tem se firmado como responsável pelo sucesso financeiro de dezenas de empreendedores do país que começaram a construir sua carreira como vendedores anunciando na plataforma.

Como funciona e primeiros passos

Para vender no Mercado Livre, não é necessário fazer **nenhum investimento inicial**, nem ter empresa constituída com CNPJ – embora essa opção se torne interessante a partir do momento que o negócio começar a crescer.

O fato é que, para começar, o vendedor pode, inclusive, ser pessoa física.

Basta, portanto:

- Fazer o cadastro e anunciar o primeiro produto, aos moldes dos demais vendedores.
- Entender que, embora o Mercado Livre não cobre pelo cadastro e por nenhum tipo de mensalidade, é preciso desembolsar uma pequena taxa a cada produto vendido por meio da plataforma. Esse valor varia conforme o preço da mercadoria vendida e o tipo de anúncio que foi feito.
- Conhecer as duas categorias de vendas: Clássico e Premium. Elas ajudam a melhorar a localização do seu produto nos resultados de busca, já que você passa a concorrer com dezenas de outros empresários vendendo o mesmo produto.



Atenção aqui!

Seja qual for a categoria de venda escolhida, o vendedor **não paga nada para anunciar**. A diferença está só na porcentagem que o Mercado Livre desconta do valor que o vendedor recebe quando seu produto é vendido.

Observe, na tabela a seguir, as **taxas** aplicadas de acordo com as categorias de venda escolhida.

	Clássico	Premium
Quando o produto vendido custa menos de R\$ 120	Taxa de 11% por venda + R\$ 5 por unidade	Taxa de 16% por venda + R\$ 5 por unidade
Quando o produto vendido custa R\$ 120 ou mais	Taxa de 11% por venda	Taxa de 16% por venda



A cobrança dessa taxa é, na verdade, como se fosse o pagamento pelo uso da **estrutura pronta** que a plataforma oferece: seu nome, seus clientes e seu marketing.

Se você quer **multiplicar as vendas** no Mercado Livre, ou se já está cadastrado na plataforma mas sem vender tanto quanto gostaria, é preciso se atentar a alguns **detalhes estratégicos** que os empreendedores costumam seguir à risca para conseguir vender bem. Acompanhe!

Informações importantes que você deve conhecer antes de iniciar suas vendas no Mercado Livre:

- 1. Antes de ser cobrado pelo Clássico ou Premium, o vendedor tem a opção de vender gratuitamente seus produtos durante 60 dias. Nenhuma taxa é cobrada, mas, em contrapartida, o seu anúncio dificilmente será competitivo em meio a tantos outros.
- 2. Na modalidade gratuita, o comprador não pode parcelar a compra sem acréscimo. Então, dependendo do valor da mercadoria, ele pode não se interessar pela compra.
- 3. A modalidade Clássico também não dá a opção para o comprador parcelar a compra sem acréscimo. Então, embora o produto esteja melhor localizado entre todos os concorrentes, a ausência dessa alternativa pode afugentar alguns compradores.
- 4. Produtos que custam menos de R\$ 6 não podem ser anunciados.

Estratégias para vender mais

A receita do Mercado Livre é simples: quanto mais o produto vende, mais a plataforma o valoriza, exibindo-o em boa localização para outros usuários poderem encontrá-lo.

Assim, para alcançar o topo das buscas e aumentar as chances de venda, você precisa apostar em alguns recursos básicos de comunicação.

Faça o melhor anúncio de todos

Concentre todas as suas atenções no **anúncio do produto**. Não menospreze isso, nem seja negligente. A forma como a mercadoria é anunciada reflete diretamente no aumento (ou na redução) das vendas.

E não é difícil entender o motivo. Acesse o Mercado Livre, faça a busca de um produto qualquer e dê uma olhada. A maioria dos anúncios são semelhantes entre si: a mesma imagem, a mesma descrição, o mesmo preço. Tudo igual...





Atenção aqui!

A estratégia, então, é se diferenciar de todos eles para chamar a atenção do usuário, para que ele clique no seu anúncio e não no do seu concorrente.

E como se destacar?

Através de imagens de boa qualidade e que mostrem detalhes que façam o cliente se interessar pelo produto, títulos bem elaborados e uma descrição bem redigida do produto. Veja mais detalhes abaixo.

Imagens

Em uma loja virtual, o consumidor compra

pelos olhos. Como não toca no produto, ele é guiado pelas imagens e pela descrição que o vendedor disponibiliza. A foto de capa é o primeiro contato com o seu produto.

Portanto, faça fotos com boa resolução, com e sem zoom, com o produto de frente e de lado. Se há várias opções de cores, coloque foto de todas.



Além disso, **não economize nos ângulos** e, sempre que possível, **evite as fotos fornecidas pelo fabricante** do produto – em geral, sem qualidade e com grandes chances de todo mundo também utilizá-las.



Título

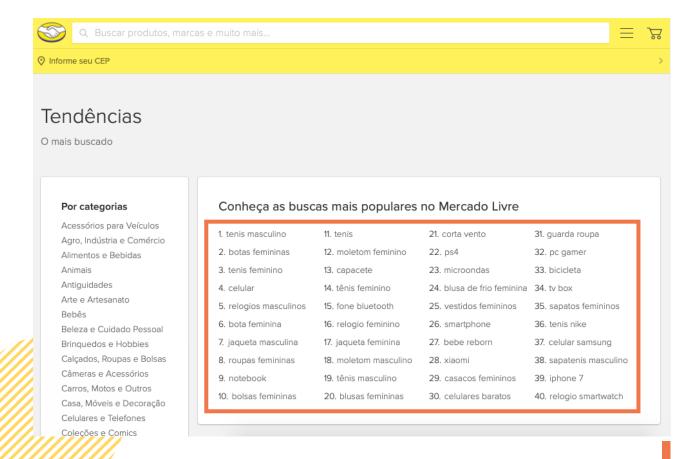
Não faça títulos aleatórios. Pelo contrário: **entenda como o seu cliente pensa**. Quando ele faz a busca pelo produto, o que ele digita? Como ele escreve o que está procurando?

Esse é o segredo: a busca feita pelo usuário e o título do seu produto precisam estar em sintonia. São essas palavras-chave que podem levar seu anúncio a aparecer entre os primeiros – e, assim, ter mais chances de ser visualizado.

Para descobrir como o usuário pesquisa por determinado produto, o próprio Mercado Livre:

- disponibiliza os 40 termos mais procurados no site nos últimos 40 dias;
- mostra atualizações diárias desta lista;
- facilita a pesquisa, oferecendo filtros por segmentos de cada produto.

Basta apenas acessar o menu Tendências e selecionar a categoria do seu produto.



Descrição

Em um anúncio online, a descrição faz o papel do vendedor de uma loja física, ou seja, é ela que irá esclarecer todas as dúvidas e informações que o cliente deseja saber.

Então, coloque-se no lugar do cliente. Perguntese o que ele gostaria de saber:

- · as características e o tamanho da mercadoria;
- o que ela faz e o que não faz;
- · os meios de pagamento;
- a data de envio.



Ofereça combos sempre que possível

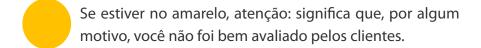
Procure trabalhar com nichos que permitam oferecer **combos**. Afinal, a venda de um pacote faz o lucro aumentar.



Cuide da reputação do seu negócio

A relevância dos anúncios é medida por meio das **cores** que o identificam como um vendedor qualificado ou não.





Atenção aqui!

Cuidado para não ser mal avaliado, pois quando isso acontece é mais custoso recuperar a boa reputação e as vendas. Afinal, uma reputação má causa uma penalidade, ou seja, seu anúncio é retirado das primeiras páginas e fica perdido entre tantos outros concorrentes que ocupam as últimas fileiras.

Responda para o cliente rapidamente e preste um bom atendimento

Para ser bem avaliado, **cuide bem dos seus clientes**. A boa qualificação dada por eles é um termômetro para as próximas vendas.

Praticamente todos os usuários verificam os feedbacks dados ao vendedor, o que acaba sendo determinante para a compra.

Portanto, cultive o bom relacionamento com quem já é seu cliente e com seu futuro cliente. Veja algumas dicas:

- Trate-o como se fosse pessoalmente.
- Responda rapidamente e de maneira educada, jamais o deixe desamparado.
- Esclareça as dúvidas.
- · Coloque-se à disposição.
- Evite respostas curtas, como meros "sim" e "não".

• Chame-o pelo nome.

Tudo isso gera boa impressão!



Use as redes sociais a seu favor

O Mercado Livre já tem seu próprio grupo numeroso de clientes e, portanto, não exige que o vendedor se dedique a impulsionar as vendas em outro canal. No entanto, isso pode ser interessante no início do negócio, quando você ainda é novo na plataforma.

Então, apegue-se ao poder das redes sociais, principalmente **Facebook** e **Instagram**.



Essas plataformas de interação social o ajudarão a **divulgar os produtos** que está vendendo e a aumentar o alcance dos seus anúncios. Divulgue-os especialmente em grupos locais, onde há vendas e trocas de mercadorias. O retorno pode ser positivo.

Conclusão

O Mercado Livre é a plataforma de vendas mais conhecida e utilizada pelos brasileiros. Através dela é possível começar um negócio ou aumentar suas vendas, caso você já seja um vendedor que utilize plataformas de vendas online.

Se prestar atenção e seguir as estratégias que compartilhamos aqui, a chance de aumentar suas vendas é grande!

Inclusive, pode ser também o primeiro passo para voos mais altos. Afinal, com o capital adquirido com as primeiras vendas, você pode investir em mais produtos e fornecedores, ou até mesmo direcionar esse dinheiro para outros nichos de mercado.

Portanto, não deixe de considerar o uso desta plataforma. Faça bons anúncios, divulgue-os nas redes sociais e sucesso em suas vendas!



Referências

Alexa. **Top sites in Brazil**. Disponível em: https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>. Acesso em: 26 maio 2019.

KLEINA, Nilton. A história da Amazon, a pioneira do eCommerce e dos eBooks. In: **Tecmundo.com**, 10 ago. 2017. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/ciencia/120161-historia-amazon-pioneira-ecommerce-ebooks-video.htm>. Acesso em: 26 maio 2019.

LEVINSON, Jay Conrad. **Marketing de guerrilha**. São Paulo: Best Business, 2010.

Mercado Livre. **Quanto custa vender um produto**. Disponível em: https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/quanto-custa-vender-um-produto_1338>. Acesso em: 25 maio 2019.

Mercado Livre. **Tendências**. Disponível em: https://tendencias.mercadolivre.com.br/>. Acesso em: 26 maio 2019.

Mercado Livre. **Venda como um profissional**. Disponível em: https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Vender-un-producto_988>. Acesso em: 25 maio 2019.

OLIVEIRA, Bruno. Como vender mais no Mercado Livre: aumente o seu faturamento. **Ecommerce na prática**, Rio de Janeiro, 21 mar. 2019. Disponível em: https://ecommercenapratica.com/como-vender-mais-no-mercado-livre/>. Acesso em: 22 maio 2019.

STONE, Brad. **A loja de tudo**: Jeff Bezos e a era da Amazon. São Paulo: Editora Intrínseca, 2014.

