

# **PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL**

OLX Brasil

WEBSITE | <https://olx.com.br>

**13** /20

Media

Data: 18/02/2026 | FNW - Freenat Work

## 1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

---

A OLX Brasil apresenta performance mediana na comunicação de sua Proposta Única de Valor, com score de 13/20 pontos. A plataforma possui base sólida de usuários (50 milhões/mês) e tempo de mercado (15 anos), mas falha em traduzir esses ativos em diferenciação memorável na homepage. O principal gargalo está na sobrecarga de mensagens: a página inicial tenta comunicar simultaneamente autos, imóveis, eletrônicos, plano profissional, financiamento, Data OLX Autos e segurança, resultando em diluição do foco. A comunicação atual é funcional e transacional, não emocional e aspiracional. O termo 'desapegar' é um acerto estratégico que conecta com movimento cultural de minimalismo e economia circular, mas não é explorado em profundidade. A ausência de prova social visível (depoimentos, casos de sucesso, métricas de satisfação) na dobra principal representa oportunidade perdida de construção de confiança imediata. A jornada do usuário é clara mas não otimizada para conversão, com múltiplos CTAs competindo por atenção sem hierarquia visual definida.

### SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	2/4	Media
Clareza da Proposta	3/4	Forte
Linguagem e Conexao	2/4	Media
Credibilidade e Confianca	3/4	Forte
Jornada e CTA	3/4	Forte
<b>TOTAL</b>	<b>13/20</b>	<b>Media</b>

## 2. DESCONSTRUCAO DA PUV

---

Analise criterio a criterio: (1) Diferenciacao 2/4 - A OLX se posiciona como marketplace de classificados grátis, proposta similar a Facebook Marketplace e concorrentes diretos. Diferenciais como Data OLX Autos e financiamento 60x existem mas não são comunicados como proposição única. (2) Clareza 3/4 - Headline 'Anuncie grátis e desapegue' é compreensível em 10 segundos, mas compete com 6-8 outras mensagens promocionais na dobra principal. (3) Linguagem 2/4 - Comunicação funcional ('Comprar ou alugar', 'Os

'melhores veículos') sem narrativa emocional ou storytelling. Oportunidade de transformar transações em histórias de transformação financeira. (4) Credibilidade 3/4 - Ativos fortes (50M usuários, 15 anos, Grupo OLX) mas subutilizados na homepage. Prova social concentrada em números promocionais ('10x') não em validação social de usuários. (5) Jornada 3/4 - CTAs presentes mas sem segmentação por persona. Fluxo de anúncio único para vendedores ocasionais e profissionais, criando atrito para ambos.

### 3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

---

Segmentação detectada e recomendada: Persona Primária - 'Desapegador Ocasional' (25-55 anos, classe B/C, busca renda extra sem investimento, valoriza simplicidade e rapidez, medo de golpes e burocracia). Persona Secundária - 'Vendedor Profissional de Autos/Imóveis' (30-60 anos, classe A/B, busca escala e ferramentas de gestão, valoriza dados e ROI, medo de perda de tempo com leads não qualificados). Conflito atual: A homepage tenta atender ambas com mesma interface e mensagens, resultando em comunicação genérica que não ressoa profundamente com nenhuma. Recomendação: Implementar entrada segmentada na homepage com dois caminhos visuais distintos - 'Quero Vender Meu Usado' (foco em simplicidade, rapidez, segurança) vs 'Sou Vendedor Profissional' (foco em escala, dados, gestão). Cada caminho com headline, benefícios, prova social e CTA específicos. Isso permitiria score 4/4 em Diferenciação e Jornada, elevando score total para 17/20 (Forte).

### 4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

---

Exemplos de transformação de copy: ANTES: 'Anuncie grátis e desapegue de produtos, autos e imóveis sem pagar nada' | DEPOIS: 'Transforme o que você não usa mais em até R\$ 5.000 esta semana - Anuncie grátis em 2 minutos, sem cartão de crédito' (adiciona benefício específico, urgência, remove fricção). ANTES: 'Eletrônicos que baixaram de preço em até 10x!' | DEPOIS: 'Maria vendeu seu iPhone usado em 3 dias por R\$ 2.800. O seu está parado ganhando pó?' (storytelling + prova social + gatilho emocional). ANTES: 'CRIE SUA CONTA OLX E APROVEITE TODAS AS VANTAGENS' | DEPOIS: 'Junte-se a 50 milhões que já transformaram usados em renda. Crie sua conta grátis em 30 segundos' (prova social + benefício + facilidade). ANTES: 'Negocie com compradores e vendedores através do chat OLX' | DEPOIS: 'Chat protegido OLX: Negocie sem expor seu WhatsApp. 98% das vendas concluídas sem golpes' (benefício de segurança + métrica de confiança). ANTES: 'Financiamento em até 60x' | DEPOIS: 'Seu comprador parcela em 60x, você recebe à vista. Venda mais, receba seguro' (benefício duplo para vendedor).

## 5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

---

Construcao de credibilidade visivel: (1) Adicionar widget de prova social na dobra principal com 3 depoimentos rotativos - foto real do usuário, item vendido, valor, tempo até venda, cidade. Ex: 'Carlos, São Paulo - Vendeu Honda Civic 2018 por R\$ 89.000 em 5 dias'. (2) Inserir selos de segurança proeminentes no header: 'Compra Protegida OLX', 'Chat Criptografado', 'Verificação de Identidade'. (3) Criar seção 'OLX em Números' acima do footer: '50M usuários/mês | R\$ 2,3 bi em transações/ano | 15 anos no Brasil | 98% de vendas concluídas com sucesso'. (4) Implementar badge de 'Vendedor Verificado' visível nos anúncios, com critérios claros de obtenção. (5) Adicionar seção de mídia/imprensa: 'OLX na CNN, Forbes, Exame' com logos de veículos. (6) Criar caso de sucesso mensal em destaque: 'História OLX do Mês' com vídeo depoimento de usuário que transformou vida financeira através da plataforma. (7) Publicar relatório anual de economia circular: 'Impacto OLX 2025 - X toneladas de CO2 evitadas, Y milhões de itens reutilizados'.

## 6. PLANO DE ACAO IMEDIATO

---

Timeline de implementacao em 30 dias: SEMANA 1 - Pesquisa e Validação: (Dia 1-2) Entrevistar 10 vendedores ocasionais e 10 profissionais sobre dores e linguagem. (Dia 3-4) A/B test de 3 headlines alternativas na homepage. (Dia 5-7) Coletar 50 depoimentos de usuários com métricas de venda. SEMANA 2 - Copy e Design: (Dia 8-10) Reescrever todas as headlines da homepage usando engenharia de linguagem acima. (Dia 11-12) Criar dois layouts de homepage segmentada (comprador vs vendedor). (Dia 13-14) Produzir assets de prova social (depoimentos em formato card). SEMANA 3 - Implementacao Técnica: (Dia 15-17) Implementar entrada segmentada na homepage com toggle 'Quero Comprar' / 'Quero Vender'. (Dia 18-19) Adicionar widget de depoimentos na dobra principal. (Dia 20-21) Inserir selos de segurança no header e números de autoridade no footer. SEMANA 4 - Teste e Otimização: (Dia 22-24) A/B test homepage segmentada vs atual (métrica: taxa de conversão para anúncio criado). (Dia 25-26) Ajustar copy baseado em desempenho. (Dia 27-28) Implementar analytics de jornada por persona. (Dia 29-30) Documentar learnings e planejar próxima iteração. Metricas de sucesso alvo: +25% taxa de criação de anúncio, +15% tempo na página, +20% CTR em CTAs principais, score PUV 17/20 em reavaliação.