

PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

OLX Brasil

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

14_{/20}

Forte

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

1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

A OLX Brasil apresenta performance sólida de PUV com score 14/20 (Forte), posicionando-se como líder em economia circular no marketplace C2C/B2C. Pontos fortes: gratuidade universal de anúncios, ferramentas proprietárias (Data OLX Autos, Tabela FIPE), infraestrutura de confiança (Garantia OLX, Carteira OLX, logística integrada), e 15 anos de operação no mercado brasileiro. Pontos críticos: comunicação fragmentada entre múltiplas personas (comprador vs. vendedor), ausência de prova social quantificada na homepage, linguagem funcional sem conexão emocional profunda, e multiplicidade de CTAs que diluem foco. A proposta é clara mas não memorável - usuários entendem o que a OLX faz, mas não necessariamente por que escolher OLX sobre Mercado Livre, Shopee ou Enjoei. O termo 'desapegar' é diferencial semântico positivo, mas não é explorado emocionalmente. Performance de 5 segundos: falha - visitante não consegue identificar proposta única e benefício principal imediatamente devido à competição visual entre seções de eletrônicos, imóveis, autos e CTAs de anúncio.

SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	3/4	Forte
Clareza da Proposta	3/4	Forte
Linguagem e Conexao Emocional	2/4	Media
Credibilidade e Confianca	3/4	Forte
Jornada e CTA	3/4	Forte
TOTAL	14/20	Forte

2. DESCONSTRUCAO DA PUV

Análise critério a critério: (1) Diferenciação 3/4 - Marketplace gratuito não é único (Enjoei também oferece), mas ferramentas como Data OLX Autos e financiamento 60x são diferenciais reais. Falta posicionamento emocional/movimento social. (2) Clareza 3/4 - Proposta compreensível em ~10 segundos, mas headline hero dispersa atenção. 'Anuncie grátis' é claro, mas compete com 'Eletrônicos em 10x', 'Imóveis', 'Autos'

simultaneamente. (3) Linguagem 2/4 - Funcional e transacional. 'Desapegar' é bom mas isolado. 'Grana extra rápido' apela para necessidade, não aspiração. Falta storytelling de transformação. (4) Credibilidade 3/4 - Garantia OLX e 15 anos são fortes, mas invisíveis na homepage. Ausência de números (usuários, transações) e depoimentos reduz prova social imediata. (5) Jornada 3/4 - CTAs múltiplos e visíveis, mas sem progressão guiada. Usuário precisa auto-segmentar-se. Falta personalização baseada em intenção detectada.

3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

Segmentação atual tenta atender comprador e vendedor simultaneamente, criando conflito de comunicação. Recomendação: implementar personalização dinâmica baseada em comportamento. Persona Primária (Vendedor Ocasional): 25-45 anos, classe B/C, motivado por renda extra ou desapego. Jobs-to-be-done: 'Quero transformar itens parados em dinheiro rápido sem burocracia'. Persona Secundária (Comprador Bargain Hunter): 18-50 anos, classe C/D, motivado por preço e negociação. Jobs-to-be-done: 'Quero encontrar produtos de qualidade abaixo do preço de mercado com segurança'. Conflito atual: homepage mostra 'Anuncie grátis' e 'Eletrônicos em 10x' no mesmo viewport, diluindo mensagem para ambos. Solução: quiz de entrada 'Você quer comprar ou vender?' ou detecção por comportamento (busca = comprador, clique em anunciar = vendedor) com landing pages personalizadas subsequentes. Persona Terciária não atendida: Vendedor Profissional B2C - mencionado ('Plano Profissional') mas não destacado. Oportunidade: seção dedicada para sellers profissionais com cases de sucesso e ROI médio.

4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

Exemplos de otimização de copy: ANTES (headline hero atual): 'CRIE SUA CONTA OLX E APOVEITE TODAS AS VANTAGENS' + 'Anuncie grátis e desapegue de produtos, autos e imóveis sem pagar nada'. DEPOIS (proposta consolidada 5 segundos): 'Transforme o que você não usa em dinheiro em 2 minutos - Junte-se a 30 milhões de brasileiros na maior economia circular do país'. ANTES (seção eletrônicos): 'Eletrônicos que baixaram de preço em até 10x!'. DEPOIS (benefício emocional): 'Tecnologia que cabe no seu bolso - Upgrading sem esperar o próximo salário'. ANTES (seção segurança): 'Tecnologia para um ambiente mais seguro'. DEPOIS (prova concreta): '98% das transações concluídas sem incidentes - Garantia OLX protege seu dinheiro até você receber o produto'. ANTES (CTA anunciar): 'Desapegar grátis agora'. DEPOIS (urgência + benefício): 'Anuncie em 2 minutos - Seu produto visto por 500 mil compradores hoje'. ANTES (Data OLX Autos): 'Acesse relatórios e dados gratuitos agora!'. DEPOIS (autoridade): 'Dados que vendedores profissionais usam - R\$ 2 bi em veículos analisados/mês'. Princípios aplicados: especificidade numérica, urgência temporal, prova social quantificada, benefício emocional sobre funcional, linguagem de transformação sobre transação.

5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

Construção de credibilidade em 5 camadas: (1) Prova Social Quantificada - Adicionar contadores em tempo real: 'X usuários online agora', 'Y anúncios vendidos hoje', 'Z toneladas de CO2 economizadas em 2025'. Meta: tornar impacto tangível. (2) Autoridade de Mercado - Destacar '15 anos no Brasil' no header, não apenas em releases externos. Adicionar 'Líder em economia circular' com fonte de pesquisa. (3) Segurança Visível - Selos Reclame Aqui (nota atual), Google Safe Browsing, SSL, e 'Garantia OLX' com explicação de 1 linha: 'Seu dinheiro protegido até você confirmar recebimento'. (4) Depoimentos Reais - Carrossel com foto, nome, cidade, produto, valor, tempo de venda. Exemplo: 'Maria S., São Paulo - Vendeu iPhone 12 em 3 dias por R\$ 2.800'. (5) Autoridade de Dados - Data OLX Autos como thought leadership: publicar relatórios mensais de preços de veículos com citação em mídia. Estratégia de conteúdo: 'Blog OLX' com guias de precificação, fotos, negociação - posicionar como educador, não apenas plataforma. Parcerias de autoridade: associações de consumo, órgãos de proteção ao consumidor, influenciadores de finanças pessoais e minimalismo.

6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

Timeline de implementação - Semana 1 (Dias 1-7): (1) Adicionar contadores de prova social na homepage - métricas: usuários online, anúncios ativos hoje, transações 2025. Responsável: equipe de analytics + frontend. (2) Consolidar headline hero única - substituir múltiplas mensagens por proposta clara em 5 segundos. Responsável: marketing + UX copy. (3) Mover selo Reclame Aqui para header visível. Responsável: frontend. Semana 2 (Dias 8-14): (4) Implementar carrossel de depoimentos reais com foto/nome/cidade/produto/valor/tempo. Responsável: produto + jurídico (LGPD). (5) Criar quiz de segmentação 'Comprar ou Vender?' com redirecionamento para landing pages personalizadas. Responsável: produto + UX. Semana 3-4 (Dias 15-30): (6) Reescrever copy de todas as seções principais seguindo princípios de engenharia de linguagem (benefício emocional > funcional, especificidade numérica, urgência). Responsável: marketing copy + SEO. (7) Destacar '15 anos no Brasil' e 'Líder em economia circular' no header. Responsável: branding + frontend. Semana 5-8 (Dias 31-60): (8) Desenvolver seção dedicada a Vendedores Profissionais com cases de ROI. Responsável: produto B2B. (9) Publicar primeiro relatório mensal Data OLX Autos com distribuição para mídia. Responsável: data science + PR. Métricas de sucesso: redução de bounce rate em 15%, aumento de CTR em CTA primário em 25%, aumento de conversão (anúncio criado / visita) em 10%, melhoria em pesquisa de NPS de primeira impressão.