

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMIENTO

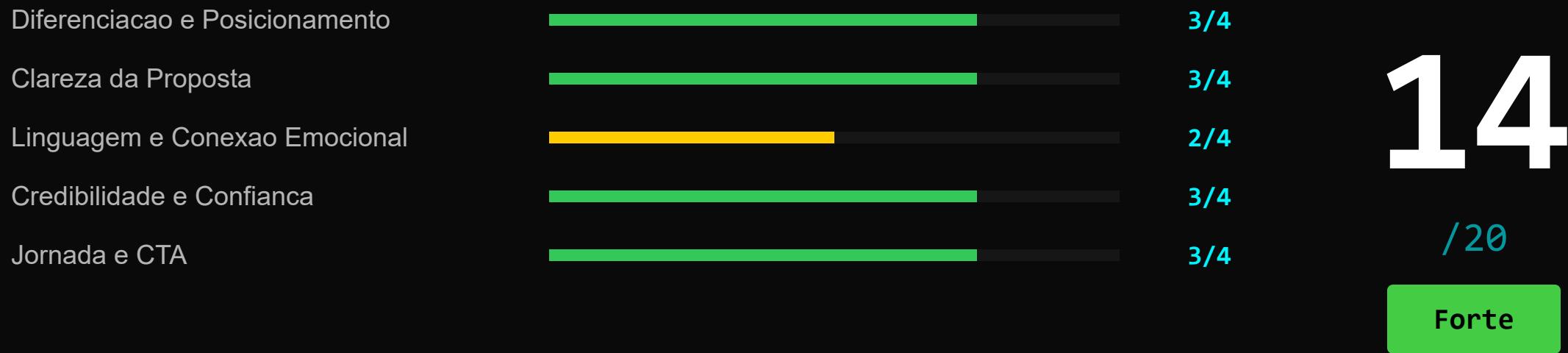
OLX BRASIL

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

14 /20

Forte

SCORE OVERVIEW



CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

A OLX se posiciona claramente como marketplace C2C/B2C gratuito com foco em economia circular. Diferencia-se pela gratuitade de anúncios em todas as categorias (produtos, autos e imóveis) e por ferramentas proprietárias como Data OLX Autos e Tabela FIPE integrada. Porém, não se destaca excepcionalmente frente a Mercado Livre e Shopee em termos de proposta única memorável.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Anuncie grátis e desapegue de produtos, autos e imóveis sem pagar nada, Data OLX Autos - relatórios e dados gratuitos do mercado automotivo, Financiamento em até 60x com parcelamento online

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Para atingir 4/4, precisa criar um posicionamento mais memorável e emocional que vá além da funcionalidade 'grátis'. Exemplo: liderar movimento de consumo consciente com dados públicos de impacto ambiental (ex: 'X toneladas de CO2 economizadas em 2025').

CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta é compreensível em aproximadamente 10 segundos: comprar e vender produtos usados ou novos com negociação direta. Headlines como 'CRIE SUA CONTA OLX E APROVEITE TODAS AS VANTAGENS' e 'Anuncie grátis e desapegue' comunicam o benefício central. A clareza é prejudicada pela multiplicidade de CTAs e seções competindo por atenção na homepage.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

CRIE SUA CONTA OLX E APROVEITE TODAS AS VANTAGENS, Grana extra rápido e fácil,
Desapegar grátis agora

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Para 4/4, consolidar uma única headline hero acima da dobra que comunique proposta + benefício + prova em 5 segundos. Exemplo atual dispersa atenção entre 'eletrônicos', 'imóveis', 'autos' e 'anuncie grátis' simultaneamente.

CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO EMOCIONAL

A linguagem é funcional e direta, com uso do termo 'desapegar' que ressoa parcialmente com o público de economia circular. Termos como 'grana extra rápido e fácil' apelam para necessidade financeira imediata, mas faltam elementos emocionais mais profundos. A comunicação é transacional ('comprar', 'vender', 'anunciar') em vez de aspiracional ou de identidade.

2

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Desapegar grátis agora, Grana extra rápido e fácil, TRABALHAR E SE DIVERTIR, OS MELHORES VEÍCULOS

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Para 3/4, desenvolver copy que conecte com identidade e valores. Exemplo antes: 'Anuncie grátis'. Exemplo depois: 'Transforme o que você não usa mais em oportunidades reais - junte-se a 30 milhões de brasileiros na economia circular'. Antes: 'Eletrônicos que baixaram de preço'. Depois: 'Tecnologia que cabe no seu bolso - porque upgrading não precisa esperar o próximo salário'.

CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

A OLX constrói credibilidade através de 'Garantia da OLX', 'Tecnologia para um ambiente mais seguro', 15 anos de operação no Brasil (dados externos), e 3,5 milhões de seguidores em redes sociais. Possui carteira própria, sistema logístico e programas de proteção. A homepage não exibe números explícitos de usuários ativos, volume de transações ou depoimentos visíveis, o que limita a prova social imediata.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Garantia da OLX, Tecnologia para um ambiente mais seguro, Carteira OLX com transferência de dinheiro, 15 anos no Brasil como líder em economia circular (fonte externa)

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Para 4/4, adicionar prova social quantificada na homepage: 'X milhões de usuários ativos', 'Y anúncios vendidos hoje', 'Z% de compradores satisfeitos'. Incluir depoimentos reais com foto/nome e selos de segurança reconhecidos (Reclame Aqui, Google Safe Browsing, etc.).

CRITERIO 5: JORNADA E CTA

CTAs estão presentes e visíveis em múltiplas localizações: 'Criar conta gratuitamente', 'Anunciar', 'Desapegar grátis agora', 'Simule parcelas'. A jornada é clara para diferentes intenções (comprar vs. vender). Porém, a abundância de CTAs dilui o foco e não há uma jornada guiada progressiva que conduza o usuário de forma irresistível do interesse à ação.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Criar conta gratuitamente, Anunciar, Desapegar grátis agora, Simule parcelas 100% online e grátis, Acesse relatórios e dados gratuitos agora!

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Para 4/4, criar jornada segmentada com progressão clara. Exemplo: novo visitante → quiz 'Você quer comprar ou vender?' → landing page personalizada → CTA único e contextual. Reduzir CTAs na homepage para 1-2 primários e usar hierarquia visual mais agressiva.

ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada criterio

Diferenciacao e Posicionamento: Para atingir 4/4, precisa criar um posicionamento mais memorável e emocional que vá além da funcionalidade 'grátis'. Exemplo: liderar movimento de consumo consciente com dados públicos de impacto ambiental (ex: 'X toneladas de CO2 economizadas em 2025').

Clareza da Proposta: Para 4/4, consolidar uma única headline hero acima da dobra que comunique proposta + benefício + prova em 5 segundos. Exemplo atual dispersa atenção entre 'eletrônicos', 'imóveis', 'autos' e 'anuncie grátis' simultaneamente.

Linguagem e Conexao Emocional: Para 3/4, desenvolver copy que conecte com identidade e valores. Exemplo antes: 'Anuncie grátis'. Exemplo depois: 'Transforme o que você não usa mais em oportunidades reais - junte-se a 30 milhões de brasileiros na economia circular'. Antes: 'Eletrônicos que baixaram de preço'. Depois: 'Tecnologia que cabe no seu bolso - porque upgrading não precisa esperar o próximo salário'.

Credibilidade e Confianca: Para 4/4, adicionar prova social quantificada na homepage: 'X milhões de usuários ativos', 'Y anúncios vendidos hoje', 'Z% de compradores satisfeitos'. Incluir depoimentos reais com foto/nome e selos de segurança reconhecidos (Reclame Aqui, Google Safe Browsing, etc.).

TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

- 1.** Adicionar prova social quantificada na homepage até 7 dias: incluir contador em tempo real de 'Anúncios ativos hoje', 'Usuários online agora' e 'Transações realizadas em 2025' em banner acima da dobra.
- 2.** Consolidar headline hero única em 5 segundos até 7 dias: substituir múltiplas mensagens por 'O maior marketplace de economia circular do Brasil - Anuncie grátis em 2 minutos e alcance milhões de compradores' com CTA primário único.
- 3.** Implementar seção de depoimentos com prova social qualitativa até 14 dias: adicionar carrossel com 3-5 depoimentos reais (foto, nome, cidade, produto vendido/comprado, valor, tempo de transação) e nota do Reclame Aqui visível no header.

PERSONA PRIMARIA

Vendedor ocasional de 25-45 anos, classe B/C, busca renda extra através da venda de itens usados ou não utilizados, motivado por necessidade financeira ou desejo de desapego/desorganização. Valoriza simplicidade, gratuidade e rapidez.

Conflito: A homepage tenta atender simultaneamente vendedores ('Anuncie grátis', 'Desapegar') e compradores ('Eletrônicos que baixaram de preço', 'Os melhores veículos'), criando dispersão de mensagem. O vendedor quer simplicidade para listar rápido; o comprador quer busca facilitada e filtros. A comunicação atual não prioriza nenhum dos

PROXIMOS PASSOS

Implemente as acoes recomendadas e acompanhe a evolucao do seu PUV Score.

DESBLOQUEAR RELATORIO COMPLETO

Plano detalhado com 6 secoes de recomendações

QR CODE

- Grupo FNW - PUV SCORE - Coorp.Diana Senciente.