

Caixa de Ferramentas >>>

Mercado Azul

Já pensou em anunciar os seus produtos e serviços de forma gratuita?

O Mercado Azul é a vitrine de negócios do Sebrae, onde você pode mostrar para o mundo o que faz e aumentar suas vendas sem pagar nada por isso!



Caixa de Ferramentas >>>

Ainda não tem CNPJ ou empresa constituída? Isso não é um problema. Por aqui, qualquer um pode se inscrever. E não importa o seu porte ou segmento, todos são bem-vindos, inclusive os profissionais autônomos e informais.

Venha aprender o passo a passo para criar os seus anúncios e começar a vender agora mesmo!



Mercado Azul

Do que você precisa para anunciar?

- > Conta no Sebrae;
- > E-mail;
- > CPF;
- > Conexão com a internet.

Mercado Azul

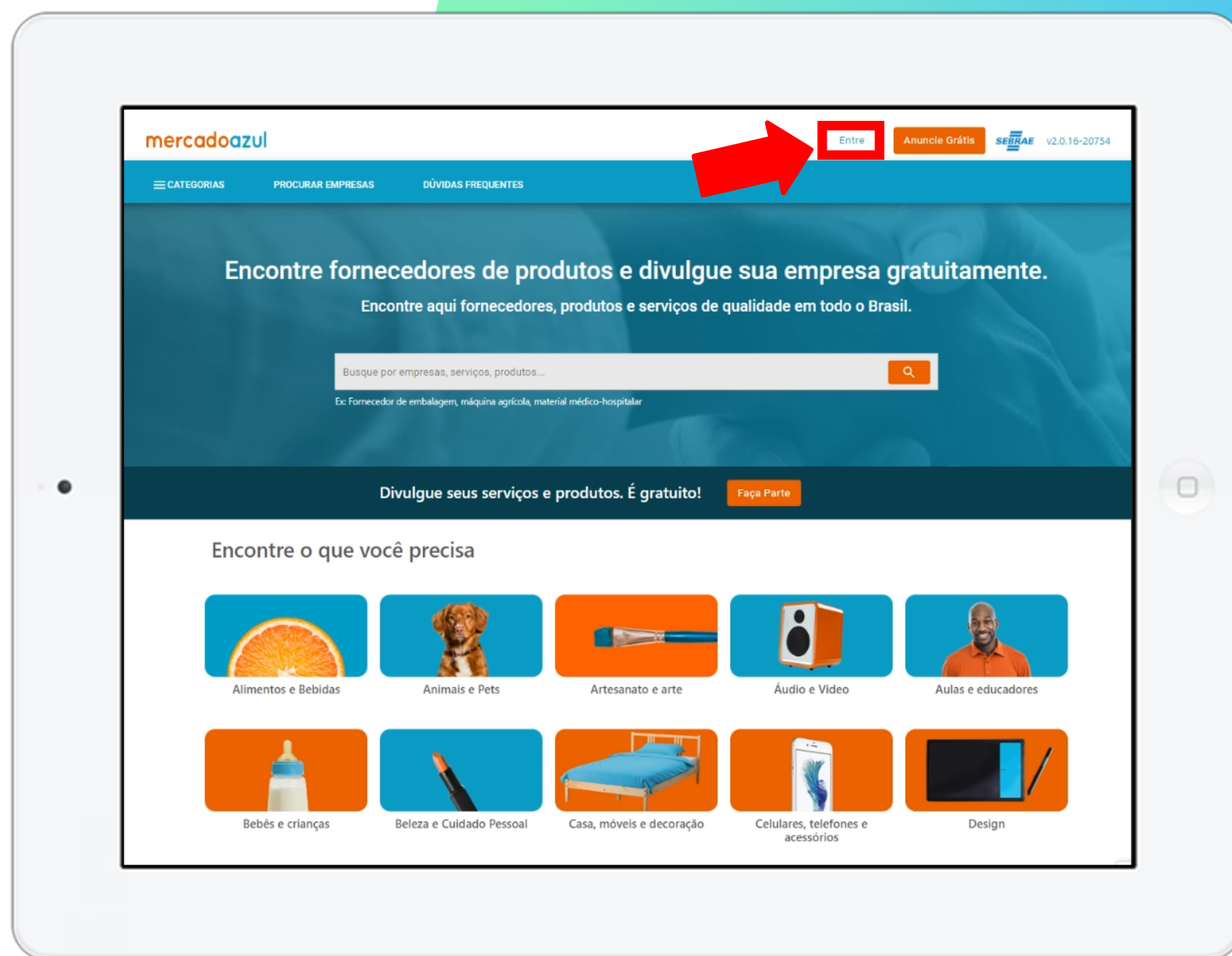
Dica

Já que aqui é a sua vitrine, a aparência é fundamental. Por isso, escolher boas fotos do seu produto pode colocá-lo à frente da concorrência!

Além disso, facilite o contato dos clientes com você ou com a sua empresa.

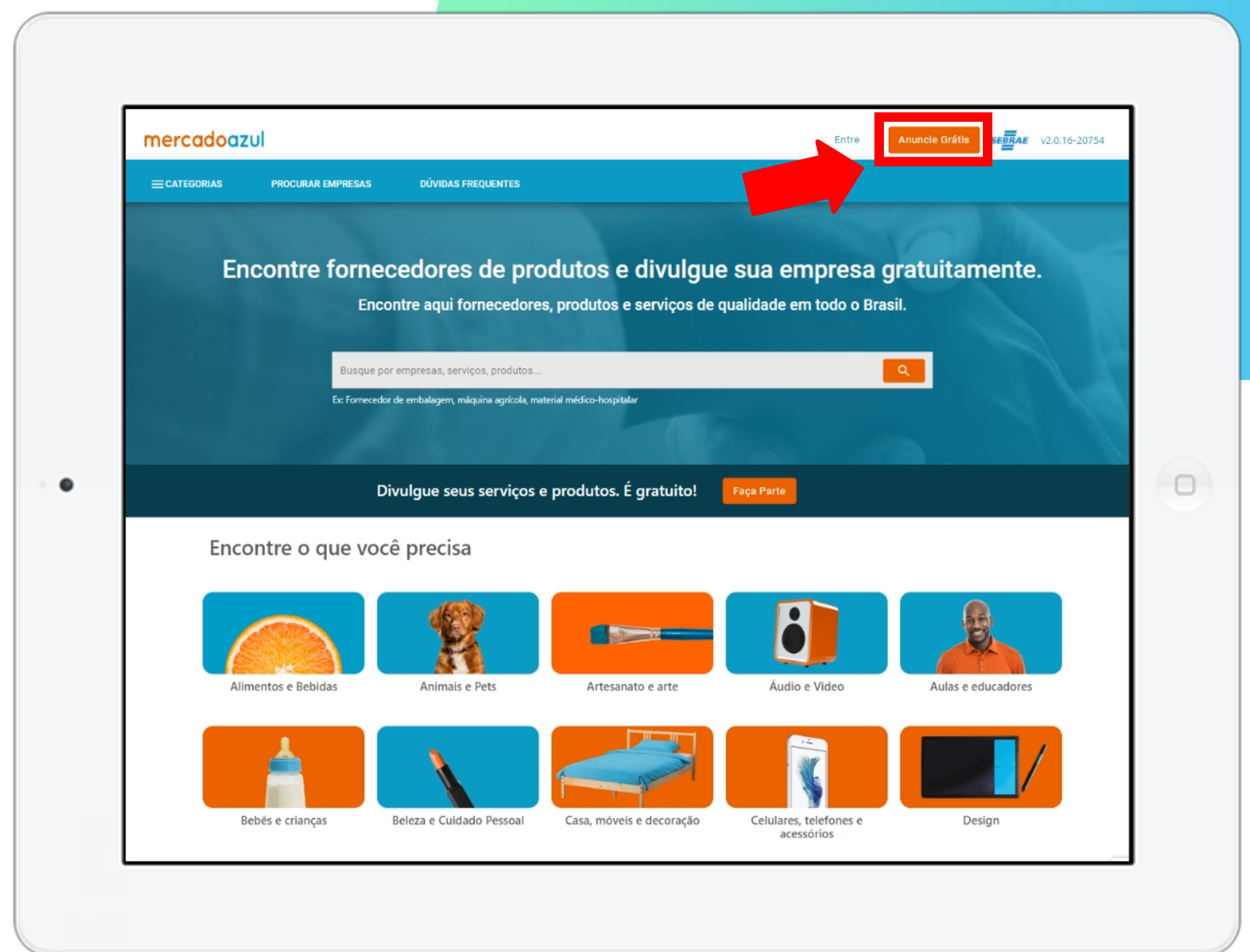
Pronto para começar?

- > Acesse www.mercadoazul.sebrae.com.br
- > Sabe aquela conta do Sebrae de que falamos no início? É com ela que você fará o login no site. Clique em “Entre”, no canto superior direito, preencha seus dados e aperte em “Continuar”.



Pronto para começar?

- > Pronto! Agora que você já está logado no site, chegou a hora de escolher a categoria em que você divulgará seus produtos. Clique em “Anuncie grátis”, no canto superior direito, para começar.



ETAPA 1

- > Atenção! Preencha todos os campos de cadastro da sua empresa para que seus anúncios apareçam no topo das pesquisas e tenham mais visibilidade. Quanto mais completo o cadastro, melhor posicionado será seu anúncio.

The screenshot shows the Mercado Azul registration interface on a tablet. The top navigation bar includes the Mercado Azul logo, a 'Anuncie Grátis' button, the user name 'Olá, NATÁLIA', the SEBRAE logo, and the version 'v2.0.16-20754'. Below the navigation bar is a progress indicator with four steps: 1. Escolha sua loja anunciante (highlighted), 2. Descreva seu produto ou serviço, 3. Revise e publique seu anúncio, and 4. Escolha seus parceiros. The main content area is titled 'Sobre a sua loja' and contains the following fields: 'Quem é o anunciante?' (a dropdown menu), 'Nome da Loja *' (a text field), 'Logo da Empresa' (with a file upload icon, format 'JPG ou PNG', and minimum size '80x80px'), 'Imagem Institucional' (with a file upload icon, format 'JPG ou PNG', and minimum size '635x476px'), and 'Descrição *' (a text area). A 'Dica de Ouro' (Golden Tip) box on the right states: 'Complete o cadastro da sua empresa para que seus anúncios apareçam no topo das pesquisas e tenham uma visibilidade maior para seus clientes!'. The bottom of the screen shows a home indicator bar.

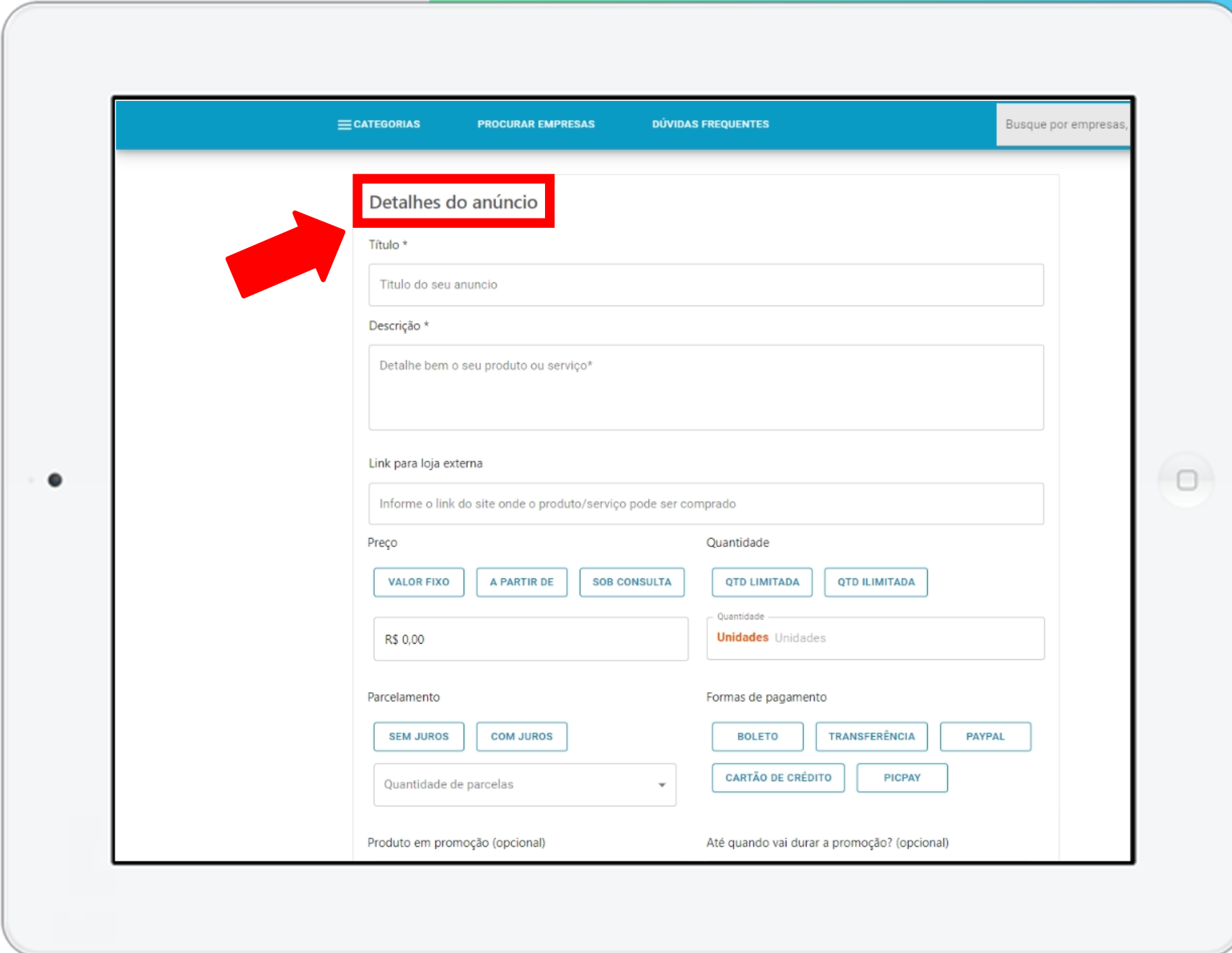
Revise antes de continuar!

- > Confira seus dados e suas imagens;
- > Revise o texto para não haver erros de digitação;
- > Aproveite para verificar se os links para as redes sociais e/ou site estão certos;
- > Conferiu? Agora clique em “Salvar e continuar”.

The screenshot shows a registration form on a tablet. The form is divided into two main sections: 'Contato' (Contact) and 'Redes Sociais' (Social Media). The 'Contato' section includes fields for 'E-mail *', 'Site', 'Celular', and 'Telefone Fixo'. There is also a question 'Esse celular é o whatsapp da empresa?' with 'SIM' and 'Não' buttons. The 'Redes Sociais' section includes fields for Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, and Pinterest, all with placeholder text like 'facebook.com/ minhaempresa'. A red arrow points to a button labeled 'Salvar e Continuar' at the bottom right of the form.

ETAPA 2

- > Chegou o momento de descrever o seu produto ou serviço e classificá-lo;
- > Seja criativo! Aproveite para criar um texto que conquiste o cliente. Além disso, seja claro e verdadeiro nas informações que incluir. Links para redes sociais enriquecem o anúncio. Não se esqueça de compartilhar;



The screenshot shows the 'Detalhes do anúncio' (Advertisement Details) form on a tablet. The form is titled 'Detalhes do anúncio' and includes the following sections:

- Título ***: Titulo do seu anuncio
- Descrição ***: Detalhe bem o seu produto ou serviço*
- Link para loja externa**: Informe o link do site onde o produto/serviço pode ser comprado
- Preço**: VALOR FIXO, A PARTIR DE, SOB CONSULTA
- Quantidade**: QTD LIMITADA, QTD ILIMITADA
- Parcelamento**: SEM JUROS, COM JUROS
- Formas de pagamento**: BOLETO, TRANSFERÊNCIA, PAYPAL, CARTÃO DE CRÉDITO, PÍCPAY
- Produto em promoção (opcional)**
- Até quando vai durar a promoção? (opcional)**

A red arrow points to the 'Detalhes do anúncio' header.

ETAPA 2

- > Sugestão: inclua três a cinco palavras-chave no anúncio. Isso é importante para o engajamento da sua publicação;
- > Em seguida, escolha uma categoria e uma subcategoria;

The screenshot shows the 'Classifique seu anúncio' form on a tablet. The form is divided into two main sections: 'Classifique seu anúncio' and 'Detalhes do anúncio'. In the 'Classifique seu anúncio' section, there is a 'Tipo de Anúncio *' field with two buttons: 'VENDAS DE PRODUTOS' and 'PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS'. Below this, there are two dropdown menus: 'Categoria *' and 'Subcategoria *', both with the placeholder text 'Escolha a Categoria' and 'Escolha a Subcategoria' respectively. A red arrow points to the 'Tipo de Anúncio' section, and a red box highlights the 'Categoria' and 'Subcategoria' dropdown menus. The 'Detalhes do anúncio' section contains a 'Título *' field with the placeholder 'Título do seu anuncio' and a 'Descrição *' field with the placeholder 'Detalhe bem o seu produto ou serviço*'. The top navigation bar of the app is visible, showing 'CATEGORIAS', 'PROCURAR EMPRESAS', 'DÚVIDAS FREQUENTES', and a search bar 'Busque por empresas,'.

ETAPA 2

- > Escolha um título para seu anúncio: esse é um passo fundamental. Busque algo que chame a atenção do público e seja, ao mesmo tempo, objetivo;
- > Determine o preço, a quantidade e as formas de pagamento.

The screenshot shows a tablet displaying the 'Classifique seu anúncio' form. The form is divided into two main sections: 'Classifique seu anúncio' and 'Detalhes do anúncio'. In the 'Classifique seu anúncio' section, there are two buttons for 'Tipo de Anúncio *': 'VENDAS DE PRODUTOS' and 'PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS'. Below these are two dropdown menus for 'Categoria *' and 'Subcategoria *', both labeled 'Escolha a Categoria' and 'Escolha a Subcategoria' respectively. The 'Detalhes do anúncio' section contains three text input fields: 'Título *' (highlighted with a red box and pointed to by a red arrow), 'Descrição *' (labeled 'Detalhe bem o seu produto ou serviço*'), and 'Link para loja externa'.

Mercado Azul

A imagem é a alma do negócio

Pode até parecer exagero, mas a verdade é que a imagem de um produto determina a sua venda.

- > Invista na qualidade da foto;
- > Certifique-se de que ela demonstra o que você está vendendo.

Mercado Azul

Divulgue os melhores feedbacks!

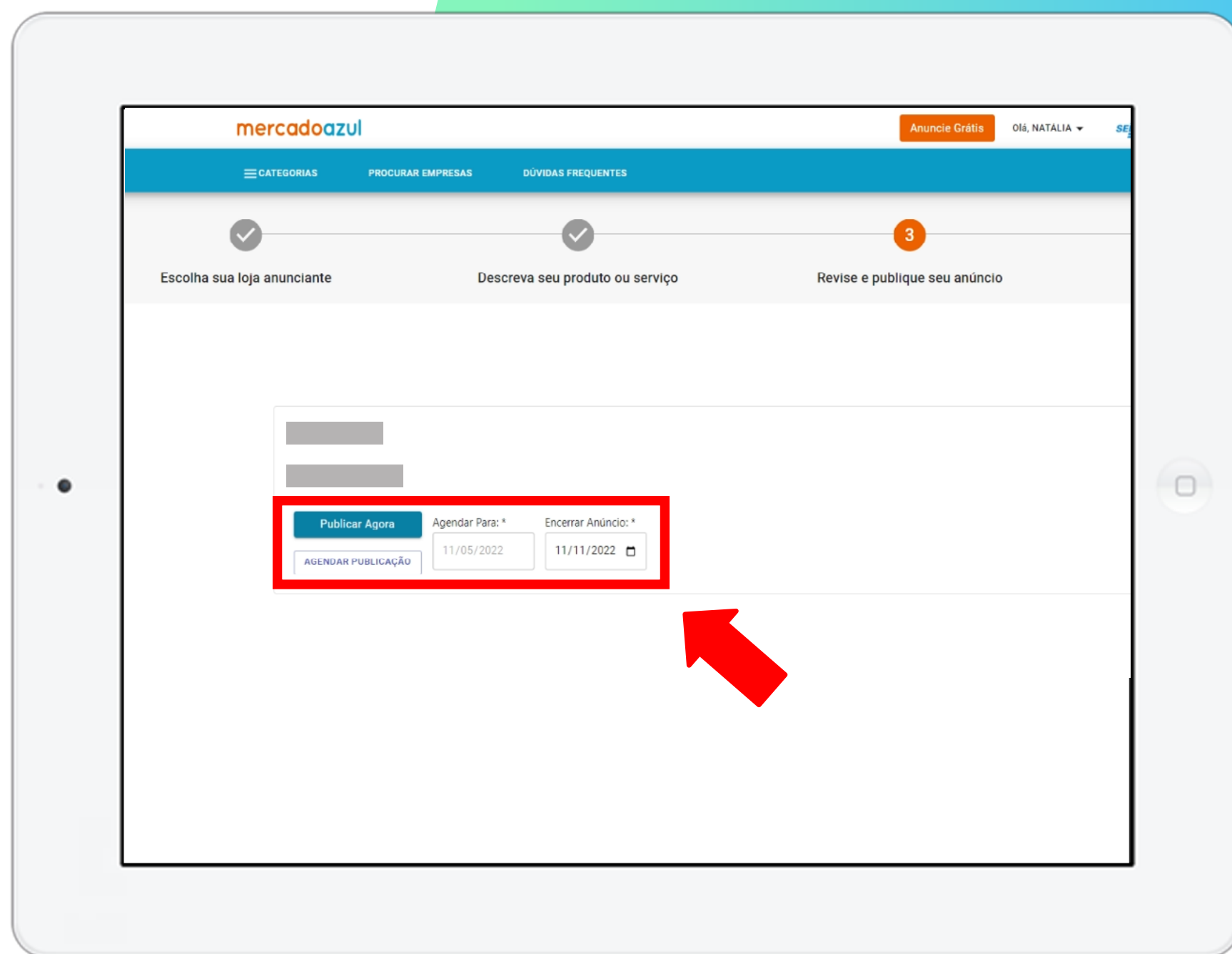
Transmita confiança aos novos clientes compartilhando opiniões de pessoas que ficaram satisfeitas com os seus produtos ou serviços.

> Evite capturas de tela de conversas no WhatsApp.

ETAPA 3

Você já pode começar a vender!

- > O Mercado Azul lhe dá a possibilidade de agendar ou publicar imediatamente o seu anúncio. É você quem escolhe;
- > Dica: revise suas publicações, no máximo, a cada 6 meses, para garantir que estejam sempre atualizadas e com informações corretas.



Mercado Azul

Análise e orientação sobre anúncios já feitos

Quer estar mais presente nas buscas? Publicar mais de um anúncio pode ajudá-lo com isso.

Mas não seja repetitivo! Exemplo: o mesmo batom em cores diferentes, a mesma blusa em cores diferentes.

Sempre facilite o contato. Mantenha o seu número e e-mail atualizados e os disponibilize no texto.

Mercado Azul

Análise e orientação sobre anúncios já feitos

Priorize imagens em alta qualidade. Utilize o formato do Instagram (1.000 x 1.000 pixels).

Dica: mantenha a qualidade e as configurações de tamanho da imagem.

Se precisar fazer artes, você pode utilizar a ferramenta Canva ou outra similar.

Mercado Azul

Análise e orientação sobre anúncios já feitos

O buscador do Sebrae dá prioridade ao título. Então, deixe-o mais próximo do que o cliente irá pesquisar, incluindo expressões-chave .

Exemplo: ao procurar por “geladeira”, encontramos um anúncio cujo título era “Conserto de linha branca”. Mesmo assim ele foi localizado, pois a palavra “geladeira” estava na sua descrição.

Divulgue as promoções com link nos posts das redes sociais da sua empresa.

