

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

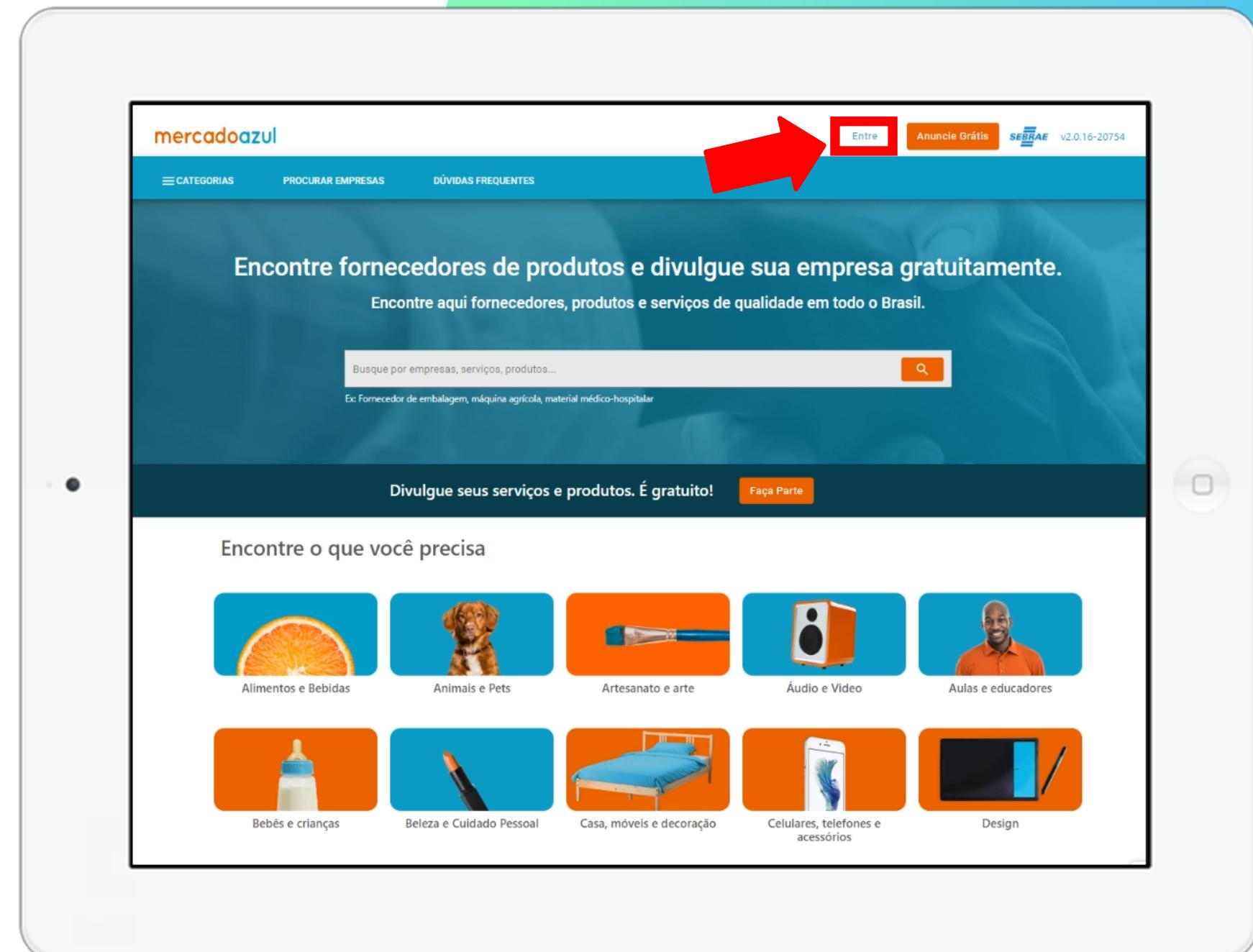
Dica

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.

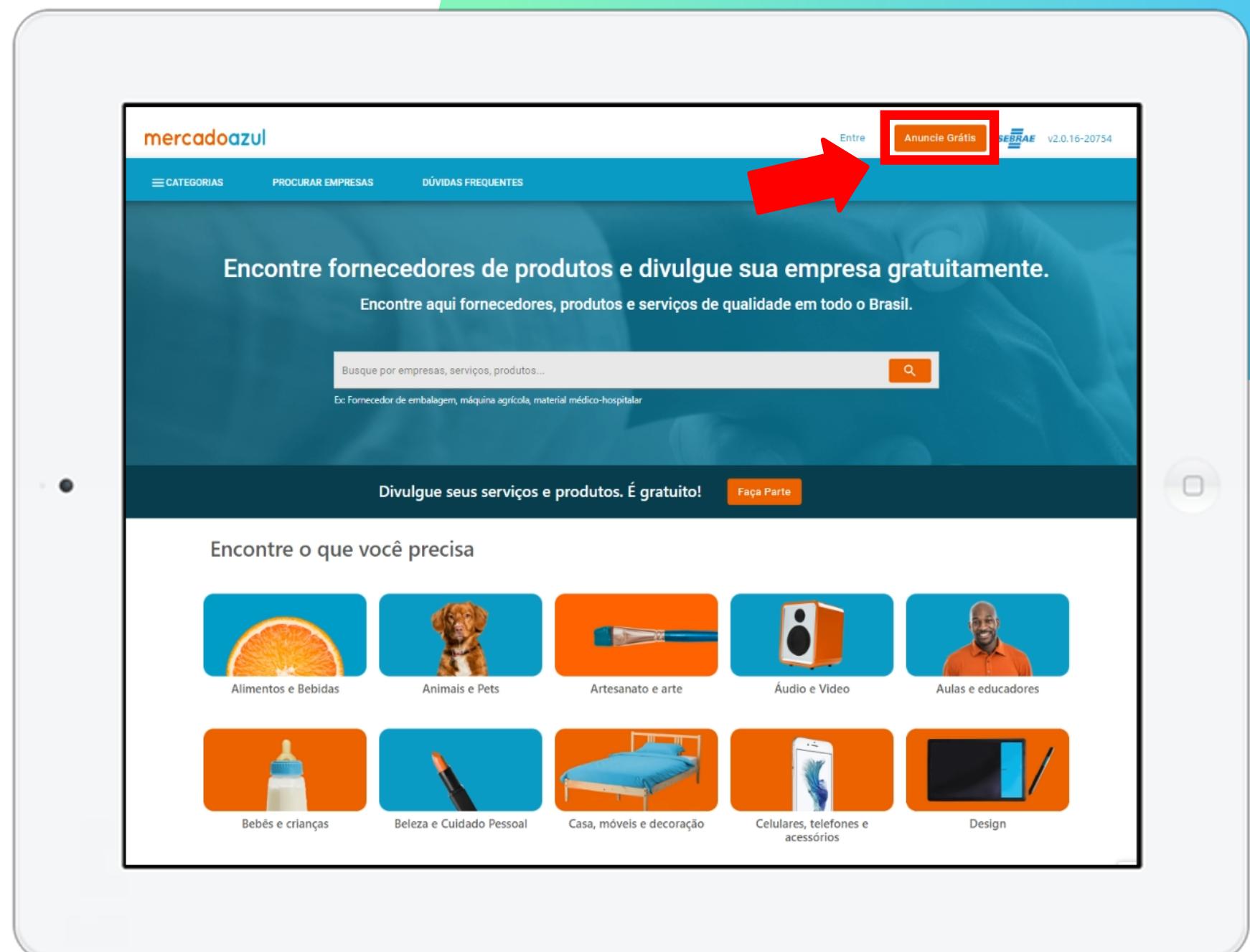
Pronto para começar?

- 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”.



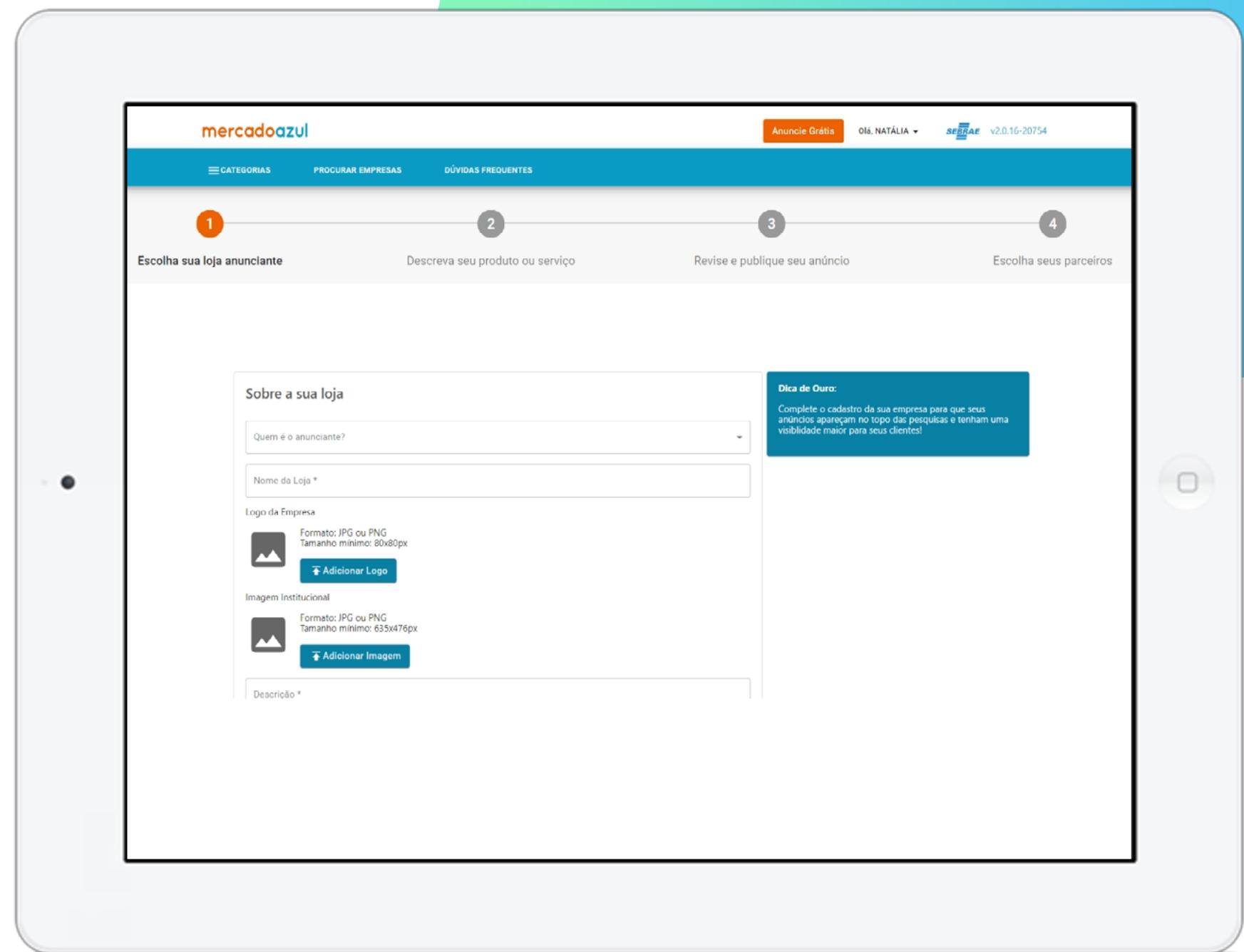
Pronto para começar?

- 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.



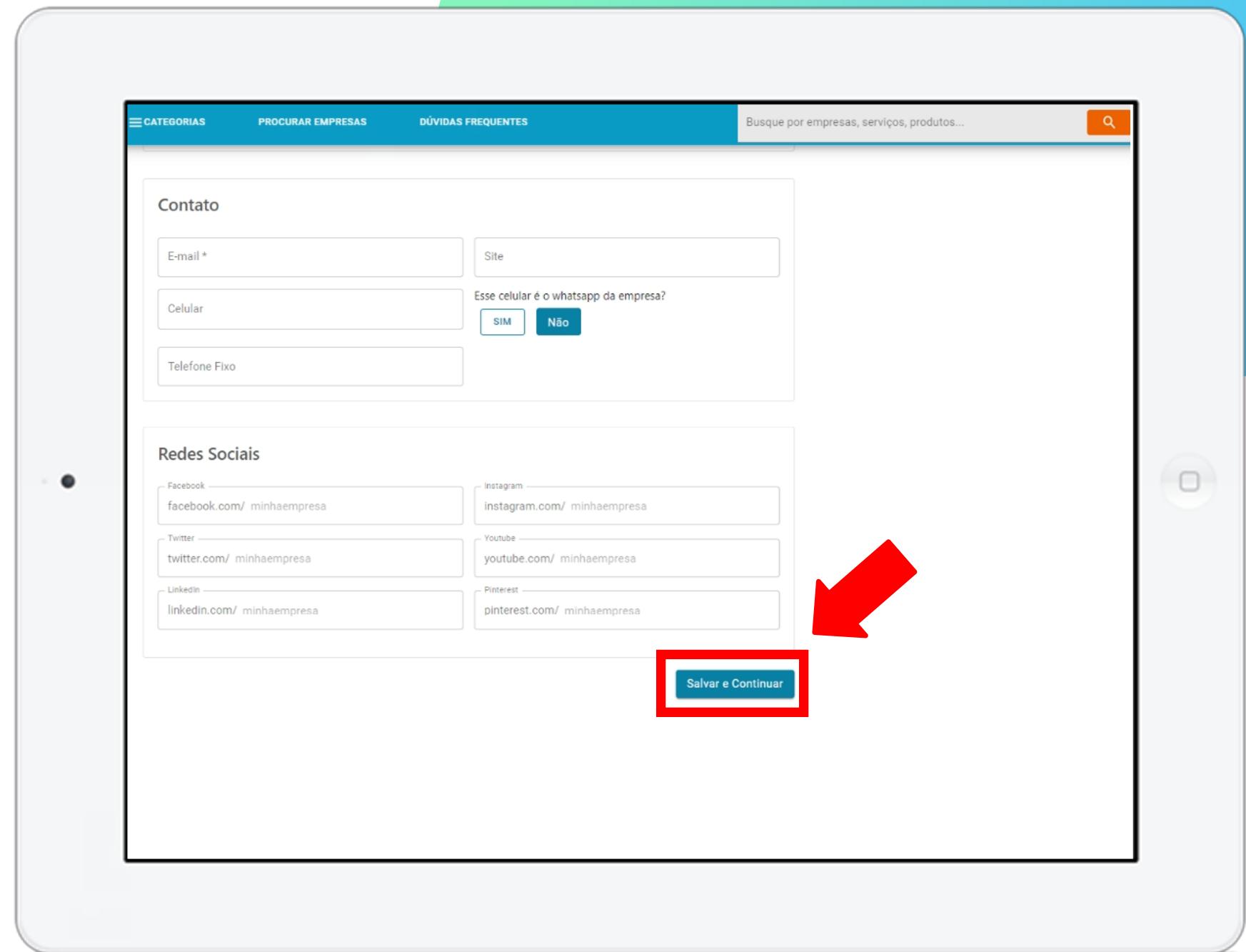
ETAPA 1

- 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.



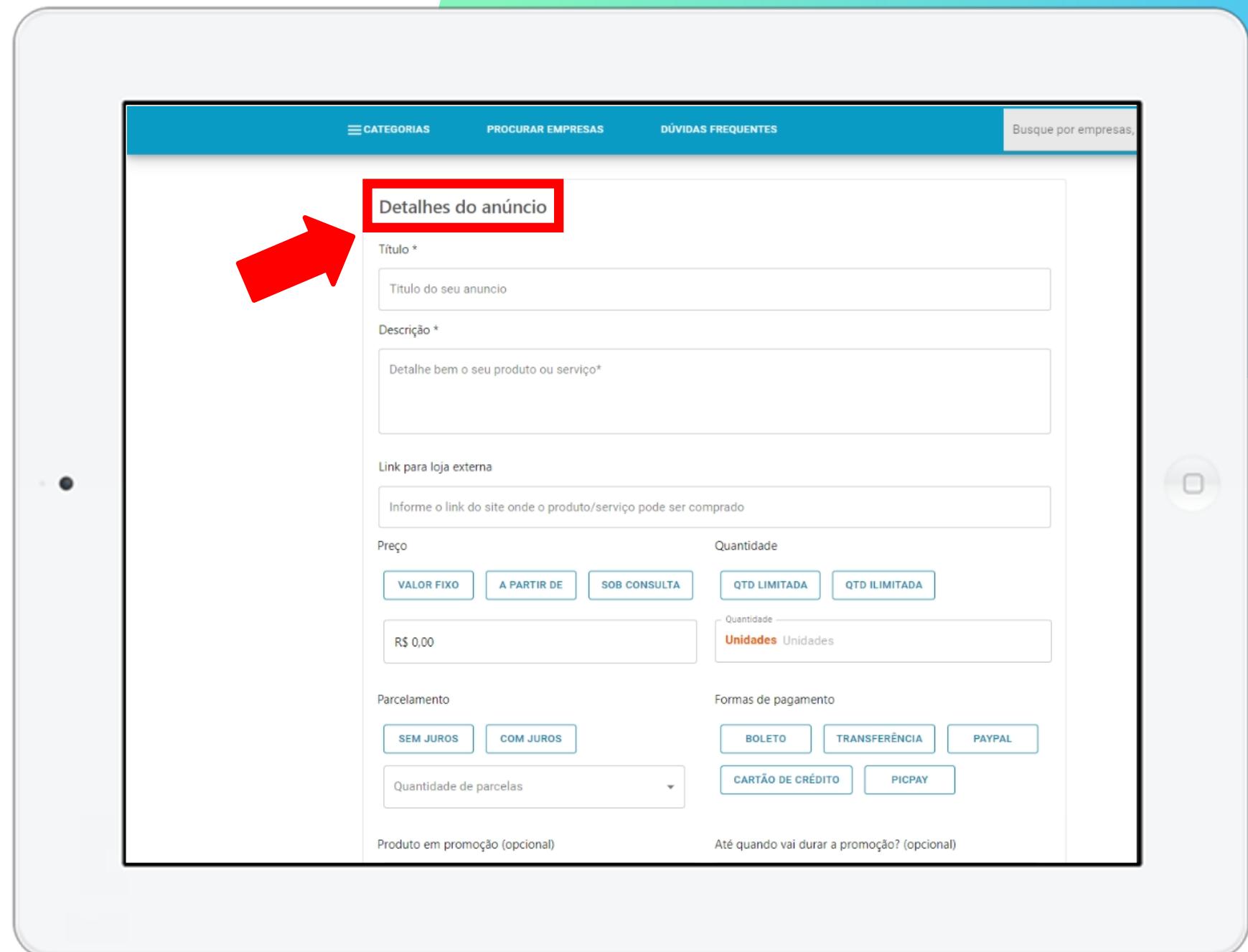
Revise antes de continuar!

- 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”.



ETAPA 2

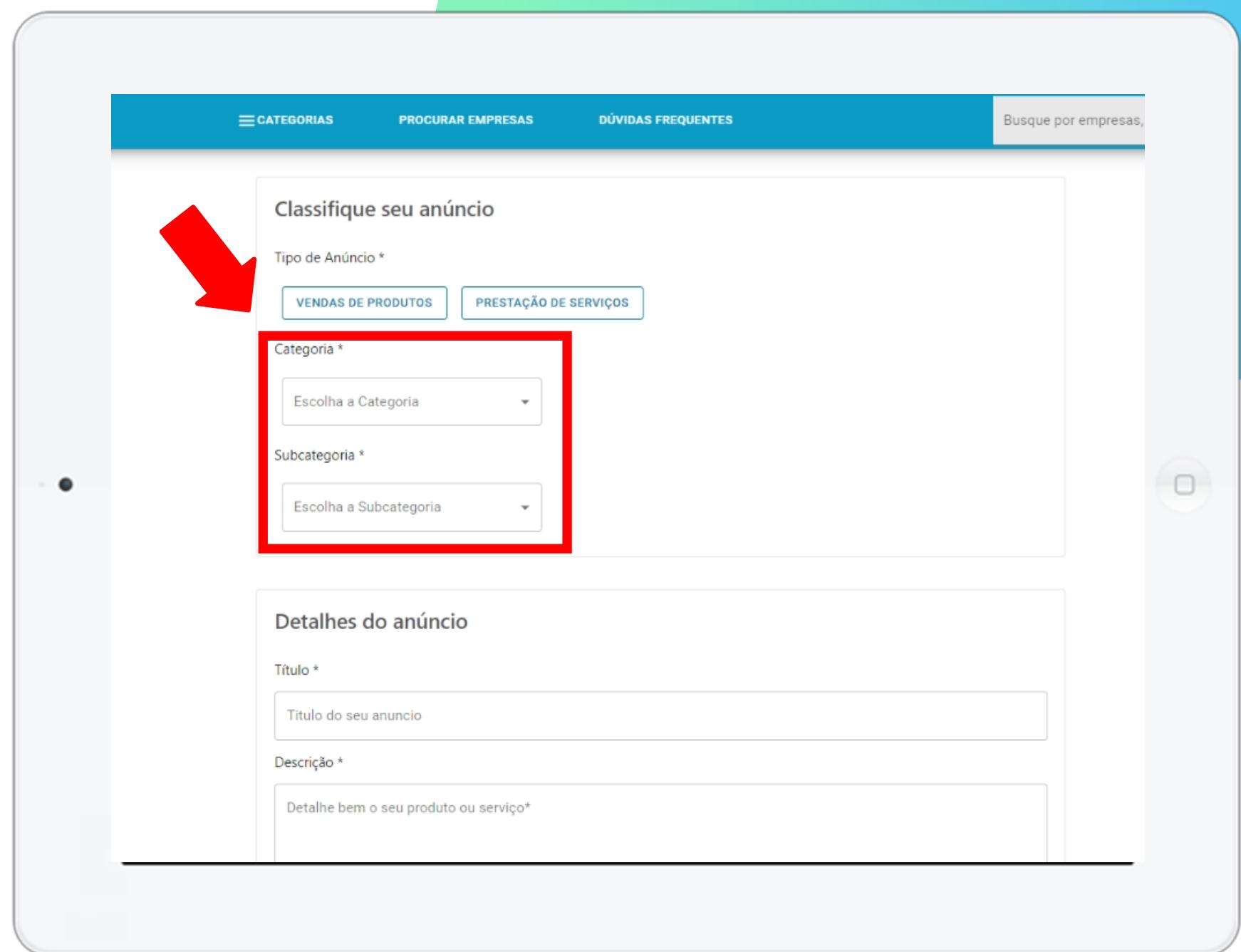
- Chegou o momento de descrever o seu produto ou serviço e classificá-lo;
- Seja criativo! Aproveite para criar um texto que conquiste o cliente. Além disso, seja claro e verdadeiro nas informações que incluir. Links para redes sociais enriquecem o anúncio. Não se esqueça de compartilhar;



The screenshot shows a digital form for creating a Mercado Azul listing. At the top, there are navigation links: 'CATEGORIAS', 'PROCURAR EMPRESAS', 'DÚVIDAS FREQUENTES', and a search bar. The main form is titled 'Detalhes do anúncio'. It includes fields for 'Título *' (Title) and 'Descrição *' (Description), both marked with red asterisks. Below these are sections for 'Link para loja externa' (External store link) and 'Preço' (Price). The 'Preço' section has buttons for 'VALOR FIXO', 'A PARTIR DE', 'SOB CONSULTA', 'QTD LIMITADA', and 'QTD ILIMITADA'. The 'Preço' field contains 'R\$ 0,00'. The 'Quantidade' section has a dropdown labeled 'Unidades' with 'Unidades' selected. Other sections include 'Parcelamento' (Installment) with buttons for 'SEM JUROS' and 'COM JUROS', and 'Formas de pagamento' (Payment methods) with buttons for 'BOLETO', 'TRANSFERÊNCIA', 'PAGSEGURO', 'PAGPAL', 'CARTÃO DE CRÉDITO', and 'PICPAY'. At the bottom, there are optional fields for 'Produto em promoção (opcional)' (Product on promotion) and 'Até quando vai durar a promoção? (opcional)' (Until when the promotion ends).

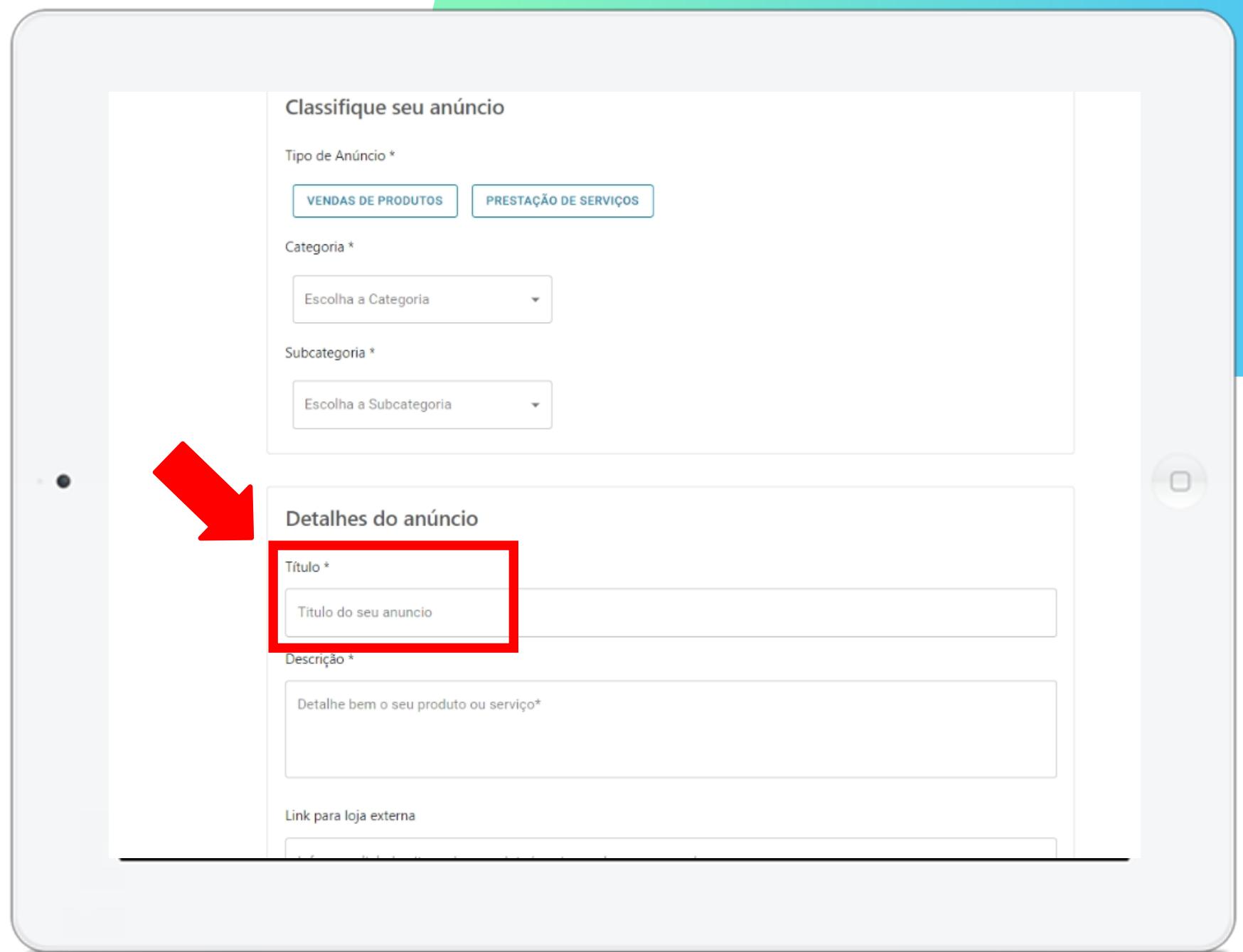
ETAPA 2

- 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;



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 image shows a smartphone displaying a digital form for classifying and detailing an advertisement. The form is divided into two main sections: 'Classifique seu anúncio' (Classify your advertisement) and 'Detalhes do anúncio' (Advertisement details). In the 'Classifique seu anúncio' section, there are fields for 'Tipo de Anúncio' (Advertisement type) with options 'VENDAS DE PRODUTOS' (Product Sales) and 'PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS' (Service Provision) selected, and dropdowns for 'Categoria' (Category) and 'Subcategoria' (Subcategory). In the 'Detalhes do anúncio' section, there is a field for 'Título' (Title) containing the placeholder text 'Título do seu anúncio'. A large red arrow points to this 'Título' field, and the entire 'Detalhes do anúncio' section is enclosed in a red border.

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!

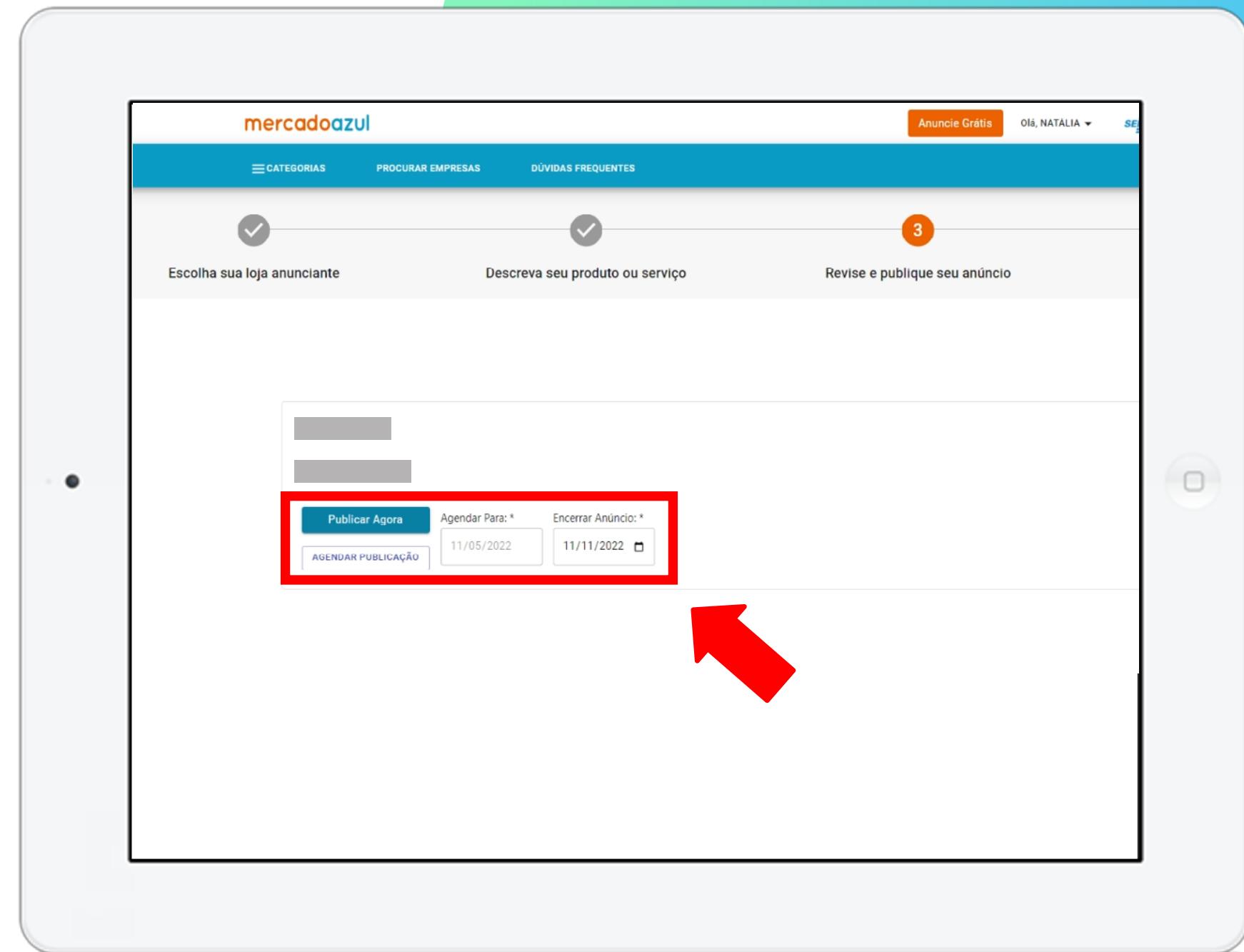
Transmita confiança aos novos clientes compartilhando opiniões de pessoas que ficaram satisfeitas com os seus produtos ou serviços.

- › 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.

