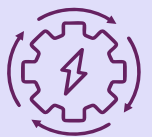


GUIA COMPLETO

ESTRATÉGIAS

para vender mais

nos Marketplaces
em 2026



Introdução



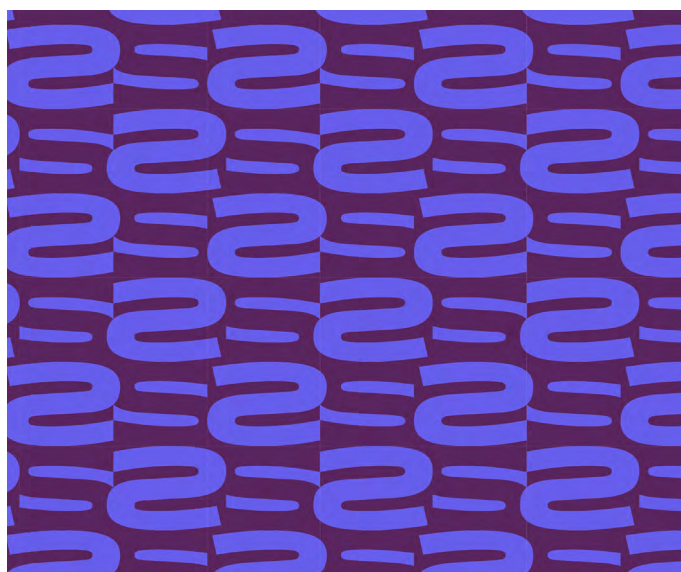
Os marketplaces deixaram de ser apenas vitrines digitais e se tornaram ecossistemas completos de consumo, responsáveis por grande parte das vendas online no Brasil. Em um cenário no qual o consumidor pesquisa, compara e compra onde encontra conveniência, preço e confiança, esses canais se consolidaram como fundamentais para marcas que desejam escalar operação, ganhar visibilidade e competir em um varejo cada vez mais dinâmico.

A Social Digital Commerce é especialista em digitalizar e acelerar operações de venda, integrando estratégia, performance e experiência. Guiada pelo método proprietário **Click To-Growth** e atuando em digital, varejo e expansão, a empresa conecta marcas a novas oportunidades de crescimento. Com presença na América Latina, Europa e Estados Unidos, a Social se posiciona como parceira estratégica para empresas que buscam transformar operação em resultado sustentável.

Este e-book foi desenvolvido pelo time de especialistas da Social Digital Commerce, que vivenciam o dia a dia do digital com foco em marketplace e digital fulfillment.

Nesta publicação reunimos dados, *insights* práticos e diretrizes estratégicas para ajudar empresas a entender por que atuar nesses canais não é apenas uma oportunidade, mas uma vantagem competitiva real.

A Social impulsiona marcas dos segmentos de cosméticos, beleza, pet, moda, bem-estar, alimentos, bebidas e brinquedos a atingirem seu potencial máximo no mercado digital.



1	A força global e nacional dos marketplaces	4
2	Benefícios de vender em marketplaces	8
3	Fatores que determinam sucesso dentro dos marketplaces	12
4	Conteúdo de produto e ficha técnica: impacto na conversão	16
5	Construção de marca dentro dos marketplaces	19
6	Mídia interna e retail media: alavancas de visibilidade	22
7	Operação eficiente como diferencial competitivo	26
8	Conclusão: marketplace como estratégia central de crescimento	31

01

A força global e nacional dos marketplaces



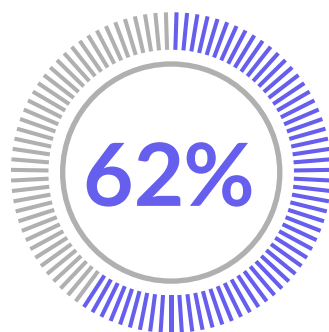
A força global e nacional dos marketplaces


Os marketplaces deixaram de ser coadjuvantes.

Globalmente, eles já respondem por uma parcela expressiva do e-commerce. Em 2024, plataformas de marketplace representaram cerca de 62% das vendas globais de varejo online, movimentando algo em torno de US\$ 2,4 trilhões, segundo dados divulgados pela Euromonitor International, em junho de 2025, na pesquisa [Digital Disruptors: The Global Online Marketplace Landscape in 2025](#).

Plataformas de marketplace | 2024

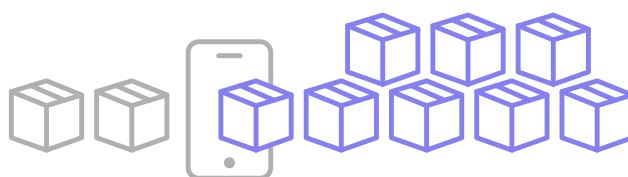
Vendas globais de varejo online




US\$ **2,4 trilhões**

No Brasil, o cenário é ainda mais evidente. Estimativas recentes indicam que cerca de **80% das vendas online do país passam por marketplaces**, segundo dados do [Portal E-commerce Update](#), em matéria publicada em abril de 2025. Isso demonstra que o consumidor já consolidou nesses canais seu comportamento de compra digital — comparando, escolhendo e finalizando dentro das plataformas.

80%
Vendas online em marketplace



Ter presença nos marketplaces significa alcançar o ambiente onde a maior parte das decisões de compra online acontece, com tráfego intenso e público ativo.

Para marcas e sellers, isso representa escala e visibilidade muito maior do que grande parte das lojas próprias conseguiria atingir.



No próximo capítulo, você conhecerá os principais benefícios de vender em marketplaces.

02

Benefícios de vender em marketplaces



Benefícios de vender em marketplaces

Vender em marketplaces traz uma série de vantagens estratégicas e operacionais:

- **Alcance imediato e tráfego qualificado**

o cliente já chega com intenção de compra, pronto para comparar e decidir. Isso elimina etapas de educação e top-of-funnel.

- **Velocidade de vendas e giro de estoque**

produtos podem ganhar visibilidade rápida, o que ajuda a girar SKUs mais lentos ou lançar novidades com força. Quando o sortimento é bem trabalhado, cria-se um efeito positivo: visibilidade → vendas → mais visibilidade.

- **Competitividade orientada por dados**

é necessário monitorar preço, concorrência, frete e demanda. Esse ambiente estimula disciplina, agilidade e eficiência comercial.

- **Confiança e credibilidade para o consumidor**

marketplaces oferecem segurança percebida — reputação, reviews, política de devolução, logística estruturada — o que reduz o atrito na decisão de compra.

- **Modelo de mídia interna eficaz**

ferramentas de retail media dentro dos marketplaces possibilitam anúncios concentrados, melhor visibilidade e aceleração de performance com retorno mais mensurável.



Esses benefícios tornam o marketplace não apenas um canal de vendas, mas um **motor de crescimento** para marcas que buscam escala e consistência.

Para garantir crescimento contínuo dentro das plataformas, **alguns fatores são determinantes**, e você os conhecerá no capítulo 3.

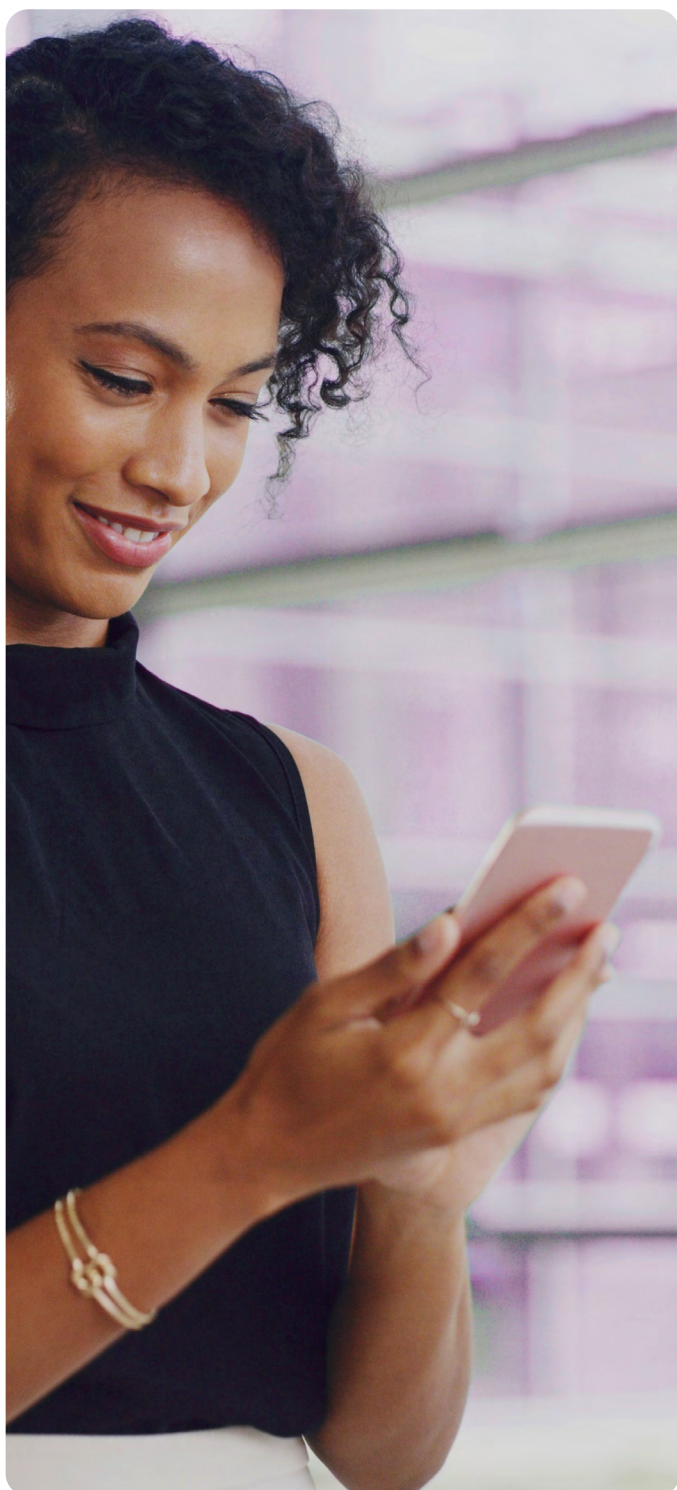


03

Fatores que determinam sucesso dentro dos marketplaces



Fatores que determinam sucesso dentro dos marketplaces



Não basta estar presente — é preciso operar com excelência para extrair valor real. Três vetores estruturam performance alta:

- **Preço competitivo**

com consumidores comparando ofertas lado a lado, manter preço alinhado ao mercado é essencial para conversão, relevância e posicionamento.

- **Logística e frete eficiente**

oferecer frete rápido, rastreável e confiável fortalece a experiência do comprador e melhora reputação, resultando em mais vendas.

- **Gestão de estoque e operação consistente**

evitar rupturas, atrasos ou cancelamentos, com controle de estoque, entregas no prazo e atendimento eficiente. A operação é tão crítica quanto preço e produto — falhas aqui prejudicam visibilidade e confiança.



Sellers que dominam esses fatores aumentam significativamente suas chances de crescimento sustentável.

Além disso, conteúdo estruturado desempenha papel essencial.



04

Conteúdo de produto e ficha técnica: impacto na conversão



Conteúdo de produto e ficha técnica: impacto na conversão

Dentro de marketplaces, o conteúdo é decisivo para transformar curiosidade em compra. Produtos com:



boas imagens



**descrições
claras
e completas**



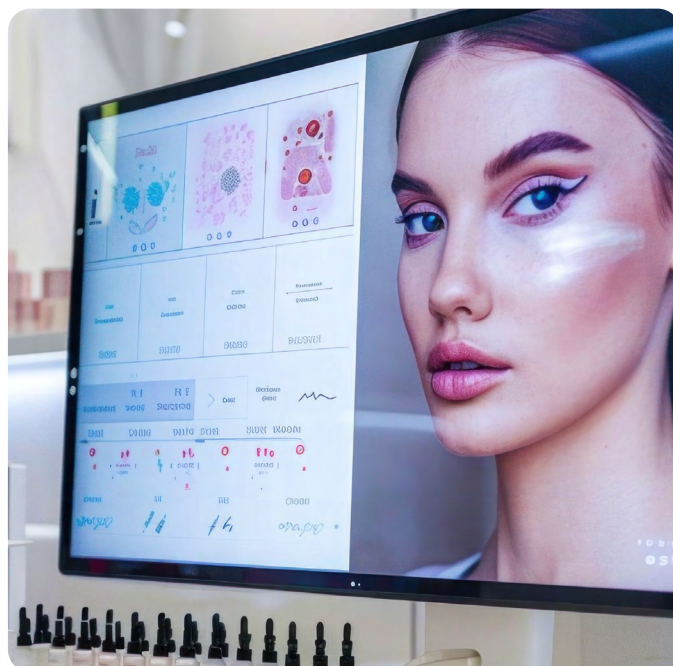
**títulos
otimizados**



**especificações
técnicas
detalhadas**

tendem a ter taxas de conversão mais altas. Isso porque o consumidor compara, avalia e decide com base nas informações disponíveis. Quando há clareza, ele compra com confiança; quando falta informação, as dúvidas impedem a conversão.

Conteúdo bem estruturado também reduz devoluções e reclamações, o que fortalece a reputação da loja dentro da plataforma e contribui para o branding, tema abordado no capítulo seguinte.



05

**Construção
de marca dentro
dos marketplaces –
sim, é possível**



Construção de marca dentro dos marketplaces – sim, é possível

Mesmo em um ambiente padronizado e competitivo, marcas têm espaço para se diferenciar. Através de:

Lojas oficiais

Layout e identidade visual consistentes

Conteúdo de qualidade

Atendimento e embalagem caprichados

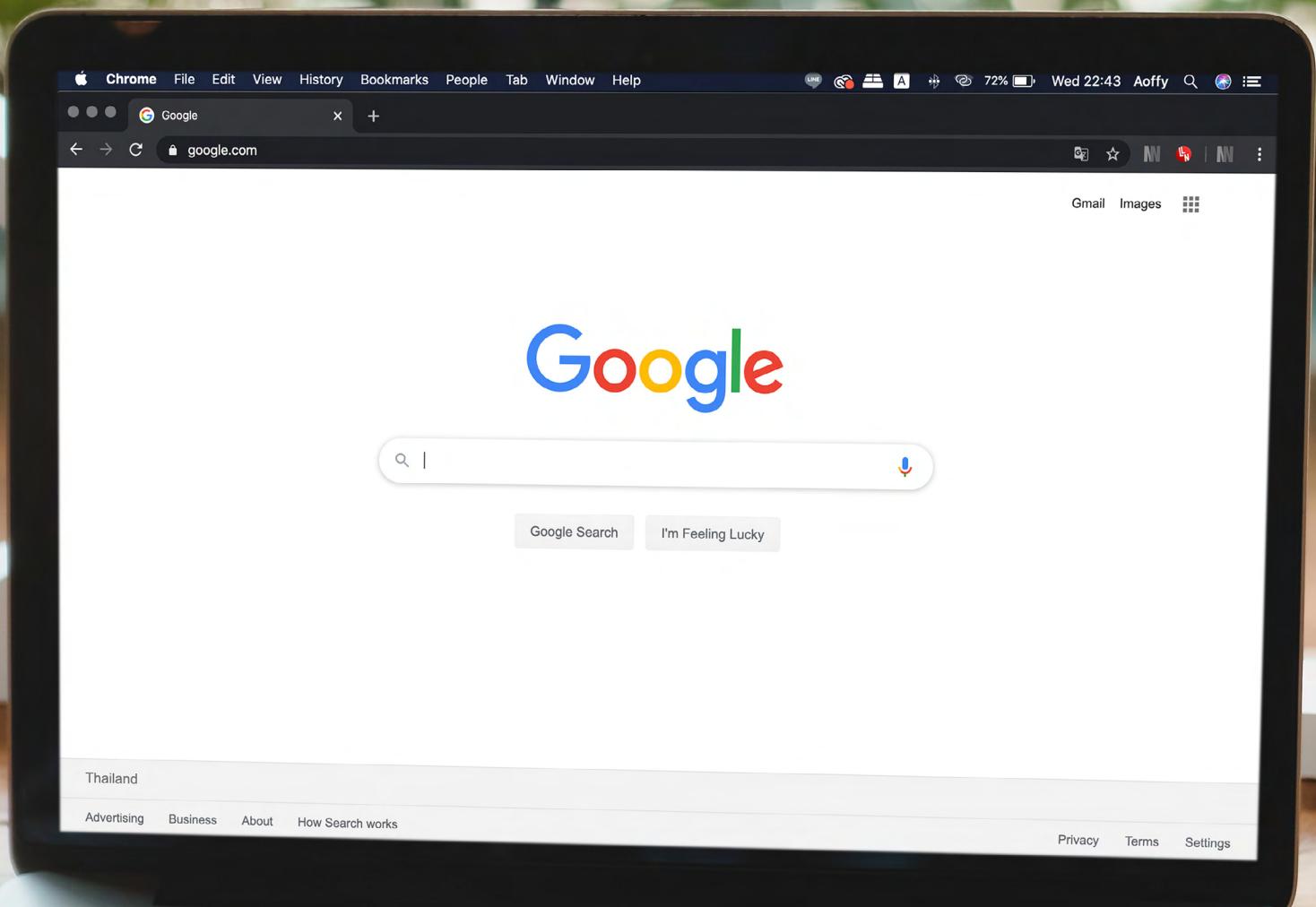


é possível gerar percepção de valor, confiança e profissionalismo. Isso ajuda a transformar compradores ocasionais em clientes recorrentes, construindo reputação e longevidade no canal.

Quando se fala em construção de marca, é essencial unir estratégia e anúncios. Nos marketplaces, a combinação dessas frentes também impulsiona resultados e diferencia quem investe em branding enquanto mantém performance.

06

Mídia interna e retail media: alavancas para visibilidade e performance



Mídia interna e retail media: alavancas para visibilidade e performance

As ferramentas de mídia interna dos marketplaces (retail media) evoluíram e hoje são fundamentais para quem busca escala rápida. Com anúncios pagos, destaque de produtos nas buscas, campanhas de visibilidade e promoções internas, as marcas podem:



alcançar mais rapidamente o topo da vitrine;

acelerar a rotatividade de estoque;

melhorar ranking orgânico com volume de vendas;

reduzir dependência de mídia externa;

integrar campanhas externas (Google, Meta, TikTok) apontando para páginas nas plataformas.

Essa combinação de mídia e algoritmo transforma o marketplace em um canal de alta performance e retorno previsível.

Após aplicar todas as recomendações anteriores com estratégia, organização e especialistas qualificados, o cliente realiza a compra e entramos em outro diferencial dos marketplaces:

a entrega das mercadorias.



07

Operação eficiente como diferencial competitivo



social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

social
Unlimited digital commerce
modular ecosystem

15
Faturamento

16
Faturamento

18
Faturamento

19
Faturamento

20
Faturamento

Wap
DE IMPACTO

Wap
DE IMPACTO

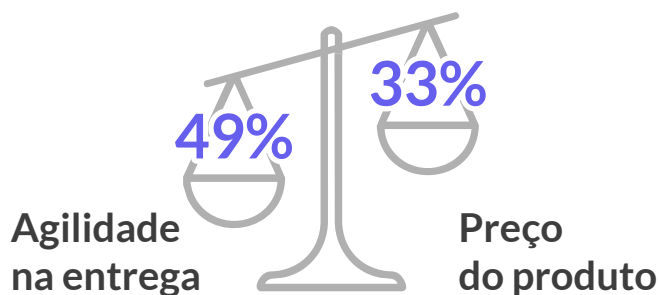
Wap
DE IMPACTO

Operação eficiente como diferencial competitivo

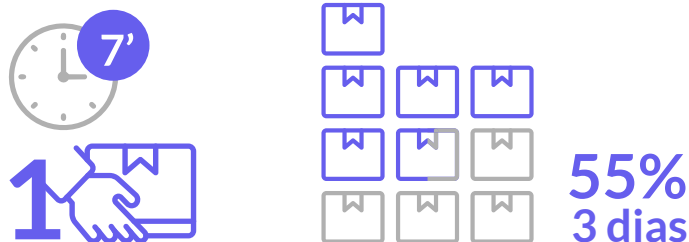
A operação é a base do sucesso no comércio via marketplace. Entrega rápida e confiável, estoque atualizado, atendimento pós-venda ágil e cumprimento rigoroso de prazos são fatores que impactam diretamente a reputação do seller, o ranqueamento dos produtos e a visibilidade dentro da plataforma.

Por que a entrega importa mais do que nunca

- Um levantamento recente (divulgado no [Valor Econômico](#)) mostrou que a agilidade na entrega pesa mais (49%) do que o preço do produto (33%) na decisão de compra online no Brasil.

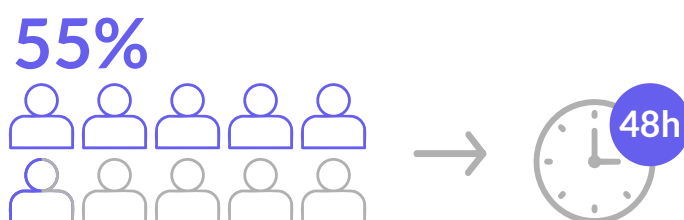


- Em 2025, no Brasil, o e-commerce atingiu a marca de “uma entrega a cada 7 segundos”, com 55% dos pacotes chegando aos consumidores em até três dias. ([Mercado&Consumo](#)).



- Globalmente, o padrão de expectativa do consumidor evoluiu: cerca de 55% dos compradores esperam receber seus pedidos dentro de 48 horas, de acordo com divulgados pela Salessio, na pesquisa [Top 70+ Economy Delivery Statistics](#).

Expectativa no recebimento



Impacto da operação eficiente na conversão e fidelização



- Estudos mostram que quando a **entrega é rápida**, a taxa de recompra cresce significativamente: clientes que **recebem pedidos em 1-2 dias** tendem a comprar novamente com maior frequência. ([Lava Fulfillments, dezembro de 2024](#));
- Problemas de entrega — como atrasos, falta de rastreamento ou pacotes danificados — têm **impacto severo na lealdade**: em uma pesquisa recente, quase 60% dos consumidores relataram ter vivenciado pelo menos um problema de entrega nos últimos três meses, de acordo com a pesquisa *How delivery frustrations impact repeat purchases*, da [Sendcloud](#).
- A pesquisa [Ecommerce Shipping Statistics: Key Trends & Insights for 2025, do Click Post](#), explica que transparência e rastreamento também contam: cerca de **73% dos compradores dizem que esperam acompanhar a rota do pedido** e receber notificações do andamento da entrega.

Quando a operação funciona bem, o vendedor constrói confiança. Essa confiança se traduz em reputação positiva, melhores avaliações, destaque no algoritmo do marketplace e, conseqüentemente, mais visibilidade e vendas — criando um ciclo sustentável de crescimento.

O que isso significa para marcas e sellers?

Para se destacar no marketplace e garantir performance real com consistência, não basta oferecer bom preço e produto competitivo. É essencial:

Estruturar logística e fulfillment para entregar com rapidez

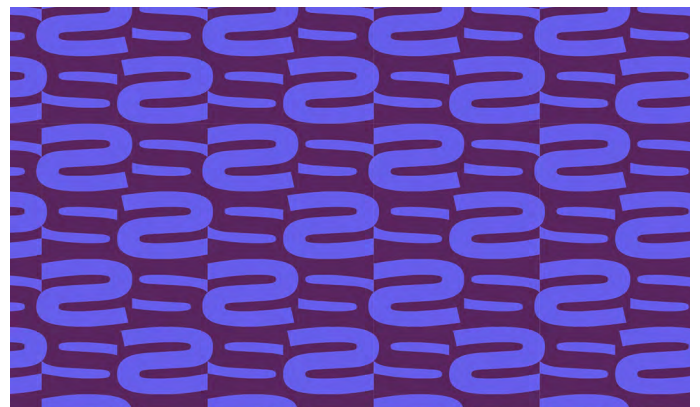
Manter estoque atualizado e sistemas de expedição eficientes

Garantir rastreamento e comunicação clara com o cliente

Tratar com agilidade pós-venda, problemas e devoluções



Marcas que dominam esse pilar transformam a operação em vantagem competitiva, reputação e crescimento sustentável.



08

**Conclusão
Marketplace não é só
canal – é estratégia
de crescimento**



Conclusão: Marketplace não é só canal – é estratégia de crescimento

Os marketplaces representam hoje o principal hub de consumo digital no Brasil e no mundo.

Para marcas que desejam crescer com escala, visibilidade e eficiência, operar nesses canais com excelência, consistência e inteligência comercial não é uma opção – é uma necessidade.

Quando combinamos:



preço
competitivo



operação
eficiente



conteúdo
de qualidade



mídia
estratégica



e foco
em reputação

temos um ecossistema completo
de crescimento sustentável.

Vender em marketplaces deixa de ser apenas mais um canal para se tornar um motor de expansão, visibilidade e profissionalização do negócio.

Agora que você já sabe mais sobre
e porque vender em marketplaces, chegou
o momento de escalar sua operação!

 **Fale com nosso time**

e descubra como o método Click-To-Growth
pode impulsionar
o crescimento do seu negócio.



 socialsa.com

 [Social Digital Commerce](#)

 [socialdigitalcommerce](#)