

# Do Zero à Primeira Venda

O guia honesto pra começar a vender em marketplace — sem promessa milagrosa, com a matemática real.



# 1. Por que vender em marketplace em 2026

Se você está pensando em começar a vender online, deixa eu te dar três números que mudam a conversa.

**Primeiro:** o e-commerce brasileiro movimentou mais de **R\$ 200 bilhões por ano**, e a fatia dos marketplaces passa de **75% de todo esse volume**. Traduzindo: de cada 4 reais gastos online no Brasil, 3 passam por Shopee, Mercado Livre, Amazon e companhia. O comprador já está lá — você não precisa convencer ninguém a entrar no site.

## R\$ 200 bi

o que o e-commerce BR movimenta por ano

75% disso passa por marketplaces

**Segundo:** o Brasil tem mais de **90 milhões de compradores online ativos**. Isso é quase metade da população adulta comprando pela internet com frequência. E esse número só cresce, puxado por Pix, frete subsidiado e o hábito que a pandemia consolidou de vez.

**Terceiro:** o Mercado Livre sozinho entrega mais de **1 milhão de pacotes por dia** no Brasil, e a Shopee ultrapassou a marca de **3 milhões de vendedores brasileiros cadastrados**. A infraestrutura de logística, pagamento e antifraude que custaria milhões pra você construir já está pronta — e você aluga ela pagando comissão por venda.

### 90 mi

Compradores online no BR

quase metade da população adulta

### 1 mi+

Pacotes/dia no ML

só Mercado Livre, só no Brasil

### 3 mi+

Vendedores na Shopee

cadastrados no país

É por isso que marketplace é o caminho mais curto entre "quero vender" e "vendi". Você não precisa de site, não precisa de tráfego pago no dia 1, não precisa de gateway de pagamento. Precisa de produto, preço certo e anúncio bem feito.

**Regra de ouro:** marketplace não é o lugar onde você constrói marca primeiro. É o lugar onde você constrói **caixa** primeiro. Marca vem depois, com lucro no bolso.

O resto deste ebook é o passo a passo pra sua primeira venda sair o quanto antes — sem atalho furado e sem promessa de ficar rico em 30 dias.

## 2. CPF, CNPJ ou MEI: como começar do jeito certo

Dá pra vender como pessoa física? Dá. Deve? Depende do seu momento. A real é essa: começar com CPF serve pra **validar** — testar se o produto gira. Mas quem leva a sério migra pra CNPJ rápido, porque os marketplaces limitam recursos pra pessoa física e fornecedor bom só vende pra CNPJ.

| Critério                         | CPF (pessoa física)                        | MEI                                                    | CNPJ (ME/Simples)                             |
|----------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Custo pra abrir                  | Zero                                       | Zero (abre online em minutos)                          | Contador (~R\$ 100–300/mês)                   |
| Imposto mensal                   | IR sobre ganho (complicado)                | Taxa fixa (~R\$ 70–80/mês, DAS)                        | Simples Nacional (~4% a 11,5% do faturamento) |
| Limite de faturamento            | Sem limite formal, mas Receita cruza dados | R\$ 81 mil/ano (~R\$ 6.750/mês)                        | R\$ 4,8 milhões/ano no Simples                |
| Nota fiscal                      | Não emite NF-e de produto                  | Emite (precisa de inscrição estadual p/ NF-e de venda) | Emite normalmente                             |
| Compra de fornecedor/atacado     | Difícil — maioria exige CNPJ               | Sim                                                    | Sim                                           |
| Acesso a recursos do marketplace | Limitado (catálogo, full, crédito)         | Completo                                               | Completo                                      |
| Funcionário                      | —                                          | 1 no máximo                                            | Sem trava prática                             |



### O caminho mais rápido

Abra o MEI na primeira semana: é grátis, sai em minutos no portal do governo e destrava fornecedor, nota fiscal e recursos da plataforma. Migre pra ME só quando o faturamento encostar nos R\$ 6.750/mês (teto de R\$ 81 mil/ano).

**Recomendação prática:** abra o **MEI** já na primeira semana. É grátis, leva minutos no portal do governo, e te destrava fornecedor, nota fiscal e recursos da plataforma. Atenção: nem toda atividade cabe no MEI — comércio varejista em geral cabe. Quando o faturamento encostar em R\$ 6 mil/mês com consistência, converse com um contador sobre migrar pra ME antes de estourar o teto.

**Regra de ouro:** informalidade não é economia, é dívida com juros. Marketplace reporta tudo pra Receita Federal (e-Financeira). Comece pequeno, mas comece certo.

### 3. Shopee vs Mercado Livre: onde abrir a primeira loja

As duas gigantes têm perfis diferentes — e a escolha do primeiro canal muda sua margem e seu tipo de cliente.

**14%**

Comissão Shopee

+ R\$4 fixo + 6% frete grátis

**11–19%**

Comissão ML

varia por categoria

**+alto no ML**

Ticket médio

R\$80–250 vs R\$30–80 na Shopee

| Critério                   | Shopee                                                              | Mercado Livre                                                              |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Comissão                   | <b>14% + R\$ 4,00 fixo</b> por item vendido                         | <b>11% a 19%</b> conforme categoria e tipo de anúncio                      |
| Programa de frete grátis   | <b>+6%</b> adicional (opcional, mas quase obrigatório pra competir) | Vendedor subsidia parte do frete acima de R\$ 79 (% varia com reputação)   |
| Taxa fixa em itens baratos | Já embutida no R\$ 4,00                                             | <b>R\$ 6,25 a R\$ 6,75</b> por unidade em produtos <b>abaixo de R\$ 79</b> |
| Ticket médio típico        | Mais baixo (R\$ 30–80)                                              | Mais alto (R\$ 80–250+)                                                    |
| Público                    | Caçador de oferta, compra por impulso, mobile                       | Compra planejada, busca confiança e entrega rápida                         |
| Logística                  | Coleta/agência, prazos maiores                                      | Mercado Envios, Flex e Full — entrega mais rápida do mercado               |
| Concorrência               | Brutal em preço                                                     | Brutal em reputação e velocidade                                           |
| Curva de entrada           | Mais fácil — primeira venda sai rápido                              | Mais lenta — sem reputação você aparece menos                              |

**Na prática:** produto barato e de impulso (acessório, utilidade doméstica, papelaria) → Shopee primeiro. Produto de ticket mais alto ou técnico (ferramenta, eletrônico, peça automotiva) → Mercado Livre, porque o fixo de R\$ 6,25–6,75 destrói margem de item barato e o público paga mais por confiança.



### Regra de bolso pra escolher

Item de impulso e barato (R\$30–80)? Shopee. Item técnico ou de ticket alto (R\$80+)? Mercado Livre. A taxa fixa de R\$6,25–6,75 do ML aniquila a margem de produto barato — não force a barra.

**Regra de ouro:** comece em **UM** canal e aprenda o jogo dele. Quem abre dois canais no dia 1 erra nos dois ao mesmo tempo.

Faça a conta com a SUA margem antes de decidir — a seção 5 te dá a fórmula exata.

## 4. Como escolher o primeiro produto

O primeiro produto não é pra te deixar rico. É pra te ensinar o jogo gastando pouco. Use estes 4 critérios como filtro — o produto precisa passar nos quatro:

**Critério 1 — Margem que sobrevive à comissão.** Depois de pagar comissão (14–20% efetivos), imposto e embalagem, precisa sobrar pelo menos 15–20% de margem líquida. Produto que você compra a R\$ 10 e o mercado vende a R\$ 15 está morto antes de nascer. Procure relação de **pelo menos 2,5x a 3x** entre custo e preço de venda praticado nos anúncios líderes.

**Critério 2 — Leve e pequeno.** Frete é o assassino silencioso do iniciante. Produto até ~1 kg e que caiba em caixa pequena tem frete barato, menos avaria e menos devolução por dano. Esqueça móvel, vidro e líquido no começo.

**Critério 3 — Demanda comprovada, concorrência atacável.** Você quer produto que **já vende** (procure anúncios com centenas de vendas), mas onde os líderes têm falha visível: foto ruim, título preguiçoso, sem variação de cor, nota abaixo de 4,7. Se os 10 primeiros anúncios são lojas oficiais com milhares de vendas e nota 4,9 — fuja, esse mar tem tubarão demais.

**Critério 4 — Sem complicação regulatória ou de pós-venda.** Nada de produto que exige ANVISA, certificação Anatel/Inmetro, ou que quebra/falha fácil (eletrônico genérico é fábrica de devolução). Iniciante não tem gordura pra absorver disputa e devolução em série.

### 1 Margem sobrevive

Relação de 2,5x a 3x entre custo e preço praticado. Sobra mínima de 15–20% líquido depois de tudo.

### 2 Leve e pequeno

Até ~1 kg, cabe em caixa pequena. Frete barato, menos avaria, menos devolução por dano.

### 3 Demanda comprovada

Produto que já vende (centenas de vendas), mas com líderes atacáveis: foto ruim, nota abaixo de 4,7.

### 4 Sem dor regulatória

Nada de ANVISA, Anatel/Inmetro ou eletrônico genérico. Iniciante não absorve disputa em série.

**Regra de ouro: o melhor primeiro produto é chato e que gira.** Produto "apaixonante" vicia o dono no próprio gosto; produto que gira ensina o mercado.

Compre um lote pequeno (10–30 unidades). Seu objetivo é validar, não encher o quarto de estoque.

## 5. A fórmula de precificação que protege sua margem

O erro número 1 do iniciante: pegar o custo, somar "uns 30%" e achar que tem lucro. Não tem — porque comissão e imposto incidem sobre o **preço de venda**, não sobre o custo. A fórmula certa é o **markup divisor**:

$$\text{Preço} = \text{Custos em R\$} \div (1 - \% \text{comissão} - \% \text{imposto} - \% \text{margem})$$

Onde:

- **Custos em R\$** = tudo que é valor fixo em reais: custo do produto + embalagem + taxa fixa do marketplace + frete subsidiado (se houver);
- **%comissão** = percentual do marketplace sobre a venda;
- **%imposto** = sua alíquota efetiva (MEI: praticamente zero sobre a venda; Simples: comece estimando 6–8%);
- **%margem** = o lucro que você QUER, decidido antes, não o que sobra.

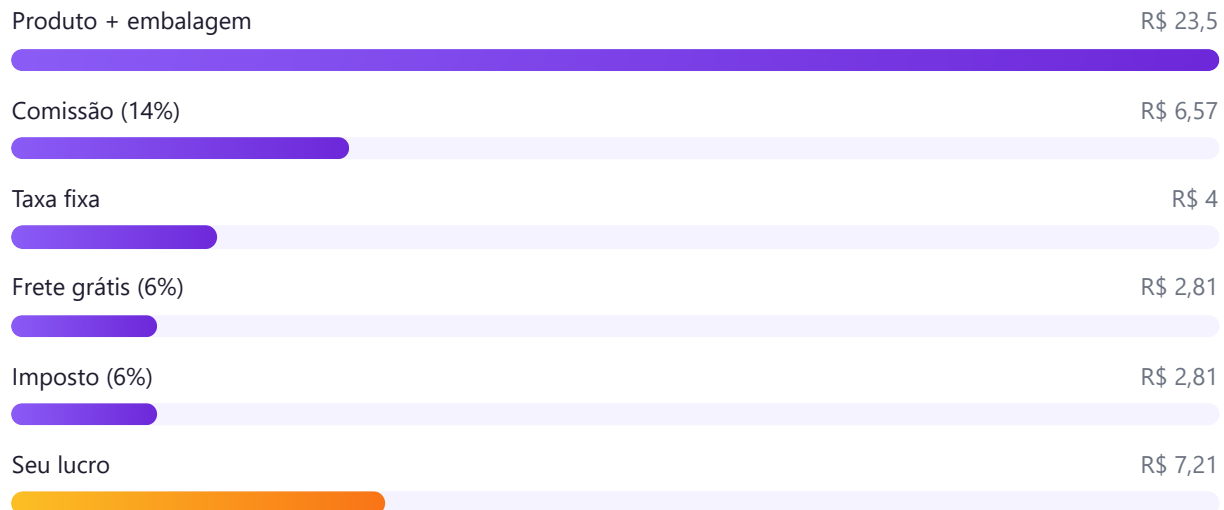
**Exemplo numérico real (Shopee, com frete grátis):**

| Item                        | Valor             |
|-----------------------------|-------------------|
| Custo do produto            | R\$ 22,00         |
| Embalagem                   | R\$ 1,50          |
| Taxa fixa Shopee            | R\$ 4,00          |
| <b>Total custos em R\$</b>  | <b>R\$ 27,50</b>  |
| Comissão Shopee             | 14%               |
| Programa frete grátis       | 6%                |
| Imposto (Simples, estimado) | 6%                |
| Margem desejada             | 15%               |
| <b>Soma dos percentuais</b> | <b>41% (0,41)</b> |

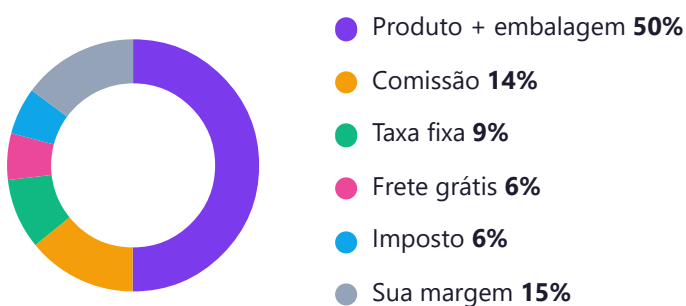
$$\text{Preço} = 27,50 \div (1 - 0,41) = 27,50 \div 0,59 = \text{R\$ } 46,61 \rightarrow \text{arredonde pra } \text{R\$ } 46,90.$$

Confere: de R\$ 46,90, saem R\$ 6,57 (14%), R\$ 2,81 (6%), R\$ 2,81 (imposto), R\$ 4,00 (fixo), R\$ 23,50 (produto+embalagem). Sobram **~R\$ 7,21 ≈ 15,4%**. Fecha.

### Pra onde vão os R\$ 46,90 do exemplo



### Decomposição do preço de venda



**Regra de ouro:** se o preço da fórmula ficar acima do que o mercado paga, o problema não é a fórmula — é o seu custo. Negocie fornecedor ou troque de produto. **Nunca** resolva apagando a margem.

## 6. Anatomia do anúncio perfeito

Anúncio em marketplace tem dois empregos: **aparecer** na busca (algoritmo) e **converter** quem clicou (humano). O checklist abaixo cobre os dois.



### O anúncio tem 2 chefes

O algoritmo decide se você APARECE (título, ficha técnica, atributos preenchidos). O humano decide se você CONVERTE (fotos, vídeo, descrição que mata objeção). Um anúncio campeão agrada os dois ao mesmo tempo.

### Checklist do anúncio que vende:

- ☐ **Título com fórmula:** Produto + Marca/Modelo + Característica principal + Variação/Medida. Ex.: "Organizador de Gaveta Plástico 30x20cm Divisórias Ajustáveis Branco". Use as palavras que o cliente digita, não as que você acha bonitas. Nada de "PROMOÇÃO!!" no título — isso é vaga de palavra-chave desperdiçada.
- ☐ **Foto principal:** fundo branco/limpo, produto ocupando 80% do quadro, nítida, sem logo ou texto poluindo (no ML, fundo branco é regra pra foto de capa).
- ☐ **6 a 9 fotos no total:** produto em uso, escala (na mão, ao lado de objeto conhecido), detalhe de acabamento, conteúdo da embalagem, tabela de medidas em imagem.
- ☐ **Vídeo de 15–30 segundos:** na Shopee, anúncio com vídeo converte visivelmente mais. Celular na mão resolve — mostre o produto funcionando.
- ☐ **Descrição que mata objeção:** o que é, pra que serve, medidas exatas, material, o que vem na caixa, compatibilidade. Escreva pensando nas 5 perguntas que o cliente faria.
- ☐ **Ficha técnica 100% preenchida:** todo atributo vazio é ranking jogado fora. O algoritmo usa a ficha pra te indexar nos filtros.
- ☐ **Variações no mesmo anúncio** (cor/tamanho): concentra vendas e avaliações num anúncio só, em vez de pulverizar.
- ☐ **Preço com psicologia:** R\$ 46,90 em vez de R\$ 47,00; e aproveite cupons/campanhas da plataforma.

**Regra de ouro:** seu anúncio compete com os 5 vizinhos da mesma tela. Abra os 5 melhores do seu nicho, anote o que eles têm — e faça **uma coisa a mais** que nenhum deles faz.

## 7. A primeira semana: o que fazer do D1 ao D7

Plano de ação direto, um dia de cada vez. Em 7 dias você sai do zero pra loja no ar com anúncio rodando.

### 1 D1 — Cadastro

Abra o MEI, crie a conta de vendedor, preencha 100% do perfil da loja e cadastre a conta bancária.

### 2 D2 — Fornecedor

Feche o lote de 10–30 unidades com nota fiscal de entrada. Compre as embalagens.

### 3 D3 — Anúncio

Fotos e vídeo com boa luz. Escreva título, descrição e ficha técnica. Não publique ainda — durma sobre o texto.

### 4 D4 — Precificar e publicar

Rode a fórmula com seus números, confira 5 concorrentes e publique. Ative o frete grátis (Shopee).

### 5 D5 — Atendimento

Mensagens automáticas configuradas. Responda QUALQUER pergunta em menos de 1 hora.

### 6 D6 — Primeiro impulso

Cadastre em campanhas gratuitas (ofertas relâmpago, cupom) e ative crédito de ads de boas-vindas.

### 7 D7 — Revisão

Veja impressões, cliques e perguntas. Ajuste título/foto se o CTR estiver baixo. Defina a rotina diária.

**D1 — Cadastro e burocracia.** Abra o MEI (se ainda não tem), crie a conta de vendedor no canal escolhido, preencha 100% do perfil da loja (nome profissional, logo simples, descrição). Cadastre conta bancária pra recebimento.

**D2 — Fornecedor e pedido.** Feche o lote inicial do produto validado na seção 4 (10–30 unidades). Peça nota fiscal do fornecedor — sem NF de entrada você terá problema mais à frente. Compre embalagens (caixa/envelope, fita, plástico bolha).

**D3 — Produção do anúncio.** Fotos e vídeo com luz natural ou ring light barato. Escreva título, descrição e ficha técnica seguindo o checklist da seção 6. Não publique ainda — durma sobre o texto.

**D4 — Precificação e publicação.** Rode a fórmula da seção 5 com seus números reais. Confira o preço dos 5 concorrentes diretos. Publique o anúncio. Ative o programa de frete grátis (Shopee) ou escolha bem o tipo de anúncio (ML: Clássico pra começar; Premium quando tiver margem pra parcelamento).

**D5 — Atendimento afiado.** Configure mensagens automáticas de boas-vindas e pós-venda. Responda QUALQUER pergunta em menos de 1 hora — velocidade de resposta é critério de ranking e de conversão.

**D6 — Primeiro impulso.** Cadastre o produto nas campanhas gratuitas da plataforma (ofertas relâmpago, cupom da loja, Leve Mais por Menos da Shopee). Se o canal der crédito de ads de boas-vindas, ative com orçamento mínimo.

**D7 — Revisão e rotina.** Veja: impressões, cliques, perguntas. Ajuste título ou foto se o CTR estiver baixo. Defina sua rotina diária fixa: responder perguntas (manhã/noite), despachar no MESMO dia, conferir estoque.

**Regra de ouro:** despacho rápido na primeira semana vale mais que qualquer anúncio pago. Suas primeiras 10 vendas constroem (ou destroem) sua reputação inteira.

## 8. Os 7 erros que matam vendedores iniciantes

Erro de iniciante não é falta de inteligência — é falta de aviso. Considere-se avisado:

### ✓ Faça

- Precificar sempre pela fórmula
- Despachar no mesmo dia, antes do prazo
- Responder avaliação como se o próximo cliente lesse
- Atualizar o estoque diariamente
- Começar com 1 a 3 produtos e dominar
- Reinvestir o lucro em mais estoque

### ✗ Evite

- Chutar preço com 'uns 30% por cima'
- Atrasar postagem e cair do termômetro verde
- Brigar com cliente em avaliação pública
- Vender o que não tem (cancelamento)
- Apostar tudo em 1 ou pulverizar em 50
- Sacar todo o lucro logo no mês 1

**1. Precificar sem a fórmula.** "Comprei por 20, vendo por 30, lucro 10" — não lucra. Comissão + fixo + imposto comem R\$ 12 desses R\$ 30 e você está **pagando pra vender**. Toda decisão de preço passa pela fórmula da seção 5, sempre.

**2. Atrasar despacho.** O prazo de postagem não é sugestão. Atraso derruba sua reputação, esconde seus anúncios e, no ML, te tira do termômetro verde. Despachou no mesmo dia, ganhou o jogo invisível.

**3. Brigar com cliente em avaliação pública.** Resposta grossa em avaliação negativa fica exposta pra sempre, pra todos os futuros clientes. Responda como se o próximo comprador estivesse lendo — porque está.

**4. Estoque furado.** Vender o que não tem é cancelamento, e cancelamento por culpa do vendedor é o pecado capital nos dois marketplaces. Atualize estoque diariamente, principalmente se vende fora da plataforma também.

**5. Apostar tudo num produto só... ou em 50 de uma vez.** Um produto só = fragilidade total. Cinquenta = capital pulverizado e nenhum anúncio bem feito. Comece com 1–3, domine, depois expanda.

**6. Ignorar as mensagens.** Pergunta sem resposta é venda do concorrente. Tempo de resposta é métrica pública na Shopee e fator de conversão nos dois canais.

**7. Tirar todo o lucro da operação.** Quem saca tudo no mês 1 não tem capital pro mês 2. Nos primeiros 6 meses, o lucro tem um emprego: **virar mais estoque**.

**Regra de ouro:** no marketplace, você não é punido pelos erros que comete uma vez. É punido pelos que transforma em rotina.

## 9. Quando (e como) expandir pro segundo canal

A pergunta certa não é "devo vender na Shopee E no Mercado Livre?" — é "**quando** eu mereço o segundo canal?". Expandir cedo demais dobra o trabalho e os erros; tarde demais deixa dinheiro na mesa.

**Você está pronto pro 2º canal quando (todos os quatro):**

1. **O 1º canal roda sem incêndio diário** — despacho no prazo, perguntas respondidas, reputação verde/alta há pelo menos 60 dias;
2. **Tem vendas consistentes** — não um pico de campanha, mas semanas seguidas de pedido entrando (referência prática: 30+ pedidos/mês estáveis);
3. **Tem estoque pra alimentar dois canais** — expandir com estoque justo é receita pra cancelamento em dose dupla;
4. **Conhece seus números** — sabe sua margem por produto de cabeça (ou melhor: tem ferramenta que mostra).



### O risco número 1 da operação dupla

Vender a mesma última unidade nos dois canais ao mesmo tempo mancha DUAS reputações no mesmo dia. Centralize o estoque numa fonte única de verdade antes de abrir o segundo canal — é exatamente esse furo que o Vendedorix existe pra evitar.

**Como expandir sem se afogar:**

- Leve só seus **3 produtos campeões**, não o catálogo inteiro. Aprenda as regras do canal novo com o que você já domina.
- **Reprecifique tudo**: a estrutura de taxas é diferente (lembra da tabela da seção 3?). O preço da Shopee quase nunca é o preço certo no ML, e vice-versa.
- **Centralize o estoque** numa fonte única de verdade. Vender a mesma última unidade nos dois canais é o jeito mais rápido de manchar duas reputações no mesmo dia. É exatamente esse tipo de furo que uma ferramenta de gestão multicanal como o **Vendedorix** existe pra evitar.
- Espere 30 dias de operação dupla antes de adicionar produtos novos.

**Regra de ouro:** o segundo canal deve ser cópia do que já funciona — nunca um experimento novo em terreno novo.

## 10. Reputação: o ativo que você constrói desde o dia 1

Reputação em marketplace não é vaidade — é **distribuição**. Vendedor bem avaliado aparece mais na busca, paga menos frete subsidiado (no ML, o desconto de frete melhora com a reputação), entra em campanhas exclusivas e converte mais porque o comprador confia. Reputação ruim é imposto invisível sobre tudo.

### O que cada plataforma mede:

- **Mercado Livre:** termômetro de reputação (verde → vermelho) baseado em reclamações, cancelamentos por sua culpa e despacho com atraso. Os níveis MercadoLíder (Líder, Gold, Platinum) exigem volume + reputação verde.
- **Shopee:** nota da loja (estrelas), taxa de resposta, tempo de resposta, taxa de pedidos não cumpridos e atraso de envio. O selo "Preferido" multiplica visibilidade.

### As 5 práticas que blindam sua reputação:

1. **Despache antes do prazo, sempre.** Não "no prazo" — antes. É a métrica de maior peso nos dois canais.
2. **Descreva o produto com honestidade brutal.** Medida exata, defeito estético avisado, foto real. Expectativa alinhada = avaliação 5 estrelas; surpresa negativa = disputa.
3. **Responda rápido e resolva antes de virar reclamação formal.** Reembolso de R\$ 30 dói menos que uma reclamação aberta — a reclamação derruba o termômetro; o reembolso, não.
4. **Embale como se fosse presente pra sua mãe.** Avaria no transporte vira avaliação negativa SUA, mesmo a culpa sendo da transportadora.
5. **Peça avaliação no pós-venda** (mensagem educada, sem oferecer nada em troca — comprar avaliação é proibido e punido).



#### Onde o iniciante quebra a reputação

Uma avaliação negativa nos seus PRIMEIROS 10 pedidos pesa mais que dez negativas no pedido 1.000. Avaria no transporte vira avaliação negativa SUA, mesmo a culpa sendo da transportadora. Embale como presente e despache antes do prazo — sempre.

**Regra de ouro:** uma avaliação negativa nos seus primeiros 10 pedidos pesa mais que dez negativas no pedido 1.000. Trate cada pedido inicial como o mais importante da sua vida — porque ele é.

# 11. Glossário do vendedor de marketplace

Os 20 termos que você vai encontrar nas primeiras semanas — direto ao ponto:

| Termo                       | O que significa na prática                                                                          |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SKU</b>                  | Código único de cada variação de produto (ex.: CAMISETA-AZUL-M). Organização de estoque começa aqui |
| <b>Ticket médio</b>         | Valor médio por pedido. $\text{Faturamento} \div \text{n}^\circ \text{ de pedidos}$                 |
| <b>Margem líquida</b>       | O que sobra de verdade depois de TODOS os custos, em % do preço                                     |
| <b>Markup</b>               | Multiplicador entre custo e preço de venda                                                          |
| <b>Comissão</b>             | Percentual que o marketplace cobra por venda realizada                                              |
| <b>Taxa fixa</b>            | Valor em R\$ cobrado por item vendido (além da comissão)                                            |
| <b>CTR</b>                  | Taxa de cliques: de quem viu seu anúncio, quantos % clicaram                                        |
| <b>Conversão</b>            | De quem clicou, quantos % compraram                                                                 |
| <b>ACOS</b>                 | $\text{Gasto com ads} \div \text{receita dos ads}$ . Quanto menor, melhor                           |
| <b>Buy Box / Catálogo</b>   | Disputa entre vendedores do mesmo produto pelo anúncio principal (forte no ML)                      |
| <b>Full / FBS</b>           | Fulfillment: seu estoque fica no armazém do marketplace, que entrega por você                       |
| <b>Flex</b>                 | Modalidade ML de entrega rápida feita por você/motoboy no mesmo dia                                 |
| <b>Curva ABC</b>            | Classificação de produtos: A = poucos que geram a maior parte da receita                            |
| <b>Lead time</b>            | Tempo entre pedir ao fornecedor e o estoque chegar na sua mão                                       |
| <b>Giro de estoque</b>      | Velocidade com que o estoque vira venda. Estoque parado é dinheiro preso                            |
| <b>Dropshipping</b>         | Vender sem estoque próprio; o fornecedor envia direto. Arriscado pra reputação                      |
| <b>NF-e</b>                 | Nota fiscal eletrônica de produto. Obrigatória pra operação séria                                   |
| <b>DAS</b>                  | Guia mensal de imposto do MEI/Simples Nacional                                                      |
| <b>Chargeback</b>           | Compra contestada no cartão; o valor volta pro comprador                                            |
| <b>Disputa / Reclamação</b> | Processo formal aberto pelo comprador na plataforma. Mata reputação se virar rotina                 |

**Regra de ouro:** vendedor que domina o vocabulário negocia melhor com fornecedor, lê melhor as regras da plataforma e não cai em papo de "guru".

## 12. Próximo passo: venda com os números na mão

Se você chegou até aqui, já está na frente de 90% de quem começa: sabe escolher produto, precificar com fórmula, montar anúncio e proteger a reputação. Agora vem a parte que separa quem vende de quem **lucra**: acompanhar os números todo santo dia.

E aqui mora a armadilha do crescimento: com 5 pedidos por dia, dá pra controlar tudo em caderno e planilha. Com 20, a planilha começa a falhar. Com 50, você não sabe mais qual produto te dá lucro e qual só te dá trabalho — e o pior, **as taxas mudam, o frete muda, e sua margem real fica invisível**.

**~55%**

é o que sobra de cada R\$ 100 vendidos

os outros 45% somem em comissão, taxa, frete e imposto — se você não medir, doa essa margem

Foi exatamente pra isso que o **Vendedorix** foi feito — por vendedor, pra vendedor:

- **Margem real por pedido e por produto**, já descontando comissão, taxa fixa, frete e imposto — Shopee e Mercado Livre lado a lado;
- **Dashboard único** dos seus canais: vendas, ticket médio, reputação e devoluções num lugar só;
- **Alertas do que importa**: produto perdendo margem, reputação caindo, pedido pra despachar;
- Feito pra realidade **brasileira**: as taxas da Shopee BR e do ML que você viu neste ebook já estão lá, calculadas automaticamente.

**por pedido**

Margem real

já descontando comissão, taxa, frete e imposto

**2 min**

Conexão da loja

Shopee e ML lado a lado

**grátis**

Pra começar

feito pra realidade brasileira

**Comece grátis**: crie sua conta em [vendedorix.com.br](https://vendedorix.com.br), conecte sua loja em 2 minutos e veja sua margem real ainda hoje — antes da sua primeira venda ou da sua milésima.

**Regra de ouro (a última e mais importante):** quem não mede a margem, doa ela. Pro marketplace, pro frete, pro concorrente. Venda com os números na mão desde o dia 1.

Boa primeira venda. Ela está mais perto do que você imagina.