APRESENTAÇÃO COMERCIAL

Gestão de marketplaces com direção comercial.

Da qualidade do anúncio à leitura dos resultados: uma gestão contínua para desenvolver a operação da sua empresa.



GESTÃO DE CONTAS

Catálogo e precificação
Campanhas e promoções
Análise e acompanhamento

A partir de

R$ 2.000/mês

+ repasse de 5% das vendas

OPORTUNIDADE

Cada venda depende de uma operação pronta.

A ALM conecta o trabalho diário da conta às prioridades comerciais da empresa.

01

Anúncios que esclarecem

Títulos, imagens e informações que ajudam o comprador a entender o produto e escolher a variação correta.

02

Preços com critério

Custos, taxas, comissão e campanhas considerados na avaliação da margem de cada produto.

03

Decisões com dados

Acompanhamento dos indicadores para identificar gargalos e priorizar os ajustes da conta.

PARA QUEM FAZ SENTIDO

Empresas que querem iniciar ou profissionalizar as vendas em marketplaces e têm estrutura para atender os pedidos.

ESCOPO DA GESTÃO

O trabalho que sustenta a conta.

As plataformas e o volume de entregas são definidos na proposta de cada cliente.

01 Catálogo e conteúdo

Cadastro e revisão de títulos, atributos, descrições, variações, capas e imagens.

02 Preços e promoções

Avaliação dos custos informados, taxas e margem para orientar preços e ações comerciais.

03 Mídia patrocinada

Planejamento e ajustes de campanhas dentro da verba aprovada pelo cliente.

04 Desempenho da conta

Acompanhamento das vendas e indicadores, relatório mensal e reunião de resultados.

GESTÃO DE DESEMPENHO

Resultados acompanhados com contexto.

O diagnóstico define os indicadores e as metas adequadas à conta.

Indicador	Como orienta a gestão
Faturamento e pedidos	Entender a evolução das vendas e o efeito das ações comerciais.
Conversão dos anúncios	Identificar oportunidades no conteúdo, preço e oferta, quando o canal disponibilizar o dado.
Publicidade	Avaliar investimento e receita atribuída às campanhas, conforme os relatórios da plataforma.
Margem por produto	Revisar preços com base nos custos, taxas e despesas informados pelo cliente.

O relatório mensal apresenta os resultados, as ações executadas e as prioridades do próximo período. O desempenho depende também da demanda, da oferta e da execução operacional.

MÉTODO DE TRABALHO

Um processo claro desde o início.

A implantação começa com a validação dos acessos e das informações da operação.

01 / DIAGNÓSTICO

Entender a operação

Plataformas, catálogo, custos, histórico e capacidade de atendimento. Definição do escopo e das prioridades.

02 / PREPARAÇÃO

Organizar a execução

Revisão inicial dos anúncios e da precificação. Planejamento das campanhas e alinhamento das aprovações.

03 / GESTÃO

Acompanhar e ajustar

Execução recorrente, análise dos indicadores e reunião mensal para revisar resultados e próximos passos.

ALINHAMENTO DE EXPECTATIVAS

Prazos, volume de anúncios, canais de atendimento e responsáveis são definidos na contratação.

RESPONSABILIDADES

A gestão e a operação trabalham juntas.

Responsabilidades definidas ajudam a manter a rotina e a velocidade das decisões.

ALM E-COMMERCE

Gestão comercial da conta

Gerenciar os anúncios e as campanhas contratadas.

Analisar os indicadores e propor ajustes.

Apresentar relatórios e prioridades.

EMPRESA CLIENTE

Execução e informações

Disponibilizar custos, estoque e acessos.

Emitir notas, embalar e enviar os pedidos.

Aprovar preços e orçamento de publicidade.

A verba de mídia é paga pelo cliente, separadamente da remuneração da ALM. Atendimento ao consumidor, integrações e atividades adicionais dependem do escopo contratado.

INVESTIMENTO

O fixo acompanha o faturamento.

Repasse de 5% mantido em todas as faixas dos canais gerenciados.

Faturamento médio mensal	Fixo mensal	Repasse
Até R$ 50.000	**R$ 2.000**	5%
Acima de R$ 50.000 até R$ 100.000	**R$ 2.500**	5%
Acima de R$ 100.000 até R$ 150.000	**R$ 3.000**	5%
Acima de R$ 150.000 até R$ 200.000	**R$ 3.500**	5%
Acima de R$ 200.000	**Sob proposta**	5%

Revisão trimestral. A média do faturamento elegível dos últimos 3 meses define o fixo do trimestre seguinte. Um pico isolado não muda a mensalidade automaticamente.

Base elegível: vendas dos canais gerenciados, sem frete, cancelamentos e devoluções. As taxas do marketplace não reduzem essa base. O repasse de 5% é apurado mensalmente.

REPASSE DA REMUNERAÇÃO

Uma parcela das vendas destinada à ALM.

A empresa recebe o valor da venda e repassa a remuneração variável da gestão.

01

A venda acontece

O comprador paga pelo produto no canal gerenciado.

02

A empresa recebe

A receita segue o fluxo de recebimento da plataforma.

03

A ALM recebe o repasse

A empresa repassa os 5% no vencimento combinado.

Os 5% devem estar previstos na precificação. O repasse é destinado à ALM e provém da receita das vendas, sem exigir um aporte separado para financiar a comissão.

Esse valor compõe o custo comercial da operação e precisa ser considerado na margem dos produtos. A mensalidade fixa é cobrada separadamente.

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Datas claras para organizar o caixa.

Mensalidade e repasse seguem o calendário acordado na contratação.

DIA 05

Mensalidade

Vencimento mensal. Em domingo ou feriado, pagamento antecipado para o dia útil anterior.

DIA 20

Fechamento

Apuração da comissão no dia 20 do mês subsequente ao das vendas.

DIA 05 SEGUINTE

Repasse

Pagamento após o fechamento, junto com a mensalidade. Vale a mesma regra de antecipação.

EXEMPLO DE COMPETÊNCIA

Vendas de novembro: fechamento em 20 de dezembro e repasse em 5 de janeiro, junto com a mensalidade.

DÚVIDAS FREQUENTES

O que alinhar antes de começar.

Uma contratação bem definida dá previsibilidade aos dois lados.

A publicidade está incluída no fixo?

A gestão das campanhas entra no escopo contratado. A verba para veiculação é paga pelo cliente separadamente.

Os 5% incidem sobre todos os canais da empresa?

Apenas sobre as vendas elegíveis dos canais gerenciados pela ALM, conforme definidos na proposta.

Existe garantia de faturamento?

As metas são alinhadas no diagnóstico. As vendas dependem de demanda, preço, estoque, investimento e execução operacional.

Como fica a entrada de uma nova plataforma?

A inclusão exige alinhamento de escopo e capacidade de atendimento antes de começar a gestão do novo canal.

PRÓXIMO PASSO

Sua operação começa com um diagnóstico.

Uma conversa sobre a conta permite montar uma proposta adequada ao seu negócio.

O primeiro passo é entender onde sua empresa está e quais prioridades precisam de gestão.

INFORMAÇÕES PARA A PROPOSTA

Plataformas utilizadas e faturamento dos últimos 3 meses.
Quantidade de anúncios e principais categorias de produtos.
Estrutura de estoque, expedição e investimento em publicidade.

Solicite o diagnóstico com o responsável comercial da ALM.