

americanas

# PRECI FICA ÇÃO INTELIGENTE

**ai** central de  
conteúdos



**PRECI  
FICA  
ÇÃO  
INTELIGENTE**

Todos os direitos reservados. 2025

# introdução

## O preço como elemento estratégico

Precificar um produto não é apenas definir um valor e torcer para que as vendas aconteçam. Precificação é o resultado de uma estratégia bem planejada que equilibra custos, margem de lucro e competitividade. Muitos vendedores cometem o erro de basear seus preços apenas no que o concorrente está fazendo ou em um markup padronizado, ignorando fatores críticos como custos fixos e variáveis, eficiência operacional e posicionamento de mercado. Neste e-book, vamos explorar os principais conceitos de precificação, ajudando você a formar preços de maneira estratégica para maximizar seu lucro e ganhar competitividade no marketplace.

## Índice

influência dos custos fixos	—————	05
margem de contribuição	—————	06
precificação e estratégia	—————	07
ferramentas	—————	08
conclusão + material bônus	—————	09

# 1 influência dos custos fixos na precificação

Imagine que três vendedores diferentes abrem lojas no mesmo marketplace. Todos compram do mesmo fornecedor, pagam os mesmos impostos e taxas e utilizam as mesmas embalagens. No entanto, um deles mora em um apartamento alugado barato, enquanto os outros dois têm custos fixos mais altos devido a despesas como aluguel elevado e folha de pagamento.

Se cada um tentar diluir seus custos fixos no preço dos produtos, quem tem custo mais alto ficará menos competitivo.

Os custos fixos são aqueles que existem independentemente do volume de vendas: aluguel, salário fixo de funcionários, contas de luz e água, entre outros. O grande erro de muitos vendedores é tentar incluir esses custos na formação de preço, tornando seus produtos menos competitivos. Em um marketplace, onde a disputa pelo Buy Box é feroz, isso pode ser fatal.



**Dica: não dilua seus custos fixos no preço de venda.**

Encontre maneiras de otimizá-los e aumente sua eficiência operacional para reduzir sua necessidade de margem.

## 2 custos variáveis e a margem de contribuição

Enquanto os custos fixos são constantes, os custos variáveis são aqueles que dependem diretamente das vendas, como taxas de marketplace, custos de embalagem, impostos sobre venda e frete. Esses são os custos que devem ser levados em conta na formação de preço.

Aqui entra um conceito essencial: a margem de contribuição. Esse indicador mostra o quanto cada venda contribui para cobrir os custos fixos e gerar lucro. Se um produto tem margem de contribuição de 20%, significa que, ao vendê-lo por R\$100, você fica com R\$20 de lucro antes de pagar seus custos fixos.

**“Dica: sempre calcule a margem de contribuição antes de definir um preço. Se ela for baixa demais, você pode estar vendendo sem lucro real.**

### 3 precificação baseada em estratégia

Precificação não é um processo estático. Dependendo da sua estratégia, você pode utilizar diferentes modelos:

- Maximização de lucro: Definir um preço que garanta a maior rentabilidade por unidade vendida.
- Ganho de mercado: Reduzir preços para atrair mais clientes e gerar volume.
- Equilíbrio entre rentabilidade e crescimento: Ajustar a precificação para garantir margens saudáveis sem perder competitividade.

Cada estratégia exige uma abordagem diferente na formação de preços. Se seu foco é aumentar sua base de clientes, um preço mais agressivo pode ser interessante. Se você já tem uma audiência fiel, pode focar na margem.



**Dica: revise sua estratégia regularmente** e ajuste os preços conforme a necessidade do seu mercado.

## 4 ferramentas para monitoramento e ajuste de preços

Gerenciar preços manualmente pode ser desgastante. Hoje, existem ferramentas que ajudam nesse processo:

- ERPs integrados ao marketplace: Facilitam o cadastro de custos e automatizam processos como emissão de notas fiscais.
- Planilhas de custo: Se você está começando, uma planilha bem estruturada já pode ajudar no controle.
- Soluções de precificação dinâmica: Algumas ferramentas ajustam automaticamente seus preços com base na concorrência.

O mais importante é ter visibilidade total dos seus custos e acompanhar sua rentabilidade periodicamente.



**Dica:** se você ainda não usa um ERP, **comece com uma planilha simples** e registre todos os seus custos fixos e variáveis.

## conclusão

### Ajuste seu modelo e cresça com consistência

Precificação é um processo dinâmico. O que funciona hoje pode não funcionar daqui a seis meses. O segredo está em monitorar constantemente seus preços, sua margem de contribuição e sua eficiência operacional.

Evite erros comuns como:

- Diluir custos fixos no preço de venda.
- Definir um markup padronizado sem considerar margem de contribuição.
- Ignorar a estratégia por trás do preço.

Ao aplicar os princípios discutidos aqui, você estará mais preparado para precificar de forma inteligente e garantir a rentabilidade do seu negócio.

**Bora vender com estratégia?**

calculadora de preços para  
marketplaces | Preço Certo



baixe agora



**la** central de  
**conteúdos**

2025