YURI WATZ

• COMO CRIAR SUA

MARCA PRÓPRIA E ESCALAR NA AMAZON BRASIL!

Índice

Introdução 03
Pesquisa de mercado 04
White Label x Private Label 08
Branding 12
Fornecedor 17
Anunciar na Amazon 19
Replicar e Escalar 23

YURI WATZ

INTRODUÇÃO

Você mergulhará no **Oceano Azul do Varejo,** em um mundo de oportunidades digitais.

Desde a construção de uma identidade de marca forte até a implementação de estratégias de para um anúncio de relevância na amazon.com.br.

Este guia fornecerá o conhecimento e as etapas necessárias para que você alcance o sucesso da sua Marca Própria, online.

Prepare-se para transformar sua paixão em lucro, envolver sua audiência de forma significativa e alcançar um crescimento exponencial em seu negócio digital.

YURI WATZ

PESQUISA DE MERCADO

Antes de sair criando nome e logo da sua marca, é importante definirmos qual os quais produtos vamos inserir em nosso portfólio.

Os pontos apresentados a seguir, são exatamente os que utilizamos para encontrar **produtos campeões, de alto giro e com boa margem de lucro.**

Ao iniciar sua análise, opte por **produtos comprovados que vendem bem,** e não apenas por **“achismo”**, por achar o produto **“legal”**.



Nem sempre, o produto que você acha legal, inovador, diferente, terá uma boa demanda.

YURI WATZ

Identifique com base nos seguintes atributos:

- **Priorize a escolha de produtos pequenos e leves.** Pensando em escala, seu estoque ocupará pouco espaço, os custos de frete serão reduzidos, economizando nos envios para o cliente final e até mesmo para o Fullfilment.

- **Evite produtos sazonais.** Queremos vender todos os dias do ano, e não em períodos fixos do ano. O produto deve ter **demanda durante o ano todo para evitar acumular estoque morto.** Evite produtos sazonais, como luzes de Natal, presentes de Dia dos Namorados e roupas de inverno.



YURI WATZ

- **Produtos não regulamentados:** Evite itens difíceis de obter aprovação, como alimentos, brinquedos e baterias. Concentre-se em produtos de fácil fabricação que não exijam múltiplas verificações de qualidade e papelada.

- **Produtos descomplicados:** Escolha produtos com menos complicações. Por exemplo, se você vende produtos eletrônicos, isso vem com o problema do atendimento ao cliente. Mesma forma, produtos de moda exigem que você obtenha várias variações, incluindo cores diferentes, materiais e tamanhos.



YURI WATZ

BÔNUS

Vou deixar mais duas recomendações bônus, que considero na análise:

- **Análise produtos com preço médio de venda, de pelo menos R$50,00.** Melhor ter uma margem de 10% em "produto caros", do que em produtos muito baratos.
- **Antes de selecionar um produto, análise o que os clientes de seus concorrentes falam.** Se for um produto com muita reclamação e problemas, não vale a dor de cabeça, né?

YURI WATZ

White Label

X

Private Label

YURI WATZ

White Label (WL)

Em um modelo de White Label, um fabricante produz um produto genérico ou padrão.

- Esse produto genérico é vendido para várias empresas ou marcas diferentes.

- As empresas que compram produtos White Label podem **adicionar sua própria marca e rótulo aos produtos.**

- Geralmente, as empresas que usam White Label **não têm controle total sobre o processo de fabricação ou a fórmula do produto.** Eles simplesmente compram produtos já fabricados e os vendem com sua própria marca.

- É uma maneira eficiente de entrar em um mercado sem a necessidade de investir em pesquisa e desenvolvimento.

YURI WATZ

Private Label (PL)

No modelo de Private Label, uma empresa compra produtos genéricos ou padrão de um fabricante, mas em vez de apenas adicionar sua própria marca, ela pode personalizar o produto de várias maneiras.

- Isso pode incluir a formulação exclusiva do produto, design de embalagem personalizado, tamanho e formato exclusivos, etc.

- As empresas que usam Private Label têm um **nível significativo de controle sobre o produto final e podem adaptá-lo às necessidades e preferências específicas de seu mercado-alvo.**

- As empresas podem construir uma marca exclusiva em torno desses produtos, o que pode levar a uma **maior fidelidade do cliente e lucros potencialmente maiores.**

YURI WATZ

Em resumo, a principal diferença é o nível de **personalização e controle** que uma empresa tem sobre os produtos que vende.

O White Label envolve a revenda de produtos genéricos com a simples adição de uma marca, enquanto o Private Label permite que uma empresa personalize e adapte os produtos de acordo com suas necessidades específicas.



Ambos os modelos têm suas vantagens e são usados em diferentes contextos de negócios.

YURI WATZ

Branding

YURI WATZ

Definir um bom branding para a sua marca própria é fundamental para **criar uma identidade forte e atraente que se destaque no mercado.**

Aqui estão os passos que você pode seguir para desenvolver um branding eficaz para a sua marca própria:

Compreenda o público-alvo:

Antes de começar a trabalhar na sua marca, é essencial entender quem é o seu público-alvo



- **Quem são os seus clientes ideais?**
- **Quais são suas necessidades, desejos e valores?**
- **Quais problemas seus produtos**

Essas informações ajudarão a moldar a personalidade da marca.

YURI WATZ

Defina a personalidade da marca:

Sua marca deve ter uma personalidade que se conecta com seu público-alvo. Você pode criar uma **lista de características** que descrevem como sua marca deve ser percebida.

Por exemplo, **é jovem e divertida, sofisticada e elegante, confiável e séria, ou algo completamente diferente?**

Escolha um nome e um logotipo memoráveis:

O nome da sua marca deve ser único, fácil de lembrar e relacionado ao seu nicho de mercado.

Certifique-se de que o nome da marca esteja disponível como **domínio de site** (WWW), nas **redes sociais** (principalmente Instagram) e como **marca registrada (INPI).**



O logotipo deve refletir a personalidade da marca e ser facilmente identificável.

Pode ser uma boa ideia trabalhar com um designer gráfico profissional para criar um logotipo de qualidade. Mas caso queira economizar, recomendo você utilizar esse site de inteligência artificial: https://ideogram.ai/

Desenvolva uma identidade visual consistente:

Além do logotipo, **defina uma paleta de cores, tipografia e elementos gráficos** que serão consistentemente usados em todos os materiais de marketing, embalagens e presença online da marca.

Construa uma presença online:

Faça um bom trabalho na Amazon, é crucial sua escala no Market Place. **Use as mídias sociais de forma consistente para se conectar com seu público-alvo e compartilhar sua mensagem de marca.** Posteriormente, recomendo que você crie um e-commerce próprio.

YURI WATZ

Proporcione uma experiência consistente:

Garanta que todos os pontos de contato com a sua marca, desde a embalagem do produto até o atendimento ao cliente, estejam alinhados com a identidade e os valores da marca.

Monitore e ajuste:

À medida que sua marca cresce, continue monitorando o feedback do cliente. As avaliações da Amazon, são ótimos parâmetros. Esteja disposto a fazer ajustes na sua estratégia de branding conforme necessário para manter a relevância e a eficácia da marca. Lembre-se de que a construção de uma marca forte é um processo contínuo que requer consistência e autenticidade. À medida que sua marca evolui, mantenha-se fiel à sua identidade central e continue a se adaptar às necessidades do seu público.

Fornecedor

Esse é um processo constante. **Você sempre estará buscando fornecedores.** Seja para produtos novos, ou para melhorar sua compra (preço mais baixo, entrega mais rápida, etc).

Para produtos **White Label**, você pode comprar **direto de importadoras e distribuidoras.**

Para **Private Label**, recomendo fazer uma **pesquisa do nicho** que você quer atuar no Google. Por exemplo, você quer criar uma marca de cosméticos.

Recomendo pesquisar “Cosméticas Private Label” ou “Criar marca própria de cosméticos”. Terá diversas empresas que prestam esse serviço.

YURI WATZ

BÔNUS

Se você pegar um produto de um concorrente, você verá “Fabricado por: xxxx”.

Esse fabricante, normalmente, é a indústria que faz o Private Label para aquela marca. Com aquele CNPJ, você consegue o contato no google, para um orçamento.

YURI WATZ

Anunciar na AMAZON

Recomendo dar uma boa atenção e dedicação na criação de seus anúncios de marca na Amazon.

Listei abaixo alguns pontos que considero essenciais para escalar e ter sucesso na plataforma:

1. Crie um Conteúdo A+ atraente:

O Conteúdo A+ é uma maneira de aprimorar a descrição do produto na página de detalhes do produto da Amazon com gráficos, imagens e texto aprimorados. Aqui estão algumas dicas:

- **Destaque os benefícios:** Explique claramente os benefícios do seu produto. **Mostre como ele resolve problemas ou atende às necessidades dos clientes.**

YURI WATZ

2. Crie uma Amazon Store

Uma Amazon Store é uma **página personalizada** onde você pode exibir sua linha de produtos de marca própria de maneira atraente. Aqui estão algumas dicas:

- **Escolha um layout atraente:** A Amazon oferece vários layouts de página para sua loja. Escolha um que se adapte ao seu estilo de marca.

- **Organize seus produtos:** Crie seções para categorias de produtos e organize-os de forma lógica para facilitar a navegação.

- **Destaque sua marca:** Use o logotipo e as cores da sua marca de forma consistente em toda a loja para reforçar o reconhecimento da marca.

- **Conte sua história:** Use a seção "Sobre Nós" para contar a história da sua marca, seus valores e compromissos com os clientes.

- **Promoções e ofertas especiais:** Destaque promoções especiais, pacotes de produtos e ofertas exclusivas para incentivar as compras.

3. Otimize para dispositivos móveis

Certifique-se de que tanto o Conteúdo A+ quanto a Amazon Store sejam otimizados para dispositivos móveis. Muitos clientes acessam a Amazon por meio de dispositivos móveis, e a experiência deles deve ser igualmente eficaz.

4. Use palavras-chave relevantes

Inclua **palavras-chave relevantes em seu Conteúdo A+ e Amazon Store** para melhorar a descoberta do seu produto pelos clientes. **Isso é crucial para o SEO da Amazon.**

YURI WATZ

5. Monitore e ajuste

Acompanhe o desempenho de seus anúncios usando as ferramentas de análise da Amazon e faça ajustes conforme necessário. Isso pode incluir otimização de palavras-chave, atualizações no Conteúdo A+ e na Amazon Store e adaptações com base no feedback dos clientes.

6. Mantenha a qualidade e a consistência:

Mantenha a qualidade de seus produtos e mantenha a consistência da marca em todos os aspectos do seu anúncio. Isso ajudará a **construir confiança com os clientes e a fidelizá-los.**



Lembre-se de que a Amazon está em constante evolução, portanto, é importante ficar atualizado com as melhores práticas e recursos disponíveis para aprimorar seus anúncios de marca própria na plataforma.

YURI WATZ

Replicar e ESCALAR

Sua marca está em constante crescimento, mudanças e melhorias. **Esteja sempre buscando novos produtos, adaptações para melhorar a experiência do seu cliente, reduzir custos e aumentar sua margem.**

Seguindo esses passos que consolidei nesse ebook, você terá muito sucesso! Conte comigo e vamos juntos!

YURI WATZ

Todos os direitos reservados. 2023