

GUIA PROFISSIONAL



TIKTOK SHOP BRASIL

Como criar sua loja, cadastrar produtos, produzir vídeos que vendem e anunciar com lucro

DO ZERO À PRIMEIRA VENDA Cadastro, catálogo, vídeos compráveis, afiliados, LIVE, GMV Max, métricas e escala.

NEGÓCIO IMPRESSO

Impressão 3D levada a sério como negócio.

Por Alexandre Bianco • Edição Premium • Setembro de 2026

Antes de começar

Este manual foi escrito para o vendedor brasileiro que quer transformar conteúdo em venda dentro do TikTok Shop. Ele cobre dois significados de “anúncio”: a listagem do produto na loja e a publicidade paga. Os caminhos de menu podem mudar; por isso, confirme a nomenclatura exibida em sua conta.

[CONFIRMADO PELO TIKTOK] Em setembro de 2026, somente vendedores empresariais podem se cadastrar no Brasil. MEI é aceito, assim como EI, SLU, EIRELI, LTDA, S/A e ONG. O responsável precisa ter 18 anos ou mais e documento brasileiro válido.

AVISO Taxas, campanhas, limites do período de experiência e regras podem mudar. Antes de publicar ou investir, confira o Seller Center e a TikTok Shop Academy. Este material não substitui orientação contábil, jurídica ou fiscal.

Como usar este manual

1. Se ainda não abriu a loja: siga as Partes 1 e 2 na ordem.
2. Se já tem catálogo: vá para Conteúdo, Afiliados e Anúncios pagos.
3. Se já vende: use as planilhas mentais de margem, funil e escala.
4. Para impressão 3D: leia os quadros “Aplicação 3D” antes de escolher o produto.

O princípio central

No TikTok Shop, você não espera apenas alguém pesquisar. O conteúdo apresenta o problema, demonstra o produto e permite a compra. O funil é: vídeo ou LIVE → retenção → clique no produto → página → carrinho → pedido → avaliação → recompra.

Sumário executivo

Parte	Resultado
1. Preparação	Empresa, documentos, marca, conta bancária e produto em conformidade.
2. Loja	Cadastro, aprovação, configurações, logística, fiscal e conta TikTok vinculada.
3. Catálogo	Anúncios de produto completos, claros e coerentes com o conteúdo.
4. Conteúdo	Vídeos compráveis que demonstram e geram intenção.
5. Afiliados e LIVE	Creators e transmissões que ampliam vendas.
6. Tráfego pago	GMV Max e Ads Manager com controle de margem.
7. Operação	Pedidos, atendimento, avaliações, devoluções e reputação.
8. Escala	Métricas, testes e plano de 30 dias.

PARTE 1 — Preparação da operação

1. O que você precisa ter

- ☐ CNPJ ativo e enquadramento empresarial aceito pela plataforma.
- ☐ Documento oficial com foto do representante legal: CNH, RG, passaporte ou RNE/CRNM.
- ☐ CPF do representante, caso não apareça no documento.
- ☐ Selfie clara e selfie segurando o documento ao lado do rosto.
- ☐ Cartão CNPJ ou documento societário compatível com o tipo de empresa.
- ☐ Endereço empresarial correto e comprovável.
- ☐ Conta bancária e dados fiscais em nome da empresa.
- ☐ Telefone e e-mail exclusivos, acessíveis e protegidos.
- ☐ Produtos próprios ou com direito comprovável de revenda.
- ☐ Capacidade de emitir o documento fiscal aplicável e cumprir obrigações tributárias.

DICA DE OURO 1 Use exatamente a mesma grafia de razão social, endereço, representante e dados bancários nos documentos e no cadastro. Divergências simples geram revisão, reprovação ou atraso.

2. Escolha do nome da loja

O nome deve ter até 40 caracteres, ser fácil de lembrar e refletir o negócio. Não inclua “TikTok”, nome de outra plataforma, telefone, site ou marca alheia sem autorização. Use “Oficial” apenas se você for titular da marca ou estiver autorizado.

Sugestão para você Use “Negócio Impresso 3D” se a marca estiver disponível e se o nome estiver coerente com seu CNPJ e direitos de marca. Evite misturar a Cutelaria Bianco com a operação 3D se os catálogos, públicos e riscos forem diferentes.

3. Validação do produto antes da loja

Critério	Pergunta prática	Sinal verde
Visual	Dá para entender funcionando em 3 segundos?	A demonstração dispensa explicação longa.
Dor	Resolve algo percebido pelo comprador?	Problema simples e frequente.
Preço	A compra pode ser impulsiva?	Preço compatível com valor percebido.
Margem	Sobra lucro após todas as despesas?	Margem positiva em cenário conservador.
Produção	Você consegue repor sem atrasar?	Capacidade acima da demanda de teste.
Envio	Chega inteiro e barato?	Pequeno, leve e embalagem testada.
Direitos	Você pode vender o design?	STL comercial/licença ou criação própria.

4. Atenção especial para impressão 3D

5. Não venda personagens, logos ou modelos licenciados sem autorização comercial.
6. Guarde a licença comercial do STL e a prova da compra.
7. Evite alegações como “atóxico”, “seguro para alimentos” ou “indestrutível” sem comprovação adequada.
8. Informe medidas, material, tolerâncias e possíveis variações de cor ou textura.
9. Fotografe a peça real. Render pode complementar, mas não deve induzir o comprador a erro.

DICA DE OURO 2 O melhor produto 3D para TikTok Shop não é o de maior lucro unitário; é o que combina margem, lucro por hora de máquina, demonstração forte e reposição rápida.

PARTE 2 — Criando a loja no Seller Center

5. Cadastro passo a passo

10. Acesse a Central do Vendedor do TikTok Shop e confirme que a região exibida é Brasil.
11. Escolha entrar com uma conta TikTok ou cadastrar e-mail/telefone. O mesmo contato só pode ser usado uma vez no registro da loja.
12. Selecione o tipo empresarial correto e preencha os dados do CNPJ sem abreviações diferentes das oficiais.
13. Informe os dados do representante legal e envie documentos coloridos, legíveis e dentro da validade.
14. Envie as selfies de verificação em ambiente claro, sem filtros e sem reflexo no documento.
15. Defina o nome da loja, telefone e e-mail de segurança.
16. Revise todas as informações antes de enviar. O TikTok informa prazo usual de análise de 2 a 6 dias, sujeito a variação.

[CONFIRMADO PELO TIKTOK] Enquanto a análise ocorre, você pode preparar informações de envio, produtos e vínculo com a conta TikTok. As vendas começam após a aprovação.

6. Se o cadastro for recusado

17. Leia o motivo exato no Seller Center e no e-mail.
18. Não envie repetidamente os mesmos documentos sem corrigir a causa.
19. Confira nitidez, validade, dados societários e correspondência do representante legal.
20. Abra chamado no suporte pelo Seller Center se a recusa parecer incorreta.

7. Período de experiência da loja nova

Após a aprovação, lojas novas entram em período de experiência. O TikTok pode limitar temporariamente pedidos diários e quantidade de produtos. Os limites e o progresso aparecem na conta e podem variar.

DICA DE OURO 3 Não suba dezenas de produtos na primeira semana. Comece com 3 a 8 itens que você consegue fabricar, embalar e enviar bem. Seu objetivo inicial é gerar histórico limpo, não parecer grande.

8. Configurações essenciais

- ☐ Endereço de coleta e devolução revisado.
- ☐ Método de coleta/envio configurado conforme as opções disponíveis.
- ☐ Peso e dimensões de embalagem medidos, não estimados.
- ☐ Conta bancária validada.
- ☐ Dados fiscais e série da NF-e configurados quando aplicável.
- ☐ Política interna de atendimento e devolução definida.
- ☐ Conta TikTok oficial vinculada à loja.
- ☐ Usuários e permissões limitados somente à equipe necessária.
- ☐ Autenticação em duas etapas ativada onde disponível.

DICA DE OURO 4 Pese o produto já embalado. Um erro pequeno de peso ou dimensão repetido em centenas de pedidos vira custo e pode provocar problemas logísticos.

PARTE 3 — Criando anúncios de produtos

9. Caminho geral para cadastrar

21. No Seller Center, abra Produtos e escolha adicionar novo produto.
22. Selecione a categoria mais específica e correta. Categorias erradas prejudicam aprovação, busca e confiança.
23. Adicione título, marca quando aplicável, imagens, vídeo, descrição, atributos e variações.
24. Informe peso, dimensões da embalagem, estoque, preço e dados fiscais solicitados.
25. Revise a prévia, envie para análise e acompanhe o status.

IMPORTANTE A interface muda. Se o botão ou menu tiver outro nome, procure o equivalente em Produtos/Gerenciar produtos e siga os campos exibidos. Não invente uma categoria para contornar restrições.

10. Fórmula de título

Use: produto principal + benefício ou uso + característica relevante + medida/variação. Escreva como o cliente procura, sem repetição artificial de palavras.

Fraco	Melhor
Suporte 3D lindo promoção	Suporte para controle de videogame em PETG – base antiderrapante
Organizador top viral imperdível	Organizador de cabos para mesa – kit com 6 unidades
Decoração personagem famoso	Decoração geométrica articulada – impressão 3D em duas cores

11. Imagens que convertem

26. Imagem principal: produto real, fundo limpo, enquadramento grande e sem excesso de texto.
27. Escala: produto na mão, sobre a mesa ou ao lado de objeto conhecido.
28. Uso: mostre o problema sendo resolvido.
29. Detalhes: acabamento, encaixe, textura e variações.
30. Medidas: diagrama simples com largura, altura e profundidade.
31. Conteúdo da embalagem: tudo o que o comprador receberá.
32. Variações: cada cor ou tamanho corretamente identificado.

DICA DE OURO 5 A imagem principal ganha o clique; as imagens seguintes removem dúvidas. Não use todas as fotos com o mesmo ângulo.

12. Descrição pronta para adaptar

MODELO Transforme sua mesa com o [NOME DO PRODUTO]. Ele foi criado para [USO PRINCIPAL] e ajuda a [BENEFÍCIO].

Destaques: [benefício 1], [benefício 2], [material], [medidas].

Conteúdo: [itens].

Cuidados: [limpeza/temperatura/limitações].

Observação: por ser produzido por impressão 3D, podem existir discretas linhas de camada, características do processo e não defeitos.

13. Variações e estoque

33. Crie apenas variações que o cliente realmente entende: cor, tamanho ou kit.
34. Evite nomes internos como “V2”, “perfil 0,28” ou “lote B”.
35. Use estoque compatível com peças prontas ou capacidade real de produção dentro do prazo.
36. Pause a oferta antes de vender além da capacidade.

14. Preço: como não vender no prejuízo

O preço precisa cobrir produto, embalagem, impostos, taxa da plataforma, taxa fixa por item, comissão de afiliado, anúncios, frete não coberto, devoluções e lucro. A taxa oficial vigente em 7 de setembro de 2026 é:

Preço após desconto do vendedor	Comissão da plataforma	Taxa por item vendido
Abaixo de R\$ 50,00	10%	R\$ 4,00
R\$ 50,00 ou mais	6%	R\$ 6,00

Base de cálculo: preço do item após descontos financiados pelo vendedor, sem incluir desconto financiado pela plataforma. Confirme sempre a tabela vigente antes de publicar.

DICA DE OURO 6 Produtos baratos sofrem proporcionalmente mais com a taxa fixa. Em vez de vender uma peça de R\$ 19, considere kit de 3 ou 6 unidades, desde que o kit entregue valor real e preserve a conversão.

Fórmula de margem real

Lucro por pedido = receita recebida – material – energia/máquina – mão de obra – embalagem – impostos – taxas TikTok – comissão do creator – anúncio – frete subsidiado pelo vendedor – provisão para devoluções.

Lucro por hora de máquina = lucro do pedido ÷ horas de impressão usadas no pedido.

Exemplo ilustrativo — kit 3D	Valor
Preço após desconto do vendedor	R\$ 79,90
Comissão de plataforma (6%)	R\$ 4,79
Taxa por item vendido	R\$ 6,00
Comissão de afiliado (exemplo 12%)	R\$ 9,59
Material + embalagem + máquina (exemplo)	R\$ 25,00
Impostos/provisões (exemplo)	R\$ 6,00
Lucro antes de mídia paga	R\$ 28,52

Os valores de afiliado, custos e impostos acima são apenas exemplo. Substitua pelos números do seu negócio.

15. Conformidade e propriedade intelectual

37. Não liste itens proibidos, usados, digitais, serviços ou produtos regulados sem exigências legais atendidas.
38. Revise a lista de produtos proibidos e restritos antes de cadastrar.
39. Não use marca, personagem, time, filme, anime, artista ou logo sem direitos comerciais.

- 40. Não faça avaliações falsas, autop compras, pedidos simulados ou indução enganosa a curtidas/comentários.
- 41. Não leve a transação para fora da plataforma.

APLICAÇÃO 3D Um arquivo STL gratuito para uso pessoal não autoriza venda da peça impressa. Procure licença comercial expressa e guarde a prova. “Todo mundo vende” não é defesa.

PARTE 4 — Conteúdo que transforma atenção em venda

16. Vídeo comprável passo a passo

42. Abra o TikTok na conta vinculada à loja e toque em “+” para criar ou carregar o vídeo.
43. Edite o vídeo, escreva uma legenda clara e avance para a tela de publicação.
44. Use a opção de adicionar link/produto e selecione o item da sua TikTok Shop.
45. Escolha um nome curto para o link do produto, quando solicitado.
46. Revise se o produto vinculado é exatamente o demonstrado e publique.
47. Após a publicação, teste o acesso ao cartão do produto e acompanhe cliques e pedidos.

IMPORTANTE Os nomes dos botões podem variar por versão, conta e região. Só publique quando o produto correto estiver vinculado.

17. Estrutura de vídeo de 20 a 30 segundos

Tempo	Função	Exemplo para impressão 3D
0–3 s	Gancho visual	“Se seus cabos vivem caindo atrás da mesa, olha isso.”
3–8 s	Problema	Mostre o cabo caindo e a bagunça.
8–17 s	Demonstração	Encaixe o organizador e puxe o cabo.
17–23 s	Prova/detalhe	Mostre firmeza, medidas e kit.
23–30 s	CTA	“O kit está no carrinho deste vídeo.”

18. Dez ganchos prontos

48. Eu achei que isso era frescura até usar na minha mesa.
49. O erro que faz você perder tempo todos os dias.
50. Essa peça levou poucas horas para nascer e resolve isso aqui.
51. Antes de comprar outro, veja esta diferença.
52. Você consegue adivinhar para que serve?
53. Se você tem [problema], pare de fazer desse jeito.
54. Três segundos para organizar o que sempre cai.
55. O produto mais simples da minha farm é um dos mais úteis.
56. Foi assim que transformei plástico em uma solução real.
57. Não compre pelo formato; veja o que ele faz.

DICA DE OURO 7 Grave o resultado primeiro. No TikTok, a demonstração é a promessa. A explicação vem depois.

19. Conteúdo que vende sem parecer propaganda

58. Problema → solução → resultado.
59. Teste real de resistência ou uso, sem alegações exageradas.
60. Antes e depois.
61. Bastidores: impressão, retirada da mesa, acabamento, embalagem e envio.
62. Resposta em vídeo a uma dúvida real.
63. Comparação honesta entre duas opções da sua própria linha.
64. História do pedido: por que o cliente precisava da peça.

20. Plano de testes de conteúdo

Não mude tudo ao mesmo tempo. Mantenha produto, oferta e duração semelhantes e teste uma variável por rodada.

Hipótese	Teste	Métrica principal	Decisão
Gancho fraco	3 aberturas diferentes	Retenção inicial	Manter o melhor gancho.
Demonstração confusa	Mão em uso x narração	Tempo médio e CTR	Usar o formato mais claro.
Página não convence	Nova imagem principal	Conversão da página	Manter se pedidos/cliques subirem.
Preço trava compra	Kit, cupom ou oferta	Carrinho → pedido	Comparar lucro, não só conversão.

Frequência inicial realista

65. Publique de 1 a 3 vídeos por dia se conseguir manter qualidade e aprender com os dados.
66. Para cada produto, produza pelo menos 5 ângulos criativos antes de descartá-lo.
67. Regrave vencedores com novos ganchos; não dependa de um único viral.
68. Não apague rapidamente vídeos fracos sem entender se tiveram cliques ou vendas tardias.

DICA DE OURO 8 Vídeo viral não é sinônimo de vídeo vendedor. Um vídeo de 30 mil visualizações com intenção pode gerar mais lucro que um de 1 milhão atraindo curiosos.

Diagnóstico do funil

Sintoma	Provável gargalo	Primeira ação
Poucas visualizações	Distribuição/gancho	Testar três primeiros segundos.
Views, pouca retenção	Promessa lenta ou confusa	Mostrar resultado imediatamente.
Retenção, poucos cliques	Produto/CTA sem desejo	Demonstração e CTA mais claros.
Cliques, poucos carrinhos	Página/preço/confiança	Rever imagens, descrição e oferta.
Carrinhos, poucos pedidos	Preço final/frete/prazo	Rever custo total e entrega.
Pedidos, pouco lucro	Economia unitária	Reprecificar, criar kit ou cortar mídia.

PARTE 5 — Afiliados e creators

21. Como estruturar sua oferta

69. Entre no Centro de Afiliados do Seller Center.
70. Escolha produtos com boa demonstração, margem e estoque.
71. Use colaboração aberta para receber interesse de creators ou colaboração direcionada para convidar perfis específicos.
72. Defina comissão que caiba na margem já considerando taxas e anúncios.
73. Prepare briefing flexível, imagens, benefícios verificáveis e regras de uso da marca.
74. Avalie solicitações de amostra e acompanhe a produção de conteúdo e vendas.

[CONFIRMADO PELO TIKTOK] Para permitir solicitações de amostras grátis, o produto deve ser incluído em colaboração aberta. O vendedor arca com o envio da amostra e pode acompanhar o desempenho do creator.

22. Como escolher creators

Análise	Não confunda com
Compatibilidade do público	Quantidade total de seguidores
Qualidade da demonstração	Vídeo bonito sem intenção
Engajamento verdadeiro	Comentários genéricos
Histórico de conteúdo comercial	Uma única venda ou viral
Consistência e prazo	Promessa de faturamento

23. Briefing enxuto para enviar

MODELO Produto: [nome]. Problema que resolve: [dor]. Benefícios comprováveis: [3 itens]. Demonstrações obrigatórias: [uso, tamanho, resultado]. Não dizer: [alegações proibidas/exageradas]. Público: [perfil]. Liberdade criativa: use sua linguagem natural. CTA: mostrar e vincular o produto correto no vídeo.

DICA DE OURO 9 Não mande roteiro engessado para todos. Dê ao creator a verdade do produto e as demonstrações obrigatórias; preserve a voz dele.

PARTE 6 — LIVE Shopping

24. Estrutura de uma LIVE de 60 minutos

Bloco	Minutos	O que fazer
Abertura	0–5	Promessa, agenda e produto principal.
Demonstração 1	5–15	Problema, uso, dúvidas e CTA.
História/prova	15–25	Bastidores e comparação.
Demonstração 2	25–38	Segundo produto ou kit.
Oferta	38–48	Cupom/flash sale, se disponível e rentável.
Objeções	48–56	Material, medidas, prazo e garantia.
Fechamento	56–60	Resumo, estoque real e CTA.

Checklist técnico

- ☐ Celular carregado e internet estável.
- ☐ Luz frontal e áudio testado.
- ☐ Produtos já adicionados à sacola da LIVE.
- ☐ Estoque e preço conferidos.
- ☐ Demonstrações separadas na ordem.
- ☐ Moderador com respostas e regras.
- ☐ Cupom ou oferta configurado antes, quando disponível.
- ☐ Embalagem e prazo conhecidos.
- ☐ Sem música ou elementos com direitos não autorizados.

DICA DE OURO 10 LIVE boa não repete “compra no carrinho”. Ela alterna demonstração, história, pergunta, prova e oferta. A cada entrada de público, recapitule sem parecer robótico.

PARTE 7 — Criando anúncios pagos

25. Entenda as duas rotas

Rota	Quando usar	Força	Cuidado
GMV Max	Loja com produtos, criativos e conversões	Automatiza audiência, lance e seleção de criativos	Pode gastar em produto sem margem se sua meta estiver errada.
Ads Manager tradicional	Objetivos fora da loja ou controle específico disponível	Mais opções de campanha e públicos	Exige configuração e leitura mais técnica.

Para vender produtos da própria TikTok Shop, o caminho central em 2026 é o GMV Max. Ele pode combinar vídeos orgânicos, anúncios e conteúdo de afiliados para maximizar GMV/ROI.

26. Antes de anunciar

- ☐ Produto aprovado e em estoque.
- ☐ Página completa e coerente com o vídeo.
- ☐ Pelo menos 3 a 5 criativos diferentes.
- ☐ Pixel/eventos necessários apenas para rotas externas; Shop mede compra na plataforma.
- ☐ Margem máxima disponível para publicidade calculada.
- ☐ Meta de ROI mínimo definida.
- ☐ Conta de anúncios, cobrança e vínculo com a loja validados.
- ☐ Direito de uso dos vídeos de creators confirmado.

27. Seu ROI de equilíbrio

ROI/ROAS de equilíbrio = receita ÷ valor máximo que pode ser gasto em anúncio sem gerar prejuízo.

Exemplo: em uma venda de R\$ 100, sobram R\$ 25 antes da publicidade. O gasto máximo para zerar o lucro é R\$ 25. Portanto, o ROAS de equilíbrio é $100 \div 25 = 4,0$. Abaixo de 4,0, esse exemplo perde dinheiro; acima disso, começa a gerar lucro.

DICA DE OURO 11 Nunca copie a meta de ROI de outra loja. Ela depende da sua margem, comissão de afiliado, taxas, devoluções e custo do produto.

28. GMV Max passo a passo

A disponibilidade e os nomes de tela podem variar. Use a área de Anúncios/GMV Max vinculada à TikTok Shop ou o Ads Manager associado.

75. Confirme o vínculo entre Seller Center, conta TikTok e conta de anúncios.
76. Crie uma campanha GMV Max para produtos ou LIVE, conforme seu objetivo e opções disponíveis.
77. Selecione a loja e os produtos elegíveis. Comece com poucos produtos semelhantes em margem e estoque.
78. Autorize os criativos que podem ser usados: vídeos da loja, anúncios e conteúdos de afiliados elegíveis.
79. Defina orçamento diário compatível com o teste e a perda máxima aceitável.
80. Defina a meta de ROI acima do ponto de equilíbrio, deixando espaço para lucro.
81. Revise período, cobrança e configurações; publique.
82. Acompanhe gasto, pedidos, GMV, ROI, margem e capacidade produtiva diariamente.
83. Evite mudanças frequentes enquanto não houver dados suficientes, mas interrompa rapidamente se houver risco operacional ou prejuízo inaceitável.

DICA DE OURO 12 Não entregue ao algoritmo um catálogo bagunçado. Separe produtos com margens e capacidade parecidas; assim, um item de baixa margem não consome o orçamento que deveria escalar o vencedor.

29. Plano de teste pago conservador

Fase	Ação	Critério
Preparação	3–5 criativos e página revisada	Tudo aprovado e margem calculada.
Teste	Orçamento que você aceita perder	Dados suficientes para observar cliques e pedidos.
Diagnóstico	Separar criativo, página e oferta	Não trocar dez variáveis.
Escala	Aumentar gradualmente	Lucro consistente e estoque seguro.
Pausa	Interromper e investigar	Abaixo do limite financeiro definido.

Não existe orçamento universal nem prazo mágico. O orçamento precisa ser relevante para o preço do produto, sua taxa de conversão e o risco que o negócio suporta.

30. Anúncio criativo: três roteiros

Roteiro A — Dor direta

“Toda vez que eu puxava o cabo, ele caía atrás da mesa. Coloquei este kit aqui e agora ele fica exatamente onde preciso. São [quantidade] unidades e o produto está no carrinho.”

Roteiro B — Processo satisfatório

Mostre a impressão, retirada da mesa, acabamento, teste e embalagem. Texto na tela: “Do filamento à solução em [tempo].” Feche com o uso real e o produto vinculado.

Roteiro C — Objeção

“Mas impressão 3D não é frágil?” Mostre flexão ou teste adequado ao uso, explique material e limite real. Nunca simule resistência que o produto não possui.

PARTE 8 — Operação depois da venda

31. Fluxo diário

84. Verifique pedidos, mensagens e alertas no início do dia.
85. Confirme estoque físico e fila de impressão.
86. Emita o documento fiscal aplicável.
87. Embale, fotografe o pacote quando útil como prova e despache dentro do prazo.
88. Atualize rastreio conforme o método de envio.
89. Responda dúvidas em português com clareza e sem levar a conversa para pagamento externo.
90. Registre falhas, devoluções e causas para corrigir o produto.

32. Embalagem para produtos 3D

91. Teste queda e compressão compatíveis com transporte.
92. Proteja pontas, encaixes e superfícies longas.
93. Não deixe a peça solta dentro da caixa.
94. Inclua instrução simples de montagem e cuidado quando necessário.
95. Faça um pedido-teste para seu próprio endereço apenas se permitido e nunca como autop compra para manipular métricas; prefira simulação logística fora da plataforma.

DICA DE OURO 13 Peça quebrada não é só reembolso: é avaliação ruim, atendimento, reposição e perda de margem. Melhorar embalagem costuma ser mais barato que “resolver depois”.

33. Atendimento que protege reputação

MODELO Olá, [nome]. Obrigado por avisar. Para eu resolver corretamente, poderia enviar uma foto da peça e da embalagem? Assim verifico o que aconteceu e sigo com a solução disponível dentro da plataforma.

96. Não discuta com o cliente em público.
97. Não peça avaliação positiva em troca de benefício.
98. Não prometa prazo que a produção não consegue cumprir.
99. Use as ferramentas de devolução e reembolso da plataforma.

PARTE 9 — Métricas e decisões

34. Painel mínimo semanal

Etapa	Métrica	Pergunta
Conteúdo	Views, retenção, conclusão	As pessoas param e assistem?
Interesse	Cliques e CTR do produto	O vídeo gera intenção?
Página	Carrinhos e conversão	A oferta convence?
Venda	Pedidos e ticket médio	Qual produto e kit vencem?
Mídia	CPA, GMV, ROI/ROAS	A campanha dá lucro?
Operação	Cancelamento, atraso, devolução	A entrega sustenta escala?
Financeiro	Margem e lucro por hora	Vale ocupar a máquina?

35. Regras de decisão

- 100. Muita view sem clique: ajuste produto, demonstração ou CTA.
- 101. Clique sem carrinho: ajuste página, preço e confiança.
- 102. Carrinho sem compra: investigue frete, prazo e preço final.
- 103. Venda sem lucro: reprecifique, crie kit, reduza comissão/mídia ou abandone o item.
- 104. Venda com atraso: pare de escalar e aumente capacidade ou prazo permitido.
- 105. Creator com views sem vendas: avalie intenção e compatibilidade, não vaidade.

DICA DE OURO 14 A métrica final é lucro sustentável. Faturamento alto com devolução, comissão e anúncio descontrolados pode esconder prejuízo.

36. Capacidade da farm

Capacidade diária aproximada = número de máquinas × horas produtivas reais por dia ÷ horas por unidade.
 Aplique um fator de segurança para manutenção, falha, troca de filamento e acabamento.

Exemplo: 4 máquinas × 20 horas reais ÷ 4 horas por unidade = 20 unidades/dia teóricas. Com 20% de segurança, planeje 16 unidades/dia.

DICA DE OURO 15 Se um vídeo começa a acelerar pedidos, reduza imediatamente o estoque anunciado ao limite seguro. Viralizar e atrasar pedidos pode destruir a conta que você acabou de construir.

PARTE 10 — Plano de ação de 30 dias

Período	Foco	Entregas
Dias 1–3	Base legal e cadastro	Documentos, conta, nome e solicitação enviados.
Dias 4–7	Operação	Envio, fiscal, banco, conta vinculada e embalagem.
Dias 8–10	Catálogo	3–8 produtos excelentes publicados.
Dias 11–17	Conteúdo	15 vídeos: 5 ângulos para 3 produtos.
Dias 18–21	Otimização	Melhorar página e oferta pelo funil.
Dias 22–25	Afiliações/LIVE	Convites seletivos e primeira LIVE teste.
Dias 26–30	Mídia paga	GMV Max apenas no produto validado e rentável.

Rotina diária de 45 minutos

- 106. 10 min: pedidos, mensagens e estoque.
- 107. 10 min: métricas do dia anterior.
- 108. 15 min: gravar uma demonstração curta.
- 109. 10 min: melhorar uma página, oferta ou briefing.

Critérios para escalar

- ☐ O produto converte organicamente ou mostra sinais claros de intenção.
- ☐ A margem permanece positiva com cenário conservador.
- ☐ A taxa de devolução é aceitável e as causas estão controladas.
- ☐ A produção suporta pelo menos 1,5 vez a demanda atual.
- ☐ Há no mínimo 3 criativos utilizáveis.
- ☐ O estoque anunciado está sincronizado com a capacidade.
- ☐ O atendimento e a expedição cumprem o prazo.

Dicas de ouro — resumo rápido

1. Comece pequeno e limpo: poucos produtos, execução excelente.
2. Venda a solução, não o processo de impressão.
3. Mostre o produto funcionando nos primeiros segundos.
4. Transforme produtos baratos em kits úteis para diluir taxa fixa e frete.
5. Calcule lucro por hora de máquina, não somente lucro por peça.
6. Use fotos reais e medidas visíveis.
7. Proteja direitos autorais e licenças de STL.
8. Dê liberdade ao creator, mas defina demonstrações e limites.
9. Faça LIVE com ritmo: demonstração, história, objeção e oferta.
10. Defina ROI mínimo usando sua própria margem.
11. Escalone criativo vencedor, não catálogo inteiro.
12. Se vender acima da produção, reduza estoque antes de atrasar.
13. Leia o funil: view não resolve página ruim.
14. Reserve dinheiro para devoluções e falhas.
15. Confirme políticas e taxas oficiais antes de cada campanha.

Checklists finais

Loja pronta para receber pedidos

- ☐ Cadastro aprovado.
- ☐ Banco e fiscal validados.
- ☐ Endereço e logística conferidos.
- ☐ Produto permitido e aprovado.
- ☐ Título, imagens, descrição, atributos e medidas completos.
- ☐ Preço calculado com taxas vigentes.
- ☐ Estoque compatível com a produção.
- ☐ Embalagem testada.
- ☐ Conta TikTok vinculada.
- ☐ Vídeo comprável publicado e link testado.

Campanha pronta para rodar

- ☐ Margem e ROI de equilíbrio calculados.
- ☐ Produto com sinais de conversão.
- ☐ 3–5 criativos diferentes.
- ☐ Direitos dos criativos autorizados.
- ☐ Orçamento e perda máxima definidos.
- ☐ Meta de ROI acima do equilíbrio.
- ☐ Estoque e farm preparados.
- ☐ Rotina diária de monitoramento definida.

Sinais para não anunciar ainda

- ☐ Página incompleta.
- ☐ Preço “no chute”.
- ☐ Produto reprovado ou com direitos duvidosos.
- ☐ Sem estoque ou fila de impressão lotada.
- ☐ Vídeo sem demonstração.
- ☐ Taxa de devolução alta.
- ☐ Você não sabe seu lucro por pedido.

CADERNO PREMIUM 1 — Posicionamento da loja

Antes de publicar, defina em uma frase para quem a loja existe e qual transformação entrega. Uma loja clara facilita produto, conteúdo, creator e anúncio.

Promessa

Use uma promessa simples, específica e comprovável. Exemplo: soluções impressas em 3D para organizar casa, escritório e rotina.

Público

Descreva uma pessoa real: problema, situação de uso, faixa de preço aceitável e objeção principal.

Diferencial

Escolha até três: produção própria, personalização, resistência adequada, design exclusivo ou envio rápido.

DICA DE OURO Se sua bio serve para qualquer loja, ela não posiciona a sua.

Aplicação prática

- ☐ Escrevi minha promessa em uma frase.
- ☐ Defini um público prioritário.
- ☐ Escolhi três diferenciais comprováveis.

CADERNO PREMIUM 2 — Arquitetura do catálogo

Organize o catálogo como uma vitrine curta e lógica. O comprador precisa reconhecer famílias de produtos sem percorrer dezenas de itens parecidos.

Produto de entrada

Item simples, preço acessível e demonstração imediata. Deve iniciar o relacionamento sem destruir margem.

Produto principal

Item que representa a marca e recebe a maior parte dos criativos.

Kit e aumento de ticket

Combinação útil que reduz o peso das taxas fixas e aumenta valor percebido.

Produto premium

Opção mais completa que ancora preço e atende quem valoriza acabamento ou personalização.

DICA DE OURO Não use variações para esconder produtos diferentes. Cor e tamanho são variações; funções diferentes merecem anúncios próprios.

Aplicação prática

- ☐ Escolhi um produto de entrada.
- ☐ Defini o produto principal.
- ☐ Criei um kit economicamente saudável.

CADERNO PREMIUM 3 — Pesquisa de demanda dentro do TikTok

Pesquisa não é copiar o primeiro vídeo viral. É mapear linguagem do público, problemas repetidos, formatos de demonstração e sinais comerciais.

Busca

Digite termos do problema e observe sugestões, perguntas, vídeos recentes e linguagem usada nos comentários.

Conteúdo

Registre ganchos, enquadramentos, duração, demonstração e objeções. Não copie frases ou identidade.

Comércio

Compare quantidade de ofertas, avaliações, preço, frete, promessa e qualidade das páginas.

Validação

Procure repetição em fontes diferentes. Um único viral é um sinal fraco.

DICA DE OURO Tendência de visualização, tendência de busca e tendência de venda são coisas diferentes.

Aplicação prática

- ☐ Listei 20 perguntas reais.
- ☐ Mapeei cinco concorrentes.
- ☐ Identifiquei três lacunas que posso atender.

CADERNO PREMIUM 4 — Matriz de seleção de produto 3D

Pontue cada candidato de 1 a 5. Priorize o equilíbrio entre apelo visual, dor, margem, tempo de máquina, embalagem e direitos comerciais.

Venda

Dor resolvida, clareza visual, preço, concorrência e potencial de conteúdo.

Produção

Tempo por unidade, taxa de falha, pós-processamento, troca de cor e disponibilidade de filamento.

Operação

Peso, volume, fragilidade, montagem, prazo e taxa provável de devolução.

Risco

Licença do STL, marca, alegações, segurança e categoria permitida.

DICA DE OURO Elimine imediatamente qualquer produto com risco jurídico ou operacional crítico, mesmo que pareça viral.

Aplicação prática

- ☐ Pontuei pelo menos dez ideias.
- ☐ Calculei lucro por hora.
- ☐ Testei embalagem do vencedor.

CADERNO PREMIUM 5 — Fotografia de produto com celular

O objetivo não é parecer uma grande agência. É mostrar o produto real de forma limpa, honesta e compreensível.

Luz

Use luz suave lateral ou frontal. Evite mistura de luz amarela e branca.

Câmera

Limpe a lente, use a câmera principal e mantenha linhas retas.

Fundo

Escolha fundo coerente com o uso. Remova objetos que competem com o produto.

Sequência

Hero shot, escala, uso, detalhe, medidas, variações e conteúdo da embalagem.

DICA DE OURO A melhor imagem de produto responde uma dúvida específica; não é apenas bonita.

Aplicação prática

- ☐ Fotografei a peça real.
- ☐ Mostrei escala e medidas.
- ☐ As cores correspondem ao produto.

CADERNO PREMIUM 6 — Vídeo de produto para a página

O vídeo da página deve confirmar a promessa do conteúdo e reduzir objeções. Ele não precisa repetir exatamente o vídeo do feed.

Abertura

Mostre o produto e seu principal resultado nos primeiros segundos.

Uso

Demonstre com mãos reais e velocidade natural.

Detalhe

Mostre encaixes, acabamento, medidas e limites.

Fechamento

Reforce o que vem no pacote e para quem o produto é indicado.

DICA DE OURO Se o anúncio promete uma coisa e a página mostra outra, o clique vira abandono.

Aplicação prática

- ☐ Produto ocupa boa parte da tela.
- ☐ Uso está claro sem áudio.
- ☐ Não há alegação exagerada.

CADERNO PREMIUM 7 — Copywriting sem exagero

Uma boa copy traduz característica em benefício e benefício em situação de uso. Ela não depende de palavras como “melhor”, “perfeito” ou “indestrutível”.

Característica

PETG, kit com seis, medida de 4 cm, base com encaixe.

Benefício

Mais resistência térmica que PLA em determinadas condições, mais pontos de organização, tamanho compacto.

Uso

Mantém cabos acessíveis, organiza a bancada ou facilita uma rotina específica.

Prova

Demonstração real, medidas, avaliações e comparação honesta.

DICA DE OURO Especificidade vende mais confiança que adjetivo.

Aplicação prática

- ☐ Troquei adjetivos por fatos.
- ☐ Expliquei limitações.
- ☐ A descrição responde às cinco maiores dúvidas.

CADERNO PREMIUM 8 — Precificação de produtos abaixo de R\$ 50

Itens baratos precisam de atenção especial porque taxa fixa, embalagem e logística consomem parcela maior da receita.

Kit

Agrupe unidades quando o uso justificar a quantidade.

Mínimo econômico

Defina o preço abaixo do qual a venda deixa de remunerar máquina e operação.

Oferta

Use desconto apenas sobre uma base que permanece lucrativa.

Alternativa

Se o item isolado não fecha a conta, use-o como complemento de kit ou retire-o do catálogo.

DICA DE OURO Preço baixo que gera pedido e prejuízo não é aquisição de cliente; é vazamento de caixa.

Aplicação prática

- ☐ Calculei taxa percentual e fixa.
- ☐ Incluí embalagem e imposto.
- ☐ Comparei unidade versus kit.

CADERNO PREMIUM 9 — Estoque virtual para produção sob demanda

Quem fabrica precisa anunciar um estoque compatível com peças prontas e capacidade segura de produção, não com a quantidade de filamento no armário.

Capacidade

Use horas reais disponíveis, não 24 horas teóricas.

Fila

Some pedidos de todas as plataformas e trabalhos internos.

Segurança

Reserve tempo para falhas, manutenção, troca de material e embalagem.

Gatilho

Defina o ponto em que o estoque anunciado será reduzido ou pausado.

DICA DE OURO O estoque do Seller Center deve representar sua capacidade de cumprir prazo.

Aplicação prática

- ☐ Mapeei horas por máquina.
- ☐ Apliquei fator de segurança.
- ☐ Defini gatilho de pausa.

CADERNO PREMIUM 10 — Banco de criativos

Crie uma biblioteca de cenas reutilizáveis para acelerar produção sem publicar vídeos idênticos.

Cenas de processo

Time-lapse, primeira camada, retirada da mesa, acabamento e embalagem.

Cenas de uso

Problema, instalação, resultado e comparação.

Cenas de autoridade

Você explicando erro, escolha de material e bastidor real.

Organização

Nomeie arquivos por produto, ângulo e data para encontrar rapidamente.

DICA DE OURO Um banco de cenas reduz tempo de produção, mas cada vídeo ainda precisa de uma ideia central.

Aplicação prática

- ☐ Gravei dez cenas por produto.
- ☐ Separei cenas verticais.
- ☐ Criei pasta por produto.

CADERNO PREMIUM 11 — Biblioteca de ganchos

Construa ganchos a partir de dores reais e não apenas de fórmulas virais.

Erro

“Se sua peça faz isso, o problema pode estar aqui.”

Descoberta

“Eu não esperava que uma peça tão simples resolvesse isso.”

Comparação

“Mesma função, dois formatos: qual funciona melhor?”

Resultado

“Foi assim que organizei tudo em menos de um minuto.”

Objeção

“Impressão 3D é frágil? Depende de três escolhas.”

DICA DE OURO O gancho promete; o restante do vídeo precisa pagar a promessa.

Aplicação prática

- ☐ Escrevi 30 ganchos.
- ☐ Separei por produto.
- ☐ Eliminei promessas que não posso provar.

CADERNO PREMIUM 12 — Roteiro para vídeo de 45 segundos

Use vídeos mais longos somente quando a explicação aumenta desejo ou confiança.

0–3 s

Resultado ou problema visual.

3–10 s

Contexto mínimo: para quem e quando acontece.

10–25 s

Demonstração completa com cortes claros.

25–35 s

Detalhe, prova ou objeção.

35–45 s

Oferta e CTA para o produto correto.

DICA DE OURO Corte qualquer frase que não aumente compreensão, desejo ou confiança.

Aplicação prática

- ☐ O vídeo funciona sem introdução.
- ☐ Há mudança visual frequente.
- ☐ O CTA é específico.

CADERNO PREMIUM 13 — Calendário editorial de 7 dias

Uma semana equilibrada mistura venda direta, educação, bastidor, prova e comunidade.

Dia 1

Problema e solução com produto principal.

Dia 2

Bastidor da fabricação.

Dia 3

Resposta a comentário.

Dia 4

Comparação de duas opções.

Dia 5

Teste ou prova real.

Dia 6

História de pedido ou cliente.

Dia 7

LIVE, compilado ou oferta do kit.

DICA DE OURO Repita temas vencedores com ângulos novos; não repita o mesmo vídeo.

Aplicação prática

- ☐ Planejei sete ideias.
- ☐ Cada ideia tem objetivo e métrica.
- ☐ Reservei tempo para responder comentários.

CADERNO PREMIUM 14 — Comentários que viram conteúdo

Comentários revelam objeções, linguagem e oportunidades. Transforme perguntas recorrentes em vídeos compráveis.

Seleção

Priorize dúvida que bloqueia compra: tamanho, material, uso, prazo ou resistência.

Resposta

Mostre a resposta em vez de apenas falar.

Produto

Vincule somente o item demonstrado.

Registro

Mantenha uma lista das perguntas e marque quais geraram cliques ou pedidos.

DICA DE OURO A melhor pauta de vendas muitas vezes já está nos comentários.

Aplicação prática

- ☐ Coletei 20 perguntas.
- ☐ Gravei cinco respostas.
- ☐ Medi CTR de cada resposta.

CADERNO PREMIUM 15 — Oferta e cupom

Desconto deve ter função: primeira compra, aumento de ticket, recuperação ou evento. Cupom sem objetivo apenas reduz margem.

Valor mínimo

Use para incentivar kit ou ticket maior sem subsidiar pedidos pequenos.

Prazo

Defina janela real e não crie urgência falsa.

Comunicação

Mostre condição, validade e produto elegível com clareza.

Análise

Compare lucro incremental e não somente número de pedidos.

DICA DE OURO Antes de criar um cupom, escreva qual comportamento deseja mudar.

Aplicação prática

- ☐ Defini objetivo.
- ☐ Simulei margem.
- ☐ A condição está clara.

CADERNO PREMIUM 16 — Seleção e abordagem de creators

A primeira mensagem deve demonstrar que você conhece o conteúdo do creator e que existe compatibilidade real.

Pesquisa

Observe público, linguagem, frequência, qualidade de demonstração e histórico comercial.

Convite

Explique produto, problema resolvido, comissão e motivo da escolha.

Amostra

Envie somente quando custo e probabilidade de conteúdo justificarem.

Follow-up

Seja profissional e registre prazo, postagem e resultado.

DICA DE OURO Dez creators compatíveis valem mais que cem convites genéricos.

Aplicação prática

- ☐ Criei lista de 30 perfis.
- ☐ Classifiquei compatibilidade.
- ☐ Preparei mensagem personalizada.

CADERNO PREMIUM 17 — Mensagem pronta para creator

Use este modelo como base e personalize cada contato.

Abertura

“Olá, [nome]. Vi seu conteúdo sobre [tema específico] e gostei de como você demonstra [característica].”

Proposta

“Produzimos [produto] para resolver [problema]. Acredito que combina com seu público porque [motivo].”

Condição

“A colaboração oferece [comissão] e [amostra, se aprovada], com liberdade criativa e demonstrações essenciais.”

Próximo passo

“Se fizer sentido, envio os detalhes pelo Centro de Afiliados.”

DICA DE OURO Nunca prometa venda, alcance ou renda ao creator.

Aplicação prática

- ☐ Personalizei a abertura.
- ☐ Expliquei o encaixe com o público.
- ☐ Mantive a negociação dentro das ferramentas permitidas.

CADERNO PREMIUM 18 — Roteiro de LIVE para três produtos

Escolha produtos complementares e dê um papel a cada um: entrada, principal e kit/premium.

Produto 1

Abertura rápida e demonstração simples para gerar primeiros cliques.

Produto 2

Demonstração principal, história, objeções e prova.

Produto 3

Kit ou solução completa para aumentar ticket.

Repetição inteligente

A cada novo bloco, recapitule a promessa e mostre novamente o uso.

DICA DE OURO A LIVE precisa de pauta visível para a equipe, mesmo quando a fala parece espontânea.

Aplicação prática

- ☐ Organizei a mesa na ordem.
- ☐ Adicionei os produtos à sacola.
- ☐ Preparei respostas para dez objeções.

CADERNO PREMIUM 19 — Moderação de LIVE

O moderador protege ritmo, confiança e operação enquanto o apresentador demonstra.

Perguntas

Agrupe dúvidas repetidas e sinalize as que bloqueiam compra.

Produto

Confirme qual item está destacado e corrija vínculo errado.

Conduta

Remova spam e não estimule manipulação de engajamento.

Operação

Avise sobre estoque real, cupom e mudanças de disponibilidade.

DICA DE OURO Moderador bom não ocupa a LIVE; ele entrega ao apresentador a pergunta certa na hora certa.

Aplicação prática

- ☐ Defini sinais entre apresentador e moderador.
- ☐ Preparei respostas padrão.
- ☐ Testei o destaque de produto.

CADERNO PREMIUM 20 — Auditoria antes do GMV Max

O GMV Max automatiza decisões, mas não corrige produto ruim, página confusa ou margem inexistente.

Produto

Pedidos orgânicos ou sinais fortes de intenção, avaliações e estoque.

Página

Título, imagens, descrição, variações, frete e prazo coerentes.

Criativo

Pelo menos três conceitos, não apenas três edições do mesmo vídeo.

Economia

ROI mínimo calculado com todas as taxas e provisões.

DICA DE OURO Automação amplifica o que existe; por isso, arrume a base antes de aumentar o orçamento.

Aplicação prática

- ☐ Auditei a página.
- ☐ Calculei ROAS de equilíbrio.
- ☐ Defini perda máxima.

CADERNO PREMIUM 21 — Leitura diária de campanha

Leia campanha em camadas para não culpar o algoritmo por um problema da oferta.

Entrega

A campanha gastou? Houve impressões e alcance suficiente para observar comportamento?

Criativo

Retenção e cliques indicam interesse qualificado?

Página

Cliques viraram carrinhos e pedidos?

Financeiro

Pedidos geraram lucro após mídia, comissão e devoluções?

Operação

A produção e expedição suportam continuidade?

DICA DE OURO Não escale ROAS bonito sem conferir lucro e capacidade.

Aplicação prática

- ☐ Registreí gasto e pedidos.
- ☐ Calculei lucro por campanha.
- ☐ Confirmei estoque seguro.

CADERNO PREMIUM 22 — Diagnóstico de campanha que não gasta

Quando a campanha quase não entrega, investigue configuração e competitividade antes de elevar orçamento no impulso.

Elegibilidade

Produto, criativo, conta e pagamento estão aprovados?

Meta

A meta de ROI está tão restritiva que reduz entrega? Ajuste somente dentro da margem.

Criativos

Existem vídeos elegíveis, recentes e com sinais de interesse?

Estoque

Produto tem estoque e disponibilidade logística?

Conta

Há alerta, limite, suspensão ou revisão pendente?

DICA DE OURO Nunca reduza a meta de ROI abaixo do ponto de equilíbrio apenas para forçar gasto.

Aplicação prática

- ☐ Verifiquei elegibilidade.
- ☐ Revisei alertas.
- ☐ Mantive limite financeiro.

CADERNO PREMIUM 23 — Diagnóstico de campanha que vende sem lucro

Venda atribuída não garante rentabilidade. Reconstrua o pedido do preço até o caixa.

Receita líquida

Desconte promoções financiadas pelo vendedor e considere repasses reais.

Custos variáveis

Produto, embalagem, taxa, item vendido, creator, mídia, imposto e frete.

Provisões

Inclua falhas, devoluções, reposições e perdas.

Decisão

Reprecificar, criar kit, reduzir custo, rever comissão ou pausar.

DICA DE OURO Escalar prejuízo é apenas perder dinheiro mais rápido.

Aplicação prática

- ☐ Reconciliei pedido real.
- ☐ Identifiquei maior vazamento.
- ☐ Defini ação com prazo.

CADERNO PREMIUM 24 — Avaliações e prova social

Avaliação boa nasce de produto fiel à promessa, embalagem adequada, prazo e atendimento. Não compre ou negocie avaliações.

Expectativa

Imagens e descrição mostram exatamente o que chega.

Experiência

Montagem e cuidados são simples e explicados.

Resposta

Agradeça elogios e trate críticas com fatos e solução.

Aprendizado

Classifique reclamações por produto, embalagem, prazo e uso incorreto.

DICA DE OURO Prova social é consequência de operação boa, não um truque de conversão.

Aplicação prática

- ☐ Revisei principais reclamações.
- ☐ Atualizei instruções.
- ☐ Corrigi causa recorrente.

CADERNO PREMIUM 25 — Painel semanal do dono

Reserve uma reunião curta consigo mesmo para transformar números em decisões.

Vencedores

Quais produtos, vídeos e creators geraram lucro?

Gargalos

Onde o funil perdeu mais pessoas ou dinheiro?

Operação

Quais atrasos, falhas e devoluções se repetiram?

Próximo teste

Escolha uma hipótese, uma alteração e uma métrica.

Caixa

Quanto foi vendido, recebido, comprometido e reservado?

DICA DE OURO Toda semana deve terminar com uma decisão clara, não apenas um relatório.

Aplicação prática

- ☐ Escolhi um vencedor para repetir.
- ☐ Escolhi um gargalo para corrigir.
- ☐ Defini um único teste prioritário.

CADERNO PREMIUM 26 — Plano de crise para viralização

Prepare a resposta antes de um produto explodir. O objetivo é preservar prazo, reputação e caixa.

Estoque

Reduza quantidade anunciada ao primeiro sinal de fila acima do limite.

Produção

Priorize SKU vencedor e suspenda trabalhos menos urgentes quando possível.

Comunicação

Não prometa o que não pode entregar. Atualize prazo e disponibilidade.

Publicidade

Pause escala paga se a operação estiver no limite.

Pós-crise

Analise capacidade, falhas e necessidade real de novas máquinas.

DICA DE OURO Não compre impressoras por euforia de um único viral; confirme demanda repetida e margem.

Aplicação prática

- ☐ Defini limite de pedidos.
- ☐ Preparei mensagem de indisponibilidade.
- ☐ Nomeei responsável por estoque e mídia.

Glossário essencial

Termo	Significado
Seller Center	Central onde o vendedor gerencia loja, produtos, pedidos e finanças.
Vídeo comprável	Vídeo com produto da TikTok Shop vinculado.
GMV	Valor bruto de mercadorias vendidas.
GMV Max	Solução automatizada de anúncios para vendas na TikTok Shop.
CTR do produto	Percentual que clicou no produto após exposição.
Conversão	Percentual de visitantes que comprou.
CPA	Custo de anúncio por aquisição/pedido, conforme relatório.
ROAS/ROI	Retorno em relação ao investimento; confira a definição usada na tela.
Creator	Criador que produz conteúdo e pode promover produtos.
Colaboração aberta	Oferta disponível para creators elegíveis solicitarem/promoverem.
Comissão de afiliado	Parcela paga ao creator por venda atribuída.
Lucro por hora	Lucro dividido pelo tempo de máquina consumido.

Fontes oficiais e atualização

Consulta realizada em 7 de setembro de 2026. Use estas páginas para verificar mudanças:

- 110. **Perguntas frequentes sobre registro de vendedores:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=1721569656112912
- 111. **Registro de vendedores:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=3995530205677329
- 112. **Termos de Serviço do Vendedor:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=3268441302615809
- 113. **Tarifa de Comissão da Plataforma:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=24428156307201
- 114. **Política de Listagem de Produtos:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6483182812759824
- 115. **Política de Produtos Proibidos:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6483182812481296
- 116. **Diretrizes do período de experiência:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=1444948507379472
- 117. **Guia de amostra grátis para vendedores:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6589441682917136

118. **Emissão de NF-e no TikTok Shop:** https://seller-br.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=4896169624913680
119. **GMV Max: motor de crescimento:** <https://ads.tiktok.com/business/pt-BR/blog/gmv-max-automate-shop-roi>
120. **TikTok for Business Brasil:** <https://ads.tiktok.com/business/pt-BR>

NOTA FINAL Este é um manual independente da marca Negócio Impresso. TikTok e TikTok Shop são marcas de seus respectivos titulares. Nenhuma dica deste manual promete viralização ou faturamento.

Sobre o autor



Alexandre Bianco

Criador do Negócio Impresso, canal dedicado a mostrar a impressão 3D como ferramenta de negócio, produção e geração de renda de forma prática e acessível.

NOSSA MISSÃO Ajudar pessoas comuns a transformar impressoras 3D em produtos, processos e negócios sustentáveis, sem promessas fáceis e sem esconder os custos reais.

Negócio Impresso — Impressão 3D levada a sério como negócio.

Continue aprendendo com o Negócio Impresso

Aponte a câmera do celular para um QR Code ou clique no endereço correspondente.

YOUTUBE	INSTAGRAM	WHATSAPP
		
Vídeos completos sobre impressão 3D e negócios.	Bastidores, Reels, novidades e conteúdo diário.	Grupo de cupons e ofertas de impressão 3D.
ABRIR AGORA	ABRIR AGORA	ABRIR AGORA

Contato para parcerias

Marcas, fabricantes, revendas e projetos ligados à impressão 3D podem entrar em contato:

E-mail: bianco@cutelariabianco.com.br

Instagram: [@oalexandrebianco](https://www.instagram.com/oalexandrebianco)

IMPORTANTE O grupo de WhatsApp é destinado a cupons e ofertas de impressão 3D. Respeite as regras apresentadas no grupo e não compartilhe spam.