

Recomendações para títulos de anúncio nos marketplaces

O título do anúncio é o primeiro contato que o comprador tem com o seu produto. Um título bem construído facilita a busca, aumenta os cliques e reduz devoluções por expectativa equivocada. Esta documentação reúne as boas práticas que você deve seguir ao cadastrar títulos de produtos no **Hub Marketplace da magehub**.

Por que o título importa?

Os marketplaces utilizam o título como principal fator de indexação nas buscas internas. Quando um comprador pesquisa "fone bluetooth sem fio", o algoritmo prioriza anúncios cujos títulos contenham exatamente esses termos. Além disso, o título é o que aparece na listagem de resultados — se ele não for claro, o comprador simplesmente pula para o próximo anúncio.

Em resumo, um bom título cumpre três funções ao mesmo tempo: ser encontrado pela busca, ser compreendido pelo comprador e diferenciar seu produto da concorrência.

Importante: Na integração via Hub Marketplace, o título do anúncio enviado aos marketplaces é o **nome do produto cadastrado no Magento**. Ou seja, o cuidado com o título começa no cadastro da sua loja — ao nomear o produto no painel do Magento, você já está definindo como ele aparecerá nos marketplaces.

Estrutura recomendada

Siga esta ordem como padrão para montar seus títulos:

Produto + Marca + Modelo/Linha + Característica principal + Especificação

Exemplos:

Categoria	Título
Eletrônico	Smartphone Samsung Galaxy S24 128GB Preto
Eletrodoméstico	Micro-ondas Electrolux MEF41 31L 220V
Moda	Tênis Nike Air Max SC Masculino Branco
Casa	Jogo de Panelas Tramontina Solar Inox 5 Peças

Adapte a fórmula conforme a categoria, mas mantenha a ordem consistente em todo o catálogo. A padronização passa confiança e facilita a manutenção do cadastro.

Limites de caracteres por marketplace

Cada marketplace possui um limite diferente para o título do anúncio. Respeitar esse limite é fundamental para evitar que o título seja cortado na listagem de resultados, prejudicando a compreensão do comprador.

Marketplace	Limite máximo	Observações
Mercado Livre	60 caracteres	Pode variar por categoria (campo <code>max_title_length</code> da API). Estrutura oficial: Produto + Marca + Modelo + Especificações.
Shopee	256 caracteres	Os primeiros ~65 caracteres aparecem antes da "dobra" nos resultados. Priorize as informações mais relevantes no início.
Amazon	200 caracteres	Regra atualizada em janeiro de 2025. Proíbe a mesma palavra mais de duas vezes. Não aceita caracteres especiais como <code>!</code> , <code>\$</code> , <code>?</code> , <code>_</code> .
Magazine Luiza	100 caracteres	Recomendação da plataforma é manter em torno de 60 caracteres para melhor exibição.

Marketplace	Limite máximo	Observações
Americanas (B2W)	100 caracteres	Recomendação prática: manter em até 60 caracteres para evitar corte na listagem.

Dica prática: Se você vende em múltiplos marketplaces, monte o título pensando no menor limite (60 caracteres — Mercado Livre). Se o marketplace permitir mais espaço, adicione informações complementares ao final, sem alterar o núcleo do título.

Checklist antes de publicar

Valide cada título respondendo a estas perguntas:

- 1. O título diz exatamente o que é o produto?** Evite termos genéricos. "Calça Moletom" é fraco. "Calça Moletom Masculina Slim Algodão" é claro e buscável.
- 2. A palavra-chave principal está no início?** O comprador lê da esquerda para a direita e a busca dá mais peso aos primeiros termos. Comece pelo tipo de produto, não pela marca.
- 3. Os atributos decisivos de compra estão presentes?** Inclua o que o comprador precisa saber antes de clicar: capacidade (128GB), voltagem (220V), tamanho (M/G/XL), cor, material. Use abreviações padronizadas para economizar caracteres: GB, mL, cm, V, un.
- 4. Há algum diferencial objetivo que cabe no espaço restante?** Se ainda houver caracteres disponíveis, insira um diferencial que agregue valor: "Antialérgico", "À Prova D'água", "Bivolt", "Com NFC".
- 5. O título está dentro do limite de caracteres do marketplace?** Confira o limite na tabela acima e ajuste antes de publicar.

O que evitar

Práticas que prejudicam a aprovação ou o desempenho do anúncio:

- **Caixa alta total (CAPS LOCK):** a maioria dos marketplaces reprova ou penaliza.
- **Informações de preço, frete ou promoção:** os marketplaces exibem isso separadamente; incluir no título pode causar reprovação.

- **Dados de contato:** telefone, e-mail, WhatsApp ou endereço no título resultam em bloqueio.
- **Caracteres especiais desnecessários:** símbolos como @, #, \$, % geralmente não são aceitos.
- **Repetição de palavras:** além de poluir o título, marketplaces como Amazon e Shopee penalizam por spam.
- **Condição do produto (novo/usado):** essa informação vai nos atributos, não no título.
- **Cor ou tamanho quando há variações:** se o anúncio possui variações cadastradas, essas informações já aparecem na página do produto. Incluir no título é redundante.

Conclusão

Um bom título de anúncio segue uma fórmula simples: começa pelo produto, inclui marca e modelo, acrescenta os atributos decisivos de compra e respeita o limite de caracteres do marketplace. Padronize a ordem, aplique o checklist, elimine o que os marketplaces proíbem. Com consistência, seu catálogo fica mais encontrável e suas conversões tendem a subir.

Qualquer dúvida, entre em contato com o nosso time de suporte pelo **chat** ou através do e-mail web@tryideas.com.br

Revision #7

Created Wed, Dec 3, 2025 11:54 AM by Lucas Steinbach

Updated Sat, Mar 28, 2026 2:00 AM by Sidenei Steinbach