

Zero-shot

Análise de UX do Mercado Livre com base nas diretrizes do Baymard Institute

A seguir estão as principais conclusões da análise do Mercado Livre à luz das boas práticas do Baymard Institute, com evidências colhidas no site e orientações de melhoria.

1. **Valorizar o sortimento na homepage e não apenas uma promoção** – A página inicial é dominada por um grande banner de frete grátis e itens isolados (“Entre na sua conta”, “Insira sua localização” etc.). Segundo o Baymard, mostrar uma gama ampla de tipos de produto é essencial para que o usuário entenda o escopo da loja; recomenda-se expor pelo menos 40 % das categorias do catálogo e não limitar a página inicial a um tema específico. Substituir o único banner por blocos estáticos de categorias e ofertas facilitaria a descoberta de produtos.
2. **Limitar carrosséis e rotação automática** – O Mercado Livre apresenta inúmeros carrosséis horizontais (ex.: “Ofertas”, “Mais vendidos”) ao longo da página, que se estendem durante a rolagem. A pesquisa do Baymard mostra que carrosséis automáticos confundem os usuários e que seções mais altas com conteúdo estático têm melhor desempenho. Desativar a rotação automática e reduzir o número de carrosséis evitaria distrações e melhoraria a navegação.
3. **Evitar pop-ups intrusivos de CEP** – Ao tentar pesquisar “celular”, o site exibiu um pop-up obrigatório solicitando o CEP, impedindo a exibição de resultados. Esse pedido precoce de informações cria fricção. Uma abordagem menos invasiva permitiria pesquisar sem CEP e pedir o endereço apenas no checkout, melhorando a experiência.
4. **Separar anúncios dos resultados de busca** – A lista de produtos inicia com um grande card promocional da Samsung antes do primeiro resultado real. O Baymard destaca que a lista e a filtragem são cruciais para encontrar produtos; anúncios misturados ao conteúdo principal atrasam essa tarefa. Colocar publicidade em áreas laterais ou inferior e rotulá-la claramente evitaria confusão.
5. **Aprimorar filtros e ordenação** – A ordenação atualmente oferece “Mais relevantes” ou preços, mas faltam filtros de faixa de preço ou avaliações, e as opções de marca ficam escondidas. Como a facilidade de filtrar e classificar determina a capacidade de encontrar itens adequados, incluir controles de preço, avaliações, frete e disponibilidade e tornar os filtros persistentes melhoraria a usabilidade.
6. **Incluir mais imagens e vídeos de produtos** – Vários produtos apresentam apenas uma foto estática produto.mercadolivre.com.br. O Baymard recomenda disponibilizar ao menos 3-5 imagens por item e, quando possível, vídeos para que os usuários possam

avaliar melhor os produtos. Fotos de diferentes ângulos e vídeos demonstrativos aumentam a confiança e reduzem devoluções.

7. **Destacar o botão “Adicionar ao carrinho” e o ícone de carrinho** – Nas páginas de produto, o botão principal é “Comprar agora”, enquanto “Adicionar ao carrinho” aparece em segundo plano. O Baymard recomenda que o botão de adicionar seja único e se destaque de outros CTAs para reduzir a taxa de abandono. Além disso, o ícone de carrinho no cabeçalho é pequeno; a diretriz é posicioná-lo no canto superior direito com alto contraste e bastante espaço em torno, facilitando seu reconhecimento.
8. **Usar seções colapsáveis para detalhes extensos** – Características e especificações ocupam grandes blocos de texto. O Baymard sugere organizar essas informações em seções colapsáveis com títulos claros, permitindo que o usuário tenha uma visão geral rápida e expanda apenas o que desejar (ex.: “Detalhes técnicos”, “Política de garantia”).
9. **Evidenciar políticas de devolução e garantia** – A mensagem “devolução grátis” aparece em fonte pequena e em meio a outras informações. As pesquisas da Baymard mostram que políticas de devolução claras e concisas, com respostas em linguagem simples e destaque para quem paga o frete de retorno, aumentam a confiança do comprador. Um bloco com resumo das políticas e links para detalhes seria mais eficiente.
10. **Adicionar link para FAQ e simplificar o rodapé** – O rodapé traz uma longa lista de termos e um índice de letras, mas não há referência a perguntas frequentes. O Baymard recomenda incluir um link “FAQ” ou “FAQs” no rodapé para que os usuários encontrem respostas rapidamente. Organizar o rodapé por categorias (Atendimento, Políticas, Sobre a empresa etc.) e remover listas de termos repetitivos tornaria o final da página mais útil.

Implementar essas melhorias — baseadas em evidências de pesquisa da Baymard — ajudaria o Mercado Livre a reduzir fricções, aumentar a confiança e oferecer uma jornada de compra mais fluida para seus usuários.

Follow-up

Com o Mercado Livre atuando como marketplace – isto é, uma plataforma onde múltiplos vendedores oferecem produtos e não um varejista com estoque próprio – alguns pontos da análise original exigem ajustes. Mesmo assim, muitas das boas práticas de UX identificadas pelo Baymard Institute continuam aplicáveis, pois o objetivo permanece oferecer aos usuários uma navegação fluida, confiança e facilidade de compra.

1. **Comunicar claramente a variedade do marketplace** – Em vez de um único banner de “Frete grátis na primeira compra”, a homepage pode exibir seções distintas para categorias e serviços disponíveis no marketplace. Isso ajuda o usuário a entender a amplitude de produtos e vendedores, conforme a recomendação de mostrar uma ampla variedade de tipos de produto na página inicial.
2. **Atenuar a rotação automática de carrosséis** – Mesmo em um marketplace, diversos carrosséis (“Ofertas”, “Mais vendidos”) podem sobrecarregar o usuário e são difíceis de usar em dispositivos móveis. O Baymard sugere desativar a rotação automática e apresentar conteúdo em seções estáticas, permitindo que o usuário veja melhor os produtos de diferentes vendedores.
3. **Minimizar o pop-up de CEP para facilitar a busca inicial** – Embora a localização seja importante para cálculo de frete de diferentes vendedores, o pop-up de CEP que bloqueia a busca pode afastar o usuário que está explorando. Oferecer a opção “Informar CEP mais tarde” ou pedir o CEP somente quando o usuário chegar ao carrinho reduziria a fricção.
4. **Diferenciar claramente produtos patrocinados** – Em marketplaces, é comum vendedores pagarem para ter anúncios ou “listings” em destaque. Entretanto, colocar um card promocional de um vendedor (Samsung) antes dos resultados de busca lista pode confundir usuários. Mantenha esses anúncios visíveis, mas separados dos resultados orgânicos e rotulados como “patrocinado” ou “anúncio” para garantir transparência.
5. **Melhorar filtros e ordenação para vendedores e produtos** – Como o marketplace agrupa itens de vários lojistas, filtros robustos (por preço, localização do vendedor, reputação, modalidade de envio, etc.) ajudam os usuários a encontrarem os itens certos. O menu de ordenação existente lista. pode ser complementado com filtros de “Lojas oficiais”, “Vendedores com reputação alta” ou “Entrega rápida”, melhorando a confiança e a relevância.
6. **Oferecer mais imagens e vídeos com foco em diferentes vendedores** – Muitos produtos ainda apresentam apenas uma imagem produto.. Em um marketplace, onde cada vendedor pode disponibilizar imagens distintas, é essencial incentivar os lojistas a publicar 3-5 fotos e vídeos para que o comprador avalie melhor o item e compare

ofertas.

7. **Dar destaque ao botão “Adicionar ao carrinho” e informar o vendedor** – Nas páginas de produto, o CTA “Comprar agora” costuma ter mais destaque que “Adicionar ao carrinho” produto.. Para um marketplace, o carrinho é ainda mais importante, pois permite combinar itens de diferentes vendedores. Seguindo a recomendação do Baymard, tornar “Adicionar ao carrinho” o botão primário aumenta a eficiência. Além disso, é útil exibir informações claras sobre o vendedor (nome, reputação, tempo de resposta) próximas ao CTA, para reforçar a confiança.
8. **Estruturar informações em seções colapsáveis** – Características e detalhes técnicos longos podem ser organizados em abas ou seções colapsáveis produto., permitindo que o comprador compare rapidamente ofertas de diferentes vendedores, conforme a diretriz de usar seções colapsáveis.
9. **Destacar a política de devolução e apoio do marketplace** – Em marketplaces, políticas variam entre vendedores, mas o Mercado Livre oferece programas como “Compra Garantida”. Informar claramente sobre devoluções, prazo e quem paga o frete fortalece a segurança do usuário e ajuda a comparar vendedores.
10. **Simplificar o rodapé e incluir link de FAQ** – O rodapé contém uma lista extensa de termos e letras que não auxilia na navegação. Inclua links úteis, como “FAQ”, “Central de ajuda” e “Políticas do marketplace”, conforme recomendado pelo Baymard. Organizar o rodapé por temas (como “Institucional”, “Suporte ao vendedor” e “Suporte ao comprador”) torna a informação mais acessível.

Ao considerar essas adaptações específicas de marketplace, o Mercado Livre poderá oferecer uma experiência mais clara tanto para compradores quanto para vendedores, mantendo transparência e facilidade de uso em um ambiente multivendedor.