

PRECIFIQUE SEM MEDO: LUCRO MÁXIMO E CLIENTES FELIZES

Descubra o método infalível para definir preços que atraem e convertem, mesmo no mercado mais competitivo

Aprenda passo a passo a precificar produtos e serviços com confiança, usando estratégias práticas e exemplos reais de empreendedoras brasileiras.

Daniele Moraes

A Fada Madrinha do Digital

Criadora da Universidade Fada Madrinha™

SUMÁRIO

1	Introdução	3
2	Capítulo 1 – Entendendo os Custos: A Base da Precificação	5
3	Capítulo 2 – Valor Percebido: Como Transformar Benefícios em Preço	7
4	Capítulo 3 – Estratégias de Precificação: 50/50, Penetração e Premium	9
5	Capítulo 4 – Testando e Ajustando: O Ciclo de Otimização	11
6	Capítulo 5 – Precificação em Plataformas: Shopee, Mercado Livre e Instagram	13
7	Conclusão	15
8	Agradecimentos	17
9	Fontes & Referências	19

Introdução

Imagine a cena: você acabou de lançar seu primeiro produto de beleza artesanal e, ao fechar a primeira venda, sente aquele frio na barriga. Será que estou cobrando demais?

Minha querida, eu já passei por isso. Na primeira semana da minha jornada, vendi apenas duas unidades porque coloquei um preço que parecia "seguro" para mim, mas que assustou as clientes. Foi aí que descobri que a precificação não é um bicho de sete cabeças, e sim uma arte que pode ser aprendida.

Neste e book, eu te levo de mãos dadas p clara: você vai entender seus custos, descobrir o valor percebido pelos seus clientes, aplicar estratégias testadas e ainda aprender a ajustar preços em tempo real. Ao final, você não só vai dominar a arte de precificar, como vai transformar medo em confiança e ver seu faturamento subir.

Vem comigo, porque o próximo passo da sua jornada começa agora.

Capítulo 1 – Entendendo os Custos: A Base da Precificação

Custos Fixos e Variáveis

Tudo começa com a matemática dos custos. Quando a Ana, fundadora da "Madrinha Eco", decidiu vender sabonetes veganos, ela só anotou o preço da matéria, esqueceu o tempo de produção, a embalagem e a taxa da plataforma. O resultado? Um prejuízo de 30% nas primeiras 50 vendas.

Para evitar esse erro, use o método V.E.N.D.A. – Valuar cada custo, Excluir despesas ocultas, Normalizar margens, Definir preço base e Ajustar conforme o m...
liste todos os custos fixos (aluguel, energia, internet) e variáveis (ingredientes, embalagem). Dep...
divida pelo número de unidades que pretende produzir.

Exemplo prático: se o custo total mensal...
você produzir 500 unidades, o custo unitário...
Agora adicione a margem desejada – digamos 60% – e o
preço de venda será R\$ / 8,00.

Resultado: você cobre tudo e ainda garante lucro.

FAÇA AGORA:

- - Anote todos os seus custos fixos e variáveis em uma planilha.
- - Calcule o custo unitário usando a fórmula acima.
- - Defina a margem de lucro que deseja (recomendo 50 - 70 %) .

- - Calcule o preço de venda inicial.

Capítulo 2 – Valor Percebido: Como Transformar Benefícios em Preço

O Poder da Percepção

A Julia, criadora da "Madrinha Fit", vendia leggings por R\$ / 89,00, mas seu público enxergava o produto "mais um" no mercado. Quando ela passou a comunicar os diferenciais – tecido antibacteriano, design exclusivo e garantia de 2 anos – o mesmo produto passou a ser vendido por R\$ / 149,00.

O segredo está em mapear benefícios tangíveis (durabilidade, funcionalidade) e intangíveis (status, segurança). Use a fórmula $\text{Valor} = \text{Benefício} \times \text{Percepção}$. Liste cada benefício, atribua um valor monetário e multiplique pela percepção que a sua cliente tem da marca.

Para validar, faça uma pesquisa rápida com 20 clientes usando o Google Forms. Pergunte quanto elas pagariam por um produto com os benefícios listados. A média será o ponto de partida para o seu preço premium.

Dica da Dani: ao comunicar o valor, use provas sociais (depoimentos, estrelas) e mostre números reais – isso eleva a percepção e justifica o preço.

FAÇA AGORA:

- - Liste 5 benefícios do seu produto/serviço.
- - Atribua a cada benefício um valor aproximado (ex.: economia de R\$ / 30,00 por mês).
- - Pergunte a 10 clientes quanto pagariam por esse conjunto de benefícios.
- - Defina um preço baseado na média obtida,

adicionando sua margem.

Capítulo 3 – Estratégias de Precificação: 50/50, Penetração e Premium

Quando Usar Cada Estratégia

A estratégia escolhida depende do estágio do seu negócio. Quando a Carla lançou sua linha de acessórios, optou por Precificação de Penetração (preço baixo para ganhar mercado). Em seis meses, vendeu 2.000 unidades, mas o lucro era apenas 15%.

Já a Renata, que já tinha uma base de clientes fiel, adotou a Estratégia Premium – preço alto, valor agregado e exclusividade. Seu produto de decoração atingiu margem de 80%.

A Lei 50/50 – dividir o preço final em 50% custos e 50% margem – funciona como ponto de partida seguro para negócios em fase de estabilização. Se o custo unitário for R\$ / 20,00, o preço sugerido será R\$ / 40,00

N.B.M. (Negócio, Base, Margem) ajuda a escolher:

- Negócio: mercado alvo e concorrência.
- Base: custos reais.
- Margem: lucro desejado.

Ao combinar essas regras, você cria um preço que protege seu caixa e ainda atrai clientes.

FAÇA AGORA:

- - Identifique em que fase seu negócio está (início, crescimento, maturidade).
- - Escolha uma estratégia (Penetração, Premium ou 50/50).
- - Calcule o preço usando a fórmula da estratégia escolhida.
- - Teste o preço com 5 clientes e ajuste conforme

feedback.

Capítulo 4 – Testando e Ajustando: O Ciclo de Otimização

A Experiência da Sofia

Sofia, dona da "Madrinha Digital", lançou um kit de planners digitais por R\$/45,00. As primeiras duas vendas foram baixas. Ela então aplicou o Ciclo de Teste A/B: manteve a mesma oferta, mas variou o preço para R\$/39,00 e R\$/55,00 em anúncios diferentes.

Os resultados? O anúncio de R\$/39,00 gerou mais cliques, mas o de R\$/55,00 trouxe 45% mais vendas. Concluiu que seu público estava disposto a pagar mais quando percebia maior valor.

Para otimizar, use a fórmula $\text{Preço Ajustado} = (\text{Preço Testado} \times \text{Taxa de Conversão}) / (\text{Preço Base} \times \text{Taxa de Conversão Base})$. Isso dá um indicador de qual preço maximiza receita.

Além disso, monitore indicadores como Ticket Médio, CAC (Custo de Aquisição de Cliente) e LTV (Lifetime Value). Se o CAC está próximo ao LTV, seu preço está equilibrado.

Ferramentas recomendadas: Google Analytics, Meta Business Suite e o painel de vendedores da Shopee.

FAÇA AGORA:

- - Escolha dois preços diferentes para testar (ex.: R \$ / 3 0 , 0 0 e R \$ / 4 5 , 0 0) .
- - Crie anúncios idênticos, mudando apenas o preço.
- - Acompanhe cliques, taxa de conversão e receita por 7 dias.
- - Calcule o preço ajustado usando a fórmula acima e

escolha o vencedor.

Capítulo 5 – Precificação em Plataformas: Shopee, Mercado Livre e Instagram

Adaptando o Preço ao Canal

Cada plataforma tem suas particularidades. Na Shopee, o Frete Grátis costuma ser decisivo; por isso, muitas vendedoras aumentam o preço em 10 15 % custo. Já no Mercado Livre, a Taxa de Venda (aprox. 11%) deve ser incluída no cálculo.

Quando a Letícia começou a vender kits de maquiagem no Instagram, ela percebeu que o público era mais sensível à exclusividade. Ela então usou o Preço Premium, adicionando um selo de “Edição Limitada” e cobrando R\$ / 199,00, apesar do custo unitário ser R

Passo a passo para cada canal:

- Shopee: $\text{custo} + \text{frete} + \text{margem} = \text{preço final}$.
- Mercado Livre: $\text{custo} + \text{taxa (11\%)} + \text{margem}$.
- Instagram: $\text{custo} + \text{margem} + \text{valor percebido (exclusividade)}$.

Não esqueça de alinhar a política de devolução e a garantia, pois isso impacta a confiança do comprador e, conseqüentemente, a disposição a pagar.

FAÇA AGORA:

- - Escolha um produto e liste-o em duas plataformas diferentes.
- - Calcule o preço para cada canal usando as regras acima.
- - Publique e monitore a performance por 10 dias.
- - Ajuste o preço com base nos resultados e nas taxas

de devolução.

Conclusão

Sua Transformação

Parabéns, minha querida! Você acabou de percorrer a jornada completa da precificação sem medo. Do entendimento dos custos ao ajuste fino em plataformas, cada passo foi pensado para que você possa definir preços que garantam lucro, sustentabilidade e satisfação do cliente.

Agora, imagine o próximo nível: aplicar tudo isso dentro da Universidade Fada Madrinha, onde eu aprofundo estratégias de funil, tráfego e copywriting. Não deixe a oportunidade passar – as vagas são limitadas e as inscrições encerram em 7 dias.

Se quiser aprofundar ainda mais, recomendo dois dos meus livros que complementam este conteúdo:

- "Como Criar seu Primeiro Infoproduto e Gerar Renda Passiva em 30 Dias" – um guia prático para quem quer diversificar a renda.
- "Dropshipping Nacional: Como Encontrar Fornecedores, Precificar e Vender em 30 Dias" – ideal para quem deseja escalar o negócio com fornecedores locais.

Outros livros da Fada Madrinha

- [Como Criar seu Primeiro Infoproduto e Gerar Renda Passiva em 30 Dias](<https://www.comunidadefadamadrinha.com/ebooks/como-criar-seu-primeiro-infoproduto-e-gerar-renda-passiva-em-30-dias>)
- [Rotina Produtiva da Empreendedora de Sucesso: O Guia

Definitivo para Dominar o Digital](<https://www.comunidadefadamadrinha.com/ebooks/rotina-produtiva-da-empresaria-de-sucesso-o-guia-definitivo-para-dominar-o-digital>)

- [Instagram que Vende: Estratégias de Conteúdo para Empreendedoras](<https://www.comunidadefadamadrinha.com/ebooks/instagram-que-vende-estrategias-de-conteudo-para-empresarias>)
- [Dropshipping Nacional: Como Encontrar Fornecedores, Precificar e Vender em 30 Dias](<https://www.comunidadefadamadrinha.com/ebooks/dropshipping-nacional-como-encontrar-fornecedores-precificar-e-vender-em-30-dias>)

Clique agora em <https://universidadefadamadrinha.com> e garanta sua vaga. Transforme conhecimento em ação e veja seu negócio prosperar!

Agradecimentos

Minha querida empreendedora, este e b o o graças à energia e à coragem de cada mulher da nossa comunidade. Agradeço à minha equipe, às mentoradas que testaram cada fórmula e, principalmente, a você, que decidiu investir no seu crescimento. Juntas, somos mais fortes e vamos voar ainda mais alto.

Fontes & Referências

- Sebrae – sebrae.com.br
- Governo Federal – gov.br
- Receita Federal – gov.br/receitafederal
- Shopee – help.shopee.com.br
- Mercado Livre – ajuda.mercadolivre.com.br
- Meta Business Suite – business.facebook.com
- Google Analytics – analytics.google.com

SOBRE A AUTORA



Daniele Morais

A Fada Madrinha do Digital

Daniele Morais é empreendedora digital, educadora e criadora da Universidade Fada Madrinha — a maior escola de dropshipping e negócios digitais para mulheres do Brasil. Com anos de experiência no mercado digital, Daniele transformou a vida de milhares de mulheres ensinando como construir uma renda real e sustentável online.

Autora dos métodos proprietários V.E.N.D.A., N.B.M. e Lei 50/50, ela é referência nacional em vendas digitais, dropshipping e empreendedorismo feminino. Sua missão é simples: mostrar que toda mulher pode prosperar no digital.

Siga a Dani nas redes:

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

YouTube: [youtube.com/@universidadefadamadrinha](https://www.youtube.com/@universidadefadamadrinha)

Sua jornada está apenas começando!

Você acabou de dar um passo incrível. Agora é hora de colocar tudo em prática com o suporte da maior escola de negócios digitais para mulheres do Brasil.

Vagas limitadas — garanta a sua agora!

QUERO ENTRAR NA UNIVERSIDADE

universidadefadamadrinha.com

Também nos encontre em:

Comunidade: app.universidadefadamadrinha.com/comunidade

Telegram: t.me/+tmxE5S_k-G85ODFh

Daniele Morais

A Fada Madrinha do Digital

Criadora da Universidade Fada Madrinha™