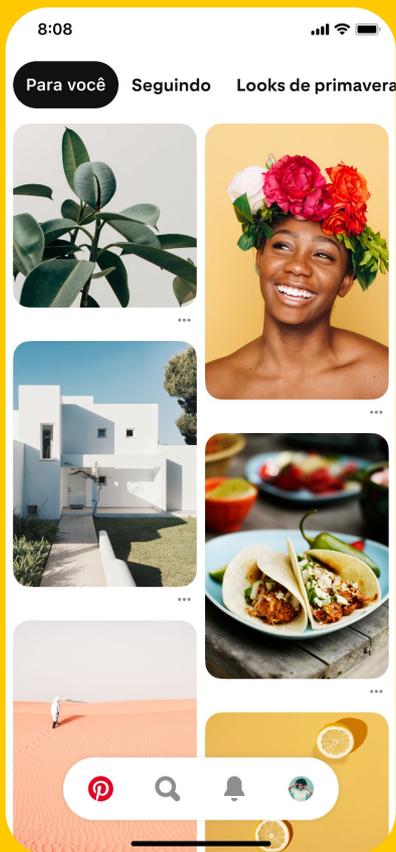




*Melhores juntos:  
Shopping orgânico +  
pago no Pinterest*



# Aqui, o que não falta são boas ideias

O que comer. Aonde ir. E como fazer  
acontecer. É no Pinterest que as pessoas  
buscam inspiração.

## 6 B

Número de pastas que  
as pessoas criaram no  
Pinterest<sup>1</sup>

## 300 B

Número de Pins que  
as pessoas salvaram  
no Pinterest<sup>1</sup>

# É no Pinterest que a inspiração se transforma em ação

E sua marca ajuda a fazer isso acontecer. Você conhece bem sua categoria, por isso as pessoas sabem que podem contar com sua marca na hora de planejar seus próximos projetos.

# 86%

dos brasileiros dizem se sentir mais confortáveis a respeito de compras que fizeram quando estavam inspirados

# Comprar pela internet é fácil. Mas será que é melhor?

O e-commerce existe há quatro décadas, mas só **4 entre 10** pessoas dizem que preferem comprar online a comprar pessoalmente.



# Acontece que comprar pela internet é melhor no Pinterest.

O Pinterest junta o prazer da descoberta do mundo real com a facilidade das compras online. É por isso que 75% dos compradores querem comprar no Pinterest. Menos da metade diz o mesmo sobre as plataformas concorrentes.

Fonte: ComScore for Pinterest, global, fevereiro de 2021.

[Comprar](#)

**Castiçal Paulie**  
R\$ 57,99

**Bowl Marcy**  
R\$ 39,99



# Seus clientes sentem falta de comprar.

Sentem falta de passar pela vitrine da sua loja e se inspirar. Sentem falta de "dar uma olhadinha". De escolher os produtos. De experimentar as peças. Eles sentem falta de ter uma experiência de compra com a inspiração que sua marca proporciona.

No mundo das compras online, às vezes você pode sentir que perdeu o controle. Que está competindo por um espaço em um site que não é seu. Que sua marca está escondida atrás de produtos genéricos. Sem um lugar para personalizar a experiência de compra que seus clientes procuram. E você também sente falta de vender pessoalmente.



# Por que comprar no Pinterest é melhor?

- A inspiração faz toda a diferença na hora de comprar e vender.
- É uma experiência mais parecida com uma compra presencial.
- É um processo que começa com inspiração e envolve muitas referências.
- Comprar no Pinterest é uma experiência visual.
- Comprar no Pinterest leva a uma descoberta prazerosa.



Mentalidade do usuário do Pinterest

+

A magia de procurar e descobrir produtos

=

*Um ambiente de compras  
mais potente que gera valor  
para as marcas*





E agora comprar  
no Pinterest  
ficou ainda  
mais inspirador.

Soluções novas e aprimoradas pra você começar  
a vender no Pinterest e criar, de forma fácil,  
uma experiência de marca coesa e relevante.



# *Compras orgânicas e o Programa de Lojas Verificadas*



# Programa de Lojas Verificadas

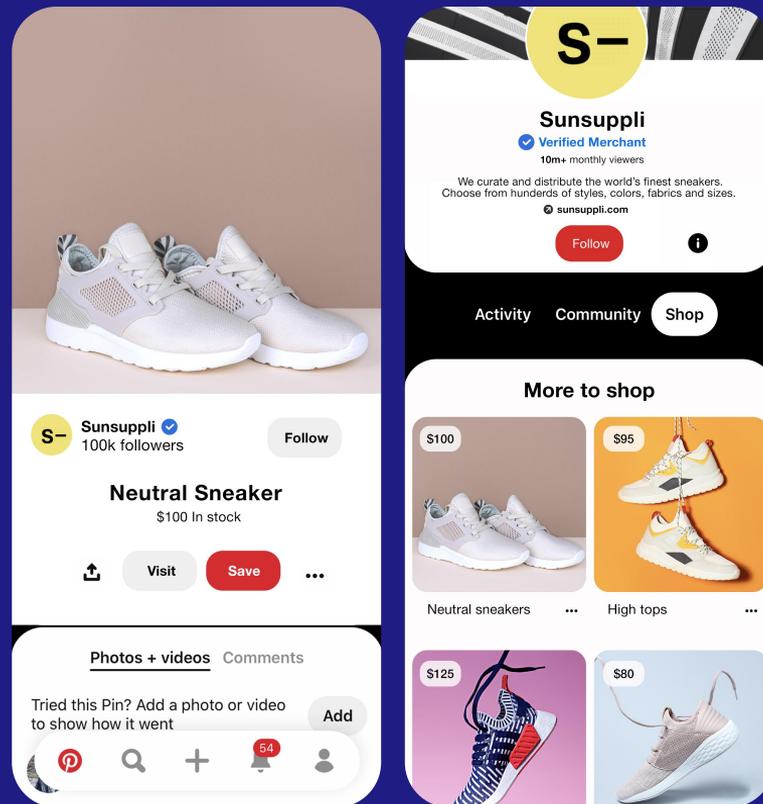
Reforça a conexão entre pessoas e marcas

- 1 Apareça nos recursos de compras
- 2 Mensure o que importa
- 3 Destaque-se em relação a outras marcas
- 4 Ative sua aba Comprar

# Apareça nos recursos de compras

Produtos de Lojas Verificadas estão qualificados para distribuição em recursos de compras dedicados. Neles, que são nossas experiências de compra com maior intenção, todos os produtos ficam disponíveis para compra.

Com o tempo, vamos expor apenas produtos de Lojas Verificadas nessas experiências. Ou seja, na hora de comprar, as pessoas só verão produtos de lojas que tiveram sua confiabilidade verificada. É um bom negócio também para os comerciantes, que ganham acesso antecipado ao Programa e podem aproveitar o aumento no tráfego e nas vendas.



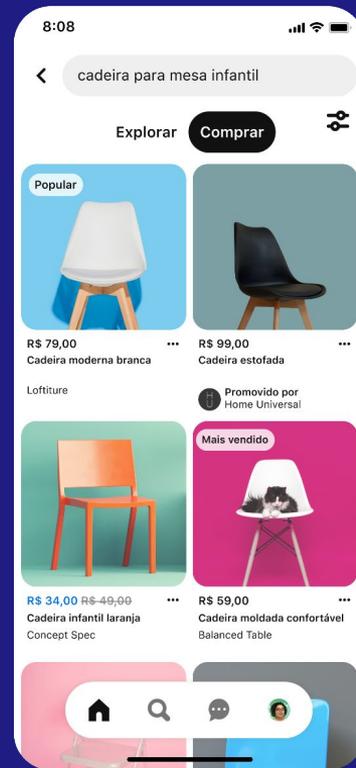
# Pins de produto

Ao acessar um Pin de produto, o usuário vê detalhes e informações adicionais do produto da loja, como preço, frete e avaliações, e assim pode decidir melhor o que comprar.



# Busca por produto

Quando as pessoas fizerem consultas habilitadas para compras, mostraremos uma aba Comprar com resultados 100% compráveis de lojas que vendem no Pinterest. Ela ficará ao lado da aba Explorar, que inclui resultados de pesquisa padrão.



# Compras com a Busca pela Câmera

A Busca pela Câmera conecta a inspiração offline do mundo real às ideias online que estão à venda no Pinterest, por meio da tecnologia de busca visual.

Quando as pessoas veem algo que as inspira no mundo real, elas podem tirar uma foto com a câmera do Pinterest e fazer uma busca visual por produtos similares nas categorias de decoração e moda.



# Pastas de produto

As pessoas vão ver uma subpasta Comprar dedicada em suas pastas, com ideias de produtos compráveis inspirados no conteúdo que elas salvaram.



# Tag de produto

Com as tags de produto no Pin builder, as lojas podem disponibilizar seus Pins padrão para compra a partir do catálogo.

Ao ampliar a imagem de um Pin com produtos marcados, as pessoas veem as tags de produtos com detalhes como título e preço sem sair da tela. Elas também podem tocar na tag pra acessar diretamente a imagem ampliada do Pin do produto. Assim fica mais fácil comprar as coisas que as inspiraram no Pinterest.



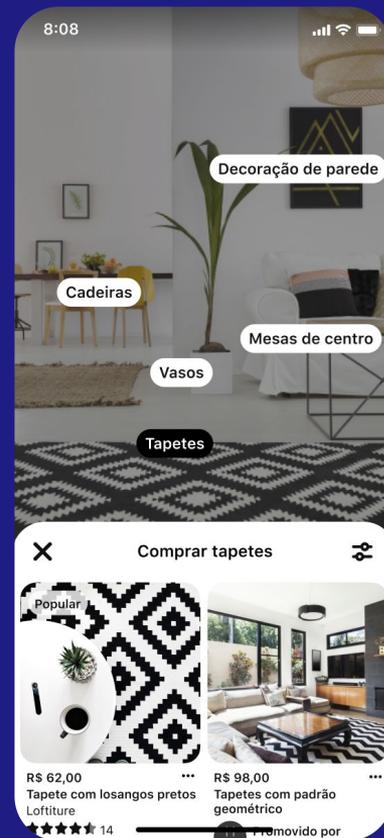
# Destaque de produtos

Destaque de produtos é uma subpasta independente, incluída na aba Pesquisar, na qual as pessoas encontram artigos que propõem uma curadoria de produtos. É uma forma de dar destaque a conteúdo comprável de alta qualidade. Como se fosse uma revista de moda ou decoração no Pinterest, os Destaques colocam as inspirações à venda.



# Produtos relacionados

Quando os usuários tocam em um Pin que curtiram, identificamos automaticamente os produtos à venda usando rótulos e pontos de categoria. Quando alguém toca nesses rótulos e pontos, nossa tecnologia de busca visual retorna resultados de produtos à venda semelhantes aos que aparecem na imagem.



# Destaque-se em relação a outras marcas

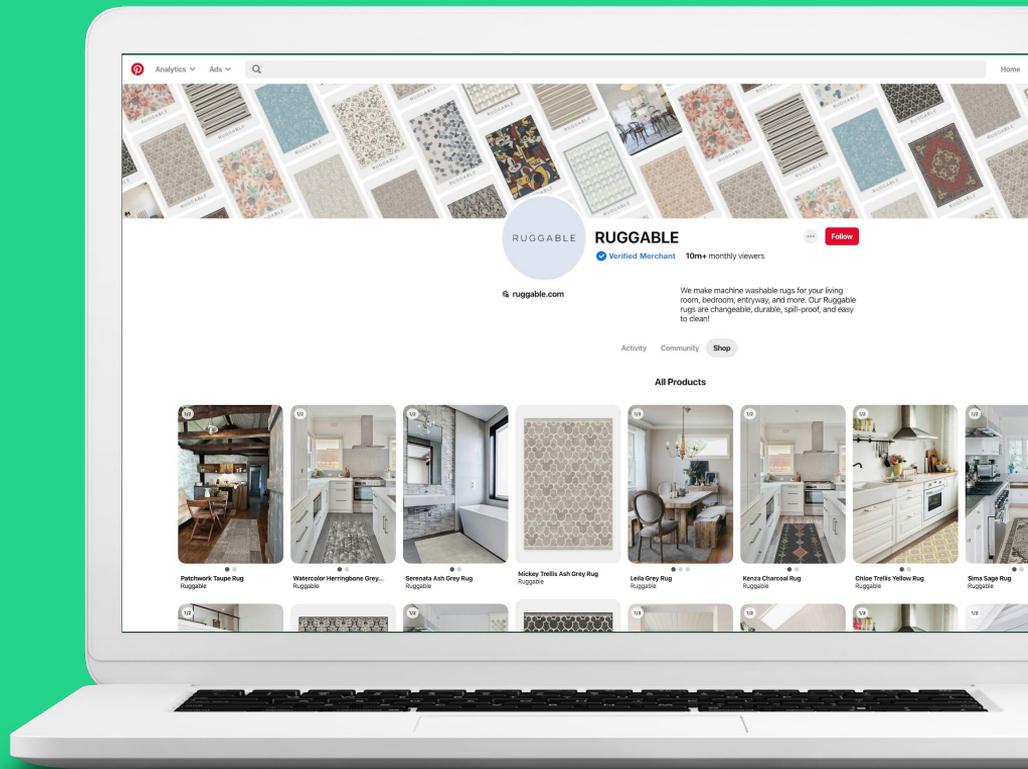
O selo de “Verificado” no perfil e os Pins de produtos mostram às pessoas que sua marca passou por uma verificação de confiabilidade. Os selos aparecem no perfil da loja e nos Pins de produtos em close-up.

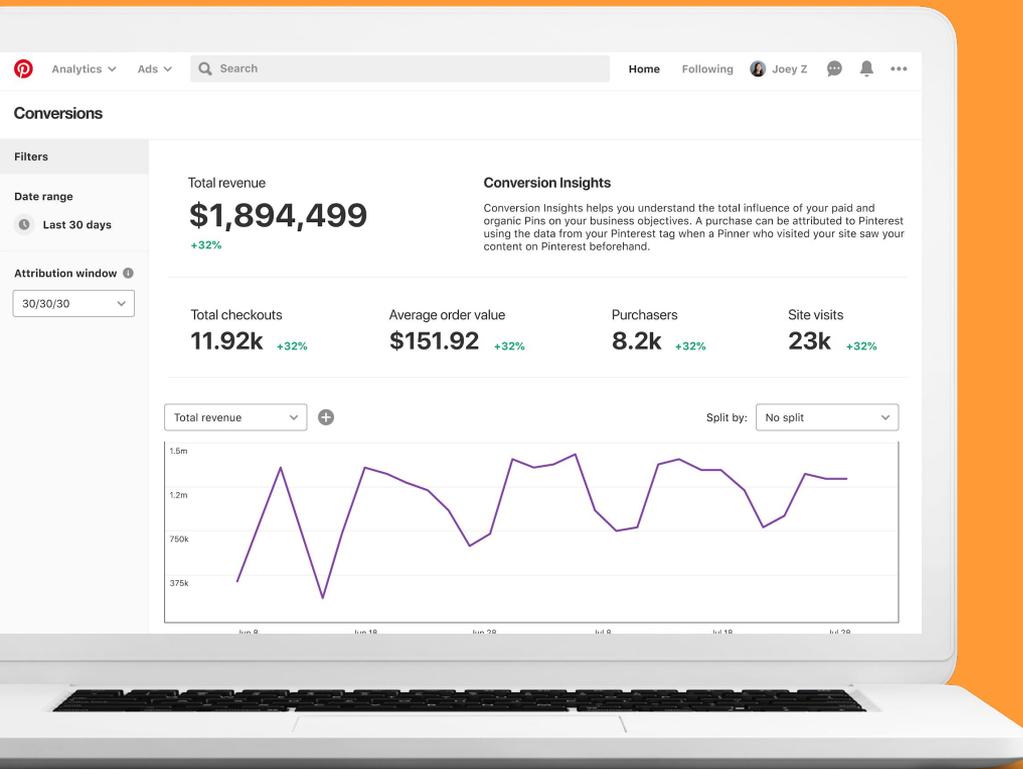
As lojas verificadas também passam a ter informações sobre disponibilidade e preços em seus Pins de produtos.



# Ative a aba Comprar

Lojas que adicionam seu catálogo ao Pinterest ganham uma aba Comprar especial no perfil. Com a aba Comprar, as lojas mostram todos os produtos de uma só vez pra facilitar a venda. Ela também permite que as pessoas vejam apenas os produtos que estão em estoque e disponíveis para a compra.





# Mensure o que importa

Lojas Verificadas têm acesso à nossa nova ferramenta Conversion Insights. Essa ferramenta avalia o impacto do conteúdo orgânico e pago nas visitas ao site e nas finalizações da compra.

Ou seja, os vendedores poderão ver os resultados do desempenho orgânico e pago de seus Pins num só lugar.

# Como se tornar uma Loja Verificada



- 1 Atenda aos requisitos de qualificação**  
As lojas precisam passar por análises de [diretrizes](#). Assim garantimos que as pessoas tenham a melhor experiência de compra com as melhores lojas.
- 2 Instale a tag do Pinterest\***  
As lojas devem adicionar a [Tag do Pinterest](#) aos Pins. Assim, elas conseguem mensurar os principais eventos de conversão e registrar dados de alta qualidade sobre eventos relacionados a compras.
- 3 Carregue seu catálogo**  
As lojas precisam [carregar seu feed](#) no Pinterest. Dessa forma, as pessoas podem ver os dados atualizados do produto quando forem comprar.

# Requisitos

# Site

## ***O que fazer:***

- Site e páginas de produtos de alta qualidade.
- Uma política de devolução que seja fácil de entender e de encontrar, que explique se a loja aceita devoluções, o processo, o prazo estimado (se aplicável) e informações de contato.
- Uma política de frete que seja fácil de entender e de encontrar, que apresente o prazo de entrega esperado.

## ***O que não fazer:***

- Os comerciantes não podem ser revendedores nem trabalhar com consignação.
- Publicar conteúdo editorial de má qualidade, incluindo:
  - Excesso de erros gramaticais ou de ortografia
  - Imagens distorcidas ou com baixa resolução
- Utilizar conteúdo que não original, incluindo:
  - Conteúdo de empresas ou marcas afiliadas
  - Conteúdo que não seja original na seção “sobre” ou em descrições de produtos
  - Imagens de banco de imagens
- Obrigar os usuários a visitar outra página que não pertença à marca
- Colocar consumidores em risco ou fazer propaganda enganosa
- Adicionar vários anúncios ou pop-ups que os usuários não podem fechar
- Publicar conteúdo desatualizado ou produtos que estejam fora de estoque

# Pinterest

## ***O que fazer:***

- O Pinterest deve ter informações atuais (de no máximo 24 horas) e precisas sobre o preço e o status de disponibilidade do produto. Essas informações vêm da sincronização diária do feed ou ao permitir que o Pinterest faça uma verificação frequente das metatags nas páginas de destino dos produtos.
- O Pin deve exibir um item específico (excluindo serviços) disponível para compra.
- A imagem e a descrição do Pin devem representar o produto de forma precisa.

Produtos proibidos



Bebidas alcoólicas



Produtos financeiros, como empréstimos, criptomoedas etc.

Qualquer produto que se enquadre na lista de produtos e serviços proibidos nas nossas Diretrizes de Publicidade, incluindo:

- Produtos para o público adulto
- Drogas e produtos relacionados a drogas
- Produtos relacionados a espécies ameaçadas de extinção e animais vivos
- Jogos de azar, como jogos de azar online ou loterias
- Produtos e serviços relacionados à saúde, incluindo medicamentos vendidos com receita, dispositivos médicos e quaisquer produtos para a saúde que não sejam seguros ou que façam promessas irreais, como remédios para perda de peso. Medicamentos vendidos sem receita médica não podem ser patrocinados em nenhum mercado onde seu anúncio seja proibido. Saiba mais nas nossas Diretrizes de Publicidade.
- Produtos ilícitos
- Produtos que sejam imitações ou falsificações
- Produtos vendidos por uma campanha política ou um comitê de ação política (PAC, super PAC)
- Produtos ofensivos ou perturbadores
- Produtos de tabaco
- Práticas comerciais inaceitáveis
- Produtos relacionados a armas e explosivos



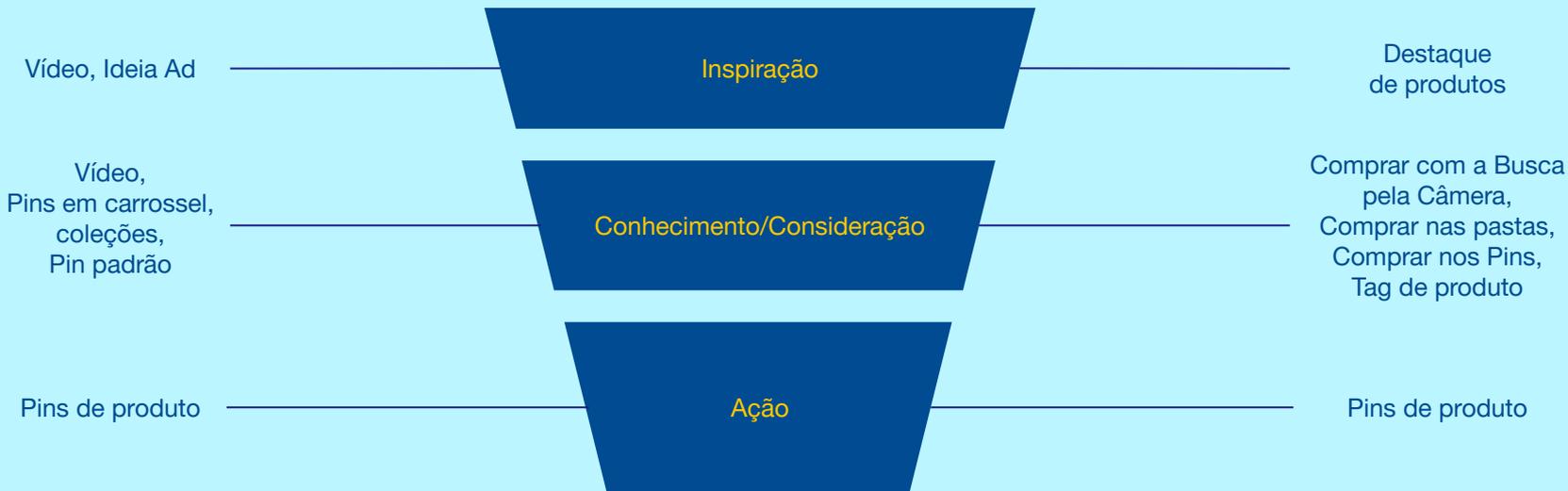
*Soluções criativas para  
compras inspiradoras*



Jornada do usuário

Estratégia  
paga

Estratégia  
orgânica



# Transforme inspiração em ação

Use Pins de produtos para transformar seus Pins de estilo de vida em Pins disponíveis para compra. Assim fica mais fácil transformar a inspiração em ação.

Com a tag de produto, as pessoas se inspiram com seu conteúdo de estilo de vida e têm acesso fácil às informações do produto e à página de destino da compra. O caminho até a compra fica mais curto.



## As 5 dimensões da inspiração influenciam a forma como as pessoas pensam



### Visualmente atraente

*“Eu venho pra sair da rotina e descobrir viagens maravilhosas. É no Pinterest que planejo todas as minhas viagens.”*



### Relevante

*“Eu venho planejar momentos sazonais, como o Réveillon. Procuo ideias para festas e inspiração de moda.”*



### Positivo

*“Eu venho encontrar ideias que combinam com meu estilo e não tenho preconceitos. O Pinterest é o lugar que me dá segurança pra sonhar.”*



### Original

*“Eu venho conhecer as novidades. Sempre acabo descobrindo novas marcas e ideias incríveis.”*



### Estimula a ação

*“Eu venho com a certeza de que vou encontrar o que procuro pra dar o próximo passo na minha vida.”*

# Visualmente atraente



# Relevante



# Positivo



# Original

Inspire as pessoas a descobrir ou experimentar algo novo



Crie um conteúdo atualizado para ajudar as pessoas a se planejarem para os próximos eventos anuais

Faça o que ninguém está fazendo ou adicione um toque exclusivo e diferente

Crie conteúdo original se apropriando de temas em que sua marca é especialista ou influente

# Estimula a ação

Confirme se seu produto está disponível e em estoque



Veja se o link do seu Pin leva à página correta para mostrar o produto em destaque

Incentive as pessoas a transformarem seu conteúdo em ação com ideias práticas e acessíveis

Traduza e localize os Pins trazendo linguagem e contexto que sejam relevantes para a sua cultura

# Pesquise outros bons exemplos na sua categoria



1. Open  app
2. Go to  bar
3. Tap  to scan



Proporção de 3:2  
*Muito curta*  
Baixo desempenho



Proporção de 2:3  
*Perfeita*  
1000 x 1500 px  
recomendado



Proporção de 1:2,1  
*Longa demais*  
Truncamento  
forçado

# Como criar o título e descrição perfeita para um Pin?

## **Não pode faltar**

Não deixe de preencher esse campo: ele é importante para as pesquisas, para a segmentação e para o desempenho.

## **Tem entre 6 e 50 caracteres**

Pense em cada palavra com carinho. Um bom título é curto e vai direto ao ponto.

## **Inclui palavras-chave para pesquisa**

As descrições dos Pins têm um papel fundamental na pesquisa. Inclua palavras-chave relevantes para ajudar na segmentação. Evite floreios e palavras que não acrescentam nada.

## **Deve incluir o nome da marca**

Inclua o nome da marca na primeira frase da descrição para aumentar o reconhecimento da marca.

## **Não tem hashtags**

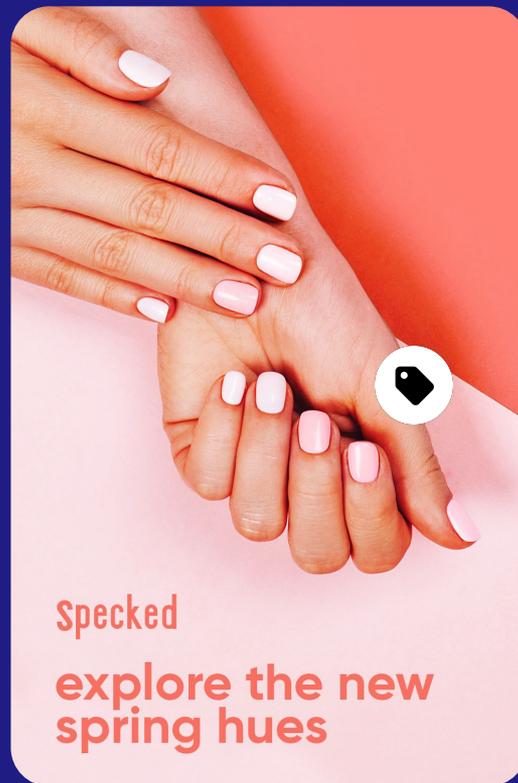
#Desnecessário #NãoPrecisa

# Creative Connect

*para compras*

Pin Pack ideal para:

- Marcas que precisam de mudanças criativas para se alinhar com uma estratégia de inspired shopping transformando seus lifestyle pins\* (produtos posicionados no contexto de uma imagem) e usando product tagging



\*Fotomontagem feita com imagens extraídas de bancos de imagem de acordo com as melhores práticas criativas do Pinterest. As fotos não serão produzidas Ad-hoc; o cliente poderá enviar instruções e direcionamento para escolha das imagens

# Creative Connect

## *na hora de comprar*

- ✓ Investimento total: 100k BRL  
(exclusivo para o programa de shopping e condicionado à implementação de otimizações sugeridas)
- ✓ Exclusivo para os primeiros 10 anunciantes que fecharem o pacote

- ✓ A: 8 Pins estáticos (6 heróis, 2 iterações)
- ✓ B: 2 Pins de vídeo (1 herói, 1 iteração) + 4 Pins estáticos
- ✓ C: 4 Pins de vídeo (2 heróis, 2 iterações)

Tempo de retorno de 14 dias desde o recebimento de criativos até os Pins finais; inclui 2 rodadas de revisões

Tag do Pinterest

# O que é a tag do Pinterest?

A tag é um pedacinho de código que envia para o Pinterest as informações sobre as ações realizadas em um site.



Conectamos esses dados às contas dos usuários do Pinterest e vinculamos os eventos da tag aos eventos do anúncio.

# Partes da tag

A tag do Pinterest tem duas partes: um código de base e os códigos do evento.

O código de base deve ser inserido em todas as páginas do site. Assim conseguimos aumentar o público de visitantes, independentemente de qual página eles acessem, e preparar a página para códigos do evento.

Os códigos do evento devem ser colocados onde serão carregados após uma ação ter sido concluída. Por exemplo: a página de confirmação, o botão Adicione ao carrinho etc.





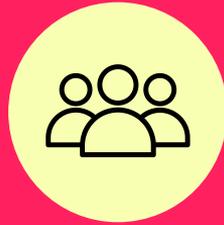
*Por que mensurar com  
a tag do Pinterest?*

# Por que implementar a tag?



## ***Dados de conversão***

Veja como os anúncios no Pinterest influenciaram ações realizadas até 60 dias antes da finalização da compra



## ***Gerar públicos***

Crie públicos com base nas ações que eles realizaram no site



## ***Impulsionar resultados***

A otimização de conversão exige menos esforço para gerar mais conversão e expansão

A woman with short dark hair, wearing a green and white sweater, is sitting at a red table outdoors. She is working on a laptop. On the table, there is a water bottle, a yellow fruit, and some papers. The background shows a scenic view of mountains and a valley. The text "Como a tag funciona?" is overlaid on the image in a yellow, cursive font.

*Como a tag funciona?*

# Rastreamento de conversão com a tag do Pinterest

*Como funciona?*



A tag do Pinterest poderá vincular essa conversão ao evento do anúncio e relatará a conversão desde que ela esteja dentro do período selecionado (30 dias, 60 dias etc.)

# Integrações do Pinterest

Uma integração é uma solução pré-programada para instalar a tag e outros recursos em um site. As integrações podem ser realizadas pelo Pinterest ou por um terceiro.

Benefícios de uma integração:

- É simples
- É acessível
- É mais difícil de corromper
- Oferece recursos/opções adicionais

Entre as opções disponíveis atualmente estão integrações do Shopify, Gerenciador de Tags do Google, WooCommerce, WordPress, Magento, Tealium, Segment e Ecwid.

# Gerenciador de Tags do Google

O Gerenciador de Tags do Google permite que uma empresa insira tags/pixels de várias fontes dentro de uma única plataforma\*, tudo sem editar o código. O Pinterest tem um modelo de tag integrado dentro do Gerenciador de Tags do Google.

O Gerenciador de Tags do Google é:

- Amplamente utilizado
- Fácil de implementar
- Poderoso o suficiente para permitir a ressegmentação dinâmica
- Confiável (quase nunca dá problema)

A maioria das empresas está muito acostumada com o Gerenciador de Tags do Google. Portanto, a configuração é rápida e fácil.

NOTA: as integrações com VTEX/LocalWeb não existem atualmente, mas estão sendo desenvolvidas.

# Como verificar sua tag com o Tag Helper

O Tag Helper é uma extensão do Google Chrome que detecta quando uma tag do Pinterest é disparada. **Ele nos ajuda a verificar se a tag está funcionando para a página ou as ações específicas.** [Baixe](#) a extensão.

O Pinterest Tag Helper dá 3 sinais:

- Verde/Bom
- Amarelo/Atenção
  - Funcionando, mas poderia estar melhor
- Vermelho/Erro
  - Provavelmente corrompida



A screenshot of the Pinterest Tag Helper extension interface. At the top, it shows the Pinterest logo and the text "Pinterest Tag Helper". Below that, it displays "Events: 4" with a green checkmark icon and the number "1", an orange warning icon and the number "3", and a red error icon and the number "0". The main section shows "Tag ID:2617630338597" and "Version:3". A warning message states "More than one event was found for page visit." Below this is an "Events" section with three entries: 1. A green checkmark icon followed by "Base code page load event was sent successfully." and an upward arrow. 2. An orange warning icon followed by "Page visit event was sent successfully with warnings." and a mouse cursor icon. Below this is "Warning - Product Category is missing". 3. An orange warning icon followed by "Add to cart event was sent successfully with warnings." and an upward arrow. Below this is "Warning - Product Category is missing". 4. An orange warning icon followed by "Page visit event was sent successfully with warnings." and an upward arrow. Below this is "Warning - Product Category is missing".

# Erros mais comuns com as tags

<i>Mensagem de erro</i>	<i>O que fazer</i>
<i>“IDs de produtos não aprovados”</i>	Verifique os IDs dos produtos no catálogo e compare-os com os da tag. Os IDs de produtos do feed devem corresponder aos do site
<i>“Valor ausente no evento Finalização da compra”</i>	Verifique se o evento Finalização da compra está enviando o valor da compra
<i>“ID do produto ausente no evento Adição ao carrinho”</i>	Verifique se o ID do produto está transmitindo corretamente o evento Adição ao carrinho



# Catálogo

(implementação e otimização)

# O que é necessário para ativar as compras no Pinterest?



## Crie uma conta business

Converta seu perfil do Pinterest em um perfil business para acessar Catálogos.



## Reivindique o seu site

Você precisa reivindicar um site, e os URLs da página de destino em seu feed devem ser do domínio reivindicado.



## Preparação do feed

O feed de produtos deve atender às nossas especificações e conter todos os dados necessários. Depois que o arquivo de feed é criado, ele deve ser hospedado em um local onde nosso sistema o acesse regularmente.



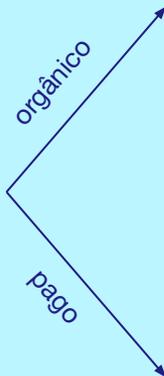
## Ingestão de feed e avaliação da loja

Depois o URL do feed deve ser enviado ao Pinterest por meio de Catálogos. Nosso sistema acessará o URL e lerá o arquivo do feed para ingerir as informações do produto. Nossa equipe de Spam revisará o feed, e esse processo pode levar de 24 a 48 horas.



## Crie sua aba Comprar orgânica

Exponha os produtos do catálogo de forma orgânica em seu perfil.



## Promoção

Você pode criar grupos de produtos e campanhas promocionais.

# Shopping e Tag do Pinterest

Para que a empresa veicule campanhas de shopping, alguns eventos podem ser usados nesse processo:

Tipos de eventos recomendados para anunciantes de shopping:

Checkout

Adição  
ao carrinho

Visita à  
página  
(nas páginas  
de produtos)

Dados de eventos recomendados para anunciantes de shopping:

Valor  
(finalização da compra,  
adição ao carrinho,  
visita à página)

ID do produto  
(finalização da compra,  
adição ao carrinho,  
visita à página)\*

Categoria  
do produto  
(visita à página)

The image shows a screenshot of a Pinterest Tag Helper extension overlaid on a product page for an 'Arrowmask 2 Piece Sectional W/Raf Chaise'. The extension displays the following event data:

- Event Name: `LiveStream`
- Product ID: `223418`
- Product Name: `arrowmask 2 piece sectional w/raf chaise`
- Product Price: `595`
- Product Category: `upholstery`
- Product Quantity: `1`

Below the event data, there is an 'Enhanced Match' section with the text: 'The em value provided by your Pinterest Tag is null or empty. It should be a SHA-256, SHA-1 or MD5 hash.'

\*Os dados do evento de ID do produto devem estar alinhados aos IDs do item ou do grupo de itens que estão sendo usados na fonte de dados

# Visão geral do feed

O feed de dados é uma forma de enviar informações estruturadas, atuais e atualizadas

Com ele, fica mais rápido e fácil carregar informações sobre milhares de produtos em um site.

# Ingestão manual

O envio do arquivo pode ser feito pelo Gerenciador de Anúncios. TSV, CSV e XML são os tipos de arquivo aceitos



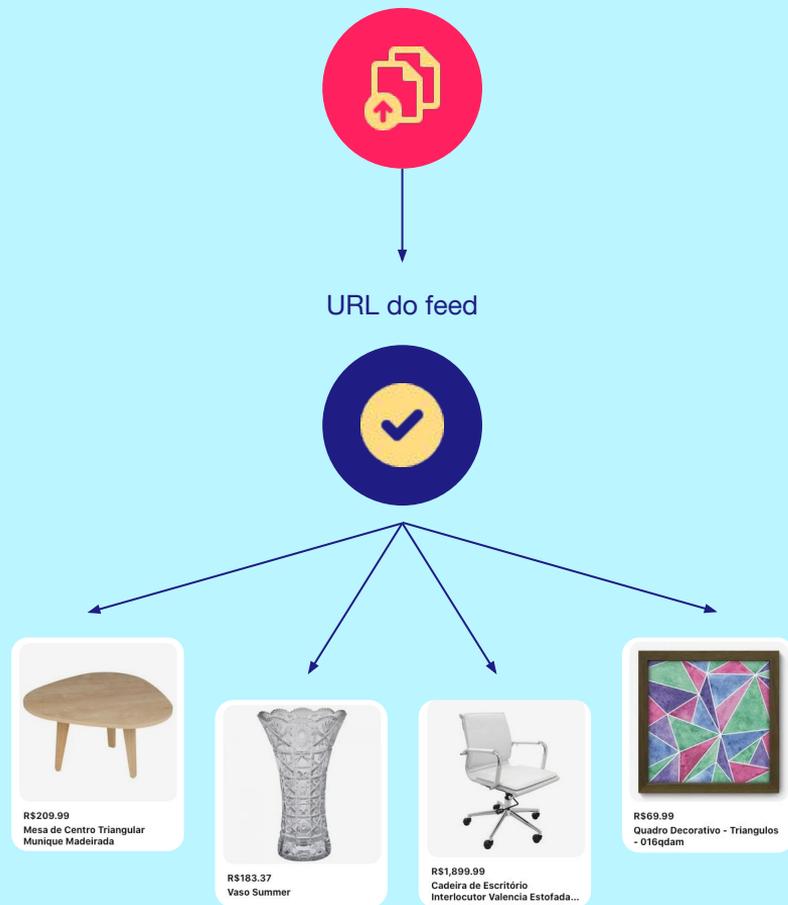
# Campos obrigatórios e ingestão de feed

O feed precisa passar por uma Ingestão para que os Pins de produtos sejam criados. Nosso sistema acessa diariamente o servidor do parceiro e lê o arquivo de feed. Para cada linha válida, criamos um Pin de produto usando as informações presentes no arquivo.

Ao criar o arquivo de feed, verifique se todos os campos obrigatórios estão aplicados no Catálogo.

No momento, o Pinterest exige **7 campos**:

- id
- title
- description
- link
- image\_link
- price
- availability



# Campos obrigatórios e ingestão de feed

## Link de redirecionamento orgânico e pago

As empresas podem enviar apenas um catálogo para criar seus Pins de produtos orgânicos e pagos ao mesmo tempo.

O campo “Link” é obrigatório e pode ser usado para mídias orgânica e paga. Para separar essas informações, a empresa pode usar a coluna “ad\_link”.

item_group_id	id	title	description	link	ad_link	image_link	price	availability	google_prod	product_tyt	sale_price
PIN-1	PIN-101	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Women's >	122.99
PIN-2	PIN-201	Denim Shirt	Men's denim	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-3	PIN-202	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-4	PIN-203	Denim Shirt - Men's		https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-5	PIN-204	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-6	PIN-205	Denim Shirt - Men's		https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-7	PIN-206	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-8	PIN-207	Denim Shirt - Men's		https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-9	PIN-208	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-10	PIN-209	Denim Shirt - Men's		https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-11	PIN-210	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-12	PIN-211	Denim Shirt - Men's		https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99
PIN-13	PIN-212	Denim Shirt	Women's de	https://www	https://www	https://scen	24.99	in stock	Apparel & Ac	Men's > Top	22.99

### ***Link do modelo de catálogo:***

Arquivo separado por tabulação (.tsv) ([baixe um exemplo de arquivo TSV](#))

Arquivo separado por vírgula (.csv) ([baixe um exemplo de arquivo CSV](#))

XML (RSS 2.0) ([baixe um exemplo de arquivo XML](#))

# Campos do feed vs. Pin de produto

The image shows a product pin for Nike Air Force 1 '07 Women's Shoes (White) on a social media feed. The pin is divided into two main sections: a large image of the shoe on the left and a text-based product description on the right. Annotations with arrows point to various elements:

- image\_link**: Points to the image of the white sneaker.
- link**: Points to the top right corner of the pin, where a vertical arrow indicates a link to the product page.
- title**: Points to the product name: "Nike Air Force 1 '07 Women's Shoes (White)".
- price**: Points to the price: "\$90.00".
- availability**: Points to the "Shop on Jordan" button.
- description**: Points to the text: "LEGENDARY STYLE REFINED. The radiance lives on in the Nike Air Force 1 '07, the b-ball icon that puts a fresh spin on what you know best: crisp leather... See all".

Other visible elements include a "Save" button in the top right, a "Follow" button at the bottom right, and the Nike logo with "797.8k followers" at the bottom left.

# Erros de feed

Ao fazer o upload do feed, as empresas podem encontrar alguns alertas/erros no processo. No Gerenciador de Anúncios, é possível verificar em cada erro quais itens específicos exigem atenção e o que deve ser corrigido. Clique em “Ver mais itens afetados” para ver uma prévia dos itens com erros/alertas:

- Fornece informações sobre problemas com o feed de Parceiros
- Alertas x Erros: alertas não afetam a criação do Pin de produto e, dependendo do alerta, apenas um recurso do Pin pode ser afetado. Já os erros fazem com que o produto não seja ingerido
- Os detalhes sobre cada erro estão disponíveis na Central de Ajuda

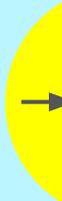
Issue	Description	What to do
 <b>Error</b> 107	Some items are missing a description in product metadata, so those items will not be published	Enter description values for all items or delete items that are missing values before your next update
<b>List of items affected</b>		
<b>Title</b>	<b>Item ID</b>	<b>description</b>
Kit Calvin Klein CK One Perfume EDT 200ml + Perfume EDT 50ml Unisex - 1 Unidade Único	3492591	no data
Perfume Masculino Deo Colônia Everlast Black 5ml único	2786434	no data
Creme Hidratante para Mãos Korres Óleo de Oliva e Flor 75g Único	3890462	no data
Sabonete em Barra Korres Algodão 90g Único	3890485	no data
Sabonete Líquido Korres Óleo de Oliva e Bergamota 250ml Único	3890487	no data
<a href="#">View more affected items</a>		
 <b>Error</b> 111	Some items are missing an image_link URL in product metadata, so those items will not be published	Enter image_link URLs for all items or delete items that are missing image_link URLs before your next update
 <b>Error</b> 4023	Your item doesn't meet Pinterest's Merchant Guidelines, so it will not be published	Review Pinterest's <b>Merchant Guidelines</b> and, if possible, correct the your item may have so that it may publish on your next ingestion
 <b>Alert</b> 125	Some items have sale_price values listed that are higher than the original price of the item	Check your sale_price values listed for items that are on sale and make sure sale_price values are lower than the original price. Correct any errors

# Erros de feed - Os 5 erros principais

<i>Código de erro</i>	<i>Mensagem de erro</i>	<i>O que fazer</i>
112	Alguns itens não têm valor de disponibilidade no feed e, por isso, não serão publicados.	Availability é um campo obrigatório. As únicas opções que temos para preencher esse campo são: <b>in stock, out of stock ou preorder</b> .
107	Alguns itens não têm descrição no arquivo de feed e, por isso, não serão publicados.	Description é um campo obrigatório. Verifique se você está enviando uma descrição para todas as linhas do arquivo de feed. Remova todos os itens sem descrição.
139	Os links dos produtos não correspondem ao domínio reivindicado associado a essa conta.	Verifique nas configurações da conta o domínio verificado para saber se é o mesmo domínio carregado no catálogo
143	O feed do catálogo não foi validado porque o arquivo .xml está formatado incorretamente.	Verifique se há algo de errado no formato do feed do catálogo. Você pode usar o modelo de feed do Pinterest para comparar com seu arquivo.
--	A política de frete da loja não é clara ou está indisponível.	Leia as Diretrizes para Comerciantes e verifique o catálogo.

# Erros comuns em sua conta

<i>Código de erro</i>	<i>Mensagem de erro</i>	<i>O que fazer</i>
112	Alguns itens não têm um valor de disponibilidade nos metadados do produto e, por isso, não serão publicados.	Availability é um campo obrigatório. As únicas opções que temos para preencher esse campo são: <b>in stock, out of stock ou preorder.</b>
107	Alguns itens não têm uma descrição nos metadados do produto e, por isso, não serão publicados.	Description é um campo obrigatório. Verifique se você está enviando uma descrição para todas as linhas da sua fonte de dados. Remova todos os itens sem descrição.
--	A política de frete da loja não é clara ou está indisponível	Leia as Diretrizes para Comerciantes e verifique o catálogo



# Carregue seu catálogo + Instale a tag do Pinterest



Seu conteúdo vai aparecer de forma orgânica nas **superfícies de compras**.



- Guias de estilo
- Destaque de produtos
- Buscar por produto
- Compra em Pins
- Pasta de produtos
- NOVO: Lista de compras



Fique ainda mais em evidência com as **Soluções para comerciantes**.



- Aba Comprar no perfil
- Tag de produto
- Programa de Lojas Verificadas



Tenha acesso a **soluções de publicidade** que oferecem mais eficiência, alcance e impacto.



- Anúncios de shopping
- Anúncios de coleções
- Ressegmentação dinâmica
- Conversion Insights
- Conversion Analysis