comércio digital

Fábrica de STARTUPS

Webinar

Como tirar partidos de Marketplaces

uma iniciativa: acepi Associação Economia Digital

com apoio da: República Portuguesa Economia

em parceria com: CCP Confederação do Comércio e Serviços Portugal, .pt, Câmara Municipal Viana do Castelo

cofinanciado por: COMPETE 2020, Portugal 2020, União Europeia Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

patrocinadores master: mastercard, dpd, SIBS Partner in Payments

patrocinadores principais: Millennium bcp, NOS, sage

patrocinador: DHL

Pedro Garcia

Sócio Fundador e Diretor Geral da **One Punch - Digital Creative Studio,** onde supervisiona a estratégia digital dos clientes da agência, entre os quais Via Verde, Ageas Portugal, Fiuza, entre outros.

Senior Board Advisor da **BrandLovers - Creative Studio**, onde é responsável pela estratégia digital de marcas da Néstle e Unilever para Moçambique

https://www.linkedin.com/in/pmiguelgarcia/
pedrogarcia@onepunch.pt
www.onepunch.pt
p.garcia@brandlovers.co.mz
www.brandlovers.co.mz

Introdução

Introdução

O comércio eletrónico tornou-se uma das modalidades mais populares entre os consumidores atuais.
A difusão da internet e a busca incessante das pessoas por alternativas mais cômodas e vantajosas economicamente são alguns dos fatores que ajudam a justificar a massificação deste modelo de comércio.

Contudo, em razão da constante dinâmica que envolve todo e qualquer meio que se relacione com tecnologia e internet, é fundamental que se considere as tendências de mercado e se adopte a estratégia correta para conseguir bons resultados.

Nesse contexto, uma estratégia interessante para o comerciante online — especialmente para os e-commerces em fase inicial — são os chamados marketplaces. Esse termo traduz uma alternativa altamente vantajosa para o todo e qualquer negócio que procure aumentar conversões, o alcance das vendas e melhorar a notoriedade do seu negócio/marca/produto.

Introdução

Hoje vamos conversar um pouco sobre as principais informações que necessita para planear a expansão do seu negócio, utilizando este modelo, tais como:

- O que é um marketplace;
- Qual a utilidade de um marketplace;
- Vantagens e Desvantagens;
- Questões práticas sobre marketplace.

O que é um Marketplace

O que é um Marketplace

Em traços gerais, um marketplace pode ser entendido como um shopping/montra online, onde há a atuação de diferentes vendedores. Trata-se de uma espécie de espaço partilhado no qual diversos comerciantes podem disponibilizar seus produtos a uma gama muito maior de consumidores. É bastante semelhante ao que acontece num shopping físico, por exemplo.

Embora este conceito não apresente tanta diferença para o consumidor final — a compra acaba acontecendo de maneira semelhante tanto num marketplace quanto num e-commerce tradicional —, as coisas tendem a mudar um pouco quando observadas pela ótica do vendedor e do administrador.

Num marketplace, os fornecedores de produtos e serviços conseguem atingir um público muito maior, criando um espaço com mais opções, preços e vantagens. Neste ponto SIM, o cliente final acaba percepcionando a diferença entre um marketplace e as plataformas e-commerce convencionais.

Qual a utilidade de um Marketplace

Qual a utilidade de um Marketplace

A grande VANTAGEM na utilização do modelo marketplace está no alcance que ele pode oferecer ao vendedor e a comodidade que proporciona ao consumidor. Atualmente, quem tem o hábito de comprar online também tem o costume de pesquisar bastante o que procura, procurar produtos similares, lojas confiáveis e preços mais atraentes.

Talvez essa seja a grande utilidade de um marketplace.

Como este modelo de comércio reúne diversos fornecedores de produtos numa única plataforma, torna-se muito mais simples e ágil para o consumidor fazer as suas pesquisas e encontrar aquilo que realmente lhe interessa, num só lugar.

Outra vantagem de um bom marketplace é fornecer confiabilidade aos consumidores. Isto porque, ao comprar pela internet, nem sempre sabemos muito a respeito de algumas lojas, e por isso acabamos por não comprar. Quando se trata de marketplace, porém, essa realidade muda: o cliente tende a confiar mais nas lojas pelo simples fato de estarem associadas a marketplaces famosos com um histórico positivo de satisfação de cliente.

Como funciona um Marketplace

Como funciona um Marketplace

O funcionamento de um marketplace é bastante simples. Numa primeira inicial, o vendedor deverá escolher a plataforma que melhor corresponderá às suas necessidades. Feita a escolha, procede ao registo da sua loja — o que pode acontecer em mais de um marketplace. Neste momento, o vendedor também define quais produtos que apresentará para venda e os regista na plataforma.

Embora este processo não apresente grandes dificuldades em teoria, é preciso ter atenção em alguns pontos, pois o funcionamento deste modelo de comércio apresenta algumas particularidades que afetam o lucro, a popularidade e o alcance dos anúncios do vendedor.

O primeiro detalhe é a forma de cobrança. Cada marketplace define o seu modelo baseando-se nas suas projeções e variáveis próprias. No entanto, a cobrança costuma seguir um padrão que, na maioria dos casos, funciona com base em uma comissão sobre as vendas da loja filiada, sendo que por norma estará entre os 9,5% a 30%.

Como funciona um Marketplace

Essa variação no valor da comissão tem os seus motivos: no momento do registo dos seus produtos e fazer a divulgação, o vendedor poderá desenvolver diferentes estratégias de vendas e utilizar as ferramentas do marketplace.

É possível, por exemplo, escolher os tipos de anúncios, a posição e a frequência com que eles aparecerão, sua prioridade nas procuras e diversas outras medidas que permitem ganhar mais visibilidade e diferenciação. A lógica é: quanto maior for a sua visibilidade, maiores serão as chances de vender — e, consequentemente, maior será o valor da comissão.

Vantagens & Desvantagens

Vantagens & Desvantagens

Como em qualquer modelo de negócio, as plataformas de marketplace têm suas vantagens e desvantagens.
Então, antes de decidir migrar para o modelo, é essencial conhecer seus prós e contras.

VANTAGENS

Visibilidade

Sem dúvida, a visibilidade é maior vantagem do marketplace. Uma vez que estas plataformas recebem um grande fluxo de tráfego, o público atingido aumenta exponencialmente, e a probabilidade de ser visto e vender mais também.

Reconhecimento e notoriedade de marca

Outro reflexo da visibilidade já referida é a associação da sua marca — que pode ainda não ser conhecida — à marca do marketplace, fortalecendo a confiança e satisfação dos clientes para negociar/comprar os seus produtos.
Como indicado anteriormente, o consumidor confia na qualidade das empresas pelo simples fato de estarem associadas a um bom marketplace.

Vantagens & Desvantagens

VANTAGENS

Redução de Custos

É importante mencionar que escolher um marketplace permite reduzir custos, especialmente relacionados à publicidade. Em vários casos essa parte fica a cargo do administrador da plataforma, até porque é de seu interesse que o negócio se popularize e mais vendedores se registem.

Aumento de conversões/vendas

Como reflexo da visibilidade, o comerciante tem grandes hipóteses de melhorar o seu retorno. Os grandes marketplaces alcançam números muito expressivos de clientes, o que significa que, ao actuar nesse tipo de plataforma, o vendedor terá maior possibilidade de atingir novos clientes que realmente estão interessados no seu produto.

Vantagens & Desvantagens

DESVANTAGENS

Dependência da plataforma

Um fator que pode ser visto como prejudicial é a dependência gerada para as empresas que estão inseridas neste modelo de comercialização. Isso deve-se ao fato das empresas associadas ficarem à mercê da plataforma, podendo sofrer prejuízos caso fiquem indisponíveis ou encerrem suas atividades, por exemplo.

Aumento nas comissões

Um desdobramento dessa dependência é ter que suportar possíveis aumentos nas taxas e comissões sobre vendas. Se uma loja tem no marketplace a sua maior fonte de receita, ela acaba sendo obrigada a aceitar esses aumentos.

Vantagens & Desvantagens

DESVANTAGENS

Ranking

Outras desvantagem neste modelo de negócio em questão é atribuição de um ranking injusto. Passo a explicar: muitas vezes, o vendedor com a melhor reputação não é o que recebe o destaque nas pesquisas e não aparece no topo das listas.
Esta situação ocorre porque os consumidores muitas vezes avaliam os vendedores pelo preço do produto, elevando o ranking de quem vende mais barato, mesmo que a reputação não seja a melhor. A principal consequência desta situação é a perca de visibilidade do vendedor com boa reputação e a redução das suas vendas consequentemente.

Vantagens & Desvantagens

Por último, o fato é que existem mais vantagens que desvantagens no marketplace. Para minimizar os riscos de sofrer com os pontos citados como desvantagens, cabe ao vendedor online avaliar com cuidado qual a plataforma que melhor corresponderá às suas necessidades e qual a que possui as características desejáveis para melhorar o seu desempenho nas vendas.

É muito importante procurar empresas sérias e com boa reputação quando pretender associar a seu e-commerce. Deste modo, não terá surpresas nem imposições desagradáveis como o aumento da comissão ou a desvalorização do seu negócio.

Hands ON

Hands ON

Na prática, a atuação do vendedor num ambiente de marketplace deve seguir critérios rigorosos de qualidade e atendimento ao cliente. É importante mencionar que, pelo fato de existir uma grande concorrência dentro da mesma plataforma, com outros vendedores a oferecerem os mesmos produtos ou semelhantes a preços inferiores, é preciso ser estratégico para garantir seu espaço.

Neste contexto, existem algumas boas práticas que deverá adotar para conseguir manter uma atuação produtiva e rentável num marketplace. Vejamos algumas delas:

O marketing interno é essencial

Você também precisa de se destacar num marketplace, o marketing é a ferramenta mais indicada para isso. Escolhendo boas imagens para representar seus produtos, por exemplo, poderá criar um grande diferencial. Por isso, ofereça sempre imagens nítidas, de boa resolução e de diferentes ângulos do produto, além de um bom zoom. Isto facilita a análise do cliente e aumenta as possibilidades de compra.

Hands ON

Outro ponto essencial é a descrição do produto. Se pretende vender bem, deverá oferecer as suas mercadorias corretamente. Nesse ponto, a descrição detalhada e confiável do produto poderá ser um elemento que irá abolir uma potencial barreira à efectividade da compra.
O importante aqui é ser informativo na medida certa, sem abusar de linguagens técnicas.

Não se esqueça também de informar o valor do envio: esse é um fator altamente valorizado durante a compra de um produto, e não informá-lo certamente causará prejuízos e possivelmente um mau estar junto do seu consumidor.

Hands ON

Avaliação de Performance

Ao definir o marketplace, é fundamental que essa decisão seja tomada com base na compatibilização da estratégia de negócio da empresa com o formato do marketplace, além da análise de dados.

Critérios como o público-alvo, comissão paga, perfil dos produtos comercializados, entre outros aspectos, devem ser ponderados com cuidado. É preciso acompanhar e conhecer essas informações para, assim, estar presente nas melhores plataformas.

De forma a simplificar a leitura e administração dos dados, o indicado é utilizar uma ferramenta com capacidade de integração de marketplace que, além de contribuir no processo de integração, serão fundamentais para o gerenciamento das vendas. Esse acompanhamento deve ser feito semelhante ao que se faz em estratégias de marketing, avaliando-se o retorno, resultados e eficiência dos anúncios feitos em marketplaces. Em outras palavras, dados também devem ser mensurados, analisados e reestruturados como em qualquer campanha que você costuma fazer.

Hands ON

Serviço a cliente

Uma das grandes formas de fidelizar o cliente e mostrar o quão profissional e confiável é a sua empresa, passa pela adopção de uma política eficiente de pós-venda. Assim, o primordial é saber que medidas de pós-venda são adoptadas pelo marketplace. Em seguida, deverá adequar-se às mesmas, trabalhando sempre com base na transparência e acessibilidade ao cliente.

Após uma venda, é essencial disponibilizar canais de comunicação para o cliente conseguir solucionar eventuais problemas na negociação. Disponibilize também métodos de acompanhamento da compra e entrega, além de ser o mais transparente e claro possível quando se trata de trocas e devoluções.

Um pós-venda pautado na confiança e transparência reforça o relacionamento com o consumidor e promove avaliações positivas na sua loja. Elementos como estes são indispensáveis para melhorar a sua visibilidade e conversões.

Conclusão

Conclusão

Ao longo deste webinar, falámos sobre algumas estratégias eficientes para melhorar a atuação em marketplaces, como a utilização do market, a avaliação da performance e a estruturação de um pós-venda de qualidade. Todos esses elementos são diferenciais valorizados pelos grandes marketplaces — e agora você já sabe como colocá-los em prática!

Por fim, expandir a atuação de um e-commerce para marketplaces é, sem dúvida, uma decisão positiva e alinhada às tendências de mercado eletrónico actual. Contudo, nunca se esqueça que existem certos cuidados e medidas necessárias para se conseguir o máximo desempenho nesse modelo de negócio.

As vantagens e desvantagens existem, e depende de você conseguir experimentar os pontos positivos e contornar os menos bons. Espero que tenha MUITO SUCESSO nesta aventura!

comérciodigital

O seu negócio
mais próximo
do futuro

www.comerciodigital.pt