

SEBRAE PRESENTE COM VOCÊ

TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE MARKETPLACE



SEBRAE

A palavra “marketplace” ganhou popularidade entre as empresas depois que a pandemia do novo coronavírus se instalou em nossos mercados. Mas, o que é exatamente o marketplace e como este modelo de venda pode ajudar a sua empresa? Se você quer saber mais, encontrou o conteúdo perfeito para você!

Neste e-book, falaremos com mais detalhes sobre as características do modelo de marketplace, as vantagens e desvantagens de vender por este formato de negócio e quais medidas a sua empresa pode tomar para vender no marketplace com sucesso e segurança.

Sem nos estender mais, vamos ao conteúdo. **Acompanhe nosso e-book e boa leitura!**



O QUE É MARKETPLACE?

Marketplace é um conceito cada vez mais utilizado por empresas de porte médio e pequeno ou microempreendedores que querem aumentar o alcance de seu e-commerce. A ideia é bastante simples: empresas menores utilizam as lojas virtuais de grandes redes comerciais para vender seus produtos.

Por exemplo: suponhamos que você tenha uma pequena empresa que vende móveis de escritório e anuncie os produtos no site de uma grande cadeia varejista.

Mas, atenção: apesar de estar sendo anunciado no site de uma grande rede, no modelo de marketplace, a empresa vendedora é responsável por todo o processo logístico de faturamento e entrega do produto ao cliente.

Isso significa que a sua empresa não repassa o produto ao distribuidor do marketplace, encaminhando a mercadoria diretamente à transportadora.

Ou seja, o marketplace nada mais é do que uma ponte entre os clientes e o seu negócio, utilizando como intermediário um e-commerce mais conhecido, que aumenta as suas chances de venda.

Algumas grandes redes de marketplace, hoje, estão oferecendo pacotes de serviços mais completos. Mas, via de regra, neste modelo de venda, o site apenas promove o anúncio, enquanto a sua empresa, como vendedora, fica responsável por todo o resto.



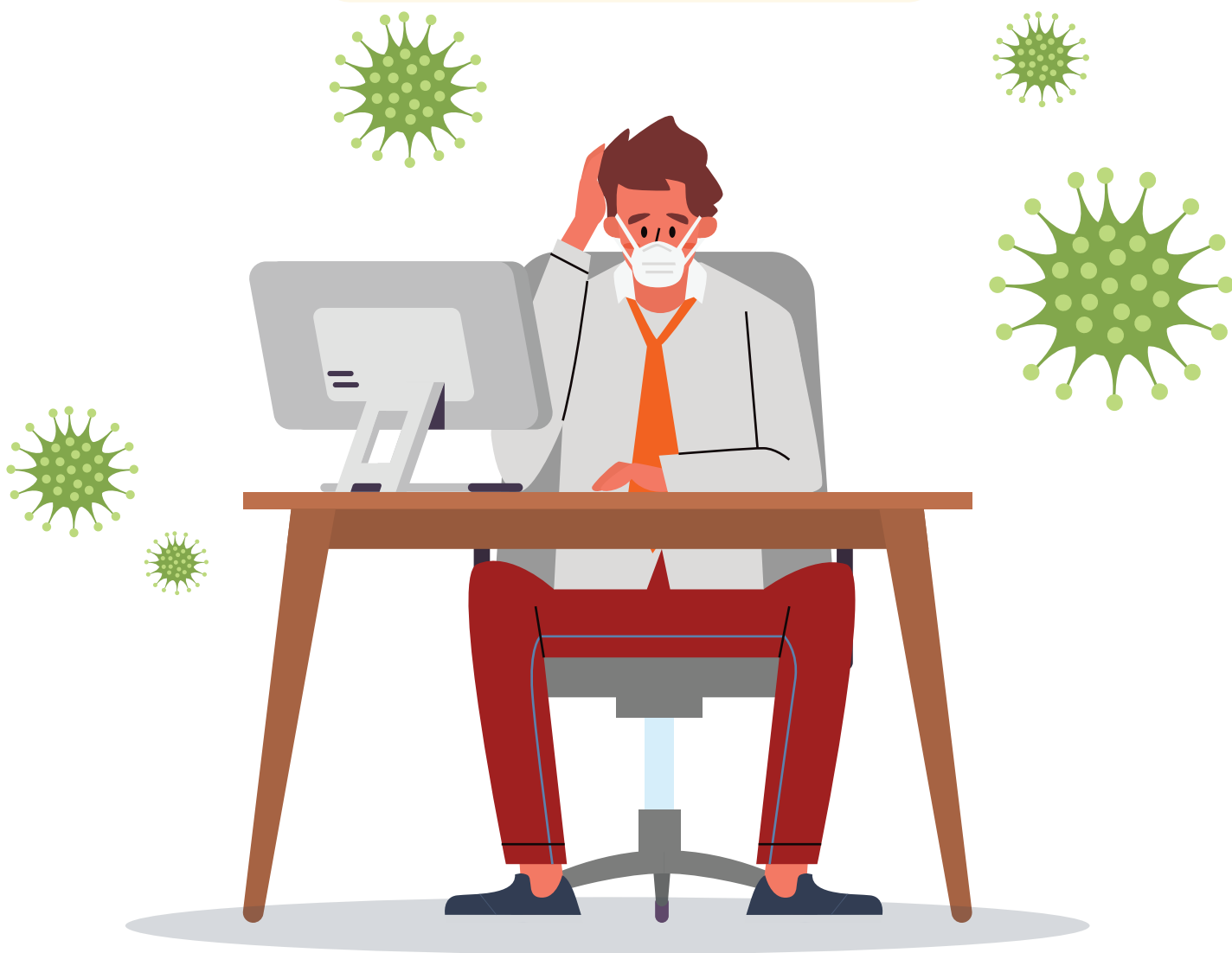
PORQUE CONTRATAR UM MARKETPLACE

O modelo de vendas de marketplace não nasceu com a pandemia da Covid-19. Este tipo de negociação já é realizada desde que a internet se consolidou como um espaço lucrativo de vendas.

Porém, foi durante toda esta crise sanitária que o modelo sofreu grande expansão em volume e também algumas transformações que o adaptaram para atender às necessidades de clientes e empresas.

Apesar da internet ser hoje um espaço sólido para vendas, ainda há um grande número de empresas cuja maioria da receita é proveniente de vendas presenciais, ou de produtos vendidos online, porém com alcance apenas regional.





Com a pandemia do coronavírus, quem dependia de vendas presenciais sofreu um grande impacto nas contas. Quem vendia localmente também passou a ser obrigado a comercializar para clientes que vivem mais longe. Assim, o marketplace surgiu como uma solução possível para estes dois problemas.

Uma das adaptações que o marketplace sofreu para suprir a toda esta nova demanda foi ampliar sua gama de opções. Antes da Covid-19, a maioria das operações de venda em marketplace era voltada a produtos de tecnologia, eletrodomésticos e mobília.

Hoje, até mesmo produtos simples e baratos, como aqueles encontrados em farmácias e supermercados, podem ser encontrados em grandes sites de varejo no modelo de marketplace.

QUAIS AS VANTAGENS DE USAR UM MARKETPLACE?

Empresas que adotam o modelo de marketplace acabam por obter alguns prós e contras desta operação.

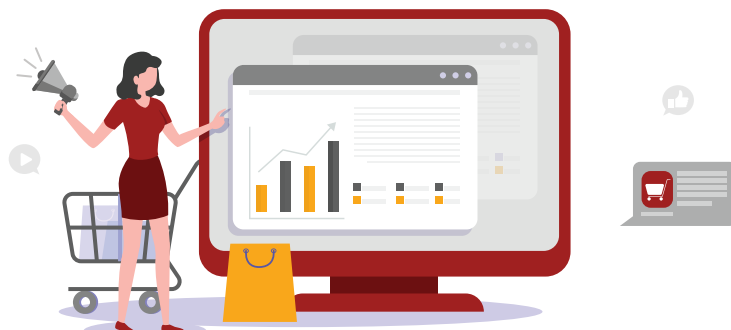
Como principais vantagens, certamente, está o fato de se aproveitar da popularidade, do prestígio e da força de uma marca já consolidada no mercado a nível nacional. Assim, o seu negócio ganha um potencial enorme de vendas se praticar preços competitivos.

Afinal, seus produtos irão figurar no mesmo lugar em que os mesmos produtos comercializados pela rede que promove o marketplace e, em muitos casos, não há distinção visual alguma no catálogo de produtos. Então, suas mercadorias têm a mesma chance de serem compradas do que um anúncio próprio da rede varejista.

Algumas das empresas que promovem marketplace no Brasil têm milhões de acessos e vendas diariamente. Por isso, a oportunidade de vender mais deve ser considerada com bastante carinho.

Outra vantagem é que a sua empresa pode se aproveitar do cadastro de clientes de quem opera o marketplace. Ou seja, se um cliente já cadastrado no marketplace compra um produto seu, seus dados já são diretamente transmitidos ao seu negócio. Isso facilita a emissão de documentos fiscais e também pode ser útil para a elaboração de relatórios estatísticos.

Além disso, empresas que já vendem na internet, mas têm um alcance de vendas limitado geograficamente, podem conquistar clientes em todo o país através deste modelo de venda.



E QUAIS AS DESVANTAGENS?

É claro que todos estes benefícios não viriam sem um custo. Vender por marketplace pode trazer diferentes despesas para a sua empresa, dependendo de qual rede faz parceria com seu negócio.

Algumas redes com marketplace cobram uma porcentagem por cada venda realizada no sistema deles. Pode haver ou não taxa de adesão ou mensalidade. Cada sistema de marketplace tem as suas próprias regras.

Além disso, quando se vende por marketplace, a sua empresa está emprestando a marca de outra para convencer o cliente. Ou seja, há uma grande chance de que o seu negócio permaneça dependente e não consiga construir uma marca forte, pelo menos enquanto está no guarda-chuva do marketplace.





Além disso, é muito comum que as cadeias com marketplace também tenham algumas exigências mínimas com relação às características e recursos da loja que deseja fechar uma parceria, como por exemplo, quantidade mínima de vendas por mês, número de funcionários, receita mínima mensal, o uso de determinado servidor online, entre outros.

A boa notícia é que durante a pandemia do novo coronavírus, a maioria das redes de venda com marketplace se tornaram bem mais acessíveis a quem deseja fechar uma parceria. Ao sentir a necessidade de atender à demanda de um público em quarentena, as cadeias varejistas baixaram suas exigências e reduziram os custos cobrados do vendedor.

Ou seja, este pode ser o momento ideal para a sua empresa migrar pelo menos parte das operações para este modelo. Estude com cautela!

COMO SE PLANEJAR PARA VENDER NO MARKETPLACE?

Como toda ação empresarial, começar a vender via marketplace também exige planejamento estratégico. Por isso, antes de assinar qualquer acordo de parceria com um marketplace, é fundamental ler com muita atenção todas as cláusulas do contrato e ter certeza de que as entendeu.

Primeiramente, prepare sua estrutura porque provavelmente o número de pedidos vai subir. Monitore as estatísticas do marketplace e avalie quais produtos tem tido mais buscas. Isso permite uma projeção de pedidos e, assim, a sua empresa compra estoques com mais assertividade.

Por outro lado, também prepare o orçamento, pois o marketplace irá ficar com uma parte da sua margem de lucro. É importante colocar tudo isso na ponta do lápis, para que as contas no fim do mês não sejam uma surpresa.





A comissão da maioria dos marketplaces gira em torno de 20% do valor de cada venda. Como a intermediação do pagamento também é feita pela cadeia que cede o espaço, a sua empresa já irá receber o valor descontado. Mantenha o controle de todos estes números.

Atenção à precificação dos seus produtos. O ideal é que ele esteja na mesma média - e se possível - menor do que as mercadorias semelhantes vendidas por aquela rede. Assim, a sua empresa garante uma demanda maior, cuja receita acaba por compensar o valor perdido com comissões.

Monitore preços na concorrência e nos fornecedores diariamente para planejar ações promocionais e campanhas baseadas em datas.

QUAIS OUTRAS AÇÕES TOMAR PARA FUGIR DA CRISE?

Recorrer ao marketplace pode ser uma ação de grande sucesso para ajudar a sua empresa a passar pela crise causada pelo coronavírus com menos dificuldades. Algumas outras ações também podem vir a calhar.

Em primeiro lugar, é muito importante cortar custos. Reduza gastos em tudo o que for possível: energia, água, internet, telefone, insumos, matérias primas, estoques, etc. Gaste apenas com o que for necessário.

Apesar das medidas de isolamento já estarem sendo afrouxadas em boa parte do país, o home office ainda pode ser uma boa medida para a sua equipe trabalhar em segurança, de casa. Evite demissões, mas se necessário, reduza cargas horárias para economizar com pessoal.

É o momento de investir pesado em estrutura de delivery. Ou seja, utilizar tecnologias e outros meios para que a sua empresa consiga vender de maneira remota e entregar mercadorias de forma ágil e barata. Afinal, mesmo depois que a pandemia acabar, as vendas presenciais devem continuar em baixa.

Reserve recursos para investir em marketing pessoal. Empresas que estão aproveitando este momento para ampliar suas presenças online, consolidar uma imagem positiva da marca durante a pandemia, captar e fidelizar clientes estão saindo na frente.



CONCLUSÃO

É bem fácil começar a vender por marketplace. Se você tem interesse de operar este modelo em sua empresa, acesse o e-book onde abordamos sobre as principais plataformas existentes no mercado.

O marketplace pode ser uma medida bastante lucrativa para a sua empresa. Ela irá vender mais, gerar mais receita, incorrer em algumas despesas e ampliar a carteira de clientes. Com as devidas precauções e planejamento, o seu negócio só tem a ganhar.

Esperamos que tenha aproveitado este e-book. Acesse outros conteúdos do Sebrae!

www.sebrae.com.br

0800 570 0800

