

Painéis de desempenho do marketplace – Gerenciar o desempenho em marketplaces envolve medir e ajustar métricas críticas constantemente. O MPM Dashboard da McFadyen Digital oferece mais de 100 KPIs para ajudar empresas a entender dados e agir rapidamente. Isso permite a adaptação em ambientes de eCommerce multicanal complexos.

Ferramentas de monetização para geração de receita – Com o avanço da Web 3.0, surgem novas formas de monetizar interações em marketplaces, como assinaturas, taxas e produtos patrocinados. É crucial que a plataforma suporte essas atividades.

Headless Commerce – Com o comportamento do consumidor em constante mudança, o headless commerce facilita a integração e gestão de múltiplos canais via APIs. Isso permite otimizações rápidas e melhora a experiência do usuário no marketplace.

Inscrição e integração simples – Para aumentar a integração de vendedores, é essencial ter um processo simples e sem atritos. Isso reduz a desistência e facilita a identificação de fornecedores problemáticos, além de automatizar tarefas administrativas.

Portal do vendedor fácil de usar – Após a integração, a plataforma deve simplificar a criação de catálogos, gestão de pedidos e listagem de produtos. Um portal eficiente inclui um OMS robusto e páginas de produtos detalhadas com vídeos, descrições e perguntas de clientes.

Ferramentas de comunicação do comprador – A principal função de um marketplace é conectar compradores e vendedores, promovendo confiança mútua. A plataforma deve facilitar a comunicação, avaliações e solução de problemas, enquanto evita transações fora da plataforma.

Opções poderosas de pesquisa e navegação – Os marketplaces de múltiplos fornecedores se destacam pela variedade de produtos, mas essa vantagem depende de uma navegação simplificada e opções de pesquisa avançada. A pesquisa inteligente aumenta significativamente a taxa de conversão, como demonstrado por dados da Amazon e Walmart.

Fluxo de Checkout Rápido e Suave – A fluidez do fluxo de checkout é crucial para a taxa de conversão em marketplaces, proporcionando uma experiência de compra sem atritos. Recursos como barras de progresso, transparência sobre custos e opções de checkout de convidados são fundamentais para facilitar o processo.

Classificações e Revisões – Construir a confiança do comprador é essencial para o sucesso de um marketplace, com 70% dos clientes lendo avaliações antes de fazer um pedido. A plataforma deve ter uma funcionalidade de avaliação robusta, permitindo apenas comentários de usuários verificados, o que também gera conteúdo positivo e melhora a classificação nos mecanismos de pesquisa.

Recurso de lista de desejos – As listas de desejos, que permitem aos compradores salvar produtos de interesse para referência futura, são populares e ajudam operadores de marketplaces a entender as preferências dos clientes.

Pesquisa por voz – A pesquisa por voz, que representa mais de 50% das buscas online, está transformando a forma como os consumidores encontram produtos, melhorando a satisfação do cliente e a taxa de conversão nos marketplaces.