

Marketplaces impulsionam o crescimento do e-commerce durante a pandemia

Isolamento social acelera ainda mais a tendência de crescimento do e-commerce no país

Maringá, PR – agosto de 2020 – Com um aumento de 12% no e-commerce puxado pelos consumidores que realizaram sua primeira compra online desde o começo da pandemia, alguns segmentos experimentaram um crescimento massivo, como é o caso do **segmento de brinquedos, que registrou uma alta de 434%**, de acordo com a ABComm e a E-Commerce Brasil.

Com as lojas físicas fechadas e as pessoas precisando manter o distanciamento social a todo custo, as compras nas lojas virtuais e marketplaces subiram consideravelmente. Porém, engana-se quem acredita que o crescimento do e-commerce aconteceu apenas por causa da pandemia.

Antes mesmo de seu início, em 2018, o e-commerce cresceu 12% e faturou R\$ 53,2 bilhões segundo a Ebit/Nielsen. Já em 2019, o crescimento foi de 22,7%, em relação a 2018, com faturamento de R\$ 75,1 bilhões segundo o relatório NeoTrust 2ª edição.

Adesão aos marketplaces

Somente no primeiro semestre de 2019 os marketplaces cresceram 13%, enquanto o e-commerce, de modo geral cresceu 12%. Já o faturamento, por sua vez, foi de R\$ 17,6 bilhões, enquanto o e-commerce faturou R\$ 26,4 bilhões, segundo a E-Commerce Brasil.

Ainda segundo a E-Commerce, **95% das pessoas que compram online, compram com frequência em marketplaces**, o que mostra a força desses canais de venda. Um dos marketplaces que mais vendem no ANYMARKET é a Via Varejo, detentora das marcas Ponto Frio e Casas Bahia.

E se essas duas empresas têm grande representatividade no comércio físico em todo território nacional, imagina a representatividade delas no mercado online, onde além da possibilidade de vendas para qualquer região, elas contam com um **serviço exclusivo de entrega do produto no ponto físico no dia seguinte?**

Mania Virtual

A empresa iniciou suas atividades ainda em 2005, quando decidiram levar para o mundo do e-commerce uma loja de confiabilidade e credibilidade de eletrônicos. **O foco da empresa é a preocupação em dar um bom atendimento ao cliente, ter uma**

boa nota na plataforma e manter a rentabilidade sem deixar a qualidade dos produtos cair.

Com o passar dos anos a Mania Virtual foi ampliando seu portfólio com produtos de informática, beleza e saúde. Atualmente conta com mais de cinco mil produtos em seu site e mais de dois milhões de clientes de todas as regiões do Brasil.

Pensando em como expandir os negócios e se desenvolver ainda mais no mundo digital, **a empresa passou a planejar a estratégia de expansão com os marketplaces, sem deixar a loja virtual de lado.**

Assim como muitos lojistas, a Mania Virtual também se preocupou em traçar uma estratégia onde o **marketplace acabava sendo um canal de vendas a mais para a empresa e não mais um concorrente**, que poderia roubar suas vendas.

Quem acredita que por tratar-se de uma loja grande ela não teve problemas iniciais com a estratégia de expansão, engana-se, pois mesmo zelando pela excelência no atendimento, a empresa afirma que atender o cliente com bom preço, diante da concorrência acirrada que só cresce dia pós dia, é uma das maiores dificuldade até hoje. Imagina controlar vários canais ao mesmo tempo?

A decisão de ir para os marketplaces, além da expansão dos negócios, era dar maior visibilidade à marca, um maior apoio na época da crise dos caminhoneiros, quando a empresa decidiu colocar essa proposta em ação, e melhores as negociações de comissões para produtos específicos, exposições e visibilidade no site.

Via varejo

A Via Varejo surgiu apenas depois da entrada nos marketplaces e esse foi um dos principais desafios. A empresa afirma que por estar mais acostumada com as ferramentas dos concorrentes, como o Mercado Livre, por exemplo, ela teve dificuldades iniciais, mas que foram sanadas com um estudo mais profundo do canal.

Entrar na Via Varejo não era algo aleatório e sem conhecimento, muito pelo contrário. **Como a Via Varejo sempre apareceu no topo dos cinco melhores marketplaces para lojas virtuais, isso foi o fator decisivo para a persistência no canal, mesmo com as dificuldades iniciais.**

E segundo a empresa, essa foi a decisão mais acertada que eles tomaram, depois que entraram para o mundo digital. Hoje a Via Varejo é o canal mais rentável da empresa e mesmo em meio a pandemia, continua com o título de maior canal de vendas da Mania Virtual.

As perspectivas da empresa para o futuro são muito positivas. A empresa considera o crescimento como uma certeza, pois a tendência é que cada vez mais o cliente procure facilitar sua vida com procedimentos rápidos. **E a compra online garante o menor preço de forma rápida, eficaz e pratica.**

Quem deseja se tornar um vendedor encontrará facilidade! Basta clicar [aqui](#), preencher um formulário e aguardar seu cadastro ser aprovado. Depois disso, você poderá usar sua plataforma do ANYMARKET para cadastrar seus produtos e vender com uma estratégia bem montada e focada em seu negócio.

Sobre o ANYMARKET:

O ANYMARKET é uma [plataforma de vendas em marketplaces](#), criada e desenvolvida pelo [DB1 Group](#) para atender ao universo e-commerce. Possui mais de 1.500 clientes ativos entre eles Electrolux, Lacoste, Madesa, Levi's, Reserva, Livraria Cultura, Saraiva, L'oréal, Technos, Pneustore, Marabraz, Angeloni, entre outras. Considerado [o hub dos grandes players](#), a plataforma atende empresas com venda on-line que precisam de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces, processando mais de 4 bilhões de transações. O ANYMARKET é uma solução que conecta empresas a mais de 35 marketplaces como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza, Carrefour, entre outros.

Mais informações: <https://anymarket.com.br/>

Atendimento à imprensa:

Neris Comunicação

Alessandra Neris (11) 99104-4938 – alessandra@neris-comunicacao.com.br

Daniel Neris (13) 98881-9596 – daniel@neris-comunicacao.com.br

Ana Maria C. Garcia – Diretora de Marketing – (44) 3033-6300 - marketing@db1.com.br

