

Suas vendas nos marketplaces estão ajudando ou atrapalhando o seu negócio?

Comércio eletrônico deve crescer 17,3% ao ano, chegando a aproximadamente R\$ 211 bilhões em 2024

Maringá – PR, setembro de 2020 - Desde a popularização do Mercado Livre as vendas em marketplaces vêm ganhando força no país, ainda mais com o isolamento social causado pela pandemia. O e-commerce no Brasil deve registrar R\$ 111 bilhões de faturamento em 2020, segundo estudo sobre os impactos da Covid-19 no comportamento de consumo dos brasileiros e no comércio eletrônico, realizado pela Kearney.

Tudo isso só reflete o movimento de muitos comerciantes varejistas em migrar seus negócios para o comércio online, utilizando as plataformas dos grandes marketplaces para otimizar suas vendas, já que contam com todo um aparato tecnológico e de marketing para expandir os negócios.

As vantagens dos marketplaces

A maioria dos marketplaces simplificam as vendas. Além da imagem do negócio, o lojista também pega emprestada a estrutura, as ferramentas e as funcionalidades de monitoramento dos marketplaces.

Tudo isso é feito com poucos cliques. Em minutos seu produto já pode ser apresentado a milhares de potenciais clientes. A soma de **mais visibilidade, mais tráfego e mais confiança do público** naturalmente gera mais vendas. É por isso que tantos e-commerces apostam no modelo, com resultados reais de aumento nas conversões.

Os pontos de atenção

Com essa migração em peso nos últimos meses, é possível notar um certo despreparo e falta de planejamento de muitos comerciantes para este modelo de negócio. Cada marketplace possui **regras distintas, bem como datas de repasses e taxas diferentes**.

Para ter sucesso, é preciso ter preços competitivos, estoque atualizado, logística estruturada para entregas no prazo e principalmente **organização financeira**, pois é ela que garantirá que você possa elaborar estratégias comerciais eficientes e atrativas para o cliente que buscar pelos seus produtos.

O cuidado com as finanças

Valores de pedidos e entradas de recursos financeiros devem ser acompanhados de perto, a fim de se ter uma visão clara de todos os detalhes. Conciliar estes dados e cruzá-los entre si é o ideal, de forma a conseguir acesso à receita, números de pedidos, pagamentos em andamento e etc.

Diferente de uma conciliação bancária, a **conciliação dos repasses** das vendas nos marketplaces pede muito mais atenção e análise individual de cada transação para dar visibilidade à rentabilidade real. Isso vale principalmente para grandes datas como a **Black Friday**, em que os números parecem surpreender, mas **nem sempre se traduzem em lucro**.

Para um gerenciamento eficiente, tenha acesso aos inúmeros dados financeiros, fiscais e de desempenho, tais como produtos com maior saída, produtos com maior lucratividade, produtos que geram maior receita, percentual e taxas cobradas pelo marketplace, pagamentos em andamento, pontuação, recomendações e demais índices de confiança do cliente, canais com melhores desempenhos e custos operacionais, entre outros.

Como otimizar tudo isso?

Manter a **integração** ainda é o maior desafio dos gestores, já que conferir os pedidos em todas as plataformas demanda tempo, mas é obrigatório. Qualquer atraso ou esquecimento traz consequências tanto para o relacionamento com o cliente, quanto para a gestão das finanças.

O segredo do gerenciamento de múltiplos marketplaces é visualizar todos os dados em um único painel. Com tudo em uma só interface, a análise e a tomada de decisões são mais fáceis.

A gestão financeira também é eficiente para superar os desafios das mudanças de comissionamentos e variações conforme datas e categorias, bem como para criar diferentes estratégias de precificação para cada marketplace (o que é muito importante na Black Friday). Ao criar estratégias distintas para cada canal, é fundamental o monitoramento dos resultados, da concorrência e de seu posicionamento no ranking de buscas.

Adeque-se também aos modelos de pagamento de cada marketplace. As variações entre os prazos, que em alguns casos podem superar os 30 dias, é uma dificuldade para a organização financeira do negócio que têm que lidar com percentuais diferentes de acordo com o tempo escolhido para repasse.

Vender em marketplaces é sem dúvida uma estratégia eficiente para quem deseja ampliar suas vendas, principalmente quando se preza pela segurança dos clientes e praticidade na compra. Para que o sucesso seja alcançado nesse modelo de operação, o segredo é estar atento a todo movimento financeiro da empresa, olhando por cada venda, por suas regras distintas em cada marketplace e analisando os que estão mais alinhados à sua estratégia comercial.

Sobre o KONCILI:

Criado e desenvolvido pelo [DB1 Group](#), o Koncilia foi o primeiro [software de conciliação de pagamento dos marketplaces](#) do mercado. Em sua missão global, segue sua estratégia de expansão dos negócios para a Argentina e Estados Unidos, levando o know-how já conquistado

no e-commerce brasileiro. O objetivo é oferecer inteligência financeira automatizada com a análise individual dos pedidos em cada marketplace, conferência das comissões, demonstração de todas as despesas e avaliação do custo real de cada venda, garantindo mais saúde para as empresas de maneira mais automatizada, ágil e prática. O Koncili já foi implementado por mais de 150 clientes como Angeloni, Mega Store, Onofre Eletro, MixTel Distribuidora, São Paulo Autopeças, entre outros. A plataforma faz a conciliação dos marketplaces Viavarejo, B2W, Magazine Luiza, Mercado Livre e Netshoes, entre outros. O Koncili já está preparado para realizar conciliações internacionais para marcas como Amazon, Walmart, Carrefour e Mercado Libre. Está integrado à plataforma VTEX, além dos ERPs Bling, Eccosys, EIVE e e-Millennium, e já nasceu com integração nativa com o ANYMARKET, uma [plataforma de vendas em marketplaces](#) também do [Grupo DB1](#), além dos hubs Skyhub e IntegraCommerce. A plataforma já transaciona de R\$ 1,7 bi de GMV (Gross Merchandise Volume).

Mais informações: <https://www.koncili.com/>

Sobre o Grupo DB1:

O Grupo DB1 é formado por [empresas de tecnologia brasileiras, com sede em Maringá - PR - Brasil e bases operacionais no Brasil \(3\), Argentina \(1\) e Estados Unidos \(1\)](#). Tem 20 anos de experiência no mercado de tecnologia da informação e oferece software e serviços de desenvolvimento para empresas (B2B). Sempre com posicionamento de produtos e serviços “premium” e de alta qualidade as empresas do grupo são líderes de mercado como ANYMARKET, Consignet, DB1 Global Software, Koncili, EIVE, Predize e o robô Tinbot. O grupo tem conquistado inúmeros prêmios de gestão e inovação e figura há 10 anos consecutivos entre as melhores empresas para se trabalhar pela GPTW (Great Place to Work). **O Grupo DB1 também foi reconhecido pelo Financial Times, um dos mais renomados jornais britânicos, como uma das 500 empresas que mais crescem nas Américas.** Com o lema “Sua luz move o universo DB1”, e como parte da cultura do grupo, todos na organização trabalham com o propósito de transformar o futuro e impactar a vida das pessoas e organizações por meio das soluções criadas pelo grupo.

Mais informações: <https://www.db1group.com/>

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