

## Como o Ticket Médio pode melhorar o lucro do seu e-commerce?

*Considerado uma das métricas mais relevantes para qualquer negócio, o Ticket Médio pode auxiliar a saúde financeira da sua loja e aumentar as vendas*

**Maringá – PR, novembro de 2020** – O ticket médio representa a **média de gastos de seus clientes em determinado período de tempo**. Para calculá-lo, basta dividir o faturamento pelo número de clientes da loja. Conhecer e monitorar essa métrica é fundamental para adotar medidas assertivas e aumentar suas vendas.

A fórmula para o cálculo pode parecer simples, porém, é importante seguir alguns critérios. É preciso determinar um período de tempo para obter os dados para o cálculo. **Para o dia a dia da operação, costuma-se considerar um intervalo de 30 dias. Já para o planejamento estratégico é interessante observar um período maior.**

Períodos especiais, como datas comemorativas, também devem ter o desempenho avaliado a fim de **realizar um esforço de marketing para alavancar as suas vendas, como uma campanha com cupons de descontos**. Nesse caso, o ticket médio é calculado durante o período de vigência da promoção.

### **Estratégias para melhorar o ticket médio**

Diversas estratégias podem ser utilizadas para que o ticket médio aumente de forma significativa, sobretudo nas suas vendas em marketplaces. Up selling, cross selling, atendimento e segmentação são alguns dos exemplos de maior eficiência.

O **up selling** consiste em oferecer ao consumidor um produto melhor e mais caro na hora da compra. Por isso, é importante estar em uma plataforma de e-commerce que facilite esse tipo de configuração e permita organizar seu catálogo de vendas indicando as ações a serem feitas para cada perfil de compra.

Já o **cross selling** implica em fornecer indicações de produtos que possam complementar a sua compra, seduzindo o cliente com a oferta e aproveitando a compra por impulso. Para isso a descrição do produto deve ser feita de forma bem atrativa.

Oferecer um bom **atendimento** também é uma estratégia indispensável. Como o custo do frete ainda é responsável por elevar a taxa de carrinhos abandonados, comunicar de forma clara e objetiva as informações relacionadas ao prazo e ao custo da entrega costuma dar bons resultados. Soluções automatizadas, chats e chatbots ajudam bastante nessa hora.

Outra ação que pode ajudar muito na conversão de vendas e, conseqüentemente, o ticket médio do comércio, é o monitoramento cuidadoso de tudo o que acontece na

jornada de compra do seu cliente. **Assim você pode ampliar a segmentação, e criar ofertas cada vez mais atrativas para seus nichos-alvo.**

## **Ticket médio nos marketplaces**

Vender nos marketplaces oferece uma série de vantagens ao lojista que podem contribuir direta ou indiretamente para o aumento do ticket médio.

**A concorrência entre lojistas tende a ser menor nos marketplaces** em comparação com canais como sites de classificados ou e-commerces independentes. Conforme a categoria de produtos selecionada, você pode ser até mesmo um fornecedor exclusivo. Isso evita a guerra de preços, preservando as margens de lucro.

A **credibilidade das grandes redes varejistas** deixa muitos consumidores confortáveis para adquirir itens de maior valor agregado. Fatores como a segurança dos dados pessoais, um serviço de SAC bem estruturado e avaliações feitas por outros clientes também atraem esse público, que acaba aceitando pagar mais por esses benefícios.

**Mais opções de pagamentos.** É importante oferecer a opção de parcelamento e o acesso a múltiplos meios de pagamento. O comerciante conta com essas opções nos marketplaces de forma muito mais simplificada.

**Monitore constantemente a saúde financeira do seu negócio.** Vender em marketplaces requer a análise minuciosa das regras de cada canal, avaliando as melhores taxas, descontos de frete entre outros aspectos que podem impactar fortemente o seu ticket médio.

**Automatize a conciliação de pagamentos dos marketplaces.** Entre as diversas opções existentes, a do Koncili, o primeiro [software de conciliação de pagamento dos marketplaces](#) do mercado, criado e desenvolvido pelo Grupo DB1, permite controlar os recebíveis de maneira mais automatizada, ágil e prática.

## **Sobre o Koncili:**

Criado e desenvolvido pelo [DB1 Group](#), o Koncili foi o primeiro [software de conciliação de pagamento dos marketplaces](#) do mercado. Agora, **em sua missão global, passa a se chamar Koncili com 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 o 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 [DB1 Group](#), 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). 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](mailto:alessandra@neris-comunicacao.com.br)

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

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