

Como funciona o fulfillment em marketplaces?

Prática pode triplicar as vendas ao aumentar a visibilidade do anúncio e reduzir os custos com frete

Maringá – PR, janeiro de 2021 – Considerado uma nova tendência, o fulfillment em marketplaces é cada vez mais usado como **forma de conquistar os consumidores por meio da velocidade e dos custos de entrega** em meio a uma competição cada vez mais acirrada entre os marketplaces.

Também chamada de order fulfillment, **essa prática representa toda a operação logística do e-commerce, desde o seu centro de controle, incluindo o recebimento do pedido, até a expedição para o envio**. Ou seja, quando falamos de fulfillment, falamos de olhar para o processo completo de logística e melhorar cada detalhe a fim de agilizar a entrega e melhorar a experiência do consumidor.

Alguns canais de marketplace já oferecem essa estrutura em que **o trabalho do lojista se resume em fornecer os produtos e vender**. Toda a operação logística de envio e da emissão de notas fica por conta do marketplace, facilitando muito a operação do seller.

Em alguns casos onde a sede do lojista está próxima de um centro de distribuição do marketplace, **as vendas podem chegar até a triplicar graças a uma maior facilidade no envio e uma maior visibilidade do anúncio**. O Mercado Livre, por exemplo, exibe uma sinalização de que o produto funciona com fulfillment e oferece a opção de filtrar artigos com entrega full.

Nesse marketplace em específico, **o full funciona como um ótimo chamariz por implicar uma economia significativa no frete**. Tanto os lojistas, quanto os consumidores, sabem o quanto um frete barato aguça o impulso de compra do consumidor, além de melhorar a reputação da seller.

O impacto financeiro do fulfillment é tão significativo para os marketplaces que a gigante Amazon anunciou no final do ano passado a construção de mais 3 centros de distribuição em Betim/MG, Distrito Federal e Santa Maria/RS, chegando a um total de 8 centros de distribuição espalhados pelo Brasil.

De forma geral, **a regra principal para vender no fulfillment é que seja enviado um produto de alto giro**. Caso o produto fique parado no centro de distribuição, é cobrada uma taxa de armazenagem. Pequenos lojistas costumam ter dificuldade de aprovação no programa, pois alguns marketplaces exigem um faturamento mínimo de R\$ 10 mil a R\$ 15 mil, dependendo do canal.

Diversos sellers perceberam uma certa demora na aprovação de vendedores que não moram em São Paulo. **Uma dica válida é enviar uma vez por semana seu cadastro de**

aprovação para o fulfillment. Também é necessária uma maior atenção com a cobrança de frete ou devolução com o programa full.

Quando uma devolução ou troca de mercadoria acontece no modelo full, o custo acaba sendo maior do que o lojista pagou para fazer o envio do produto. **Para evitar prejuízos nesses casos é importante ter uma boa gestão financeira e comparar os valores do frete.**

Para Cássio Serea, diretor do KONCILI, é preciso ter uma boa estratégia para controlar o motivo dessa devolução e verificar possíveis defeitos. **“Uma ferramenta de conciliação automática ajuda a ter visão desses problemas e prevenir que seu dinheiro seja perdido em cobranças indevidas.** Dentro do Koncili, você pode conferir relatórios completos e indicadores sobre cada venda para entender as cobranças e o que pode ser melhorado na operação”.

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 11 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

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

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