

Gabriel Bollico e ANYMARKET estrelam podcast sobre marketplace de nicho

Podcast Entre Amigos oferecido pelo E-commerce Brasil traz discussões de alto nível, projeções de mercado, cases de sucesso e as últimas novidades do mercado de e-commerce

Maringá – PR, junho de 2021 – Sempre de olho nas últimas tendências do universo e-commerce, o podcast Entre Amigos dessa semana traz um bate pape entre Pierre Baptista, coordenador de marketing do ANYMARKET, e Gabriel Bollico, CEO da ShopB e um dos maiores nomes do e-commerce brasileiro, sobre as particularidades de uma operação de sucesso em um marketplace de nicho.

Neste episódio, Pierre e Bollico debatem os diferentes aspectos da operação de venda digital, desde o início da estratégia à definição de requisitos, explorando vantagens e pontos de atenção na hora de escolher o marketplace ou as ferramentas e ideais.

Gabriel Bollico, que atua no Nicho gamer desde 2009 nos sites ShopB, Meu Game Usado, Club Games e Distribuidora de Jogos, conta que começou a gerar conteúdo sobre e-commerce por ser o que ele vive todos os dias e sobre o que ele gosta muito de falar.

De uma maneira geral quando procuramos listar as maiores vantagens em atuar no marketplace de nicho, as primeiras respostas que surgem são especialização e centralização do marketplace, que já traz um público específico e garante a facilidade da busca pelo consumidor, o que representa uma oportunidade para que o próprio empreendedor conheça melhor o comportamento de consumo desse público.

Nesse sentido, Gabriel costuma dizer que o melhor lugar para vender hoje é a Internet. Em contrapartida, o lugar mais competitivo também é a Internet. Então, como brigar de frente com os grandes? “Em primeiro lugar é preciso que você seja um especialista. E você só consegue ser um especialista hoje em dia quando você consegue estar nichado. E o fato de você ter um negócio nichado vai ajudá-lo a vender em marketplace. É um ciclo virtuoso”, explica Bollico.

“Eu costumo dizer que quando você gosta de fazer o que você faz, quando você tem aptidão para vender o que você vende, é meio que natural esse processo de estudo em cima do produto, em cima do nicho. Isso aumenta o teu conhecimento, transformando você em uma autoridade, e essa autoridade é replicada em pequenos aspectos, desde cadastro de produtos, até persuasão na venda, o que é uma vantagem em cima do grande varejo”, garante Gabriel.

Ele conta que como o grande varejo está sempre vendendo de tudo, quando você mostra que entende do produto e já envolve os clientes ali nos gatilhos de venda, isso vai fazer a diferença para você.

“Desde o primeiro momento lá em 2009, eu criei a ShopB como uma loja gamer e estruturei um ecossistema em volta da ShopB, que é formado pelo Meu Game Usado, que é o maior site de compra e venda de jogos usados do Brasil, pela club, que é um serviço de aluguel, pela Distribuidora de Jogos, mas tudo dentro do ecossistema dos Games. E foi isso que chamou a atenção da indústria. Hoje temos parcerias exclusivas com a Nintendo, com a Xbox e com a PlayStation”.

“Com o PlayStation 5, a Shop B foi umas das únicas lojas do Brasil a fazer a pré-venda do item mais escasso do mundo nesse momento. Quando você se torna um representante comercial direto da Nintendo, se não me engano são apenas 7 lojas no Brasil, você tem acesso a produtos exclusivos. E depois que você tem acesso a esses produtos fica muito mais fácil vender. Então teve todo um trabalho de 10 anos de marketing, de construção de imagem, de aquecer a comunidade, de ser um negócio nichado representa um grande valor. Tanto que a ShopB hoje é a única loja gamer com parceria direta com Nintendo, Xbox e PlayStation. Todos os outros são os grandes do varejo”, orgulha-se Gabriel.

De acordo com o empreendedor, quando alguém decide vender de tudo encontra muito mais dificuldade justamente por bater de frente com essas potências como Amazon e B2W. Segundo ele, o ponto é se você tem know-how e grana para bater de frente com eles.

“Agora quando você é nichado e vira uma autoridade, você vai conseguir fazer um grande trabalho. Não é fácil, não é do dia para a noite, mas é possível e eu sou a prova viva disso. Eu acho que hoje em dia, se você não tiver bilhões na conta, criar um negócio nichado e uma comunidade de clientes e fãs da marca, é o que vai garantir que você consiga fazer o grande negócio”, conclui ele.

Bollico ressalta a importância da tríade organização, planejamento e foco. “Se não tiver um serviço para fazer a operação rodar, cedo ou tarde você vai se dar mal. Problemas acontecem sempre. Nós encontramos um furo de 57 mil reais e estamos correndo atrás para conseguir reaver esse valor. O crescimento é uma dor e tem empresa que quebra justamente nessa hora. Por isso eu digo que vale a pena se preparar antes com um Hub e um sistema de conciliação”, aconselha ele.

Pierre Baptista finaliza esse episódio com uma importante dica para quem deseja trabalhar com e-commerce em marketplace. “É preciso dar uma atenção especial ao atendimento e à logística. Mapeie seus pontos de reclamação e atue nisso. Olhe para o que o cliente está falando, faça pesquisas recorrentes, tente entender como está o serviço de logística e surpreenda, o que contribui muito para a experiência de usuário e percepção da marca”.

Para escutar o podcast na íntegra, acesse <https://bit.ly/marketplace-de-nicho>.

Sobre o ANYMARKET:

O ANYMARKET é uma [plataforma de vendas em marketplaces](#), criada e desenvolvida pelo [DB1 Group](#) para atender ao universo de e-commerce. Possui mais de 1.500 clientes ativos entre eles Electrolux, Netshoes, Levi's, Saraiva, Technos, Lacoste, Pneustore, Marabraz, Angeloni, Acer 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. O ANYMARKET apresenta números expressivos com o processamento de mais de 13 milhões de pedidos nos últimos 12 meses. O ANYMARKET é uma solução que conecta empresas a mais de 50 marketplaces como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza, Carrefour, entre outros. A plataforma possui um diferencial em relação ao mercado, com integração com marketplaces como Fastshop, Kabum, GPA e Mobly.

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

Sobre o DB1 Group:

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, DUCZ, Concili, EIVE, Predize e o robô Tinbot. O grupo tem conquistado inúmeros prêmios de gestão e inovação, além das certificações ISO 27001, em Segurança da Informação, e ISO 9001, que se refere à Gestão da Qualidade, e figura há 11 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 do [Código de 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