Marketplaces: veja 5 dicas para vender nos shopping centers virtuais

*Por Henrique Mengue, CEO do Digital Commerce Group - DCG, empresa detentora da plataforma para lojas virtuais EZ Commerce

30/08/2016 17:18:41

Os marketplaces se tornaram grandes shoppings na Internet. Atualmente, atuar nesses ambientes é vital para uma loja virtual se manter competitiva, agregar visibilidade à marca e conquistar novos clientes. Para os pequenos lojistas, a principal vantagem é poder economizar em investimentos com anúncios, adwords e newsletter para atrair público, pagando apenas uma comissão por cada venda realizada.

Se você é lojista e ainda não se integrou a um marketplace, veja a seguir cinco dicas valiosas para começar a vender nos shoppings centers virtuais:

Converse com os marketplaces – Atualmente, há diversos marketplaces no mercado: com ou sem produtos próprios, gerais ou segmentados. Todos eles contam com canais para cadastro de novos “sellers”, como os vendedores integrados são chamados lá dentro, mas cada um tem suas características. Por isso, é fundamental pesquisar quais são mais adequados ao tipo de negócio e entrar contato com cada um para conhecer as taxas e as regras. Como o lojista só paga a comissão se vender, é possível testar todos e analisar os que trazem melhores resultados.

Selecione os produtos para colocar na vitrine – Ao definir em quais marketplaces atuar, chega a hora de escolher os produtos para colocar à venda. A dica é procurar aumentar o mix de produtos do marketplace, fugindo do que todo mundo vende e oferecendo itens mais raros, em falta entre os concorrentes, ou que permitam baixar o preço para torná-los mais competitivos.

Organize a operação – Todo o processo de compra deve ser planejado com os mínimos cuidados, desde a embalagem e expedição dos produtos ao atendimento ao cliente. Embora a venda seja realizada pelo marketplace, a entrega e o relacionamento pós-venda ficam sob responsabilidade da loja vendedora. Se tudo correr bem, é possível fidelizá-lo e garantir novas vendas diretas nas próximas vezes.

Contrate uma plataforma para gestão – Existem no mercado ferramentas que ajudam o empreendedor a administrar a venda em dezenas de marketplaces, tudo centralizado em um único

painel, que exibe uma visão geral de produtos e clientes, números de vendas realizadas, estoque e outras informações fundamentais para a operação.

Cuide da reputação – A loja deve garantir um serviço impecável. Para isso, é fundamental se atentar aos prazos de entrega, qualidade da embalagem e atendimento pós-venda. Os produtos ficam acessíveis a milhares ou até milhões de consumidores, portanto vender e não conseguir entregar pode causar prejuízos irreversíveis à marca. Os marketplaces criam rankings e priorizam vendedores que possuem as melhores notas de reputação.

*Henrique Mengue é CEO do Digital Commerce Group - DCG, empresa detentora da plataforma para lojas virtuais EZ Commerce, vencedora do Prêmio MercadoLivre 2015 na categoria “Melhores práticas em tecnologia”, e da recém-lançada Octopus, ferramenta para gestão em marketplaces.