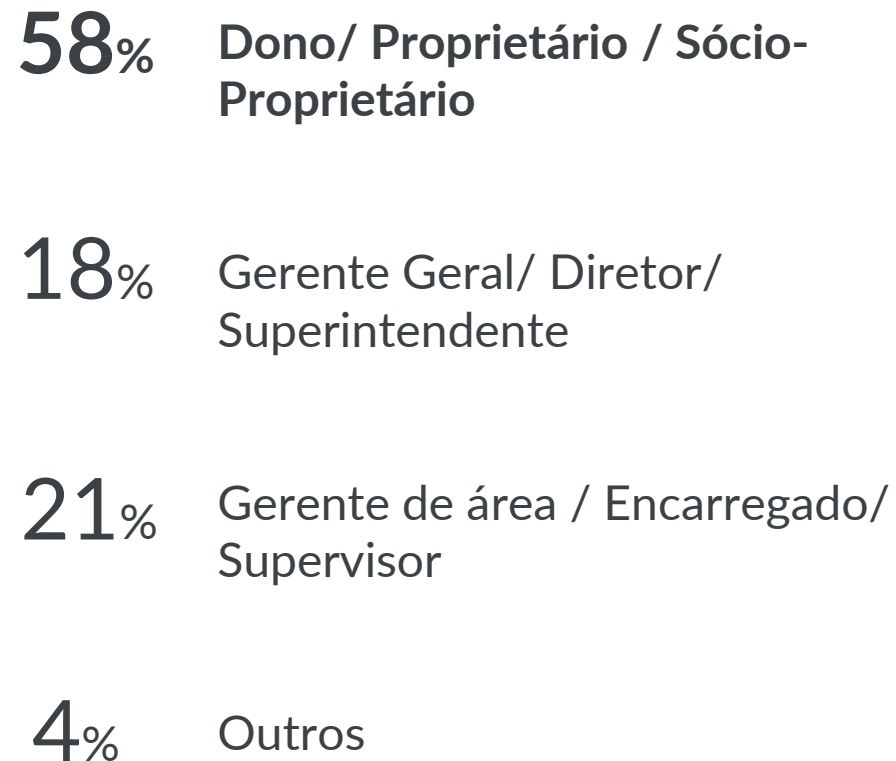


O que pensam os Sellers sobre Marketplaces?

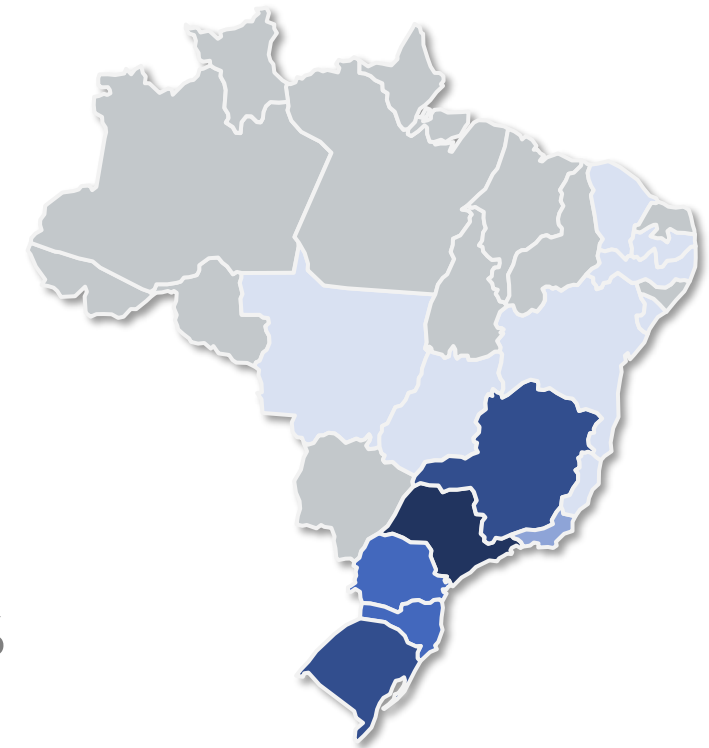
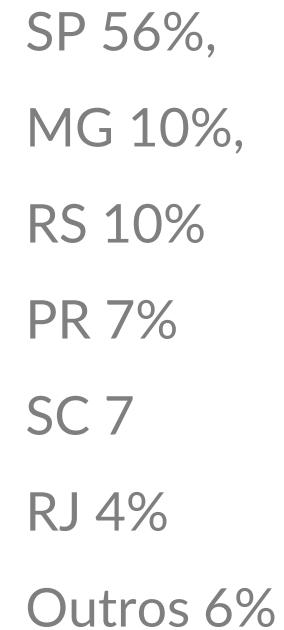
Estudamos a base de “Sellers” do e-commerce brasil



Cargo Atual do Respondente



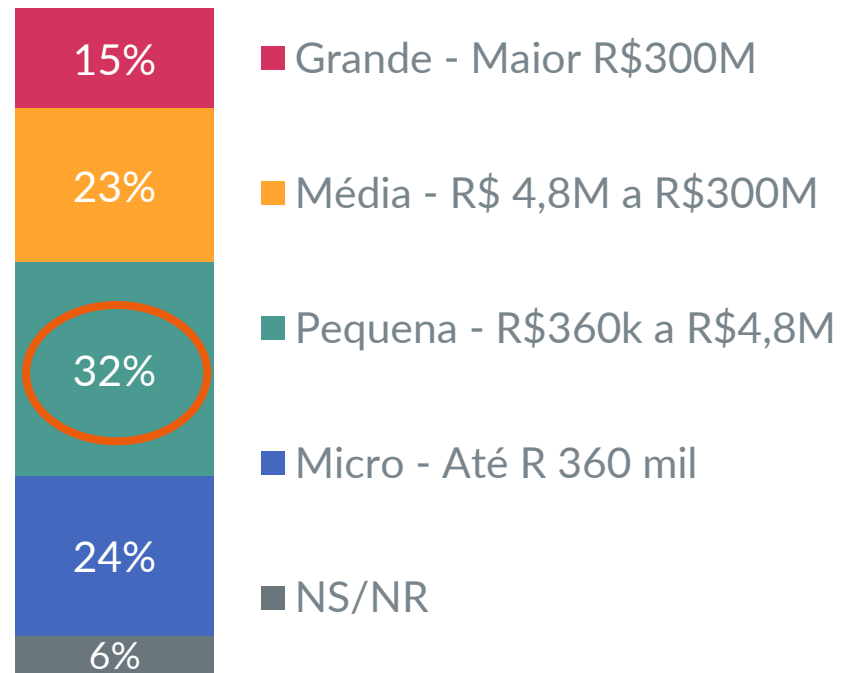
Sede da Empresa



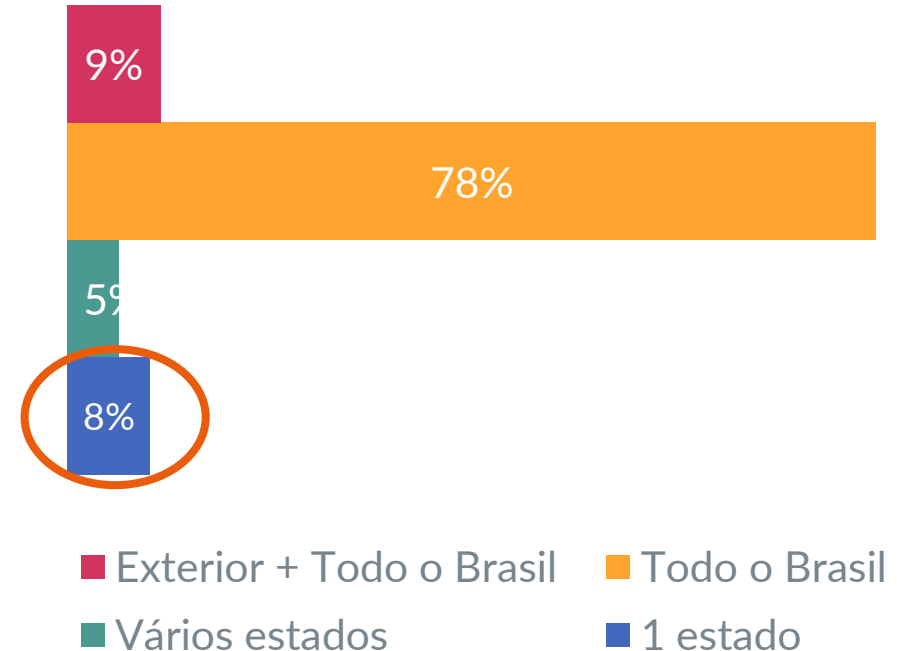
* 100% dos respondentes declara vender online ou por Whatsapp

Distribuição de faturamento e dispersão seguem o esperado, mas apresentam oportunidades

Faturamento Anual da Empresa



Para onde vende

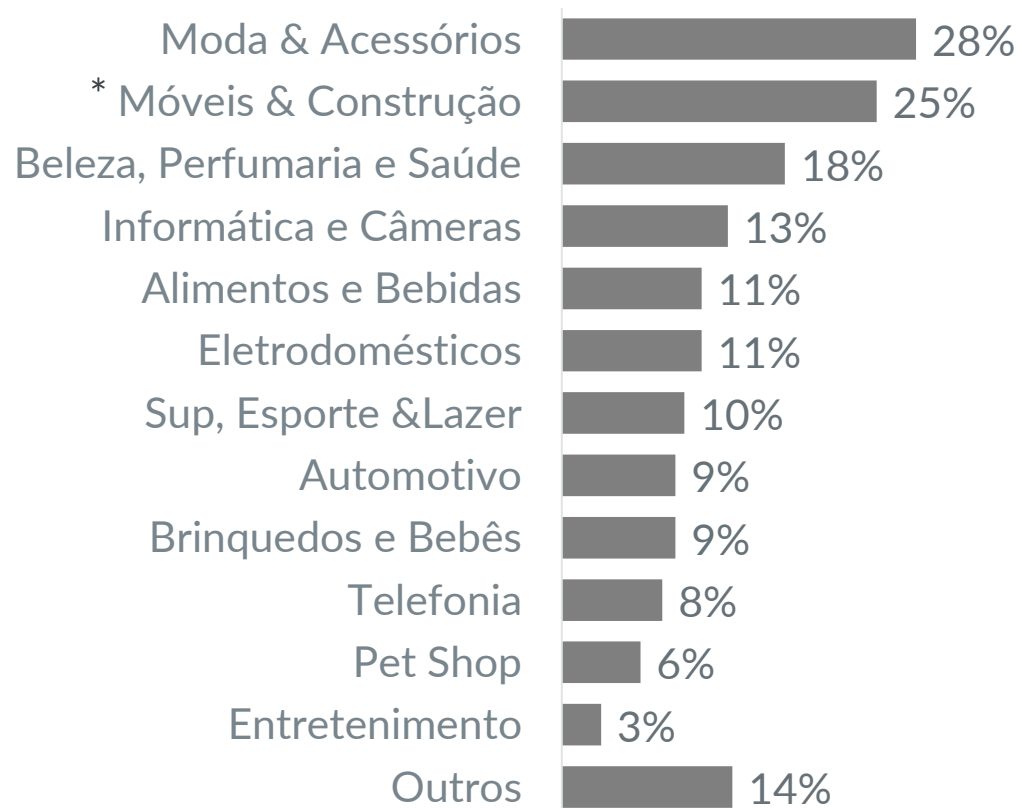


* 100% dos respondentes declara vender online ou por Whatsapp

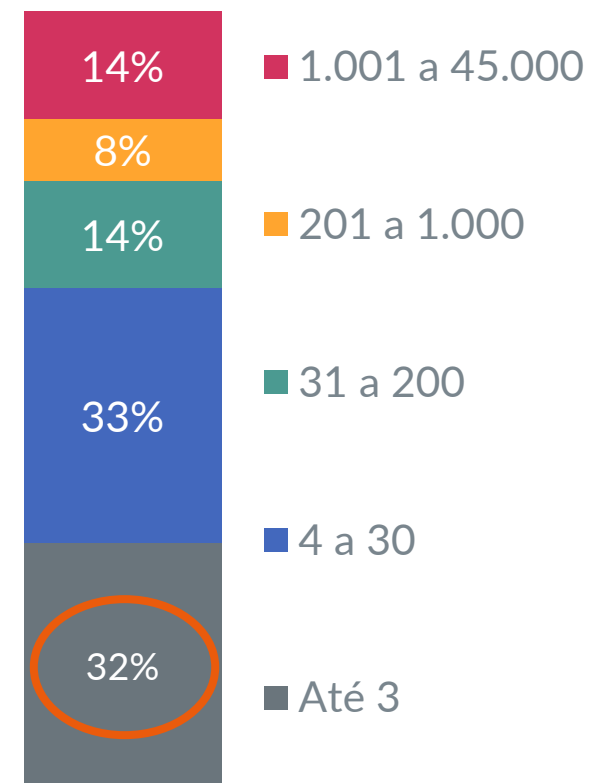
Sellers em categorias complexas (e multicategoria...) sendo que 1/3 das empresas tem até 3 funcionários



Categorias Vendidas



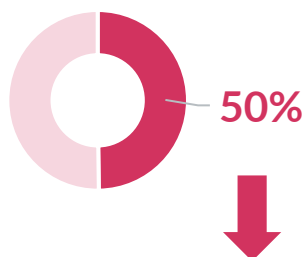
Funcionários na Empresa



O Whatsapp se beneficiou ainda mais da Pandemia e pode ser explorado “digitalmente”



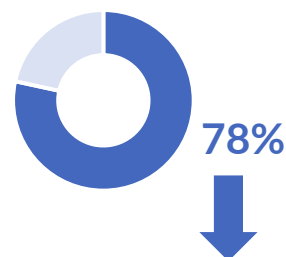
Loja Física



66% vendem em loja física há mais de 10 anos

5% passaram a vender em loja física durante a pandemia

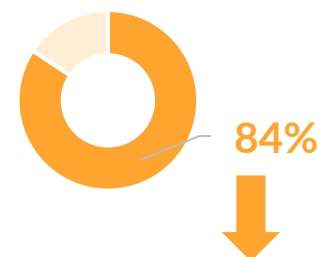
Loja Própria Online



61% vendem em loja online há mais de 3 anos

21% passaram a vender em loja online durante a pandemia

Marketplace

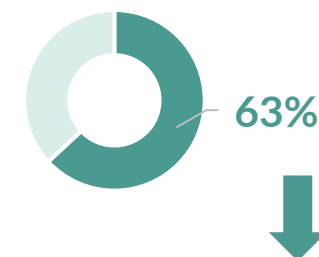


46% vendem por Marketplace há mais de 3 anos

34% passaram a vender no marketplace durante a pandemia

30% já representa o faturamento do canal
Marketplace

WhatsApp

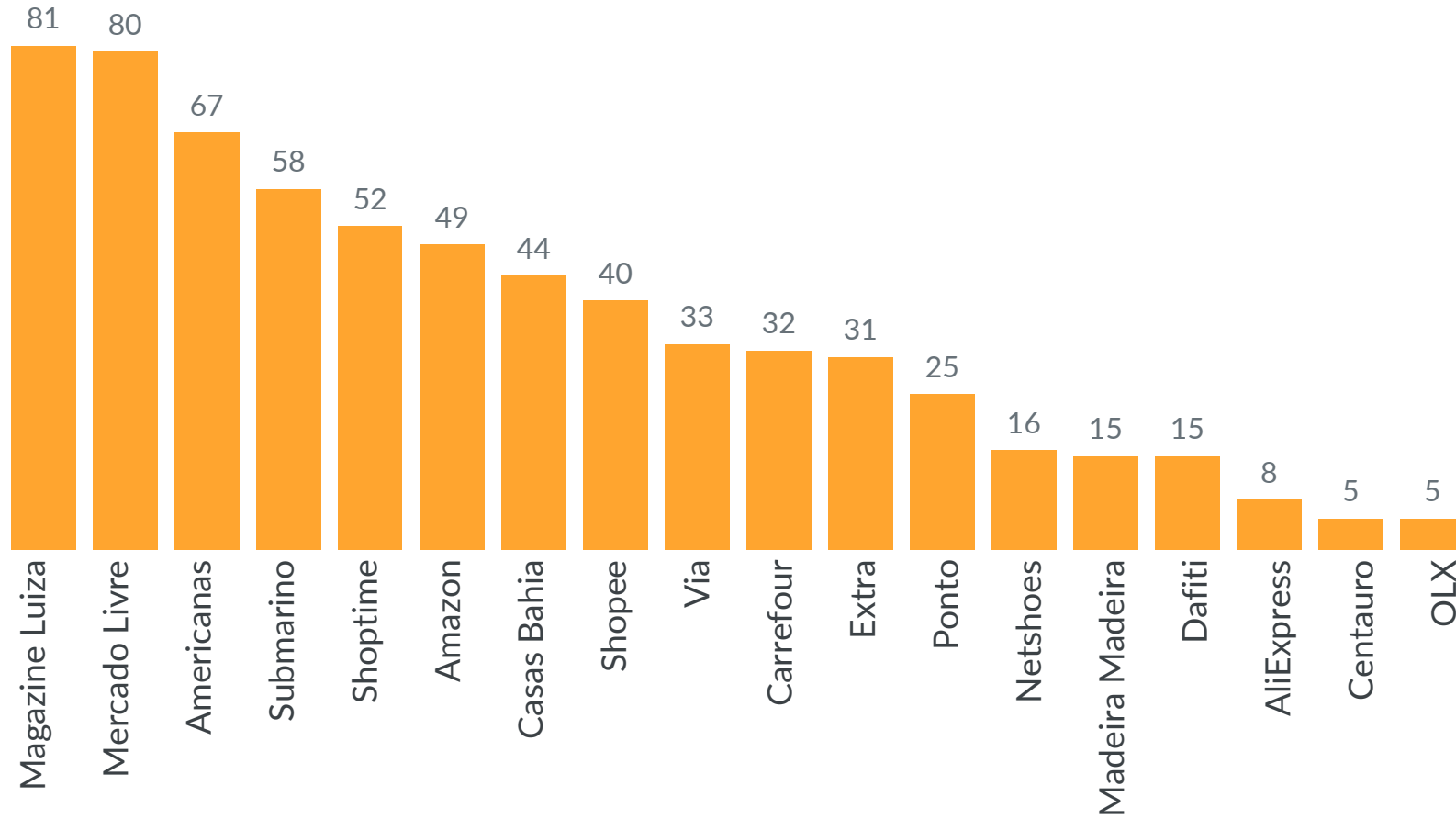


22% vendem por WhatsApp há mais de 3 anos

49% passaram a vender pelo WhatsApp durante a pandemia

16% já representa o faturamento do canal
Whatsapp

A base de Sellers do ecbr reflete uma característica do mercado: a estratégia do “quanto mais, melhor”



- Outros: Olist, Elo7, Mundo Novo, Via Evangelica, Posthaus, C&A, Sodexo, Zattini, Babado, Almaria, Wish, Se Mexe, Ifood, ClaroPromo, Banco Inter, Leroy Merlin, Kabum, RIHappy, Colombo

Sellers e Marketplaces: um baixo NPS, com detratores vendendo apenas 1 benefício



NPS
38

Detrat.
13%

Desafios e dificuldades

- Alta comissão, taxas
- Administração de distintas plataformas, conciliação
- Decisões e exigências abusivas (ex frete grátis >R\$79)
- Regras que mudam todo o tempo

Benefícios

- Alcance, tráfego, audiência, vendas

Já os **promotores** orientam-se por uma visão de expansão e confiança



NPS
38

Promot.
51%

Desafios e dificuldades

- Alta comissão, taxas
- Administração de distintas plataformas, conciliação
- Políticas muito específicas (ranking, entregas, reembolso, devoluções)
- Cadastramento em vários
- Concorrência, negociar mais espaços, maior relevância

Benefícios

- Alcance, tráfego, audiência, vendas, exposição
- Credibilidade
- Capilaridade
- Confiança, segurança
- Comodidade, facilidade
- Laboratório comercial

O que pensam os Sellers sobre Marketplaces?