

E-commerce x Marketplace: principais diferenças e vantagens



De acordo com a pesquisa "Perfil do E-Commerce Brasileiro", o e-commerce no Brasil passou por um grande crescimento em 2020, totalizando mais de



1,3 milhão de lojas online



mostrando um histórico **crescimento de 40,7% ao ano**

Como reflexo do fechamento temporário das lojas físicas, muitos consumidores compraram pela primeira vez no comércio online, o que representou um



crescimento de 47% das compras digitais

apenas no primeiro semestre, a maior alta em 20 anos.

Ainda, a pesquisa mostra que o número de



adeptos ao e-commerce apresentou um **crescimento de 40%**,

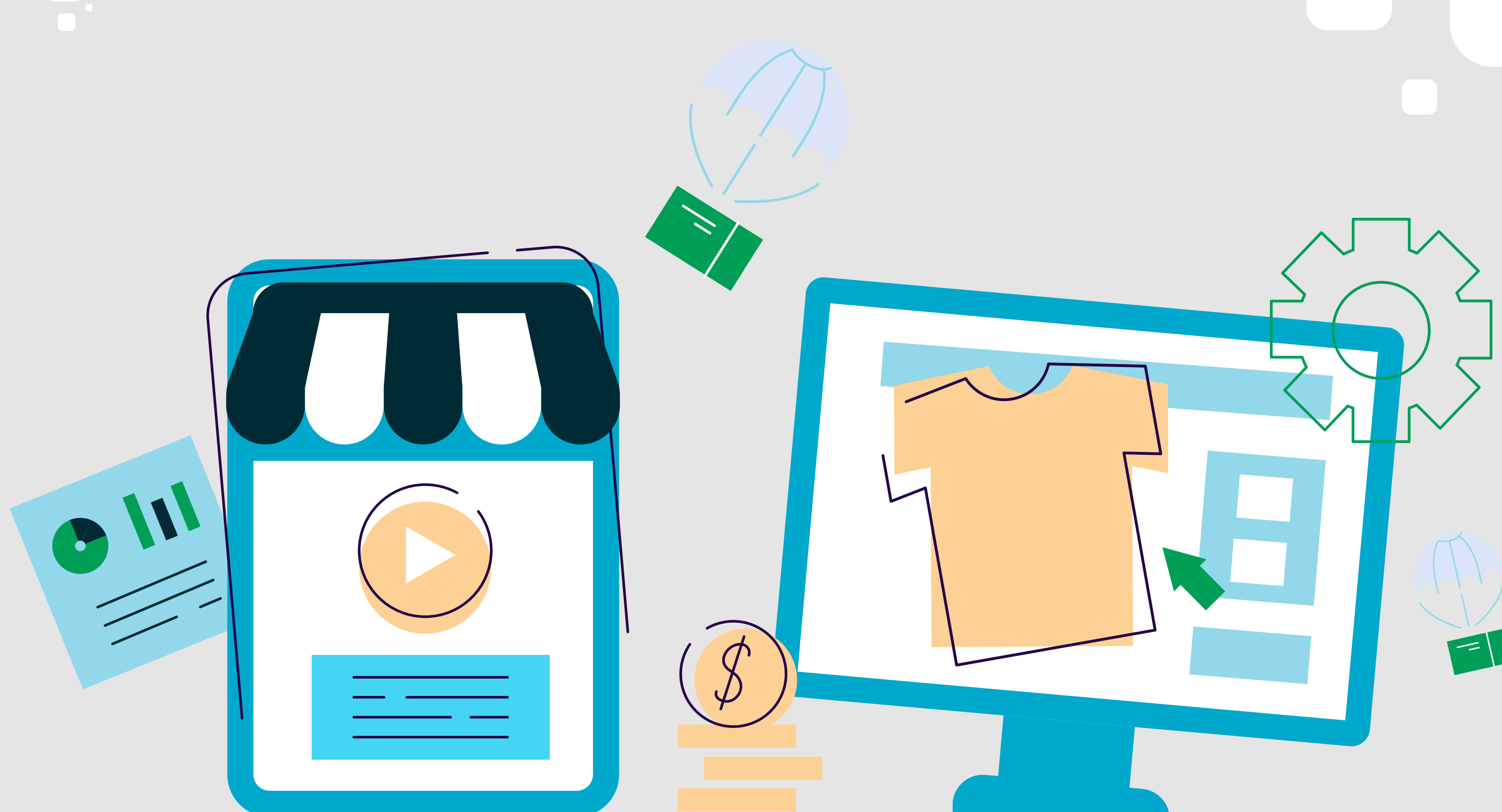
totalizando 41 milhões de brasileiros, dos quais 58% são heavy users, isto é, pessoas que realizam mais de quatro compras no semestre. No mesmo período, em 2019, esse número era 53%.

Segundo o relatório, cerca de

78%

do total de compras online foi feita por meio de marketplaces, o que representa um **crescimento de 56%** quando comparado ao mesmo período do ano passado.

A presença das empresas no comércio digital tem se mostrado essencial para a manutenção dos negócios nesse período de crise. Já sabe qual melhor corresponde com a sua marca?



Principais diferenças entre E-commerce e Marketplace

O site da loja virtual possui **hospedagem própria** e oferta aos clientes apenas os produtos disponíveis em seu negócio.

Funcionam como um "shopping virtual", com **hospedagem compartilhada** em plataformas que reúnem produtos e serviços de várias empresas e vendedores.

Redução de custos operacionais com aluguel ou funcionários responsáveis pelo atendimento e vendas no modelo físico.

Redução de custos operacionais com aluguel, funcionários e campanhas de marketing.

As **operações financeiras são responsabilidade da empresa** precisam da mesma atenção das lojas físicas e de bastante conhecimento.

As transações são, em grande parte, **responsabilidade da plataforma do marketplace**.

Todo o processo de **comunicação digital é responsabilidade da empresa**, desde a divulgação dos produtos até a entrega das mercadorias são de responsabilidade da empresa.

A comunicação e divulgação digital são de responsabilidade do marketplace, entretanto, vender nessa "grande vitrine" pressupõe **custos com comissões e uma maior concorrência**.

Como escolher o melhor modelo?

A escolha do tipo de negócio online deve considerar aspectos como o **segmento de atuação** e os **objetivos da empresa**. Além disso, um estudo das atuações e a tendência de crescimento de cada modalidade podem complementar o processo de decisão.

Grandes varejistas, como a Magazine Luiza e a Walmart, identificam maior vantagem no investimento em Marketplace, uma vez que já trabalham com a **oferta de produtos variados e de diferentes fornecedores**. Além disso, essas empresas conseguem ter ganhos mais líquidos do que em uma loja virtual, visto que o custo operacional é menor.

O e-commerce, por sua vez, tem sido amplamente adotado por empresas que buscam **ampliar o alcance de seus produtos** e manter o contato direto com os consumidores. Aqui, os custos podem ser maiores, mas a depender dos objetivos do negócio, ela pode ser a melhor opção, especialmente se ela atende um público mais específico.

Primeiramente, portanto, a decisão deve partir da **análise do próprio negócio** e, em seguida, dos custos e exigências de cada modalidade. Então, deve ser considerado o cenário do comércio digital, que vem crescendo de forma acelerada desde o início do isolamento social.

Vem pra iugu!

Automatizamos o financeiro do seu negócio.