

O Cenário dos **Marketplaces** Digitais



“Um setor que existe há **20 anos** que ganhou força com a **pandemia** e hoje já representa uma **grande fatia** do share do comércio digital.”



O que são os **MarketPlaces**?

O marketplace é um modelo de negócio que ganhou força no Brasil em 2012, similar a um shopping virtual. Oferece vantagens para o consumidor, pois reúne diversas marcas e lojas em um só lugar, facilitando a procura pelo melhor produto e melhor preço.

B2B

Varejista
diretamente
para outros
varejistas

Ex.:Alibaba

B2C

Varejista
diretamente
para clientes

Ex.:Amazon

B2B2C

Varejistas para
clientes através
de outros
varejistas

Ex.:Magazine Luiza

C2C

Clientes para
Clientes

Ex.:Mercado Livre

Vantagens e Desvantagens de ter um Marketplace...

VANTAGENS



VISIBILIDADE

Qualquer comercio, de qualquer lugar pode ter a visibilidade em escala nacional ou global de seus produtos.



TECNOLOGIA

Com infraestruturas prontas, você não precisa criar do zero um sistema de devolução ou relacionamento com o cliente, por exemplo.



CONFIANÇA

Um site tradicional, que possui uma boa conduta e protocolos de segurança reforça a confiança ao vender seus produtos.



CRESCIMENTO

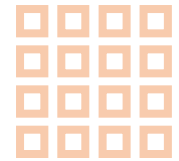
Caso seu negócio já exista fisicamente, você está expandindo para um novo mercado de maneira praticamente gratuita.

DESVANTAGENS



DEPENDENCIA

Lojas 100% online dependem da infraestrutura destas plataformas, sendo reféns de ajustes de taxas e até falhas por manutenção.



DIFERENCIAÇÃO

A identidade visual de sua loja quase não está presente e sim a da plataforma, tornando seu diferencial preço, produto ou algum relacionamento em outro canal.

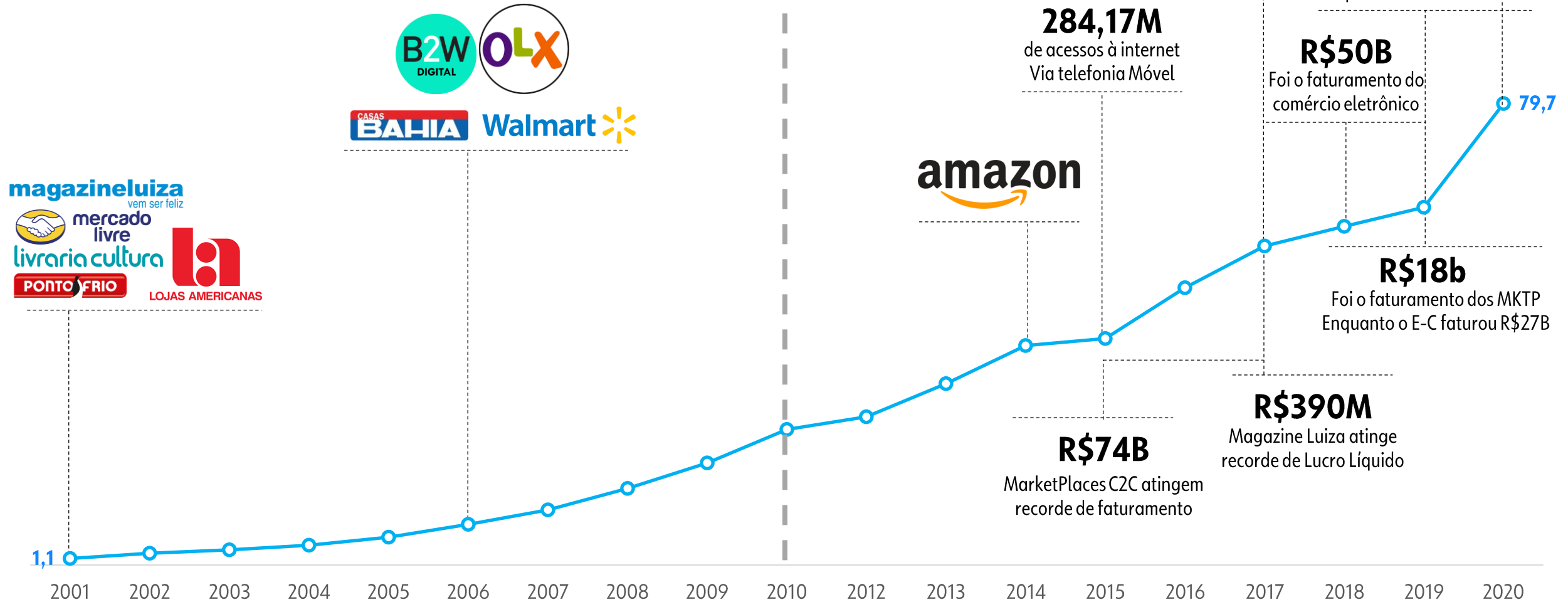


CONCORRÊNCIA

Se no mundo físico você é a única loja do seu bairro a oferecer aquilo, nos marketplaces você é mais uma, tendo que se destacar de alguma forma.

Histórico do E-commerce no Brasil

Número de E-Consumidores – Em Milhões



O histórico dos Marketplaces...

Eletronic Mall – CompuServe - 1984



BY THE YEAR 2000, THE WORLD MAY CATCH UP WITH THE WAY COMPUSEVE'S NEW ELECTRONIC MALL LETS YOU SHOP TODAY.

Introducing the first computer shopping service that brings you convenience, savings and enjoyment.

Here's your chance to expand the practical uses of your personal computer. Sign up for CompuServe and shop in our new Electronic Mall. It's easy to use. It tells you more about the products you're buying. It lets you order faster. And it's totally unique.

CompuServe's new Electronic Mall* offers you all these shopping innovations.

- It's enormous! So it gives you in-depth information on thousands of goods and services, and lets you buy even hard-to-find merchandise - Its unique "Feedback" service lets you ask the merchants themselves specific questions. - It's incredibly efficient in ordering the products and services you want.

Make the CompuServe Electronic Mall 15-Minute Comparison Test.

What you can do in 15 minutes shopping the Electronic Mall way.

- Call up on your computer screen full descriptions of the latest in computer printers, for instance.
- Pick one and enter the order command.
- Check complete descriptions of places to stay on your next vacation.
- Pick several and request travel brochures.
- Access a department store catalog and pick out a wine rack, tools, toys... any thing!
- Place your order.

What you can do in 15 minutes shopping the old way.

- Round up the family and get in the car.

The Electronic Mall, a valuable addition to the vast world of CompuServe.

CompuServe's Consumer Information Service brings you shopping information, entertainment, personal communications and more.

You can access CompuServe with almost any computer and modem, terminal or communicating word processor.

To receive your illustrated guide to CompuServe and learn how to subscribe, call or contact...

CompuServe

Consumer Information Service
P.O. Box 20012
5000 Arlington Centre Blvd.
Columbus, OH 43220
800-848-8199
In Ohio call 614-457-0802

An H & R Block Company

The Electronic Mall* is a cooperative venture between CompuServe Inc., and L.M. Berry & Company.

Circle 65 on inquiry card

Amazon.com - 1994



EBay - 1995



O primeiro Marketplace surgiu em **1984** como um software instalável que acessava **diferentes distribuidoras** e fazia compras online desde livros à alimentos, porém, **faliu** devido a falta de **acesso a computadores** na época do lançamento. Próximo aos anos **2000**, porém, com um mundo mais computadorizado, **E-Bay**, na época **Auction Web**, e **Amazon** puderem estrear a mesma proposta e se **sustentar** no mercado até **hoje**.

O BOOM dos Marketplaces no Brasil...

Em 2017...

amazon

54%

Apenas **47%** dos
Brasileiros já haviam feito
uma compra na Amazon

PORÉM...

Checava o preço dos
produtos na Amazon
antes de comprar

Em 2019...

95%

Dos brasileiros já havia feito
alguma compra em
um marketplace

Em 2018...



58%

Ainda não sabiam
exatamente o que é
um Marketplace

“O modelo de marketplace ainda é pouco reconhecido pelos consumidores, que na maioria dos casos, percebem apenas que a compra foi realizada em uma loja parceira quando recebem o produto em casa.”

- E-Bit Analysis



A pandemia impulsionando os **Marketplaces**...

Em 2020...



Em maio de 2020 as **vendas** cresceram **46%** em comparação com o mesmo período do ano passado. Em Junho as **ações** da empresa estavam com uma **valorização** de **22%** em relação ao início do ano. Além disso, pela primeira vez, o Magalu ultrapassou a marca de R\$ **100 bilhões** em **valor** de mercado.



mercado
livre



mercado
livre

359 MILHÕES
DE VISITAS NA BF DE 2020

279 MILHÕES
DE VISITAS EM MARÇO DE 2021



A Shopee iniciou o **cross border** no Brasil em 2019 e em 2020 abriu-se para o **mercado nacional**. Em Março de 2021, a **Shopee** cresceu **1900%** com **39 milhões** de visitas, superando grandes players como Extra.

A person wearing a blue uniform is holding two stacked cardboard boxes. The top box has a shipping label for 'Summer Wilson' at '234 E34, My town, Manhattan NY 12345'. The bottom box has a shipping label for 'Danny Afternoon' at '10 Downing Street, London, Greater London SW1A 2AA'. The background is blurred, showing more boxes and a warehouse-like setting.

Players

Marketplaces Digitaïs

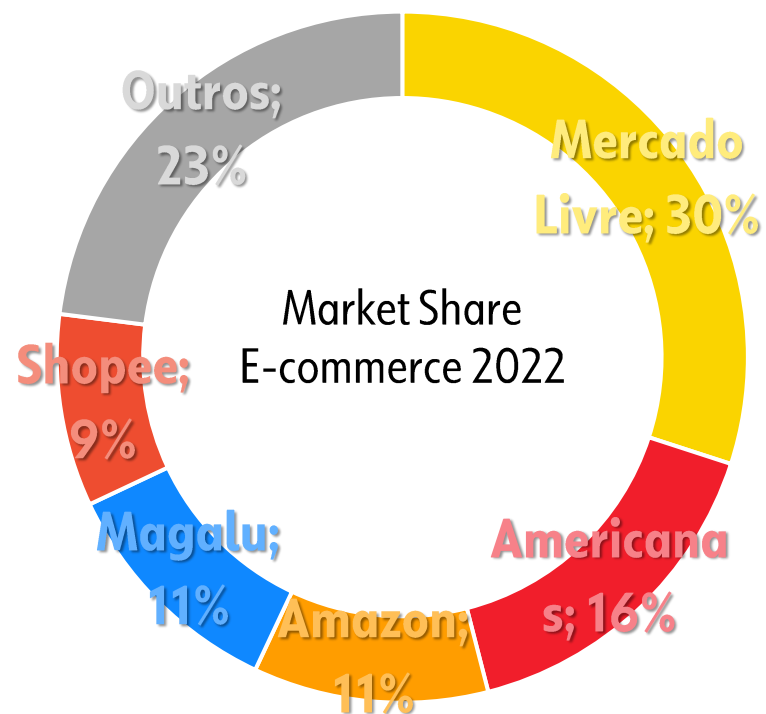
Os Marketplaces por categoria...



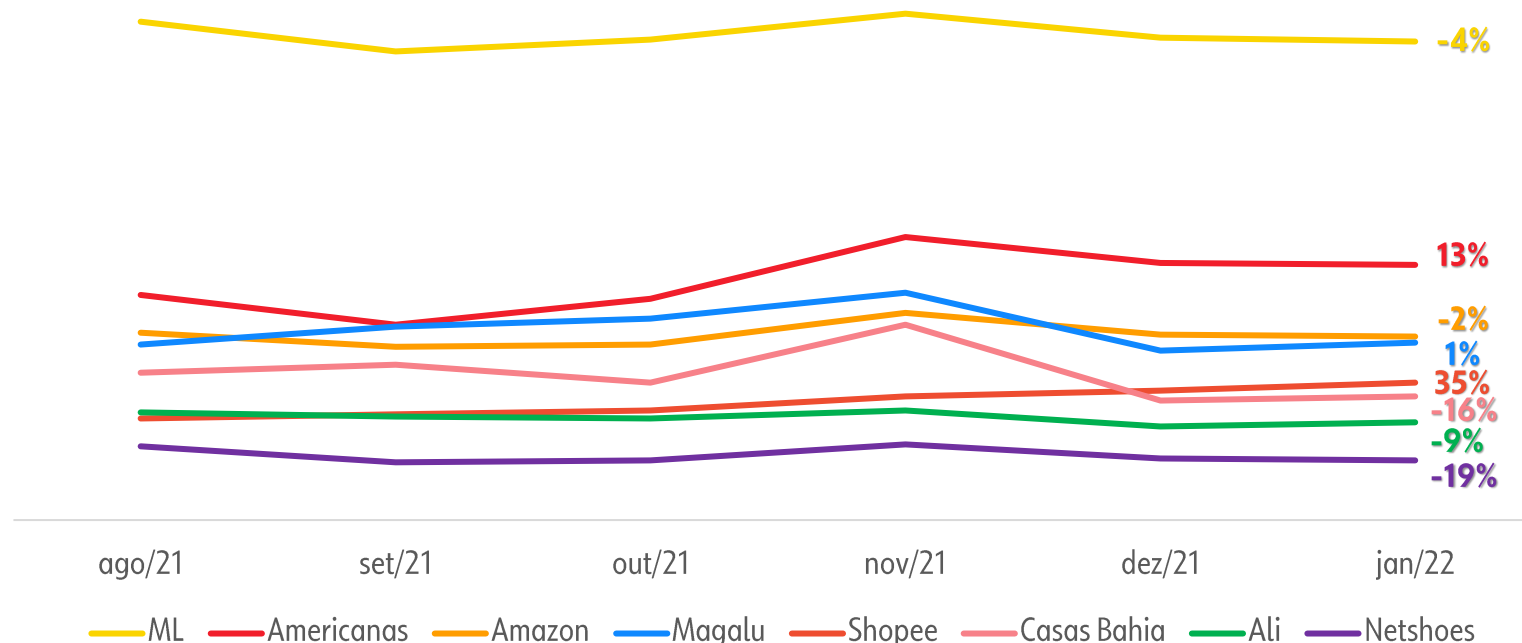
Os players desse novo segmento...

O Mercado Livre, sendo uma marca Latino Americana de mais de 20 anos possui a maior fatia do share entre os players, seguido por players que entraram no mercado de Marketshare na última década, como Magalu e Americanas, e empresas gringas, como Amazon. Shopee, com 3 anos de mercado já possui 1/10 de sua fatia.

% Market Share Comércio Eletrônico



Visitas Mensais ao Site – Milhões



As visitas dos players mais antigos é estável, tendo picos sazonais mais não conseguindo quebrar essa barreira com tanta facilidade quanto players novos como **Shopee**, que crescem mês após mês sua base de visitantes.

 **Shopee**
+500%

De aumento de investimento em média de 2020 para 2021.

Bancos
Marketplaces Digitais

Marketplaces e Banking se juntando...

Por um lado, os **bancos digitais** tem mostrado **bases de clientes** cada vez mais vastas, **segmentadas** e **crescentes**, que possuem um público ativo e que não **repudia** o gasto no aplicativo com **taxas**, mas que **consume** e faz **compras** como qualquer outra pessoa.

Por outro lado, existem **varejistas, empresas** e até **comércios** não tão grandes que não querem embarcar um mar **competitivo** dos marketplaces já existentes, ou gostaria de uma plataforma **mais moderna** ou ainda não **se identificou** com nenhum dos players existentes.



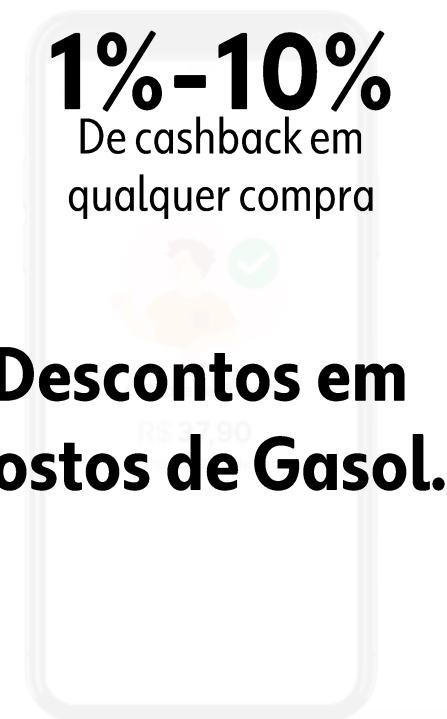
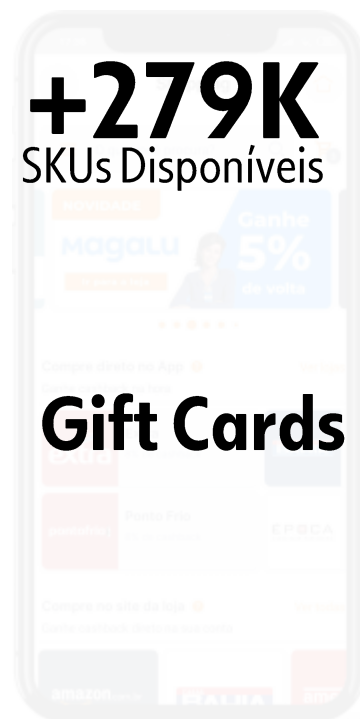
Escolher um banco exige muito mais confiança do que fazer uma compra. Nesse sentido, você já está falando com um público que confia naquela plataforma e até mesmo nas marcas parceiras dela, tendo que apenas convence-lo com a oferta.

O conhecimento dos gastos do seu cliente e das suas necessidades é uma ferramenta potente. Ofertar um parceiro de seguro no período certo do ano para um perfil que se enquadra dentro do consumidor dessa marca pode otimizar as chances de venda que muitas plataformas não conseguem.

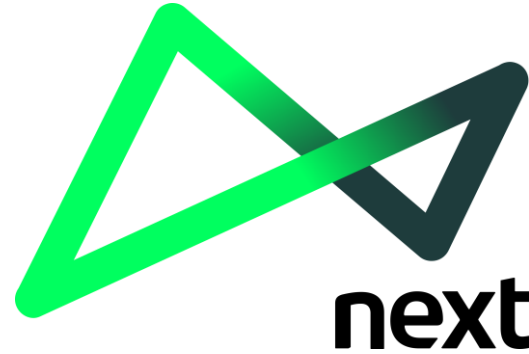
Cases de Banking Marketplaces...

inter

Quando Inter **tirou o “banco”** do seu nome, foi exatamente para mostrar que era mais do que apenas isso. E então ele lançou sua **loja** em **agosto** de **2019**.



Cases de Banking Marketplaces...



No fim de **2021** o Next lançou o “**NextShop**” para atender as demandas dos usuários além do universo financeiro. Produtos de telefonia, **eletroeletrônicos, eletrodomésticos**, eletroportáteis, **acessórios**, informática e games.

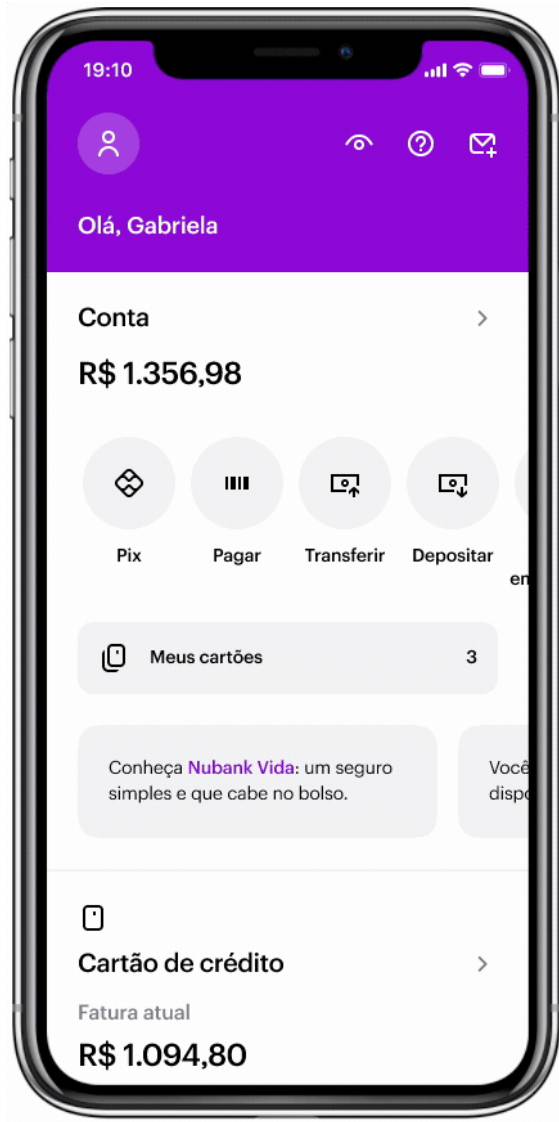


x12
Sem juros em
qualquer financiamento

7,5%-10%
De cashback em
qualquer compra

+13K
Produtos diferentes
cadastrados na plataforma

Cases de Banking Marketplaces...



Em **Novembro de 2021**, Nubank, junto com grandes marcas como **Magalu, AliExpress, Dafiti, Allied, Samsung, Motorola e Xiaomi**, **estreia seu marketplace digital**.

Maior base de clientes do
Brasil
+48Mi



Em **Novembro de 2021**, o Banco Original lançou um portal com mais de 80 parceiros para compras direto na plataforma.

Cashback de até
10%



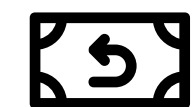
A person wearing a blue uniform is holding two stacked cardboard boxes. The top box has a shipping label for 'Summer Wilson' at '234 E34, My town, Manhattan NY 12345'. The bottom box has a shipping label for 'Danny Afternoon' at '10 Downing Street, London, Greater London SW1A 2AA'. The background is blurred, showing more boxes and a warehouse-like setting.

O Futuro dos **Marketplaces** Digitais

Qual seu diferencial?



Abrir **contas** entre **bancos digitais** não é um problema. Atualmente consumidores tem até **4 contas diferentes** e esse número tem aumentado. Nesse cenário, seu **marketplace** precisa **diferenciar-se** ao ser comparada com o dos **outros players** presentes na **carteira** de seu cliente.



50%

dos consumidores vê

Cashback como uma funcionalidade

essencial para comercio digital...

...mas apenas

Dos empreendedores oferece este

serviço em suas plataformas



40%



89%

dos consumidores fez

uma compra com frete

grátis em lojas online



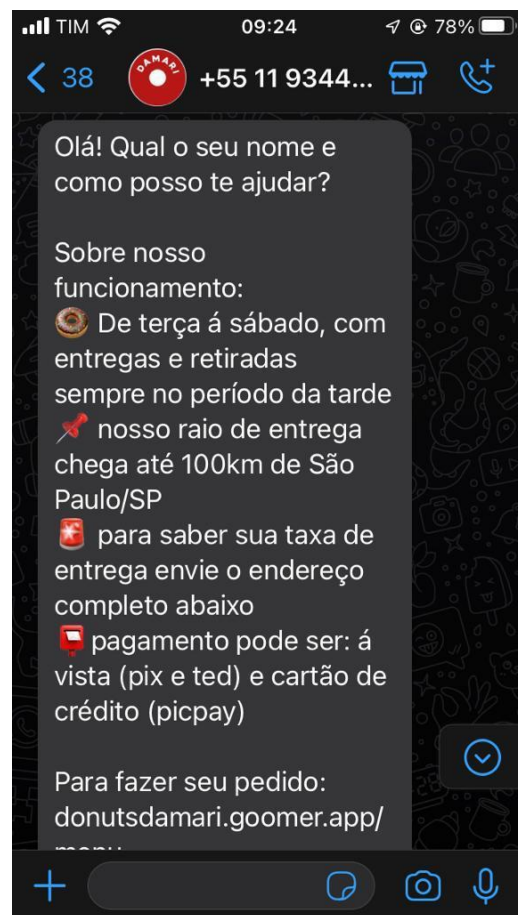
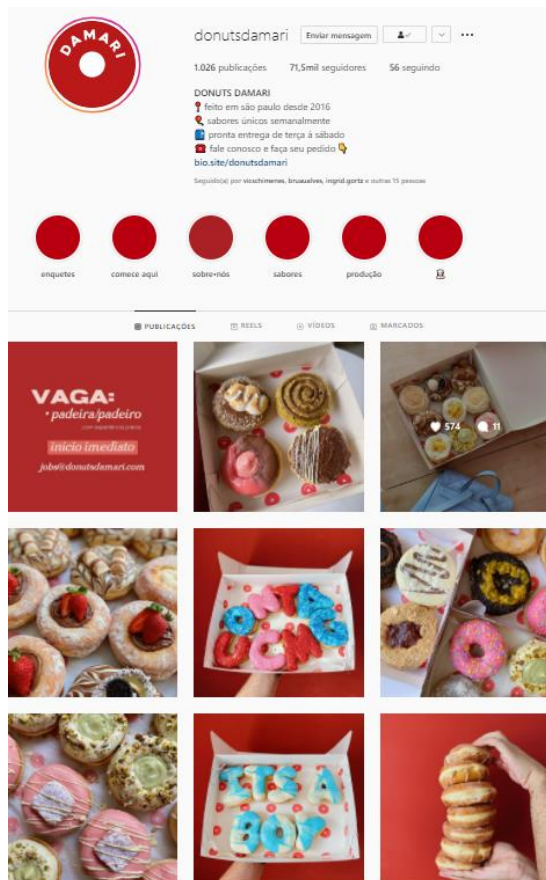
42%

dos consumidores vê entrega no

mesmo dia como uma funcionalidade

essencial para comercio digital

Vitrines & Canais Diretos



84%

Dos empreendedores
vende através do
WhatsApp

51%

Dos empreendedores
vende através do
Instagram

Os canais de **vitrine** e **relacionamento direto** com o consumidor tem se destacado para os **empreendedores** por **diferenciais** que os **Marketplace** não podem oferecer, como a **identidade visual** como um diferencial, a **resposta** ao consumidor à **qualquer momento** e a **afinidade** construído com seus clientes quando se tornam **seguidores**.

62%

Dos brasileiros
fizeram uma compra
pelo WhatsApp

Fintechização dos Varejistas

O Movimento de criação dos marketplaces para os bancos não é um movimento de mão única. Os varejos e players de categorias diversas também apontam suas estratégias para criação de apps de pagamento, bancos e sistemas de cartão de crédito.



Players de varejo ou nicho como **Magalu** e **Rappi**, ao criarem seus próprios **bancos** e **sistemas de pagamentos**, tiram a **necessidade** de estarem presentes como **parceiros** em **apps terceiros** e criam um **ambiente** de **afinidade** com o **consumidor**, onde **100% das interações**, desde o gerenciamento dos seus gastos até suas compras, são geridos pelo mesmo CNPJ.



Mercado Pago

CASE DE SUCESSO



Um dos primeiros **marketplaces** a entrarem nesse mercado de **fintechização** foi o **Mercado Livre** com o nascimento do **Mercado Pago**. A plataforma não apenas criou uma **forma de pagamento** própria para seus vendedores, como também expandiu esse universo para **pessoas físicas** em suas **transações diárias** e **varejistas físicos**, com as **maquininhas de cartão**.

A person wearing a blue uniform is holding two cardboard boxes. The top box has a shipping label for Summer Wilson, and the bottom box has a shipping label for Danny Afternoon. The background is blurred, showing more boxes and a warehouse-like setting.

Desafios

Marketplaces Digitais

Sazonalidade Comercial

A **Sazonalidade** do comércio passa a ter relevância para o setor financeiro quando os clientes não só utilizam os cartões para as **compras**, mas as realizam **direto nas plataformas**, exigindo um bom **tráfego** em dias de altas visitas, uma boa **usabilidade**, focando em boa **experiência**, e principalmente uma boa **comunicação** para lembrar o consumidor de utilizar seu **marketplace** ao invés daquele que vez primeiro na sua cabeça todos os anos.

Promoções/Ofertas Tempestivas & Personalizadas

Arelado a sazonalidade está também o comportamento dos varejistas parceiros que esporadicamente trabalham com trocas de coleção, saldão de vendas ou até promoções pontuais que, antes não geravam rentabilidade nem acessos a plataforma dos bancos, mas agora geram.

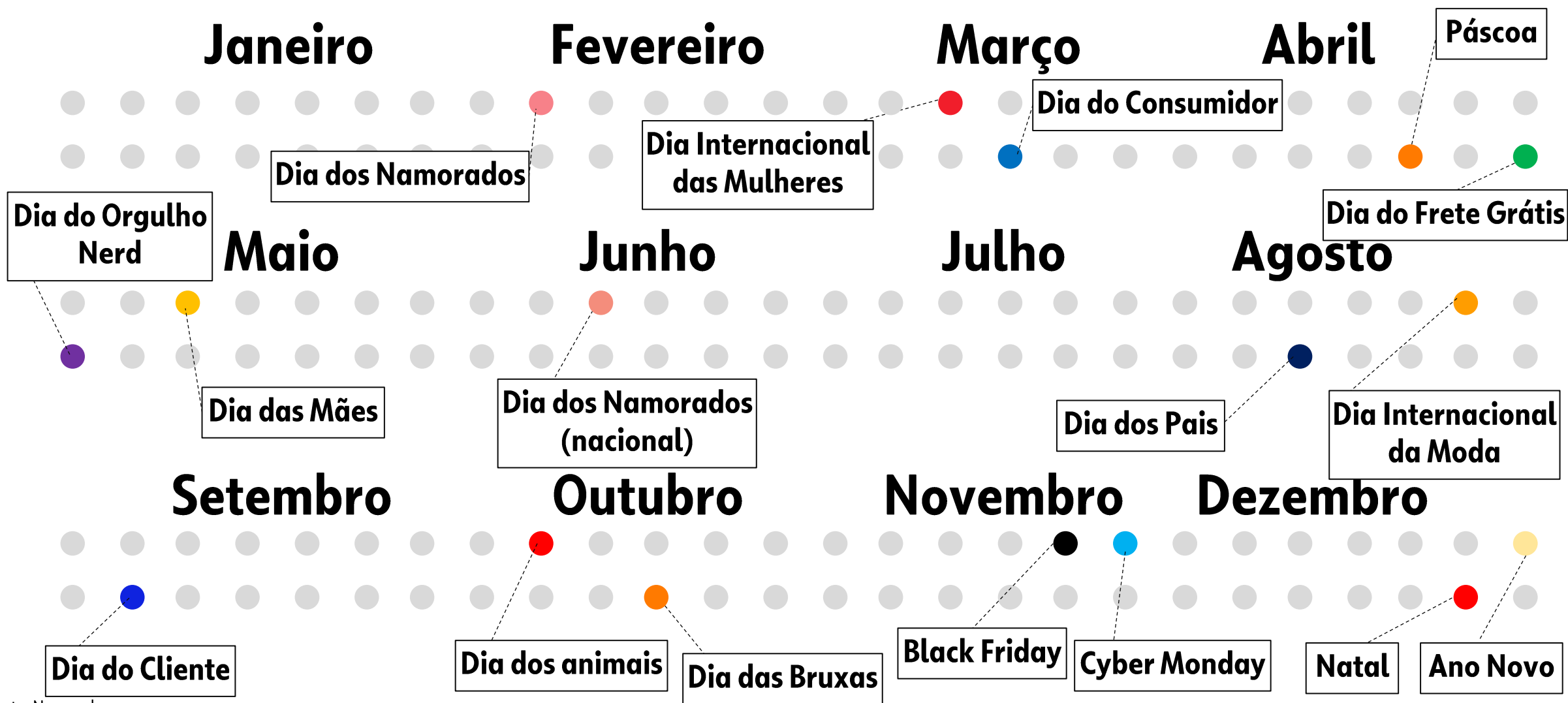
Além disso, o uso de dado dos seus clientes ganha um novo papel ao gerar ofertas personalizadas e contextualizadas.

Eventos Globais & Nacionais

Eventos mundiais como Copa do mundo, ou nacionais, como festivais de música passam a ter um novo significado para os bancos. Aqueles que antes apenas patrocinavam agora podem oferecer os tickets na própria plataforma, mas pra isso devem entender essa jornada para não tornar algo prazeroso em desagradável e devolver o seu cliente para o local de compra antigo.

Oportunidades

As datas comerciais passam a ser novas oportunidades, especialmente aquelas que não são clichê e conversam com nosso público, como Dia do Frete Grátis, Dia do Orgulho Nerd, Dia Internacional da Moda, Halloween e Dia do Consumidor.



Análise de Target

O Perfil usuário de MarketPlace Digital, que também está integrado em meios de pagamentos, é um perfil jovem, de 18-49 anos, de Classe ABC1. Reality Shows, programas humorísticos & futebol são os principais gêneros de afinidade com esse target, porém é importante considerar a saturação da comunicação nestes programas.

