

UM WHITE PAPER POR MCFADYEN DIGITAL

# COMO FABRICANTES PODEM POTENCIALIZAR SEUS LUCROS ADOTANDO UM MODELO ONLINE DE MARKETPLACE



**PREPARADO E APRESENTADO POR**

TIME DE CONTEÚDO DIGITAL MCFADYEN  
[WWW.MCFADYEN.COM.BR/BLOG](http://WWW.MCFADYEN.COM.BR/BLOG)

**MCFADYEN**  
**DIGITAL**

ECOMMERCE + MARKETPLACES

---

# O QUE ESTE WHITE PAPER COBRIRÁ

## 1. VISÃO GERAL

O potencial do mercado eCommerce B2B

## 2. CASO DE USO - **B2B**

Marketplace Online B2B - Um caso de uso para fabricantes

## 3. EXPECTATIVA DOS **COMPRADORES**

Marketplace Online B2B - Expectativa dos compradores

## 4. **DIRECIONADORES** DE CRESCIMENTO

Millennials, sistema de entregas e PWAs

## 5. **PRIMEIROS** PASSOS

A estratégia da McFadyen para fabricantes

## 6. CONCLUSÃO

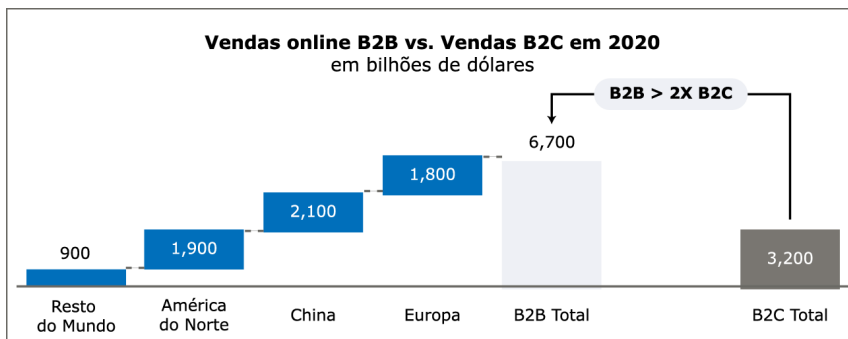
Pensamentos finais

# VISÃO GERAL

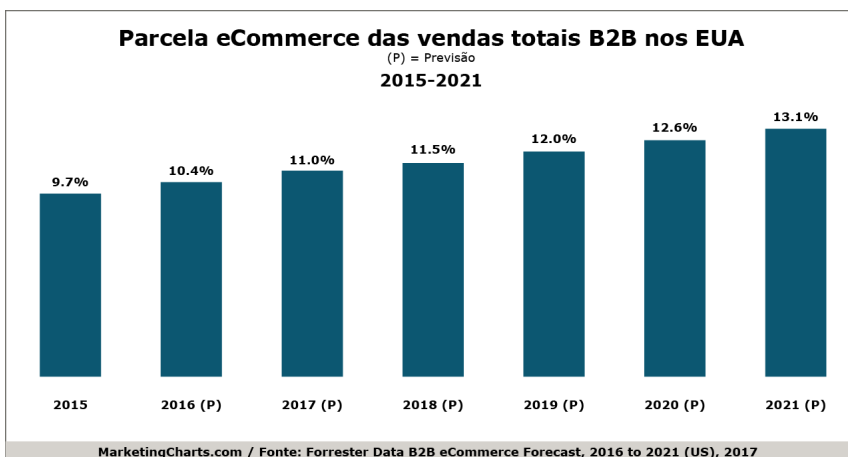
Todo ano, as tendências do ecommerce mundial indicam como o universo dos negócios está evoluindo. Os avanços tecnológicos continuam a nos fornecer novas maneiras de se comunicar, consumir e aprender. Algumas das tecnologias se tornaram tão fundamentais em nossas vidas que mal percebemos. Pode-se constatar esta influência em como a palavra “Google” se tornou um verbo, denotando uma “busca online”, e como mais de 50% de todas as buscas de produto começam na Amazon. Neste panorama, torna-se claro que, mais do que nunca, consumidores estão criando expectativas altas sobre suas novas experiências... algo que possa solucionar um problema ou tornar a vida mais fácil. Estão em uma busca da felicidade, conveniência e velocidade. Ao se referir ao ecommerce B2B (business-to-business), adentramos uma era na qual o comércio entre negócios deve se equiparar a experiência de compra de um consumidor comum.



## O POTENCIAL DO MERCADO ECOMMERCE B2B



O mercado do eCommerce B2B está crescendo mais e possui um potencial de mercado maior do que o B2C, ao passo que o modelo business-to-business gera atualmente mais que o dobro de renda do que a parcela de consumidores. Um estudo realizado pela Forrester prevê que o mercado eCommerce B2B valerá, futuramente, aproximadamente um trilhão de dólares, comparado com o mercado B2C que renderá aproximadamente 480 bilhões de dólares. Millennials estão se tornando a categoria demográfica mais significativas do âmbito global B2C. Ao passo que esse grupo se torna independente e toma suas próprias decisões, estes farão uma reavaliação de suas relações de longo prazo e resquícios passados nos procedimentos B2C. Segundo a previsão da McKinsey, com o crescimento da prosperidade e participação no mundo emergente, os fluxos globais de bens e serviços irão dobrar, estimando um rendimento que estaria entre 54 e 85 trilhões de dólares até 2025.



# CASO DE USO - B2B

## MARKETPLACE ONLINE B2B - UM CASO DE USO PARA FABRICANTES

Fabricantes, mais do que nunca, estão enfrentando maiores demandas sobre uma fluida experiência de compra. Dito isto, modelos de venda direta podem dispor um grande número de desafios para fabricantes: como maximizar as conversões, controlar os dados dos consumidores e, talvez mais importante, como mitigar o conflito entre canais. Este é o ponto no qual o modelo de marketplace online entra em ação. Aqui, um fabricante tem a flexibilidade para dispor seus próprios produtos e vender diretamente para o consumidor, com atendimentos através dos canais existentes. Sua rede de distribuição recebe outro canal (seu marketplace) ao passo que você vende e os pedidos são finalizados. Além desses agentes se tornarem vendedores em sua área de negócios e oferecerem seus produtos e serviços, o mesmos dão a você uma porcentagem do rendimento. Desta maneira, fabricantes podem monetizar suas redes de tráfego existentes, e ao mesmo tempo estabelecer uma plataforma de vendas que funcione de acordo com seu próprio ecossistema escalável e autossuficiente.

Observemos porque fabricantes deveriam considerar começar um marketplace online. Com esse recurso, fabricantes podem:

- **Expandir** as opções online ao oferecer produtos complementares e serviços de novos ou antigos parceiros
- **Começar** a oferecer serviço a novos segmentos de consumo e mercado
- **Construir** uma melhor relação e mais valores com o consumidor
- **Aumentar** o número de canais de rendimento
- **Aumentar** o número de canais de distribuição
- **Conectar** fornecedores e consumidores diretamente em uma plataforma sob seu controle
- **Construir** uma rede de fornecimento de alta qualidade ao verificar e selecionar fornecedores online
- **Automatizar** integralmente o processo de vendas online, e fazer dele uma experiência inesquecível
- **Incorporar** estratégias em múltiplos canais por meio de pontos de interação
- **Reunir** informações em tendências de produtos e expectativas de clientes B2B, além de ajudar vendedores a avaliar melhor suas oportunidades de mercado.
- **Ganhar** percepção e rendimento das ofertas de seus parceiros de serviço
- **Ajudar** a recolher uma parcela das vendas diretas à consumidores, que poderiam também ter passado pelos procedimentos de distribuidoras/fabricantes.

## MARKETPLACES B2B NOS ESTADOS UNIDOS

<b>SUPRIMENTOS MÉDICOS E SAÚDE</b> net32, OpenMarkets, ZAGENO, Medinas, Medi, VETCOVE, traceLink	<b>CATEGORIA AMPLA</b> THOMASNET.com, ebay BUSINESS SUPPLY, FAIRE, amazonbusiness	<b>AUTOMÓVEIS E PEÇAS</b> PARTCYCLE, Car-Part.com, autohub, PARTS MARKET
<b>MFG./PEÇAS E EQUIPAMENTOS</b> ASSETA, kinnek, MFG	<b>CANNABIS</b> leafLink, KUSH	<b>APPLICO</b>
<b>ESCRITÓRIO</b> ProcureK12, SUPPLYHUB, VROOZI	<b>MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO</b> brickhunter, GPM, GMEX	
<b>SETOR IMOBILIÁRIO</b> landscapehub, CoStar, Architizer	<b>MODA/ENTRETENIMENTO</b> JOOR, INTURN, TRX, LENEWBLACK, BoxFox	<b>COMIDA</b> FoodMaven, BIOLinked, FULLHARVEST, Haywheel, TRADINGTABLE, SevenFifty
<b>MAQUINÁRIO PESADO INDUSTRIAL</b> kitmondo, BIG RENTZ, ES, IRON PLANT, Cor.Com, machinio	<b>FRETAGEM/TRANSPORTE</b> FLEXPORT, FREIGHTS, TRANSFIX, UBER FREIGHT, cargomatic, CONVOY, UShip	

Source: Applico

# EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES

## MARKETPLACE ONLINE B2B - EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES

Agora que já abordamos a maneira a qual marketplaces B2B podem auxiliar no crescimento de fabricantes, focaremos na perspectiva do cliente. O comprador moderno tem o poder para procurar e comprar produtos de todo o mundo. As informações e tecnologias disponíveis ao lado do usuário romperam com a estrutura do mercado B2B, ao passo que o comércio entre companhias agora mimetiza o tipo de comportamento de usuários comuns. Com o crescimento do autoatendimento, a atitude independente da maioria dos consumidores integra 70% da decisão de compra, mesmo antes que um representante de vendas seja envolvido.

O sucesso da Amazon - e seus mais de 10 bilhões em taxa de rendimento acumulado - deveria ser um despertar para qualquer um que venda para outros negócios. Este sucesso não só fala pela expectativa empírica dos consumidores empresariais online, mas também pela bandeira vermelha que representa para qualquer companhia que pretenda possuir controle sobre seus canais de distribuição. Quando os potenciais compradores podem recorrer a Amazon ao invés de comprar por meios oficiais, fabricantes e distribuidoras podem ser deixados de fora de todo o processo. Este cenário aponta para uma cessão de controle de não só dados de consumo, mas de toda a experiência de compra

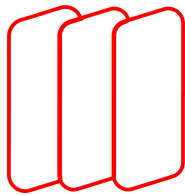


**Mesmo que o mercado B2B nunca tenha sido dos mais fáceis, é sempre benéfico entender quais são as expectativas desses consumidores inteirados e modernos. Expectativas essas:**



### FEITO PARA MOBILE

Um relatório recente da BCG afirma que para 60% dos consumidores B2B, a experiência mobile foi ponto chave em suas compras. Este fator tem ascendência esperada de até 70% em um futuro próximo.



### TRANSPARÊNCIA DE PROCESSO

Como em transações B2C, deve-se proporcionar o máximo de transparência possível. Nisso, estão envolvidos detalhes chave de comunicação na pré-venda, durante a venda e na pós-venda. A transparência age principalmente na fidelização de consumidores.



### FAÇA RÁPIDO!

Muitos dos consumidores consideram a assertividade da resposta do vendedor um fator crucial para as vendas. Veja o que é possível para encurtar seu tempo de processo e se prepare para as respostas certas.



### A INFORMAÇÃO REINA

É sempre benéfico ter todas as informações a postos para que os consumidores possam tomar sua decisão. Nestas, estão incluídas: o fácil acesso à preços e de informações de outras competidoras, um website que interaja diretamente com os usuários e apresente expertise na área, acesso fácil aos conteúdos e material ocado no vendedor, como estudos de caso e planilhas de produto.

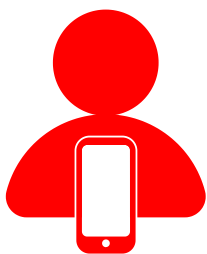
---

# DIRECIONADORES DE CRESCIMENTO

## MILLENNIALS, SISTEMA DE ENTREGAS E PWAS

No lugar de um brusco crescimento, a adoção de marketplaces B2B acontecerá gradualmente, com ênfase maior em como essas inovações irão permitir um caminho fluido para a realização de compras online, ao invés de analisar quão interessantes essas tecnologias podem ser. Ao passo que o foco majoritário para fabricantes será sempre voltado a expansão aos novos mercados através de seus produtos, existem várias vantagens em oferecer produtos complementares externos e serviços junto aos seus próprios.

Mesmo que o mercado B2B nunca tenha sido dos mais fáceis, é sempre benéfico entender quais são as expectativas desses consumidores, inteirados e modernos. Como dito anteriormente, são expectativas essas:



**A chegada dos millennials** – O comércio B2B está sendo desestruturado pelo contingente enorme de millennials invadindo a indústria, sobretudo se considerada que muitas de suas posições envolvem a tomada de decisões. Como um resultado, estamos vendo que os consumidores B2B estão se tornando mais jovens. Como mencionado em uma recente pesquisa, cerca de 75% estiveram envolvidos em, e em algumas instâncias até serviram como personas de decisão, em processos de compra da categoria. A nova geração de compradores agora espera que as transações sejam fluidas e diretas, assim como os outros âmbitos de sua vida digital. Mais de 90% da geração mais nova prefere comprar em lojas com grande variedade de produtos e que estejam online, ao invés de procurar item por item em diferentes sites e categorias.



**Processo de compra ultra-rápido** – Existiu um tempo no qual o processo de entrega durar uma semana, ou mais, era considerado normal. Com sua influência, a Amazon ditou um novo padrão nos termos de expectativa de compra em relação ao tempo de entrega. Receber no dia seguinte, ou em dois dias, é agora tão comum que muitos dos consumidores modernos não finalizarão sua compra se o tempo de espera for muito longo. Dada esta mudança, qualquer negócio deve estar preparado para investir em um sistema robusto e confiável de entrega. Como os consumidores comuns, compradores empresariais agora esperam o mesmo conceito de entrega rápida. Aqueles que dominarem este processo irão adquirir vantagem competitiva clara sobre aqueles que não.



**Progressive Web Apps** – Com os progressos tecnológicos, mais e mais consumidores irão se afastar dos aplicativos nativos e se voltar aos canais de experiência mais convenientes. Analistas de indústria vêem atualmente os PWAs (Progressive Web Apps) como uma próspera área de investimento, em termos de melhoria na experiência de consumidor. Os PWAs oferecem melhor performance quando comparados com os websites responsivos tradicionais, oferecem recursos offline e uma polida e fluida jornada de compra. No contexto de marketplaces online com alto SKU, o considerável boost de velocidade viabilizado pela implementação do PWA não só ajuda a navegação e compra por parte dos usuários, mas também as buscas orgânicas pelo seu website, ao passo que os mecanismos do Google se tornam mais voltados ao universo mobile.

# PRIMEIROS PASSOS

## A ESTRATÉGIA DA MCFADYEN PARA FABRICANTES

O sucesso dos marketplaces online que empresas como a Amazon, Walmart, Best Buy Canada, Swarovski e Darty aproveitaram pode ser seu com uma boa porção de previsão e execução estratégica. Primeiramente, busque pelas categorias e identifique nas quais você deseja expandir seu negócio. Observe o que seus competidores já fizeram. Procure em negócios já existentes exemplos de como essas categorias e produtos estão sendo apresentados, categorizados e vendidos.

O próximo passo é crucial. Ao se tratar de encontrar a melhor configuração de marketplace para o seu empreendimento, procure e consulte experts em negócios, estratégia e tecnologia como a McFadyen Digital. Selecione uma empresa de plataforma para negócios testada em indústrias, como a Mirakl, para dar início ao andamento de seu próprio marketplace. A partir desse passo, identifique vendedores específicos, tomando de referência suas pesquisas anteriores, e os convide para um lançamento de testes. Igualmente importante é sua decisão de identificar o grupo certo de consumidores para alvejar nas sua campanha de expansão de produto. Além, ao passo que seu marketplace evolua, se lembre de manejar, ajustar, lançar e continuar gerenciando seu negócio para aproveitar o rendimento adicional e fidelização de clientes que só um modelo de vendas pode trazer para a bottom line de sua companhia.

Em seus primeiros passos, a primeira e fundamental questão a se pensar é: encontre os problemas do seu mercado (ou sua estratégia go-to-market) e os resolva com a ajuda do modelo de negócios. Mesmo que soe óbvio, muitos líderes de negócio cometem o erro de se ater apenas aos valores já propostos do empreendimento, ao invés de resolver um problema real de usuário ou negócio. Para iniciar seu negócio com o pé direito, aqui estão algumas questões e considerações iniciais:

1. Quais são os **pontos principais** que seus consumidores tem dificuldade em lidar?
2. Que tipo de relação seus consumidores **preferem** com seu negócio?
3. Como é possível fazer seus clientes se sentirem bem e ajudá-los a **alcançar seus objetivos**?
4. Qual exatamente é o **valor real** que você está proporcionando para seus usuários, e por que eles estão pagando o que você se dispõe a vendê-los?
5. Como você pode fazer o processo de compra **fluido, rápido e transparente**?

*"Quando nós criamos nossa solução inicial B2B, focamos em prover aos distribuidores e fabricantes uma rápida experiência de introdução para tornar integrados os produtos de seus vendedores. A próxima geração de Marketplace B2B da Mirakl completa nossa visão de proporcionar uma solução holística para fabricantes – do processo introdutório de vendedores e produtos às simples vendas dessas mercadorias. A demanda de lançar os próprios marketplaces de organizações B2B tem sido extremamente forte e estamos ansiosos para entregar uma plataforma superior que possa suprir suas necessidades.*

**-Adrien Nussenbaum, CEO e co-fundador da Mirakl**



---

# CONCLUSÃO

## PENSAMENTOS FINAIS



*“o Modelo de Marketplace Online inaugura uma nova onda de inovação do eCommerce. Os marketplaces empoderam os fabricantes para formar novos tipos de conexões com seus consumidores finais, varejistas, atacadistas e parceiros. O resultado desta movimentação faz com que os negócios se tornem plataformas expandíveis para crescimento em novos e entusiasmados caminhos.”*

**-Tom McFadyen , CEO e Fundador da McFadyen Digital**

Operar um negócio B2B pode ser desafiador, mas também pode ser igualmente recompensador com uma estratégia de eCommerce bem planejada. Ter a tecnologia e os parceiros de estratégia certos podem ajudar fabricantes a se permear em uma gigante audiência de consumidores empresariais que estão sempre buscando por uma conveniente e pragmática experiência de compra. Toda a informação apresentada neste documento prova que o processo de venda de fabricantes para consumidores empresariais está começando a gerar o entendimento necessário sobre o poder do modelo de marketplace online, e como alavancá-lo para atender melhor seu público.

Na McFadyen Digital, acreditamos que o modelo de negócios online é o futuro do eCommerce, e que a concepção de plataformas é o futuro dos negócios. Os marketplaces empoderam os fabricantes com controle sobre todo seu processo de vendas online e ciclo de vida de usuários. Ao expandir e evoluir o modelo comum de venda para varejistas e atacadistas, adicionando o elemento direto de venda para consumidores e vendedores externos, seu negócio se eleva ao ponto desejado. Este conceito de plataforma foca em criar um valor, ao mesmo passo que inova positivamente a corrente de distribuição comum. Desta maneira, os negócios mudam o mundo – conectando compradores e vendedores em uma escala global, uma transação de cada vez, e criando novas possibilidades para fabricantes visionários.

No quesito capitalização deste modelo futuro de eCommerce, você necessita de um parceiro de implementação qualificado como a McFadyen Digital. A implementação de marketplace baseada em Mirakl, e outros serviços de melhoria que oferecemos, pode ajudá-lo a rapidamente desenvolver um robusto contexto de negócios com um vasto catálogo, percepção de usuários melhorada e um facilitado sistema de finalização, ou drop-shipping viabilizado por companhias terceiras. Ajudamos marcas a entregar premiadas experiências de comércio digital por mais de 20 anos, e gostaríamos de fazer o mesmo por você!

Você pode nos encontrar no e-mail [info@mcfadyen.com](mailto:info@mcfadyen.com), e pode aprender mais em nosso site [www.mcfadyen.com.br](http://www.mcfadyen.com.br)