

+
WUNDERMAN
THOMPSON

Commerce

MARKETPLACE ONLINE

¿POR DÓNDE EMPEZAR?

¡No más excusas –
empiece a vender hoy día!



CONTENIDOS

1. BIENVENIDOS	3
2. NO MÁS EXCUSAS	4
3. PREPARANDO A LA ORGANIZACIÓN	8
4. EL PLAN DE LOS 12 PASOS	11
5. ESCALANDO TU OPERACIÓN	15
6. TE PODEMOS AYUDAR	16

1 BIENVENIDOS

Los marketplaces online no son un fenómeno nuevo. Forman parte de nuestra vida diaria y nos ayudan a encontrar habitaciones de hotel, viajes en taxi e innumerables otros servicios y productos. Cada día que pasa, estos se vuelven más y más el canal favorito de los consumidores.

No es difícil suponer que, al no estar presente en estas plataformas, nuestra empresa puede estar perdiendo muchos ingresos potenciales. Sin embargo, aún hay muchas compañías que todavía no se comprometen ni parcial ni totalmente con una estrategia de marketplaces online. Muchos siguen encontrando excusas para evitarlo, los ven como una amenaza más que como una oportunidad.

Otras organizaciones comienzan, pero no están lo suficientemente enfocadas para ser verdaderamente exitosas. También hay muchas empresas que sí lograron el éxito vendiendo por estas plataformas. ¿Cómo lo hicieron? ¿Cuáles son los factores detrás de su éxito? ¿Qué problemas han enfrentado y cómo los superaron?

En este documento técnico, Wunderman Thompson Commerce presentará toda la información básica que una empresa necesita para comenzar a vender por un Marketplace de manera exitosa.

En el primer capítulo revisaremos las excusas más comunes para no vender en los Marketplaces online, y ofreceremos soluciones. Luego discutiremos brevemente cinco precondiciones organizacionales necesarias para crear una base para gestionar una operación exitosa en Marketplaces online. A continuación, proporcionaremos un plan de 12 pasos para comenzar a vender en los Marketplaces online. Terminaremos presentándoles GROW y sus iniciativas relacionadas al crecimiento de operaciones de Marketplaces online.



RAGHBIR RANA
Marketplace
Enablement EU Lead
Wunderman
Thompson Commerce



NIKKI EIJPEN
Consultant, Online
Marketplaces EMEA
Wunderman
Thompson Commerce

2 NO MÁS EXCUSAS

Cuando alentamos a las marcas, mayoristas y minoristas a vender en un Marketplace Online, usualmente escuchamos las mismas excusas y nos encontramos con personas que solo se centran en los problemas. Generalmente, estas excusas se basan en malentendidos e incluso suelen ser infundadas. Los Marketplaces online pueden ser la solución para muchas empresas o un potente complemento para una estrategia comercial online. En este capítulo revisaremos las excusas más comunes que usualmente encontramos.

2.1 ES DIFÍCIL

Usualmente las empresas creen que es difícil y no saben por donde empezar cuando hablamos de vender en un “Marketplace online”. Inmediatamente asumen que será difícil lograrlo.

¿Tienen que crear una cuenta, después suelen ver el dashboard de trabajo, como subir los productos?

La verdad es que cualquiera puede aprender a hacerlo, nuestra primera recomendación es elegir un Marketplace y simplemente comenzar.



Los mismos contactos comerciales de estas empresas también los pueden ayudar. Una vez que estés activo en un Marketplace online, entrar al resto se te hará más fácil.

2.2 NO TENGO NI EL TIEMPO NI AL EQUIPO PARA HACERLO

Muchas organizaciones todavía están configuradas para vender por los canales tradicionales y creen que necesitan nuevos conocimientos y recursos para vender por un Marketplace. Nada más lejos de la verdad. Todo lo que necesitas hacer para comenzar es poner un poco de esfuerzo e investigar un poco. Esto es particularmente cierto cuando comienzas por

un solo Marketplace online y con una pequeña selección de productos.

Si deseas empezar a vender inmediatamente y a gran escala, también puedes contratar a un especialista quien se encargará de crear contenido, dirigir las campañas, atender las dudas de tus clientes, etc. Si bien afectará tu margen, si contratas al especialista correcto estarás recuperando la inversión rápidamente.

2.3 ES CARO

Usualmente se cree que vender por un Marketplace afectará el margen y la rentabilidad. Lo primero que hay que saber es que tener una cuenta en ellos no te cuesta nada, si vendes ganas y sino vendes no pierdes nada. Así que es preferible vender más productos pagando la comisión del Marketplace online que suele rondar entre el 8%-10% (incluyendo la comisión de la pasarela de pago) que no vender nada. Lo que, si es verdad, es que si deseas hacerlo bien probablemente tengas que invertir un poco en conocimiento y recursos para que funcione. Sin embargo, conforme vayas entrando a varios Marketplaces online y vendiendo más, esta inversión se diluirá.

2.4 LA LOGISTICA ES COMPLICADA

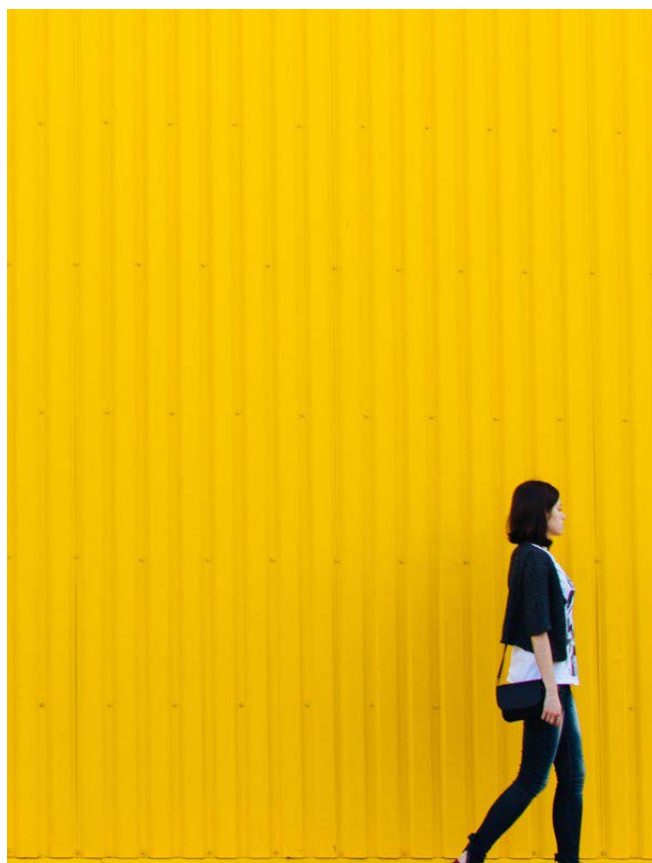
Muchas empresas usualmente creen que ellos se tendrán que hacer cargo de la entrega del producto al consumidor final o de gestionar los retornos. Esto para una empresa acostumbrada a vender directamente al consumidor final puede que no sea un reto, pero para una empresa que usualmente vende a través de distribuidores o mayoristas esto realmente se puede complicar.

La verdad es que algunos Marketplaces online ofrecen hacerse cargo de esta logística y otros no. Igual, siempre pueden contratar a un partner para que se encargue

de esto, sobre todo hace sentido cuando puedes centralizar tu operación de tres o cuatro marketplaces online con un solo partner.

2.5 NADIE COMPRARÁ NI VERÁ MIS PRODUCTOS EN ESTAS PLATAFORMAS

Si bien es cierto que algunos productos parecen no ser los adecuados para un Marketplace online, recordemos que en Amazon o Alibaba ya se pueden comprar carros directamente. Además, se cree que hay tantas empresas vendiendo en estos Marketplaces online que nadie nos comprará a nosotros. Sin embargo, uno de los principales beneficios de estas plataformas es que ya cuentan con una gran cantidad de visitas mensuales regulares, nuestro trabajo radica en buscar posicionarnos mejor que nuestra competencia y aparecer "arriba" en el buscador o en las visitas.





2.6 IMPACTARÁ EN MIS OTROS CANALES

La canibalización entre canales es uno de los mayores miedos al contemplar la decisión de entrar en un Marketplace. La verdadera pregunta es si la competencia nos está ganando participación de mercado al estar en estos canales y nosotros no. Al final, tenemos que estar donde nuestros consumidores están y la data* global indica cada vez más que los consumidores están comprando por estas plataformas.

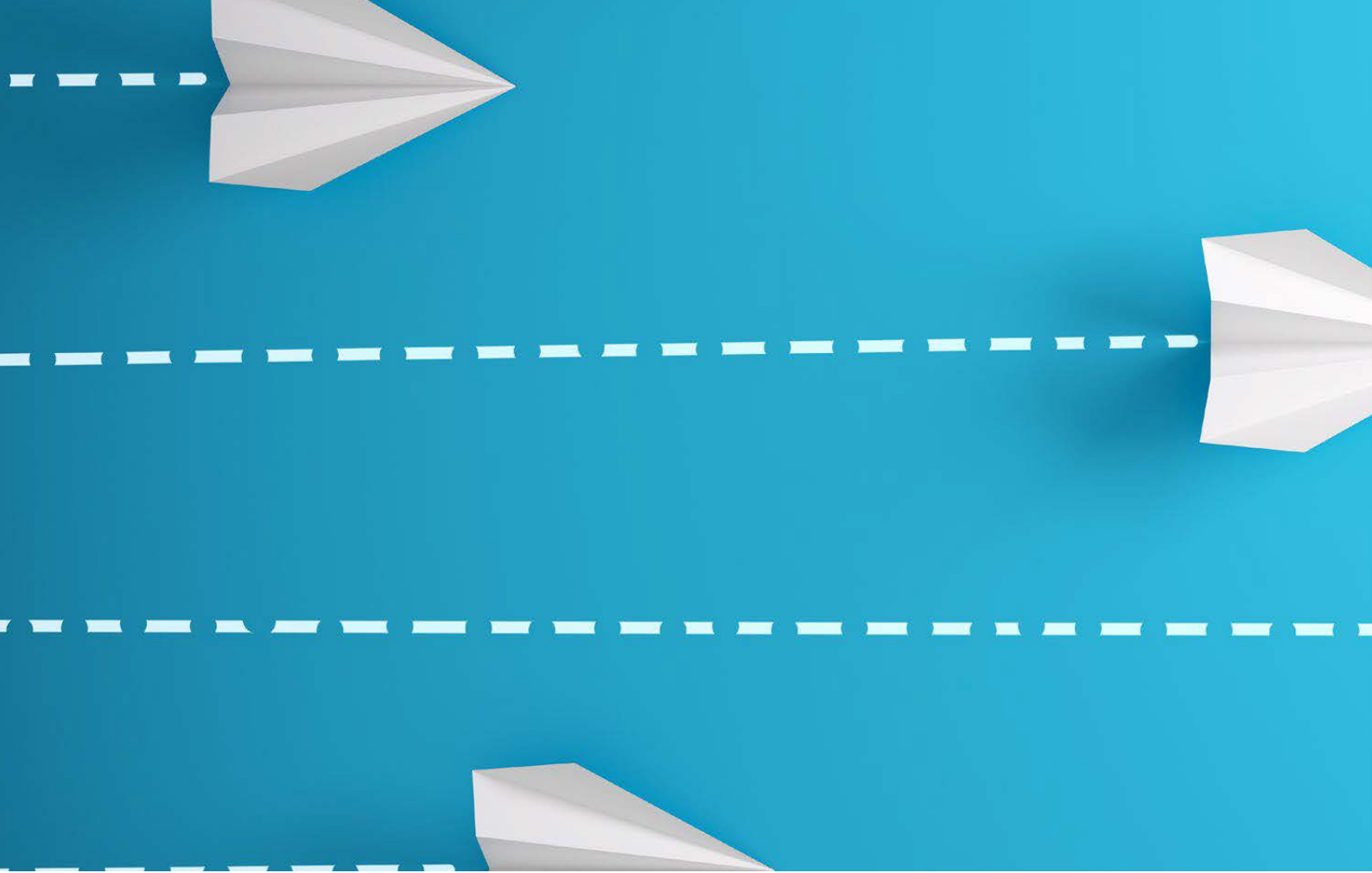
*35% de todas las ventas online de UK y 52% de USA son en Amazon.

2.7 LOS RETAILERS DONDE TAMBIÉN VENDO SE ENOJARÁN

Este posiblemente sea una de las razones que realmente tiren para atrás la decisión de vender en un Marketplace. El truco está en balancear nuestro mix de canales entre nuestro propio D2C, Retailers y Marketplaces.

2.8 NUESTRAS PRINCIPALES RECOMENDACIONES SON

- La rapidez es más importante que la perfección, tienes que mantenerte delante de tu competencia.
- Puedes empezar con un grupo pequeño de productos. De preferencia los "best Sellers", los de más alto margen y con poco porcentaje de devolución.
- Considera un socio que te pueda ayudar a sobrepasar los primeros apuros. Un buen socio te pondrá a vender en menos de 10 días.



3 NECESITAMOS PREPARAR A LA ORGANIZACIÓN

No todas las organizaciones están listas para vender en un Marketplace de inmediato. Sin una visión o las herramientas correctas, existe una baja probabilidad de que este canal de ventas tenga éxito. Por lo tanto, los minoristas, las marcas y los mayoristas deben hacer ajustes. ¡Tienen que cambiar!

Estos cinco elementos son esenciales para lograr un cambio exitoso dentro de la organización, si nos falta uno de ellos el balance se verá afectado y no tendremos el éxito esperado.





3.1 VISIÓN

La falta de visión nublará tu dirección, socavará tu impulso y generará confusión. Tu visión debe tener una idea clara de la dirección que estamos tomando y poder decir claramente por qué vamos a comenzar a vender en un Marketplace. Esto contrarrestará las excusas predominantes y establecerá la convicción de que vender en los Marketplaces online hará una contribución positiva a los objetivos de tu organización.

3.2 CAPACIDADES

¿Cómo venderemos en los Marketplaces online? ¿Tenemos las capacidades adecuadas para lograr esto? Es posible que tenga la visión, pero podría no estar seguros de que esto sea factible.

Eche un buen vistazo a su organización. Determine cuales competencias ya tiene dentro de la organización, y cuales deben incorporarse. Cuando se trata de vender en Marketplaces online, necesitará muchas capacidades y conocimientos en diferentes áreas como TI, logística, gestión de categorías, marketing digital entre otros. Combine sus habilidades y comienza con algo pequeño. Las capacidades irán mejorando mientras avanzas en este journey de experimentación y aprendizaje constante.

3.3 MOTIVACIÓN

¿Qué nos motiva a vender en los mercados? ¿Es esto lo correcto para nosotros? ¿Qué ganamos con esto? Las personas dentro de la organización deben estar motivadas para trabajar con ella. Algunas personas pueden sentirse amenazadas por esta iniciativa. Los KPI, los factores de éxito y las formas de remuneración pueden ayudar. El objetivo aquí es mantener a todos motivados y ayudarlos a seguir por el nuevo camino. Debe quedar claro lo que hay que hacer para que la venta en los Marketplaces online sea un éxito. Si falta motivación, habrá resistencia y una tendencia a volver a las viejas formas de trabajar y pensar.

3.4 HERRAMIENTAS

Tiempo, dinero, gente, equipo. Si no tienes las herramientas adecuadas, es imposible vender en los Marketplace online. Si quieres hacerlo de manera eficiente y a escala, esto no es algo que puedas hacer de la noche a la mañana. Las personas en tu organización pueden querer avanzar, pero se frustrarán rápidamente si no se les da el espacio o las herramientas para hacerlo. Un factor muy significativo para garantizar el éxito es involucrar a los diferentes departamentos al comienzo del proceso de cambio, es decir, ventas, compras, marketing, servicio al cliente, logística, finanzas, etc.

3.5 PLAN

Si realmente desea tener éxito, debe establecer una base que le permita agregar rápidamente nuevos productos o categorías, expandirse o unirse a nuevos Marketplaces online. Esto requiere un plan respaldado por una visión, capacidades, motivación y herramientas.

3.6 ES UN PROCESO CONSTANTE

El viaje a un negocio robusto de Marketplaces online es un proceso constante. Una cosa refuerza a otra. Comience con una visión, trabaje en las capacidades, cuide la motivación y las herramientas, y haga un plan. Luego revise su visión y los otros requisitos previos para mantener el crecimiento.



4 EL PLAN DE LOS 12 PASOS

¿Cómo empezar a vender en un Marketplace Online? En este capítulo revisaremos los 12 pasos para empezar y lo que necesitas tener en cuenta para ser exitoso.





4.1 ELEGIR UN MARKETPLACE

Este, a veces, es el paso “más complicado” y en el cual muchas empresas se toman mucho tiempo para decidir cuando en realidad debería ser todo lo contrario.

En Perú los principales Marketplaces online son: Mercado Libre, Juntoz, Lumingo (Grupo BCP), Shopstar (Grupo Interbank) y Linio (Grupo Falabella).

Algunas características para evaluar

- El % de comisión que te cobrarán
- ¿Quién se encargará de la logística de entrega y devoluciones?
- ¿Te permiten tener una tienda propia dentro del Marketplace? ¿Qué tan flexible es ese espacio?
- ¿Qué beneficios adicionales de

comunicación te brindarán? ¿Mandarán comunicación a sus bases de datos?

¿Pondrán banners tuyos en el home o espacios privilegiados?

- ¿Qué servicios adicionales te pueden ofrecer?

- ¿Comparten conmigo la información de los que me compran?

- ¿A qué tipo de data podrás tener acceso?

Nuestra recomendación es tomar esta decisión rápido, pues lo importante es empezar. Cuando entren y estén más acostumbrados al mundo de los

Marketplaces online se darán cuenta que muchos de estos operan de manera muy similar y la idea es estar en varios de ellos no solo en uno.

4.2 ELEGIR LOS PRODUCTOS QUE VENDERÁS EN ESE MARKETPLACE ONLINE:

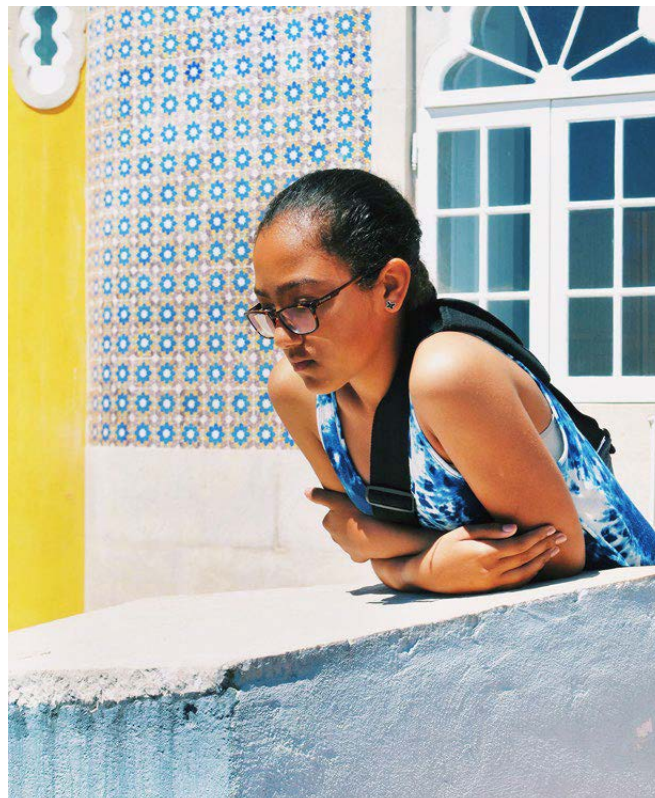
No es necesario empezar con el 100% de tu portafolio de productos. Nuestra recomendación es empezar con un grupo pequeño de productos que tengan alto margen y un bajo porcentaje de devolución. Además, es importante revisar que otros productos similares se encuentran en el Marketplace online que has elegido para asegurarnos que los que vamos a ofrecer tienen una propuesta de valor atractiva.

4.3 CREAR UNA CUENTA

Esta es una de las etapas más rápidas de lograr, casi todos tienen procesos online que son casi tan sencillos como crearte una cuenta en alguna red social. Ellos también te pondrán un KAM (Key Account Manager) para que los asista en caso tengan algún problema.

4.4 OPTIMIZAR EL CONTENIDO

Este paso no es tan sencillo como parece, estas en un Marketplace online compitiendo con muchos otros productos similares al tuyo. Asegúrate de que tus productos aparezcan en la categoría correcta, esto puede parecer obvio pero muchas veces no lo es. Además, asegúrate de utilizar fotos de alta calidad, títulos potentes y contenido relevante que incluya tus keywords más importantes. Todo esto te ayudará en los buscadores.



4.5 INTEGRAR LA LOGÍSTICA

Tienes que tomar una decisión, elegir entre encargarte de la logística tu mismo, que el Marketplace se encargue o hacerlo con un partner externo. Si bien hacerlo directamente podría ser más barato, hacerlo con el Marketplace o con un partner externo puede facilitarte la vida.

4.6 SUBIR TUS PRODUCTOS

Este es uno de los pasos más sencillos, si cuentas con una gran cantidad de SKUs usualmente el Marketplace tendrá una manera de subirlos de manera rápida y eficiente.

4.7 EMPEZAR A VENDER

Este no es el momento de relajarte y esperar que las ventas empiecen a llegar, todo lo contrario, el trabajo recién comienza.

4.8 HACER CAMPAÑAS ENFOCADAS A VENDER POR EL MARKETPLACE

Correr campañas dentro del Marketplace, cada Marketplace tiene distintos espacios para promocionar o formatos que podrías utilizar. Es el momento de ir haciéndote más relevante dentro del Marketplace.

4.9 RECOLECTAR RESEÑAS

Esta sección muchas veces es olvidada por los que venden en un Marketplace. Sin embargo, el 64% de compradores en Amazon dice que revisó la sección de reseñas del producto que compró. Si tienes el correo electrónico del que te compro, es importante que le escribas incentivando que deje una reseña.

4.10 EVALUAR EL PERFORMANCE DE TU OPERACIÓN

Después de algún tiempo es importante que revises el performance de la operación y hagas los ajustes necesarios para seguir mejorando tus números.

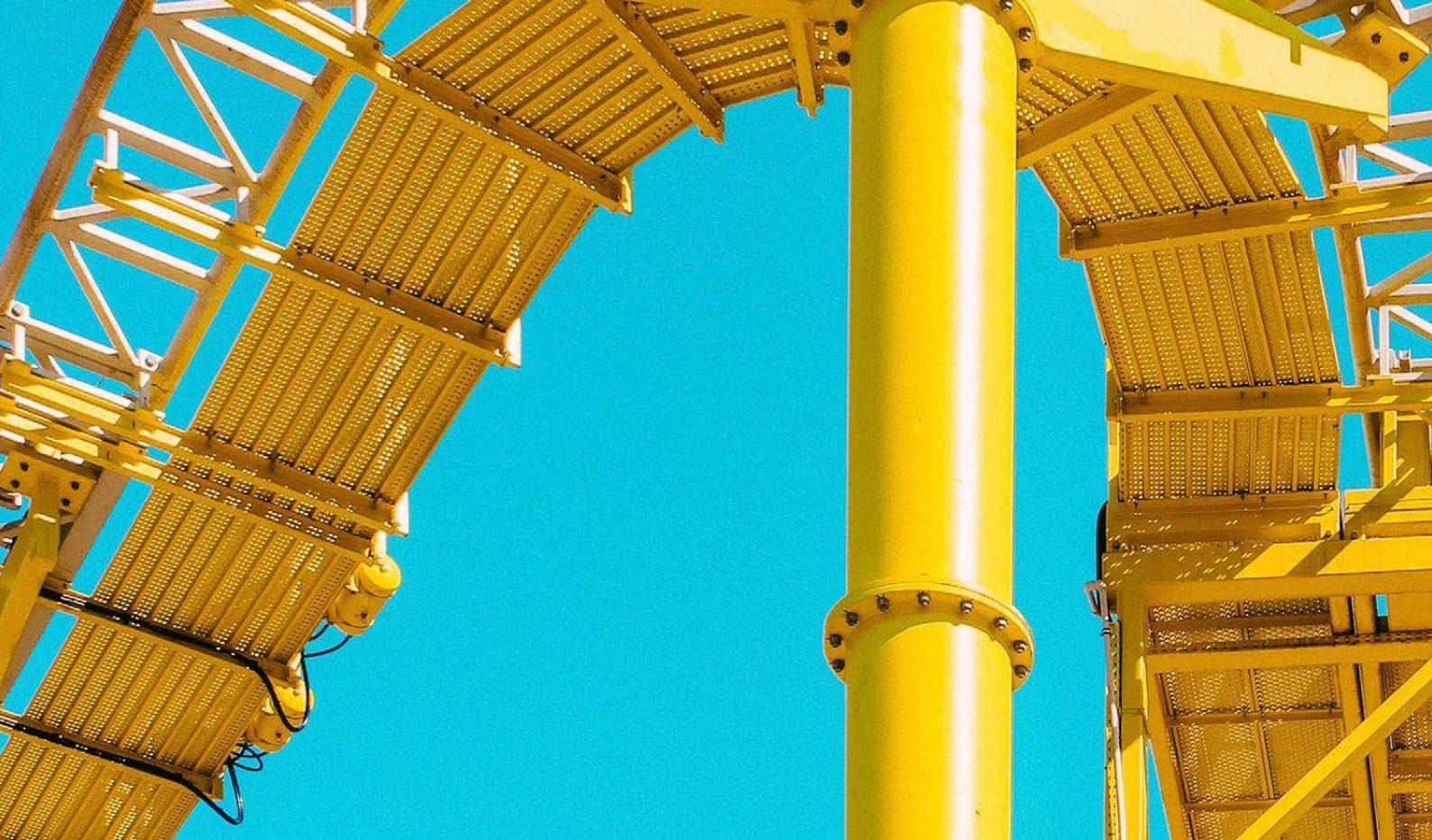
4.11 AÑADIR MÁS PRODUCTOS

Cuando ya te sientas más cómodo con la operación puedes terminar de agregar el resto de los productos que tengas.

4.12 ELEGIR UN NUEVO MARKETPLACE

Cuando ya domines este tipo de operación, lo recomendable es ingresar al siguiente Marketplace para seguir aumentando tu alcance y escala.





5 ESCALANDO TU OPERACIÓN

Puntos para tener en cuenta cuando estés escalando tu operación de Marketplaces Online

5.1 PRODUCTOS

Revisar y decidir sobre los productos a tener en cada Marketplace. En Perú todavía no se da mucho el caso, pero podríamos llegar a tener estrategia diferenciada de productos según el público que visita cada Marketplace.

5.2 CONTENIDO

Contenido diferenciado, no todos te piden el mismo tipo de información

5.3 INVENTARIO

Manejar inteligentemente el stock de estos marketplaces online.

5.4 DELIVERY

Lograr entregas rápidas, lo ideal es poder automatizar el recibo de pedidos de todos tus marketplaces para que puedan ser atendidos lo más rápido posible.

5.4 CRM

Es crucial crear relaciones con nuestros clientes en estos canales, muchas veces las empresas no entran a ver los comentarios o mensajes que han recibido y el cliente puede sentirse frustrado o desistir de la compra si no recibe la atención esperada.

6 TE PODEMOS AYUDAR

Te podemos ayudar, como parte de GROW tenemos una serie de servicios enfocados en hacer crecer de manera rentable tu operación en Marketplaces online.

Independientemente del desafío, una solución de mercado generalmente gira en torno a tres elementos: personas, procesos y tecnología. Las personas necesitan tener el conocimiento y la experiencia adecuada para trabajar de manera efectiva. Los procesos deben configurarse correctamente para apoyar el objetivo de la manera más eficiente posible y para ayudar a la tecnología a optimizarlo a la perfección. Muchas organizaciones solicitan asistencia externa para agregar los elementos que faltan a su organización. Wunderman Thompson Commerce trabaja con marcas ambiciosas para abordar desafíos en el mercado.

Podemos ayudarlos con los siguiente:

- Desarrollar una visión para su estrategia de Marketplaces online a través de sesiones de inspiración
- Ayudarlos a elegir el Marketplace online correcto
- Ayudarlos a desarrollar e implementar un plan para convertirlos en una compañía que integra a los Marketplaces online dentro de su estrategia comercial.
- Diseñar e implementar el plan de “onboarding” a los distintos Marketplaces online elegidos
- Entrenar a su equipo para una correcta operación
- Optimizar el contenido de los Marketplaces online: sesiones de fotografía y edición de imágenes, redacción de contenidos, etc.
- Optimizar el contenido de los Marketplaces online: sesiones de fotografía y edición de imágenes, redacción de contenidos, etc.
- Ayudarlos a diseñar e implementar campañas para cualquier Marketplace online.
- Automatizar procesos relacionados a la operación del Marketplace online.
- Auditar tu operación actual para identificar oportunidades de mejora

Contáctanos:

Rodrigo Martínez - Commerce Lead

Rodrigo.martinez@wundermanthompson.com

Carlos Rojas - New Business Lead

Carlos.rojas@wundermanthompson.com