

O que aprendemos?

Sobre fornecedores de e-commerce

- Os fornecedores fazem parte do projeto.
- Atualmente existem muitas opções de fornecedores.
- O mercado de e-commerce cresce 2 dígitos ao ano com perspectiva de manter essa taxa de crescimento.

É indicado ter pelo menos um fornecedor para cada pilar (temos 9 pilares), mas normalmente a quantidade de fornecedores contratados para cada projeto ultrapassa de 9. Só o Google oferece sete ferramentas que são vitais para o projeto, por exemplo:

- Google Analytics: analisa site para campanhas de publicidade.
- Google Ads: anúncio pago.
- Google Search Console: verifica o status de indexação e otimiza a visibilidade de seus sites.
- Google meu negócio: possibilita o gerenciamento de sua presença online no Google.

Devido a 99% de sobrecarga de informações, normalmente as empresas de pequeno porte tem, pelo menos, 25 fornecedores diferentes. É preciso manter o controle dos fornecedores, mas por serem muitos, é necessário criar metas e métricas para cobrar o resultado de cada um, utilizando gatilhos para automatizar a gestão.

Quem são os fornecedores vitais?

ERP: existem algumas alternativas viáveis de aplicativos/ferramentas que servem para gestão de estoque, contábil e fiscal. Não esqueça que é importante investir em sua empresa, estude e tenha uma base contábil, fiscal.

Plataforma: ter uma plataforma de e-commerce é totalmente necessário, não dependa de vender pelas redes sociais.

Pagamento: ver as possíveis formas proporcionar ao cliente condições de parcelamento na compra, já que a população brasileira tem esse costume.

Transportadora: o correio é o único meio que dá viabilidade para todo o território nacional.

Marketing: fazer a divulgação dos seus produtos é a alma do negócio, porque se não tem divulgação, não há vendas.

Resumo dos fornecedores.

ERP:

- Controle de estoque.
- Controle de compras.
- Não é obrigatório, mas é muito recomendado ter o ERP.
- É muito importante.
- Ponto positivo: ele organiza, controla e faz a gestão do estoque e compras do seu negócio.
- Ponto negativo: ele pode ser complexo se a ferramenta não for estudada.

Plataforma:

- Contratação obrigatória.
- Ajuda a vender.
- Está em constante evolução.
- Ponto positivo: a plataforma viabiliza a venda.
- Ponto negativo: acha que tem todas as ferramentas necessárias para gerenciar o seu e-commerce, o que não é verdade.

Pagamento:

- Várias opções.
- Várias formas de pagamento.
- Não faz conciliação e não prevê fraudes.
- Poder de negociação.
- Ponto positivo: oferecer várias formas de pagamento para o cliente.
- Ponto negativo: não conseguir taxas atrativas para a conciliação de pagamento.

Logística:

- Muitas opções de entregas.
- Não tem condições comerciais atrativas e de qualidade.
- É muito importante para o seu e-commerce ter opções de entrega.
- Ponto positivo: tentando descobrir os pontos positivos da logística.
- Ponto negativo: roubos, zonas de risco.

Integrador de MarketPlace:

- Faz a gestão de ofertas e anúncios.
- Controla as vendas dos canais.
- Integra todos os canais de vendas.
- Ponto positivo: facilita a gestão do e-commerce.
- Ponto negativo: gera um custo maior por vendas.