

com
school

Métricas para Marketplace



Índice

Métricas para marketplace.....	3
Métricas	5
KPIS	7
Tabela de indicadores para situações comuns nos marketplaces:.....	10
Como acompanhar na prática essas Métricas de Marketplace?	11
Mas, qual a métrica certa para a minha operação?	11
Sobre nós	12

MÉTRICAS PARA MARKETPLACE



No varejo físico ou virtual, muitos gestores de empresas tomam decisões e traçam metas sem um planejamento adequado, em alguns casos por não saber quais informações analisar ou por não ter uma maneira eficaz de extraí-las. Entretanto, para gerir é preciso medir, como bem disse Peter Drucker.

Toda tomada de decisão e planejamento deve considerar a realidade da operação, como as ações passadas repercutiram ou ainda estão se repercutindo, averiguar o que pode e precisa ser otimizado e identificar oportunidades de melhoria e expansão.

É com essa finalidade que existem as métricas e os KPIs, também chamados de indicadores de desempenho.

Muitas empresas têm o costume de não diferenciar métricas e KPIs, apesar de se relacionarem, há uma diferença enorme entre elas.

Mas, qual a diferença entre métricas e KPIs?

As métricas são dados e números de determinado período, podem ser de diversos setores, neste caso, relacionados a operação logística da empresa. Geralmente, estes dados são extraídos separadamente e desta maneira, não indicam nenhum problema ou setor que necessita de melhorias.

É aí que entra sua relação com os KPIs (Key Performance Indicator) ou indicadores de desempenho, como já vimos anteriormente nesse e-book. Os KPIs são a junção das métricas, possibilitando assim uma visão geral da operação, baseados em estatísticas construídas a partir dos dados extraídos. Os KPIs servem para analisar as métricas e assim realizar um diagnóstico, identificar problemas, possíveis soluções e traçar metas e ações de crescimento.

Nosso objetivo aqui então é trazer algumas métricas e KPIs para sua operação em marketplaces, vamos lá?

Métricas



Quantidade de produtos vendidos por marketplace:

Nessa métrica você analisa a quantidade de pedidos entregues no prazo e em perfeito estado de conservação. Será interessante para cruzar com outras métricas e medir a eficácia de suas empresas de transporte, por exemplo.



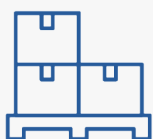
Pedidos por UF:

Com essa métrica é possível identificar quais estados mais consultam o seu frete e quais são os produtos mais procurados por estado no país. Conhecer para onde a maioria de suas encomendas estão sendo enviadas é indispensável. Assim, você consegue entender um pouco mais seu público, realizar promoções ou estudar maneiras de melhorar as condições para outras regiões.



Índice de avarias:

Outro ponto importantíssimo para sua operação, pois influencia diretamente sua relação com o cliente. Através dele você conseguirá medir a eficácia da empresa que tem entregado suas encomendas ou a qualidade dos produtos que tem vendido.



Ruptura de estoque:

Acontece a chamada ruptura de estoque quando seus anúncios estão rodando mas o seu estoque real não condiz com o que está sendo anunciado, ocorrendo a venda de produto inexistente. Este problema pode indicar que a comunicação entre sua plataforma e ERP está lenta ou que seu estoque físico está com divergências.

Quer aumentar a quantidade de pedidos de sua Loja?
Conheça o **Curso de Gestão de Marketplaces**
da ComSchool.

**Pedidos recusados:**

Essa métrica trata diretamente de um problema, algo que gerou insatisfação ao cliente e ocasionou a recusa da encomenda, assim cabe a análise dos motivos.

Os pedidos estão sendo entregues no prazo? Os produtos tem sido embalados e enviados conforme foram comprados? Eles têm a mesma qualidade que aparentam ter nos seus anúncios?

**Itens disponíveis em cada canal:**

Essa métrica ajuda a apontar quantos produtos você terá disponível em cada canal de venda.

**Tempo médio de envio de pedidos:**

Importantíssima, essa métrica ajuda a calcular o tempo que sua operação está levando para o envio de cada pedido.

**Reclamações no SAC:**

Essa métrica influencia muito no seu ranqueamento e reputação nos marketplaces. Qual a quantidade de reclamações você está recebendo em cada marketplace? Esteja sempre de olho nessa métrica.

- **Quantidade de tickets respondidos por atendente**
- **Tempo médio de resposta por atendente**
- **Quantidade de Tickets resolvidos por atendente**

Com os dados das 3 métricas acima é possível validar onde ajustar os gargalos na equipe, e entendendo a demanda média de cada colaborador.

KPIS

Liquidez (ou Taxa de Conversão):

É a porcentagem de visitantes do seu site que realizaram ação de clicar em um botão de comprar. Ela é fundamental para descobrir se suas campanhas estão atraindo uma audiência qualificada.

TAXA DE CONVERSÃO»»

$$\text{TAXA DE CONVERSÃO} = \frac{\text{TOTAL DE VENDAS}}{\text{VISITANTES}} \times 100$$

ANYMARKET
Hub Integrador de Marketplaces

GMV (Gross Merchandise Volume) ou Volume Bruto de Mercadorias:

Utilizado para identificar a receita gerada e controlar de forma simples os resultados de vendas.

GMV»»

$$\text{GMV} = \text{PREÇO DE VENDA} \times \text{NÚMERO DE PRODUTOS}$$

OU

$$\text{GMV} = \frac{\text{NÚMERO DE TRANSAÇÕES TOTAIS}}{\text{VALOR MÉDIO DO PEDIDO (AOV)}} \times$$

ANYMARKET
Hub Integrador de Marketplaces

CAC (Customer Acquisition Cost):

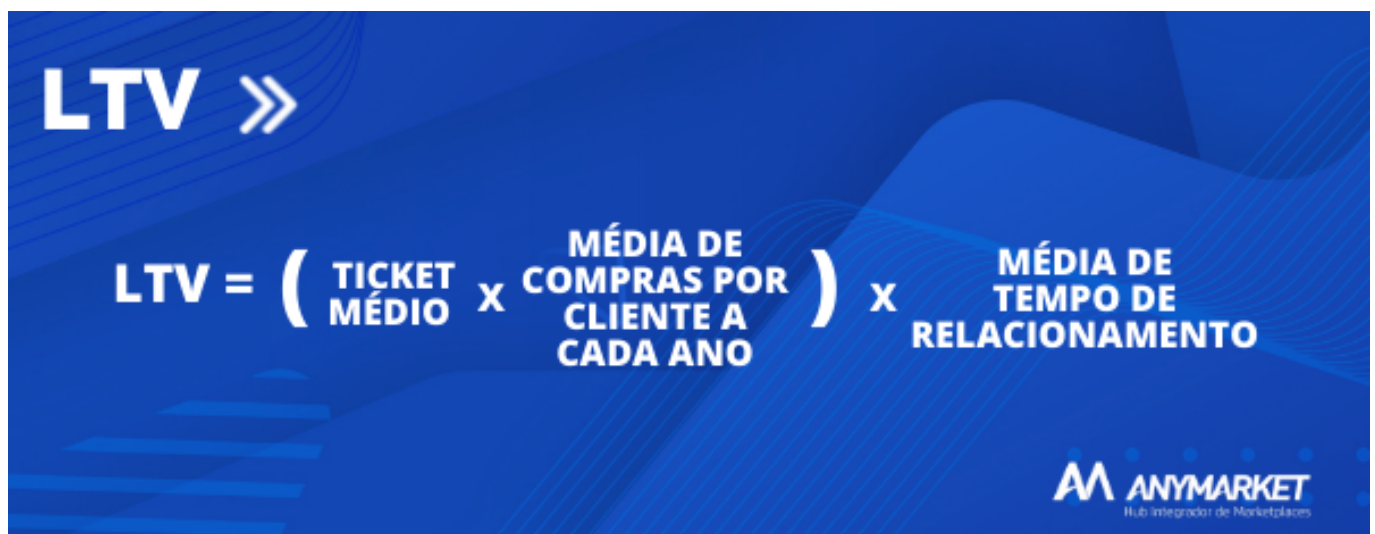
É o custo de aquisição de cada cliente, o resultado entre a soma dos investimentos direcionados para aquisição de cada cliente.



A graphic with a blue background and white text. In the top left corner, it says 'CAC »'. In the center, the formula is displayed:
$$\text{CAC} = \frac{\text{SOMA DOS INVESTIMENTOS}}{\text{NÚMERO DE CLIENTES ADQUIRIDOS}}$$
. In the bottom right corner, there is a logo for 'ANYMARKET' with the tagline 'Hub Integrador de Marketplaces'.

CLV ou LTV (Life time value):

É um número que está ligado à lucratividade e à saúde financeira do seu e-commerce, define o valor que cada cliente gasta com a empresa durante o período em que ele se relaciona com ela.



A graphic with a blue background and white text. In the top left corner, it says 'LTV »'. In the center, the formula is displayed:
$$\text{LTV} = \left(\text{TICKET MÉDIO} \times \text{MÉDIA DE COMPRAS POR CLIENTE A CADA ANO} \right) \times \text{MÉDIA DE TEMPO DE RELACIONAMENTO}$$
. In the bottom right corner, there is a logo for 'ANYMARKET' with the tagline 'Hub Integrador de Marketplaces'.

Ticket médio das vendas:

O ticket médio representa o valor médio nos pedidos realizados. Esse indicador mostra o comportamento do cliente com a marca.



The infographic features a blue background with white text and a large white double arrow pointing right. The formula for Average Ticket is presented as follows:

$$\text{TICKET MÉDIO} = \frac{\text{FATURAMENTO DO PERÍODO}}{\text{NÚMERO DE CLIENTES DO PERÍODO}}$$

In the bottom right corner, the AnyMarket logo is displayed, consisting of a stylized 'AM' and the text 'ANYMARKET Hub Integrador de Marketplaces'.


Faturamento mensal por marketplace

É uma métrica que varia de acordo com o planejamento estratégico da empresa. Quanto sua empresa deseja faturar em cada marketplace, projetando assim o investimento versus o valor investido. Varia muito com o momento da empresa.

Dica: uma das metodologias é fazer uma projeção de histórico e projetar o quanto ela deseja crescer.

Breakeven:

Break even (tradução “ponto de equilíbrio”) é um indicador no qual mede o faturamento mínimo exigido para que a empresa consiga pagar suas contas e então começar a lucrar.



The infographic features a blue background with white text and a large double arrow pointing right. The formula for Break Even is presented as follows:

$$\text{BREAK EVEN} = \frac{\text{CUSTOS FIXOS}}{(1 - (\text{CUSTOS VARIÁVEIS} / \text{VENDAS}))}$$

The ANYMARKET logo is located in the bottom right corner.

RMA retorno de mercadoria autorizada:

Esse KPI é diretamente relacionado aos pedidos. Esse indicador busca identificar erro na operação (envio de produto errado) ou produto com defeito, para tratar com seu fornecedor.

Tabela de indicadores para situações comuns nos marketplaces:



COMO ACOMPANHAR NA PRÁTICA ESSAS MÉTRICAS DE MARKETPLACE?

Certamente você chegou até aqui e se perguntou onde você terá possibilidade de buscar essas métricas. Vamos seguir então com uma lista de ferramentas que podem ajudar sua equipe nessa missão:

Planilha Excel:

Old but gold! Nada melhor que uma boa planilha do excel para concentrar os dados principalmente para o cálculo de CAC x LTV.

Dados do seu Hub de Integração com marketplaces:

contar com um integrador de marketplaces é necessário para auxiliar no processo de vender online. Hubs como o **ANYMRKET**, possuem funcionalidades com analytics que auxiliam a levantar esses números, além da funcionalidade de mapa de calor que ajuda a entender quais estados do Brasil você mais está vendendo.

MAS, QUAL A MÉTRICA CERTA PARA A MINHA OPERAÇÃO?

Agora que você já pode ver todas as métricas e KPIs levantados, precisamos levantar alguns pontos importantes. Tomar decisões com base em dados ajuda a tomar decisões mais valiosas. As métricas nos guiam para onde ir, porém, é preciso criatividade para escolher as métricas certas para focar na sua operação. Pergunte-se: “qual métrica corresponde mais ao meu objetivo atual?” Trace essa linha e tenha foco nos seus objetivos. Você pode Utilizar a metodologia OKR (objective key results) e focar a cada quarter as métricas mais importantes.

SOBRE NÓS

Sobre o ANYMARKET:

O **ANYMARKET** é uma plataforma de vendas em marketplaces, criada e desenvolvida pelo DB1 Group para atender ao universo e-commerce.



Possui mais de 1.500 clientes ativos, entre eles Electrolux, Netshoes, Levi's, Saraiva, Technos, Lacoste, Pneustore, Marabraz, Angeloni, Acer, entre outros.

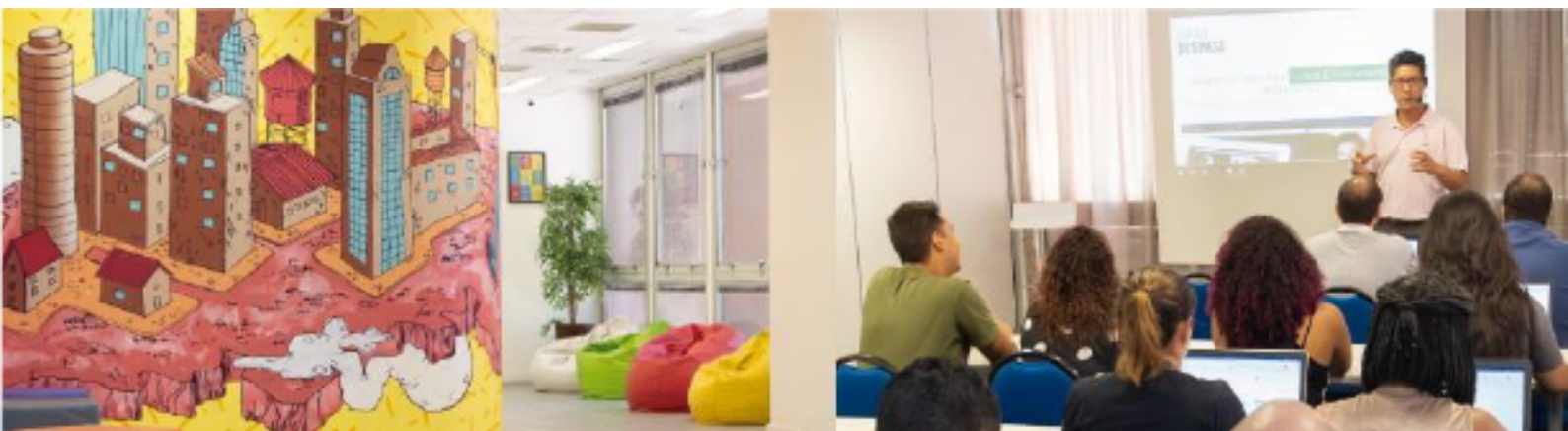
Considerado o hub dos grandes players, a plataforma atende empresas com venda on-line que precisam de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces, processando mais de 4 bilhões de transações.

O **ANYMARKET** é uma solução que conecta empresas a mais de 50 marketplaces, como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza, Carrefour, entre outros.

Mais informações:

<https://conteudo.anymarket.com.br/lm-contato-especialista>

Sobre a ComSchool



A ComSchool é a maior escola de e-commerce do Brasil, somos especializados em cursos de Marketing Digital, E-commerce, Redes Sociais.

Fundada em 2008 com a marca de Ecommerce School, nos tornamos referência em cursos de performance digital. Em 2013 lançamos a marca ComSchool, para formar profissionais com performance em comunicação digital.

Em 2020 fomos adquiridos pelo Grupo Magalu, uma das marcas mais admiradas do Brasil e com o propósito de transformar a vida de milhões de brasileiros.

Atualmente oferecemos mais de 200 cursos Marketing Digital, E-commerce, Redes Sociais e Transformação Digital, onde os alunos aprendem em aulas práticas, com professores de mercado e influenciadores digitais.

Somos a única escola no Brasil a oferecer Certificações em Marketing Digital, E-commerce e Redes Sociais, reconhecidas por uma instituição de peso: a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), considerada a terceira maior organização sem fins lucrativos, com foco em digital, do mundo.

**Conheça a
Com School**



Acesse nossas Redes Sociais e fique
por dentro das novidades:



Avenida Paulista, 1776 - 4º Andar

comschool.com.br

Atendimento: **Whatsapp:** 11 97084-3186 | **Fone:** 11 3230-3225

E-mail: contato@comschool.com.br