

O que aprendemos?

Quais são os canais de vendas do e-commerce?

O **Marketplace** é um canal de vendas que cresce exponencialmente no Brasil, ela foi bem aceita pelos clientes, já que a compra e entrega é facilitada. Vender pelo Marketplace vale a pena por conta do alto giro de mercadoria, fazendo com que o fluxo de dinheiro aumente, podendo comprar mais mercadoria.

O canal de vendas de **Market Place** são sites (submarino, b2w) que trazem visibilidade e tráfego para grandes varejistas que estão vendendo o mesmo produto, tornando a concorrência mais acirrada.

A venda através da interface **Mobile** se populariza cada vez mais, de acordo com o relatório que o instrutor comenta:

- mais de 90% dos acessos via mobile, é de clientes de moda e acessórios.
- 86% do faturamento da categoria moda e acessórios, vem de via mobile.

O **Marketing de Influência** tem muita força dentro das redes sociais, principalmente no instagram, o seu objetivo é fazer com que o influenciador interfira nas decisões de compra de clientes a favor de uma determinada marca.

Pick-up Store significa retirar na loja, é a integração da compra física e online, ou seja, o cliente é orientado retirar os produtos comprados virtualmente em pontos físicos.

O **Locker** é uma tendência para o e-commerce, tem o objetivo de baratear o custo de entrega, enviando de uma vez vários pedidos para um único endereço (por exemplo: alguma estação de metrô, posto de gasolina, farmácia).

Ter o seu próprio **site** também é ter um canal de vendas, mas é complexo, já que é exigido um conhecimento técnico sobre o assunto.

Todo e-commerce precisa se relacionar diretamente com os seus clientes, e o melhor meio de fazer isso é usando as **redes sociais**, onde é possível construir comunidades com as pessoas que procuram certo estilo de vida, dicas ou referências.

O **Omnichannel** faz com que o consumidor escolha a melhor opção de compra para ele, seja online ou offline, estreitando a relação entre consumidor e fornecedor.