

2

UTILIZAÇÃO DE MERCADOS COMO INSTRUMENTO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

“THE VALLEY É O CENTRO ONDE O CONHECIMENTO SE TORNA O
MOTOR QUE TRANSFORMA A SOCIEDADE”

2. UTILIZAÇÃO DOS MERCADOS COMO INSTRUMENTO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Os mercados representam a "nova distribuição virtual", e o seu peso é mais ou menos importante, dependendo do sector em que a empresa opera. Conhecer a sua proposta de valor é uma questão essencial para avaliar judiciosamente a oportunidade de incorporar os seus serviços, de forma complementar ou alternativa, à estratégia de venda directa em linha.

- Tipos de mercados: B2B vs. B2C, Ebusiness Vs Ecommerce: a sua integração com a estratégia digital.
- Perfis envolvidos: Director de Compras, Director de Comércio Electrónico e Director de Exportação.
- A migração de B2B para B2C: Alibaba Vs. Aliexpress, Amazon Vs. Amazon Business.
- Principais mercados B2B.

Proposta de valor, funcionalidades e custos.

Exemplos de mercados horizontais e verticais

Principais mercados verticais B2B no sector agro-alimentar

Principais mercados B2C.

Proposta de valor, funcionalidades e custos.

Exemplos de mercados horizontais e verticais

Principais mercados verticais B2C no sector agro-alimentar

- Principais mercados de serviços.

Proposta de valor, funcionalidades e custos.

O impacto da COVID-19: a conversão das Feiras Tradicionais em Plataformas Virtuais

Alguns exemplos do sector agro-alimentar

Alguns directórios:

- www.emarketservices.com.
- <https://marketplaces.innovaexport.com/>

AS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE NEGOCIAÇÃO SÃO OS MERCADOS

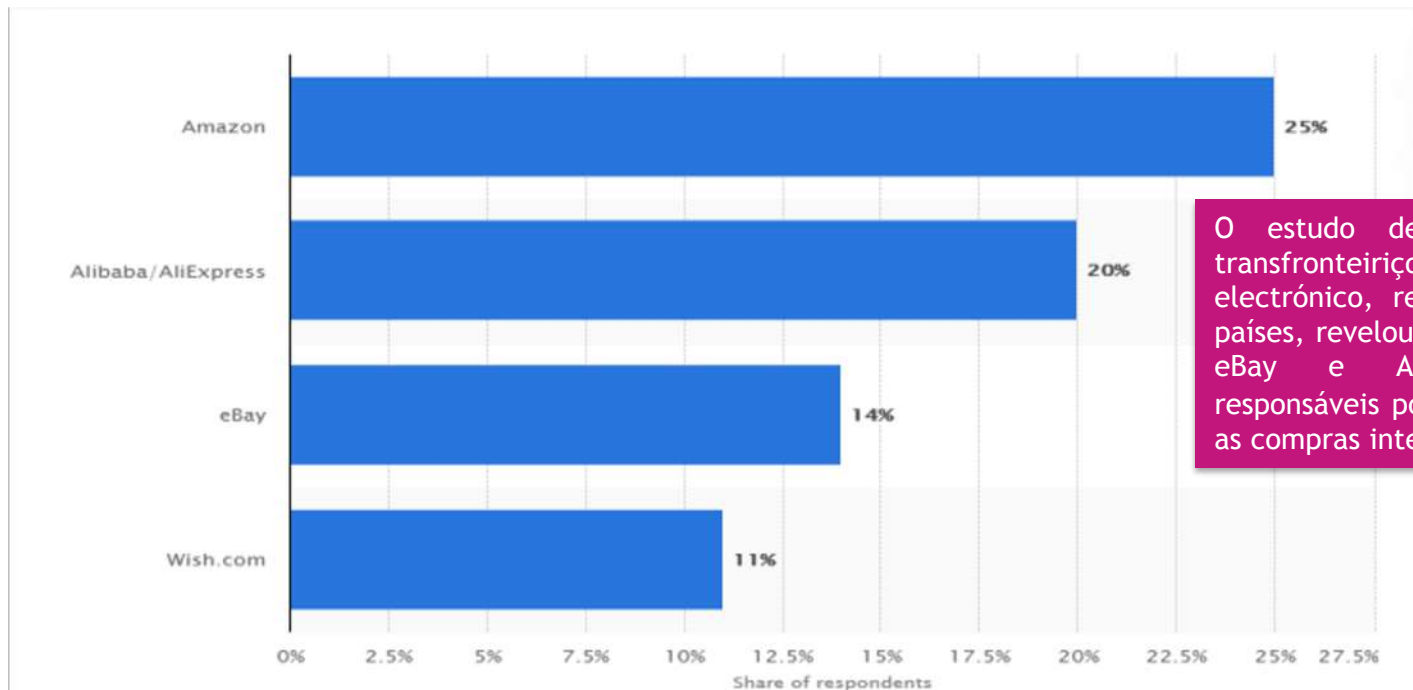


Source: Euromonitor International, 2017; Note: Regions are North America, Latin America, Europe, Asia-Pacific and Australasia/New Zealand. Latin America includes Brazil and Mexico.

AS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE NEGOCIAÇÃO SÃO OS MERCADOS



Plataforma online onde compradores digitais internacionais de todo o mundo fizeram a sua mais recente compra digital internacional em Setembro de 2019



O estudo de compradores transfronteiriços de comércio electrónico, realizado em 26 países, revelou que a Amazon, eBay e Alibaba foram responsáveis por 60% de todas as compras internacionais.

VANTAGENS E DESVANTAGENS DOS MERCADOS



VANTAGENS

- É mais barato
- Mais fácil de operar
- Elevado tráfego de clientes a partir do tempo zero
- Maior visibilidade nacional e internacional nos motores de busca
- Gera mais confiança para o cliente e para o vendedor
- Tem muitos processos e serviços assegurados pelo Marketplace
- Esqueça os problemas técnicos e de manutenção

DISADVANTAGENS

- Paga comissões, a margem é reduzida
- O seu concurso é também
- Os seus clientes não são os seus clientes
- Não domina o desenho e a estrutura

CADEIA DE VALOR CONTROLADA POR GIGANTES DA INTERNET



TECNOLOGIA

- Serviço Web da Amazon
- Armazenamento Google Cloud
- Soluções Aliababa SaaS
- Loja Web da Amazon
- Alibaba Cloud Computing

DISTRIBUIÇÃO

- Mercado da Amazônia
- eBay
- Rakuten
- Taobao
- T centro comercial
- Google Shopping
- Google Express

MARKETING

- Google Adwords
- Anúncios no Facebook
- Anúncios LinkedIn
- Anúncios no Twitter....
- Anúncios de produtos amazônicos
- Alimama

PAGAMENTOS EM LINHA

- Alipay
- PayPal
- Pagamento Aple
- Pagamentos da Amazônia
- Carteira Google
- Comprar no Facebook

LOGÍSTICA

- Cumprimento pela Amazon
- Cainea
- Realização por Aliexpress
- Gooble (caixa tampão)
- Ebay Global Shipping Program

SERVIÇO AO CLIENTE

- Markeplace da Amazônia
- QQ, Conversamos
- WhatsUo

PERFIS ENVOLVIDOS: O DIRECTOR DE COMPRAS



Em termos gerais, esta é a pessoa responsável por delinear a política de aquisições da empresa tanto para produtos e serviços como para a sua quantidade, qualidade e preço.

Entre algumas das suas tarefas...

- Definir as rubricas orçamentais para cada despesa.
- Acompanhar as compras para verificar se os orçamentos são cumpridos.
- Determine os preços de venda a retalho dos seus produtos para obter lucros.



PERFIS ENVOLVIDOS: O DIRECTOR DE COMPRAS



HABILIDADES:

Liderança

Capacidade de negociação

Conhecimento do mercado

Competências tecnológicas



PERFIS ENVOLVIDOS: O DIRECTOR DE COMÉRCIO ELECTRÓNICO



O Director de Comércio Electrónico é o último responsável pela gestão adequada de um comércio electrónico ou loja online. O seu objectivo é divulgar a evolução do comércio electrónico a nível global, as novas tendências de compra dos clientes e as tendências digitais.

Entre algumas das suas tarefas...

- **Elaboração de orçamentos de acordo com o canal, bem como o seu controlo e ROI.**
- **Definir em conjunto a estratégia e os objectivos do canal do comércio electrónico.**
- **Gerir a equipa existente.**
- **É responsável pela contratação e supervisão dos fornecedores e pela negociação com os parceiros.**

PERFIS ENVOLVIDOS: O DIRECTOR DE COMÉRCIO ELECTRÓNICO



HABILIDADES:

São normalmente perfis com oito anos de experiência em comércio electrónico, cinco em Marketing Online, mais de cinco equipas de gestão e com experiência em métricas empresariais. Têm também liderança e visão empresarial, são normalmente perfis analíticos e de execução e têm um alto nível de inglês.



PERFIS ENVOLVIDOS: O DIRECTOR DE COMÉRCIO ELECTRÓNICO



Um director de exportação é uma pessoa que deve ter como função básica e fundamental a de obter negócios para a sua empresa. O director de exportação é uma pessoa dedicada a conhecer o mercado e a alinhar a empresa com as suas necessidades: transmitir a realidade dentro da empresa e da empresa ao seu ambiente.

Deve ser uma pessoa que compreende o mundo actual e conhece, ou pelo menos se preocupa em conhecer, a complexa realidade, não só económica ou comercial, mas também cultural e sociológica em que vive o mundo globalizado.

FUNÇÕES DO DIRECTOR DE EXPORTAÇÃO:

- Preparação de contratos.
- A gestão perante entidades financeiras.
- Selecção e contratação de agentes comerciais, distribuidores.
- Avaliar a participação em feiras, exposições e rondas de negócios.
- Responsabilidade nas comunicações com os clientes, representantes.
- Controlo de toda a cadeia de distribuição física da mercadoria.
- Organizar ficheiros.
- Acompanhamento de todo o processo de exportação.

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



BREVE HISTÓRIA DO GRUPO ALIBABA...



Alibaba Group Ecosystem

| Digital Commerce (Core) | | |
|--|---|---|
| Retail (China) | Wholesale (China domestic) | International/Cross-Border |
|  农村淘宝 xin.taobao.com  聚划算 jiehuasuan.com  淘宝网 taobao.com  Tmall 天猫 |  阿里巴巴 1688.com  零售通 ist.1688.com |  Alibaba.com  AliExpress  LAZADA  天猫国际 |

| Digital Media and Entertainment | | |
|--|---|---|
| Film and Video | Entertainment | Digital Media |
|  阿里巴巴影业集团 Alibaba Pictures |  腾讯游戏 Tencent Games |  阿里音乐 Alibaba Music |
|  土豆 |  UC |  YOUKU |

| Technology | | | |
|--|---|--|---|
| Cloud Computing | Devices | VPA & AI | IoT |
|  Alibaba Cloud alibaba.com |  天猫精灵 Tmall Genie |  AliGenie Blockchain |  AliOS |

[illegible]

| Financial Services | | |
|--|--|--|
| Payment | Banking | Investment |
|  支付宝 ALIPAY |  蚂蚁花呗 Jiebei  网商银行 Wangshang Bank  芝麻信用 Zhima Credit |  蚂蚁金服 ANT FINANCIAL  余额宝 |

Customer Insights and Mkt. alimama Brand Databank

Healthcare AilHealth 阿里健康

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



SOBRE ALIBABA.COM

O QUE É ALIBABA.COM?

Alibaba.com é uma plataforma (mercados) que liga as empresas exportadoras às empresas importadoras (b2b)

Graças a esta plataforma internacional, as empresas podem exportar os seus produtos, encontrando empresas importadoras de mais de 190 países que queiram comprar os referidos produtos para os distribuir.

É a maior plataforma b2b do mundo com mais de 96 milhões de empresas importadoras (compradores) registadas e mais de 4 milhões de empresas exportadoras (vendedores) registadas para oferecer os seus produtos.

Alibaba.com pertence ao Grupo Alibaba, um consórcio chinês privado dedicado ao comércio electrónico na Internet.

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



SOBRE ALIBABA.COM

O QUE NÃO É O ALIBABA.COM

ALIBABA.COM não é um mercado CHINESE, é um mercado (plataforma) de origem chinesa onde encontramos empresas exportadoras de todo o mundo que oferecem os seus produtos e empresas importadoras de todo o mundo que exigem os seus produtos.

ALIBABA. COM não é um mercado B2C, ou seja, não é um mercado para oferecer os seus produtos ao consumidor final. Alibaba é um mercado entre empresas para exportar/importar produtos. A versão de Alibaba para o consumidor final chama-se ALIEXPRESS e neste momento só as empresas chinesas podem vender nela.

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



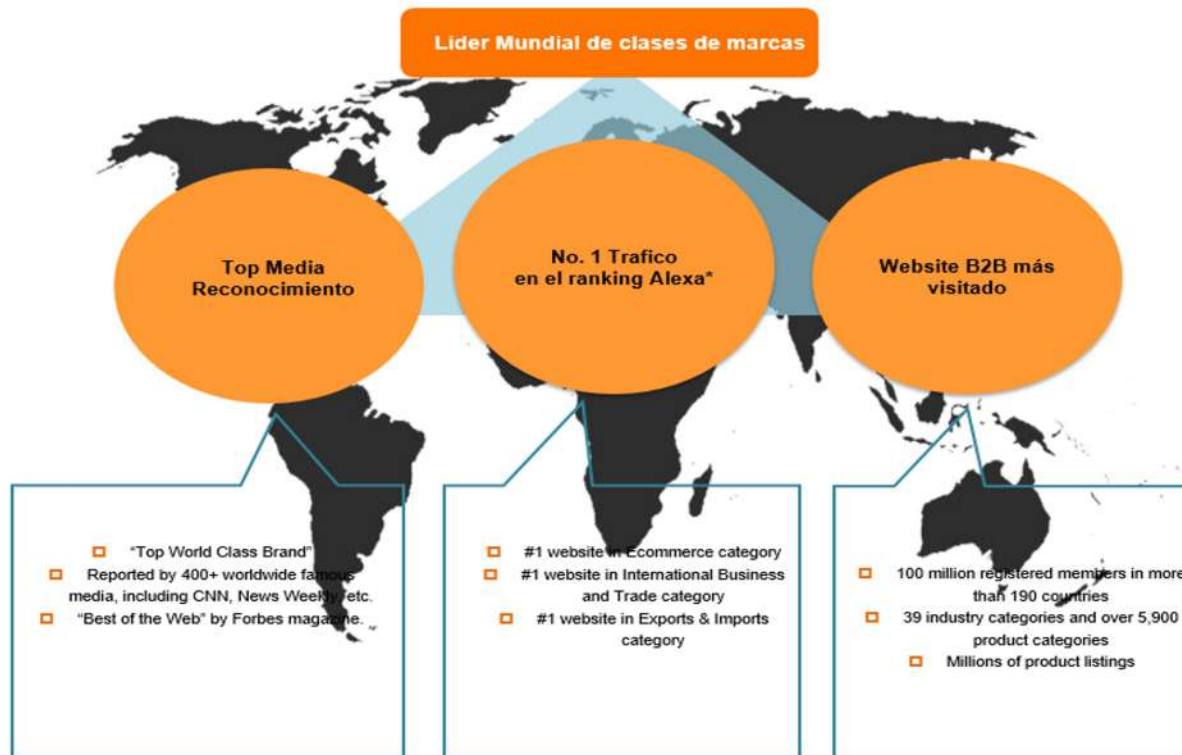
www.youtube.com/watch?v=X9eToqxqz7Y



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



ALIBABA.COM É A REFERÊNCIA GLOBAL DO MERCADO B2B



*Alexa is a web information company built on the principle that timely and relevant information is essential to a vital web experience.

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PORQUÊ VENDER EM ALIBABA.COM?



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS

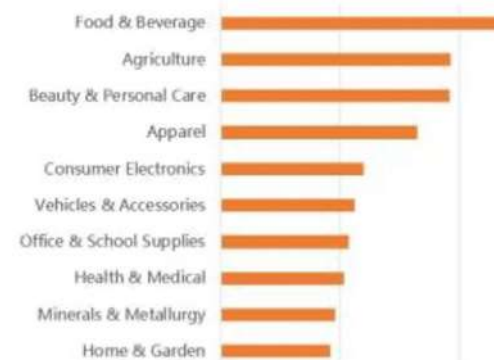


ALIBABA TORNA POSSÍVEL CHEGAR A TODO O MUNDO

>> Top 20 Países de origen de los compradores

| | | | |
|------------------|---------------|-----------------|--------------|
| 1 Estados Unidos | 6 Reino Unido | 11 Italia | 16 Filipinas |
| 2 India | 7 Russia | 12 Francia | 17 España |
| 3 Canadá | 8 Turquía | 13 Alemania | 18 Malasia |
| 4 Brasil | 9 Pakistán | 14 Indonesia | 19 Perú |
| 5 Australia | 10 México | 15 Arabia Saudí | 20 Tailandia |

Top 10 Industries



Source: According to the number of valid inquiries, the Top 10 industry distribution of buyers

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



O TAMANHO DO ALIBABA CONTINUA A CRESCER

Alibaba.com Buyers Trend

- The size of buyers has continued to grow in the last three years

Active Buyers



Order Size



— 2016 — 2017 — 2018

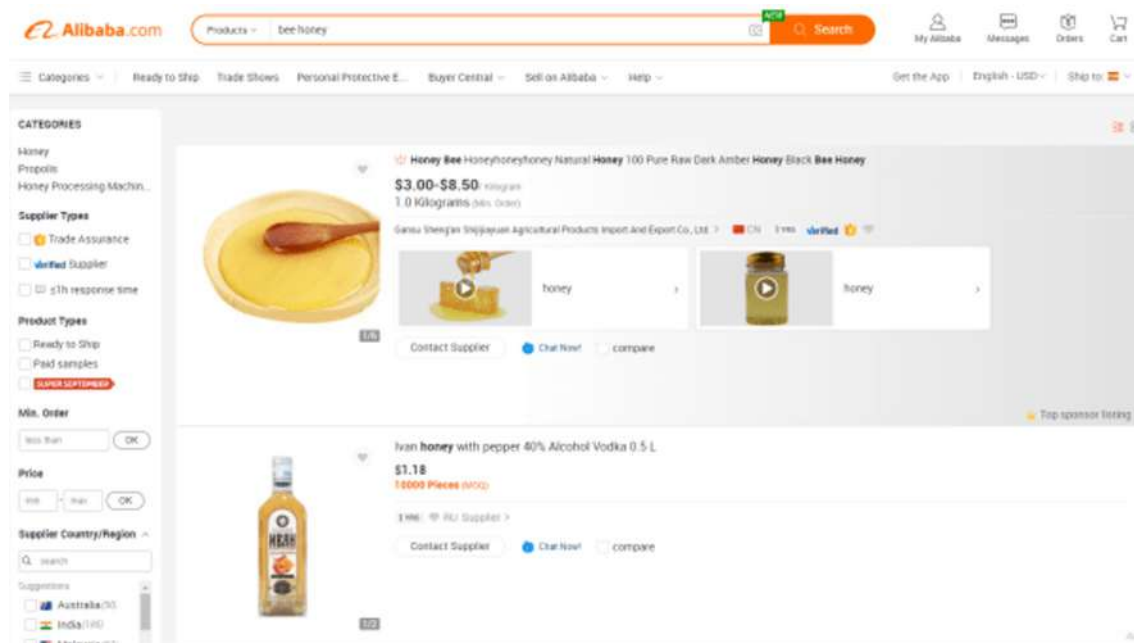
Source: Alibaba Group's public report on "cross-border trade development of SMEs, 2018"

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



COMO FUNCIONA:

Tudo começa na **página de pesquisa**. Através dela, os utilizadores poderão encontrar tanto produtos como perfis de empresas.



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS

ALIBABA'S SEO:

Os produtos das empresas que melhor gerem o seu perfil Alibaba serão os primeiros a aparecer no ecrã de pesquisa que já mostrámos anteriormente. E é que, tal como o Google, o Alibaba recompensa aqueles produtos otimizados. Ou seja, contêm boas palavras-chave estudadas em profundidade, uma boa descrição, respondem rapidamente a consultas, etc.

Em suma, as empresas que gerem diariamente os seus perfis Alibaba para os melhorar e manter actualizados serão as primeiras a aparecer e, portanto, as que mais visitas receberão.



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PESQUISAS EM ALIBABA.COM

The image displays two screenshots of the Alibaba.com website, illustrating the search process for 'rioja wine'.

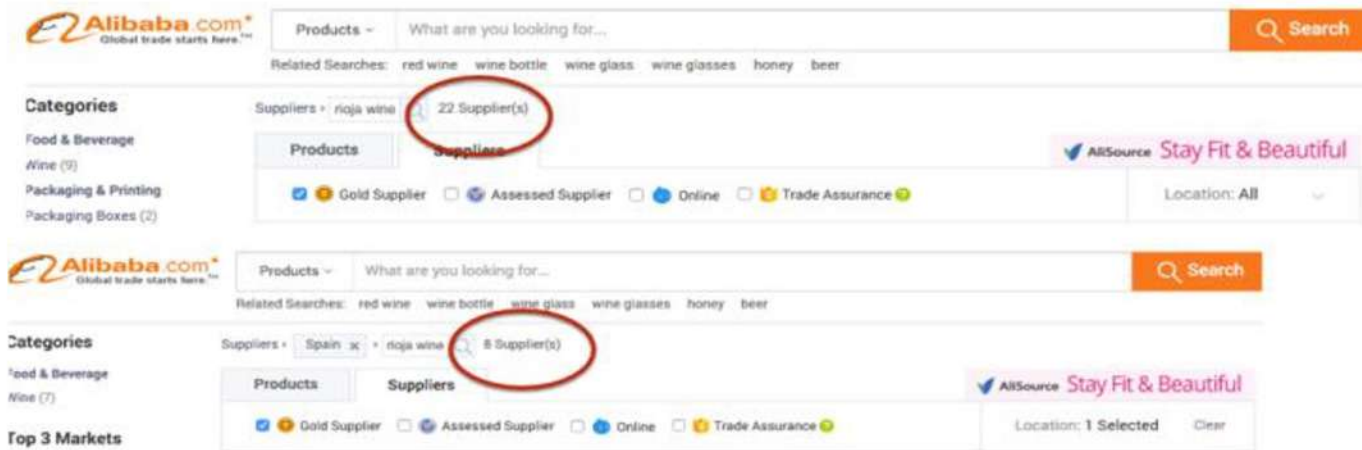
Top Screenshot: The search results page for 'rioja wine'. The left sidebar shows the 'Related Category' section with 'Food & Beverage' and 'Wine (466)' highlighted. Below this, 'Packaging & Printing' and 'Packaging Boxes (3)' are listed. The 'Supplier by Area' section shows a list of regions: Asia (20), Europe (294), North America (1), and South America (10). The 'Suppliers by Country/Region' section shows a list of countries: Spain (288), United Kingdom (6), China (Mainland), Japan (1), Hong Kong (1), Argentina (10), and United States (1). The main content area shows the search results for 'rioja wine' with 154 suppliers. The 'Products' tab is selected, and the 'Suppliers' tab is also visible. The 'Your Buying Request' section is at the top right.

Bottom Screenshot: The search results page for 'rioja wine' with filters applied. The 'Products' tab is selected, and the 'Suppliers' tab is also visible. The 'Your Buying Request' section is at the top right. The search results show 38 suppliers for 'rioja wine' in Spain.

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PESQUISAS EM ALIBABA.COM



Com a palavra-chave: Vinho de Rioja
Há 466 referências 288 referências que vêm de Espanha

Com a palavra-chave: Vinho de Rioja
Total fornecedor de ouro : 22
Fornecedor de ouro em Espanha: 8

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PESQUISAS EM ALIBABA.COM

VENDIMAR ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)

SPANISH RIOJA YOUNG RED WINE SPANISH RIOJA CRIANZA RED SPANISH RIOJA YOUNG RED WINE

Main Products: WINE, OLIVE OIL, SPANISH HAM, CANNED FOOD, GOURMET PRODUCTS
Country/Region: Spain
Total Revenue: US\$1 Million - US\$2.5 Million

[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

NT TRADE INTERNATIONAL ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)

OSMO tinto / red wine // DOCa bottle ORIGEN 2050 / white wine of ORIGEN 2050 / red wine of Spain

Main Products: SPANISH WINES, COGNACS, BEERS, SPIRITS, FMCG
Country/Region: Spain

[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

BODEGAS SOLANO SL ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)

RIOJA CRIANZA RED WINE RIOJA VENDIMIA RED WINE RIOJA RESERVA RED WINE

Main Products: SPANISH WINE, BULK WINE, GRAPE JUICE, ALCOHOL, NON ALCOHOLIC WINE
Country/Region: Spain
Total Revenue: US\$1 Million - US\$2.5 Million
Top 3 Markets: Southern Europe 12%, Northern Europe 12%, Western Europe 12%

[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

SERINMOSE SL ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)

VM news Red Spanish wine 11% Bull Spanish Red wine 12.0% (0.69) Amour Cupid Spanish Red Wine

Main Products: Wine, Olive Oil, Sparkling Juice, Sparkling Wine
Country/Region: Spain
Total Revenue: US\$2.5 Million - US\$5 Million
Top 3 Markets: South Asia 20%, Eastern Asia 20%, Southeast Asia 20%

[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PESQUISAS EM ALIBABA.COM

ST EDWARDS SL ☆ Favorites + Compare

[Details](#) [Video](#)





SPARKLING wine 0% alc. HALAL

SPARKLING wine 0% alc. HALAL

WHITE wine 0% alc. HALAL - Glass

Main Products: Wine, Sangria, Dealcidolized wine, Liquors, Bulk wine

Country/Region: Spain

Total Revenue: US\$2.5 Million - US\$5 Million

Top 3 Markets: Western Europe 20%, Eastern Asia 20%, Domestic Market 10%

[Contact Supplier](#) [Chat Now!](#)

ROMAN HLAVINKA ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)





Rioja Tempranillo reserva

Rioja wines 2.40eur/bot.

Rioja wine

Main Products: Wine, Beers, Red wine, Cider, Sparkling

Country/Region: Spain

Total Revenue: Below US\$1 Million

Top 3 Markets: South Asia 40%, Western Europe 20%, Southeast Asia 20%

16.4% Response Rate

[Contact Supplier](#) [Leave Message](#)

BIOSELECTA WORLDWIDE SL ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)





Pink Ecological Rioja Wine Do

Do Rioja Wine Grenache

Rioja Wine Lot 3

Main Products: organic Wine, Extra Virgin Oil, organic juices, organic Pasta, organic snacks

Country/Region: Spain

Total Revenue: Below US\$1 Million

Top 3 Markets: Northern Europe 40%, Domestic Market 20%, Southeast Asia 10%

0.0% Response Rate

[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

PIEZAS Y PARTES INFORMATICAS SL ☆ Favorites + Compare

[Contact Details](#)





Valdevegon 1996

Valdevegon 2010

Valdevegon 1995

Main Products: Computer Parts, Hard Disks, wine, olive oil, aprits

Country/Region: Spain

Total Revenue: US\$1 Million - US\$2.5 Million

Top 3 Markets: Western Europe 100%











[Contact Supplier](#) [Leave Messages](#)

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PEDIDOS DE INFORMAÇÃO OU DE INFORMAÇÃO (DIRECTO):

Uma vez que os utilizadores revejam os produtos e optem por um ou mais, eles farão um inquérito através de chat com o vendedor. Graças a esta ferramenta haverá uma boa comunicação e o acordo pode ser fechado, quer através deste chat, quer externamente por telefone ou e-mail.

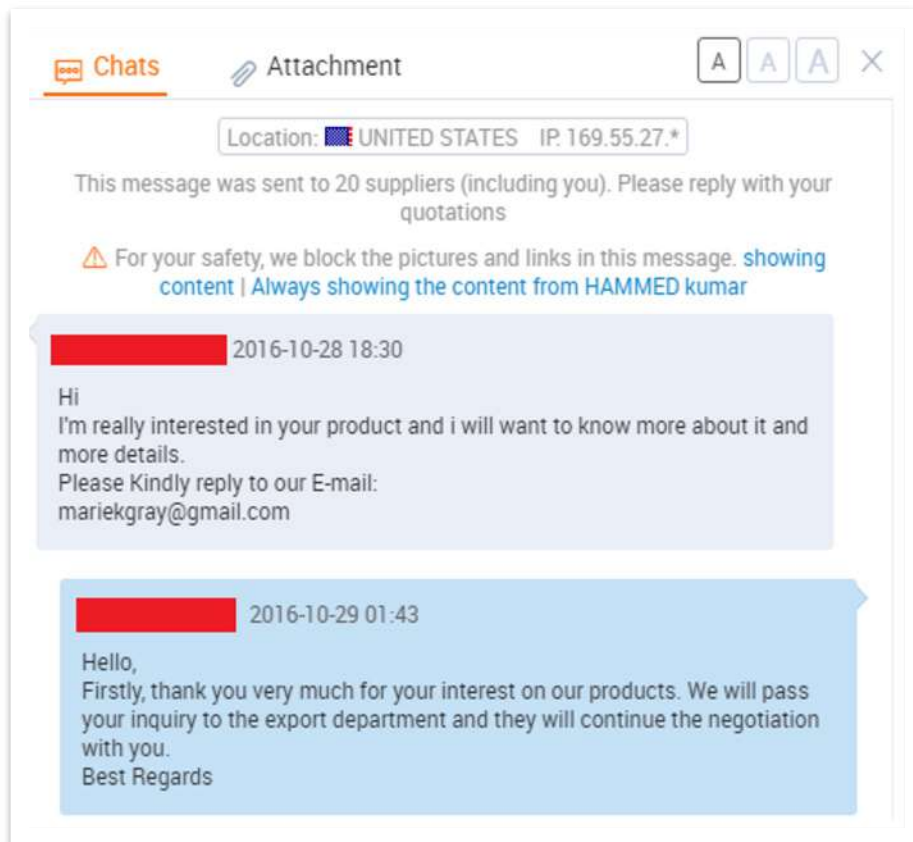
| All | New Inquiry | Waiting For You To Confirm | Waiting For Partner To Confirm | Ordered | | |
|--|---|----------------------------|---------------------------------------|---|---|--|
| Flag | Date | | <input type="checkbox"/> TradeManager | | Country/Region | |
| <input type="checkbox"/> ▶ Inquiry ID : 100321359637 | 2016-11-10 | | | | | |
|  | Product inquiry about URBINA TINTO S... | | Mark Franc |  |  | |
| <input type="checkbox"/> ▶ Inquiry ID : 100325416613 | 2016-11-8 | | | | | |
|  | Product inquiry about URBINA TINTO C... | | ROSE VICTOR |  |  | |
| <input type="checkbox"/> ▶ Inquiry ID : 100319877571 | 2016-10-28 | | | | | |
|  | Inquiry from HAMMED kumar about yo... | | HAMMED ku... |   |  | |

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



INQUÉRITOS OU PEDIDO DE INFORMAÇÃO (DIRECTO)

Graças ao chat que vemos na imagem, podemos também pedir aos compradores mais informações, tanto para os contactar como para obter a sua fiabilidade. Para tal, Alibaba.com mostra-nos os movimentos do comprador nos últimos 90 dias.



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



INQUÉRITOS OU PEDIDO DE INFORMAÇÃO (DIRECTO)

Neste exemplo, vemos como este contacto "Tom Smith" fez uma pergunta para este vinho. Nos últimos 90 dias fez 165 consultas válidas, ou seja, foram respondidas. Para apenas 9 spam (promocional). Viu 227 produtos. Neste caso, deixe um número de telefone e e-mail, pelo que seria uma consulta atractiva para entrar em contacto com ele.

Tom Smith
 Leave
 + Add Contacts

Inquire Negotiate Confirm Contract Online Pay Online Get Full Protection

Company Information
 Tel : 36-677-848474747
 Email : mobilegadgettd@yahoo.com
 Fax :
 Mobile :
 Country/Region : Hungary
 City :
 Address :
 Behavior in 90 days
 Member's Customer 13
 Total products views 227
 Valid inquiries sent 165
 Spam Inquiries 9

Tips: To protect your trade, Alibaba suggest confirming your order via Message Center.
 Total: U... Completeness: 50%, add #products# **Confirm Order**

Product ^
 Product Information

| Quantity | Unit | Unit Price | Total |
|----------------------|---------|----------------------------|------------|
| <input type="text"/> | Piece/s | US \$ <input type="text"/> | US \$ 0.00 |

 Delete
 + Add Published Product from Alibaba
 Product Price: **US \$ 0.00**

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



INQUÉRITOS OU PEDIDO DE INFORMAÇÃO (DIRECTO)

Mr. Jigney Bhachech
Chat Now!

+ Add Contacts

Company Information
OPAL INFOTECH

Tel : 91-79-26752333
Email : biz@webmasterindia.com
Fax : 91-79-26750333
Mobile : 91-9426001664
Country/Region : India
City : Ahmedabad
Address #11, Samaan Complex, Nr. Jodhpur Cross Road, OPP. Satellite Apartments, Satellite

Behavior in 90 days

| | |
|----------------------|-----|
| Member's Customer | 20 |
| Total products views | 541 |
| Valid inquiries sent | 15 |
| Spam Inquiries | 598 |

Chats Attachment

Location: UNITED STATES IP 71.202.15.*

This message was sent to you only.

⚠ For your safety, we block the pictures and links in this message. [showing content](#) | [Always showing the content from Jigney Bhachech](#)

Jigney Bhachech 2016-11-11 22:40

OPAL INFOTECH

In regards to your gold supplier alibaba account, tried to call but it went unanswered.

Please let us know your interest regarding the strategy we share for your Alibaba Gold Supplier account.

Kindly check below for reference :-

<http://www.webmasterindia.biz/portfolio-filter/alibaba-minisite/> (Professional Designs to Represent Company)
<http://www.webmasterindia.biz/alibaba-ranking/> (Our Clients First Page Alibaba Ranking)

Please feel free to get in touch with us via **WhatsApp** : +1 (510) 708-6964 / **Skype** : professionalseo / **Email** : response@webmasterindia.biz to know more.

Awaiting for your response to proceed further.

Regards,
Ms. Goral
Vice President
Opal Infotech, USA
Skype : professionalseo
E : response@webmasterindia.biz
Website : www.webmasterindia.biz
Cell & Whatsapp +1(510)708-6964 / +91-9426720808



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



RFQS:

O que são as RFQs? São Pedidos de Cotação, ou seja, pedidos de informação de potenciais clientes Alibaba, que publicam um anúncio no website Alibaba com os produtos de que necessitam. Vendedores, podem apresentar propostas a estes potenciais clientes.

Exemplo: Vinho Espanhol



Alianca Red,Rose,White and Filtered Table Wines

Dear Sir/Madam, This is FERDINAND from Cameroon. I'm looking for "Alianca Red,Rose,White and Filtered Table Wines" with the following specifications:

Date Posted: 2016-07-01 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
1999 Pieces

Cameroon

[Quote Now](#)

Quotes Left: **10**



Spanish Red and Dry Wine.1L BRICK packaging

Dear Sir/Madam, This is Patrick from France. Im looking for **Spanish Red and Dry Wine.1L BRICK packaging** with the following specifications:

Date Posted: 2016-11-08 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
2000 pieces

France

[Quote Now](#)

Quotes Left: **6**

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



Exemplo: Vinho Espanhol

1



Spanish BULK RED WINE

Dear Sir/Madam, This is Ram Sharan from Nepal. I'm looking for "Spanish BULK RED WINE" with the following specifications:

Date Posted: 2016-07-18 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
20000 Liter/Liters

Nepal

2



Non Alcoholic Sparkling Wine

Dear Sir/Madam, This is Robert from United States. I'm looking for "Non Alcoholic Sparkling Wine" with the following specifications:

Date Posted: 2016-07-16 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
200 Carton/Cartons

United States

3

GENERIC RED WINE AND CABERNET SOUVIGNON

Dear Sir/Madam, I'm looking for "GENERIC RED WINE AND CABERNET SOUVIGNON" with the following specifications:

Date Posted: 2016-07-15 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
10 40' HQ Container

Benin

4

wine

Red Wine, White Wine, Rose Wine, Table wine

Date Posted: 2016-07-19 (U.S. Pacific Standard Time)

Quantity Required
10 Metric Ton/Metric Tons

Togo

5



D.O. RIOJA WINES

Dear Sir/Madam, This is FERDINAND from Cameroon. I'm looking for "D.O. RIOJA WINES" with the following specifications:

Date Posted: 2016-07-02 (U.S. Pacific Standard Time)

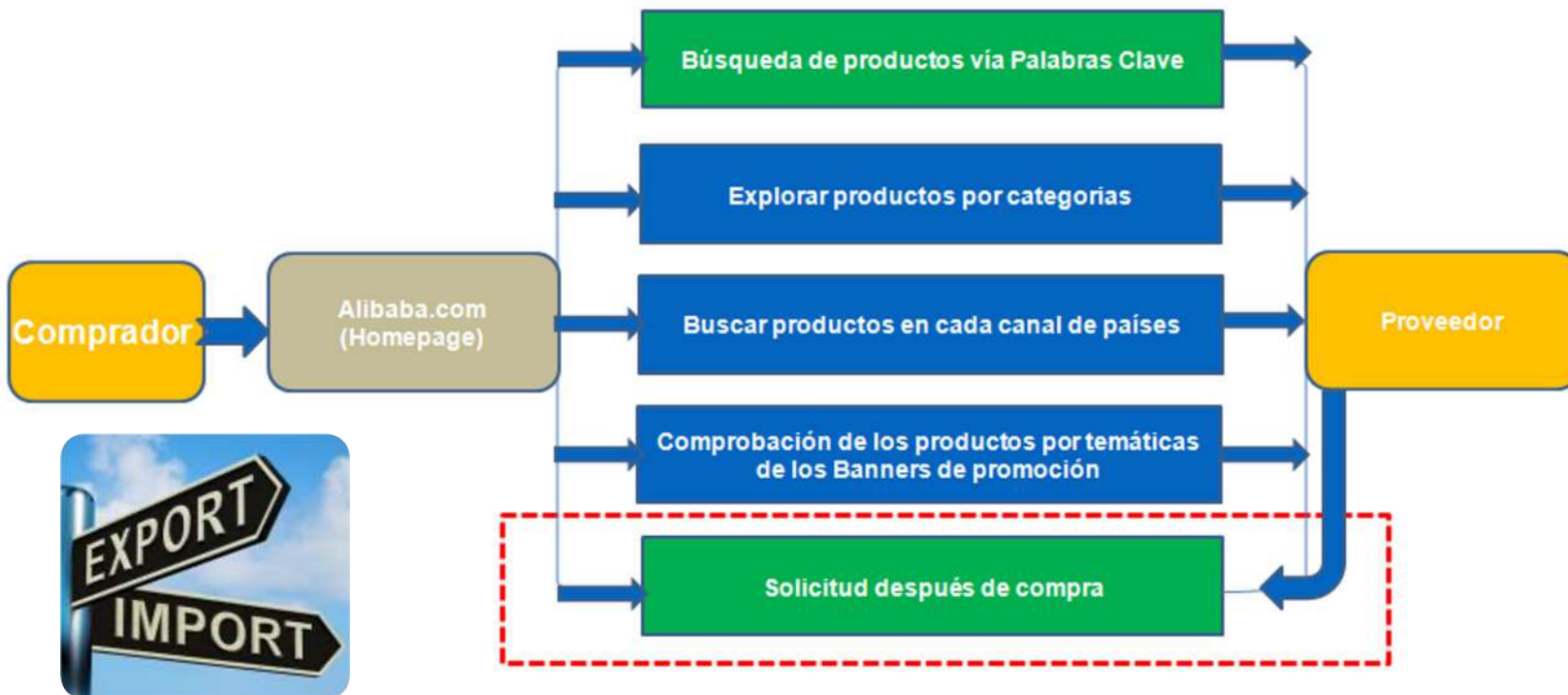
Quantity Required
200 Carton/Cartons

Cameroon

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



COMO É QUE OS IMPORTADORES ENCONTRAM OS EXPORTADORES?



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



PARA VENDER COMO FORNECEDOR DE OURO:

Qualquer estratégia internacional de vendas online deve ter em conta Alibaba, o gigante do comércio electrónico que não é igualado por nenhum outro em números. Vender internacionalmente através do gigante chinês Alibaba é uma garantia de sucesso para qualquer negócio digital. Mas para levar um negócio a um nível superior, é necessário tornar-se um Fornecedor de Ouro, ou seja, ser um dos membros mais privilegiados da rede Alibaba para chegar aos milhões de compradores em todo o mundo em qualquer altura.

Porquê vender como Fornecedor de Ouro? A seguir explicamos as razões pelas quais uma empresa estaria interessada em ser um fornecedor de ouro.



Gold Supplier

Gold Supplier is a paid membership for suppliers on Alibaba.com who have a serious interest in doing business with buyers worldwide

MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS

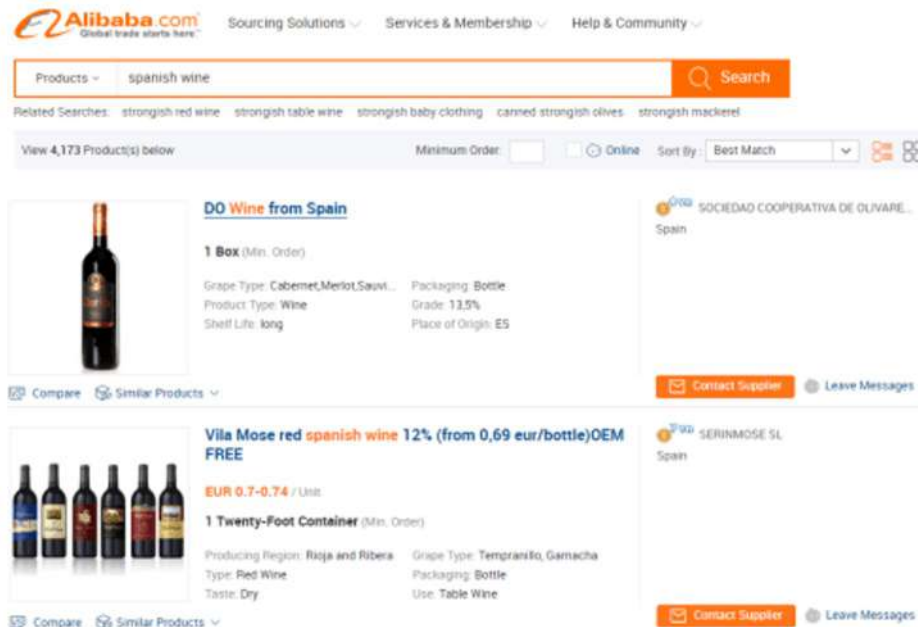


PARA VENDER COMO FORNECEDOR DE OURO:

Sendo Fornecedor de Ouro aparecem nas primeiras posições nos resultados de Alibaba (maior visibilidade). Porque é que este aspecto é da maior importância?

- 90% dos compradores só vêem vendedores que estão na primeira ou segunda página.

- 82% dos pedidos de cotação são sobre produtos listados nas posições 1 e 2 na primeira página



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



POSSIBILIDADE DE RESPONDER AO RFQS

Apenas os fornecedores de Ouro poderão responder aos pedidos de orçamento publicados pelas empresas importadoras para que uma empresa exportadora possa responder. Há 6 vezes mais hipóteses de fechar uma venda por RFQ do que por Inquéritos.



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS

ALIBABA AUDITORIA:

Sendo um Fornecedor de Ouro, Alibaba realiza uma auditoria que proporciona fiabilidade aos compradores (empresas importadoras). Por outras palavras, Alibaba analisa os dados das empresas que decidem contratar a opção Fornecedor de Ouro com o objectivo de assegurar aos compradores que confiam nela as suas boas práticas e fiabilidade.

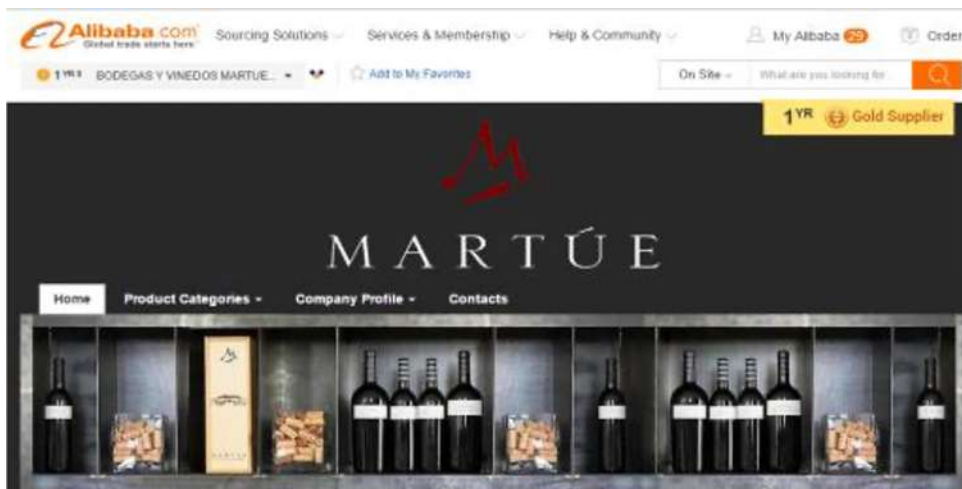


MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



ALIBABA: CONCEPÇÃO DE PÁGINAS PERSONALIZADAS DA EMPRESA

Esta vantagem será muito importante para se diferenciar de outros vendedores através da imagem de marca da empresa. Cada comprador que faz um inquérito a qualquer vendedor quer saber com quem está a contactar, por isso esta página da empresa será a primeira coisa que ele vê da nossa empresa e, portanto, a sua primeira impressão da mesma. É importante que o comprador perceba um sentimento de exclusividade ao navegar na página.



MIGRAÇÃO DE B2B PARA B2C: ALIBABA VS. ALIEXPRESS



ALIBABA: CONCEPÇÃO DE PÁGINAS PERSONALIZADAS DA EMPRESA



ALIBABA: CONCEPÇÃO DE PÁGINAS PERSONALIZADAS DA EMPRESA

About Us

El Corte Inglés

Is a world leader in large department stores and a benchmark of Spanish distribution.

With more than 70 years' experience, the Group has maintained from the outset a policy of customer service and an ongoing concern with adapting itself to suit the tastes and needs of society.

This has led, in turn, to a policy of diversification and the creation of new business formats.

In addition to the El Corte Ingles department stores, the Group has other companies, such as:

Hipercor, Supercor, Sfera, Bricor, Optica 2000, Telecor, Viajes El Corte Ingles, Seguros and Informatica El Corte Ingles, among others.

Business Type: Trading Company
Location: Spain
Main Products: Fashion, Accessories, Shoes, Home, Food
Total Employees: Above 1000 People
Total Annual Revenue: Above US\$100 Million
Year Established: 1952

CONTACT SUPPLIER

ALIBABA: CONCEPÇÃO DE PÁGINAS PERSONALIZADAS DA EMPRESA



Contact Customer Service

Vicente Azeiteiro
Lucia Marques

Main Categories >

Beauty and Personal Hygiene

Beauty and personal Hygiene

Personal Hygiene | Facial Cosmetics | Make up



ALL INTENSE Special
concentrated anti-wrinkle
treatment dozer 30 ...



ALL INTENSE Prevention Perfect
night elixir jar 50 ml protects skin...



ALL INTENSE Oh! Say! lipstick
ultra gloss



VECKIA anticellulite gel tube 200
ml drains and eliminates fat

ALIBABA: DESENHO PERSONALIZADO DA
PÁGINA DA EMPRESA. ALGUNS EXEMPLOS DE
PROJECTOS DE AGREGADORES



ALIBABA: VITRINA DE PRODUTOS DE TOPO

Sendo um Fornecedor de Ouro, uma série de produtos estrela do nosso catálogo pode ser exibida de uma forma muito visual. Um produto exposto na montra recebe 100 vezes mais cliques do que um produto normal.

Product Showcase



URBINA RESERVA
ESPECIAL - Red



URBINA TINTO
CRIANZA - Red Wine



URBINA TINTO
SELECCION - Red



URBINA TINTO
GRAN RESERVA



URBINA
TEMPRANILLO - Red

[See all products in showcase ▶](#)



Vitrine

ALIBABA: FERRAMENTAS DE ANÁLISE DO MERCADO E DO PRODUTO: BIZTRENDS

Biztrends é uma ferramenta de análise de mercado dentro de Alibaba. A plataforma de Alibaba é um mercado internacional de 96 milhões de compradores. Biztrends fornece informação analítica sobre qualquer sector traduzida em vendas, preços, etc. Ou seja, informação valiosa que, tratada correctamente, se transforma em inteligência competitiva.

Saber como tirar o máximo partido das ferramentas de inteligência analítica e competitiva que esta plataforma integra permitirá promover os negócios internacionais a um novo nível.

Desta forma, os fornecedores de ouro alibaba.com podem desenvolver as melhores estratégias de internacionalização, obtendo e gerindo informação em primeira mão e exclusiva sobre sectores, países e concorrentes nos mercados B2B.

Biztrends



ALIBABA: COMPARAÇÃO DE CUSTOS ONLINE/OFFLINE

| | FEIRA INTERNACIONAL | MEMBRO FORNECEDOR DE OURO |
|-------------------------------|--|------------------------------------|
| CUSTO | Voos: \$1,000 Despesas (restaurantes de hotel) \$80/Night Stand rental: \$3,000 / \$10,000 Outras despesas (viagens). \$2000 | Entre 1.399 - 5.999 \$ ano |
| TEMPO | 3-7 dias / ano 8 horas por dia | 365 dias / ano 24 horas / dia |
| POTENCIAIS COMPRADORES | 200.000 visitantes | 100.000.000 compradores registados |
| REACH | Geralmente um país | Mais de 190 países |
| CONTACTO | Cara a cara | Email, Fax, Tel, Chat online |

TAXAS DE FORNECEDORES DE OURO

| | Premium Package | Standard Package | Basic Package |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Main Features | Apply Now | Apply Now | Apply Now |
| Priority Ranking > | 1st | 2nd | 3rd |
| Product Posting > | Unlimited | Unlimited | Unlimited |
| Product Showcases > | 25 | 10 | 5 |
| Ability to quote Buying Requests > | Y | Y | Y |
| Verified Icon > | Y | Y | Y |
| Customized Website > | Y | Y | Y |
| Personalized Customer Service > | Y | – | – |
| | | | |
| Other ^ | | | |
| Photo Bank Size > | 5GB | 3GB | 1GB |
| Sub-accounts > | 5 | 5 | 5 |
| Biz Trends - My Performance > | Y | Y | Y |
| Biz Trends - Industry Analysis > | Y | Y | Y |
| Open API* for developers > | Y | – | – |

TAXAS DE FORNECEDORES DE OURO: MODALIDADE COM MAIOR VISIBILIDADE (\$5,999 / ANO)

| | |
|--|---------------------------|
| Prioridad en Ranking. | Máxima (Primera posición) |
| Número de referencias catálogo. | Ilimitada |
| Número de Product Showcase. | 25 |
| Posibilidad de mandar directamente oferta a compradores. | Si |
| Posibilidad de contestar a RFQ's | Si |
| Icono de vendedor verificado (Auditoria más confianza) | Si |
| Posibilidad de personalizar el perfil de vendedor. | Si |
| Servicio de atención al cliente personalizado. | Si |
| Capacidad de almacenaje de fotos. | Máxima – 5GB |
| Número de subcuentas. | 5 |
| Biz Trends Herramienta analítica – Datos de tu actividad | Si |
| Biz Trends Herramienta analítica – Datos de tu sector | Si |
| Consultor especializado para posicionamiento. | Si |
| API para integrar catálogo. | Si |

ALIEXPRESS

ALIEXPRESS é o Mercado B2C do Grupo Alibaba, está a reforçar a sua entrada em Espanha-Europa para o seu canal de vendas B2C, oferecendo remessas aos seus consumidores num período estimado de 2 a 5 dias.



1688.com

淘宝网
Taobao.com

AliExpress

O custo de incorporação é zero e que, simplesmente, com cada venda gerada através da Aliexpress, a plataforma cobra uma comissão por venda entre 5% e 8%.



ALIEXPRESS

- 150 milhões de utilizadores.
- 200 milhões de visitas mensais.
- 400 milhões de envios por dia, globalmente.
- 15,9 milhões de compradores em Espanha e na Rússia.
- Agora, está aberta a fornecedores de outros países.



AliExpress™

ALIEXPRESS PARA VENDAS INTERNACIONAIS

56% das vendas transfronteiriças, que são feitas para outro país da zona europeia, são feitas através de mercados. E destas vendas transfronteiriças, 20% são feitas através da Aliexpress.



ALIEXPRESS É UM MERCADO GLOBAL



 **110,000**
Active Stores

 **50M**
Products

 **26**
Categories

VENDER EM TODA A EUROPA COM ALIEXPRESS:

Inicialmente, os vendedores espanhóis no Aliexpress poderão oferecer os seus produtos em toda a Europa, com o vendedor a escolher para que países vender.

A Aliexpress anuncia que os próximos passos-chave da empresa para os vendedores espanhóis serão:

- Acções de marketing dentro da sua plataforma.
- Abertura da venda na Europa a uma venda GLOBAL para vendedores espanhóis.



REGISTO NO ALIEXPRESS:



REGISTO NO ALIEXPRESS:

1

2

3

Crear cuenta

Información de la empresa

Revisión de la solicitud

Dirección de e-mail:

Con este email podrás iniciar sesión

Crea una contraseña:

Introduce una contraseña segura y que puedas recordar

Repite la contraseña:

Vuelve a introducir la contraseña

Verificación:

??

Please slide to verify

☐

Acepto el [Acuerdo de usuario](#)

CONTINUAR

ALIEXPRESS: CARREGAMENTO DE PRODUTOS.

Pode começar a carregar os produtos para a plataforma, registrando a sua MARCA ou, se preferir, sem uma marca no início.

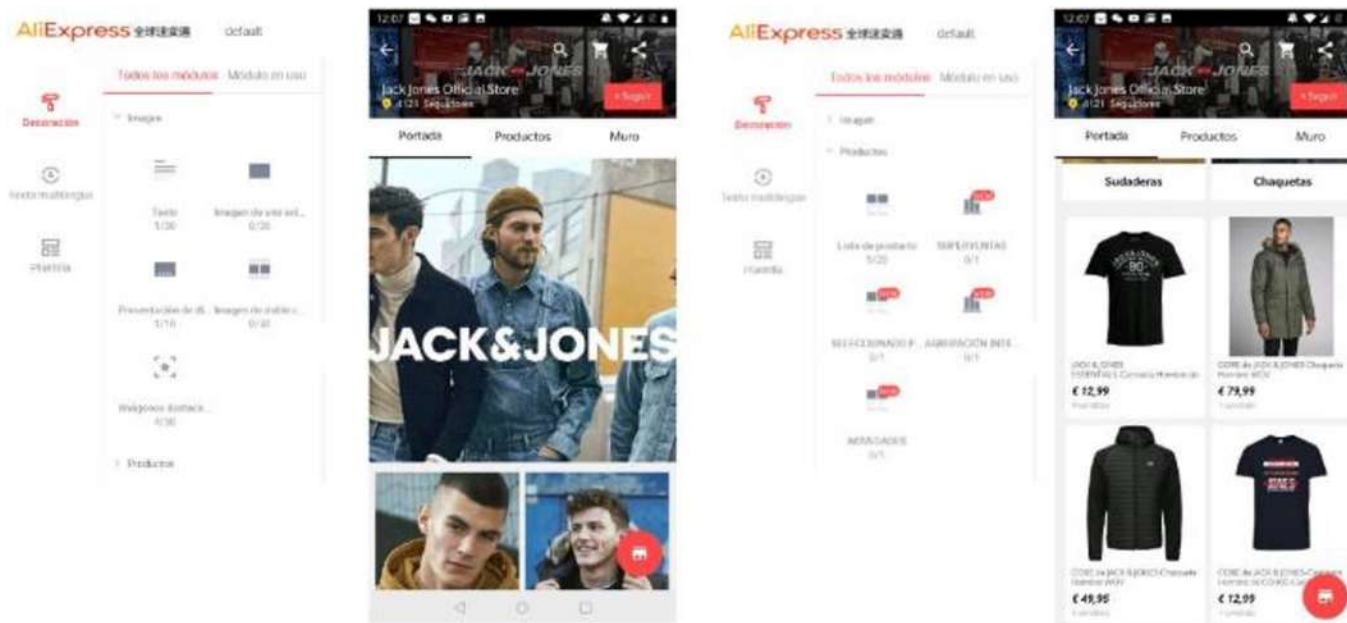
Existem diferentes possibilidades de carregar os produtos para a plataforma:

- Carregamento manual do produto.
- Carregamento em massa de produtos com Excel.
- Integração de produtos com a API oficial do Aliexpress.
- Integração de produtos com módulos para PrestaShop, WordPress, Magento, etc.



A SUA LOJA EM ALIEXPRESS:

O espaço dentro da plataforma Aliexpress pode ser adaptado e personalizado, sem perder a imagem de marca e os seus valores, mas atingindo centenas de milhões de utilizadores nacionais e internacionais.



VANTAGENS DO SEU PROJECTO NO ALIEXPRESS:

- ☐ O vendedor fornece um catálogo específico em função do país de compra do utilizador (personalização do conteúdo, moeda, etc.).
- ☐ Múltiplas formas de pagamento e envio à escolha do comprador.
- ☐ Os vendedores têm total liberdade para personalizar os seus envios. Poder manter a sua imagem de marca e favorecer a lealdade dos seus clientes.
- ☐ As comissões nos meios de pagamento são suportadas pela Aliexpress, o vendedor tem de pagar apenas a comissão por venda.
- ☐ Cada vendedor terá uma pessoa que lhes oferecerá apoio dentro da plataforma Aliexpress, um Gestor de Conta.
- ☐ Com um modelo Cross Border Ecommerce, pode vender em qualquer parte da Europa. Sugerimos que comece com uma série de países prioritários e depois se expanda para mercados-alvo secundários.



Funcionamiento AE

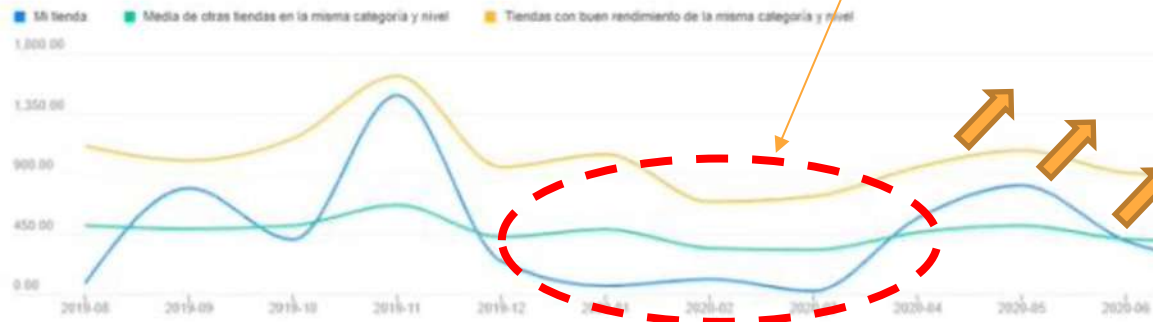


AliExpress™

Break ZERO

Concepto Break Zero: Resumiendo, el Break Zero es una barrera que pone el Algoritmo de AE a los nuevos vendedores. Hasta que no se supere, los productos no obtienen apenas visibilidad por sí solos.

Debido a esto, prácticamente sólo se pueden conseguir ventas mediante promociones puntuales y otras acciones manuales. **Ejemplo:** En este gráfico se ve, en los meses de Dic 2019 a Marzo 2020, que el nivel de la tienda es casi cero (línea azul). Cuando se rompa esa barrera, además de conseguir ventas por acciones puntuales y manuales, se obtendrán muchas más ventas de forma orgánica (ver líneas amarillas y verdes en el mismo periodo de Dic 2019 a Marzo 2020).



TRÁFEGO EXTERNO: PROGRAMA DE AFILIADOS



- ◆ Llegar a un público de calidad
- ◆ Mejorar su visibilidad
- ◆ Incrementar el tráfico a su tienda y ventas

- ◆ Se llevan una comisión sobre el precio del producto vendido (si se produce la venta)



PROGRAMA DE AFILIADOS

Tipos de comisiones

- 1 De tienda
 - 2 Por categoría
 - 3 Por artículo
- Igual o superior*
- Igual o superior*



1 De tienda

Obligatoria y predeterminada en un **3%** para **todos** los artículos (*incrementable hasta el 50%*)



Sin posibilidad de excluir ninguno

2 Por categoría

Opcional sobre un tipo de categoría específica (*del 5% al 50%*)

3 Por artículo

Opcional sobre uno o varios productos seleccionados (*del 5% al 90%*)

TRÁFEGO INTERNO: FREEBIES

Agora que os produtos já estão a ser publicitados externamente, é altura de os acompanhar com tráfego interno e misturar tudo bem. Para obter tráfego interno, a melhor recomendação como novo vendedor é registar alguns Freebies. Estes irão gerar um tráfego elevado em poucos dias, o que, misturado com a redireccionamento do programa de afiliados, irá multiplicar o seu tráfego.

Freebies

Incrementar su visibilidad



Valoraciones positivas



Posicionamiento en el buscador

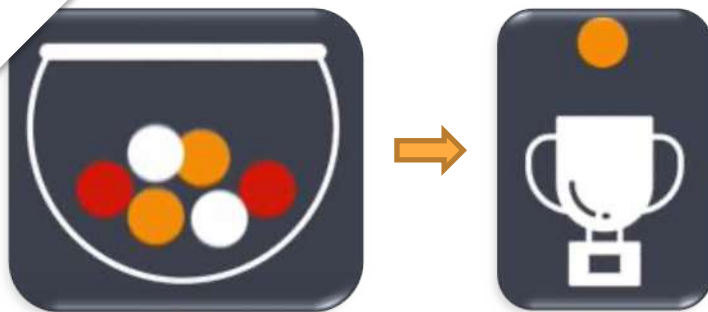


Consistem na venda de certos produtos com um preço simbólico de 0,01 euros, promoções utilizadas principalmente no lançamento de um novo produto para aumentar a sua visibilidade, avaliações positivas e posicionamento nos motores de busca.

0,01 €

Os produtos incluídos neste tipo de oferta aparecerão na secção "Freebies" dentro da página inicial da AliExpress. Apenas os compradores que tenham acesso através da AliExpress APP poderão aceder aos mesmos.





Os freebies são produtos sorteados entre os compradores que os solicitam, e a plataforma decide a quem os dar com base em vários factores, tais como a sua actividade dentro da plataforma ou as críticas positivas geradas ou a sua pontuação como comprador. Em troca, o produto pode melhorar a sua classificação de vendas e as críticas positivas. Peça ao utilizador para deixar uma avaliação do seu produto.

A avaliação pelo comprador escolhido no sorteio é anterior ao processo de compra.

Uma vez terminados os seus primeiros Freebies, e já tendo as primeiras vendas e avaliações, já pode gerar **PROMOÇÕES**



PROMOCIONES

- 1 Promociones de AliExpress
- 2 Promociones de la tienda

AS PROMOÇÕES DE LOJA SÃO PROMOÇÕES INDIVIDUAIS QUE CADA VENDEDOR DECIDE FAZER NA SUA PRÓPRIA LOJA.

Descuento en productos



Conversión

Destaca tus productos y consigue más tráfico

Produtos a preços reduzidos durante um período de tempo estabelecido pelo vendedor.

Pack de productos



Conversión

Agrupar productos para vender en lotes.

(Apenas disponível para o APP): Ofertas sobre um grupo de produtos para que, ao seleccionar um produto do grupo, apareçam descontos sobre os restantes produtos. Por exemplo, para a compra de um par de óculos, reduzimos o preço da caixa dos óculos correspondentes.

Ofertas especiales



Conversión

Ofrece descuentos y envíos gratuitos como incentivo

Descontos, transporte gratuito ou outras vantagens para os clientes que excedam um volume ou valor médio de compra estabelecido pelo vendedor.

Cupones



Conversión

Aumentar el ratio de conversión con descuentos extra

Cupões de desconto que aparecem na página de informação do produto.

Código promocional



Conversión

Comparte descuentos e impulsa las conversiones.

Códigos de desconto criados pelo vendedor, que decidem dar a quem quer que escolham ou incluir na página de informação do produto. Este tipo de promoção foi concebido para reter clientes frequentes e dar-lhes um desconto especial.

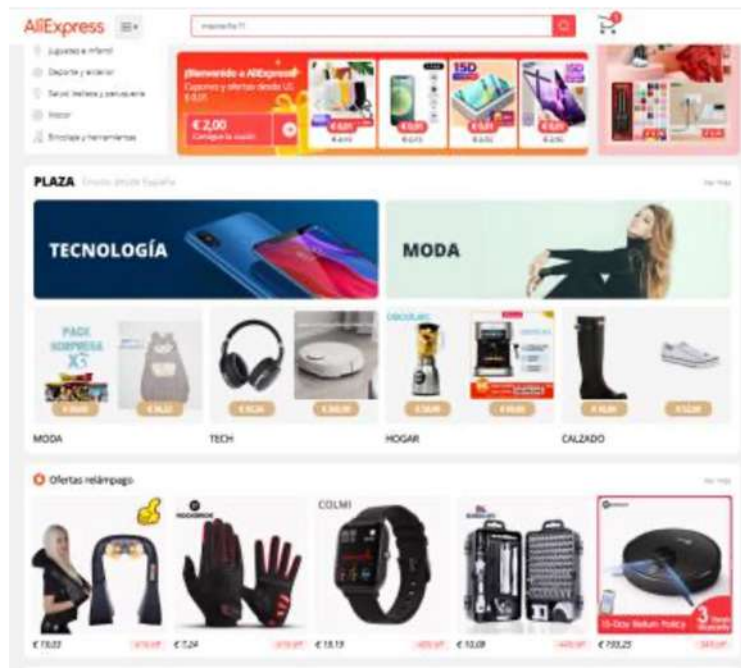
ALIEXPRESSAR PROMOÇÕES DIÁRIAS

Ofertas, descontos, que são feitos numa base recorrente e têm um lugar definido dentro da página inicial da AliExpress:

- **FREEBIES** (apenas disponível para o APP): recomendado sobretudo para a divulgação de novos produtos. Consiste em dar produtos a alguns utilizadores em troca de os experimentar e gerar uma avaliação dos mesmos. Já comentado acima.
- **OFERTAS FLASH:** Promoções recorrentes que consistem em fixar um preço especial por um período de tempo limitado (48H). Os produtos participantes nesta promoção aparecerão na secção "Flash Deals" que pode encontrar na página inicial da AliExpress, e os compradores também poderão ver as ofertas do dia seguinte em "Upcoming Deals".

ACORDOS RELÂMPAGOS

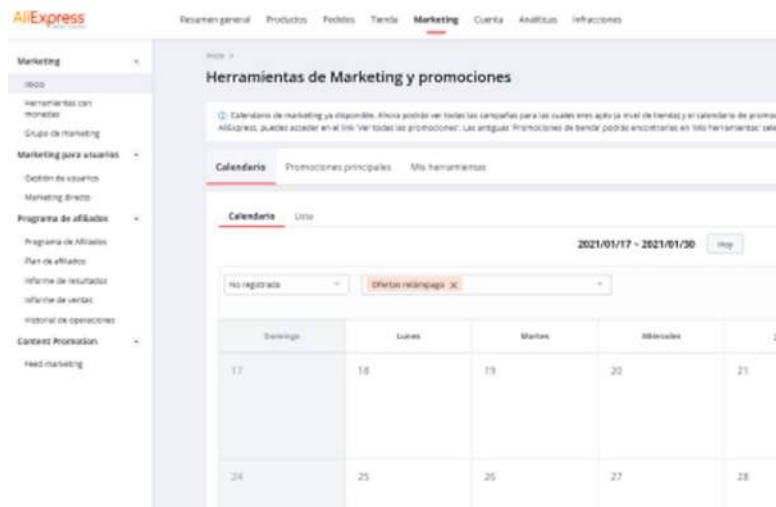
Estas promoções aparecem na página principal da AliExpress, mas são apenas para vendedores qualificados.



Estes tipos de promoções consistem em colocar um preço especial sobre uma série de produtos durante um período de 48 horas. Após este tempo, o desconto deixará de estar disponível e o produto voltará ao preço original. Isto gera no cliente a necessidade de comprar imediatamente, uma vez que, se esperar, pode perder a oportunidade. Os vendedores que se inscrevem nos "Flash Deals" geralmente aumentam rapidamente as suas vendas e assim melhoram a sua classificação na plataforma.

Mas neste tipo de promoções não pode participar nenhum produto. Para se qualificar para este espaço, o artigo deve ter uma percentagem mínima de críticas positivas e um bom volume de vendas.

Aceder ao separador "Marketing" e depois a "Home" e o calendário indicarão em que promoções AliExpress é elegível para participar.



The screenshot shows the AliExpress Marketing Tools interface. The top navigation bar includes: Resumen general, Productos, Pedidos, Tienda, **Marketing**, Cuenta, Analíticas, and Referencias. The left sidebar lists various marketing tools under the 'Marketing' category. The main content area is titled 'Herramientas de Marketing y promociones' and contains a 'Calendario' (Calendar) section. The calendar shows the period from 2021/01/17 to 2021/01/30. A dropdown menu is set to 'No registrado' and a button labeled 'Ofertas relámpago' (Flash Deals) is visible. Below the calendar, a table displays the dates for the week of January 17th to 21st, 2021.

| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jue |
|---------|-------|--------|-----------|-----|
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |

Dependendo da promoção, pode incluir de 3 a 5 produtos.

Requisitos para promoções regulares (a nível do produto)

1. Ter pelo menos 3 vendas nos últimos 30 dias
2. O desconto deve corresponder ao preço mais baixo dos últimos 30 dias.
3. Transporte gratuito para Espanha

Requisitos para grandes promoções, tais como a campanha de Natal

1. Um desconto superior a 1%.
2. O produto deve ter um preço inferior ao dos últimos 30 dias
3. O stock deve ser de pelo menos 10 produtos
4. O mesmo produto pode ser registado duas vezes na mesma semana. Depois disso, terá de esperar 14 dias para poder inscrevê-lo novamente.

AliExpress irá rever o seu pedido de participação

Uma vez registado, a equipa AliExpress verificará a sua candidatura e confirmará a sua participação na promoção se cumprir todos os requisitos.

ALIEXPRESS TOP PROMOTIONS

São promoções mensais nas quais participa um grande volume de vendedores e compradores, as mais importantes do ano são 11.11, Black Friday e 12.12. No momento em que a promoção ocorre, ocupa a maior parte da página inicial do AliExpress e causa muito bons resultados de vendas.

PROMOCIONES PRINCIPALES DE ALIEXPRESS

Promociones puntuales creadas por la plataforma



SOBRE A AMAZON...



MERCADO B2C REFERÊNCIA MUNDIAL.

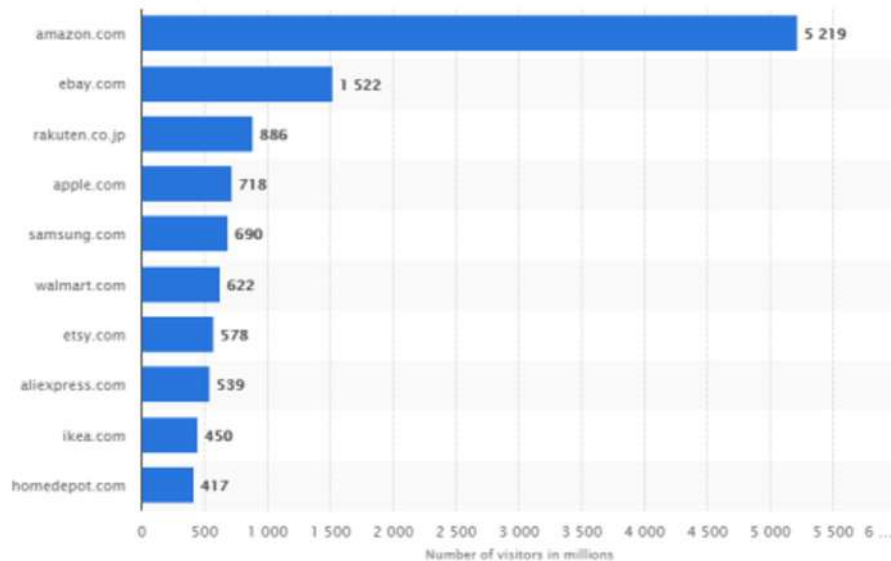
A Amazon é considerada como um centro comercial virtual, onde os utilizadores podem explorar até encontrarem o que procuram. Opções interessantes para os vendedores nos serviços prestados pela Amazon (por exemplo, Logística).

ECOSSISTEMA AMAZÓNICO



AMAZON LIDERA O COMÉRCIO ONLINE GLOBAL

Os mais populares sítios de venda a retalho online em todo o mundo em Junho de 2020, por visitantes únicos (em milhões)

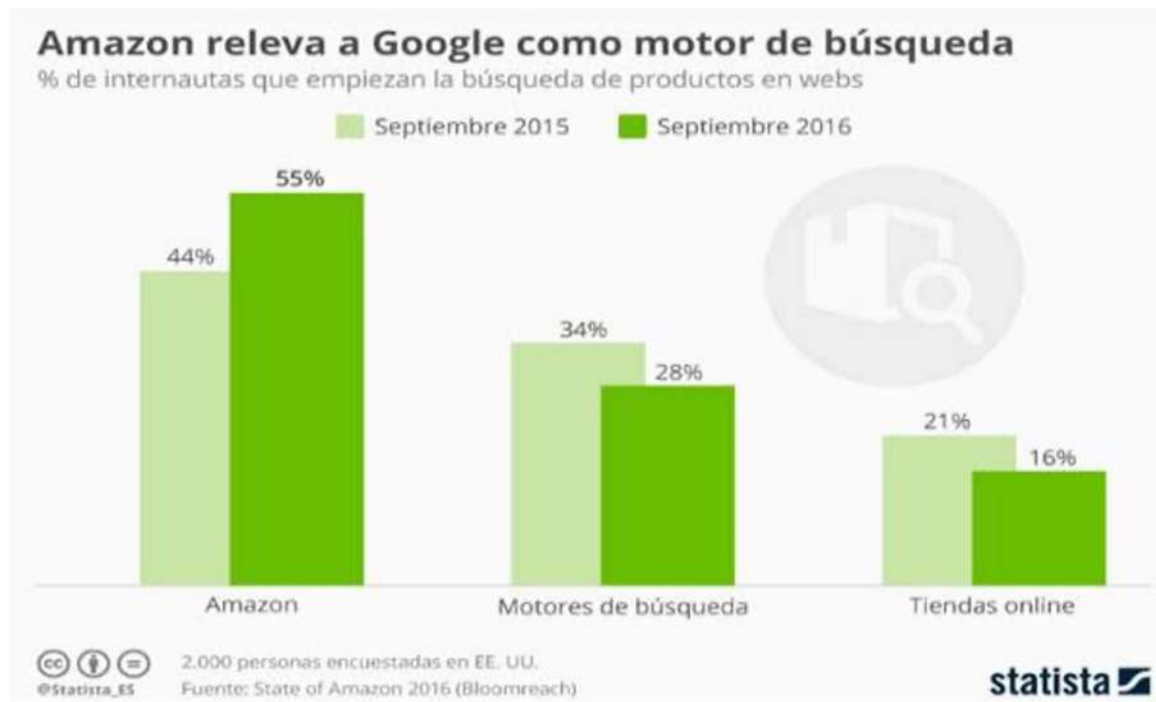


© Statista 2020

AMAZON LIDERA O COMÉRCIO ONLINE EM ESPANHA



AMAZON LIDERA MESMO EM PESQUISAS DE PRODUTOS



VANTAGENS DE VENDER NA AMAZÓNIA:

| Advantages selling on Amazon | Disadvantages selling on Amazon |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Get discovered - product search starts here | <ul style="list-style-type: none"> • Less exclusive |
| <ul style="list-style-type: none"> • A way to scale quickly (300 million customers in 180 countries) | <ul style="list-style-type: none"> • Cost - Amazon will charge for services |
| <ul style="list-style-type: none"> • A way to reach new audiences | <ul style="list-style-type: none"> • Fierce competition with other sellers in categories and the product listing |
| <ul style="list-style-type: none"> • Use logistics and fulfilment centers to get closer to the customer | <ul style="list-style-type: none"> • Amazon dictates "terms & conditions" and learns everything about your product |
| <ul style="list-style-type: none"> • Well-developed customer-facing processes | <ul style="list-style-type: none"> • You have less control over the user experience than through your own channels |
| <ul style="list-style-type: none"> • Take more control over your Amazon experience by starting registration of your brand and create a store | |

TIPOS DE VENDEDORES NA AMAZÓNIA:

VENDEDOR

- Vende os seus produtos à Amazon por atacado
- A Amazon fixa o preço do seu produto e controla o stock
- Pagamento por cada encomenda da Amazon no prazo de 60-90 dias
- Gestão da sua conta: Pode criar várias opções de publicidade / actualização lenta do catálogo (a Amazon revê-o)
- A Amazon trata da logística e do serviço ao cliente

VENDEDOR (PRO)

- Vende-se ao cliente final. As suas despesas: 39 euros por mês + 15% de comissão sobre os produtos
- Controlo total sobre o preço e o stock dos seus produtos
- Pagamento no prazo de 2 semanas após a venda.
- Gestão da sua conta: Pode criar várias opções de publicidade / actualização rápida do catálogo
- Deve tomar conta do serviço ao cliente e da logística (opção para utilizar a logística da Amazon)

TIPOS DE VENDEDORES NA AMAZÓNIA:

VENDE DIRECTAMENTE
PARA O CLIENTE FINAL

VENDEDOR

PLANO DE VENDA INDIVIDUAL

Menos de 40 produtos por mês.
Pagamento por produto vendido aproximadamente (0,99 euros + 15%)
Não se podem acrescentar novos produtos
Não disponível em todas as categorias
Pode tirar partido da logística amazónica
Pagamento após a venda do produto
A Amazon marca o preço dos seus envios

VENDEDOR PROFISSIONAL

Recomendado para volumes mais elevados
Taxa de 39 euros + 15% aproximadamente sobre o produto vendido
Pode adicionar novos produtos
Pode vender em todas as categorias
Pode tirar partido da logística amazónica
Pode criar promoções a partir da Central de Vendedores
Pagamento no prazo de 15 dias

TIPOS DE VENDEDORES NA AMAZÓNIA:

VENDE À AMAZON
DA AMAZÓNIA AO CLIENTE FINAL

VENDEDOR



CENTRAL DO VENDEDOR

Apenas acessível por convite

Acesso à Publicidade e DSP da Amazónia
Elevado potencial de marketing, capacidade
de criar conteúdo A+
Produtos incluídos no Amazon Premium

INFORMAÇÃO PARA ABRIR UMA CONTA NA EUROPA:

Selecciona un tipo de Vendedor:



1. Tarjeta de crédito

Asegúrate de que introduces una tarjeta de crédito (y no de débito) válida y que no haya caducado.



2. Número de teléfono:

Introduce un número de teléfono válido con el código de país delante (+34 para España).



3. Información de la empresa:

- **Información de la empresa:** Introduce la Razón social y el Número de Identificación Fiscal (NIF) de tu empresa. Si dispones de un NIF europeo, recuerda indicar el código de país («ES» en España) antes del número de IVA, si no dispones de uno deja la celda vacía.
- **Dirección de Registro:** Dirección de la empresa. Tiene que ser la dirección que se indica en el extracto del registro de la empresa.



4. Información de la persona de contacto principal

- **Documento de Identidad:** Puedes utilizar un pasaporte o un DNI válidos (no caducados) para proporcionar tu información identificativa.
- **Domicilio de Residencia:** Introduce tu dirección actual (no tiene que ser necesariamente la que aparece en tu pasaporte o DNI). En algunos casos será necesario aportar un justificante de dicha dirección a elegir entre una factura de servicios públicos (móvil, teléfono, Internet, agua, luz, gas) o un extracto del banco, en el que figuren nombre y dirección de la persona en cuestión y de menos de 90 días de antigüedad.



5. Información de los beneficiarios de la empresa

- **Documento de Identidad:** Copia de Pasaporte o DNI en vigor (no caducados).
- **Domicilio de Residencia:** Deberá introducir la dirección de residencia de los beneficiarios de la empresa (no tiene que ser necesariamente la que aparece en su pasaporte o DNI). En algunos casos será necesario aportar un justificante de la dirección de cada beneficiario, a elegir entre una factura de servicios públicos (móvil, teléfono, Internet, agua, luz, gas) o un extracto del banco, en el que figuren nombre y dirección del beneficiario y de menos de 90 días de antigüedad.



6. Cuenta bancaria

Es obligatorio proporcionar los datos de una cuenta bancaria para completar el registro. Esta es la cuenta que se utilizará para recibir los ingresos de tus transacciones.

COMO VENDER NA AMAZÓNIA

1. Crie a sua conta Europa
2. Carregue o seu inventário para a sua conta europeia: Através de uma API amazon
3. Seleccionar os mercados: Espanha, Itália, Reino Unido, França e/ou Alemanha.
4. Para cada país adaptar descrição, preços, custos de envio.
5. Logística da Amazon: Se vai vender apenas em Espanha, pode levar os seus produtos para um dos armazéns em Espanha
6. Logística do Amazon Cross Border Logistics: Se vai vender na Europa pode levar os seus produtos para o armazém da Europa Central em França (Lyon, por exemplo)



DICAS PARA VENDER NA AMAZON:

Para que os produtos apareçam nas primeiras posições, devemos prestar atenção:

**Conteúdo de
qualidade**
Informação
completa do
produto
Palavras-chave,
títulos, subtítulos,
descrição
imagens de
qualidade

Marketing
• Publicidade
• promoções

Preço competitivo

Comentários de
clientes

Rátiros de
desempenho

MARKETING NA AMAZÔNIA:

PROMOÇÕES NA AMAZON PARA VENDEDORES PROFISSIONAIS

Como Amazon Seller PRO, podemos criar diferentes tipos de promoções, como por exemplo:

- Envio gratuito
- Desconto em percentagem ou em euros
- 2 para 1
- Vantagens externas à realização de uma encomenda
- Anúncios de Produtos Patrocinados (ferramenta).

SERVIÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO AMAZÔNICA, AMG, etc.

Diferentes opções de publicidade para os Fornecedores que nos permitem:

- Fazer anúncios a texto tipo CPC, banner, etc.
- Anúncios alvo por palavra-chave ou produto
- Medir o desempenho da campanha e o ROI
- Optimizar constantemente o desempenho do anúncio /
- Criar conteúdo A+ nas páginas de produtos

JÁ SERVIMOS A ENCOMENDA: TAXAS.

Na Amazon, como na maioria dos mercados, as análises dos clientes são um elemento fundamental que traz credibilidade e confiança aos milhões de clientes da Amazon. Por esta razão, teremos de solicitar avaliações com os envios, a fim de construir a nossa reputação dentro da plataforma.



VIDEIRA AMAZÓNICA (PARA CENTRAL DE VENDAS):



Amazon Vine Top Contributor: Camille VINE VOICE

★★★★☆ **Not Bad But Noise Cancellation Is Not Noticeable**

Reviewed in the United States on June 25, 2021

Color: Black Verified Purchase

I have been looking for the elusive pair of over the ear headphones that is bluetooth with decent battery life, noise-cancelling (particularly for air travel), good sound for music and streaming, comfortable to wear, and with decent microphone for calls. Oh, and I want all of the above for a good price. Based on the reviews, I thought this might be the pair. I was wrong.

Comparing to my requirements:
Bluetooth - paired great to all my devices, no issues.

Battery Life - pretty good. Could work for several days with these on 1 charge. Charge overnight and they are golden in the morning.

Noise Cancellation - FAIL! This is where they lost me & caused my return of the product. Straight up - I barely noticed active noise cancellation here. My kids were screaming on the next room and I felt like I was there. Have owned several other headphones with ANC, and none performed this poorly. Would not expect them to block out airplane sound. But did not get a chance to try it before returning.

Sound Quality - not great. I have Bose QC35 headphones and could notice a difference in "high end" sound but good enough for music while working or a YouTube video in the evening, etc. No distractions (such as cracking or hissing) so the music was enjoyable with these.

Comfort - felt a little heavy to wear and a little tight on the ears. The earpads were fine & did not cause sweating etc. Not the lightest pair I have tried, but nothing that was a big deal & could have gotten used to them in a few weeks.

Call Quality / Microphone - great, no issues. Not once on conference calls did someone say "can't hear you" or "please get closer to the mic" etc.

So really as you see the only showstopper vs. my criteria at this price was Noise Cancelling feature (or apparent lack thereof). Returned these for that reason.

One other feature I did not like & is worth mentioning - the volume controls on the headphones were hard to use. Not a simple one push and volume noticeably increases/decreases. Again - not a big issue & I would have gotten used to it, but I did find it a little annoying to not have it as responsive as desired.

Do Not Recommend only on basis of noise cancelling feature. Still, there are likely other good brands out there at a competitive price point to these that would be better in some of the other points I mentioned above.

AMAZON: RÁCIOS DE DESEMPENHO



Os vendedores na Amazónia devem cumprir os seguintes rácios de desempenho:

Taxa de cancelamento: um máximo de 2,5% (cancelamento da encomenda 48 horas após a sua receção).

Taxa de encomendas defeituosas: devoluções motivadas pelo envio de uma encomenda defeituosa: 1%.

Taxa de envio tardio: um máximo de 4%

Taxa de tempo de resposta: percentagem de mensagens enviadas pelo cliente às quais o vendedor respondeu em menos de 24 horas

OUTROS FACTORES PARA MELHORAR O POSICIONAMENTO NA AMAZÓNIA:

- **Vendas:** Quanto mais um produto vende, mais alto aparece nos resultados da pesquisa.
- **Categorização** - A Amazon pede-lhe para entrar numa categoria ao registar o seu produto. Tal como com Alibaba.com, escolher a categoria certa é fundamental para a visibilidade do produto.
- **Cumprimento:** A Amazon favorece os produtos vendidos e enviados por eles.
- **Um factor-chave:** pesquisa por palavra-chave antes da entrada do produto (utilizar ferramentas como www.keywordinspector.com).

AMAZON E BUYBOX:

Ajuste os preços do seu produto e ganhe a BuyBox

A Amazon Seller Central mostra o **preço mais barato** para cada um dos produtos que está a vender na Amazon, dando-lhe a oportunidade de os ajustar para se manter competitivo.

Se for **competitivo ganhará a BuyBox**, ou seja, quando o seu produto for pesquisado, o seu será exibido contra a concorrência dando-lhe toda a visibilidade e as maiores possibilidades de conversão uma vez que para comprar o seu produto só terá de carregar no botão comprar e para ver o da concorrência terá de dar a "novo".

BuyBox

Para além do preço, existem outros elementos que influenciam as suas estatísticas como vendedor.



OPÇÕES FBA:

REALIZADO PELO COMERCIANTE (FBM)

Opção de armazém próprio

O vendedor é o responsável pela logística do produto.

Características:

Tem controlo total sobre as condições de embalagem e expedição

Sem "alugueres de espaço" a pagar à Amazon

REALIZADO PELA AMAZÓNIA (FBA)

Opção Armazém Amazonas

Os produtos são enviados para os armazéns da Amazon e eles tratam da logística.

Características::

- Poupar tempo e responsabilidades
- Os produtos sob esta modalidade podem ser escolhidos para Amazon Prime ou Super Save Delivery GRATUITO
- Pode utilizá-lo para a sua própria loja online



OPÇÕES FBA:

Logística Cross-Border

Figura 1: Con Red logística europea, los pedidos internacionales se gestionan a partir de un único conjunto de inventario ubicado en España.



Logística Local

Figura 2: Con Inventario internacional, el inventario se almacena de manera local, próximo a los clientes internacionales, y se envía con mayor rapidez.



SERVIÇO DE LOGÍSTICA DA AMAZON:

Com uma conta, podemos vender em 5 países (Alemanha, Reino Unido, França, Itália e Espanha) deixando a Amazon para gerir o armazenamento e a logística.

A Amazon aplica preços logísticos diferentes com base no país onde realizamos a venda.

A Amazon diferencia 3 tipos de produtos com preços diferentes (Médio, Não médio e pesado)

Cargas amazónicas para armazenamento, recolha, embalagem e expedição.

Amazon distingue entre preços mais baratos para produtos vendidos na Amazon e outro para produtos não vendidos na Amazon (Multichannel Logistics)

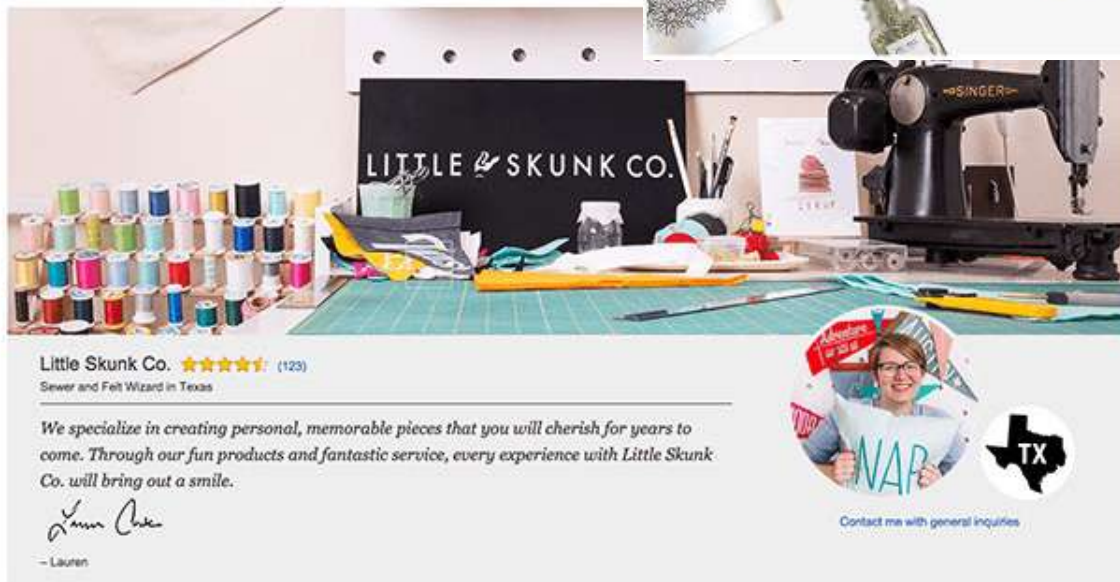
A AMAZON TAMBÉM COMPETE COM OS FABRICANTES:

Amazon lanza su propia marca de ropa para hombres

Amazon anunció el miércoles el lanzamiento de su propia marca de ropa para hombres. Bautizada "Buttoned Down", la primera colección de la marca consiste en camisas hechas en un 100% de algodón Supima, las cuales prometen no necesitar planchado.




FEITO À MÃO PELA AMAZONA:



SERVIÇOS FISCAIS DA AMAZÓNIA:

Gerir os registos e apresentações das declarações de IVA na Europa

Tax Services on Amazon é uma solução de conformidade com o IVA que lhe permite gerir o registo e as declarações de IVA na Europa. Trabalhamos com vários prestadores de serviços fiscais para facilitar o cumprimento das obrigações em matéria de IVA no Reino Unido, Alemanha, França, Itália, Espanha, Polónia e República Checa

VAT Services on 

AMAZON PAY:



amazon pay

SERVIÇOS FISCAIS DA AMAZÓNIA:



Dear Kathy Simpson,

Your loan has been approved and your net loan proceeds will be advanced to your Amazon Services LLC Seller Account within approximately 2 business days. Use these funds to continue to grow your business on Amazon.com!

Here is your loan information:

| Loan Amount | Payment Term | Monthly Payment |
|----------------|-------------------|----------------------|
| \$3,000.00 | 6 months | \$520.47 |
| Total Interest | Total of Payments | Annual Interest Rate |
| \$122.82 | \$3,122.82 | 13.90% |

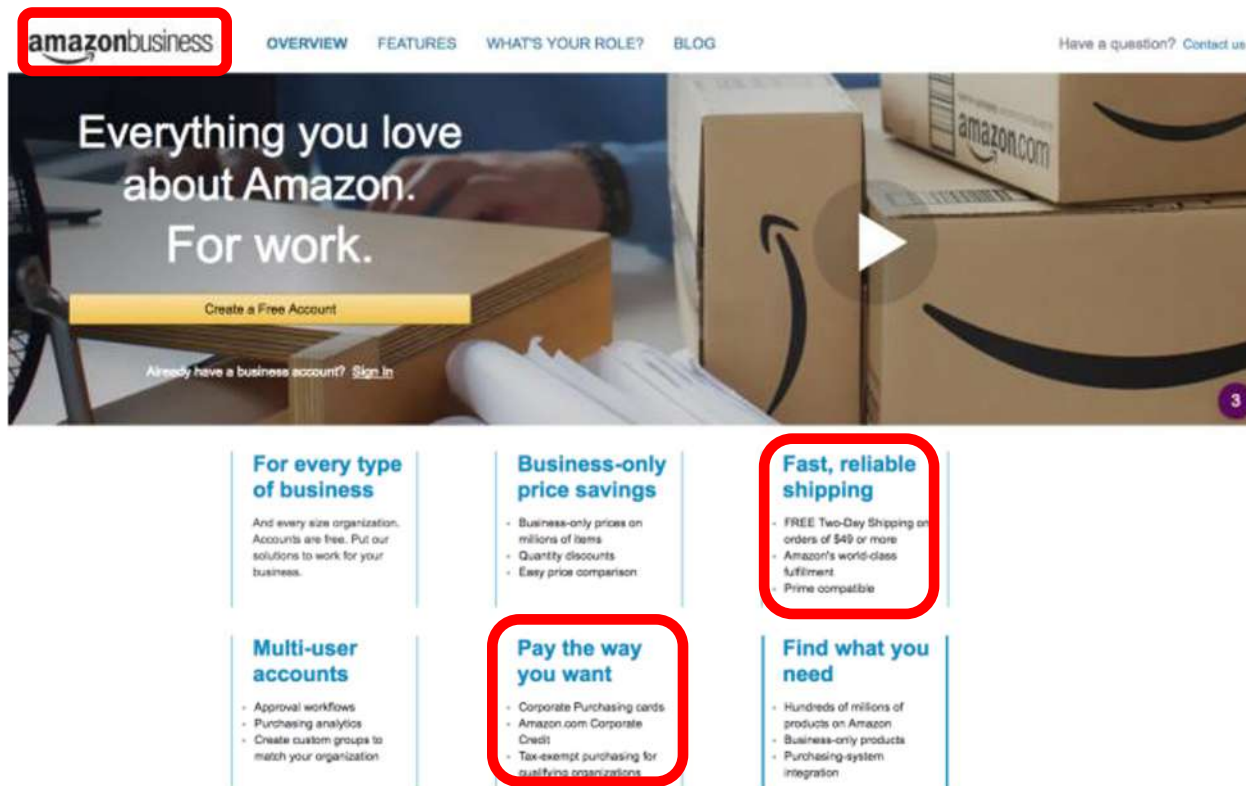
AMAZON: CONSELHOS SOBRE COMÉRCIO INTERNACIONAL.

amazon global selling

Selling internationally
with Amazon



O SALTO PARA B2B: AMAZON BUSINESS



The screenshot shows the Amazon Business homepage. The 'amazonbusiness' logo is highlighted with a red box. The main banner features the text 'Everything you love about Amazon. For work.' with a 'Create a Free Account' button and a 'Sign In' link. Below the banner, there are six feature cards. The 'Fast, reliable shipping' card and the 'Pay the way you want' card are highlighted with red boxes. A small '3' in a circle is visible in the bottom right corner of the banner image.

amazonbusiness OVERVIEW FEATURES WHAT'S YOUR ROLE? BLOG Have a question? Contact us

Everything you love about Amazon. For work.

Create a Free Account

Already have a business account? [Sign In](#)

For every type of business

And every size organization. Accounts are free. Put our solutions to work for your business.

Business-only price savings

- Business-only prices on millions of items
- Quantity discounts
- Easy price comparison

Fast, reliable shipping

- FREE Two-Day Shipping on orders of \$49 or more
- Amazon's world-class fulfillment
- Prime compatible

Multi-user accounts

- Approval workflows
- Purchasing analytics
- Create custom groups to match your organization

Pay the way you want

- Corporate Purchasing cards
- Amazon.com Corporate Credit
- Tax-exempt purchasing for qualified organizations

Find what you need

- Hundreds of millions of products on Amazon
- Business-only products
- Purchasing-system integration

ALGUNS DOS PRINCIPAIS MERCADOS GLOBAIS

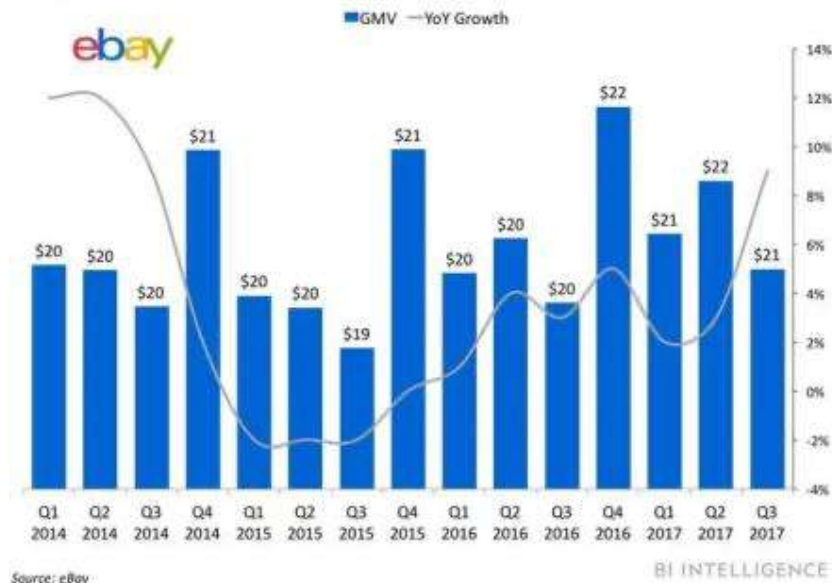


EBAY:



EBAY:

eBay Global Gross Merchandise Volume
In billions



OUTROS MERCADOS VERTICAIS E HORIZONTAIS



EBAY:

Más de
2,5
millones de
compradores

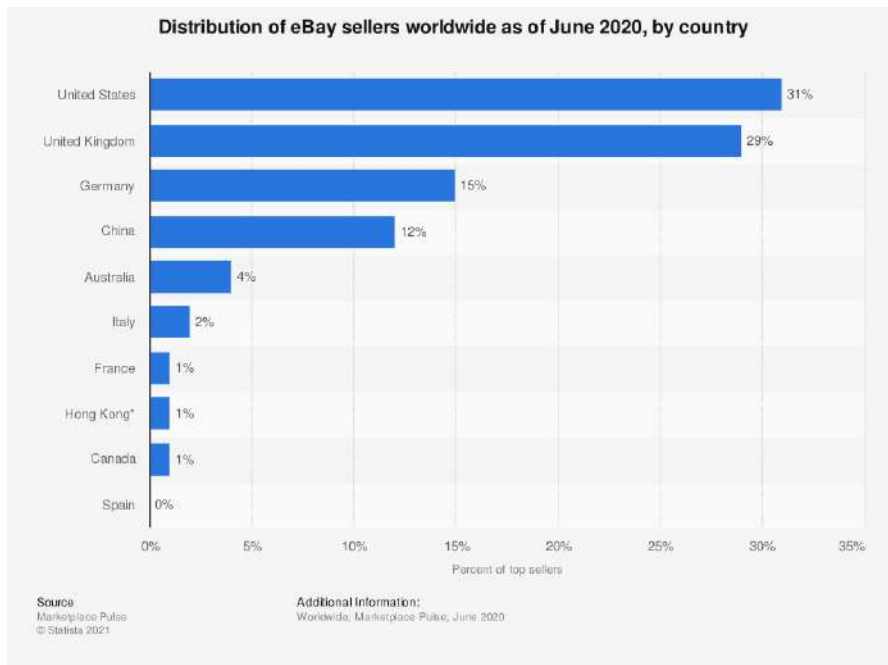
Más de
54
millones
de artículos
vendidos

Más de
10mil
vendedores

63%
exportación

180
mercados internacionales alcanzados por los
vendedores españoles

EBAY:



EBAY:



California Motorcycles

Crecimiento anual ventas
online +30%

"Estar en eBay es como
tener tienda en cada pueblo
de Europa"



Due Home

Exportaciones a Francia,
Alemania, UK, Italia y Portugal

"eBay no compite contra ti, al
contrario, te ayuda a crecer"

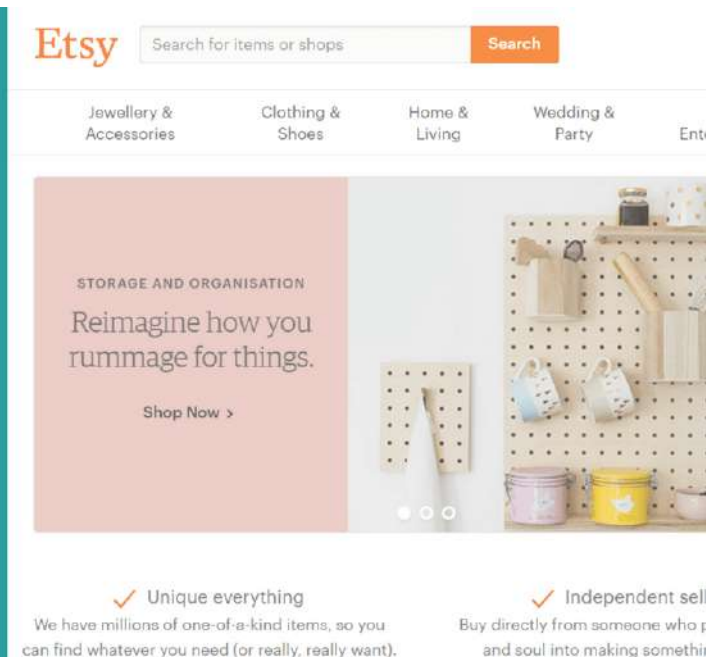
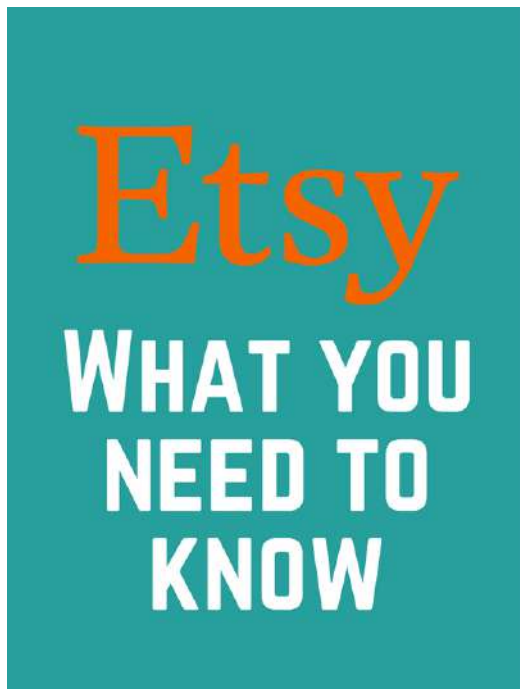


The Shop Gamer

+5K artículos y +8,6K
valoraciones positivas

"Queríamos estar donde está
la gente, por eso abrimos
nuestra tienda en eBay"

ETSY:

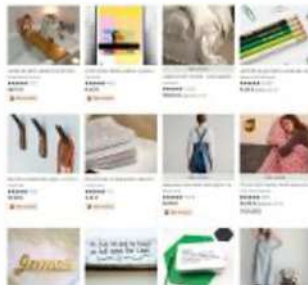


ETSY:

Etsy apenas vende artigos que são feitos à mão, ou fabricados à mão, com a concepção e encomenda de um artesão criativo, utilizando métodos de produção artesanal.

Etsy permitir-lhe-á publicar criações em qualquer um dos seus sites e será responsável pela gestão das transacções derivadas das suas vendas em linha.

Este mercado B2C recebe mais de 33 milhões de visitas por mês.



Joalheria

Moda

Início

Eventos

Brinquedos e Lazer

Arte

Ferramentas

Clássico

CATEGORIAS PRINCIPAIS

| CATEGORIA DE PRODUTO | MARKETPLACES | VISITAS / MÊS |
|-----------------------|--------------|---------------|
| Geral | 77 | 15.8B |
| Moda | 22 | 431.7M |
| Electrónica | 5 | 289.3M |
| Início | 6 | 192.9M |
| Livros | 5 | 44.3M |
| Arte | 3 | 279.0M |
| Música | 2 | 73.3M |
| Velhos ítems & Móveis | 2 | 5.1M |
| Música | 1 | 15.4M |
| Armas | 1 | 11.2M |
| Brinquedos | 1 | 3.7M |

| NOME | CONTRIBUIÇÃO | TIPO |
|------------------------------------|--------------------|-------|
| 21 Food&Beverage Online | China/Global | B2B2C |
| Agrelma | Global/Itália | B2B |
| Agro Comércio | Global/Korea | B2B |
| Agroterra | Europa/Espanha | B2B |
| Melhores Importadores de Alimentos | Europa/Reino Unido | B2B |
| Carré de Boeuf | Europa/França | B2B2C |
| Claire Global | Global/Espanha | B2B2C |

| NOME | CONTRIBUIÇÃO | VISITAS / MÊS |
|---------------|---------------------|---------------|
| Melhor compra | EUA, Canadá, México | 229.3M |
| Newegg | EUA, Canadá | 32.4M |
| G2A.com | Global | 13.6M |
| digitec | Suíça | 8.1M |
| JOGO | REINO UNIDO | 5.8M |

O GRUPO VIRTUALEXPO É UM LÍDER MUNDIAL NO MERCADO DE GERAÇÃO DE LEADS B2B ONLINE.

Dirige-se a uma audiência internacional de compradores, fabricantes e distribuidores através das suas seis plataformas B2B em diferentes sectores:



Dá às empresas e aos compradores de todos os tamanhos acesso a um milhão de produtos específicos num único local.

Graças às ferramentas SEO e sites especializados em 9 línguas, atrai milhões de compradores, fabricantes e distribuidores em linha e permite atrair tráfego para o site do vendedor

Os fabricantes podem atingir os seus objectivos comerciais ao exporem connosco os seus produtos para oportunidades de vendas, visibilidade internacional, construção de marcas, redes de vendas e resultados mensuráveis.

Fornece aos revendedores as ferramentas para receber leads de vendas, bem como a capacidade de criar uma VirtualStore, serviço de alojamento de websites e rede de revendedores para uma maior visibilidade online e geração de leads

DirectIndustry fornece soluções chave na mão para impulsionar o seu negócio

resultados



LÍDER EN VENTAS

Reciba clientes potenciales de compradores serios directamente en su bandeja de entrada.



VISIBILIDAD INTERNACIONAL

Llegue a mercados internacionales con visibilidad en 9 idiomas.



EDIFICIO DE MARCA

Construya su marca junto con otros fabricantes de calidad.



PRESENCIA WEB MEJORADA

Aumente el tráfico a su sitio web y mejore su SEO.

INDUSTRIA

DirectIndustry es una herramienta de abastecimiento líder para compradores, gerentes de producción, gerentes de mantenimiento e ingenieros consultores.

Fabricantes de **13K +**
472K + Productos
2,2 millones de compradores
3,1 millones de visitas / mes

| Países | Enfoque | Sector | Tráfego mensal | Taxa mensal | Taxa variável | Tipo de vendedores |
|----------------------|---------|------------|----------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|
| Global, maily Europa | B2B | Industrial | 1,2 moinho | Primeiros 3 meses 450 euros | Negociação directa | Produtores |



Thomas

Marketplace B2b Norteamericano

Industrial - Global - EEUU - B2B

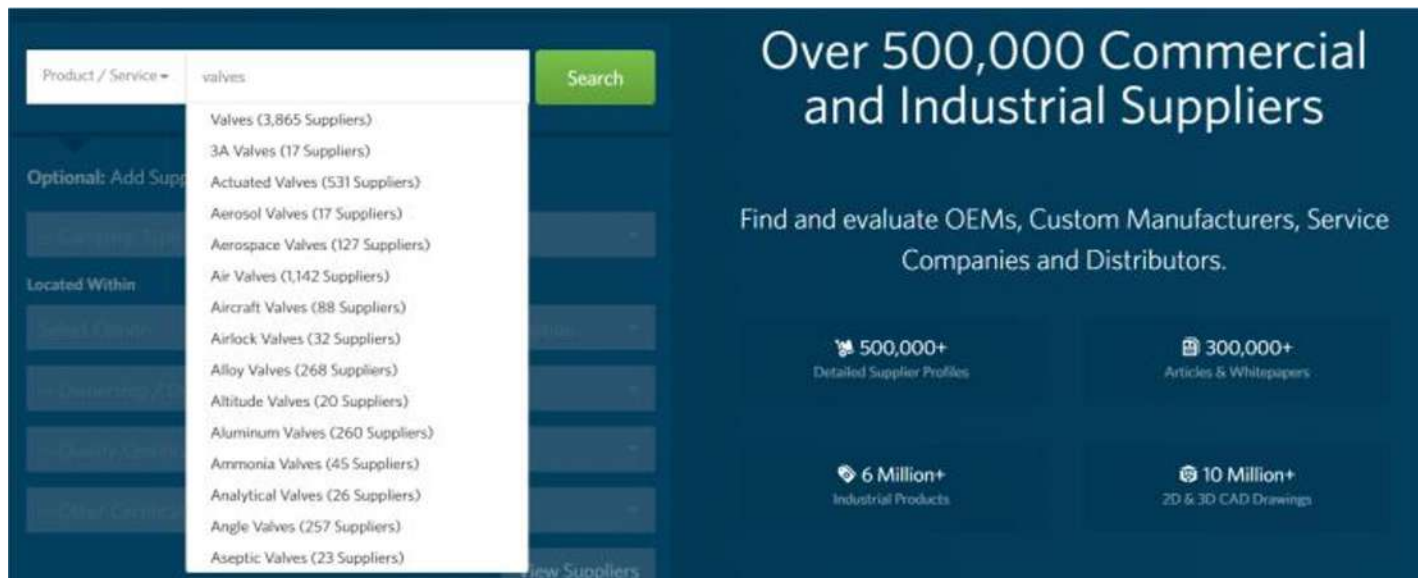
Thomas tem servido como a principal plataforma industrial de aprovisionamento e potência de marketing da América do Norte. Destina-se a profissionais de ambos os lados do processo de compra industrial para criar soluções que informem, apoiem e capacitem a indústria.

| Tráfego mensal | Taxa mensal | Custo variável - taxa variável | Tipo de vendedores |
|----------------|--|---------------------------------------|-----------------------------|
| 1,9 moinho | Depende da inscrição: 100\$ - 1.000\$ | Depende da inscrição: 94\$ - 300\$ | Produtores e distribuidores |

| Visitas dic. 2020 | Visitantes únicos dic. 2020 | Páginas / Visita dic. 2020 | Duración media de visita dic. 2020 | Porcentaje de rebote dic. 2020 |
|---|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| 1,9 M -5,9 % | 1,5 M -2,01 % | 2,73 +4,09 % | 07:53 +1,07 % | 68,75 % +0,54 % |
| <div> <div>Todos los dispositivos</div> <div>Escritorio</div> <div>Móvil</div> </div> | | | | |
| Estados Unidos | 69,91 % | 1,3 M | 52,18 % | 47,82 % |
| India | 6,73 % | 129,2 K | 47,93 % | 52,07 % |
| Canadá | 4,25 % | 81,7 K | 46,34 % | 53,66 % |
| Reino Unido | 2,66 % | 51,1 K | 51,90 % | 48,10 % |
| Filipinas | 1,63 % | 31,2 K | 42,05 % | 57,95 % |



A plataforma está dividida em produtos e catálogos, com 17 categorias principais:



The screenshot shows the Thomas for Industry website interface. On the left, there's a sidebar with filters like 'Optional: Add Suppliers', 'Located Within', and 'Product / Service'. The main search bar has 'valves' entered, and a dropdown menu lists various valve types with their respective supplier counts. On the right, a large banner reads 'Over 500,000 Commercial and Industrial Suppliers' and 'Find and evaluate OEMs, Custom Manufacturers, Service Companies and Distributors.' Below this, four statistics are displayed: 500,000+ Detailed Supplier Profiles, 300,000+ Articles & Whitepapers, 6 Million+ Industrial Products, and 10 Million+ 2D & 3D CAD Drawings.

Product / Service ▼ valves **Search**

- Valves (3,865 Suppliers)
- 3A Valves (17 Suppliers)
- Actuated Valves (531 Suppliers)
- Aerosol Valves (17 Suppliers)
- Aerospace Valves (127 Suppliers)
- Air Valves (1,142 Suppliers)
- Aircraft Valves (88 Suppliers)
- Airlock Valves (32 Suppliers)
- Alloy Valves (268 Suppliers)
- Altitude Valves (20 Suppliers)
- Aluminum Valves (260 Suppliers)
- Ammonia Valves (45 Suppliers)
- Analytical Valves (26 Suppliers)
- Angle Valves (257 Suppliers)
- Aseptic Valves (23 Suppliers)

Optional: Add Suppliers

Located Within

Over 500,000 Commercial and Industrial Suppliers

Find and evaluate OEMs, Custom Manufacturers, Service Companies and Distributors.

- 500,000+ Detailed Supplier Profiles
- 300,000+ Articles & Whitepapers
- 6 Million+ Industrial Products
- 10 Million+ 2D & 3D CAD Drawings

A pandemia forçou reuniões presenciais a serem remarcadas ou adaptadas contra o relógio tanto em 2020 como no início de 2021 à escala da Atracção de Frutas, Alimentaria, Atracção de Carne ou Seafood Expo Global/Seafood Processing Global, e a capacidade de adaptação foi posta à prova do sector.

O primeiro caso em grande escala em que a eficácia das reuniões virtuais foi testada foi na feira Fruit Attraction, na qual a plataforma Live Connect permitiu o acesso à agenda, conferências em streaming, networking, videochamadas e chats entre os participantes, com base em recomendações feitas com inteligência artificial.



IMPACTO COVID-19: A CONVERSÃO DAS FEIRAS TRADICIONAIS EM PLATAFORMAS VIRTUAIS. O CASO DO SECTOR AGRO-ALIMENTAR.



IMPACTO COVID-19: A CONVERSÃO DAS FEIRAS TRADICIONAIS EM PLATAFORMAS VIRTUAIS. O CASO DO SECTOR AGRO-ALIMENTAR.



IMPACTO COVID-19: A CONVERSÃO DAS FEIRAS TRADICIONAIS EM PLATAFORMAS VIRTUAIS. O CASO DO SECTOR AGRO-ALIMENTAR.



"O mundo digital abriu um mundo de oportunidades e novas formas de trabalho para nós que todos temos de começar a trabalhar e criar uma cultura de digitalização para acompanhar o processo de digitalização do sector agro-alimentar".

"É necessário criar muita cultura, abrir o caminho e forçar porque, hoje, com tudo o que evoluiu e evoluiu digitalmente em oito meses, o que ia acontecer naturalmente em oito anos, uma proposta já não faz sentido justo que esteja totalmente cara a cara".

IMPACTO COVID-19: A CONVERSÃO DAS FEIRAS TRADICIONAIS EM PLATAFORMAS VIRTUAIS. O CASO DO SECTOR AGRO-ALIMENTAR.



Quanto ao futuro das feiras agro-alimentares enquanto o coronavírus é uma realidade, consideram que ainda é difícil fazer uma avaliação global das digitais, mas reconhecem que "temos de ter em mente que neste momento tudo está centrado na virtualidade e na presença online, E também não podemos esquecer isto".

"O futuro do sector da feira continuará a ser jogado por eventos físicos, que são insubstituíveis, mas agora poderão atingir um público internacional muito mais vasto graças à implementação de plataformas digitais", que oferecem possibilidades "múltiplas e a longo prazo".

Fonte: Plataforma Terra