Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Primeros pasos en e-commerce y marketplaces

Lima, 05 de octubre de 2022

Daniel Jimenez Hausdorf

Ingeniero comercial / Magister en marketing

CCO LAP Marketplace

djimenez@lapmarketplace.com

Índice

1 Presentación y Contexto

Historia

"Conectar a latinoamérica con el mundo democratizando sus exportaciones"

2013

lap Import

www.lapimport.com

"Construir marcas latinas en EE.UU."

+800

Puntos de venta

- Supermercados
- Grandes Tiendas

2017

lap marketplace

www.lapmarketplace.com

"A través de tecnología llevamos marcas de LATAM a marketplaces globales'"

+350

Empresas en e-commerce globales

Nosotros

Desde el año 2017 somos el puente para que marcas latinoamericanas puedan vender e internacionalizar sus productos vía marketplaces globales.

+ 350 clientes

50 empleados

GMV: $10MM

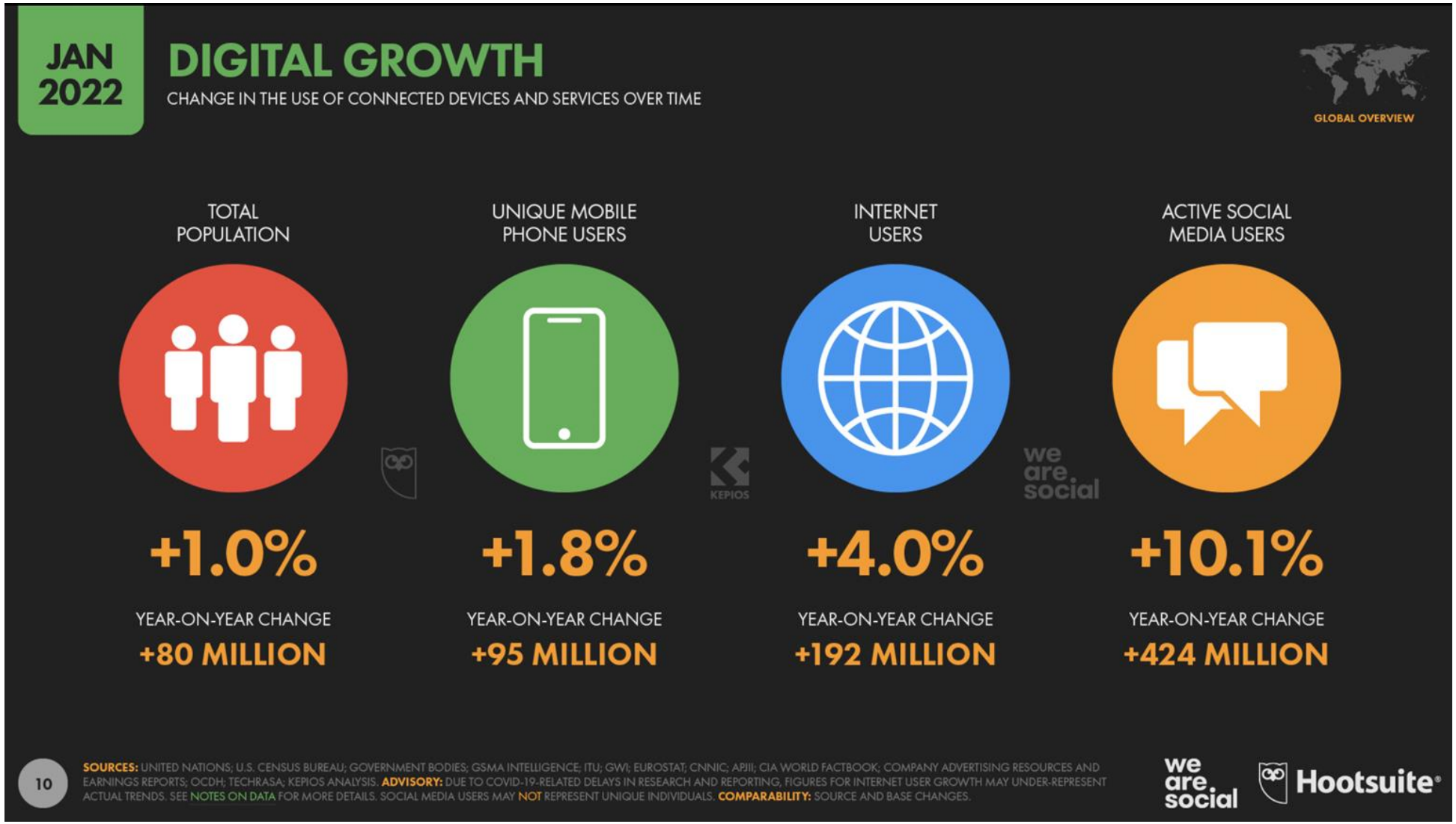
Clientes Actuales & Partners

Nuestro Equipo

+50 profesionales comprometidos con un propósito

2 Tendencias globales del e-commerce

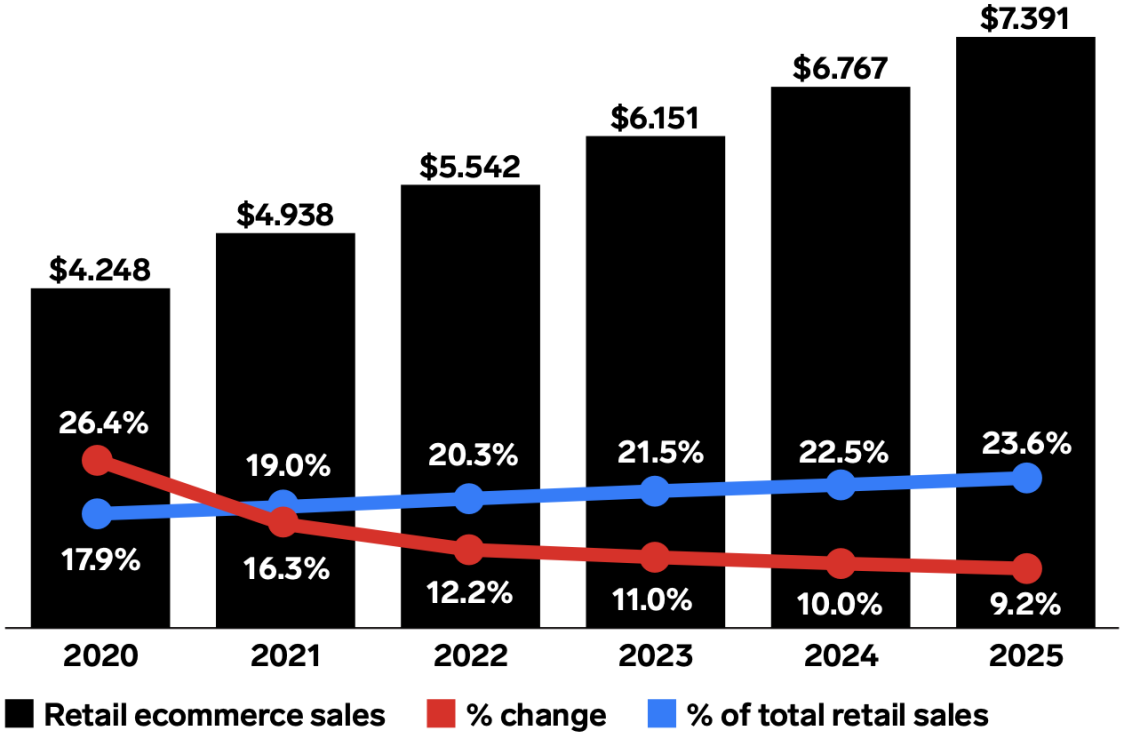
E-commerce global



Tendencias e-commerce

Las ventas de E-commerce globales alcanzarán $7.4 Trilliones en 2025

El 2025 el e-commerce representará un 24% de las ventas totales de retail

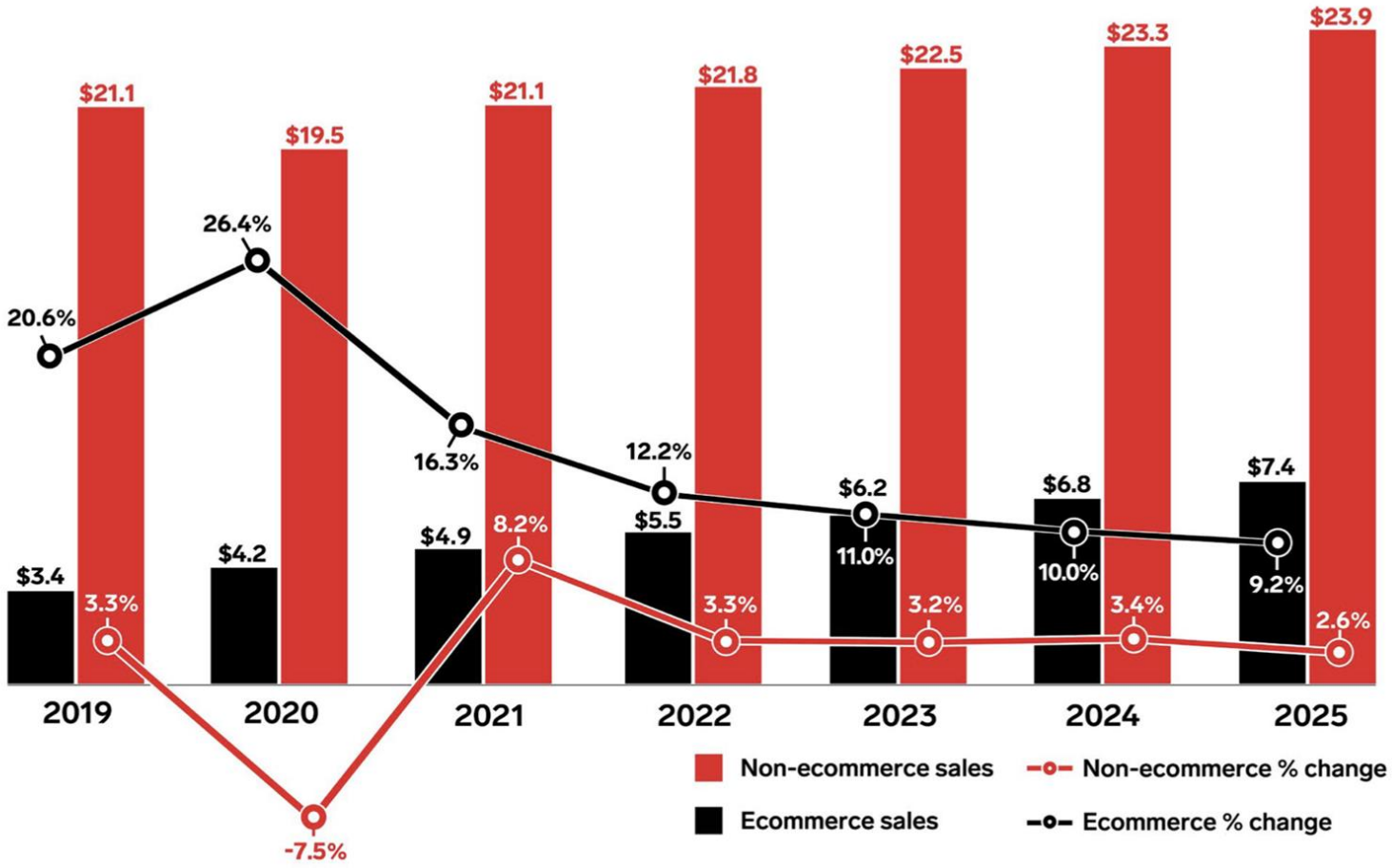


Retail Físico vs. Digital

La pandemia potenció las ventas de e-commerce en desmedro del retail físico

Se estima que el e-commerce seguirá creciendo a tasas x3 respecto al retail físico

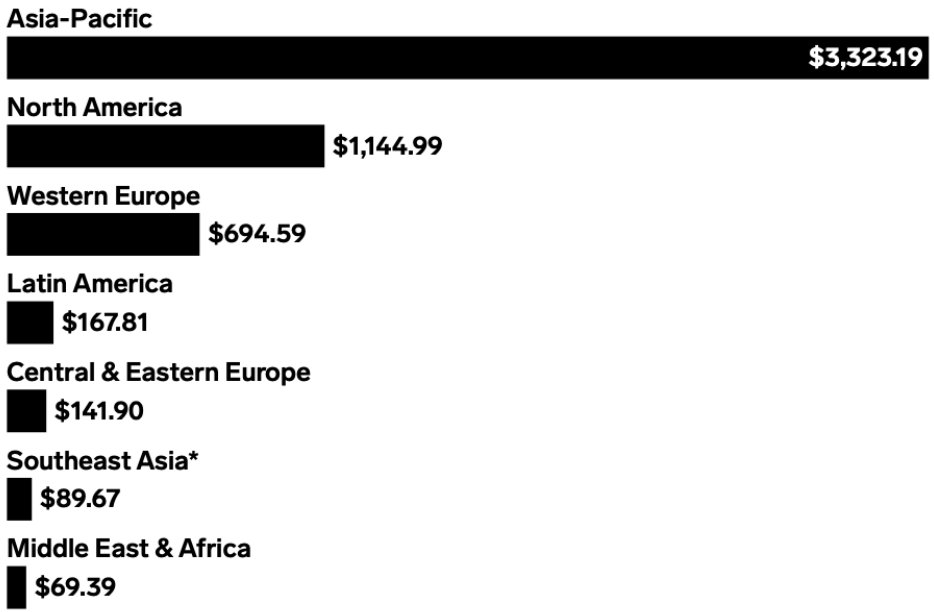
Worldwide Retail Ecommerce vs. Non-Ecommerce Sales, 2019-2025
trillions and % change



¿Cómo se mueve LATAM?

Retail Ecommerce Sales Worldwide, by Region, 2022

billions

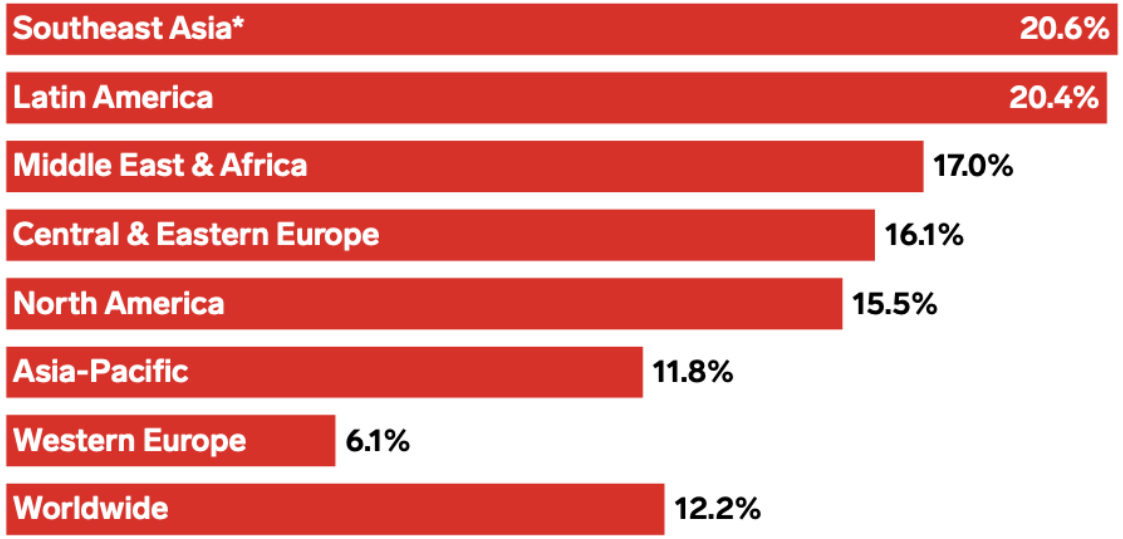


*Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales; *Southeast Asia is a subset of Asia-Pacific and the Southeast Asia figures are also included in the Asia-Pacific totals*
Source: eMarketer, Jan 2022

272442 eMarketer | InsiderIntelligence.com

Retail Ecommerce Sales Growth Worldwide, by Region, 2022

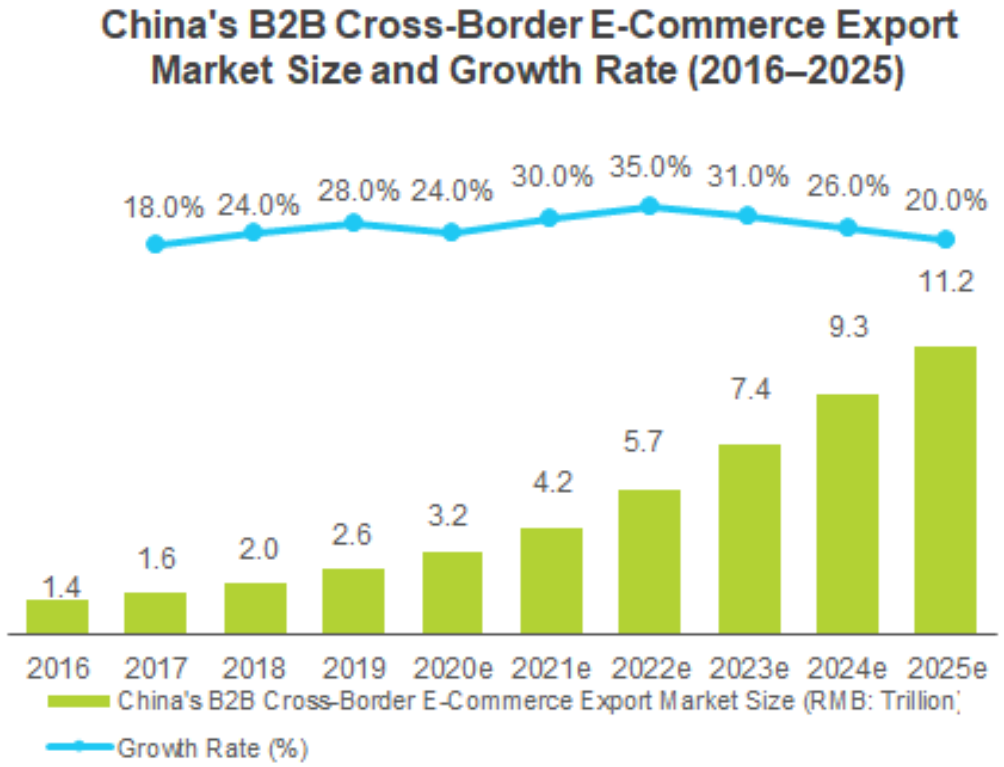
% change



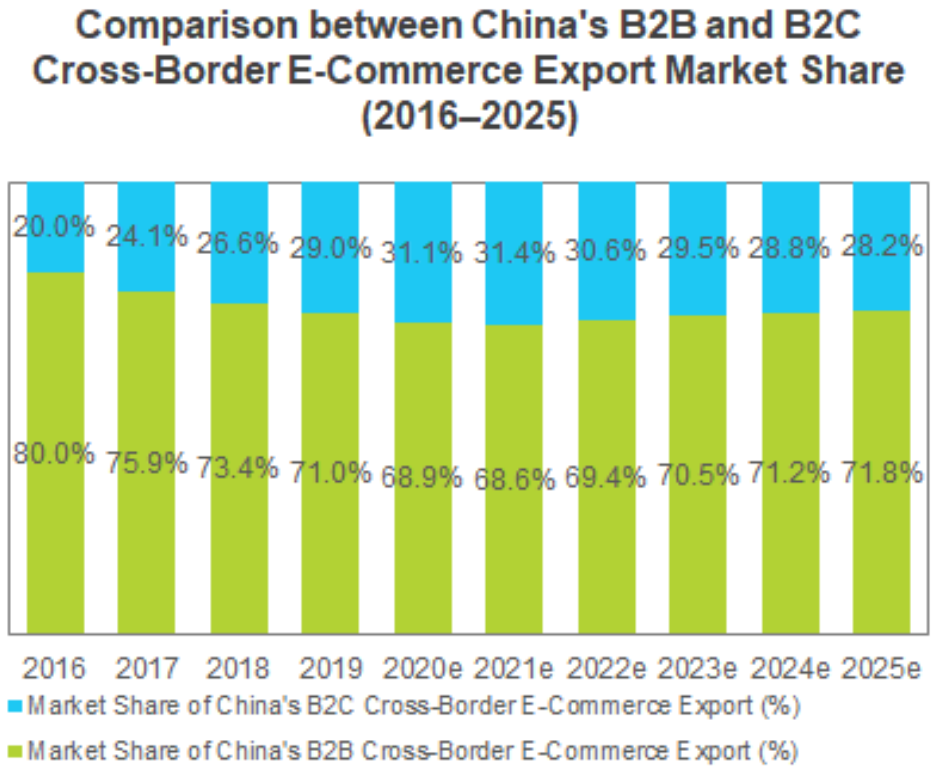
*Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales; *Southeast Asia is a subset of Asia-Pacific and the Southeast Asia figures are also included in the Asia-Pacific totals*
Source: eMarketer, Jan 2022

272410 eMarketer | InsiderIntelligence.com

Cross-border E-commerce B2B



Notes: 1. The statistical scope of B2B cross-border e-commerce export size includes information matchmaking and online trasaction size; 2. All historical scale data and forecast scale data listed in the report are rounded (note: correct to one decimal place if the difference is less than 1); the growth rate is calculated based on accurate numeric values.
Source: iResearch Consulting Group.



Source: iResearch Consulting Group.

Cross-border E-commerce B2C

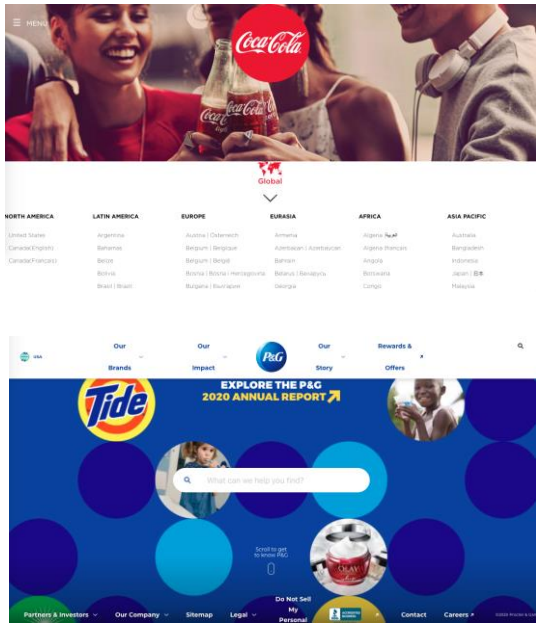
El año 2021 el cross-border e-commerce representó un 15% de las ventas globales de e-commerce

Se estima que en 2022-2030 crecerá a tasas del 27% promedio, comparado con el e-commerce No CB que crecerá a un 10%

3 Canales de venta digitales

Canales de venta

Ecommerce propio - Página Web



Marketplace

amazon

ebay

Etsy

Tiendas Especializadas

E-commerce propio - Página Web

Pros

- Muy útil para mostrar todo tu catálogo de productos.
- Para que los consumidores los conozcan y les puedan hacer preguntas.
- Útil para conocer toda la variedad de productos de su catálogo.
- Habla de la seriedad de la empresa.
- Mucho espacio para hablar de ustedes y de su historia, beneficios de los productos, etc.
- Buena oportunidad de venta.

Contra

- El tráfico de potenciales clientes es bajo y MUY CARO de atraer.
- Es caro crear una página web y tedioso, necesitas programados, crear logística de envíos, etc.

Ejemplo:
nike.com

Marketplace

Pros

- Acceso a millones de potenciales clientes que buscan mi producto.
- Bajo costo de acceder a gran tráfico.
- Acceso a preguntas y respuestas por parte de los clientes.
- Respaldo de seguridad de pago para los clientes.
- Suficiente espacio para hablar de las bondades de su producto y su marca.
- Opción más eficiente de internacionalizar tus productos

Contra

- Muy fácil comparar precios y competidores.
- El espacio en la góndola virtual no siempre es el más óptimo, depende mucho del plan que contraten o los algoritmos de búsqueda.
- Involucra costos.

Ejemplo: Amazon.com

Tiendas especializadas

Pros

- Acceso a los clientes de la página.
- La tienda en general te compra el producto en formato mayorista o a consignación.
- Respaldo de seguridad de pago para los clientes.

Contra

- No eliges cómo presentar tus productos ya que es decisión de la tienda.
- No es fácil entrar a este tipo de tiendas, debe ser un producto muy atractivo para el nicho de clientes.
- Hay un margen que va para la tienda.

Ejemplo: wines.com

Recomendaciones

1. En la medida de lo posible tengan su propia página web, para que el cliente si quiere hacer un cross-check, sepa que son una empresa seria y respaldada.

2. En su propia página web probablemente van a vender un 10% de lo que pueden vender en los marketplace ya existentes.

3. Si no tienen los medios para hacer una buena página web, empiecen directamente en los Marketplace existentes.

LOS MARKETPLACE EXISTENTES SON SUFICIENTEMENTE BUENOS.

Prueben e iteren constantemente.

Problema

Actualmente las empresas de distintas categorías, tamaños y zonas geográficas no están logrando implementar un modelo de e-commerce cross-border

X

4 E-commerce crossborder journey

LAP Customer Journey

PRE EXPORT | **ONBOARDING** | **GROWTH**

0. PRE EXPORT

Preparamos tus productos para ser exportados

1. BENCHMARKING & PRICING

Definimos precios y estrategia en las plataformas de E-commerce

2. MARKETPLACE ONBOARDING

- CONEXIÓN CON PARTNERS LOGÍSTICOS
- GESTIÓN DE ENVÍOS ON PLATFORM
- CROSS BORDER PARTNERS

Publicamos tus productos en marketplaces globales

A través de nuestra plataforma realizamos toda la gestión para mejorar la performance de tus productos en marketplaces globales

4 semanas promedio | **8 semanas promedio** | **Semana 12 →**

LAP Customer Journey

PRE EXPORT | **ONBOARDING** | **GROWTH**

0. PRE EXPORT

Preparamos tus productos para ser exportados

4 semanas promedio

CONEXIÓN CON PARTNERS LOGÍSTICOS

GESTIÓN DE ENVÍOS ON PLATFORM

CROSS BORDER PARTNERS

1. BENCHMARKING & PRICING

Definimos precios y estrategia en las plataformas de E-commerce

2. MARKETPLACE ONBOARDING

Publicamos tus productos en marketplaces globales

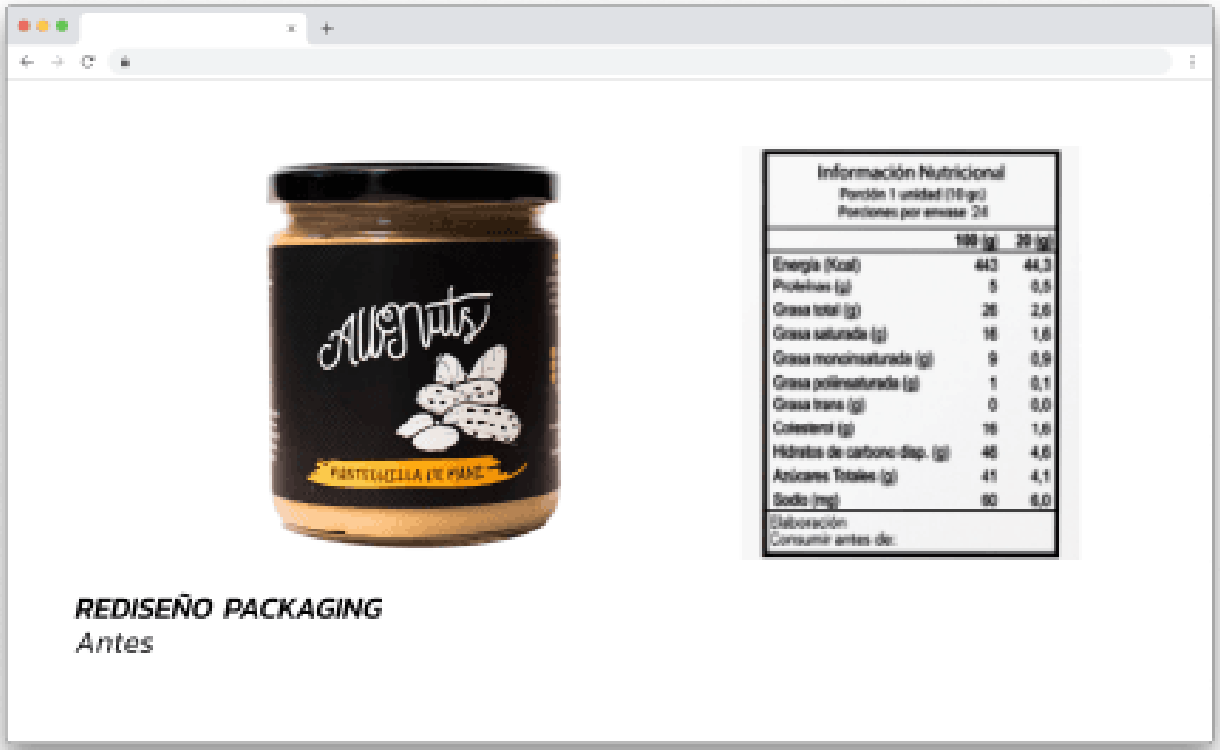
8 semanas promedio

A través de nuestra plataforma realizamos toda la gestión para mejorar la performance de tus productos en marketplaces globales

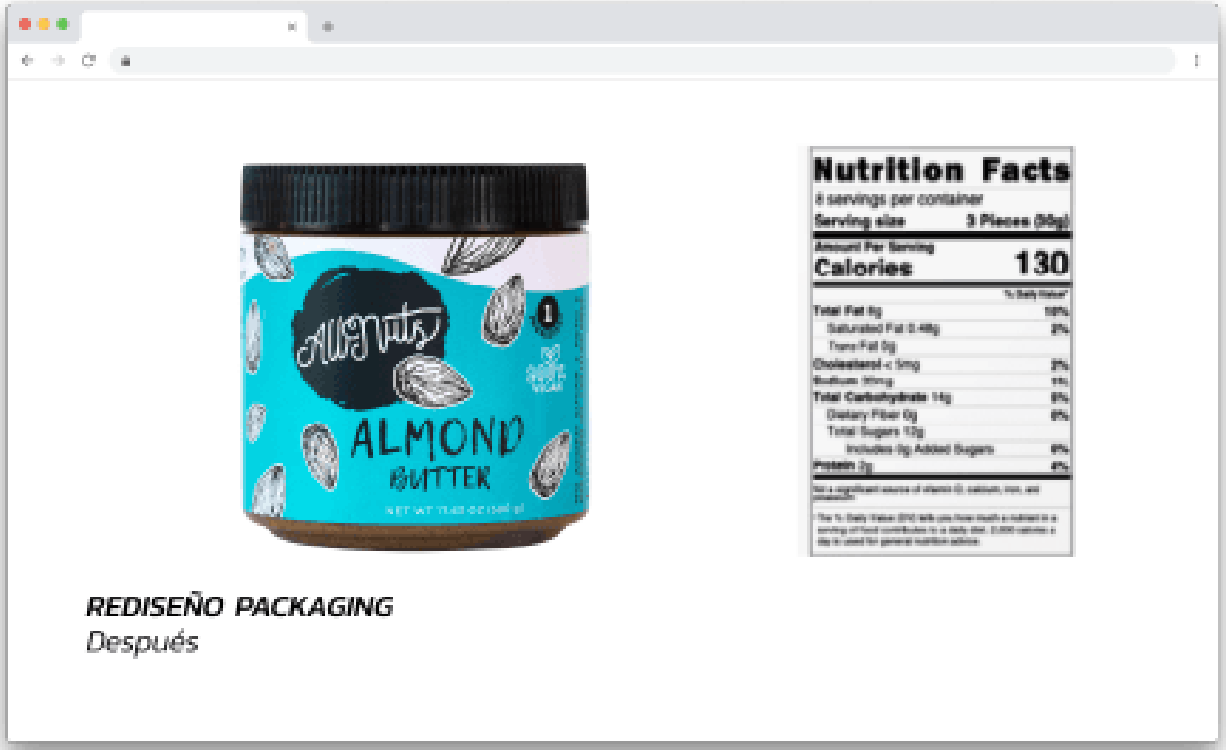
Semana 12 ⟶

LAP Customer Journey

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH



REDISEÑO PACKAGING
Antes

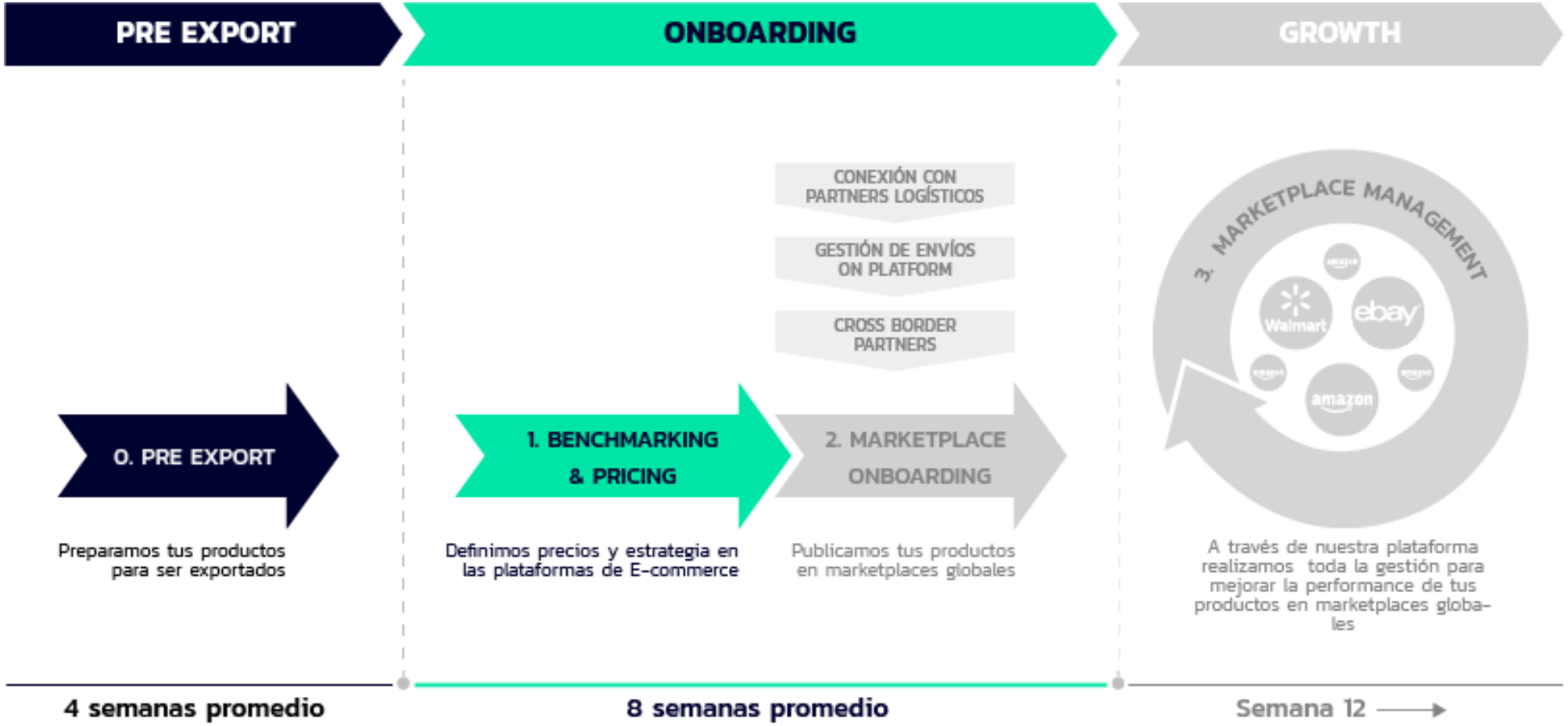


REDISEÑO PACKAGING
Después

- Registro o renovación FDA o UVA
- Requisitos de internación País
- Requisitos de Marketplaces
- Servicios de Packaging

LAP Customer Journey

Etapa 1: Benchmarking y pricing



LAP Customer Journey

Etapa 1: Benchmarking y pricing

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH

Search volume: N/A

TOTAL REVENUE	AVERAGE REVENUE	AVERAGE PRICE	AVERAGE BSR	AVERAGE REVIEWS
2.419.271 US$	54.983 US$	14 US$	33.705	4565

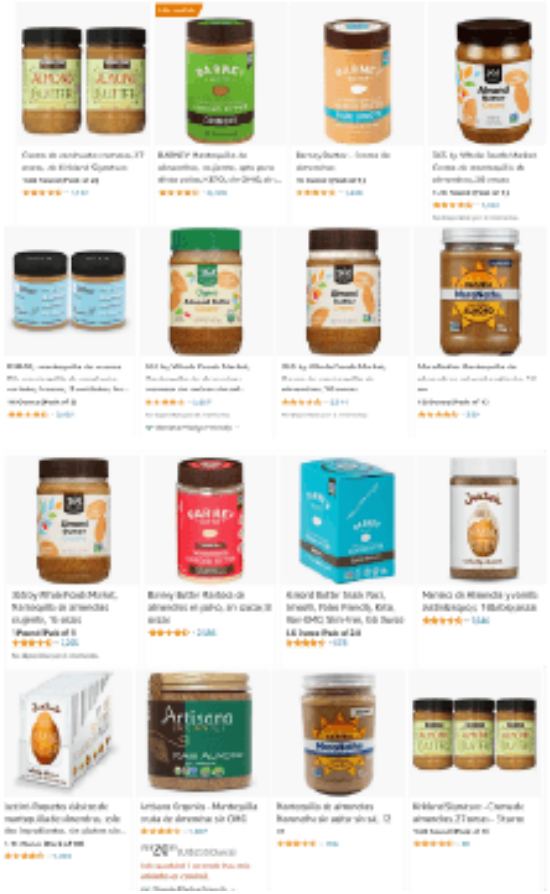
Rows Selected: 0 | Select 1-10 ASINs for additional options for analysis.

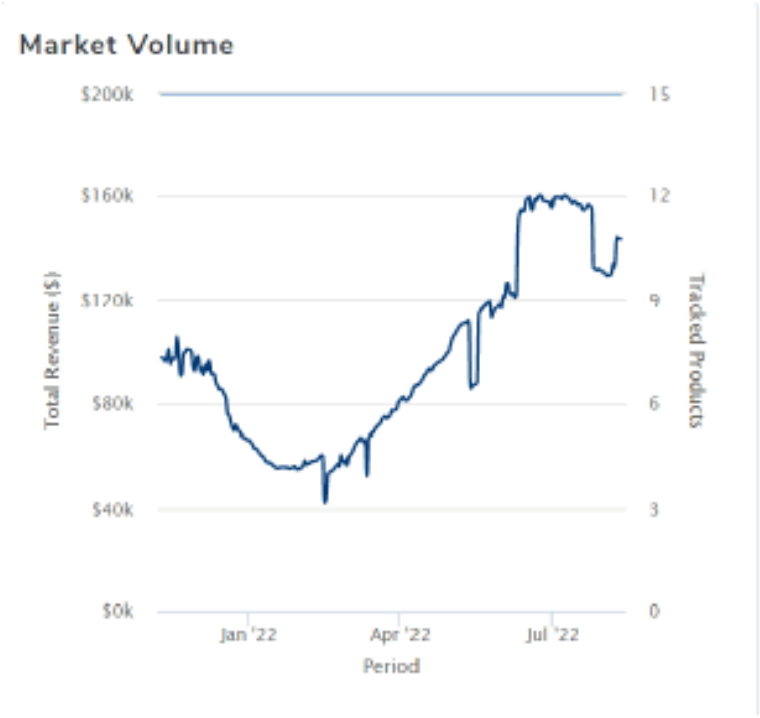
#	Product Details	ASIN	Brand	Price	Sales	Sales Graph	Revenue	BSR
1	SF Peter Pan Mantequilla de man...	B0B3HBMZWX	Peter Pan	41,74 US$	248		10.351,52	
2	SF Mantequilla de cacahuate cre...	B000RYC9GM	SKIPPY	4,79 US$	1271		6088,09	
3	SF Once Again Mantequilla de m...	B07WTQ3TJF	Once Again	16,49 US$	74		1220,26	
4	SF SKIPPY Mantequilla de maní, ...	B003ZWI61U	SKIPPY	5,79 US$	860		4979,40	
5	Skippy - Manteca de maní cremosa	B07Y944JQR	SKIPPY	17,96 US$	3154		56.645,84	
6	Justin's Mantequilla de maní de m...	B07DF1SJCD	Justin's	6,47 US$	4505		29.147,35	
7	SANTA CRUZ Mantequilla de ma...	B06XHZ5MXM	Santa Cruz O...	5,79 US$	8892		51.484,68	
8	Skippy Manteca de maní cremosa	B00LPCGCZQ	SKIPPY	10,20 US$	14.102		143.270,00	
9	Spread The Love NAKED Crema ...	B06ZXZ3JPZ	Spread The L...	13,99 US$	1791		25.056,09	
10	Justin's Mantequilla de maní clási...	B07DFWGHJP	Justin's	6,47 US$	6584		42.663,18	

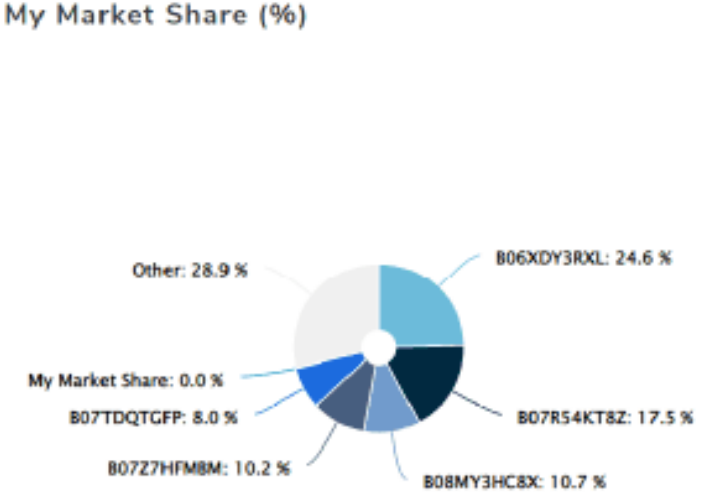
LAP Customer Journey

Etapa 1: Benchmarking y pricing

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH

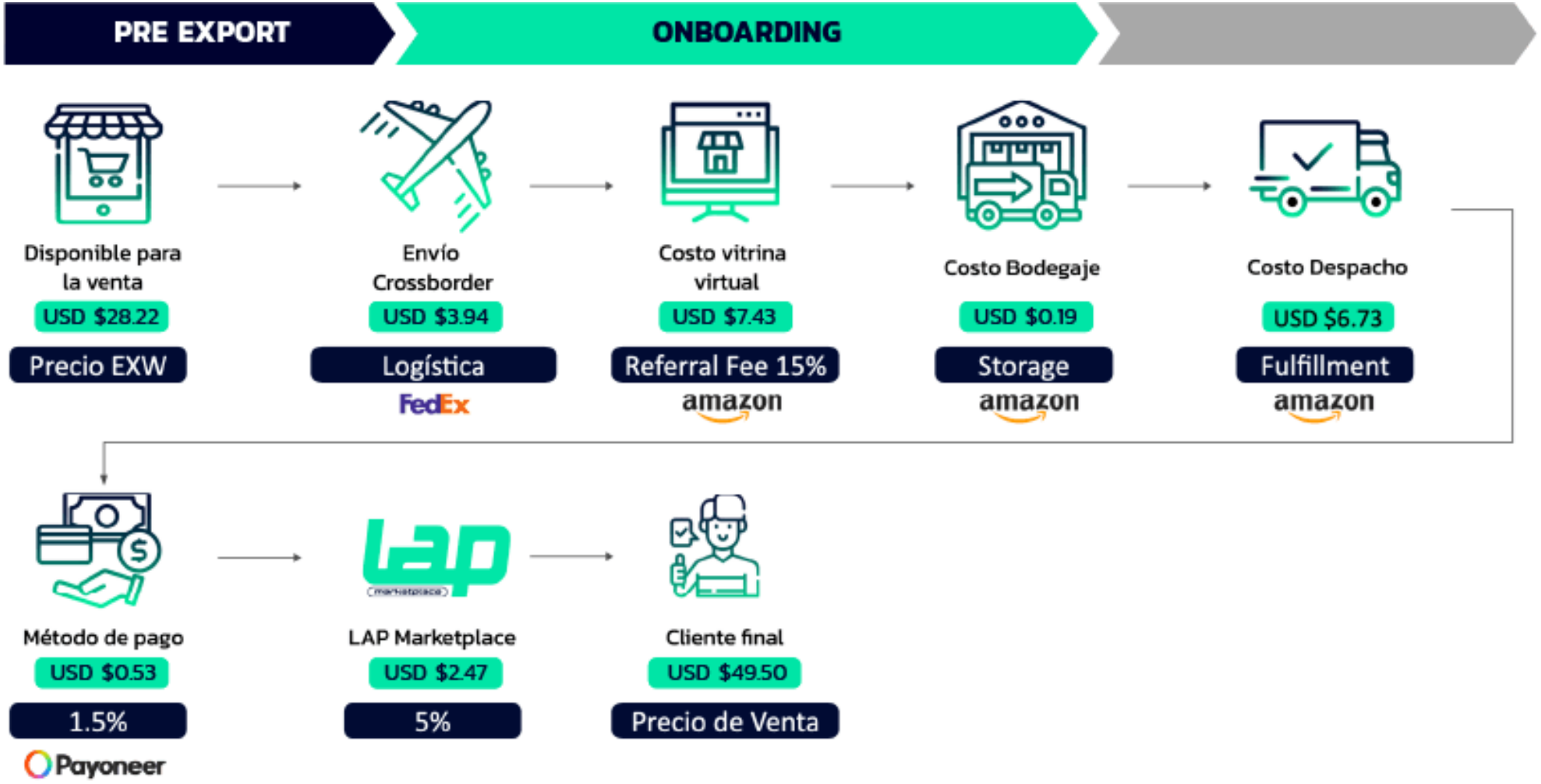






LAP Customer Journey

Etapa 1: Benchmarking y pricing



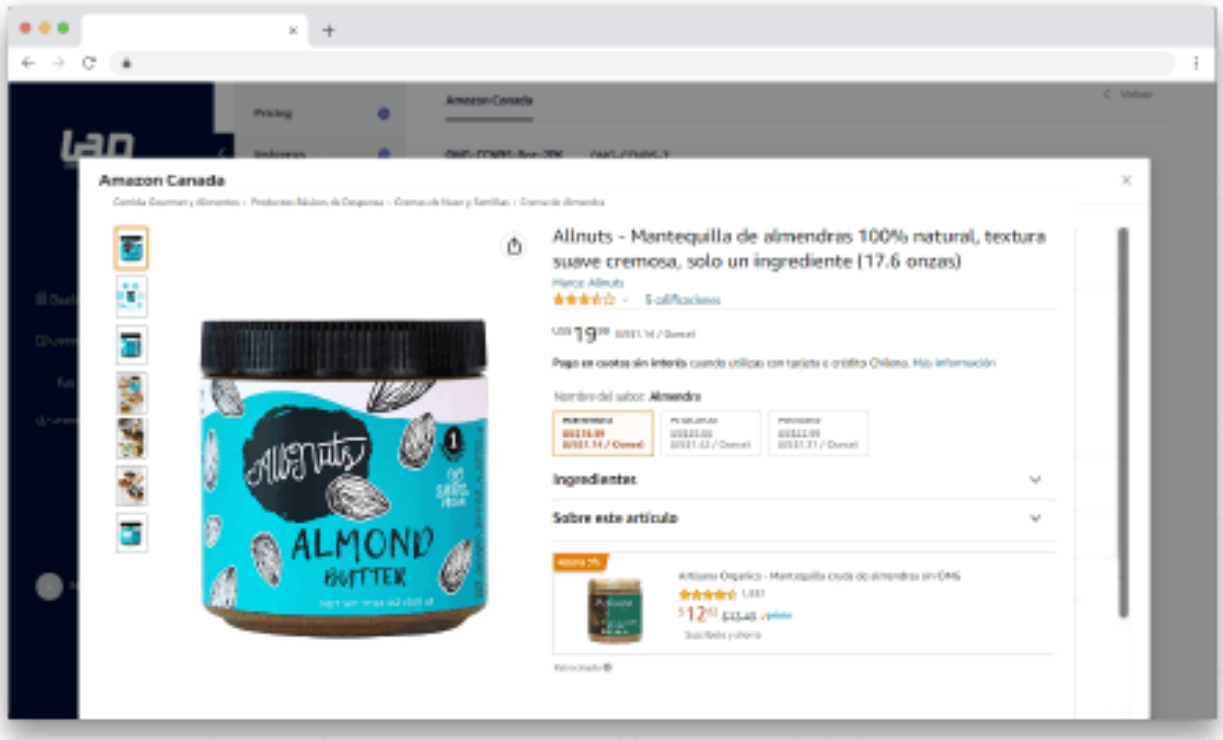
LAP Customer Journey

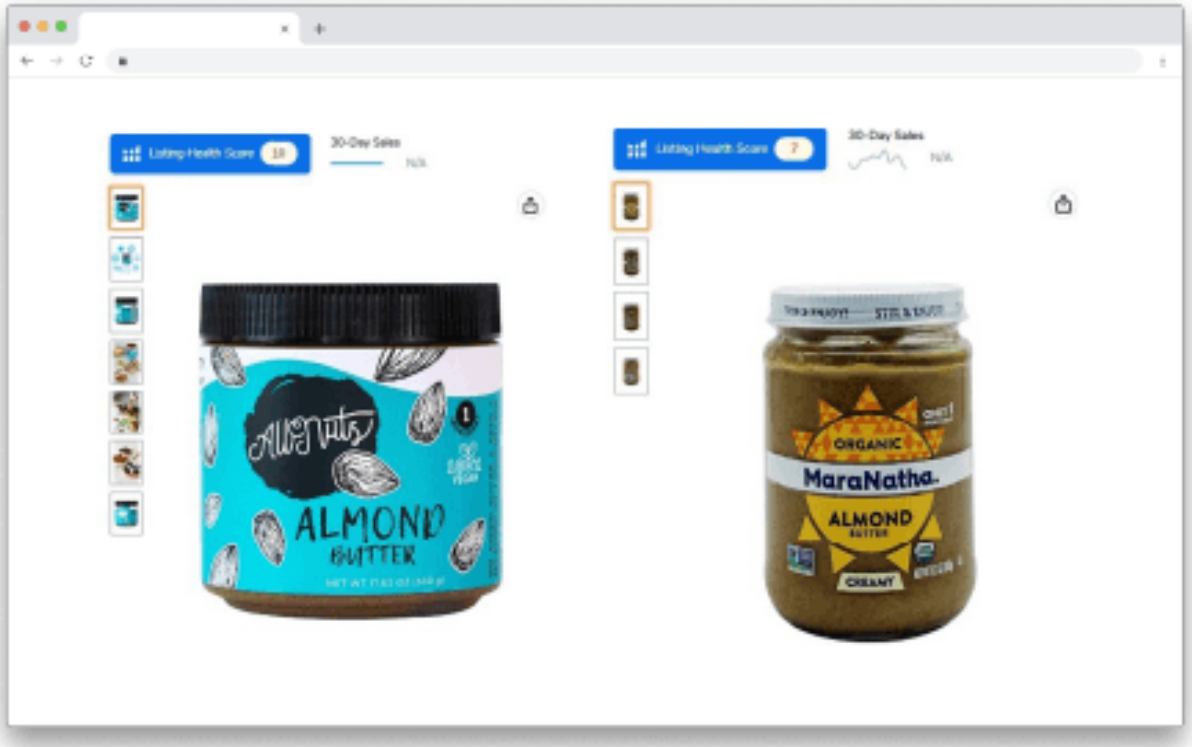
Etapa 2: Marketplace Onboarding

LAP Customer Journey

Etapa 2: Marketplace Onboarding

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH

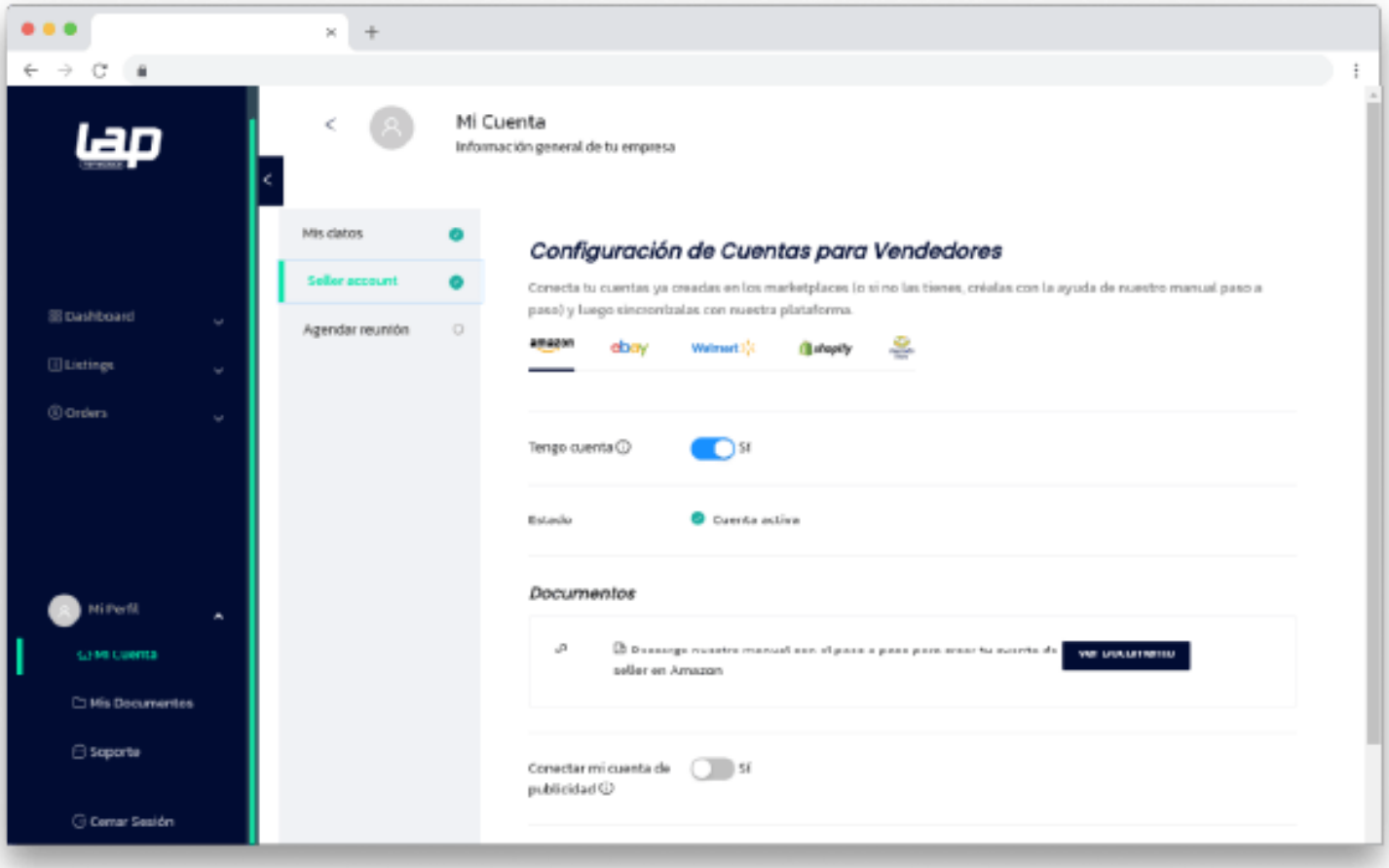




LAP Customer Journey

Etapa 2: Marketplace Onboarding

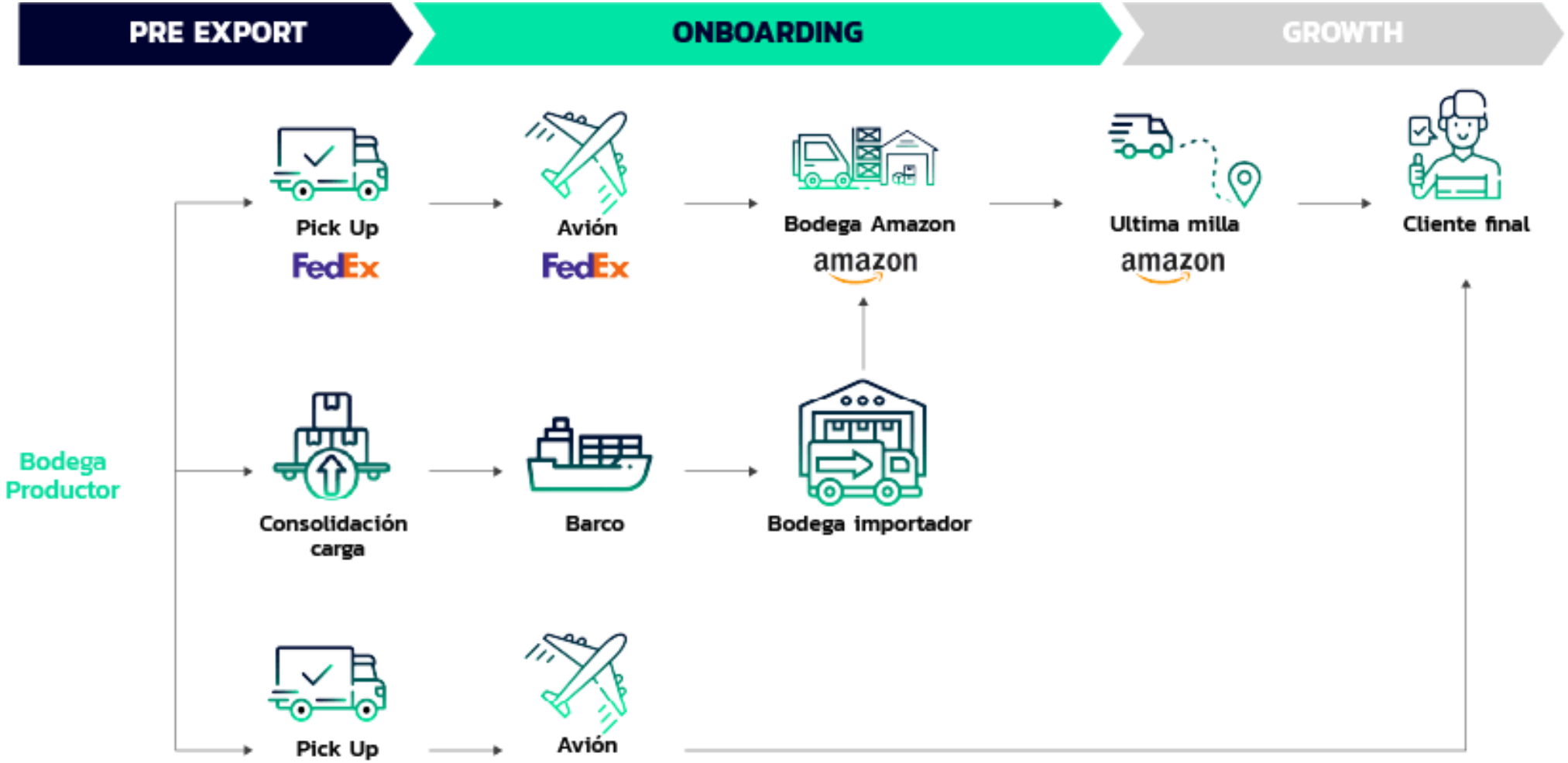
PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH



CONECTA Y SINCRONIZA TUS CUENTAS DE LOS MARKETPLACES CON NUESTRA PLATAFORMA

LAP Customer Journey

Etapa 2: Logística - E-commerce Crossborder



LAP Customer Journey

PRE EXPORT | **ONBOARDING** | **GROWTH**

0. PRE EXPORT

Preparamos tus productos para ser exportados

1. BENCHMARKING & PRICING

Definimos precios y estrategia en las plataformas de E-commerce

2. MARKETPLACE ONBOARDING

- CONEXIÓN CON PARTNERS LOGÍSTICOS
- GESTIÓN DE ENVÍOS ON PLATFORM
- CROSS BORDER PARTNERS

Publicamos tus productos en marketplaces globales

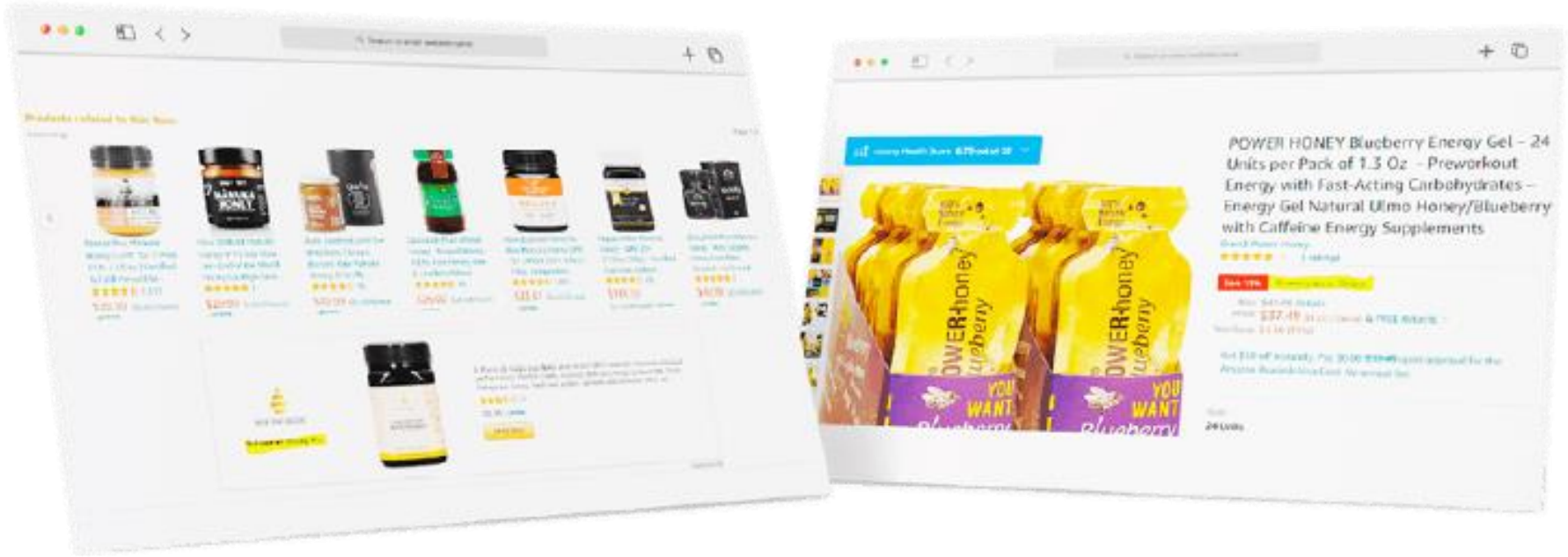
A través de nuestra plataforma realizamos toda la gestión para mejorar la performance de tus productos en marketplaces globales

4 semanas promedio | **8 semanas promedio** | **Semana 12 →**

LAP Customer Journey

Etapa 3: Marketplace Management

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH



MANAGEMENT GENERAL

- Gestión inventario
- Resolución casos
- Oportunidades / fechas
- Bloqueos / inactivos
- Reviews, devoluciones, otros

ACCIONES DE MARKETING EN MARKETPLACES

- PPC
- PPS
- Lightning Deals
- Social promo code
- Promociones: buy 2 – pay
- Cupones volumen, etc.,
- Influencers linkeados a tus productos
- Precios B2B
- Códigos de descuento para RRSS
- E-commerce Holidays

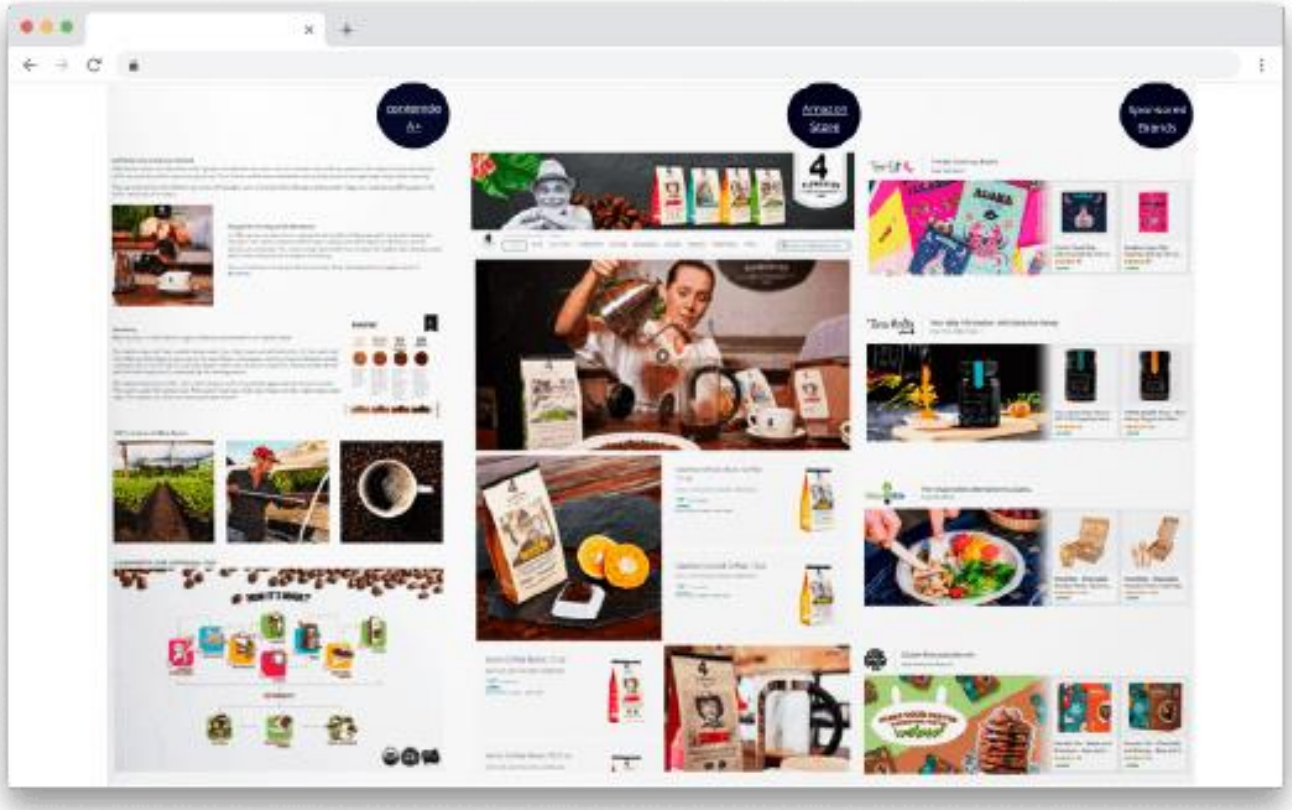
LAP Customer Journey

Etapa 3: Marketplace Management

PRE EXPORT → ONBOARDING → GROWTH

Acesso al programa de Reviews: VINE
- Sponsored Brands
- Amazon Brand Analitycs
- Protección de Marca

Registro de Marca / Brand Registry / Trademark
- Contenido A+
- Amazon Store

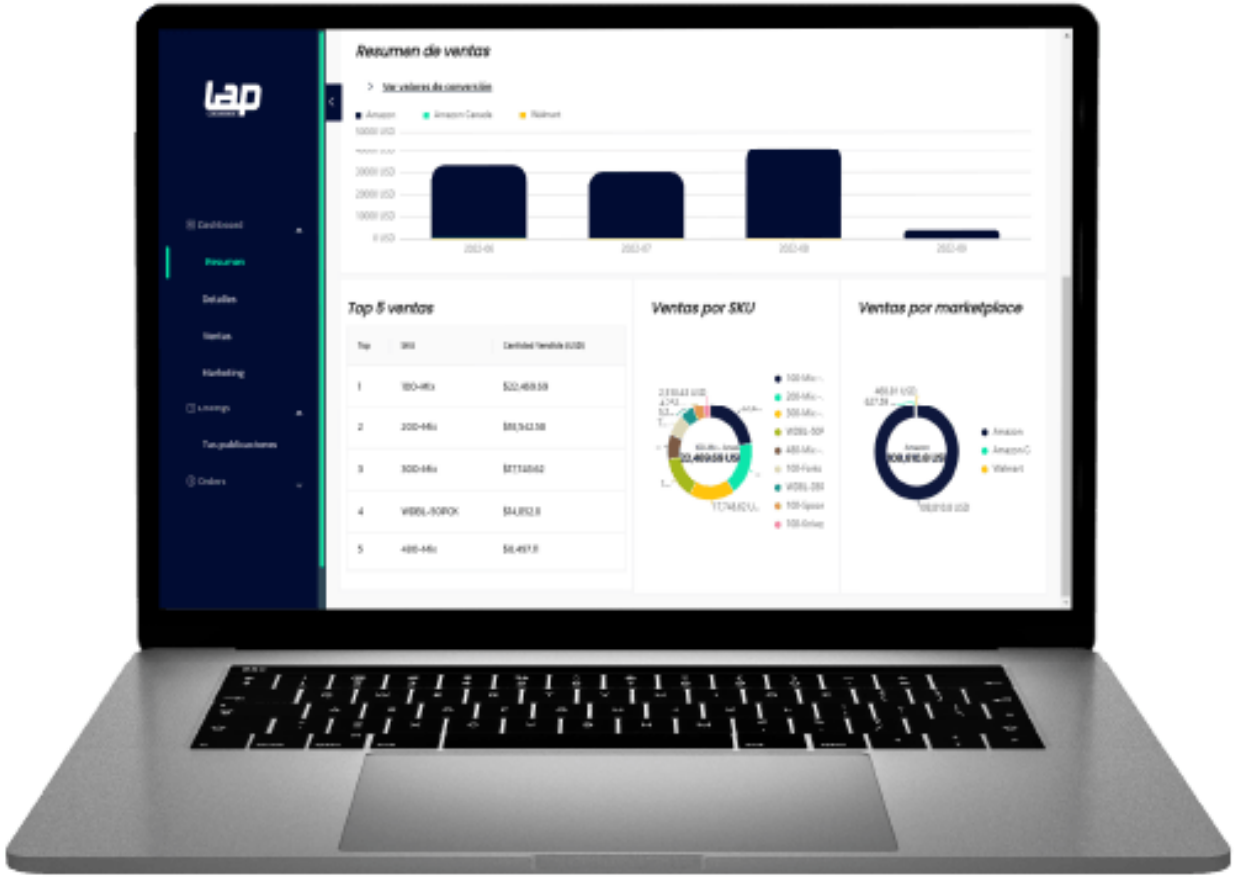


Beneficios:
- Storytelling
- Awareness
- Posicionamiento

LAP Customer Journey

Etapa 3: Marketplace Management

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH

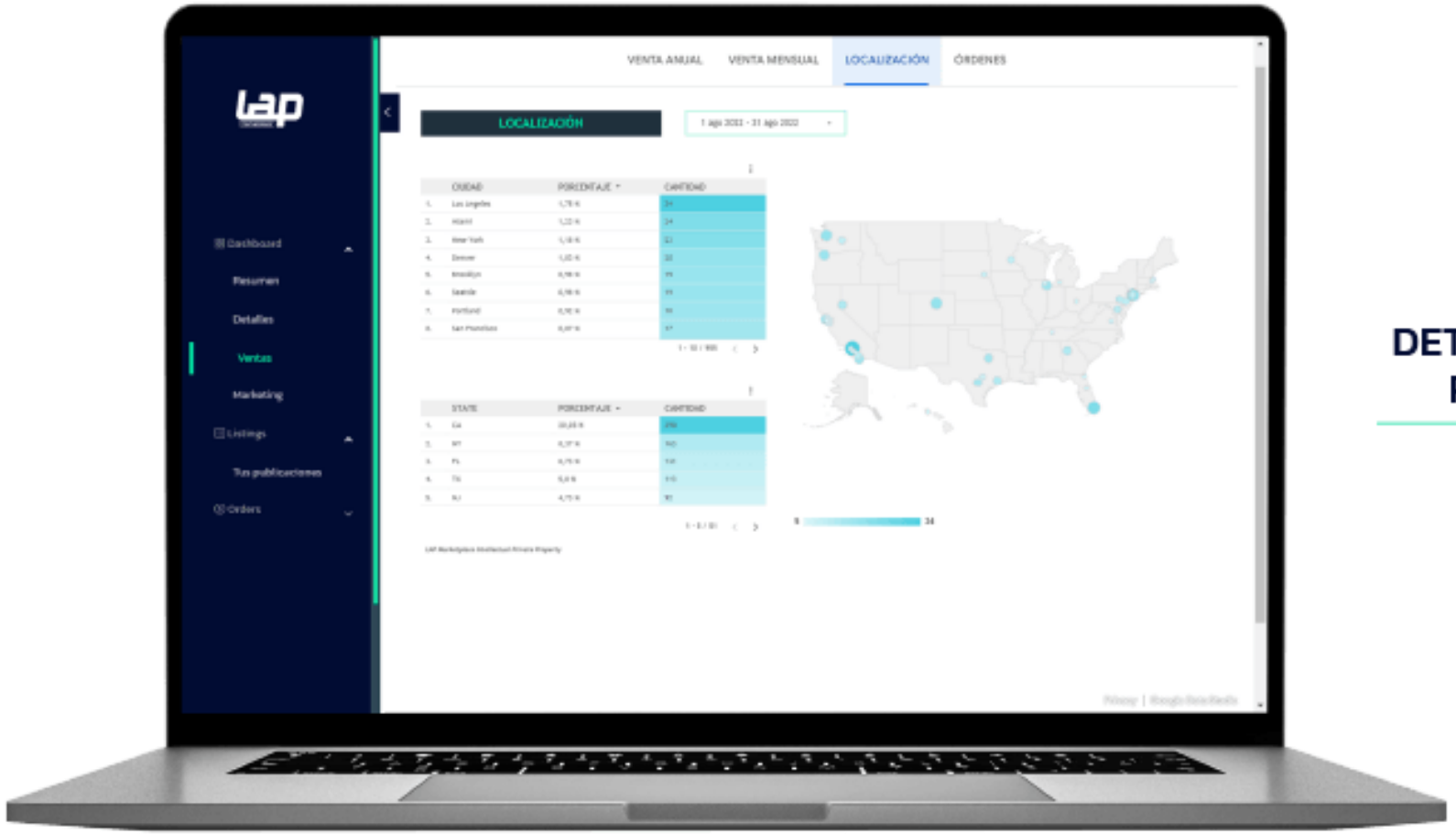


RESUMEN DE TUS VENTAS EN MARKETPLACES

LAP Customer Journey

Etapa 3: Marketplace Management

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH



DETALLE DE LAS VENTAS POR LOCALIZACIÓN

LAP Customer Journey

Etapa 3: Marketplace Management

PRE EXPORT | ONBOARDING | GROWTH

INVERSIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING EN MARKETPLACES

- Volúmenes de búsqueda, visualizaciones y clicks en anuncios
- Costo por click, nivel de competencia y click through rate
- Tasa de Conversión
- Relación entre gasto en marketing y ventas (ACOS/TACOS)
- Punto óptimo de inversión

¡Contactanos!