

# Enterprise Marketplaces:

La evolución de los  
canales eCommerce



**WISEO** | DIGITAL  
MAKERS



## UN MARKETPLACE INTEGRAL

### Mejora las transacciones comerciales, negocio a negocio, en el mundo online

La pandemia ha acelerado la digitalización y promueve cambios en la forma de consumir que plantean nuevas necesidades en los negocios. Los marketplaces son una nueva tendencia o evolución en eCommerce, ya sean B2B o B2C, que permiten un acercamiento a los consumidores de una forma eficiente e innovadora.

El eCommerce se ha asentado como una **alternativa real para millones de negocios** y como principal canal de compra y acceso. Según la consultora Forrester, la compra y venta de productos a través de Internet ha crecido en Europa en 2020, con un aumento en las ventas eCommerce **en España del 36%**. Lo mismo sucede **en el mercado de Latinoamérica**, donde las ventas de comercio electrónico habrían crecido **un 15,6%** el año pasado. Si el comercio electrónico crecía a doble dígito antes de la Covid-19, **la situación vigente lo ha magnificado todo**.

Gartner constata que la **COVID-19 ha modificado las normas y tendencias del comercio B2B y B2C**, diversificando los modelos de negocio y ampliando las fuentes de ingresos digitales. De esta manera, **acelerar la infraestructura hacia**



**el mundo digital se ha convertido en una prioridad** para cualquier negocio. Además, el eCommerce ha dejado de ser solo una opción B2C para ampliar sus fronteras.

Según la propia consultora Gartner, en 2024, el 15% de las organizaciones B2B utilizarán plataformas de comercio digital para ofrecer soluciones tanto a sus clientes como a los representantes de ventas. Y es que a medida que los millennials reemplacen a las generaciones anteriores, la compra digital se convertirá en la norma frente a modelos de venta tradicionales.

Con la proliferación de las tiendas online, también se han incrementado las **plataformas que acogen y agrupan oferta y demanda**: los marketplaces.

El crecimiento en marketplaces se dispara al beneficiar tanto a compradores como a vendedores. Para los compradores, es clave disponer de un único sitio en el que puedan tener una **gran oferta de productos, agilidad y comodidad** en la selección de sus preferencias, con **formas de pago seguras**. Y los vendedores maximizan sus opciones de venta, al **poder utilizar sitios de alto tráfico, con posicionamiento y reputación**, dado que muchos de ellos no cuentan con la infraestructura necesaria para disponer de canales online propios que hagan llegar a más público sus productos y servicios.

Acelerar la infraestructura hacia el mundo digital se ha convertido en una prioridad para cualquier negocio.

Pero no sólo hay beneficio para ellos. Los operadores de estas **plataformas (Marketplace Operation Applications o MOAs)** se encargan de gestionar todo el stock de sus vendedores, de orquestar y dirigir los pedidos o devoluciones hacia cada vendedor, pero sin gestionar el inventario propio. Esta característica permite una **escalabilidad del modelo**, incluyendo cada vez más vendedores, aumentando por tanto la oferta al consumidor, y redundando en un **mayor posicionamiento y tráfico**.



Este círculo virtuoso en el que todos ganan hace que el crecimiento de marketplaces frente a tiendas online individuales sea mucho mayor. En este sentido, los marketplaces son una realidad que crece a pasos agigantados. Según Gartner, **en 2023, al menos el 70% de los marketplaces atenderán a transacciones B2B** y para ese mismo año, la consultora estima que las organizaciones que hayan operado en este tipo de plataformas durante más de un año, tendrán un **aumento de sus ingresos digitales en un 10%**.



## ¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE UN MARKETPLACE?

En un marketplace se encuentran presentes diferentes roles. Por un lado, están los **operadores** que sirven a los clientes. Estos son los responsables de gestionar el marketplace y tienen la responsabilidad de aportar valor y crear una experiencia de compra atractiva y diferencial para sus clientes.

Por otro lado, se encuentran los **vendedores**, que son aquellos que apuestan por un marketplace para comercializar sus productos. Y, por último, los **compradores** que son los clientes que compran en la plataforma.

En este sentido, una solución de marketplace debe cubrir las necesidades de cada uno de estos roles de manera eficaz y sencilla. Según Gartner:

- **Herramientas de administración** que permitan gestionar a los operadores los flujos de trabajo y los diferentes aspectos relacionados con el control y procesos de la propia plataforma (tarifas, pedidos, servicio al cliente, monitorización del rendimiento de vendedores...).

- **Soluciones para el vendedor** que le permitan administrar y configurar su propia tienda online, así como mejorar los procesos de compra y la gestión interna de sus equipos.

- Herramientas para facilitar la **gestión financiera** del marketplace.

- Y **soluciones de monetización** que ayuden a los operadores y vendedores a incrementar el número de pedidos y rentabilidad.

Asimismo, esta solución **debe estar integrada con sistemas relacionados, como ERP, CRM, PIM y servicio al cliente**, que permitan garantizar los procesos de trabajo sin ningún tipo de interrupción y facilitar las operaciones de manera eficiente en el propio marketplace.

## ACTIVIDADES EN UN MARKETPLACE



### Operador

- Vendedor y gestor
- Catálogo y taxonomía
- Revisión de la enumeración de productos y aprobación
  - Normativas y procesos
  - Recaudación de fondos y distribución
- Gestión de las órdenes de compra
  - Procesos de pago
  - Cumplimiento y logística
  - Gestión financiera
  - Programa de fidelización
- Elaboración de informes y análisis
- Servicios de valor añadido



### Vendedor

- Producto y precio
- Diseño de página
- Marketing y promociones
  - Servicio al cliente
- Rol interno y accesos
- Gestión de inventario
- Gestión de pedidos
- Recogida, packaging y envío
- Integración back-end
- Gestión financiera



### Comprador

- Registro
- Búsqueda y navegación
- Gestión de la cuenta
- Cesta de la compra multi vendedor
  - Seguimiento de los pedidos
    - Servicio al cliente
  - Experiencia multicanal
  - Ratings y reviews



## ¿QUÉ ES MARKETPLACE ALL IN ONE?

Aunque la evolución hacia **una experiencia omnicanal o multicanal** no es nueva para muchos negocios, las tendencias actuales invitan a repensar los modelos de venta y a **generar movimientos disruptivos** que aprovechen todas las capacidades del eCommerce.

Es tiempo de implementar **tecnologías que se ajusten a los nuevos cambios y a la evolución** que el comercio electrónico está teniendo.

Los negocios necesitan **mejorar sus servicios remotos, obtener información rápidamente de los consumidores,** ajustarse a los cambios y a los nuevos marketplaces.

En este punto, es necesario que fabricantes, distribuidores y vendedores se adapten al cambio, que lleven sus **ventas online y sus negocios al siguiente nivel de digitalización con una nueva forma de entender el eCommerce: Marketplace All In One.**

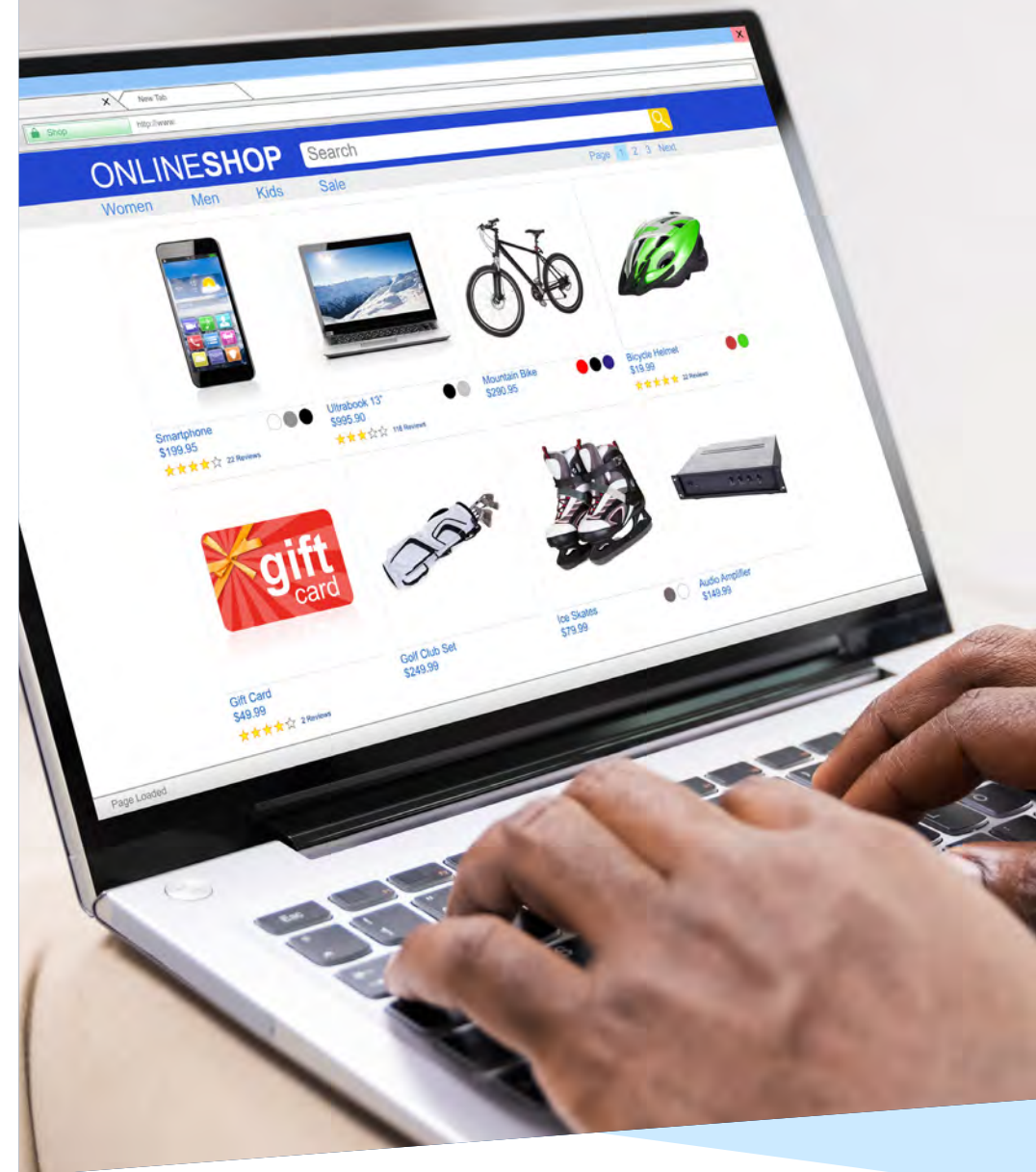
Para abordar el nuevo paradigma de las ventas eCommerce y **mejorar las transacciones comerciales,** VISEO ha creado una nueva solución tecnológica sobre Salesforce dirigida a desarrollar el avance hacia el **comercio unificado de los negocios B2B y B2C.** En definitiva, reunir todos los beneficios de un marketplace **en una misma plataforma.**

Esta solución preconfigurada **integra lo mejor de las nubes de Salesforce en un stack para marketplaces** y aporta una mayor eficiencia en la cadena de valor de compra, desde el consumidor hasta tiendas o distribuidores, orquestando cada proceso, ofreciendo una **experiencia completa y abriendo nuevas fuentes de ingresos.**

El marketplace único de VISEO integra las herramientas necesarias para una **gestión óptima de los dos modelos de negocio propios** que podemos encontrar:

- **Marketplaces abiertos:** negocios generalistas que ya poseen tráfico virtual o de su eCommerce, que buscan aprovechar su marca o posición en el mercado para ofrecer productos de terceros, **monetizando así tráfico digital** en su solución. Por ejemplo, las **tiendas de un centro comercial** que rentan espacios virtuales dentro de un marketplace (centro comercial/malls virtuales), y **agregadores de oferta y demanda generalistas** (Amazon, Mercadolibre, Linio, etc.).

- **Marketplaces sectoriales:** evolución de modelos clásicos B2B **hacia escenarios B2B2C** en los que se busca fomentar e incentivar la venta hacia consumidores en distribuidores y partners. Un marketplace 360° permite maximizar la compra de abastecimientos en una misma herramienta para toda una red de distribuidores.



WISEO se apoya en un stack multicloud formado por **varias nubes que actúan de manera coordinada e integrada** entre sí:

- **Marketing Cloud.** Mejora el **customer journey**. La propia experiencia del cliente permite adecuar y personalizar la comunicación o promociones que se hagan a cada usuario. También beneficia y ayuda en el **lead nurturing** para la adopción de nuevos vendedores a incluir en el modelo.

- **Salesforce Commerce Cloud B2C.** Un frontal de venta para el consumidor, adaptado y preparado para ofrecer productos de distintos vendedores. Añade capacidad de búsqueda avanzada e integración con **Inteligencia Artificial**, funcionalidades de **Up/cross selling**, **pasarelas de pago**, y mucho más. Se trata de una herramienta escalable que les permite gestionar los **picos de demanda sin ninguna dificultad** anticipándose a ellos.

- **Sistema de gestión de pedidos u OMS.** Módulo central en el que se articula toda la lógica de orquestación de asignación de pedidos, devoluciones, y control de inventario. Asegura que la compra realizada por los consumidores es correctamente comunicada a los vendedores y permite un correcto seguimiento de todo el **proceso hasta su entrega**.

- **Experience Cloud.** Un portal para la autogestión y administración del vendedor. Un lugar en el que cada vendedor podrá **definir los productos y servicios, estrategias de**



**precios y niveles de inventario** que quiere publicar en el marketplace, y también un sitio en el que poder **monitorizar en tiempo real** todos y cada uno de los pedidos que se están realizando para su gestión interna.

- **Salesforce Commerce Cloud B2B.** Un frontal de compra preparado para **gestionar precios negociados**. Para aquellos marketplaces sectoriales en los que el operador es a su vez la **matriz que surte a los distribuidores**, que son los vendedores del marketplace.

A través de **Marketplace All In One** el consumidor puede navegar, visualizar productos y hacer pedidos en varios negocios o distribuidores. Al mismo tiempo, cada vendedor se encarga de la logística, de exponer precios, inventario y referencias que quiera posicionar, sirviéndose de la plataforma para optimizar cada proceso de logística directa (compra) e inversa (devoluciones).



## VENTAJAS DE UN MARKETPLACE

Este Marketplace te permite gestionar **todos los datos e integrarlos de manera óptima** para una correcta visualización. Así, todos los vendedores tienen acceso a los detalles del catálogo de sus productos y al precio de estos, según la región, el país o el vendedor. También, permite visualizar el inventario por vendedor.

Asimismo, es interesante destacar que una solución de este tipo permite integrar todas las **capacidades necesarias de un eCommerce**. El listado puede ser inmenso. Por ello, destacamos alguna de las más esenciales:

- Geolocalización IP.
- Integración de herramientas de Chat.
- Opción multilingüe y multi-moneda.
- Recomendaciones de productos, reviews y vendedores.
- Promociones y cupones.
- La posibilidad de generar listas de deseos.
- SEO On-page.

Otra de las cuestiones básicas para que tu negocio online sea un éxito, es la referida a los pedidos. Esta plataforma te permite gestionar, de una manera optimizada, **todas las órdenes de compra**. Y es que puedes ver:



- Pedidos visibles para el cliente, el vendedor y el operador.
- Gestionar facturas o notas de crédito.
- Contar con información sobre el estado de todos los pedidos.
- Ofrecer al cliente la trazabilidad de sus pedidos.
- Integrar la plataforma con las empresas de transporte.
- Gestionar las devoluciones.

Además, un Marketplace de estas características te **facilita la gestión del stock**, ya que el vendedor aprovecha las capacidades de Experience Cloud para comunicar cambios en los artículos, o a través de la integración de una Api o un fichero.

Otra de las ventajas, es la referida a la **integración de la contabilidad y la gestión de pagos**. En relación con este último punto, esta plataforma facilita la gestión de autorizaciones de pago, te ayuda a la detección del fraude, permite gestionar la liquidación de pagos, reembolsos o la cancelación de pagos. Por otro lado, también te permite generar, de manera sencilla, dashboards e informes gracias a la integración con Google Analytics y un Tag Manager.

Otro de los aspectos que no podemos olvidar es la **gestión del servicio al cliente**. Este Marketplace te permite avanzar hacia una atención y experiencia consolidada gracias a:

- La integración de CTI, de redes sociales, atención telefónica, email o vía chat.
- Soporte al vendedor y operador del Marketplace.
- Gestión de mensajes, pedidos, aspectos entre el comprador y el vendedor, y entre el operador del Marketplace.
- Visión global del servicio para el operador del Marketplace.
- Visión del vendedor de las solicitudes efectuadas.
- Visión del ciclo de vida del pedido.

Y, por último, en relación con los **gastos, métodos de entrega y costes**; este Marketplace te permite definir múltiples métodos de envío, disponer de tiempos de entrega y contar con una integración total con las empresas transportistas.



## POR QUÉ VISEO Y SALESFORCE PARA TU ECOMMERCE

WISEO es el partner de referencia para optimizar los procesos de tu marketplace e **impulsar la innovación de tu negocio**. Contamos con una larga experiencia en soluciones de eCommerce y en el **ecosistema de Salesforce a nivel global**.

Nuestro equipo multitecnología es experto en **SFCore, B2B2C Commerce, MuleSoft y Tableau**. Hemos ayudado a clientes de sectores muy diversos como la **banca, la distribución y el gran consumo o el real estate** a digitalizar sus negocios y ganar cuota de mercado.

El marketplace potenciará los servicios del eCommerce y será una **gran oportunidad a nivel sectorial**:

- Por su enfoque ideal para **manufacturing, distribución y gran consumo u otros**.
- Para empresas con productos que requieran logística, o con un **modelo de negocio que se planteen como disruptivo en el mercado**.
- Para **marketplaces abiertos de marcas con mucho tráfico en su site digital**, que quieran monetizar una nueva línea de negocio con terceros.

Si quieres avanzar hacia el futuro del eCommerce, habla con los expertos de WISEO.  
¿Tienes un proyecto en mente?



WISEO | DIGITAL  
MAKERS



**WISEO** | DIGITAL  
MAKERS

## CONTÁCTANOS:

### WISEO IBERIA

Dpt. de Comunicación y Marketing

Tel: +34 91 515 13 83

C/ Cardenal Marcelo Spínola 14, 6ª planta  
28016 - Madrid

[marketing-iberia@viseo.com](mailto:marketing-iberia@viseo.com)

[www.viseo.com](http://www.viseo.com)



© 2021 WISEO. All rights reserved.