
¿Cómo realizar la digitalización de los comercios del sector de la alimentación?

Guía del pequeño comerciante para dar el paso al e-commerce. Revolumedia S.L.

Tienda propia :-)

Cada tienda mantiene su personalidad individual

VS.

Marketplace :-)

Todas las tiendas crean un supermercado

Guía del pequeño comerciante para dar el
paso al e-commerce. Revolumedia S.L.

—

**Las virtudes del comercio local
pueden llevarse al mundo digital.
Las tiendas de alimentación de
una ciudad no se pueden ver como
un único gran supermercado.**

–
Presentamos el modelo
e-commerce de tienda
propia como alternativa al
modelo Marketplace.

Modelo Tienda propia :-)

Se limita mucho la competencia entre tiendas

Sólo se paga una cuota fija al mes por el servicio

Las tiendas mantienen su identidad propia

Modelo Marketplace :- (

Fomenta la
competencia
entre tiendas

Se pagan
comisiones
sobre las
ventas

Las tiendas
pierden su
identidad

Se limita
mucho la
competencia
entre tiendas

Tienda
Propia
:-)

- No hay listados de productos para comparar precios entre tiendas.
- El cliente entra en su tienda de siempre, sólo ve los productos, ofertas y precios de esa tienda.
- **Evita desvío de clientes** a otras tiendas que vendan el mismo producto o parecidos.
- Las acciones comerciales en redes sociales ganan efectividad.
- Las ofertas de productos ganan visibilidad.

Speedcarns

MÁXIMA CALIDAD

TRABAJAMOS CON GANADERÍA DE PROXIMIDAD

Sostenible y respetuosa con el medio ambiente

PRODUCTOS DESTACADOS

Categorías

- CARNE
- CHARCUTERÍA Y QUESOS
- HUEVOS, LECHE Y MANTEQUILLA
- PLATOS PREPARADOS

 OFERTA	 OFERTA	 OFERTA
PALETILLA CORDERO L. 14,50€ /Kg (1.200gr./Kg)	CHISTORRA 4,00€ /Kg (200gr./Kg)	BUTIFARRA 4,50€ /Kg (1.50gr./Kg)
 OFERTA	 OFERTA	 OFERTA
PECHUGA POLLO FILETES 6,90€ /Kg (30gr./Kg)	CARNE PICADA TERNERA 5,25€ /Kg	ESTOFADO DLT TERNERA 5,90€ /Kg
		

Fomenta la competencia entre tiendas

Modelo Marketplace :-)

- Se elimina la fidelización del cliente y también se eliminan los márgenes de beneficio que pueden proporcionar ciertos productos.
- El cliente puede **comparar un producto en diferentes tiendas** en un mismo listado. Esto hace que el usuario elija cada producto en la tienda donde resulta más barato y **fomenta el desvío de clientes**.
- Delante de tanta oferta, encontrar el producto deseado en tu tienda de confianza puede ser complicado.



Lágrimas De Cerdo Ibérico

AROMA IBÈRIC

26,00 € / kg **6,50 €**

1

un. 250g



Panceta Cerdo Ibérico

AROMA IBÈRIC

8,94 € / kg **1,79 €**

0.200

kg



Costilla De Cerdo Troceada

BOKET

9,80 € / kg **2,94 €**

0.300

kg



Costilla De Cerdo A Trozos

BOVINUM

9,90 € / kg **2,97 €**

0.300

kg



Costillar De Cerdo Horno

BOVINUM

9,90 € / kg **9,90 €**

1

kg



Costilla Cerdo Duroc

XARCUTERIA PEÑALVER

12,00 € / kg **3,60 €**

0.300

kg

—
El cliente compra los productos en sus **tiendas de confianza.**

El marketplace **confunde** al cliente y le deriva a comprar productos en listados que mezclan tiendas. **Ya no sabe muy bien qué comprar, ni a quién comprarlo.**

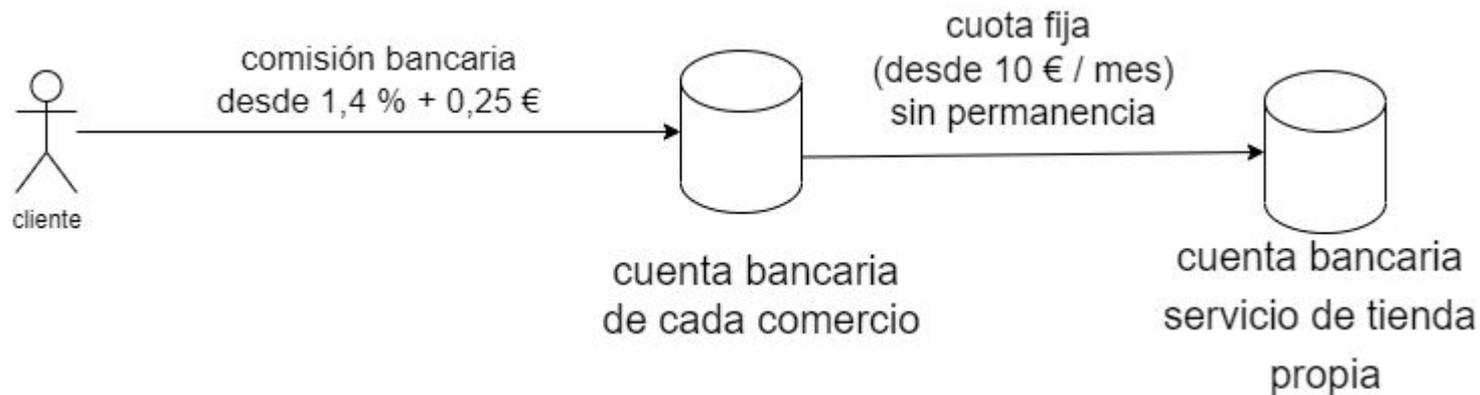
Sólo se paga
una cuota fija
al mes por el
servicio

Tienda
Propia
:-)

- Se paga una **pequeña cuota mensual**.
- **Sin comisiones** sobre las ventas.
- Sin periodo de permanencia.
- La tienda controla los pedidos y los cobros.
- Los pagos de los clientes se realizan directamente a la cuenta de la tienda.
- Permite ofrecer recogida en tienda y/o servicio a domicilio.
- Permite ofrecer pago en tienda y/o pago online.



Pagos en Tienda propia



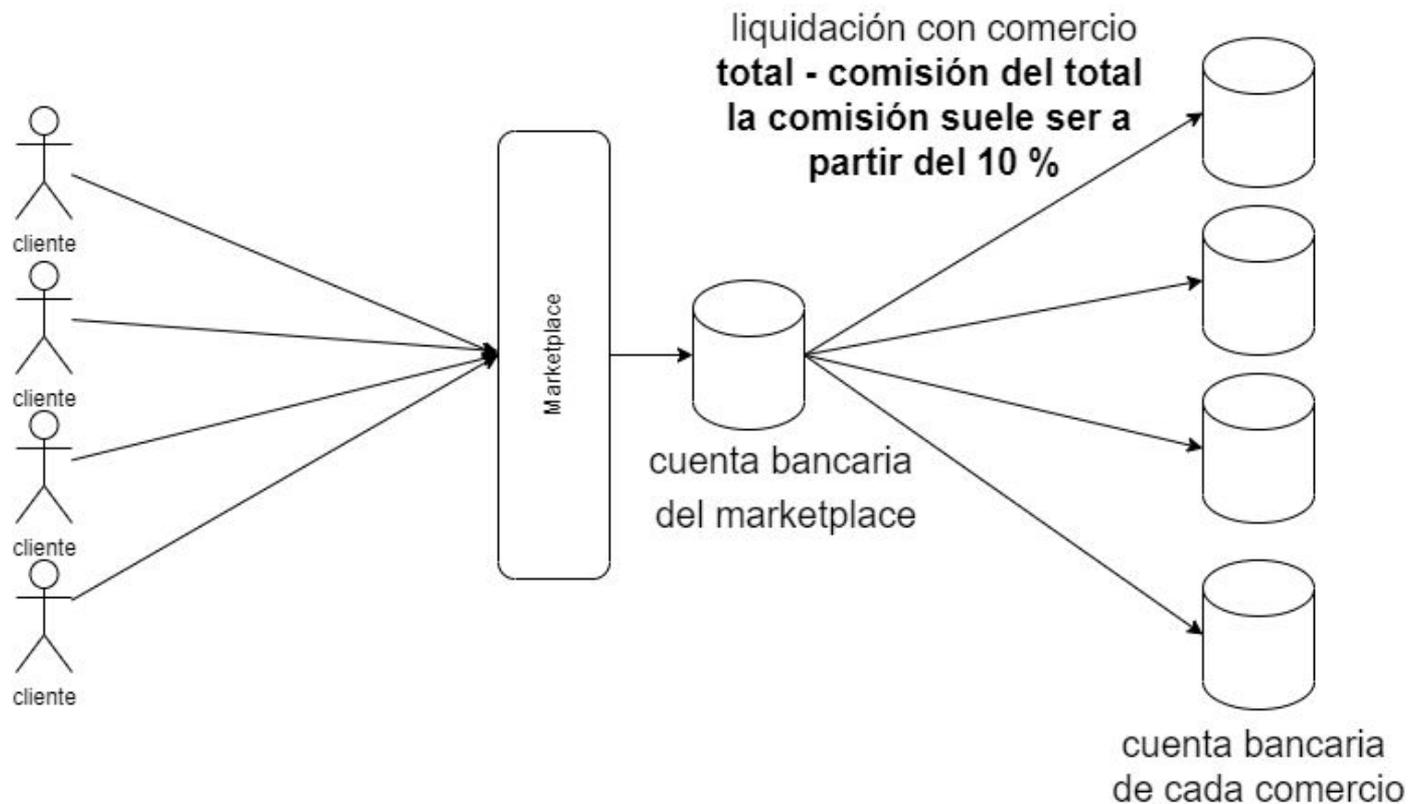
Se pagan comisiones sobre las ventas

Modelo Marketplace
:-(

- Se pagan **comisiones variables** que suelen ser alrededor del 10% de las ventas.
- La tienda **pierde el control** sobre los pedidos y los cobros.
- El marketplace es el que liquida las ventas entre las tiendas, pudiendo **retrasar el pago**.
- Normalmente el marketplace elimina la posibilidad de ofrecer recogida en tienda y pago en tienda.



Pagos en marketplace



Las tiendas
mantienen su
identidad
propia

Tienda
Propia
:-)

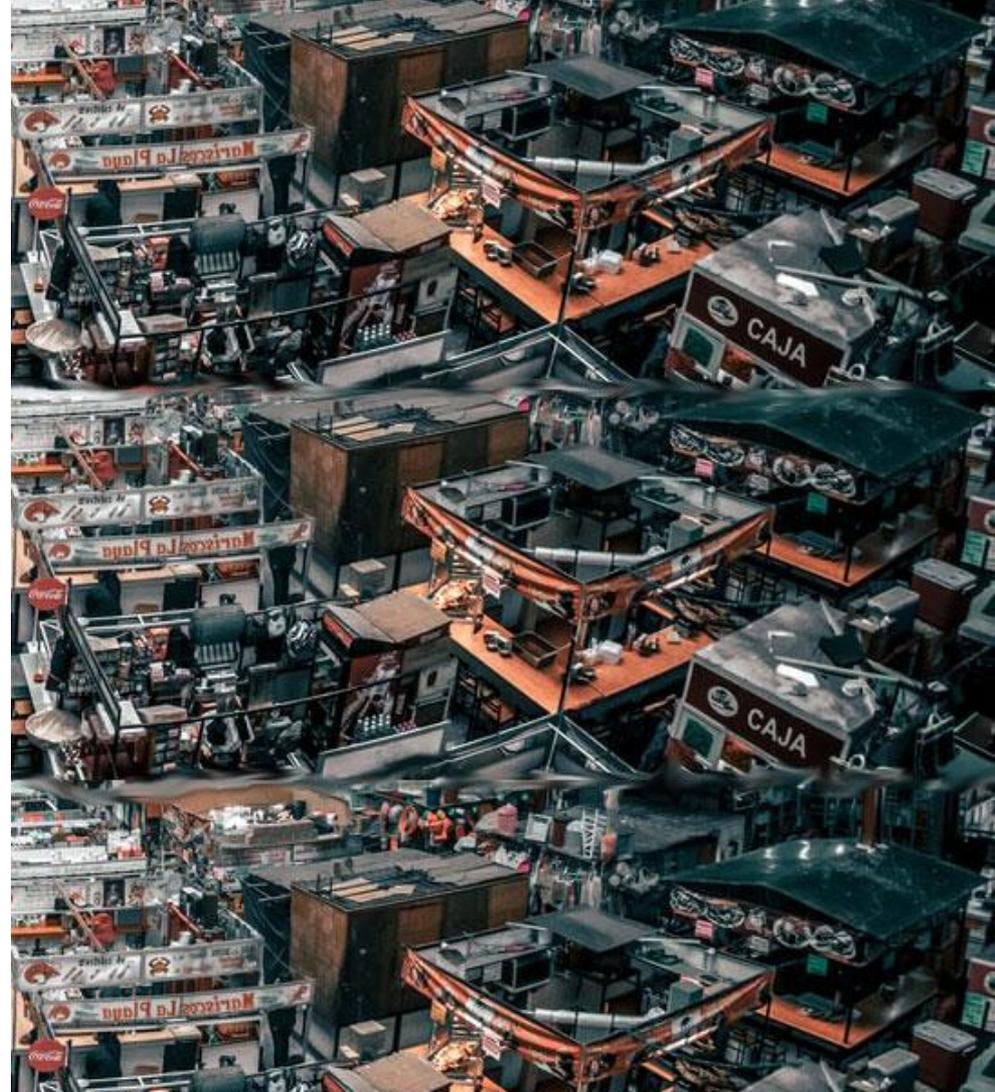
- Pueden realizar acciones en sus redes sociales con la tranquilidad de que sus clientes irán directos a su tienda.
- Tienen **su propia página** principal desde donde no se puede acceder a otras tiendas.
- Pueden tener su propio dominio.
- Permitir que los clientes puedan recoger el pedido en tienda para **mantener el contacto** con ellos.
- Realizar acciones comerciales en redes sociales o por mail desde la tienda.



Las tiendas pierden su identidad

Modelo Marketplace :-)

- Las estrategias comerciales quedan inutilizadas por el efecto de la competencia del marketplace
- Las iniciativas publicitarias que realicen las tiendas en sus propias redes sociales quedan diluidas en el marketplace.
- Las tiendas **no tienen página propia** y se muestran junto a otras tiendas.
- Sólo se promociona la dirección web del marketplace, no la del mercado o la tienda en concreto.
- Al buscar un producto, se muestran todas las tiendas que tienen ese producto.



—
La tienda propia permite mantener la relación humana. Da la opción de **recogida en tienda sin hacer colas.**

Con el marketplaces los clientes **ya no van a la tienda** físicamente.

—
La tienda propia se ha pensado
para **vender productos frescos.**

El marketplace habitualmente
no está preparado para vender
productos frescos.



Compra de productos frescos

Veamos algunos de los muchos aspectos que diferencian la compra de productos frescos.

→ **Permitir comprar por unidades, pero también a peso.**

Algunos productos se deben poder comprar a peso.

→ **Permitir comprar por unidades, pero indicando sólo el precio por peso.**

Esta es una estrategia comercial muy común.

→ **Indicar el tipo de preparación.**

El cliente tiene que poder indicar el tipo de corte o preparación adicional.

Comercio local

=

Tienda propia

;-)

Muchas gracias.

Si tienes cualquier duda puedes enviar tu consulta a

contacto@revolumedia.com

Revolumedia S.L.
