

Magazine Luiza é escolhido como melhor marketplace do Brasil

Premiação do Ebit apontou Magalu como melhor plataforma nacional

Sexta-feira, 9 de março de 2018 - O Magazine Luiza foi eleito o melhor marketplace do Brasil, nesta quinta-feira (8), no Prêmio Ebit, referência em e-commerce do país. Além da premiação maior no segmento, o Magalu ficou entre as cinco melhores lojas virtuais nacionais, na votação geral. Em 2017, o crescimento do faturamento do marketplace do Magazine Luiza foi de mais de 5.000%.

“Em nosso site, temos uma estratégia afinada entre produtos nossos e de terceiros”, diz Eduardo Galanternick, diretor-executivo de e-commerce do Magazine Luiza.

“Com o marketplace, conseguimos vender produtos em milhares de categorias, a verdadeira cauda longa.”

O marketplace do Magazine Luiza foi lançado no final de 2016 e, em um ano e meio de operação, tem mais de mil lojistas e 1 milhão de produtos. A seleção para vender na plataforma do Magalu é rigorosa, com quase 30% dos postulantes sendo rejeitados.

A venda de produtos de parceiros é foco na estratégia online da varejista. Em 2016, a companhia adquiriu a startup mineira Integracommerce, que produz tecnologia para integração de lojistas e plataformas.

O Luizalabs também tem equipes focadas apenas no marketplace. Em Itajubá, Minas Gerais, existe um laboratório da varejista que desenvolve tecnologia só para o assunto.

Hoje, as vendas virtuais responder por mais de 30% do faturamento do Magazine Luiza.

Versão RI:

O marketplace do Magalu foi eleito nesta quinta-feira o melhor marketplace do Brasil, de acordo com o Ebit, referência em e-commerce do país. Além da premiação maior no segmento de marketplace, o Magalu foi novamente premiado na categoria diamante.

“No nosso e-commerce, temos uma estratégia completa, combinando produtos próprios e de terceiros, disponíveis em nosso site e app”, diz Eduardo Galanternick, diretor-executivo de e-commerce do Magazine Luiza. “O que nos deixa mais felizes é que a votação foi feita pelos nossos próprios clientes, e isso nos dá a confiança de que estamos no caminho certo para proporcionar a todos a mesma experiência de compra entre produtos nossos e de sellers do marketplace”.

Em 2017, as vendas online do Magalu cresceram mais de 60%, atingindo R\$4,4 bilhões e corresponderam a mais de 30% das vendas totais da Companhia.

O marketplace do Magalu foi lançado no final de 2016 e, em pouco mais de 1 ano de operação, alcançou mais de mil lojistas e 1,5 milhão de produtos. A Companhia possui o selo RA1000 de satisfação no atendimento aos clientes, tratando de forma única todas as ocorrências registradas no site Reclame Aqui, relacionadas a vendas de produtos nossos ou de terceiros.

A venda de produtos de parceiros é um dos focos na estratégia online da Companhia. Em 2017, a companhia adquiriu a startup Integra Commerce, que desenvolve tecnologia para integração de lojistas e plataformas, trazendo mais agilidade para a operação.

Finalmente, o Luizalabs, um time de desenvolvimento interno composto por mais de 450 engenheiros e especialistas e responsável por conduzir a transformação digital da empresa, possui equipes focadas no desenvolvimento do marketplace, contribuindo constantemente para a evolução da plataforma.