



Marktplatz – ein zukunftsicheres Geschäftsmodell

Die Absatzmöglichkeiten im E-Commerce sind im Jahr 2020 enorm gewachsen und Unternehmen müssen neue Wege finden, um die steigende Kundennachfrage zu befriedigen. Hier kommt das Marktplatzmodell ins Spiel, da es eine bewährte Methode zur Skalierung des Online-Geschäfts bietet. **Im Gegensatz zu herkömmlichen E-Commerce-Plattformen wird ein Marktplatz von einem Betreiber verwaltet und ermöglicht Dritten – den Verkäufern – den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen.** Dies bedeutet, dass Sie Ihr Geschäft mit weniger finanziellen und technischen Risiken einfach skalieren können.

Es gibt zwei verschiedene Marktplatz-Modelle: **Reine Marktplätze** und **Enterprise Marktplätze** (Unternehmensmarktplätze). Bei beiden Modellen leitet der Marktplatzbetreiber die Plattform. Während auf einem reinen Marktplatz nur Drittanbieter Produkte vertreiben, sind es auf einem Enterprise Marktplatz sowohl Verkäufer als auch der Marktplatzbetreiber. Für bestehende Online Shops ist es einfach und profitabel, ihre traditionelle E-Commerce-Plattform in einen Enterprise Marktplatz umzuwandeln.

”

Organisationen schaffen Enterprise Marktplätze, um Dritten den Verkauf über die Plattform zu ermöglichen, das Angebot zu erweitern und das Wachstum anzukurbeln.”

- Gartner. Create Enterprise Marketplaces to Accelerate Digital Business, 2019

Spryker Marktplatz Suite

Spryker bietet eine Marktplatz Suite an – eine Erweiterung des Kernprodukts Spryker Cloud Commerce OS.

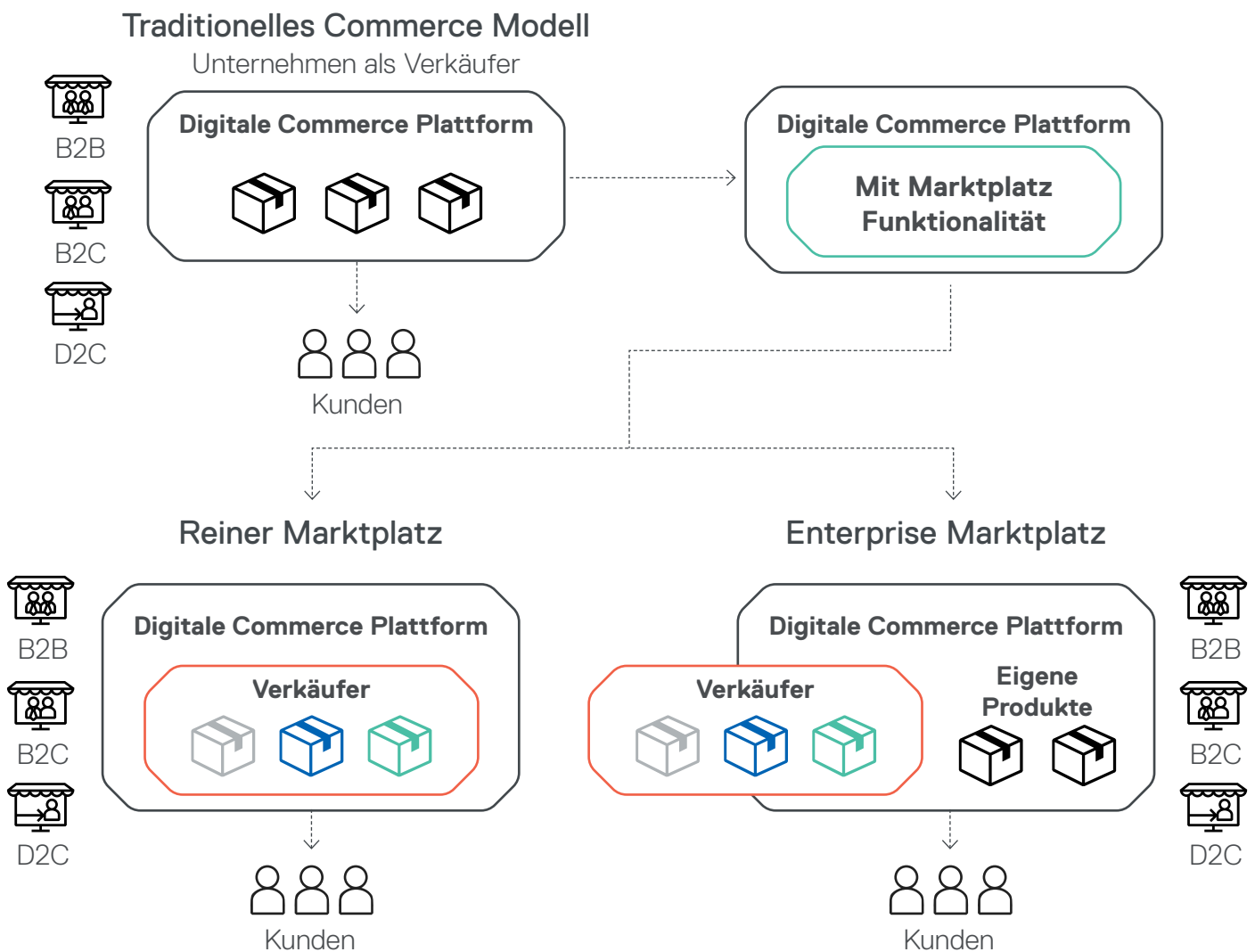
Bei der Entwicklung der Marktplatz Suite haben die Entwickler von Spryker eine zusammenhängende Benutzererfahrung für Endkunden, Verkäufer und Marktplatzbetreiber geschaffen. Eine einzige Plattform und Infrastruktur vermeidet komplexe



Integrations- und Lizenzierungsprobleme, die häufig auftreten, wenn ein Marktplatz auf einer anderen E-Commerce-Plattform aufgebaut wird. Darüber hinaus können unsere bestehenden Kunden ihren Spryker Shop mühelos mit der Marktplatz Suite nachrüsten und erweitern.

Umfangreiche neue Funktionen stellen sicher, dass alle Anforderungen beim Betrieb eines Marktplatzes erfüllt werden, wie z.B. zusätzliche Back Office-Funktionalitäten, ein brandneues Verkäuferportal oder übersichtliche Shop-Integrationen.

Die verschiedenen E-Commerce Modelle



Unternehmen als Marktplatzbetreiber

Produkte werden von Verkäufern angeboten.

Marktplatzbetreiber verkauft keine eigenen Produkte.

Unternehmen als Verkäufer und Marktplatzbetreiber

Marktplatzbetreiber und Verkäufer bieten Produkte an.

Wie hilft ein Marktplatz Ihrem Unternehmen?



Skalieren Sie Ihr Unternehmen mühelos: Der Marktplatz ist ein Geschäftsmodell, das leicht skalierbar ist. Lassen Sie die mühsamen Schritte der eigenen Investition und Beschaffung von Inventar aus und binden Sie stattdessen Verkäufer ein, die Ihr Produktportfolio bereichern. Neue Verkäufer mit einem ansprechenden Service- und Produktsortiment werden Ihren Kundenstamm schnell vergrößern.



Erhöhen Sie Ihre Gewinnspanne: Durch die Implementierung eines Marktplatzes werden Ihrem Unternehmen neue Einnahmequellen eröffnet. Das Hinzufügen von Verkäufern zu Ihrer bestehenden Plattform erfordert weniger Ressourcen und Investitionen als die Lagerung und Verwaltung Ihrer eigenen Produkte. Die Umverteilung der finanziellen Risiken bei gleichzeitigem Erhalt von Provisionen für erfolgreiche Verkäufe erhöht Ihre Gewinnspanne.



Differenzieren Sie Ihr Angebot: Die Steigerung der Anzahl von Verkäufern auf Ihrer Plattform gibt Ihnen die einzigartige Möglichkeit, Ihr Produktangebot zu diversifizieren und neue Nischenprodukte ohne Risiko oder Lagerverpflichtungen einzuführen und zu testen. Wachsen Sie kontinuierlich weiter, erweitern Sie Ihr Angebot und nutzen Sie gleichzeitig die Gelegenheit, zum zentralen Anlaufpunkt für Ihre Kunden zu werden, indem Sie jeden Produkt- und Dienstleistungsbedarf erfüllen.



SEO-Verbesserungen und erhöhter Traffic: Die Listung neuer Verkäufer und ihrer Portfolios bringt zusätzlichen Traffic auf Ihren Marktplatz. Ein besseres Suchmaschinenranking sorgt für einen konstanten Kundenzustrom, was wiederum den Umsatz steigert.



Beziehen Sie Verkäufer aktiv in Ihre Wachstumsstrategie ein: Nutzen Sie das Marktplatzmodell, um Ihr Geschäft in Bereichen auszubauen, in denen Sie noch nicht vertreten sind. Verlassen Sie sich auf das Fachwissen Ihrer Verkäufer und überlassen Sie ihnen den Großteil der Einkäufe, damit Sie sich strategisch auf Produkte mit hohen Margen, Up-Sales und Dienstleistungen konzentrieren können.



Fördern Sie die Kundenbindung: Schaffen Sie ein abgerundetes und optimiertes Produkt- und Dienstleistungsportfolio, das alle Bedürfnisse Ihrer Kunden umfasst. Fördern Sie die Kundenbindung, indem Sie die primäre Einkaufsplattform mit einer Antwort auf jede Nachfrage sind und verhindern Sie so, dass Ihre Kunden zu einem Konkurrenten wechseln.



Verringern Sie Ihre Risiken: Binden Sie neue Verkäufer schnell und ohne Risiko ein, um Ihr Geschäft auszubauen und neue Produkte auszuprobieren, anstatt sich mit hohen Kosten für Lager und Bestand zu belasten. Reduzieren Sie Ihr finanzielles Risiko, indem Sie die Betriebs- und Lagerhaltungskosten so niedrig halten.