



Revenda de produtos:

7 dicas para ter
sucesso nesse meio.



Distribuidora
Wilson®

Índice

Introdução | **04**

O que é revenda de produtos? | **06**

Como esse mercado funciona? | **08**

Por que investir em revenda de produtos? | **11**

Baixa barreira de entrada | 12

Flexibilidade e escalabilidade | 13

Potencial de margens atrativas | 14

Diversidade de nichos | 15

7 Dicas para ter sucesso nesse meio

16

Pesquise o mercado

17

Calcule suas margens

18

Crie uma identidade de marca

19

Agregue valor além do produto

20

Ofereça um excelente atendimento ao cliente

21

Organize a logística e o estoque

22

Encontre fornecedores confiáveis

23

Conclusão

24

Introdução



Seja para quem deseja empreender do zero ou para quem já atua no mercado e busca crescimento, a revenda de produtos oferece diversas oportunidades. Contudo, com a concorrência cada vez maior, é preciso adotar as estratégias certas para ter sucesso.

Isso acontece porque cada decisão — da seleção do fornecedor à precificação — impacta o crescimento e a lucratividade do seu negócio. Por esse motivo, entender como estruturar e otimizar sua revenda de produtos faz toda a diferença para alcançar os resultados esperados com o empreendimento.

Com as estratégias certas, você pode atrair mais clientes, melhorar sua margem de lucro e expandir sua atuação — seja em marketplaces, redes sociais ou em uma loja própria.

Neste material, você encontrará 7 boas práticas para tornar sua revenda mais competitiva. Acompanhe a leitura!

O que é
revenda
de produtos?



A revenda de produtos é um modelo de negócio no qual uma pessoa ou empresa adquire mercadorias de um fornecedor e as **vende para o consumidor final**. Portanto, diferentemente da produção, em que o empreendedor precisa desenvolver e fabricar seu próprio produto, na revenda, o **foco está exclusivamente na comercialização**.

O fornecedor pode ser o próprio fabricante, um atacadista ou um distribuidor. Desse modo, **o revendedor atua como um intermediário**, conectando quem produz com quem consome — e aplicando uma margem de lucro sobre o preço de compra.

Em geral, o revendedor faz as compras do produto com o fornecedor por um **preço menor** — ou preço de atacado. Ele recebe esse nome porque, normalmente, compra os itens em maior quantidade do que o consumidor final — que pagará o preço de varejo.

Assim, a revenda de produtos é uma das **formas mais acessíveis de empreender**, já que ela permite que você inicie sem a necessidade de produzir os próprios itens. Além disso, a comercialização pode ocorrer em diversos meios, como lojas físicas, marketplaces e redes sociais.



Como esse
**mercado
funciona?**



O mercado de revenda de produtos oferece diversas oportunidades e modelos de negócios para quem deseja empreender. Cada modelo tem suas particularidades e pode ser mais adequado dependendo do tipo de produto, público-alvo e recursos disponíveis.

Os principais tipos são:

revenda por catálogo: nesse modelo, o revendedor recebe um catálogo com os produtos oferecidos pela marca e compartilha com clientes, que fazem os pedidos diretamente com ele. Nesse modelo, não é preciso manter estoques;

revenda por consignação: o revendedor tem acesso aos produtos sem precisar pagar por eles. Há uma parceria com o fornecedor para o revendedor ficar somente com uma [comissão](#) após as vendas. Os itens que não forem vendidos não geram custos;

revenda direta: é quando o revendedor compra os produtos diretamente do fabricante ou do distribuidor no atacado, normalmente, a preços muito mais baixos. Essa modalidade demanda atenção com o estoque;

dropshipping: é um modelo em que o revendedor não precisa manter estoque. Em vez disso, quando um cliente faz a compra, o revendedor encaminha o pedido diretamente para o fornecedor, responsável pela embalagem e envio do produto.

Por que investir

em revenda
de produtos?



Empreender no mercado de revenda de produtos pode ser uma porta de entrada ao ambiente de negócios.

Confira os principais motivos que fazem essa modalidade se destacar!

Baixa barreira de entrada

Primeiramente, a revenda de produtos oferece como vantagem a **baixa barreira de entrada**. Enquanto produzir exige maquinário, desenvolvimento, testes e certificações, revender permite iniciar com um capital menor para aquisição de itens já prontos para comercialização.

Além disso, muitos fornecedores oferecem **condições acessíveis para os seus revendedores**, o que torna esse modelo atrativo para quem está começando. Há modalidades, como a de revenda por consignação, que não exigem um investimento inicial.

Flexibilidade e escalabilidade

A revenda de produtos oferece uma flexibilidade no modelo de trabalho. O empreendedor pode optar por vender online, em marketplaces ou até em uma loja física, adaptando-se ao seu estilo e às suas necessidades.

Ainda, a estrutura permite **ajustes rápidos às tendências de mercado**, possibilitando incluir ou substituir produtos com agilidade, sem os custos associados à mudança de linhas de produção. O modelo também permite testar diferentes produtos e estratégias sem grandes riscos.

Com o tempo, conforme o negócio cresce, é possível torná-lo escalável, aumentando o volume de vendas e diversificando os produtos. A partir de estratégias de marketing, otimização de processos e escolha certa de fornecedores, é possível **expandir o negócio**, atingir novos mercados e aumentar as vendas.



Potencial de margens atrativas

Ao revender produtos, muitos conseguem obter **margens de lucro atrativas**. A oportunidade é ainda maior se você tiver a possibilidade de negociar bem com fornecedores e escolher produtos com alta demanda de mercado, seja para vendas online ou físicas.

Ademais, à medida que o volume de compras aumenta, o seu **poder de negociação com fornecedores se fortalece**. Isso possibilita a negociação de melhores condições comerciais e, conseqüentemente, margens mais interessantes com o consumidor final.

Para entender melhor, imagine que você iniciou no mercado de revenda de calçados e comprou 100 modelos com um fornecedor. Se você fizer as vendas rapidamente e pedir uma nova leva de produtos, é possível que esse fornecedor **enxergue potencial na parceria** e ofereça melhores termos.

Quando esse investimento para ter os produtos se reduz, o negócio passa a ter ainda mais flexibilidade para trabalhar suas margens. É possível, por exemplo, oferecer descontos em compras em volume ou combos de produtos para o consumidor final, otimizando o lucro.



Diversidade de nichos

O mercado de revenda é versátil e oferece uma **diversidade de nichos para o empreendedor explorar**. Desde produtos tecnológicos de alto valor agregado até itens artesanais exclusivos, existe espaço para diferentes perfis e estratégias de negócios.

A diversidade permite que você alinhe o negócio com suas paixões, conhecimentos, redes de contatos e tendências de mercado. Inclusive, é possível explorar as diferentes possibilidades **sem se comprometer com grandes investimentos iniciais** para montar estoque.

Também há os subnichos. Por exemplo, no [mercado de calçados](#) você pode se especializar em modelos esportivos, produtos de luxo para o público feminino, itens infantis etc.



7 dicas para ter
sucesso
nesse meio



Ter sucesso no mercado de revenda de produtos exige que o empreendedor adote boas práticas para conseguir registrar números elevados e se destacar em meio à concorrência.

Veja as 7 melhores dicas para ser bem-sucedido!

1. *Pesquise o mercado*

A escolha do nicho certo é uma das decisões mais importantes quando se trata de revenda de produtos. Ela fundamenta as demais estratégias, desde o **posicionamento da marca** até os canais de venda e táticas de marketing.

Identificar o mercado começa com a pesquisa de tendências de consumo e a análise das necessidades do público. Ao focar em nichos com alta demanda e pouca concorrência, você se coloca em uma **posição favorável para crescer**.

Analise também se existe um público disposto a pagar pelos produtos e espaço para novos entrantes nesse nicho. Vale destacar que mercados competitivos podem ser mais desafiadores, mas eles demonstram que há um mercado consumidor forte — e você pode planejar formas de agregar valor para o público.

2. Calcule suas margens

É preciso fazer cálculos sobre suas margens para projetar resultados. Uma boa precificação determina o seu lucro e pode influenciar a percepção do valor do produto pelos consumidores.

Para calcular corretamente o preço de venda, é essencial **considerar todos os custos envolvidos**, como:

aquisição do produto;

despesas operacionais;

transporte;

margem de lucro desejada.

impostos;

Muitas vezes, vale mais a pena **focar em valor agregado**, em vez de competir apenas a partir da precificação. Apesar de preços mais baixos conseguirem atrair mais consumidores, eles podem deixar a operação menos sustentável no longo prazo.

3. Crie uma identidade de marca

A identidade da marca é a forma como sua empresa é percebida pelos consumidores. Ela contempla todos os elementos que transmitem a essência e os valores do seu negócio, estabelecendo uma **conexão emocional com o público**.

Mesmo que sua empresa não seja a fabricante do produto, ainda é interessante ter uma identidade de marca forte. Por meio dela, o negócio pode desenvolver suas estratégias de marketing e se diferenciar da concorrência.

Para isso, defina qual é a missão do negócio para criar uma narrativa autêntica e alinhada com o público-alvo. Também **estabeleça uma proposta de valor** para que a sua base entenda por que deve escolher sua marca em vez de outras — sejam elas revendedoras ou fabricantes.



4. Agregue valor além do produto

Fidelizar clientes é essencial para o sucesso a longo prazo de qualquer negócio — e no modelo de revenda de produtos não é diferente. Afinal, **ter consumidores recorrentes diminui os custos com aquisição de novos clientes.**

Além disso, em mercados competitivos, em que os preços e as opções de produtos podem ser semelhantes, a fidelização cria um diferencial importante. A relação de confiança com a marca faz com que o consumidor prefira continuar comprando de você, mesmo quando houver mais opções no mercado.

Para conseguir fidelizar o seu público, é preciso agregar valor além da venda do produto. Isso é possível com a personalização da experiência do cliente, um atendimento eficiente e condições vantajosas para consumidores recorrentes — como por meio de programas de fidelidade.



5. Ofereça um excelente atendimento ao cliente

Para o consumidor, independentemente de estar comprando com um revendedor ou com o fabricante, a busca por uma boa experiência é constante. Nesse sentido, quando você proporciona um atendimento excepcional, os benefícios são imediatos e a longo prazo.

No atendimento, seja em uma loja física ou virtual, **os consumidores valorizam respostas rápidas**. Se o cliente entrar em contato com dúvidas sobre um produto, o prazo de entrega ou o processo de compra, ofereça uma solução clara e objetiva, com a máxima agilidade possível.

No caso da revenda, é fundamental educar o cliente sobre como usar o item, as vantagens e até os cuidados necessários. Isso pode ser feito por meio de tutoriais, vídeos explicativos ou até manuais. Tenha em mente que o [menor investimento inicial](#) pode gerar recursos para essas movimentações.



6. Organize a logística e o estoque

A logística e o controle de estoque são dois pilares indispensáveis para o sucesso do revendedor. Então o planejamento envolve determinar quantos produtos você deve manter em estoque — se usar esse modelo — para não arriscar ficar sem e para evitar o excesso de mercadoria que pode gerar custos.

Para isso, **faça projeções de demanda para entender quantos itens você deve ter** e programar pedidos com os seus fornecedores. Também adote sistemas de controle de estoque para monitorar as entradas e saídas dos itens.



7. Encontre fornecedores confiáveis

Por fim, conte com [fornecedores](#) confiáveis. Quando a qualidade dos produtos se mantém alta e previsível, você evita problemas como reclamações, devoluções e insatisfações, que podem prejudicar a imagem da sua marca.

Para encontrá-los, pesquise a reputação das empresas e negocie as condições que seu negócio precisa. Certifique-se de que o fornecedor tem a capacidade de atender ao volume de produtos que você precisa.

No mercado de calçados, você pode contar com o **Wilson Atacado**. [Confira o catálogo](#) e entre em contato.



Conclusão

“ Neste e-book, você entendeu melhor sobre como funciona o mercado de revenda de produtos e viu 7 dicas práticas para aumentar as suas chances de sucesso nesse meio. Agora você tem em mãos as ferramentas e o conhecimento necessários para entrar ou se destacar no mercado de revenda.

Se você está em busca de um parceiro como fornecedor, [entre em contato](#) e descubra como podemos ajudar a alcançar o sucesso desejado no mercado de calçados. ”



Sobre o Dr. Varejo

Neste e-book, você entendeu melhor sobre como funciona o mercado de revenda de produtos e viu 7 dicas práticas para aumentar as suas chances de sucesso nesse meio. Agora você tem em mãos as ferramentas e o conhecimento necessários para entrar ou se destacar no mercado de revenda.

Se você está em busca de um parceiro como fornecedor, [entre em contato](#) e descubra como podemos ajudar a alcançar o sucesso desejado no mercado de calçados.



**Distribuidora
Wilson®**





Distribuidora
Wilson®

