



TELECONFERÊNCIA DE
RESULTADOS 2T17

11 de Agosto de 2017



1. RESULTADOS

2. DESTAQUES OPERACIONAIS

3. INVESTIMENTOS

4. SESSÃO DE PERGUNTAS E RESPOSTAS

1. RESULTADOS 2T17

GMV TOTAL (R\$)

2.754 MM

+10,1%

GMV MARKETPLACE (R\$)

816 MM

+105,0%

MARKETPLACE (% GMV Total)

29,6%

+13,7 p.p.

MARKET SHARE (%)

26,3%

+0,8 p.p.

MOBILE (% Tráfego)

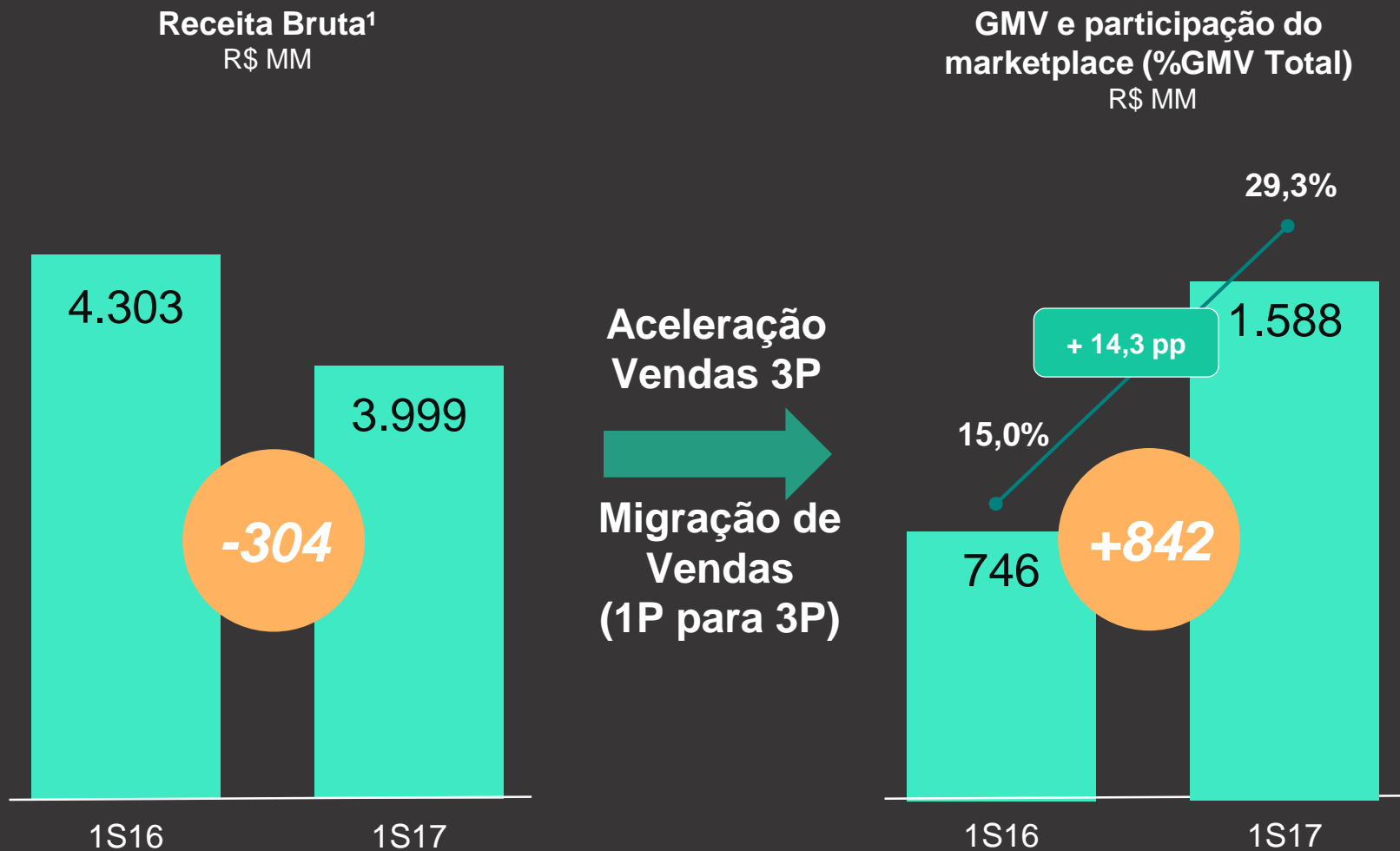
52,5%

+4,0 p.p.

NOVOS CLIENTES (LTM)

+1.254 Mil

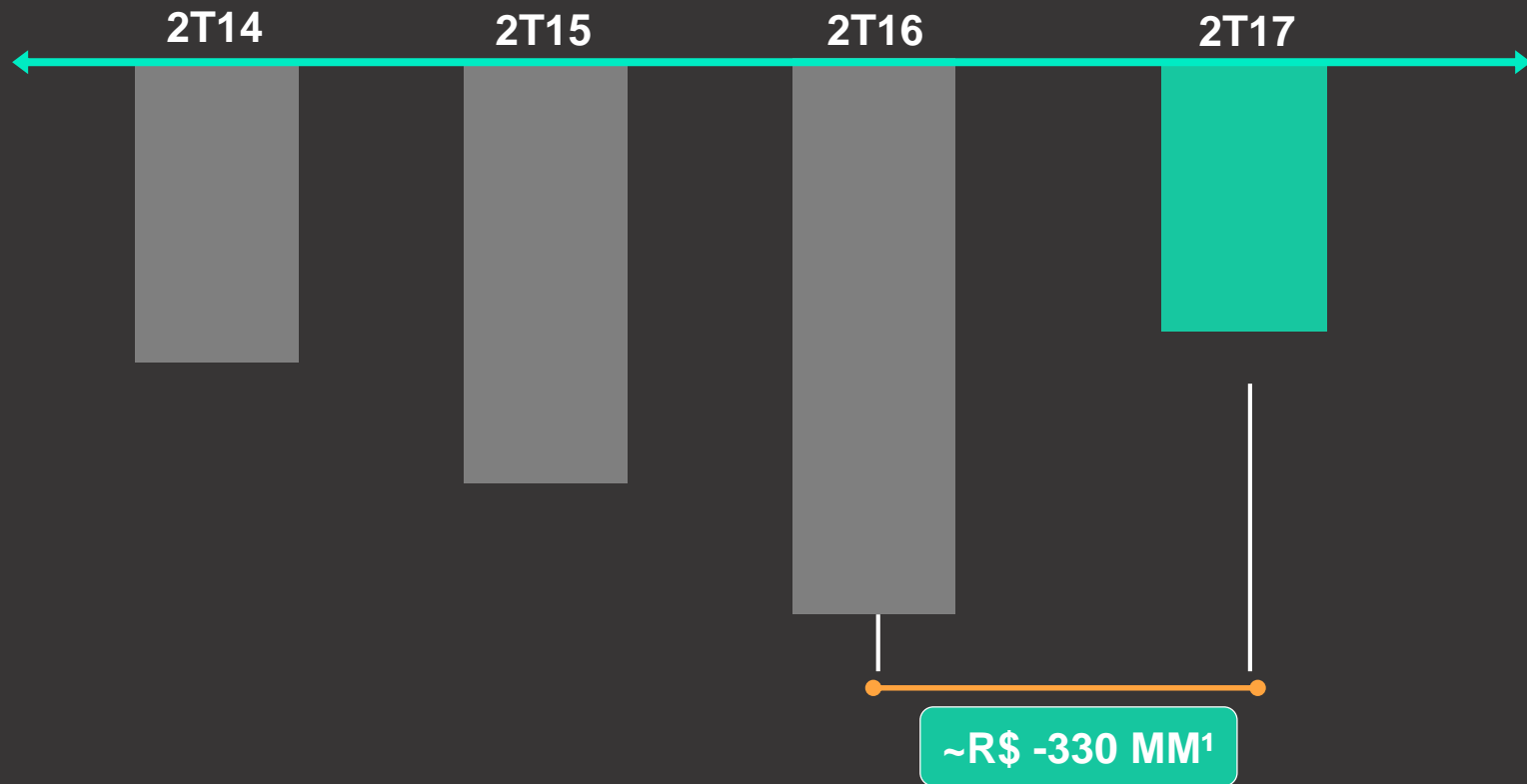
1. TRANSIÇÃO ACELERADA DO MODELO DE NEGÓCIOS



¹ Majoritariamente Receita das Vendas Diretas (1P)

1. REDUÇÃO DO CONSUMO DE CAIXA

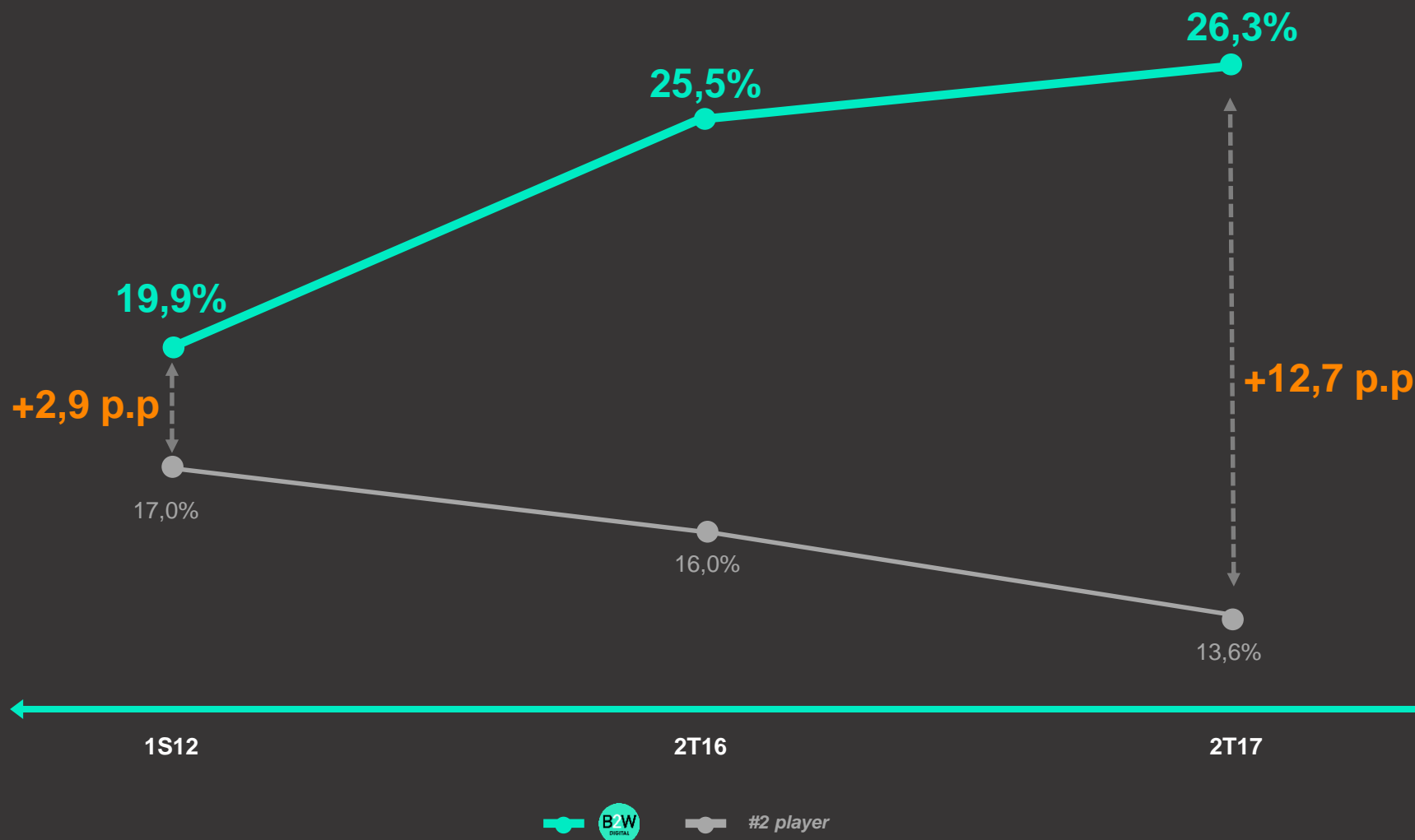
Menor consumo de caixa em um segundo trimestre, nos últimos quatro anos



¹Desconsidera os efeitos positivos do Aumento de Capital

2. EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE

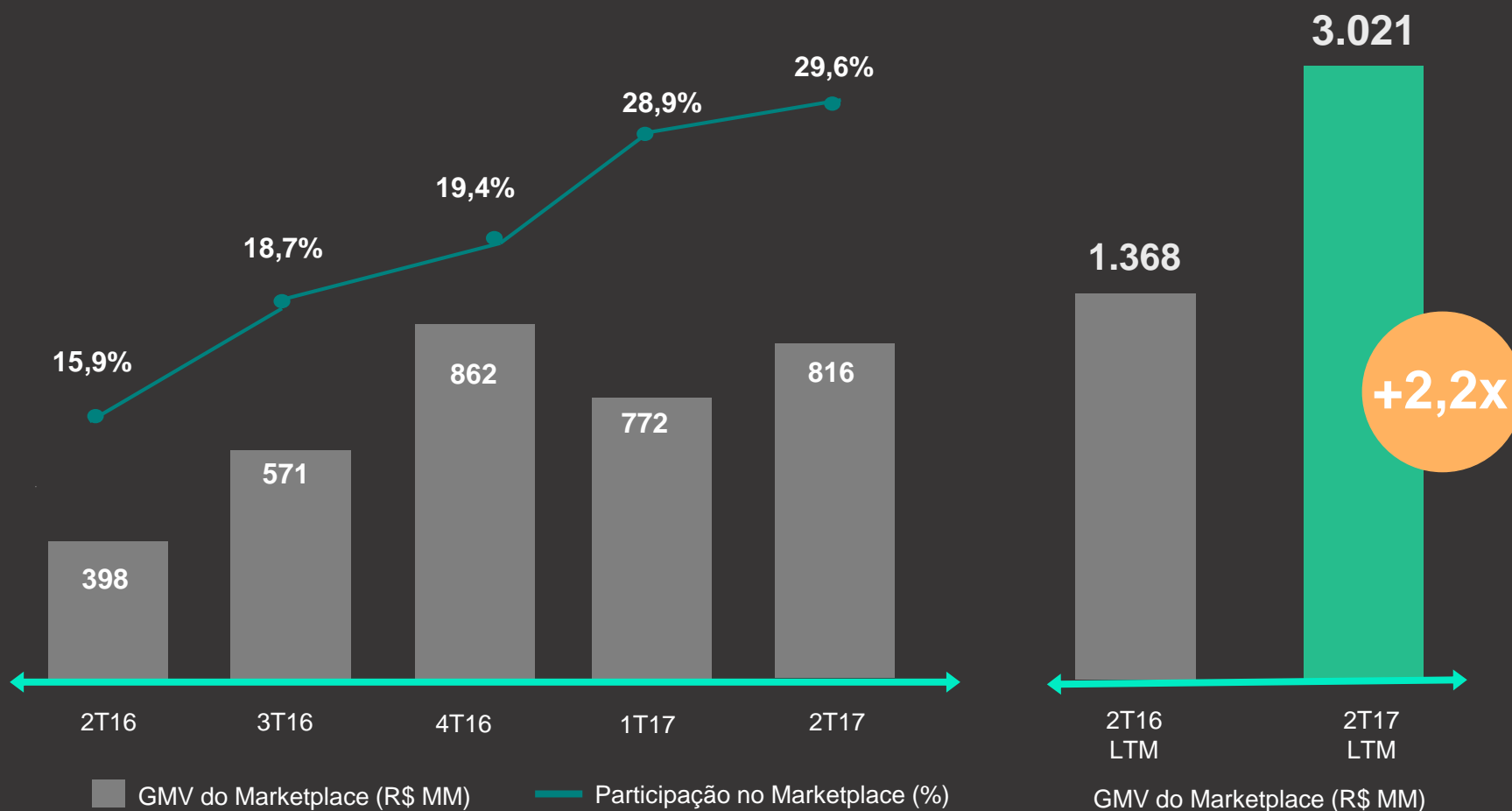
☑ Consolidação da posição de liderança da B2W Digital



2. EVOLUÇÃO DO MARKETPLACE

✓ GMV de R\$ 3,0 bilhões nos últimos 12 meses (+120%)

✓ 29,6% participação no GMV Total no 2T17 (+13,7 p.p. vs 2T16)



2. MARKETPLACE: NOVAS PARCERIAS

Em linha com a estratégia de integrar **lojistas de vários tamanhos e diversos setores**, B2W estabeleceu **novas importantes parcerias**

✓ Mais de **6.000 sellers** na plataforma (+50% vs 2T16)



2. B2W MARKETPLACE

B2W Seller Day: preparação dos sellers para os **grandes eventos de venda do segundo semestre.**



+1.000

PARTICIPANTES

*Seller,
Fornecedores
Parceiros Estratégicos*



2. B2W MARKETPLACE

Lançamento do Seller Premium: objetivo de reconhecer e **incentivar** os melhores Sellers.

Critérios de Avaliação:

- *Qualidade dos produtos*
- *Nível de atendimento*
- *Nota dada pelos clientes*
- *Volume de vendas*



platinum



ouro



prata



bronze

2. B2W MARKETPLACE

Lançamento do Promoseller: sellers poderão **aderir automaticamente** às campanhas de venda lançadas pela B2W



B2W DIGITAL CRIA CAMPANHA DE VENDA

Sellers aderem e escolhem as condições



Seller A

Frete grátis



Seller B

Descontos 5%



Seller C

Parcelamento



Seller D

Desconto à Vista

2. B2W MARKETPLACE

Lançamento do Marketplace na TV Shoptime: os sellers poderão demonstrar e vender seus produtos.

Maior canal de televisão de demonstração de produtos



+ de 1M

de telespectadores por dia

Presente em

+ de 39M

de domicílios do país



2. B2W MARKETPLACE

Lançamento do Marketplace no B2W Empresas: permite que os sellers tenham um novo canal de venda na B2W, acessando um público corporativo.



Tíquete Médio

7x

Maior

(vs cliente pessoa física)

Cartão BNDES

R\$ 58

Bilhões em

crédito pré-aprovado

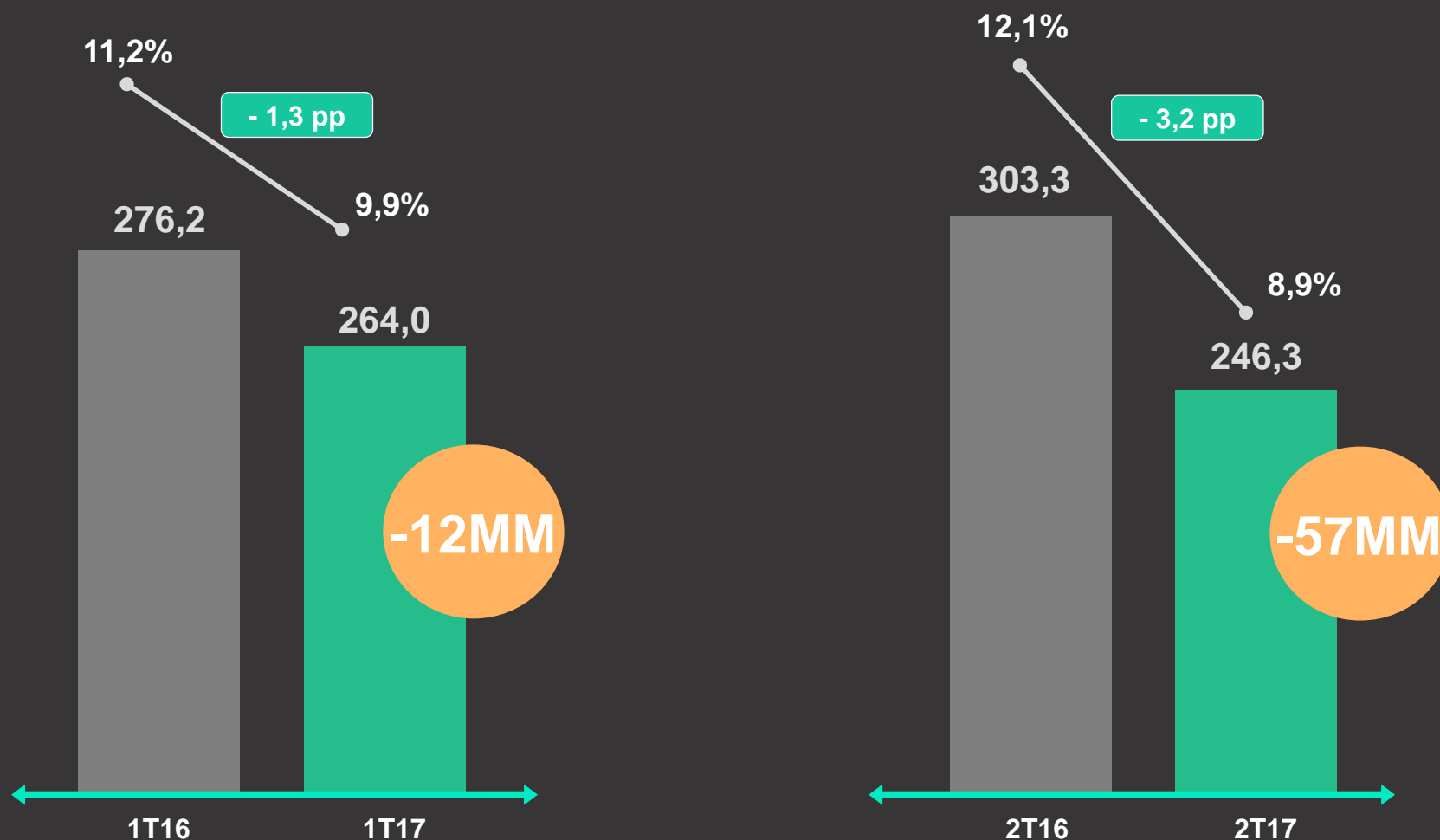


B2W é o 1º e-commerce a aceitar o **Cartão BNDES**

2. REDUÇÃO DE DESPESAS (SG&A)

Otimização dos processos e racionalização das despesas, melhorando o nível de serviço ao cliente

Em R\$ MM



● — ● % do GMV

2. ATENDIMENTO AO CLIENTE

B2W continua a ser reconhecida pelo **melhor serviço de atendimento ao cliente.**



COMPETIDORES

1P

3P

1P²

3P³

Nota
média¹

7,7

5,6

5,2

4,2

Índice de
solução¹

93%

78%

76%

69%

Compraria
de novo¹

79%

57%

52%

43%

¹ Conforme Reclame Aqui: últimos 6 meses / Base 10/08/2017.

² Considera os sites Pontofrio.com, Casasbahia.com, Extra.com, Walmart.com e Magazineluiza.com.

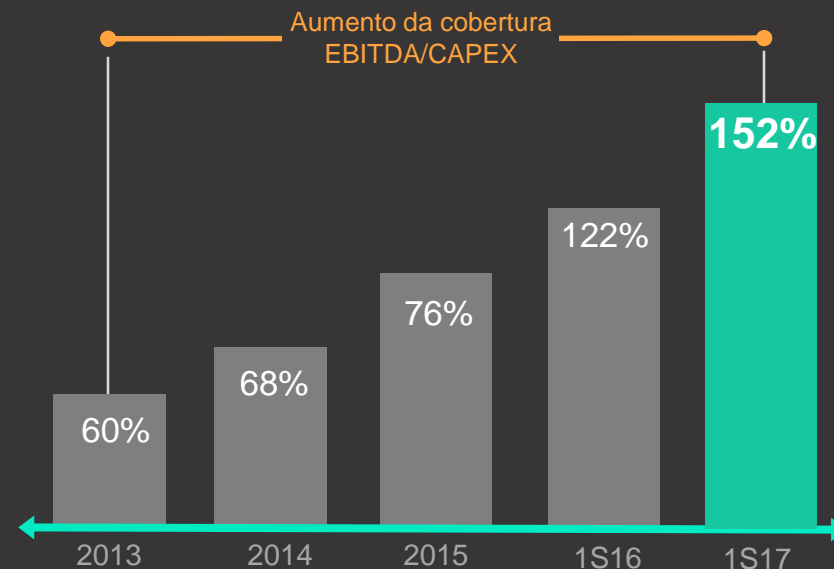
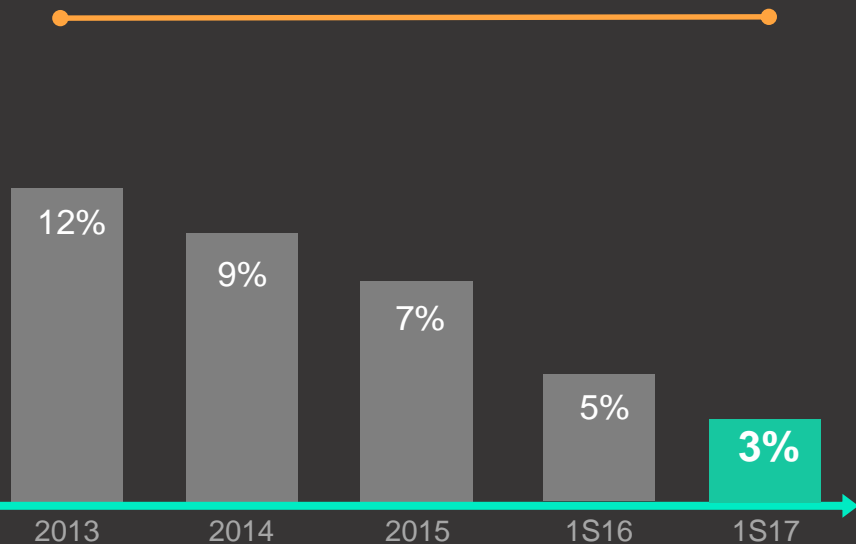
³ Considera as operações de Marketplace do Pontofrio.com, Casasbahia.com, Extra.com, Walmart.com e Mercado Livre.

3. INVESTIMENTOS

A B2W seguirá investindo na **plataforma digital** construída, **rentabilizando todas as suas frentes de negócios.**

Redução contínua do CAPEX como % do GMV Total ...

... e aumento da cobertura do CAPEX pelo EBITDA.



O CAPEX do 1S17 totalizou **R\$ 161,1 milhões (3% do GMV total)** e o **Índice de cobertura do EBITDA** no período foi de **152%**.



A Plataforma Digital
que conecta *Pessoas,*
Negócios, Produtos
e Serviços.



***Teleconferência de Resultados
e Webcast 2T17***

Relações com Investidores

www.b2wdigital.com

ri@b2wdigital.com

Telefone: +55 (21) 2206-6000