

MERCADO

COMO ORGANIZAR UM SERVIÇO DE DELIVERY EFICIENTE



SEBRAE

SUMÁRIO

Entrega de compras em casa: demandas urgentes em um mercado promissor	3
Como o delivery pode ajudar os pequenos negócios e quais os cuidados a tomar?	4
Como divulgar e promover o seu delivery	7
Conheça os principais serviços de delivery existentes no Brasil	9

ENTREGA DE COMPRAS EM CASA: DEMANDAS URGENTES EM UM MERCADO PROMISSOR

O mercado brasileiro dos serviços de Delivery, que já era naturalmente promissor, ganhou ainda mais força neste momento, onde a incerteza instalada pela pandemia do Covid-19 é a maior em décadas. Ter a possibilidade de fazer compras essenciais sem sair de casa, tornou-se imperativo para toda a população, diante de um cenário onde as medidas preventivas são valiosas e urgentes.

Em agosto de 2019, uma estimativa da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes indicava a movimentação deste mercado, em cerca de R\$10 bilhões anuais. Segundo pesquisa do Instituto de Foodservice Brasil (IFB), o delivery aumentou 23% entre 2017 e 2018 no país.

No novo cenário, a tendência é que esses números cresçam ainda mais e exponencialmente. Vale ressaltar que a tecnologia dos aplicativos de celular torna o ato de “pedir comida” ou outras coisas muito mais simples e acessível.

Delivery, palavra de origem inglesa que passou a fazer parte do nosso vocabulário sobretudo por volta dos anos 2000, focado principalmente nas entregas de comida via telefone, ganha, portanto, em um cenário epidêmico, novas dimensões, tornando-se uma das ferramentas imprescindíveis para a sustentação dos negócios, sobretudo para os pequenos e médios empreendedores.

O principal significado do procedimento do delivery é trazer agilidade, comodidade e satisfação para seu cliente. Pense nisso como um diferencial competitivo para a sua empresa e veja as dicas que preparamos para manter o seu negócio, mesmo em um cenário de incertezas.



COMO O DELIVERY PODE AJUDAR OS PEQUENOS NEGÓCIOS E QUAIS OS CUIDADOS A TOMAR?



Mercearias, supermercados, bares, restaurantes, lanchonetes e pizzarias estão entre os serviços de maior demanda neste período. Mas isso não quer dizer que outros tipos de comércio e serviço não possam usar o delivery como ferramenta promissora. Pelo contrário: o delivery tomou proporções gigantescas, principalmente no ambiente on line, simplesmente pelo ato de fazer o produto chegar em casa, no trabalho ou em qualquer outro lugar de forma cômoda, rápida, segura e eficiente.

Há muito tempo o delivery ganha escala sendo uma opção que gera lucro, credibilidade e satisfação do público consumidor. Pensando nas possibilidades como canal de distribuição, **se você já tem uma empresa, a hora é agora de implantar esse serviço.**

Para isso, alguns cuidados devem ser tomados, entre eles:

» O planejamento será sempre uma peça chave. O primeiro passo, portanto, é avaliar o quanto o serviço de delivery pode ser usado de forma estratégica para sua empresa e seus clientes;

» É de grande importância analisar como a entrega pode ser um diferencial no negócio e se os produtos oferecidos têm vantagens ao serem transportados até os clientes;

» Avalie seus custos para implantação dessa ferramenta;

» Defina um cardápio específico para o delivery. Nem tudo que está no seu cardápio precisa ir para o delivery. A ideia é que tenha um cardápio dos seus principais produtos e que o mesmo suporte o tempo de transporte e chegue com qualidade na casa do cliente;

» Existem diversos aplicativos e plataformas de entrega, visando simplificar as operações e a redução do tempo, portanto, procure automatizar o sistema de delivery do seu negócio;

» Certifique-se sobre a viabilidade territorial do serviço de entrega, ou seja, quais locais sua empresa suporta em atender. Defina sua área de atendimento e se é necessário terceirizar o serviço de entrega;

» As taxas desta prestação de serviço devem caber dentro do orçamento da sua empresa e do planejado, não devendo estar contidas no valor do produto. Caso seja necessário, informe ao cliente o valor desta entrega. Isso se chama transparência transacional;

» Se estruture para atender a demanda, com materiais, equipamentos e equipe necessários para melhor atender o delivery de acordo com o cardápio definido;

» Fazer as entregas no horário combinado será um grande diferencial no serviço oferecido. Muitos clientes deixam de realizar compras em lugares com demora elevada;



Caso sua demanda seja grande, contrate mais operadores para o recebimento de pedidos. Além disso, vale visualizar qual categoria sua empresa se enquadra para escolher muito bem o aplicativo ou sistema exclusivo de contratação de motoboy;



Verifique como seus concorrentes estão se comportando dentro deste modelo de atuação. Aproveite as vantagens da era da informação e navegue nas redes sociais para ver como seu concorrente está atendendo;



Ouçá seu cliente e veja se ele foi bem atendido. O pós venda, é um grande aliado para se aproximar e criar um relacionamento da marca com o seu cliente.

Dica de Ouro

Além da forma de pagamento em cartão de crédito e débito, disponibilize outras formas de pagamento que não envolvam dinheiro - por causa do risco de contágio -, como transferências bancárias, aplicativos fintech como o Pic Pay, entre outros.

COMO DIVULGAR E PROMOVER O SEU DELIVERY

Dois fortes componentes do sistema de delivery são divulgação e promoção.

Veja algumas dicas para potencializar o seu negócio:



Aposte em mídias diversas para mostrar quais os produtos são oferecidos e quais as vantagens de fazer os pedidos com a sua empresa;



Para ampliar a divulgação da sua marca, aposte nas plataformas sociais de maior alcance, como o Facebook e o Instagram. Se a sua empresa ainda não faz uso dessas redes, é a hora exata para começar;



Escolha uma comunicação simples e clara, orientando sobre os canais de atendimento, as transações e os horários de atendimento do delivery da sua empresa. Através das informações e monitoramento do sistema de delivery, pode-se melhorar suas ações de marketing;



Depois de se posicionar com as ações de marketing, formular as promoções ficará muito mais fácil;



Dependendo da plataforma escolhida, podem ser oferecidos selos promocionais, o que trará, como consequência, uma fidelização dos seus clientes, que estarão bem mais motivados para aproveitar outras promoções;



Em alguns aplicativos de delivery existem diversas lojas que trabalham e fazem promoções em que o valor da entrega sai gratuito, portanto, analise se isso também é um bom argumento para a sua empresa;



Não deixe o cliente esperando por uma resposta: o cliente quer agilidade;



Faça relatórios de acompanhamento do sistema de delivery para comparar o número de vendas e pensar em futuras promoções.

Aposte nas melhores embalagens!

Identifique a melhor embalagem para a entrega do seu produto. Ela garante que o produto chegue no cliente com a temperatura ideal, montado e com qualidade, em se tratando de entrega de comida. Mas a dica é válida para todos os tipos de entregas.

A embalagem precisa ser prática e funcional. Não pode economizar na embalagem.



CONHEÇA OS PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DELIVERY EXISTENTES NO BRASIL

Existem diversos serviços de delivery local. Portanto, é importante realizar uma pesquisa para saber se a sua cidade possui algum desses serviços e avaliar qual deles se adequa melhor ao seu negócio.

O caminho mais assertivo, para isso, é fazer uma ampla pesquisa na internet, listar todos aqueles que você tenha interesse, verificar os custos de cada um deles, e escolher a melhor forma de fazer suas entregas, a fim de tornar sua empresa mais conhecida e lembrada pelo público.

Os principais serviços de delivery existentes no Brasil são:

Alimentação

- iFood
- Uber Eats
- aiqfome
- Hellofood
- pede.ai
- Delivery Much*

Diversos

- Rappi
- Loggi
- Motoboy
- Glovo
- quero delivery
- EuEntrego
- FS Delivery
- Plus Delivery*
- James Delivery*
- Delivery in Box*
- Catálogo Delivery*

*Alguns serviços são exclusivos apenas para algumas cidades



Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebrae.com.br **0800 570 0800**

