

O DELIVERY CHEGOU...

EM SEU NEGÓCIO



APRENDA TUDO O QUE PRECISA PARA SE **DIFERENCIAR NO MERCADO**
USANDO UM DELIVERY COM **EFICIÊNCIA** E **SEGURANÇA JURÍDICA**

CHEGOU RÁPIDO E VOCÊ PRECISA ESTAR PREPARADO

Com a pandemia do novo Coronavírus, diversos são os impactos que estamos sentindo no cenário atual. As empresas estão sendo forçadas a se **digitalizarem** e a terem uma jornada para o cliente muito mais atrativa. O Ministério da Saúde determinou o fechamento de comércios, restaurantes e demais estabelecimentos que prestam serviços ao público.

Diante disso, muitas pessoas migraram para o esquema home office, outras buscaram alternativas como e-commerce e para o setor de “food service”, o **delivery tem sido a melhor alternativa** para que o setor não sofra mais impactos. Entretanto, devido a alta concorrência, cada vez mais tem sido necessário se diferenciar no mercado e é para isso que fizemos esse E-Book, vamos analisar o passo a passo de:

- Como ter um delivery eficiente;
- Pontos de atenção para a organização e divulgação;
- Como regularizar o delivery;
- Segurança e privacidade de dados do cliente;
- Ideias para programas de fidelidade;
- Tenha um diferencial atrativo;

COMO ORGANIZAR O DELIVERY ?

ESSA DÚVIDA, TODOS TÊM OU JÁ TIVERAM UM DIA

5 DICAS

O delivery é basicamente uma entrega a domicílio, logo, temos que pensar nas estratégias que vamos tomar para fazer dessa operação a mais eficiente possível!

Mas como eu organizo um delivery?

Aqui, vamos falar de 5 dicas para se ter um delivery de qualidade:

1

ÁREA DE ABRANGÊNCIA:

Você pretende limitar sua atuação ao entorno da sua base de operações, ou prefere já alcançar toda a cidade?

É importante levar em consideração nessa escolha os custos envolvidos na entrega e como você pretende cobrar sua taxa de entrega: cobrará uma taxa variável de acordo com cada bairro ou uma taxa média fixa que cubra os custos gerais?

2

HORÁRIO DE ATENDIMENTO:

Alguns empreendimentos recebem poucos pedidos de entrega durante a semana ou durante algum período do dia, e preferem focar seus esforços nos momentos de maior demanda e reduzir custos.

Outras empresas, por outro lado, optam por oferecer o serviço de delivery em tempo integral, estando sempre à disposição de clientes em potencial;

3

ESCOLHA EMBALAGENS MAIS FIRMES E SEGURAS:

Nesse período a higienização também é algo ainda mais importante, desde a preparação do prato até no transporte da encomenda, então, é importante que a empresa mantenha um padrão de qualidade.

Disponibilizar a opção de envio de talheres, guardanapos e molhos também fazem a diferença na fidelização do cliente.

COMO ORGANIZAR O DELIVERY ?

ESSA DÚVIDA, TODOS TÊM OU JÁ TIVERAM UM DIA

5 DICAS

O delivery é basicamente uma entrega a domicílio, logo, temos que pensar nas estratégias que vamos tomar para fazer dessa operação a mais eficiente possível!

Mas como eu organizo um delivery?

Aqui, vamos falar de 5 dicas para se ter um delivery de qualidade:

4

INVISTA EM TREINAMENTOS DA EQUIPE:

Para existir uma dinâmica no restaurante mais fluída, é importante que cada funcionário entenda bem a sua função e esteja treinado para não cometer erros que comprometa o restaurante.

Frise a importância da equipe NÃO errar a anotação de pedidos e endereços, e enfatize o cuidado para que no empacotamento do prato contenha o pedido certo e os acompanhamentos necessários.

5

MONTE UM CARDÁPIO ESPECÍFICO PARA O DELIVERY:

Fica muito mais prático para separar os ingredientes de cada receita e dessa forma o cozinheiro consegue agilizar o pedido para que ele chegue o mais rápido possível para o consumidor.

Mas, se houver vontades específicas, avalie a possibilidade de atender ao pedido como o cliente deseja. Você ganha pontos com o consumidor quando é flexível.

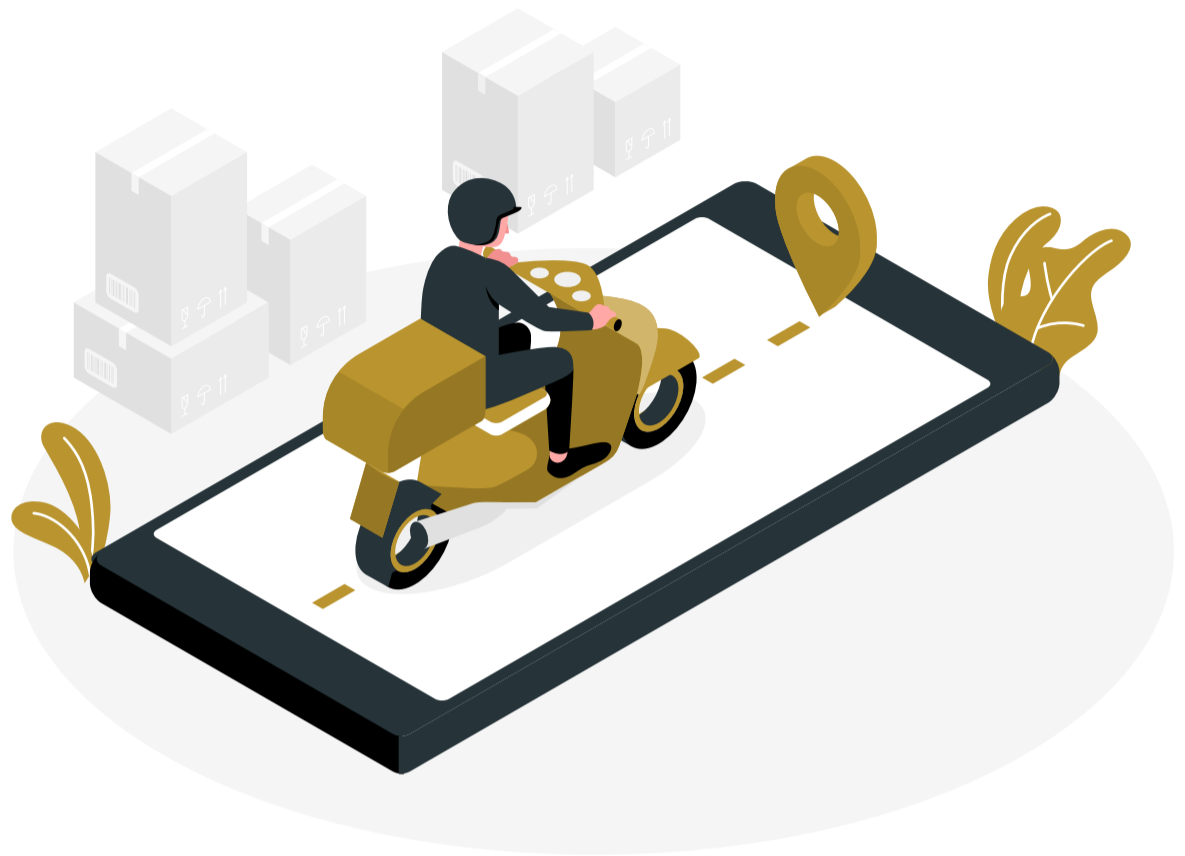
Porém, irá impactar no tempo de preparo e entrega do mesmo, se o consumidor concordar em esperar um pouco mais, todos ficarão contentes.

COMO DIVULGAR O DELIVERY ?

“AS PESSOAS SÓ COMPRAM O QUE VEEM”

Após tudo definido e bem organizado sua empresa está pronta para estabelecer quais os meios de contato que serão utilizados para comunicar com o seu cliente e atender a demanda de seu delivery.

Abaixo estão algumas sugestões de como se relacionar com o seu cliente da melhor forma:



CANAIS DE PEDIDOS:

MESSENGER DO FACEBOOK

Neste momento muitas pessoas estão no Facebook, pode ser interessante monitorar o chat de sua fanpage, muitos estabelecimentos esquecem de monitorar sua caixa de mensagens da fanpage, que pode ser excelente para gerar oportunidades e pedidos.

DIRECT DO INSTAGRAM

Assim como a caixa de mensagens da Fanpage não deixe o direct do seu instagram abandonado.

Em tempos de aumento da demanda de pedidos, este pode ser um outro excelente canal que deve ser acompanhado com cuidado e “carinho” por ser um caminho fácil para a clientela, principalmente quando o Instagram é utilizado como meio de divulgação de seus produtos e serviços.

WHATSAPP

Ferramenta cada vez mais presente no dia a dia dos brasileiros, se bem organizado o whatsapp pode ser uma ferramenta interessante para receber pedidos e também fidelizar os clientes do seu delivery, podendo agilizar tarefas como envio de cardápios, promoções e muito mais.

Ter um número no **WhatsApp Business** vai permitir ainda profissionalizar mais o seu atendimento, como cadastrar respostas automáticas e estabelecer horários de funcionamento da sua empresa.

Como não se perder com tantos canais de comunicação? É importante que você não abandone nenhum dos canais digitais, mas não se desespere, todos eles podem ser monitorados pelo mesmo aparelho de celular. E caso você possa realizar o investimento, existem ferramentas que concentram estes canais em um só lugar como o Mlabs, por exemplo.

COMO DIVULGAR O DELIVERY ?

“AS PESSOAS SÓ COMPRAM O QUE VEEM”

MARKETING DE CONTEÚDO RELEVANTE:

Cada vez mais, o marketing de conteúdo está sendo um diferencial para os estabelecimentos de food service. Com ele conseguimos gerar o valor extra sobre o nosso produto/serviço e ainda fazer campanhas voltadas para atender a necessidade do cliente.

Pense assim, você não vende comida, você vende uma experiência completa para seu cliente!

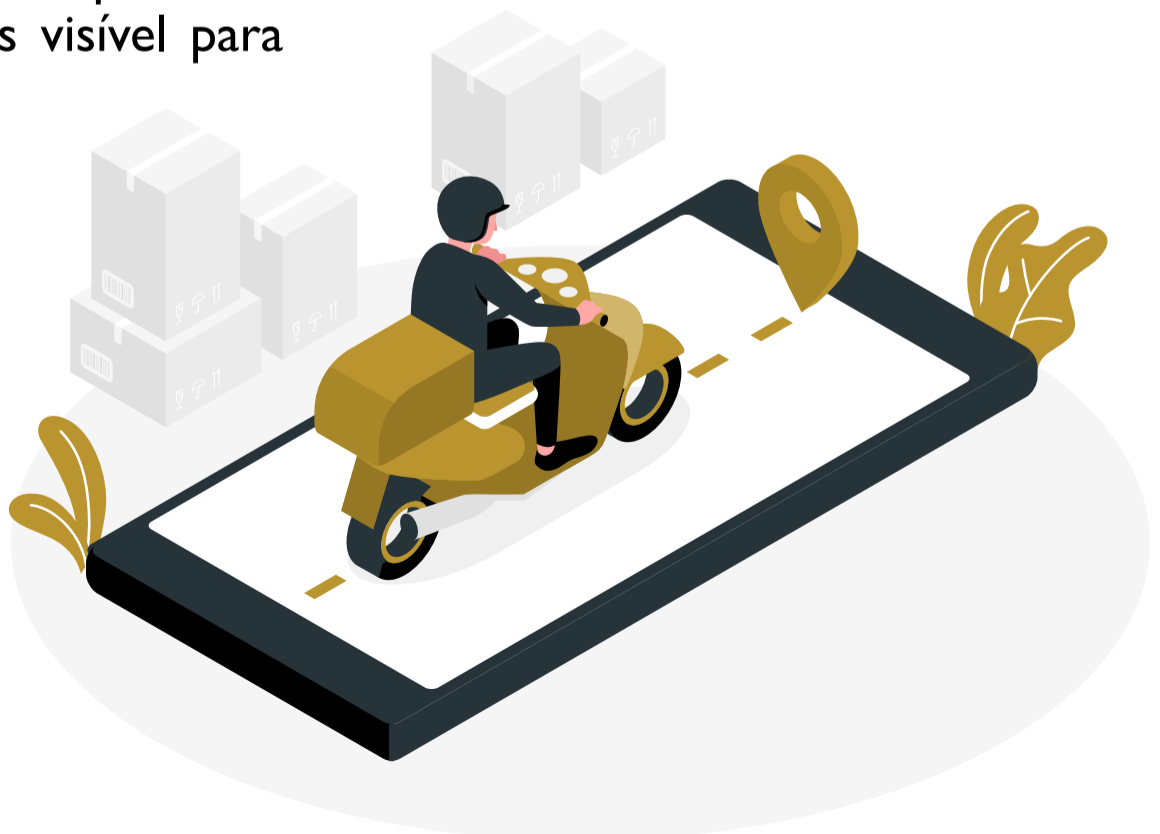
Então, uma boa maneira de criar um marketing de conteúdo é você fazendo publicações do diferencial do seu produto, como fazer o seu produto no estilo “faça você mesmo”, fazer lives fazendo uma receita que o seu restaurante tem, dicas sobre o seu produto, facilidades que ele traz, etc. São várias as ideias que você pode ter para gerenciar tudo e tornar mais visível para seu cliente a sua marca.

FAÇA BOAS FOTOS:

Tenha fotos profissionais ou ao menos bem tiradas para divulgar o seu negócio.

Uma foto mal feita, sem resolução ou poluída pode passar uma imagem amadora da empresa.

Por isso, ter imagens exclusivas e que transmitam o que o seu negócio é, de fato, com certeza vai deixar suas estratégias de marketing para delivery mais eficazes.



COMO REGULARIZAR O SEU SERVIÇO DE DELIVERY ?

O primeiro ponto a ser observado para a regularização do delivery é a frequência da utilização do serviço, ou seja, se é recorrente ou eventual.

Em caso de demanda constante, é interessante pensar no regime CLT, com carteira assinada, transformando assim, o motoboy em um funcionário do estabelecimento. O regime de carteira assinada implica em encargos trabalhistas assumidos pelo proprietário do estabelecimento, como resguardar as férias do funcionário, arcar com gastos do veículo de entrega, e as demais obrigações trabalhistas previstas na CLT. Apesar dos custos, é um grande diferencial possuir um funcionário de confiança organizado e apto a atender às expectativas da empresa e dos clientes.

Além disso, nos casos de demanda casual, a opção por terceirização é atrativa, visto que, não é necessário assumir gastos fixos, pois dependendo do empreendimento podem ser muito altos para sua necessidade inicial. A escolha por motoboys terceirizados não representa vínculo empregatício, e é caracterizada pela flexibilidade na construção da jornada de trabalho, dessa forma, o empreendedor irá pagar somente pelo número de entregas realizadas.

VEJA MAIS NA PRÓXIMA PÁGINA!

COMO REGULARIZAR O SEU SERVIÇO DE DELIVERY ?

CONDIÇÕES E SEGURANÇA DO TRABALHO

Por conta do alto risco de contágio do novo coronavírus, o ambiente de trabalho nunca precisou estar tão seguro quanto agora! Apesar de ser um direito previsto na constituição desde 1998, o cenário atual exige ainda mais condições adequadas para o funcionamento das atividades que continuam sendo exercidas.

Portanto, diga ao entregador para sempre higienizar as mãos do cliente com álcool na hora que ele for digitar a senha na maquininha. E para passar segurança e confiança aos seus clientes, divulgue esses procedimentos nas redes sociais, mostrando através de stories ou postagens como você tem mantido a higienização no seu restaurante e nas entregas.

Outra maneira eficaz de evitar que seus funcionários possam se infectar com o coronavírus é incentivando seu cliente realizar o pagamento online ou por cartão. Uma boa forma de se fazer isso é dando algum tipo de desconto ou oferta ao cliente que utilizar esses meios de pagamento. Mas não esqueça, é preciso tomar precauções de higiene quando se paga na maquininha também.

É necessário se atentar para diminuir os riscos e evitar a contaminação de seus funcionários e clientes. Apesar de não haver evidências de contaminação do coronavírus através da ingestão de alimentos, é importante

se atentar aos procedimentos de higiene recomendados pelo Ministério da Saúde como:

- lavar frequentemente as mãos com água e sabão;
- utilização de máscaras pelos cozinheiros e demais pessoas que manipulam os alimentos;
- disponibilizar álcool em gel ou líquido acima de 70% para o entregador poder higienizar suas mãos durante as entregas;
- recomendar ao entregador que ele faça o menor contato possível com os clientes, para garantir a segurança de todos;
- a higienização das ferramentas de trabalho.

Por fim, tendo em vista que a Constituição Brasileira assegura aos trabalhadores “seguro contra acidentes de trabalho, a cargo do empregador, sem excluir a indenização a que este está obrigado, quando incorrer em dolo ou culpa”, os empregadores que não cumprirem sua parte nas medidas de segurança, poderão ter que arcar posteriormente com as reparações buscadas por trabalhadores contaminados. Sendo assim, é importante valorizar as medidas sanitárias básicas e se atentar às recomendações dadas pelos órgãos competentes, tomando decisões sérias para preservação da vida, do emprego e da renda dos cidadãos.

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DOS DADOS DO CLIENTE

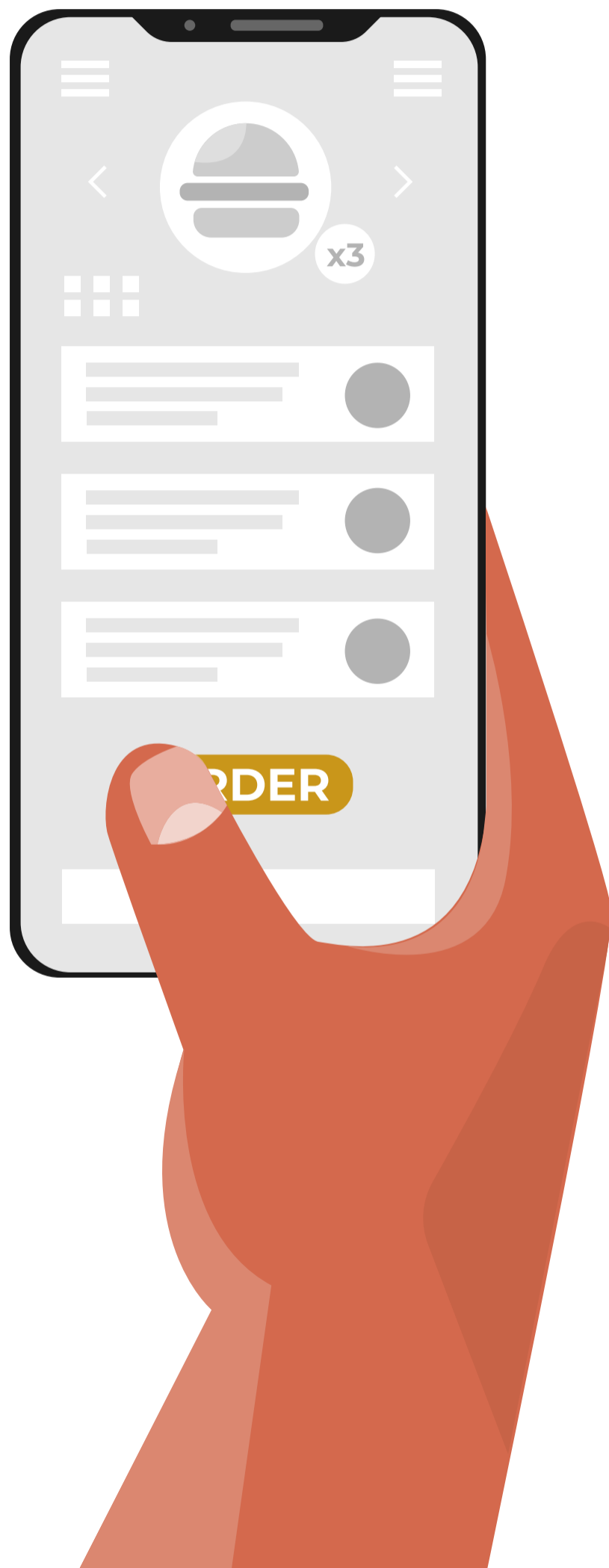
A segurança dos dados pessoais tem sido um fator decisivo no momento de compras por delivery. Durante a realização do pedido, o cliente precisa fornecer elementos particulares que irão garantir a segurança da compra. Dentre eles estão endereço, nome, telefone, CPF e até mesmo dados do cartão. Pensando na privacidade das informações repassadas, surgem os cuidados que as empresas devem ter e que servirão como proteção para os dois lados desse relacionamento.

A nova Lei Geral de Proteção de Dados surge na tentativa de proteger essas informações dos clientes, sem que a liberdade online seja atingida. Pensando nisso, os estabelecimentos que aderem aos serviços deliverys, precisam estar atentos a maneira como a plataforma digital escolhida lida com a segurança dos dados pessoais.

O consumidor precisa ter ciência da finalidade dos dados coletados no momento da compra online, isso aumenta a transparência do relacionamento e impede possíveis vazamentos de dados e problemas originados dessa situação.

Além disso, a empresa tem a obrigação de comunicar ao cliente no caso de vazamento de dados e quais os direitos dele em relação à proteção dessas informações.

Por fim, deve ser feita uma adequação geral de todas as etapas onde o cliente fornece informações pessoais, analisando sempre os riscos e criando medidas para possíveis falhas.



RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES

Um ponto importante a ser levado em consideração quando o assunto é delivery é a percepção do cliente quanto ao serviço oferecido. Isso porque o Código de Defesa do Consumidor (CDC) possui diversas ferramentas de amparo aos clientes que se sintam lesados, já que normalmente são considerados partes hipossuficientes em uma relação jurídica. Ou seja, se você possui um negócio, é indispensável ficar atento ao serviço ou produto contratado, para fornecê-los de forma satisfatória.

ATRASOS NA ENTREGA: COMO PROCEDER?

O estabelecimento precisa informar um tempo previsto para entregar o serviço ou o produto, no momento em que o cliente faz o pedido. Se houver descumprimento do prazo previsto, o consumidor tem o direito de cancelar o pedido ou não aceitá-lo, sem que nada lhe seja cobrado.

Por isso, é essencial estipular um prazo de entrega possível de acordo com a realidade do seu negócio, a fim de que as expectativas da clientela não sejam frustradas.

E SE O PRODUTO ENTREGUE FOR DIFERENTE DO PEDIDO?

Se o produto entregue não corresponder àquele do pedido, seja em qualidade ou quantidade, o consumidor também pode se recusar a recebê-lo. Nesses casos, é comum que o cliente entre em contato com o estabelecimento e a solução pode ser a entrega de outro produto, o cancelamento do pedido, sem custos para o cliente, ou ainda um desconto proporcional.

Há muitas situações em que cancelar o pedido não causará transtornos, mas quando se trata de um evento, como uma festa, por exemplo, e a entrega não corresponde ao pedido, o consumidor pode sofrer mais danos do que o normal, e solicitar os serviços do Procon, exigindo reparação por danos morais e materiais.

Dessa forma, é importante investir em embalagens de qualidade para que o produto não seja danificado ao longo do trajeto feito no delivery, e estar atento aos meios de comunicação com o cliente, seja por aplicativo ou telefone do estabelecimento.

RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES

ATÉ QUANDO O CLIENTE PODE RECLAMAR DE SEU PEDIDO?

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, o cliente pode reclamar de qualquer serviço ou produto em até sete dias após sua compra. Isso é válido também para serviços oferecidos por delivery, podendo abarcar situações em que o prato não tem qualidade, como uma pizza fria, ou mesmo em que os pedidos chegam errados, como um hambúrguer de carne bovina no lugar de um sanduíche vegetariano.

Assim, o estabelecimento precisa oferecer novo produto, o abatimento do preço ou mesmo a devolução do dinheiro, conforme seja acordado.

E O SERVIÇO DE ENTREGA, PODE SER COBRADO A PARTE?

Segundo o artigo 39 do CDC, é considerado abusivo cobrar uma taxa de entrega além do valor do produto. Essa prática é comum entre restaurantes e bares, mas fique atento, pois tal situação pode ensejar reclamação mediante o Procon e gerar transtornos ao estabelecimento. Por isso, é importante calcular o valor do transporte de forma correta a fim de que o entregador não seja prejudicado em casos de sistemas de comissão.

CASO O PRODUTO SEJA ENTREGUE EM LOCAL ERRADO, O QUE FAZER?

Já existem decisões judiciais que entendem que o estabelecimento responsável pelo serviço oferecido é quem deve resolver o problema. Nessa situação, existe ainda a possibilidade de que o cliente exija danos morais e materiais a depender das particularidades do caso. Se o erro for cometido pelo entregador, é possível realizar uma ação de regresso, cobrando o valor pago pelo dano moral de forma correspondente ao que foi causado pelo empregado.

FIQUE ATENTO:

Nas relações de consumo, a melhor opção é sempre ser transparente com os clientes. Isso porque, a transparência com o consumidor revela a importância que a empresa dá ao tipo de serviço prestado. Assim, lembre-se sempre de coletar os dados dos clientes de forma responsável, repassando-as corretamente ao entregador. Caso ocorra algum problema na entrega, entre em contato com o consumidor, as chances de causar um aborrecimento são menores. Por fim, fique atento aos requisitos da legislação trabalhista para garantir condições saudáveis de trabalho ao entregador.

PLATAFORMAS DIGITAIS E DELIVERY TERCEIRIZADO: CUIDADOS QUE VOCÊ DEVE TOMAR

Atualmente, a fixação de parcerias com plataformas digitais de delivery, ou seja, aplicativos de entrega domiciliar voltados para o ramo alimentício, tem se tornado uma opção bastante procurada pelos estabelecimentos, uma vez que, com a pandemia, os serviços de delivery se tornaram uma forma de continuar vendendo em meio à crise.

Tal adaptação pode ser muito benéfica para o empreendimento, ao possibilitar maior visibilidade para a marca e, conseqüentemente, um aumento nas vendas, além da fácil implementação desse serviço, já que o estabelecimento não precisa arcar com a compra de motocicletas ou mesmo com a contratação de motoboys. Entretanto, existem alguns detalhes que merecem atenção durante essas relações.

Em primeiro lugar, vale uma pesquisa acerca de quais são as possibilidades oferecidas por cada aplicativo, e quais delas se encaixam melhor nas necessidades do empreendimento. É importante ressaltar que a maioria dos aplicativos permite que você seja um parceiro e tenha o seu próprio sistema de delivery, ainda que terceirizado.

Entretanto, caso você opte por utilizar o serviço de entregas da plataforma, vale ressaltar que, além da mensalidade decorrente do uso do aplicativo, taxas de entregas também serão cobradas. Os preços destas vão variar de acordo com a distância da entrega e outras circunstâncias. Os aplicativos também costumam ter encargos sobre os pedidos

feitos na plataforma, independente de quem for o responsável pela entrega. Além disso, os aplicativos podem variar quanto ao raio de alcance de suas entregas.

Em relação às entregas realizadas por esses aplicativos, é importante ressaltar que a terceirização de atividades do empreendimento é permitida no Brasil. Assim, mesmo que o delivery seja entendido como parte essencial do seu estabelecimento alimentício, ele pode ser realizado pelas plataformas digitais. No entanto, é importante ressaltar que a profissão de motoboy, é considerada de risco e, por isso, é preciso bastante cuidado ao lidar com o serviço de entregas. Cabe ressaltar que, o fato de a relação ocorrer por meios virtuais não exclui, necessariamente, o vínculo empregatício. Desta forma, esteja atento às condições de contratação das plataformas de delivery, pois, caso ela não seja feita da melhor maneira, é possível que o seu empreendimento seja também responsável caso o motoboy sofra um acidente durante a entrega.

Assim, para se certificar de que a parceria está sendo fixada com a plataforma mais adequada, leia os Termos de Uso que elas disponibilizam e esteja atento às suas condições de operação. Esse hábito servirá não só para esclarecer detalhes sobre encargos, como também irá orientá-lo acerca das práticas que são permitidas, ou vedadas, no usufruto do aplicativo. Uma vez que seus contratos não exigem exclusividade, a parceria com múltiplas plataformas também é uma opção.

ALGUMAS IDEIAS E DIFERENCIAIS QUE ESTÃO EM ALTA NESSE MOMENTO

Ser bem atendido é o desejo de todo consumidor. Quando você planeja um atendimento que demonstra cuidado e carinho com seus clientes, o delivery passa a ser uma ferramenta de fidelização.

Prepare algo, utilize os meios de contato disponíveis para ter um atendimento diferenciado e fortaleça seu delivery. Aqui estão algumas ideias para você se diferenciar de fato:

Mostre carinho

Envie junto do pedido uma mensagem de carinho para seus clientes, seja através de um flyer ou talvez até do próprio punho. Esta mensagem pode ser um agradecimento ou uma frase que alegre o dia de quem recebeu.

Seja mais tech, utilize o QR Code.

Estes quadradinhos podem ser um grande aliado sabia? O que acha de mostrar um vídeo de sua equipe agradecendo pessoalmente pelo pedido? Imagine a surpresa de seu cliente ao ver esta mensagem.

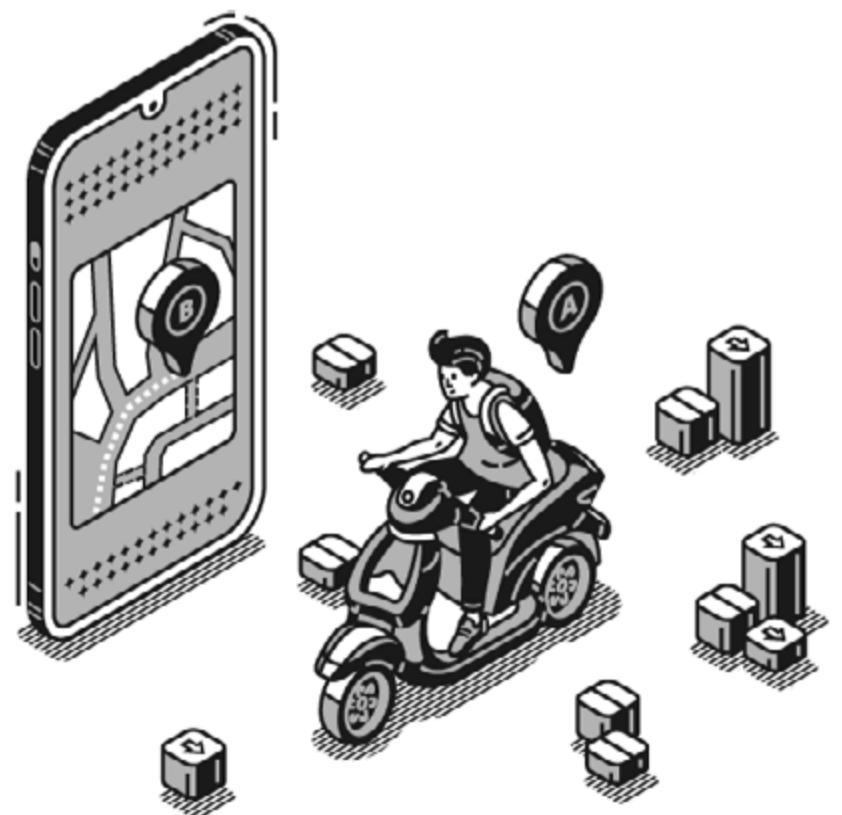
Que tal ter o QR Code dos problemas?

Sim, eles acontecem e é muito melhor resolver diretamente com seu cliente através de um acesso rápido e direto. Ao escanear o QR Code, seu cliente pode ter acesso a todos os seus contatos e falar diretamente com você.

Envie mimos, eles fazem a diferença.

Um bombom ou outro tipo de mimo pode ser enviado junto ao pedido, criando uma sensação no cliente de que recebeu mais do que pediu. E todos gostam disso.

Além disso, procure por uma empresa que ofereça um produto ou serviço que possua sinergia com o seu e veja se é possível fazer uma parceria. Por exemplo: um restaurante de bairro, que agora só pode fazer delivery, poderia criar um catálogo virtual com produtos de lojas vizinhas e entregar tudo junto. É um ganha-ganha-ganha: o restaurante ganha uma comissão da loja, que ganha ao continuar vendendo e o cliente ganha por comprar produtos de mais de um fornecedor em uma mesma compra.



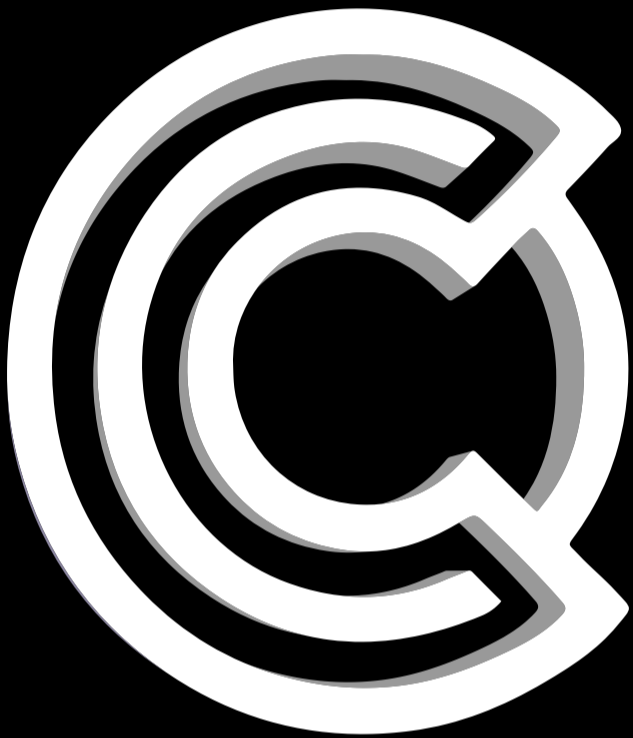
**PORTANTO, ESSES SÃO OS PONTOS
IMPORTANTES QUE SEPARAMOS
PARA VOCÊ, ESPERAMOS QUE ELES
SEJAM DE GRANDE UTILIDADE E QUE
VOCÊ PONHA EM PRÁTICA ALGUMAS
DESSAS IDEIAS!**

**DE QUALQUER MANEIRA, SEJA
CRIATIVO E ABERTO A NOVAS IDEIAS
SEMPRE!**

CONTATO

CON

TATO



COLUCCI
CONSULTORIA JURÍDICA JÚNIOR



Mais
CONSULTORIA JR



COLUCCIJR.COM.BR



[@COLUCCI.JR](https://www.instagram.com/COLUCCI.JR)



CONTATO.COLUCCI@GMAIL.COM



MAISCONSULTORIA.COM.BR



[@MAISCONSULTORIAJR](https://www.instagram.com/MAISCONSULTORIAJR)



MAISCONSULTORIA@MAISCONSULTORIA.COM.BR

CLIQUE E VÁ