



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

MUY PRONTO
COMENZAREMOS...

“CÓMO DESARROLLAR
MI PROPIO
SISTEMA
DE DELIVERY”

ORADOR



PABLO DI MEGLIO

Experto en Transformación
Digital

Consultor en Marketing
Gastronómico

Director de Estrategia en
DIGIX.co



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

CONOCIENDO MÁS SOBRE LOS BENEFICIOS DEL DELIVERY



EL DELIVERY YA NO ES UNA ESTRATEGIA DE EMERGENCIA

Muchos restaurantes no contaban con ventas a domicilio antes de la pandemia porque lo consideraban innecesario. Tuvieron que adaptarse, de emergencia debido al covid-19.



NUEVOS DESAFÍOS A LARGO PLAZO

Alta demanda, alta competitividad, altas comisiones de las plataformas de comida a domicilio, pérdida de control sobre la entrega y condición en los que llegan los platos, pérdida de protagonismo en la mente de los comensales vs las apps de entregas a domicilio.



BENEFICIOS DE UN SISTEMA PROPIO



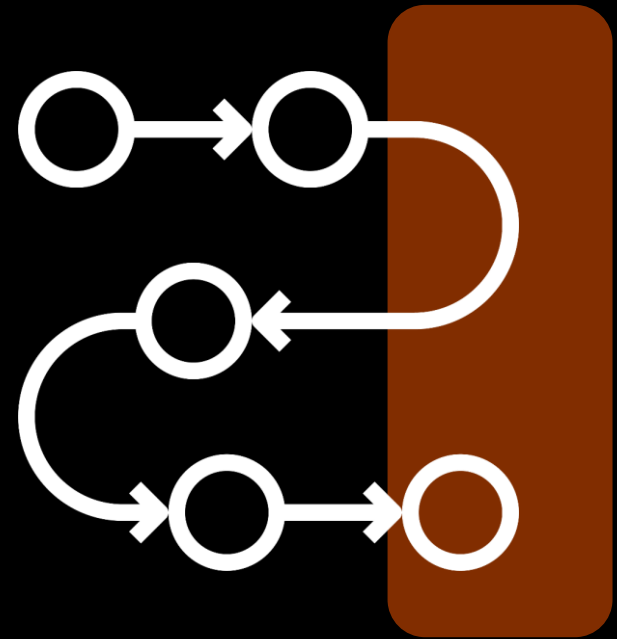
#1 No pagás comisiones a terceros.

El restaurante retiene un 100% de las ganancias, por lo que es mucho más sencillo adaptar el menú y establecer precios.



#2 Tenés control sobre todo el proceso.

El restaurante puede afinar cada etapa del proceso de ventas, como áreas y horarios de entrega, rutas de transporte o cantidad de repartidores, para diseñar un proceso altamente eficiente.



#3 Podés ofrecer una experiencia personalizada.

Upselling y Cross-Selling mucho más preciso, promociones exclusivas, es más fácil animar a los clientes a probar nuevos platos, mayor fidelización.



PUNTO CLAVE #1:
TUS PROPIOS CANALES



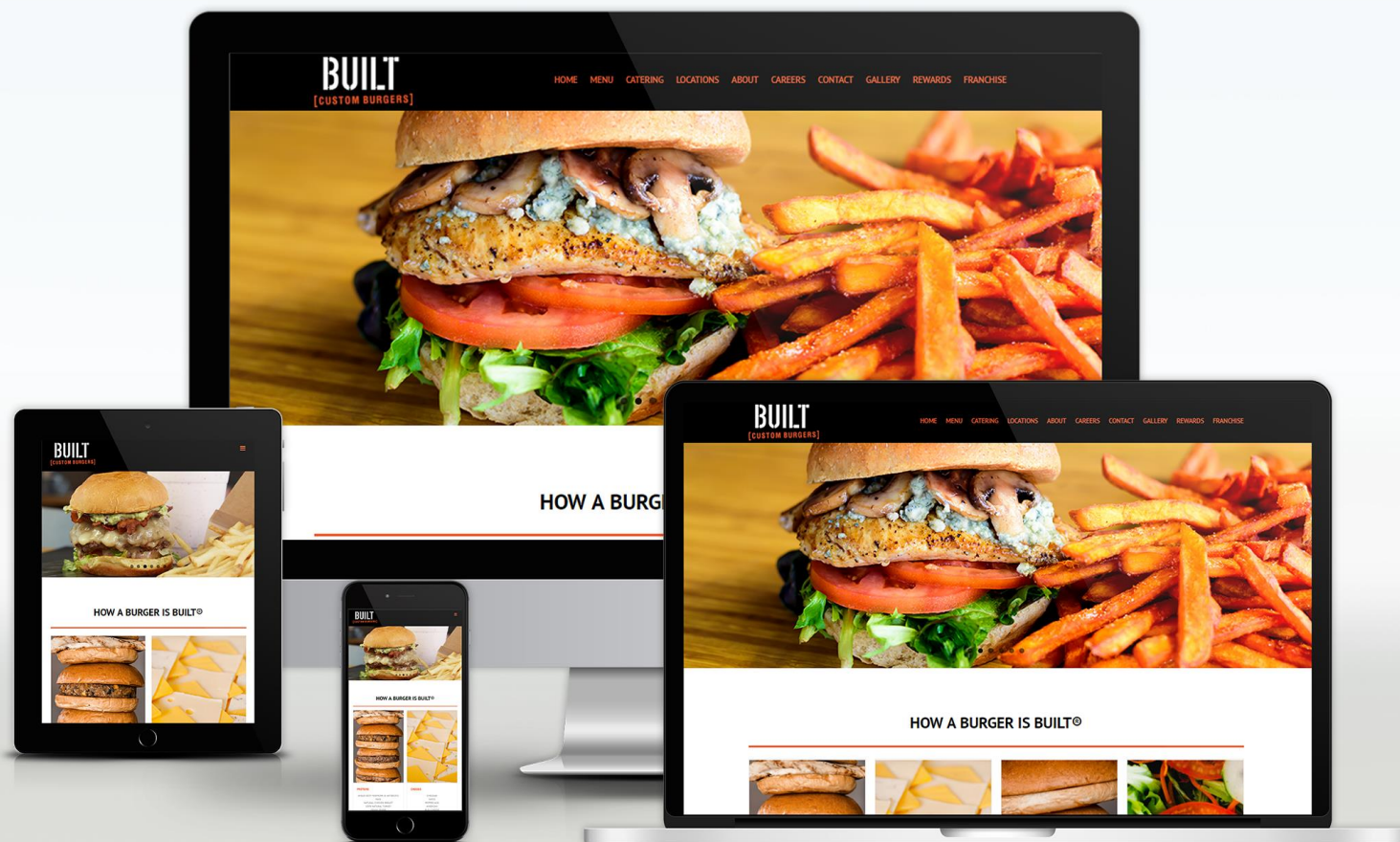
¿SITIO WEB PROPIO?

WIX

 WORDPRESS

¿Sitio web propio?

- Potenciar posicionamiento en GOOGLE.
- Integración con métodos de pago.
- Uso de ofertas a libre decisión.
- Base de datos propia.

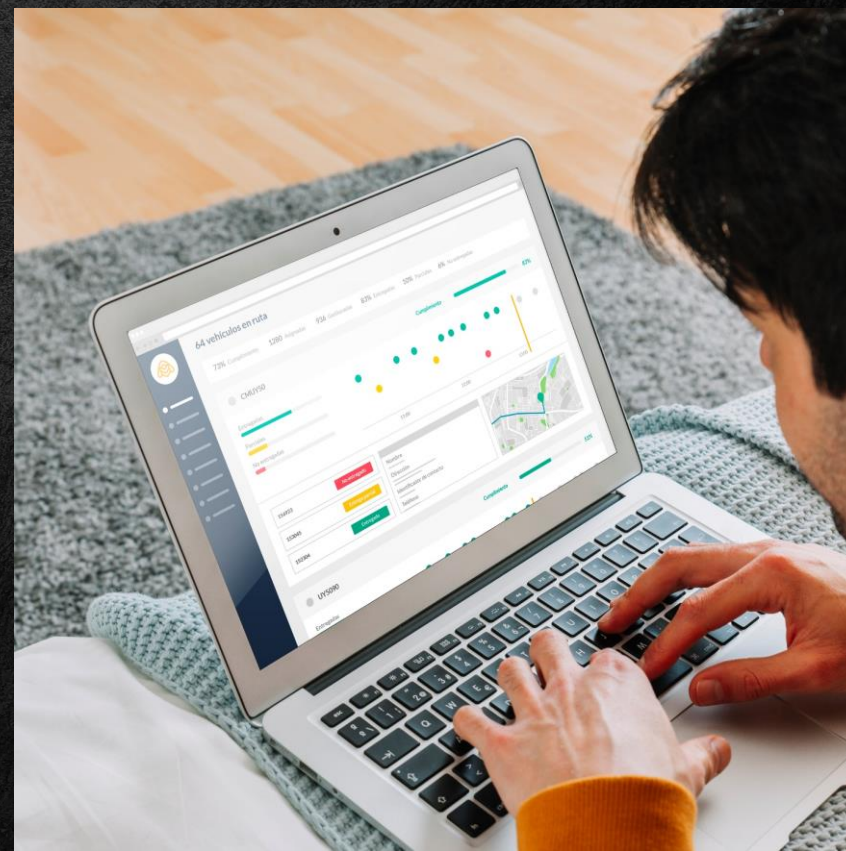


PUNTO CLAVE #2:
TU PROPIA DATA



Datos: el recurso más valioso de un restaurante.

No solo datos de los clientes, también datos de los platos, como costo de los ingredientes, tiempos operativos, número de ventas, etc.

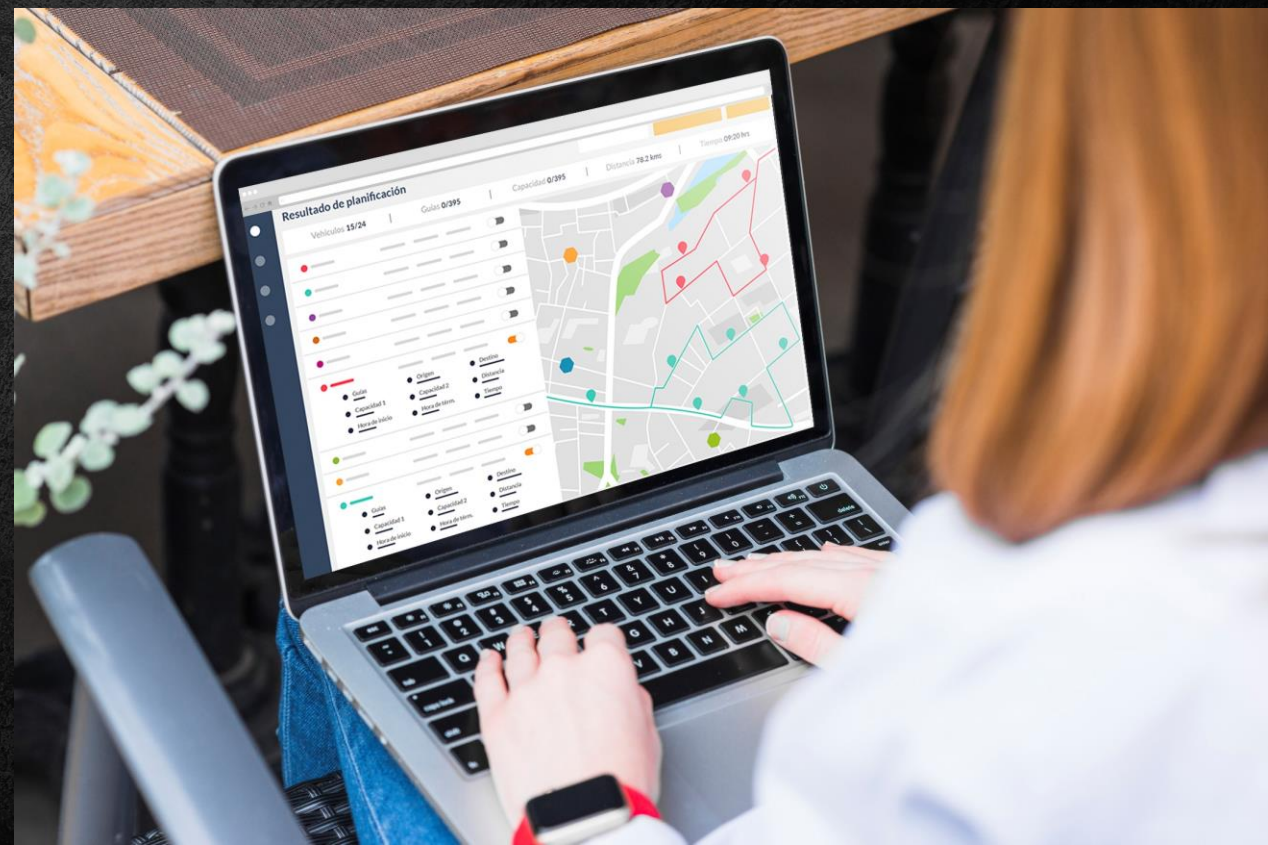


DATOS: EL RECURSO MÁS VALIOSO DE UN RESTAURANTE.



#1 Optimizar el menú

Conocer a fondo los números detrás de cada plato es la clave de un menú rentable, especialmente en el delivery.



DATOS: EL RECURSO MÁS VALIOSO DE UN RESTAURANTE.



#2 Conocer mejor a los comensales

¿Quiénes ordenan más?

¿Cuáles son los horarios o días más activos?



DATOS: EL RECURSO MÁS VALIOSO DE UN RESTAURANTE.



GOOGLE FORMS

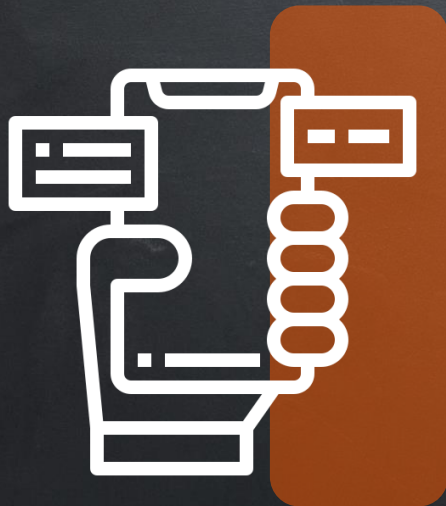
Google Forms es un software ideal para restaurantes pequeños y medianos que están dando sus primeros pasos en el tema: es gratuito, es fácil de usar y de integrar en sitios web o correos, ofrece una amplia variedad de encuestas y los clientes confían en la seguridad de la plataforma.



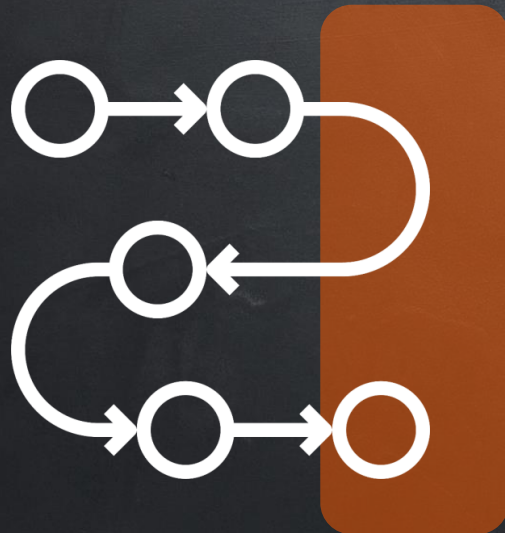
PUNTO CLAVE #3:
PROMOCIONAR
EL SERVICIO

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN

WhatsApp Business, Facebook e Instagram son plataformas digitales casi obligatorias para el delivery de hoy.

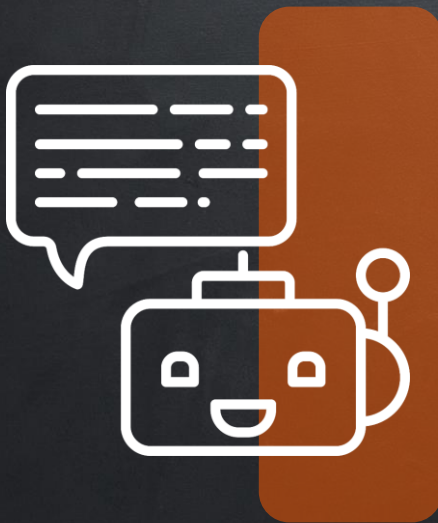


¿CÓMO PUBLICITAR UN SISTEMA DE DELIVERY PROPIO? ANÍMATE A INVERTIR



ATENCIÓN AL CLIENTE 2.0

Los datos que recopilamos a partir de las ventas, encuestas y accesos a la web nos permiten ofrecer una atención más personalizada.



PUNTO CLAVE #4:
ORGANIZA EL NEGOCIO

GESTIÓN DEL RESTAURANTE

No basta con implementar el sistema y llegar a los clientes, la gestión del restaurante también debe cambiar para adaptarse a las exigencias de vender en dos modalidades diferentes.



PUNTO CLAVE #5:
UN CLIENTE,
MUCHOS PEDIDOS.

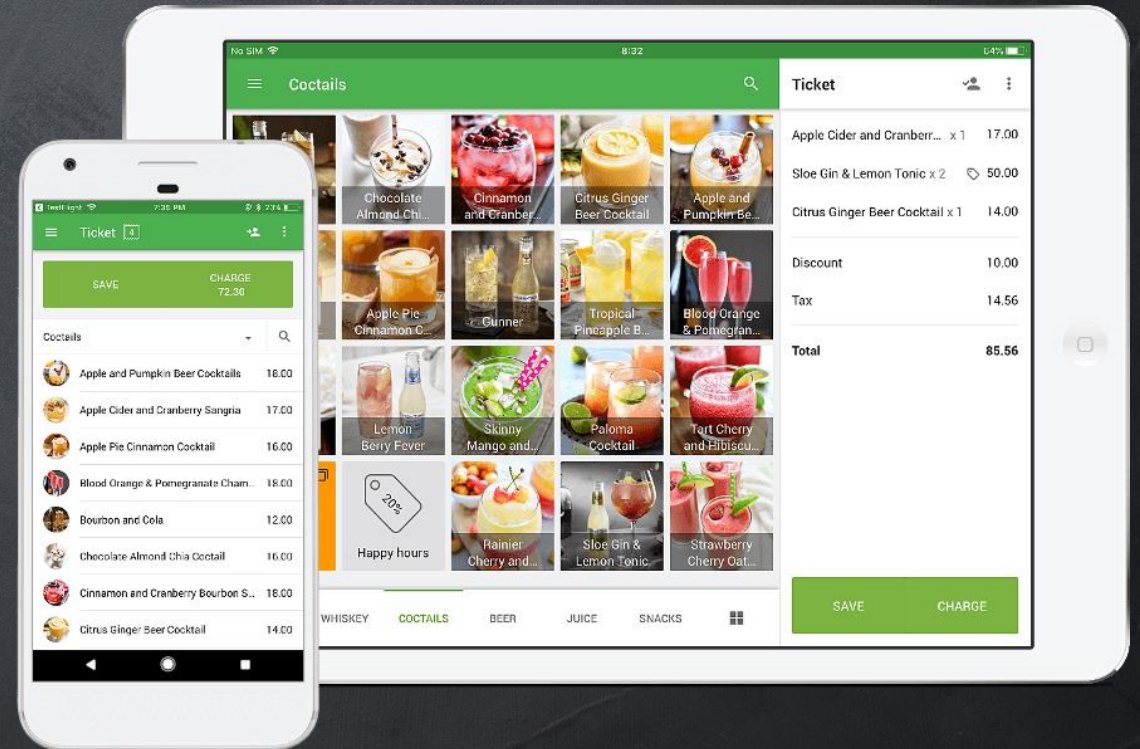
CONSEJOS PARA LOGRAR LA FIDELIZACIÓN

Redes sociales activas y atractivas, organización de los procesos para ofrecer un servicio eficiente, protocolos de seguridad evidentes, hacer branding a través de empaques, servilletas o tarjetas personalizadas, ir más allá del pedido y agregar un extra.



¿QUÉ ES LOYVERSE?

Es una solución de POS y gestión de restaurante que ofrece varias funciones útiles, como gestión de personal e inventario, diseño de menú, KPIs de ventas, comunicación entre los diferentes equipos de trabajo del restaurante, CRM y más.



PARA CONCLUIR:
CONSEJOS FINALES...



Consejos finales...

Garantizar la higiene



Sellar correctamente los pedidos



Mantener actualizado el menú



Formar a los repartidores en atención al cliente



Delimitar las zonas de entrega



¿PREGUNTAS?

PREGUNTAS

En Chile, las plataformas cobran comisiones del 30%, pero montar un delivery propio tiene un costo de personas, sueldos, seguros, problemas de reemplazo, accidentes y otros. ¿Qué momento es mejor, el propio más allá del costo?

El momento es ya, porque esto está en pleno crecimiento. Ordenemos el delivery hoy para estar preparados para lo que se viene, porque va a seguir creciendo. Si se llegara a venir una segunda ola de contagios tenemos que estar preparados. No se puede pensar en mejorar el sistema de delivery cuando suceda, ya tenemos que hacerlo. Y reamente también intentar hacer el ejercicio económico de entender ese 30% ¿cuánta plata significa? Si lo multiplicas por 10, 20, 30, 40 ó 50, ¿no podrías tener una persona dedicada a la repartición?, ¿y empezar también a complementar lo de las plataformas con tu propio sistema? Repito, la idea no es no usar nunca mas las plataformas, la idea es tener un modelo híbrido.

¿Existe alguna plataforma que recomiendes para vender? Para no desarrollar desde cero mi página web.

Podes usar directamente las plataformas que existen. Para hacer un e-commerce fácil sin tener que programar hay una plataforma que se llama Shopify. Sirve para vender cualquier tipo de producto en la nube.

Recomendaciones del público: menuconqr.com, pedixaap.com, shop.daskalos.com.ar, Tango Resto.

PREGUNTAS

¿Qué clase de información provee una app de delivery al restaurant sobre el cliente?

Depende de la aplicación y el contrato que tengas con la aplicación. Me tocó vender a través de una aplicación en un proyecto familiar que tengo, no era gastronómico, en una aplicación como Rappi y Glovo y la información era nula, el contrato que teníamos era muy abusivo. Pero sé que hay negocios que consiguen mejores relaciones comerciales. Depende mucho de la aplicación y del contrato que generes. No hay una respuesta genérica. Lo mejor es cuando hables con el ejecutivo de cuentas de la aplicación que te ayude con el montaje de tu tienda dentro de la plataforma, le hagas esta pregunta también a esa persona.

¿Tienen ejemplos de sitios web y redes sociales de restaurantes que sean buenos ejemplos sobre delivery?

CocinaFranco.com

Es de Bogotá, vean las redes sociales, vean el sitio web, hagan la prueba de hacer un pedido hasta el final, aunque no puedan dar el ok de comprar. Es un gran ejemplo de estrategia de sitio web, de publicidad, de uso de redes sociales, es un gran ejemplo que Uds. pueden tener en cuenta.

PREGUNTAS

¿Qué sistema para manejar los datos recomienda implementar para un restaurant de un local, que sea simple de manejar, gratis y para usuario no entendido?

Hay varios sistemas que te podría recomendar, pero lo más importante es la prueba, cuando elegimos una aplicación yo recomiendo hacer una prueba gratuita. Porque muchas veces nos recomiendan algo que le funciona a otro y vamos de cabeza sin buscar otras alternativas. Yo recomiendo Pipe Drive, es un sistema que sirve para cualquier tipo de negocio, obviamente también para restaurante, se pueden crear los productos con el precio, queda el historial de compras de cada cliente, tiene plantillas. A mí me gusta porque es gestión de clientes, es información, es data, reportes, facturación, CRM. No es un sistema contable. Hay que enlazarlo a tu sistema contable.

¿Consejos para un buen packaging? ¿cómo puedo buscar proveedores de packaging originales?

Hay un montón de proveedores buenos, hay que apostar mucho por un packaging que no tenga impacto en lo ecológico. Hay una tendencia de la gente cada vez más consciente con el impacto que genera el plástico y los empaques que generan muchos residuos entonces creo que es una buena apuesta y está bueno comunicarlo en las redes sociales. También está bueno cotizar con 4/5 proveedores, como una mini licitación para tener varias opciones.

PREGUNTAS

¿Existe alguna plataforma que recomiendes para vender? Para no desarrollar desde cero mi página web. ¿No es muy costoso tener un buen sistema propio?

Recomiendo tener un modelo híbrido que Uds. puedan probar. Por un lado, usar las aplicaciones y por otro lado tener un sistema propio para vender, y ese 30, 35% que te cobran la plataforma de comisión lo puedan invertir en el negocio. Sobre todo, porque al tener la información del cliente, a ese mismo cliente le pueden vender 5/6 veces con los datos que obtengo del contacto. Entonces no solo estoy perdiendo el 30% de la venta, están perdiendo ese 30%, más las futuras ventas posibles. Ahí está la oportunidad.

El punto #4 me parece fundamental. ¿Quizás debemos repensar el negocio integralmente? solo promocionar con una propuesta floja puede ser contraproducente.

Totalmente, todo comienza en la oferta de valor. El servicio de delivery va a funcionar bien no solo porque funciona bien el repartidor, sino porque la propuesta de valor es buena. Antes de pensar en el delivery hay que pensar en la propuesta de valor. ¿Qué tan atractiva es? ¿Qué tan diferente de la competencia, o ¿cuál es el diferencial de mi negocio? Todo esto es lo que tenemos que tener en cuenta y trabajar.

¡GRACIAS POR
ACOMPañARNOS!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.