

---

## A Tendência e o Fortalecimento do Delivery pós Pandemia<sup>1</sup>

Izabela ARAÚJO<sup>2</sup>

Marília DINIZ<sup>3</sup>

Bruna ALMEIDA<sup>4</sup>

Faculdade Laboro, MA

### RESUMO

A pandemia do Coronavírus e o isolamento social modificaram hábitos e costumes das pessoas, impactando e reinventando empreendimentos. Com o fechamento repentino de várias empresas, o gestor tem como saída adapta-se as tendências, encontrar oportunidades e planejar estrategicamente a fim de lidar com os desafios.

**PALAVRAS-CHAVE:** Inovação; Delivery; Pandemia; Planejamento; Fidelização.

No ambiente de crise causado pela pandemia o funcionamento de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil foi modificado. (SEBRAE, 2020). Desta forma, os pequenos negócios tiveram que encontrar maneiras de se manter no mercado. Aqui surge o tema norteador desta pesquisa: Como entregar um serviço e ou produto da melhor forma, mantendo o cliente e conquistando novos, em tempos de pandemia.

Neste contexto identifica-se a importância do marketing de relacionamento, que segundo Kotler (2003, p.474) tem um papel fundamental na medida que cria, retém e aprimora o relacionamento com o cliente, com o intuito de usar estratégias para atrair e criar transações com ele. Apontamos como campo de investigação a utilização do delivery como medida norteadora, mas esta ferramenta não pode ser implementada de qualquer forma, é necessário investimento. O objetivo desta pesquisa é demonstrar que a utilização de ferramentas de planejamento estratégico e marketing de relacionamento, resultará em fidelização de clientes, com uma entrega ágil de um produto ou serviço de qualidade.

A capacidade de inovar é determinante para a competitividade das empresas, onde se faz necessário para os empreendimentos se fortalecerem no mercado, almejando lucro

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado para a disciplina de Produção e Inovação Científica da Faculdade Laboro realizada no dia 20 de junho de 2020.

<sup>2</sup> Aluna do MBA em Marketing e Gestão da Comunicação Digital/, e-mail: izabelapinho@hotmai.com

<sup>3</sup> Aluna do MBA em Marketing e Gestão da Comunicação Digital /, e-mail: mariliadiniz\_11@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade Laboro. Mestra em Comunicação. e-mail: professorabruna.almeida@gmail.com

---

e crescimento. Por esse ângulo, se percebe a importância do planejamento estratégico e do marketing de relacionamento como ações principais para o fortalecimento do sistema de delivery. O delivery tem crescido e com a tendência de fortalecimento, é possível dizer que é a hora de investir em estratégias para aperfeiçoar este processo.

Após análise de alguns estabelecimentos que oferecem o sistema de delivery em São Luís se propõem que empresas precisam identificar pontos variantes que influenciam diretamente nas vendas, como disposto a seguir: Ter um excelente atendimento e estar presente nas redes sociais para interagir e responder em tempo aos seus clientes. Outra ferramenta importante de comunicação é o whatsapp (opção de cadastrar nas redes sociais um link direto para o telefone), facilita e agiliza o atendimento tornando-se prático e rápido; Utilizar as redes sociais para anúncios criativos, leves e que se comuniquem de forma afetiva, o que vai desde o cardápio que deve ser de forma organizada e atualizada (sempre); Ter imagens exclusivas transmitam a qualidade do produto e mostram o potencial da empresa. Fotos mal feitas e poluídas podem passar insegurança e amadorismo ao cliente; É preciso dar atenção especial a embalagem delivery, já que ela é o primeiro ponto de contato entre o produto e o cliente, agregam valor e imprimem a personalidade da empresa. Elas precisam ser resistentes e em caso de alimentos, que mantenha o aquecimento da comida. Existem várias opções de usar a embalagem para transmitir a identidade da marca e ajudar na estratégia de marketing da empresa, é preciso otimizar, ter design atraente, funcionalidade, praticidade e resistência e que ainda seja um meio de comunicação com o cliente.

As metas e propostas traçadas nesta pesquisa tem a finalidade de contribuir com o melhor desenvolvimento das empresas, aproveitar o fortalecimento do delivery após a pandemia e aperfeiçoar este serviço. O plano para aplicação será de um mês, com diagnóstico da situação, divulgação do serviço e análise dos resultados.

---

## REFERÊNCIAS

**O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios.** Portal SEBRAE, 2020. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios>>. Acesso em 19 de julho 2020.

KOTLER & ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** ed. Rio de Janeiro, Prentice-Hall, 2003.

**10 dicas para divulgar seu delivery.** E-commerce Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/10-dicas-para-divulgar-seu-delivery-coronavirus/>