Gerenciador de pedidos: WhatsApp, iFood e Uber Eats 2020

2000 palavras

Descubra o que é um gerenciador de pedidos e como ele pode acelerar o crescimento do seu negócio! Vamos te mostrar como funciona e te ajudar a escolher o melhor!

A procura pelo serviço de delivery digital no Brasil está no seu auge, uma tendência que foi acelerada pela pandemia, mas que deve se manter como um novo jeito de comprar dos consumidores no país.

Essa tendência trouxe a necessidade do empreendedor se adaptar, o delivery por telefone ficou obsoleto com o advento do WhatsApp, estar no mercado de delivery digital passou a ser algo muito importante para se manter competitivo.

Em seu relatório anual de 2019 o [instituto foodservice Brasil](https://www.institutofoodservicebrasil.org.br) (IFB), iniciativa formada por representantes das principais empresas do setor, anunciou que o delivery digital é tendência mundial devido o rápido crescimento nos últimos 5 anos.

O delivery digital cresceu cerca de 23% em 2019, segundo o relatório do IFB, enquanto o crescimento de serviços como take-out cresceu 9% e drive-thru teve um crescimento de 5%.

Com esse crescimento acelerado, os empreendimentos precisam otimizar o atendimento. Para atender por delivery digital, a necessidade de processar pedidos de maneira rápida e eficaz é essencial.

Para alcançar um bom nível de agilidade, e se tornar competitivo é primordial automatizar a gestão de pedidos. Implementando o gerenciador de pedido que melhor atender o seu negócio, irá aumentar a produtividade e reduzir custos.

Contratar os serviços de uma plataforma pratica, objetiva e com comunicação clara, de maneira a facilitar o processo de implantação e adaptação da equipe e dos clientes.

Vamos te ajudar a compreender melhor o assunto para decidir qual gerenciador de pedidos utilizar no seu negócio, confira!

<h2>O que um gerenciador de pedidos faz?</h2>

Quando se decide implementar o serviço de delivery no estabelecimento, é preciso tomar algumas decisões, como será a entrega, se será feito reajustes nos valores, quais embalagens utilizar e principalmente, como vai receber e administrar os pedidos.

Para descobrir como implantar este serviço no seu estabelecimento, leia também: <https://anota.ai/blog/como-abrir-um-delivery-no-meu-restaurant/> como abrir um delivery no meu restaurante?

O processo de administrar pedidos é chamado de gerenciamento de pedidos, consiste em acompanhar a compra em todas as etapas até sua conclusão e no pós-venda.

Existe uma série de fases necessárias para que funcione de maneira eficiente, e o monitoramento dele é essencial para garantir a satisfação do cliente.

Em um restaurante, por exemplo, o pedido é recebido, produzido, embalado e enviado em um curto período, após confirmado o recebimento do cliente o estabelecimento ganha feedbacks.

Parece uma tarefa simples observando dessa maneira, mas a verdade é bem mais complexa, quando este mesmo restaurante recebe um fluxo de vários pedidos em simultâneo, e se o mesmo também atender presencial e em take-out.

Quanto maior o fluxo de pedidos, complexidade do cardápio e variedades de serviços de atendimento, mais difícil se torna o gerenciamento de pedidos.

O melhor caminho para quem deseja sustentar seu crescimento no delivery digital é investir um gerenciador de pedidos.

Automação do gerenciamento de pedidos.

A complexidade do processo de gerenciamento de pedidos exige que haja um grande investimento em atendimento e logística ou um investimento bem menos oneroso em automação.

Ao adotar a automação do serviço de delivery digital, você estará terceirizando o seu atendimento a um software feito especialmente para dar agilidade ao processo de delivery.

O serviço do gerenciador de pedido não se limita a atender o cliente e processar o pedido, ele traz diversas outras vantagens que permitem ao estabelecimento a economia com atendimento, agilidade e crescimento.

<h2>Vantagens de automatizar o gerenciamento de pedidos.</h2>

Ao contratar um gerenciador de pedidos para o seu delivery digital, você ganha em eficiência e principalmente em capacidade de atendimento, mas não se limita a isso, há varias outras vantagens.

<h3>Agilidade.</h3>

A receber uma ordem de pedido, se não for rapidamente repassada para a produção perde-se um tempo valioso.

Com um gerenciador de pedidos esta etapa do processo é instantâneo, além de permitir a mesma velocidade às respostas para as dúvidas do cliente.

<h3>Comunicação interna.</h3>

A comunicação dos pedidos e suas etapas no processo se torna mais hábil, o que melhora a comunicação entre os setores e tornando ela quase a prova de falhas.

Quanto mais integrativo o sistema escolhido melhor será a comunicação entre os setores do seu estabelecimento.

<h3>Banco de dados aperfeiçoado.</h3>

Quem trabalha com vendas sabe a quantidade de informações que um único pedido pode gerar. Essas informações precisam ser repassadas para várias áreas do estabelecimento.

Um gerenciador de pedidos faz o trabalho de unificar esses dados e permite o acesso de todos os colaboradores envolvidos no processo.

<h3>Automatiza processos.</h3>

O sistema de gerenciamento de pedidos reduz a necessidade de intervenções manuais nos procedimentos desde o recebimento do pedido até sua finalização.

<h3>Feedbacks.</h3>

De maneira eficiente, consegue pesquisar a satisfação do cliente e colher feedbacks e ainda os categorizar como negativos ou positivos para ajudar a empresa a melhorar seu trabalho e sua reputação.

<h3>Relatórios</h3>

Por ser um processo muito automatizado, é também um registro muito efetivo de informações.

Um bom gerenciador de pedidos transforma esses dados em relatórios de fácil compreensão para ajudar você a visualizar como está a situação do seu negócio e também auxilia-lo em tomar decisões.

Todas essas vantagens, para ser alcançadas de maneira manual precisariam de um esforço enorme da sua equipe, tornando o gerenciamento de pedidos algo caro e lento para o seu estabelecimento.

<h2>Escolhendo o gerenciador de pedidos.</h2>

O crescimento exponencial do setor de delivery digital trouxe também uma grande quantidade de gerenciadores de pedidos, cada um com métodos, vantagens e custos particulares.

É claro que a forma que será feita o gerenciamento de pedidos interfere na qualidade do serviço prestado.

Por isso a escolha do parceiro que irá fornecer a tecnologia necessária para o gerenciamento dos pedidos do seu estabelecimento é uma decisão que deve ser criteriosa.

Deve considerar, aporte financeiro, o valor de venda dos seus produtos e estrutura do estabelecimento.

<h3>Valores.</h3>

Ao pesquisar os serviços de gerenciamento de pedidos observe todos os encargos envolvidos, como mensalidades e taxas sobre vendas.

<h3>Produto.</h3>

É comum precisar reajustar o valor do produto para venda via delivery digital, para aliviar o peso das taxas de venda dos serviços de gerenciamento de pedidos.

Considere seu público-alvo e o mercado em que está, antes de repassar os valores para o cliente para que seu negócio não fique em desvantagem.

<h3>Estrutura do negócio.</h3>

A estrutura no seu negócio também é importante, desde a maneira que o cardápio é estruturado, por exemplo, se possui muitas opções de personalização no prato até o fato de você possuir frota própria de veículos para delivery ou não.

Considerando estes fatores, faça uma escolha pensada, que com certeza seu empreendimento irá se beneficiar bastante.

<h2>Categorias de gerenciador de pedidos.</h2>

Quando falamos gerenciador de pedidos logo vem à mente plataformas como Ifood e Uber Eats, porém estes gerenciadores de pedidos, não são as únicas opções do mercado.

Para ajudar a você entender como funciona o mercado de gerenciador de pedidos, vamos separar nas duas categorias mais populares entre os usuários de delivery digital, marketplace e automação de redes sociais.

<h3>Gerenciador marketplace.</h3>

Está categoria de gerenciador de pedidos, funciona como um grande agregador de estabelecimentos com delivery digital, a competição por atenção é acirrada devido a grande quantidade de negócios do mesmo nicho alimentar.

O cliente tem a liberdade de escolher comprar por preço, avaliação ou por localização.

Se seu negócio ainda não investir em marketing, vai precisar de preços competitivos e boas avaliações para competir com empresas que captam clientes através de marketing digital.

Vamos falar dos dois serviços de gerenciador de pedidos marketplace mais conhecidos.

<h4>Ifood.</h4>

No gerenciador de pedido Ifood, você pode receber e recusar pedidos, acompanhar a entrega, personalizar o cardápio entre outras funções.

Possui também um portal para acompanhar os feedbacks e avaliações dos clientes e a situação financeira do seu negócio.

É possível personalizar o horário de atendimento, o cardápio e solicitar suporte.

O Ifood possui planos para quem tem frota própria e quer apenas o gerenciador de pedidos e para quem não tem e precisa dos serviços de entregadores associados a plataforma.

Porém, este serviço possui um custo, a mensalidade varia entre 100 e 130 reais, o negócio também deve pagar taxa sobre cada pedido que vai de 12 a 23%, e se o cliente decidir pagar via aplicativo, também é cobrado a taxa de 3,5% sobre o valor.

Uber Eats.

O Uber Eats tem integrado no portão online o serviço de atendimento e o painel de gerenciamento do restaurante, diferente do Ifood que possui duas estruturas separadas.

Assim como o Ifood oferece a opção de entrega com frota própria ou com entregadores parceiros.

Como diferencial esta plataforma tem serviços de campanhas de marketing para ajudar a sua empresa a se destacar, porém, a maioria das opções são acompanhadas de valores adicionais.

O modelo de pagamento também é de uma mensalidade fixa por mês e as taxas por venda pode chegar a 30%.

Automação do WhatsApp.

Com a automação é possível a venda via WhatsApp com direito aos benefícios encontrados nas plataformas de marketplace.

Com esta categoria de gerenciador de pedidos, os atendimentos descentralizados de pedidos via direct, chat e principalmente WhatsApp, é integrado em um único lugar.

As redes sociais são hoje a melhor forma de divulgar o seu negócio, e ao tornar possível que o usuário ao se interessar por seu produto possa também fazer o pedido, aumenta as oportunidades de sucesso do seu estabelecimento.

É uma ótima maneira de otimizar campanhas e anúncios online, além de reduzir o risco do atendimento das suas redes sociais se tornar lento e pouco efetivo.

Um exemplo de automação para redes sociais e WhatsApp é o [Anota Ai](https://anota.ai/home/?utm_source=blog&utm_medium=Menu&utm_campaign=OAnotaAI&utm_content=Site), que usa inteligência artificial para administrar os pedidos feitos via WhatsApp e chat do facebook.

Com ele você deixa tudo automatizado e conta inclusive com integração com as impressoras para imprimir o pedido.

Assim como o Ifood e o Uber Eats te dá acesso a relatórios detalhados, permite cadastrar promoções e cupons de desconto.

A integração é possível inclusive com várias unidades de atendimento.

Você tem acesso a feedbacks e avaliações e pode usar para criar campanhas de fidelização.

Sistemas de automação de WhatsApp como o [Anota Ai](https://anota.ai/home/?utm_source=blog&utm_medium=Menu&utm_campaign=OAnotaAI&utm_content=Site), tem o custo-benefício melhor que as plataformas de marketplace, e permitem um contato mais próximo de interação com o cliente ajudando a fidelizar o consumidor.

Utilizando várias plataformas de gerenciamento de pedidos.

Uma alternativa muito utilizada no mercado é o uso de vários gerenciadores de pedidos para poder atender em diversos canais, aumentando a capacidade de venda do seu estabelecimento.

Utilizar plataformas de marketplace e um gerenciador de pedidos de automação como o Anota Ai, é uma forma de tornar o seu delivery ainda mais lucrativo, já que estará captando clientes em diferentes frentes.

Aprenda mais sobre delivery lendo o artigo: [saiba tudo Sobre delivery! Tire Suas Dúvidas](https://anota.ai/blog/saiba-tudo-sobre-delivery-tire-suas-duvidas/), e fique pronto para levar seu negócio para essa nova etapa de crescimento!

Tecnologia e planejamento andam juntos, para melhorar a logística do seu empreendimento.

Ter presença digital não significa apenas estar nas redes sociais, ou aderir a um gerenciador de pedidos. Agora, mais do que nunca, você precisa produzir conteúdo e cuidar do seu engajamento.

Por isso é necessário um conjunto de ações para sustentar seu negócio no mercado, e uma gestão coordenada das várias iniciativas desde o gerenciamento de pedidos, campanhas de divulgação até o treinamento da sua equipe.

Vai muito além de montar um perfil público nas redes sociais, deve considerar a comodidade do cliente e oferecer benefícios que ultrapassem ter somente os produtos saborosos.

É primordial dar atenção a experiência completa do consumidor, nas interações com o seu negócio, desde o momento que ele procura por sua marca ou produto na internet e até após ele consumir o que comprou do seu estabelecimento.

Acesse o blog do Anota AI, lá você tem acesso a muitos artigos repletos de informação para ajudá-lo a ter sucesso! Não deixe de conferir!