

ARTIGO

TRANSFORMADOR

117

**DELIVERY NÃO É
SÓ LOGÍSTICA.
É PERCEPÇÃO
DE MARCA.**



INTRODUÇÃO

Tem uma coisa acontecendo no varejo e na alimentação que o líder precisa estar mais atento.

Tem casos em que a marca funciona perfeitamente no restaurante, mas é vista de forma negativa quando chega na casa do cliente.

E isso acontece porque, na última milha, quem está representando sua marca muitas vezes não é você, mas alguém que não conhece aquilo que você construiu.



O entregador sai para entrega e muitas vezes não recebeu nenhuma orientação sobre experiência, cuidado ou percepção.

Mas, para o cliente, quem chega na porta representa a marca.



Negócios &
Estratégias



A EXPERIÊNCIA CONTINUA FORA DO PONTO DE VENDA

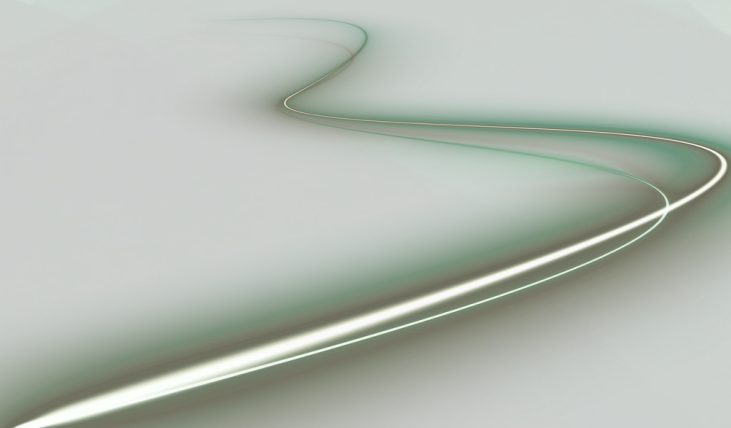
Quando o delivery chega ruim, o cliente entende uma coisa simples: “essa marca não se importa.”

Porque experiência não termina quando o pedido sai da loja, mas quando o cliente recebe aquilo em casa.

Marcas maduras entenderam isso há muito tempo.

Nos Estados Unidos, por exemplo, muitas marcas grandes fazem entrega própria ou capacitam parceiros para representar corretamente a marca.

Porque não é só alguém transportando produto, ele está entregando uma promessa.





Negócios &
Estratégias



A ÚLTIMA MILHA VIROU EXPERIÊNCIA DE MARCA

Aqui no Brasil, muita empresa ainda trata delivery como simples custo operacional terceirizado e isso abre brecha para muitos problemas.

Porque enquanto a marca investe meses:

- construindo reputação,
- treinando equipe,
- organizando operação,
- melhorando produto,

todo esse trabalho pode morrer em poucos minutos na porta do cliente.

Então existe uma pergunta importante: quem está entregando sua marca hoje entende realmente o que ela representa?





**SUA MARCA NÃO É
DEFINIDA APENAS PELO
QUE ACONTECE
DENTRO DA OPERAÇÃO,
MAS TAMBÉM PELA
FORMA COMO CHEGA
NO CLIENTE.**



Negócios &
Estratégias



Se você sente que existe desalinhamento entre a qualidade da marca e a percepção do cliente no delivery...

A Mentoria O Resgate pode te ajudar nisso: fortalecendo experiência de marca, estruturando operações mais consistentes e criando cultura de atendimento alinhada em todos os pontos de contato com o cliente.

[Acesse a](#)
[Mentoria](#)
[O Resgate](#)



ojuliomonteiro.com