



“ Puede suponer un
25% de ingresos extras ”
para tu establecimiento

Fuente: informe sobre delivery de Alimarket

GUÍA ONLINE **DELIVERY** COMO APROVECHAR ESTE NUEVO MODELO DE NEGOCIO

LA EVOLUCIÓN DEL DELIVERY EN ESPAÑA

Ha venido para quedarse **PANDEMIA = ACELERADOR**

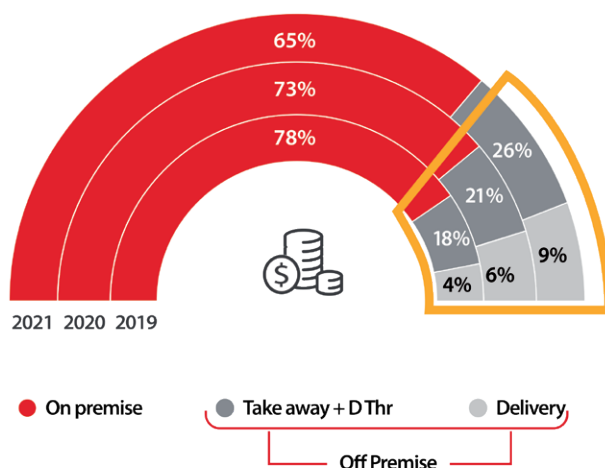
EL MERCADO EN VALOR 2019 - 2020 - 2021

Delivery prevé seguir creciendo hasta alcanzar los **1.590 M€** en 2025 (CAGR **+10,6%**).

Se espera que el número de usuarios ascienda hasta los **15,7 M€** en 2025 (**+40%** crecimiento).

El ingreso promedio por usuario/año (ARPU) en el segmento Delivery es de **102,15€** (China = **140,36€ +25%**).

Fuente: Statista.



Fuente: NPD Dic 2021.

Ventajas para tu **NEGOCIO**



- **ESCAPARATE DIGITAL. SI NO ESTÁS, NO EXISTES**
- **VENTAJAS PARA LOS NEGOCIOS FÍSICOS:**



AMPLÍO VISIBILIDAD DEL NEGOCIO

Rótulo encendido 24/7



AMPLÍO HORARIOS

Más clientes/tráfico



AMPLÍO SALA

Más pedidos/
más rentabilidad



EL CONSUMIDOR

Es más exigente ya que ha descubierto el placer de quedarse en casa y esto ha cambiado los hábitos de consumo.



EL TELETRABAJO

Hace necesario adaptarse a las nuevas necesidades: rapidez y conveniencia.

3 PASOS PARA TRABAJAR EL DELIVERY

1

SELECCIONA LA PLATAFORMA DE VENTA Y ENTREGA

Tienes **2 modelos** de hacer llegar tu oferta al domicilio de tus clientes:

OPCIÓN A

ÚNETE A UN AGREGADOR:

solicita información sobre las diferentes plataformas y compara las condiciones que ofrecen (comisiones de apertura y pedidos).



OPCIÓN B

CREA TU PROPIA PLATAFORMA:

web, app o teléfono a través de tu servicio de entrega.



2

DISEÑA TU OFERTA

PON UNA OFERTA DIFERENCIADORA

para tus consumidores, incorporando los platos y bebidas de mayor rotación de tu local.

El envase preferido por los consumidores es la botella de 500 ml, el 78% declara preferirlo vs la lata.

OFRECE MENÚS QUE INCLUYAN COMIDA + BEBIDA Y PON UN PRECIO CERRADO

Te harán aumentar el ticket medio y le facilitarán la compra a los consumidores.

73% declara que les gusta mucho/bastante encontrar ofertas de comida + bebida en pedidos online.

SELECCIONA LOS PLATOS MÁS ADECUADOS PARA EL TRANSPORTE

sin que pierda calidad el producto y asegura que la bebida esté fría.

ELIGE UN BUEN EMBALAJE

para mantener su calidad y hacerlo atractivo en el hogar.

3

CLAVES PARA COMUNICAR TU OFERTA Y VENDER MÁS

TU CARTA EN EL MUNDO DIGITAL ES TU CAMARERO

¡RECUERDA!

CUANTO MÁS SCROLL, MENOS TRÁFICO

Facilita la compra poniendo en el primer pantallazo la oferta de menús completos/combos. (Mínimo 4 combos)



OFRECER MENÚS O COMBOS

que incluyan comida + bebida con precio cerrado y redondo (no hace falta que lleve promoción). Los clientes piden facilidad y rapidez en su compra.



DAR INFORMACIÓN DE LOS PLATOS Y BEBIDAS:

ingredientes, tamaños e incluso alérgenos.



PONER IMÁGENES:

potenciarán la apetitividad de los platos y añade un fondo en contexto, mejorará la percepción de los productos.

COMUNICAR CON ÉXITO

GENERADOR DE RENTABILIDAD

AL **73%** DE LOS CONSUMIDORES ENCUESTADOS,
LES GUSTA TENER OFERTAS
DE MENÚS CON COMIDA + BEBIDA (**COMBOS**).

Fuente: GFK Estudio Online 2020 entre usuarios frecuentes de delivery.



COMBOS (PLATOS+BEBIDAS)

LA FORMA DE PRESENTAR EL PRODUCTO ES LA VARIABLE MÁS IMPORTANTE

1



El fondo oscuro.

2



Ofrece variedad y combinaciones de platos y bebidas.

3



Paella
+ Ensalada
+ Aquarius
Limón botella
500ml

Añade un texto describiendo el contenido de la oferta.



HERRAMIENTAS

Coca-Cola EUROPACIFIC PARTNERS

QUÉ OFRECEMOS AL CLIENTE

1

BANCO DE IMÁGENES
con platos y bebida.



2

PLANTILLAS para incorporar una pastilla con bebida, a la foto del plato del cliente.



3

POSIBILIDAD DE HACER FOTOS de los platos del cliente con nuestras bebidas (Consultar previamente).



DESCÁRGATE
LAS IMÁGENES
GRATUITAMENTE
EN NUESTRAS
PLATAFORMAS

Selección de fotos

BARTALENT Lab/
- Inspiración para la hostelería -



Más de 10.000 fotos

LIBRERÍA DIGITAL
© 2020 COCA-COLA EUROPAIC PARTNERS



EL FORMATO MÁS RECOMENDADO PARA ESTE CANAL ES LA BOTELLA DE 500 ML



Fácil de **transportar**.



Percepción de **exclusividad**.



Envase **diferenciador**.



Transparente, se ven los intrínsecos del producto.



Cantidad de producto **idónea**.



El tapón **más higiénico**.



Mejora la experiencia de **consumo**.



Menor sensibilidad del público a **precio** alto.



Se enfría más rápido.

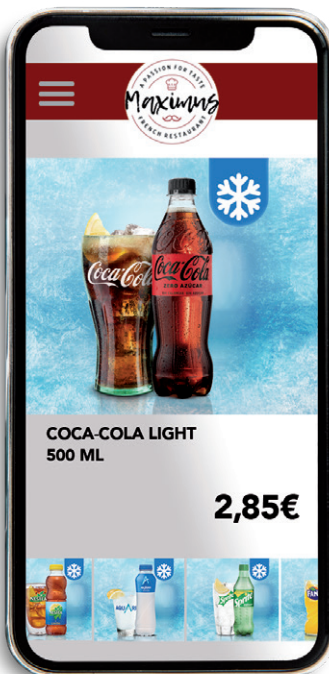


Permite **guardar** lo que no se consume.



EL **78%** DE LOS CONSUMIDORES ENCUESTADOS, **PREFIERE EL FORMATO PET 500 ML FRENTE AL FORMATO LATA 330 ML. LA CANTIDAD VS PRECIO ES LA VARIABLE MÁS RELEVANTE (COMBOS).**

Fuente: GFK Estudio Online 2020 entre usuarios frecuentes de delivery.



BEBIDAS

LA FORMA DE PRESENTAR EL PRODUCTO ES LA VARIABLE MÁS IMPORTANTE



El fondo azul claro y pastilla de frío.

Que se vea totalmente el producto: no zoom.

Coca-Cola sabor Light. Botella 500 ml

Añadir texto describiendo MARCA - SABOR - FORMATO.

LA IMPORTANCIA DE LAS BEBIDAS

ESTÁ DEMOSTRADO QUE LAS VENTAS DE BEBIDAS SON UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LOS RESTAURANTES, SIN EMBARGO:

SOLO ENTRE EL 5% Y EL 30% DE LOS PEDIDOS INCLUYEN BEBIDA*

*Varía por canal /tipo de comida /geografía.

¡IMPORTANTE!

Las bebidas aumentan la rentabilidad por ticket entre un **10%** y un **20%** en delivery.

*Datos: la estimación de crecimiento de ventas por ticket es una referencia de casos reales.



GUÍA ONLINE **DELIVERY**

COMO APROVECHAR ESTE NUEVO MODELO DE NEGOCIO

Coca-Cola **EUROPACIFIC
PARTNERS**