Casi di innovazione nel commercio

E-COMMERCE PER I BAR. ZÉ DELIVERY

a cura di Fabrizio Valente - Marzo 2024

Un modello di vendita online e consegna a domicilio di bevande fredde basato sul coinvolgimento di un ampio numero di bar.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

https://lebussole.confcommercio.it/strategia/e-commerce-per-i-bar-ze-delivery/

Oggi parliamo di Zé Delivery, un progetto lanciato in Brasile da Ambev, azienda che fa parte del più grande gruppo di distributori di bevande al mondo. Quello delle bevande è un **settore in cui l'acquisto d'impulso da casa sta crescendo velocemente grazie alle possibilità di delivery sempre più veloce**.

Zé Delivery è nato per risolvere situazioni che per un numero crescente di consumatori risultano difficili da gestire: quando si vive un momento casalingo in cui per svariate ragioni (un evento sportivo in TV, qualcosa da festeggiare, una pizza con gli amici eccetera) si accende il desiderio di una birra ben fredda e ci si accorge che il frigo ne è sprovvisto.

Zé Delivery è, quindi, una piattaforma che **riesce a far consegnare birre in pochi minuti, direttamente a casa dei clienti**, allo stesso prezzo del supermercato, con la sola aggiunta del costo della consegna.

Il modello **si basa sull'accordo con una ampia rete di bar partner che si occupano di spedire gli ordini ricevuti in automatico dalla piattaforma. L'accordo con loro prevede un'esclusiva** nel raggio di 5 km e, cosa sorprendente, il ricavato va tutto ai baristi in un'ottica win win: si crea un nuovo canale di business per loro e si genera un importante aumento dei volumi e una maggiore fidelizzazione al brand per Ambev.

Zé Delivery è in pratica in **caso da manuale per il successo del canale DTC, il *Direct to Consumer*** ossia il canale diretto che un produttore può sviluppare bypassando i canali intermedi di distribuzione.

In realtà in questo caso il produttore però, invece di bypassare, coinvolge e crea una partnership virtuosa con il canale retail, in questo caso l'Horeca. In questo modo si evitano i frequenti conflitti di canale e al contrario si fidelizzano i partner offrendogli un canale di guadagni supplementare.

Il business si sta sviluppando rapidamente: nel 2021 ha superato i 60 milioni di ordini (con una crescita del 125% rispetto al 2020), con oltre 4 milioni di consumatori e uno sviluppo in ben 13 Paesi.

Sono oltre 4.300 i bar partner, e ora l'azienda sta progettando di coinvolgerli duplicando il modello anche con i vini.

La sfida oggi appare quella di mantenere elevato il livello di servizio.

Stimolo per gli imprenditori

Non guardare ai canali che spediscono direttamente ai clienti finali come il 'male assoluto' e una delle peggiori forme di concorrenza (se non di 'tradimento'). Ma **capire quali possibili partnership si possono mettere in campo e non farsi trovare impreparati** quando i fornitori ci propongono forme di coinvolgimento. Anzi, al contrario, bisognerebbe diventare proattivi e fare spontaneamente proposte in quella direzione.

Fonti per le immagini:

Lapetiteproduction da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÚ

Questo articolo fa riferimento al Focus **Il Negozio in trasformazione** realizzata da Confcommercio, Gennaio 2024.

Collana Le Bussole
Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.