

Título: Grupo Josapar lança e-commerce para consumidor final
Veículo: New Trade
Cidade: Nacional

Página:
Cm2: 940.8

Mídia: Web
Data: 04/06/2020
Jornalista: Redação



INDÚSTRIA

Grupo Josapar lança e-commerce para consumidor final

Por Redação — Última atualização 4 jun, 2020



107 0

As compras online são cada vez mais comuns para os brasileiros. Segundo levantamento realizado pelo NZN Intelligence, 74% dos consumidores preferem a modalidade online em relação às compras realizadas em lojas físicas. Estar presente no ambiente digital é imprescindível para as empresas que desejam ter um relacionamento com os seus consumidores e, por conta disso, o Grupo Josapar lança um e-commerce voltado para o consumidor final, disponibilizando todos os produtos do grupo nessa plataforma, ou seja, as marcas do Arroz Tio João, Suprasoy, Meu Biju e Azeite Nova Oliva.

“Queremos que nossos clientes conheçam e tenham acesso aos produtos fabricados pelo Grupo Josapar e, para isso, nada melhor do que disponibilizá-los em um mesmo ambiente. O digital nos dá essa liberdade de apresentar os diferenciais de cada linha e a variedade de tipos e sabores”, diz Luciano Targa Ferreira, diretor Comercial da Josapar em São Paulo.

O site “Armazém Tio João”, com seu modelo de venda direta online, irá suprir as demandas mais específicas dos consumidores finais. Com Centro de Distribuição localizado em São Paulo, a empresa poderá atender a todo o mercado nacional.

“A Josapar tem em seu portfólio em torno de 100 sku’s (sigla em inglês para unidade de manutenção de estoque) disponíveis para venda em todo o Brasil”, afirma o diretor. No entanto, de acordo com o executivo, dependendo do formato da loja, esse número pode ser baixo. Empresas que trabalham com o Cash & Carry, um formato de comércio em crescimento e que possibilita ao cliente escolher o produto na hora, fechar a compra, efetuar o pagamento e já levar o produto, chegam a ter menos de 10 sku’s disponíveis nas lojas. “Isso significa que o consumidor pode ter dificuldade para encontrar diversos itens que a Josapar produz”, comenta Luciano.

“Já em hipermercados e supermercados maiores e de vizinhança as unidades de manutenção de estoques podem representar de 70 a 80% do nosso mix de produto”, complementa o diretor.

A Josapar tem investido em sua presença digital. Segundo o diretor, todos os canais nas redes sociais e sites (Meu Biju, Suprasoy, Arroz Tio João e institucional Josapar) estarão interligados, para proporcionar uma melhor experiência de compra para o consumidor e estreitar o relacionamento.

“O Grupo Josapar é uma empresa voltada para a qualidade e onde realizamos nosso maior investimento. Recentemente, as unidades de Pelotas e Itaquí, no Rio Grande do Sul, receberam o Certificado FSSC 22000*, que é um dos mais relevantes certificados internacionais para segurança de alimento”, informa o diretor. “E queremos que cada vez mais pessoas tenham acesso ao que produzimos e comprovem que o que fazemos é com carinho, garantia de qualidade e segurança de alimento”, completa.

E-commerce para pequenos e médios estabelecimentos

Com uma proposta inédita na indústria de arroz, o grupo desenvolveu em 2019, um modelo de venda direta online ao segmento de pequenos estabelecimentos, formado por restaurantes, bares, lanchonetes, pequenos e médios varejistas, empórios, hortifrúteis, padarias e lojas de conveniência. Desenhado para suprir as demandas mais específicas desses empresários, o portal Direto da Josapar - www.diretodaJosapar.com.br está disponível para a entrega para todo o estado de São Paulo.

4news arroz e-commerce Josapar venda ao consumidor