

Título: Josapar lança e-commerce para pequenos varejistas

Veículo: Canal Executivo Blog

Cidade: São Paulo

Página: Web

Cm2: 1144.8

Mídia: Web

Data: 23/07/2018

Jornalista: canalexecutivoblog

Josapar lança e-commerce para pequenos varejistas



canalexecutivoblog
23 23America/Sao_Paulo
julho 23America/Sao_Paulo
2018
Empresas

A **Josapar**, empresa detentora da marca Tio João está lançando o e-commerce Direto da **Josapar**. Trata-se de uma loja virtual destinada às vendas diretas de todas as linhas do portfólio da fabricante, como o arroz Tio João, o feijão Meu Biju, o azeite Nova Oliva e toda a linha SupraSoy de alimentos em pó à base de proteína isolada de soja, entre outras marcas.

A **Josapar** desenvolveu este canal para atender o mercado formado por restaurantes, bares, lanchonetes, pequenos e médios varejistas, empórios, hortifrúti, padarias, lojas de produtos naturais e orgânicos, farmácias e lojas de conveniência, com uma proposta de venda direta desenhada para suprir as demandas mais específicas de estabelecimentos com estes perfis.

A companhia quer oferecer a este segmento de clientes de menor porte uma solução completa, focando no baixo valor de pedido mínimo para compras no portal, fixado em R\$ 350,00 e o serviço diferenciado de entrega. Lançado inicialmente para atender todo o estado de São Paulo, o site oferece como prazo máximo de entrega quatro dias para a capital e região metropolitana, e cinco dias para o interior. "Trata-se de uma solução de vendas diretas, completa e competitiva", disse Luciano Targa Ferreira, diretor adjunto de vendas da **Josapar**. O objetivo é facilitar a realização de compras de abastecimento dos pequenos estabelecimentos, que poderão comprar direto da indústria.

O executivo destaca que, para lançar o portal, cada detalhe deste mercado foi levado em consideração. "A ideia era chegar a uma opção de venda totalmente adequada ao porte do cliente", explicou. É o caso da logística. "Em um restaurante, por exemplo, arroz é essencial. Porém, é um item pesado e, sua logística, complexa. Hoje, o dono do restaurante usa muitas vezes o próprio carro para buscar o arroz em um atacadista. O que gera, além de perda de tempo, desgaste do veículo com o peso da carga", explica. Com a compra online, o empresário deixa de ter essa preocupação. "Ele não

da indústria.

O executivo destaca que, para lançar o portal, cada detalhe deste mercado foi levado em consideração. "A ideia era chegar a uma opção de venda totalmente adequada ao porte do cliente", explicou. É o caso da logística. "Em um restaurante, por exemplo, arroz é essencial. Porém, é um item pesado e, sua logística, complexa. Hoje, o dono do restaurante usa muitas vezes o próprio carro para buscar o arroz em um atacadista. O que gera, além de perda de tempo, desgaste do veículo com o peso da carga", explica. Com a compra online, o empresário deixa de ter essa preocupação. "Ele não precisa mais pensar em arroz, isso fica a cargo da Josapar", completou.

Neste sentido, a empresa acredita que o pedido mínimo fixado em R\$ 350,00 será um atrativo para que este cliente migre sua compra para o site. "É um valor relativamente baixo para um varejista, dono de restaurante, ou padaria, que, com isso, pode programar o seu estoque sem a preocupação de ter que ir buscar o produto", ressaltou o diretor adjunto de vendas.

O canal Direto da Josapar oferece a compra de combos, nos quais, ao adquirir itens de mais de uma linha, o site oferece descontos. A partir do segundo pedido é possível pagar com boleto faturado com 21 dias de prazo. Somente no primeiro pedido é solicitado o pagamento antecipado online ou cartão de crédito.

ANTERIOR

Terceira geração tenta dar 'banho de marketing' na Letti
