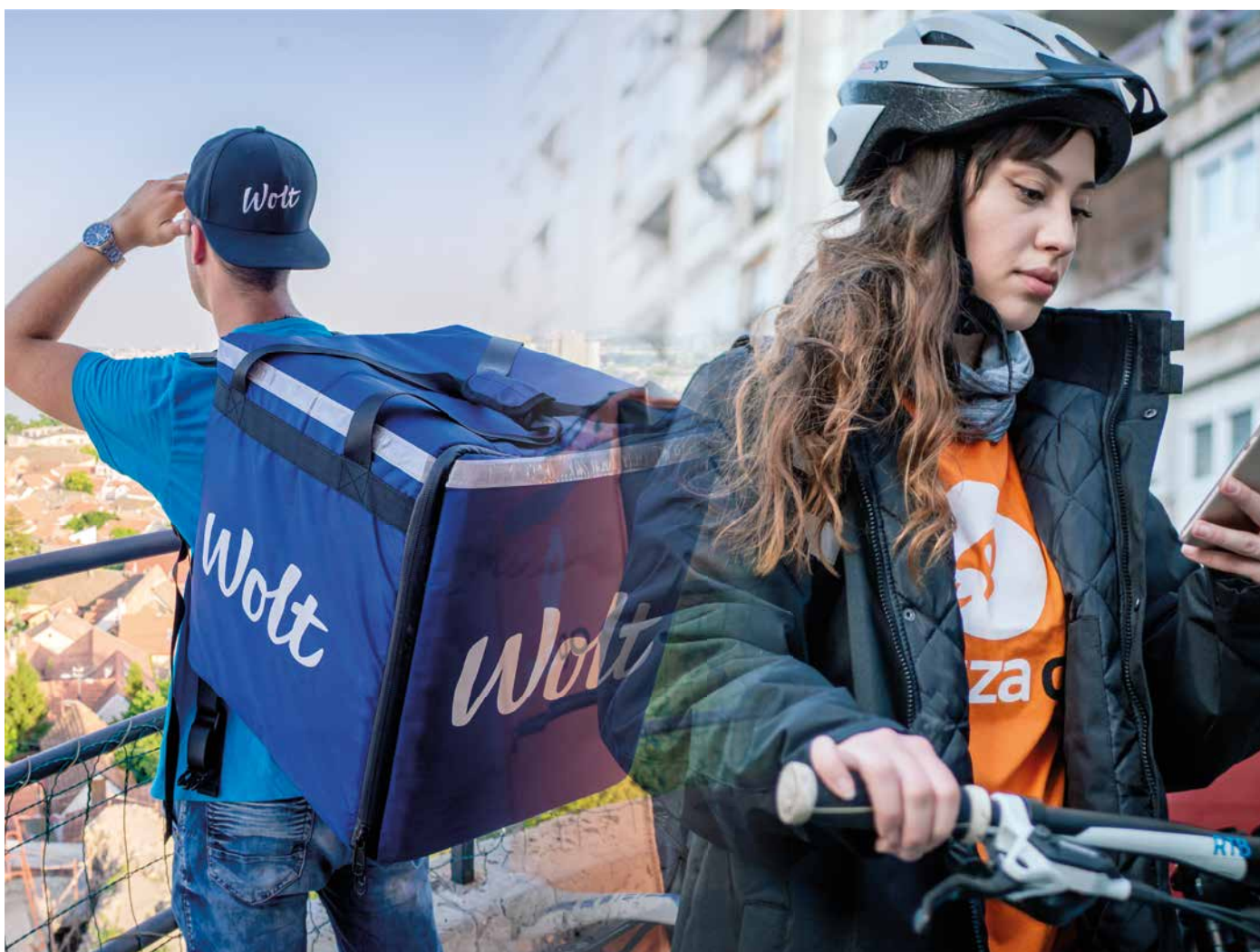


DOSTAVA – NAJBRŽE RASTUĆI KANAL PRODAJE HRANE U RESTORANSKOM POSLOVANJU

Hrana na stolu, bez po muke

Globalno tržište usluga isporuke hrane neprestano će rasti i zabilježiti će godišnju stopu rasta od oko 32% do 2021. godine. Naši ugostitelji, također, svjesni tog trenda rado prihvaćaju suradnju s kompanijama koje se bave dostavom.



Pripremila: redakcija InHoReCa magazina

Brojke o narudžbama, a i prihodi- ma svjetskih servisa za naručivanje i dostavu hrane stalno rastu pod dirigentskom palicom užurbanog načina života. I na naše tržište za malom vremenskom razmaku stigla dva – Wolt i Glovo, koji su se tako priključili već poznatom pioniru u toj sferi poslovanja kod nas, kompaniji Pauza.hr.

Dostava je danas definitivno najbrže rastući kanal prodaje hrane u restoranskom *businessu* i sudeći prema svim najavama analitičara, taj će se trend zadržati u idućim godinama. Vjetar u leđa, kao i u mnogim drugim industrijama, dale su mu navike i potrebe milenijalaca, jer je toj generaciji usluga dostave hrane postala najzgodnija opcija da obroke iz svojih omiljenih restorana dobiju na kućnom pragu, i to samo u nekoliko klikova na svojim mobilnim tele-

fonima ili računalima. Usluge dostave hrane dobivaju na važnosti nesumnjivo zahvaljujući svojoj praktičnosti i lako dostupnosti, ali su potaknute i pojednostavljenim sustavima *online* plaćanja. Te aplikacije omogućuju jednostavno naručivanje, praćenje i plaćanje, što ih čini popularnim među milenijalcima, ali sve više i među ostalim ciljnim grupama gostiju. Osim što restorani sve više koriste usluge dostave trećih stra-

Postanite Pauza partner!

Više od 300+ partnera



- 🚀 Veći broj narudžbi
- 🚀 Veći broj novih korisnika
- 🚀 Preko naše dostave

pauza.hr

Javite nam se na pauza@pauza.hr ili na 01 581 3977

InRestaurant tema broja

na da omoguće brzu isporuku, brojniji su i oni koji razvijaju interne sustave za dostavu hrane i aplikacije za zadovoljenje takvih potreba „gladnih duša“.

Koliko taj trend obećava, govore i činjenice da mnoge od vodećih svjetskih kompanija za dostavu hrane koriste umjetnu inteligenciju, kako bi, primjerice, hranu isporučivale uz pomoć robota, bespilotnim letjelicama ili samoupravljujućim vozilima. Ti „kuriri“ koriste GPS i kamere kako bi odredili optimalnu rutu kojom će osigurati brzu isporuku hrane. Upo-

Prema ovogodišnjem istraživanju tržišta jedne od vodećih istraživačkih kuća Technavio, globalno tržište usluga isporuke hrane neprestano će rasti i zabilježiti će godišnju stopu rasta od oko 32% do 2021. godine, dok će nekoliko vodećih svjetskih kompanija za dostavu hrane ili aplikacija za dostavu hrane i dalje dominirati na tržištu u bliskoj budućnosti. Prema njihovim podacima, top 10 kompanija za dostavu hrane u svijetu za 2019. godinu su mahom s područja SAD-a: Uber Eats, Grubhub, Delivery.com, Olo, Snapfinger, DoorDash i Postmates. Njima se priključuju britanski Just Eat i Deliveroo, koji posluje širom Europe i Azije, kao i Meituan Waimai s kineskog tržišta.

treba *big data*, također, dobiva sve veću popularnost među pružateljima usluga isporuke hrane. Prikupljanjem i analizom informacija kao što su povijest kup-

nje, stanje u prometu, trendovi na tržištu i *online* komentari, kompanije za dostavu hrane moći će precizno procijeniti sklonosti kupaca i vrijeme isporuke.

U nastavku vam predstavljamo poslovanje kompanija koje se bave dostavom u Hrvatskoj, a to su Pauza.hr, FoodApp, Foodex, dobartek.hr te Wolt i Glovo.



Pauza.hr: *Uskoro otvaramo poslovanje u još 2 veća grada na obali i tu se tek zagrijavamo za 2020.*

Kompanija koja ima najduži staž na hrvatskom tržištu kad je riječ o dostavi hrane je Pauza.hr. Iz razgovora s **Elmirom Majerić, izvršnom direktoricom** te kompanije, saznali smo da je servis Pauza.hr osnovan 2008. godine, a potkraj 2018. baš za svoj 10. rođendan predstavili su novi dizajn i nove funkcionalnosti Pauze.hr te Pauza aplikaciju za naručivanje hrane. Također, od srpnja 2019. imaju i svoj sustav za dostavu hrane Pauza GO. Danas je na Pauzi više od 300 restorana partnera od kojih možete naručiti svoj doručak, ručak ili večeru. Za svakog ponešto, kako kaže. Danas možete naručiti hranu na Pauzi u Splitu, Rijeci, Osijeku, Zagrebu, a najavljuju kako uskoro otvaraju poslovanje u još 2 veća grada na obali.

Kada govorimo o bilo kojoj platformi za naručivanje hrane, morate shvatiti da korisnici, više od dobre ponude ili brze dostave, traže povjerenje. Povjerenje u kanal i u brand, a povje-



renje je nešto što se s vremenom može izgraditi samo pružanjem dosljedne kvalitete. Vjerujem da je povjerenje jedna od mnogih stvari koje Pauza opravdava među korisnicima i partnerima, istaknula je E. Majerić.

Pauza je tvrtka koja se oslanja na podatke i fokusira se na razumijevanje industrije. U Pauzi vjeruju u izgradnju snažnih, *win-win* partnerstava koja će trajati, a neki partneri s njima su od prvog dana. Zadovoljni su što su pomogli izgraditi tržište

dostave hrane i usrećuje ih činjenica da i dalje sudjeluju u njegovoj transformaciji.

Otvaranje dostave za restorane koji nisu prije imali tu opciju jest jedan od projekata koji je nastao, ne zato što je svjetski trend, već zato što je za time postojala realna potreba kod naših partnera u to vrijeme. Iako hranu ne pripremamo, uvijek pokušavamo donijeti nove mogućnosti izbora i ponude za naše partnere i korisnike. Naši partneri aktivno sudjeluju u širenju tržišta, razumiju koliko je važan odnos između nas, njih i krajnjeg korisnika te poštuju dinamiku našeg posla i operativne detalje koji nam omogućuju da svi u lancu dostavimo najbolju moguću uslugu korisniku. Svaki put, izjavila je.



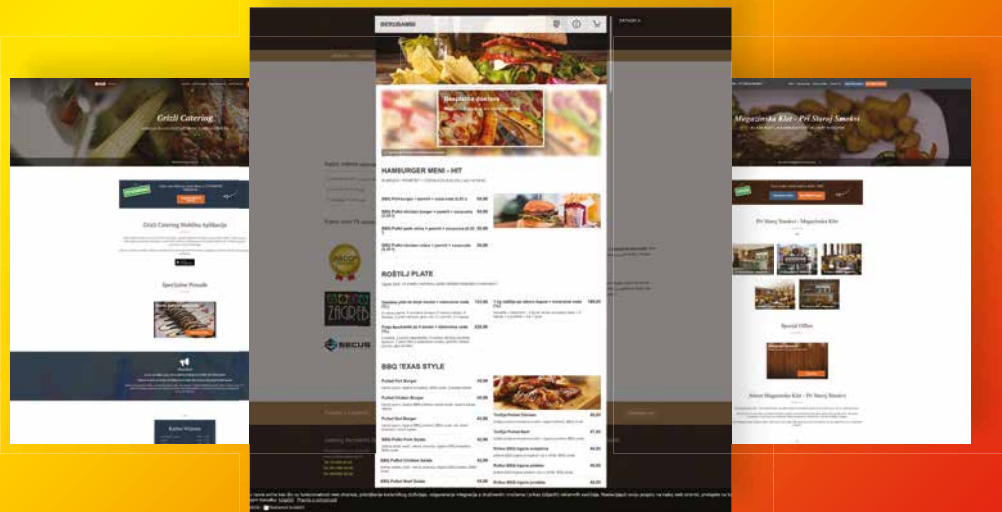
Elmira Majerić: *Sve što činimo jest u želji da sve strane budu zadovoljne rezultatima, tako da stvaramo Win-Win-Win rješenja za naše korisnike, naše partnere restorane i Pauzu.*



FOODAPP.HR WEB I MOBILNI SERVIS ZA ONLINE NARUČIVANJE HRANE

Sustav za zaprimanje online narudžbi
za dostavu hrane i rezervaciju stolova.

Besplatna izrada web stranice sa sustavom
za online naručivanje i rezervaciju stolova.



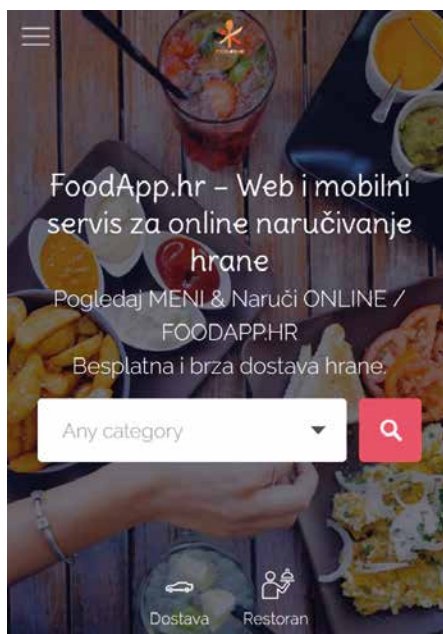
InRestaurant tema broja



FoodApp: Naše se poslovanje temelji na povezivanju restorana s klijentima i obrnuto, odnosno stvaranju zajedničke lojalnosti.

FoodApp servis je službeno započeo s radom u Zagrebu 2016. godine. Trenutačno posluju samo s restoranima u Zagrebu i surađuju s otprilike 30-ak restorana. Iz razgovora s **Ivanom Miličevićem, vlasnikom** servisa, saznajemo kako prate svjetske trendove jer surađuju u razvoju sa stranim partnerima.

Svakom restoranu nudimo mogućnost online naručivanja hrane i/ili rezervacije stolova putem vlastite domene/stranice i za restoran vodimo kompletno online poslovanje. Na taj način restoran se može baviti svojim poslom, a



mi brinemo o online poslovanju. Od kreiranja web-stranice, mobilne aplikacije, online plaćanja, oglašavanja (Google, Facebook, Tripadvisor), istaknuo je.

U FoodAppu su pratili razvoj više različitih servisa poput spomenute Pauze.hr i nekadašnje platforme ekupifino.hr iza kojeg je, kako kažu, stajala cijela logistika servisa ekupi. Shvatili su da trebaju usvo-

jiti novi poslovni model te sada restoran u food portal ulistavaju besplatno, kreiraju web-stranicu besplatno, a restoran plaća održavanje prva tri mjeseca 250 kn/mjesečno, dok je redovno održavanje 400 kn/mjesečno. Nakon što se online poslovanje podigne iznad 20.000 kn mjesečno radimo s provizijom do 3% – uz navedene uvjete vodimo kompletno online poslovanje restorana.

Mi smo se odlučili na potpuno drukčiji pristup. Nismo kao drugi servisi skrivali adresu i kontaktni broj telefona restorana... Uz vlastiti portal za online naručivanje hrane (foodapp.hr) odlučili smo svakom restoranu otvoriti vlastitu web-stranicu sa sustavom za online naručivanje i/ili rezervaciju stolova. Nama novi servisi za dostavu hrane nisu konkurencija jer oni nude dodatni servis – vlastitu dostavu koju naplaćuju, koja je nekim restoranima potrebna. Svakako pozdravljamo nove servise i pratimo trendove, zaključio je Miličević.

Ivan Miličević: Naša je misija partnerski odnos, odnosno win-win situacija. Zadovoljstvo naših restorana i zadovoljstvo klijenata, a na taj način daljnje zadovoljstvo i razvoj FoodApp-a.

dobartek.hr

dobartek.hr: Raznim alatima trudimo se restoranima omogućiti što bolji uvid u njihovo poslovanje kako bi korisnicima ponudili još bolju uslugu.

Platforma dobartek.hr osnovana je 2013. godine u Splitu, s ciljem unapređenja tržišta naručivanja i dostave hrane. U razgovoru s Nebojšom Veronom, suosnivačem i izvršnim direktorom, saznali smo kako je njihova vizija bila ponuditi brži i jednostavniji način za naručivanje hrane, biti alternativa telefonu koji je i danas glavna konkurencija u tom poslu. Danas je dobartek.hr prisutan u 8 gradova u Hrvatskoj: Zagrebu, Splitu, Zadru, Dubrovniku, Sibeniku, Trogiru, Solinu i Kaštelima, broji više od 100 restorana partnera i više od 70.000 korisnika. Uslugu dostave hrane obavljali su u razdoblju od svibnja 2017. do listopada 2018. godine u Splitu i odvezli su više od 25.000 dostava raznim splitskim restoranima.

Aktivno pratimo svjetske trendove (Deliveroo, UberEats, Postmates), ali i lokalne aktivnosti konkurencije kako bismo bili u toku sa svim novostima na ovom tržištu. S trenutačnom konkurencijom borimo se različitim i većom ponudom te drukčijim pristupom korisnicima uz pružanje najboljeg korisničkog iskustva naručivanja različitih vrsta hrane, istaknuo je N. Veron.

Kako kažu, navike korisnika najviše se razlikuju unutar različitih društvenih skupina koje se trude što bolje identificirati. Studentska populacija ima znatno drukčije navike od npr. poslovnih korisnika, drukčije su platežne moći, konzumiraju drukčiju vrstu hrane, a te navike i potrebe vrlo su slične u svim gradovima u kojima posluju. Također, ističu kako su restorani njihovi partneri te da im je cilj što bolja prezentacija njih i njihove hrane svim korisnicima. Kad je riječ o uvjetima koje restorani

Nebojša Veron: Trenutačno radimo na novim mobilnim aplikacijama naše platforme, a stalno se trudimo ulagati što više resursa i u inovacije koje bi nas razlikovale i odmaknule od konkurenata.

trebaju ispuniti kako bi poslovali s njima, tu su zasigurno minimalni tehnički uvjeti i sva potrebna dokumentacija za sklapanje ugovora, a osiguranjem kvalitete bave se od zasnivanja poslovnog odnosa pa nadalje.





Wolt

Odaberi. Naruči. Uživaj!

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google Play



InRestaurant tema broja



Wolt: S globalnog aspekta, Wolt danas posluje u 19 zemalja te 70 gradova diljem Europe.

Wolt priča započela je još 2014. godine u na sjeveru Europe, u Helsinkiju. Wolt je krenuo s poslovanjem u Hrvatskoj potkraj 2018. godine kad je kao testno tržište otvoreno poslovanje u Zagrebu. Samo 6 mjeseci poslije započelo je poslovanje u Rijeci, a u rujnu 2019. krenuli su s radom i u Splitu. U nešto više od godinu dana poslovanja potpisali su partnerske ugovore s nekoliko stotina restorana u sva tri navedena grada. U razgovoru s Damirom Krešom, Marketing Managerom za Hrvatsku i Sloveniju saznali smo kako najveće zasluge idu marljivim RPM-ovima (Restaurant Partnership Managerima) koji svakodnevno provode vrijeme na terenu s ciljem stvaranja što šire i raznovrsnije ponude njihovim korisnicima.

Sklopamo partnerske ugovore s restoranima koje zatim unosimo unutar aplikacije. Svakom restoranu izlazimo u susret na način da organiziramo i odrađujemo slikanje jela koja će se naći u sklopu ponude restorana unutar same aplikacije. Kolege zadužene za tzv. onboarding restorana unose dogovorena jela te kreiraju menije koji se zatim korisnicima pojavljuju unutar ponude restorana. Naravno, u dogovoru s restoranima, uvijek imamo i mogućnost kreiranja posebnih ponuda koje uključuju popuste na određena jela, gratis proizvode i sl., a sve u cilju pružanja što konkurentnije ponude našim korisnicima.

Veliku ulogu igraju i marketinške aktivnosti putem kojih restoranima pomažemo oko promocije te povećanja prodaje, tj. volumena, a svakom restoranu nudimo i usluge profe-

sionalnog fotografiranja jela. U industriji u kojoj poslujemo, uvijek na prvo mjesto stavljamo korisnika i njegovo iskustvo. Upravo radi pružanja top-usluge, kolege iz centralnog tima u Finskoj konstantno rade na inovacijama unutar aplikacije i samog sustava. Big Data kojim raspolažemo omogućuje nam detaljno praćenje svih aktivnosti poslovanja (od logističkih, operativnih pa sve do marketinških i financijskih), što nam u konačnici otvara mogućnosti za pružanje najbolje moguće usluge našim korisnicima, istaknuo je Krešo.

Damir Krešo: *Maksimalno smo fokusirani na korisnika i aktivnosti kojima pružamo jedinstveno iskustvo u svakom aspektu poslovanja te čvrste i transparentne odnose s partnerima restoranima.*

Jedna od stavki kojom se Wolt zapravo izdvaja od svoje konkurencije je širina ponude, tj. broj restorana koji se nalaze u sklopu aplikacije. Svakako im je u budućnosti namjera i cilj konstantno povećavati taj broj, a trenutačno surađuju s više od 7000 restorana. Kako kažu, Wolt se fokusira isključivo na dostavu hrane te pružanje top-usluge i kvalitete na tom području. Redovno prate i aktivnosti konkurencije kako bi uvijek bili u tijeku sa svime što se događa u njihovoj okolini. Upravo su zbog toga nedavno u Zagrebu odradili i istraživanje u kojem su sudjelovali korisnici, Wolt korisnička podrška te partneri dostavljači, a sve s ciljem nagrađivanja određenih restorana. Tako je kao najbolji restoran od strane korisnika Wolt nagradom nagrađen restoran Meet Mia, od strane korisničke podrške nagradu je odnio restoran Papa's American Bar, dok

je titulu najboljeg restorana od strane dostavljača odnio Bikers Food Factory. Korist za nagrađene restorane ogleda se u posebno prilagođenim marketinškim paketima putem kojih su promovirali vrijednosti i kvalitetu koju restorani nude i na taj način im omogućili dodatan *visibility* unutar aplikacije te putem marketinških kanala kojima komuniciraju s korisnicima te prema javnosti.

Wolt aplikacija upravo je na temelju spomenute kvalitete korisničkog iskustva (UX - user experience) osvojila i prestižnu Apple's Editors Choice nagradu te je najbolje ocijenjena aplikacija na Google play storeu i App storeu u kategoriji hrane i pića. Ocjena na Google playu je 4,6, a na App storeu visokih 4,9. Mogućnost praćenja pripreme hrane i dostave u realnom vremenu jedna je od stavki koju korisnici često ističu kao glavnu prednost aplikacije, dodaje Krešo.

Kada je riječ o partnerstvu s restoranima, prije svega očekuju visoku profesionalnost s naglaskom na digitalni dio poslovanja. Svaki restoran na raspolaganju ima najmoderniji iPad putem kojeg zaprima narudžbe korisnika te je iznimno važno da, broj odbijenih narudžbi bude što niži te da je vrijeme pripreme jela unutar željenog vremena. Prilikom sklapanja ugovora definira se iznos provizije, a neke od stavki prema kojima sklapaju suradnju odnose se na potencijal restorana, tj. koliki otprilike volumen prodaje mogu očekivati od restorana, koju vrstu kuhinje restoran nudi, ime i jačina samog branda restorana, kvaliteta i širina ponude i sl.

Partnerima se trudimo maksimalno pomoći kroz promocije putem internih marketinških kanala kao što su objave i oglašavanje na društvenim mrežama, promocije unutar same aplikacije (kreiranje posebnih menija, prisustvo unutar kategorija koje se odnose na posebne promotivne ponude), promocije putem naše baze influencera, direktnim kontaktom s korisnicima u vidu newslettera i push notifikacija i brojnim drugim, ističe Damir Krešo.





Glovo: Određena vrsta hrane popularnija je za dostavu od druga.

Danas je Glovo prisutan u 247 gradova i 26 zemalja širom svijeta među kojima su osim Španjolske, Portugal, Francuska, Italija, Rumunjska, Gruzija, Ukrajina, Hrvatska u Europi; Maroko i Egipat u Africi; Kostarika, Argentina, Ekvador, Peru, Urugvaj, Portoriko, Gvatemala, Dominikanska Republika u Americi. Glovo surađuje s mrežom koja broji više od 36.000 aktivnih kurira u svijetu, koji isporuče više od 4,6 milijuna narudžbi mjesečno, širom svijeta. Posluje s više od 20.000 partnera diljem svijeta, kao što su: McDonald's, KFC, Starbuck's, Pizza Hut, Wendy's, Taco Bell, Carrefour itd. i isporučuju više od 40 milijuna narudžbi na godišnjoj razini.

Victor Racariu: *Smatramo da je tržište isporuke hrane još uvijek u ranoj fazi, a ponašanje kupaca će se uvelike promijeniti u idućoj godini.*

Kako za naš magazin objašnjava Victor Racariu, direktor CEE u kompaniji Glovo, u Hrvatskoj surađuju s najpoznatijim restoranima, kao i sa svim restoranima za koje su zainteresirani korisnici aplikacije Glovo.

Prema njegovim riječima, kompanija Glovo konkurentna je u brzini isporuke koja u prosjeku traje do 35 minuta od

trenutka naručivanja: *Ali naša važna prednost, i ono po čemu nas prepoznaju kao jedinstvenu aplikaciju za dostavu, jest to što isporučujemo gotovo sve. Nismo ograničeni na isporuku hrane, mada je to važan segment našeg poslovanja. Dostavljamo i cvijeće, namirnice, dokumente, poklone...*

Kad je riječ o dostavi hrane, postoji strogo definiran način klasifikacije restorana koje biraju za svoje suradnike, ali i jasno postavljeni ciljevi na koje se fokusiraju u različitim fazama poslovanja. Iskustvo na svim tržištima im je pokazalo da je određena vrsta hrane popularnija za dostavu od druge (npr. talijanska hrana, kineska hrana, burgeri), a osim toga za svaki grad u kojem dostavljaju dobivaju informacije koja su omiljena lokalna jela i restorani. Trude se da udovolje svačijem ukusu i zato u ponudi uvijek imaju i nacionalnu kuhinju.

S obzirom na to da veoma brinemo o vremenu isporuke i iskustvu korisnika, restorani moraju hranu pripremati dosta brzo kako kurir ne bi dugo čekao, moraju osigurati da iz narudžbe ništa ne nedostaje, kao i da se meni uvijek ažurira, ističe Racariu.

Kad je riječ o korisnicima njihovih usluga, Racariu kaže da su to pretežno građani koji svakodnevno koriste nove tehnologije koje su za njih način života i samim tim imaju naviku upotrebe mobilnih aplikacija. To su uglavnom građani u dobi od 20 do 45 godina, pojedinci, kao i obitelji.

Prema riječima našeg sugovornika, Glovo nudi mogućnosti zarade i za studente, i za poduzetnike, i za poduzeća: *Da biste postali glover morate proći obuku, upoznati se s aplikacijom i načinom na koji ona funkcionira, kao i s poslovnim pravima i obavezama koje se odnose na vaše radno mjesto. Usredotočeni smo na ekotehnologije, ali također imamo najbolje vrijeme za isporuku biciklom, a električni skuteri su najbolje rješenje za prolazak gradom.*

S obzirom na to da posluju na velikom broju tržišta, našeg smo sugovornika pitali da napravi usporedbu domaćeg tržišta s ostalim tržištima. Prema njegovu mišljenju, postoje sličnosti na gotovo svim tržištima, ali dodaje da postoje i specifičnosti koje su jedinstvene za Hrvatsku.

Za kraj našeg razgovora, Racariu ističe da aplikacije za dostavu omogućuju da bez imalo muke hrana iz omiljenih restorana dospije na stol naručitelja za manje od 30 minuta. *Vjerujemo da će naručivanje kod kuće postati jeftinije od kuhanja i to jest naš krajnji cilj. Želimo da kupci uštede vrijeme, stavljajući im na raspolaganje raznovrsnu ponudu proizvoda koje mogu dobiti što je brže moguće. Smatramo da je tržište isporuke hrane još uvijek u ranoj fazi, a ponašanje kupaca će se uvelike promijeniti u idućoj godini. Na to ćemo utjecati i mi i konkurencija nastavljajući dostavljati na još bolji i kvalitetniji način, povećavajući asortiman proizvoda i omogućavajući kupcima izvanredno iskustvo dostave.* ■