

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
FARROUPILHA  
CAMPUS PANAMBI**

**ESTUDO DE CASO DA EMPRESA CHICKEN HOUSE: O MARKETING  
DIGITAL COMO ESTRATÉGIA PARA ALAVANCAR A MARCA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Lancelot Diorges Modesto Radmann**

**Panambi, RS, Brasil**

**2023**

ESTUDO DE CASO DA EMPRESA CHICKEN HOUSE: O MARKETING  
DIGITAL COMO ESTRATÉGIA PARA ALAVANCAR A MARCA

por

Lancelot Diorges Modesto Radmann

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Farroupilha, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Sistemas para Internet.

Orientadora: Prof. Dra. Sirlei Rigodanzo

Panambi, RS, Brasil

2023

Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Farroupilha

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,  
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

ESTUDO DE CASO DA EMPRESA CHICKEN HOUSE: O MARKETING DIGITAL  
COMO ESTRATÉGIA PARA ALAVANCAR A MARCA

elaborada por  
Lancelot Diorges Modesto Radmann

como requisito parcial para obtenção do título de  
Tecnólogo em Sistemas para Internet

COMISSÃO EXAMINADORA

---

Sirlei Rigodanzo, Dr<sup>a</sup>.  
(Orientadora)

---

Eduardo Dalcin, Dr.

---

Rosana Wagner, Dr<sup>a</sup>.

Conceito Final: \_\_\_\_\_

Panambi, 29 de novembro de 2023.

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem como tema um estudo de caso da empresa Chicken House e em como o marketing digital tem sido utilizado como uma estratégia vital para alavancar sua marca. Através de uma análise profunda, o trabalho destaca a importância de um branding forte nas atividades que caracterizam a prática do setor alimentício e a formação de uma imagem de marca robusta. A estratégia digital da Chicken House, inspirada em modelos de sucesso no mercado, serve como referência para avaliar a eficácia das campanhas, a interação com o público-alvo e a conversão em vendas e fidelização de clientes. A metodologia utilizada é baseada na revisão bibliográfica, desenvolvimento da página web, bem como na experiência de negócio do empresário. Para melhor explicar o trabalho está assim dividido: Etapa 1: História da marca Chicken House; Etapa 2: Pesquisa sobre outras marcas, como se comportam e que ferramentas usam como auxílio no marketing digital; Etapa 3: Desenvolvimento de um site institucional para fortalecer a marca; Etapa 4: Estudo e apresentação do CRM utilizado na empresa; Etapa 5: Gestão da marca através das ferramentas do Meta Business Suite. Como resultados esperados, há sinalização de aumento de vendas, mais interatividade com os clientes bem como aumento de faturamento.

**Palavras-chave:** Marketing digital; Chicken House; Estratégia de marca.

## **ABSTRACT**

This course completion work has as its theme a case study of the company Chicken House and how digital marketing has been used as a vital strategy to leverage its brand. Through an in-depth analysis, the work highlights the importance of strong branding in the activities that characterize the practice of the food sector and the formation of a robust brand image. Chicken House's digital strategy, inspired by successful models in the market, serves as a reference to evaluate the effectiveness of campaigns, interaction with the target audience and conversion into sales and customer loyalty. The methodology used is based on bibliographical review, development of the web page, as well as the business experience of the entrepreneur. To better explain the work, it is divided as follows: Stage 1: History of the Chicken House brand; Step 2: Research other brands, how they behave and what tools they use to help with digital marketing; Step 3: Development of an institutional website to strengthen the brand; Stage 4: Study and presentation of the CRM used in the company; Step 5: Brand management using Meta Business Suite tools. As expected results, there is a sign of increased sales, more interactivity with customers as well as increased revenue.

Keywords: Digital marketing; Chicken House; Brand strategy.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	8
1.1 OBJETIVOS .....	9
1.1.1 Objetivo Geral .....	9
1.1.2 Objetivos Específicos .....	9
1.2 Materiais e Métodos .....	9
2 Referencial Teórico .....	9
2.1 Marketing Digital .....	9
2.1.1 Estratégias em Redes Sociais .....	10
2.1.2 Inovação no Setor de Fast Food .....	10
2.1.3 Feedback do Cliente e Adaptação .....	11
2.1.4 Sustentabilidade no Fast Food .....	12
2.1.5. BRANDING .....	12
2.1.5.1 Estratégias de Branding na Chicken House .....	13
2.1.6 Gestão do business suíte .....	15
2.2 Chicken House .....	16
2.2.1 Como surgiu a Marca .....	17
2.2.2 Inauguração da Chicken House .....	28
2.3 A necessidade de informatização e inserção da marca Chicken House na internet .....	29
2.3.1 O Processo de Informatização, Domínio e Desenvolvimento do site .....	29
2.3.2 TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS UTILIZADAS .....	30
2.3.3 SEO .....	34
2.3.4 Aplicativos de Delivery .....	37
2.3.5 ERPs e CRM's .....	40
3. TESTES .....	44
3.1 Google Forms sobre o app de pedidos .....	44
3.2 Feedback das atendentes .....	46

4 CONCLUSÃO .....	47
REFERÊNCIAS .....	49

## 1 INTRODUÇÃO

Em uma era dominada pela tecnologia e pela presença *on-line*, as empresas têm buscado constantemente adaptar-se e evoluir para permanecerem competitivas no mercado. O marketing digital, com suas várias ferramentas e plataformas, tornou-se uma estratégia essencial para empresas de todos os tamanhos e setores. Ele não só oferece a oportunidade de alcançar um público mais amplo, mas também permite uma comunicação mais direcionada e personalizada.

Dentro deste contexto, o setor alimentício, que historicamente dependeu de métodos tradicionais de marketing e distribuição, enfrenta o desafio de integrar-se a este novo ambiente digital. A adaptação bem-sucedida pode resultar em aumento de vendas, maior reconhecimento da marca e a oportunidade de construir relações mais profundas e duradouras com os consumidores.

Nesse sentido, e vivendo esse mundo como empreendedor, o presente trabalho foca na empresa Chicken House, uma representante do setor alimentício situada em Panambi - RS que tem buscado utilizar o **marketing digital** como uma alavanca para o reconhecimento e fortalecimento de sua marca. Esta pesquisa surge da necessidade de compreender como as estratégias de marketing digital podem influenciar e beneficiar empresas no setor alimentício, usando a Chicken House como um estudo de caso.

Mesmo estando em pleno funcionamento e com bom faturamento, a empresa percebe que o mercado digital se movimenta muito rápido, o que força os empreendedores a estarem sempre se atualizando. Sendo assim, vem o questionamento: como a Chicken House utiliza o marketing digital para potencializar sua marca e quais têm sido os resultados observados? Se já utiliza, quais adequações serão necessárias para alcançar as grandes marcas no mercado neste segmento?

A partir disso, e das demandas atuais objetiva-se identificar e analisar as táticas de marketing online adotadas pela empresa, avaliar sua eficácia e compreender o impacto dessas estratégias no reconhecimento da marca e nas vendas. Para uma boa estruturação do trabalho, o mesmo está dividido da seguinte maneira: a) revisão da literatura sobre marketing digital e seus desafios no setor alimentício, b) trajetória da Chicken House no mercado brasileiro, c) análise profunda das estratégias adotadas pela empresa e seus resultados.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar o papel do marketing digital como estratégia-chave no processo de alavancagem da marca Chicken House, por meio do estudo e adaptação das estratégias de marketing digital e inovações empregadas por grandes marcas de fast food, identificando ferramentas digitais aplicáveis para fortalecer ainda mais a presença e competitividade da Chicken House.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

Visando o objetivo principal, alguns objetivos específicos são requeridos, entre eles:

- Expandir o site institucional para fortalecer a marca dentro dos buscadores.
- Aplicação de software CRM para gestão dos clientes.
- Gestão de aplicativo de pedidos para fidelização dos clientes.
- Plataforma Meta como potencializador de vendas.

## 1.2 Metodologia

Esse trabalho foi desenvolvido a partir de estudos de caso de outras empresas do ramo do *fast food* que aplicam marketing digital em suas marcas.

A metodologia de trabalho segue algumas etapas:

- Etapa 1. História da marca Chicken House e ferramentas utilizadas:  
História da marca desde de idéia passando por toda a trajetória até os dias atuais.
- Etapa 2. Pesquisa sobre outras marcas, como se comportam e que ferramentas usam como auxílio no marketing digital: Nessa etapa fomos a campo, e vivenciamos como é o dia a dia das marcas concorrentes.
- Etapa 3. Desenvolvimento de um site institucional para fortalecer a marca:  
Criação do site da marca com wordpress o que torna muito mais rápido o desenvolvimento além da simples manutenção.
- Etapa 4. Estudo e apresentação do software de gestão e CRM utilizado na empresa:  
Uma passagem pelos softwares utilizados na empresa e como isso vem ajudando no alavancamento da marca.
- Etapa 5. Gestão da marca através das ferramentas do Meta Business Suite:  
Passo importante no marketing digital o trafego pago e organico entrega o conteúdo para nossos clientes.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 Marketing Digital**

O Marketing Digital constitui um conjunto dinâmico de estratégias e ações empreendidas por uma empresa ou indivíduo no ambiente online com o propósito de atrair novos negócios, estabelecer e fortalecer relacionamentos com a audiência e construir uma identidade de marca consistente (Chaffey e Ellis-Chadwick, 2019). Ao contrário das abordagens convencionais de marketing, o Marketing Digital se vale de uma ampla gama de canais e técnicas que proporcionam à organização uma análise precisa das campanhas de marketing em tempo real, permitindo uma compreensão profunda do que está gerando resultados positivos e do que necessita de ajustes (Kotler et al., 2017).

A sua natureza dinâmica abrange um espectro diversificado de estratégias, como otimização de mecanismos de busca (SEO), marketing de conteúdo, publicidade online, redes sociais, e-mail marketing, entre outros. Estas estratégias são interligadas e complementares, permitindo uma abordagem abrangente para alcançar e engajar o público-alvo em diferentes estágios do ciclo de vida do cliente. O Marketing Digital, assim, não apenas visa à visibilidade e ao alcance, mas também oferece uma capacidade única de interação e personalização nas comunicações, adaptando-se às preferências e comportamentos específicos dos consumidores em tempo real.

#### ***2.1.1 Estratégias em Redes Sociais***

As redes sociais, representadas por plataformas como Facebook, Instagram e Twitter, emergiram como ferramentas fundamentais para as empresas estabelecerem e fortalecerem vínculos com seus clientes (Tuten e Solomon, 2017). Esses canais oferecem não apenas um espaço para a divulgação de produtos e serviços, mas também oportunidades valiosas de interação direta com os clientes. Além disso, proporcionam uma via para a coleta ativa de feedbacks e insights do público, contribuindo para a construção de relacionamentos sólidos e a promoção da fidelidade à marca (Kaplan e Haenlein, 2010).

Através das estratégias implementadas nas redes sociais, as empresas podem não apenas disseminar informações sobre seus produtos e serviços, mas também criar um diálogo contínuo com os consumidores. Essa interação direta possibilita não apenas a transmissão de mensagens da marca, mas também o envolvimento ativo com os clientes, respondendo a dúvidas, oferecendo suporte, compartilhando conteúdo relevante e valorizando as opiniões dos usuários. Essa abordagem mais participativa e interativa gera um senso de comunidade em torno da marca, estimulando a confiança e a lealdade do público-alvo.

### ***2.1.2 Inovação no Setor de Fast Food***

A inovação no setor de fast food vai além da mera introdução de novos itens no menu; abrange também a transformação na apresentação, venda e entrega dos produtos aos clientes (Schlosser, 2012). Esta evolução implica em uma abordagem holística, na qual a experiência do cliente é aprimorada não apenas pelo cardápio, mas também pela forma como os serviços são oferecidos e os processos são otimizados.

A crescente integração da tecnologia desempenha um papel crucial na satisfação das expectativas em constante evolução dos clientes (Peters, 2019). A adoção de aplicativos de pedidos intuitivos, sistemas de rastreamento de pedidos em tempo real e outras soluções tecnológicas emergentes demonstra a busca incessante das empresas do setor em aprimorar a conveniência, a eficiência e a experiência geral do cliente. Essas inovações não apenas agilizam o processo de pedido e entrega, mas também oferecem aos clientes um maior controle sobre suas escolhas, promovendo uma experiência mais personalizada e satisfatória.

Além disso, a inovação no setor de fast food também abarca estratégias sustentáveis e responsáveis, envolvendo a introdução de embalagens eco-friendly, a oferta de opções de alimentos mais saudáveis e a preocupação com práticas sustentáveis em toda a cadeia de fornecimento. Essas iniciativas refletem não apenas a resposta às demandas do mercado, mas também o compromisso das empresas em se adaptarem aos valores e preocupações atuais dos consumidores.

### ***2.1.3 Feedback do Cliente e Adaptação:***

O feedback do cliente representa um pilar fundamental para qualquer empresa que busca aprimorar continuamente seus produtos e serviços. No contexto do setor de fast food, ouvir atentamente os clientes pode desencadear mudanças substanciais no menu, na experiência de atendimento e na oferta de serviços (Lovelock e Wirtz, 2016). A capacidade de capturar e responder efetivamente aos comentários dos clientes não apenas fortalece a fidelidade do cliente, mas também fornece insights valiosos para aprimorar a qualidade dos produtos, a eficiência dos processos e a experiência geral do consumidor.

Por outro lado, a adaptação local se refere à personalização de produtos e serviços para atender às preferências e nuances culturais de um mercado específico (Hofstede, 2011). No setor de fast food, essa adaptação pode envolver a customização do menu para refletir os gostos regionais, a incorporação de práticas alimentares locais ou a consideração de valores culturais na prestação de serviços. Essa estratégia não apenas demonstra respeito pela cultura local, mas também pode ser crucial para o sucesso e aceitação da marca em diferentes regiões ou países.

Portanto, a combinação entre feedback contínuo dos clientes e adaptação local é um componente vital para a evolução e a sustentabilidade das empresas no setor de fast food. Essa abordagem permite uma constante atualização e melhoria dos produtos e serviços, enquanto também promove a aceitação e relevância da marca em diferentes contextos culturais e geográficos.

#### **2.1.4 Sustentabilidade no Fast Food:**

O aumento da consciência ambiental entre os consumidores tem impulsionado uma significativa pressão sobre as empresas de fast food para adotarem práticas mais sustentáveis em toda a cadeia de valor, desde a origem dos ingredientes até a gestão de embalagens e a eliminação de resíduos (Young e Hobbs, 2012). Nesse contexto, os consumidores estão cada vez mais atentos às políticas de sustentabilidade adotadas pelas empresas, influenciando suas escolhas e preferências por marcas comprometidas com a responsabilidade ambiental.

No setor de fast food, essa pressão tem impulsionado mudanças significativas, levando empresas a repensarem suas operações. Isso inclui a busca por fontes de alimentos mais sustentáveis e éticas, a redução do uso de plásticos de uso único, a implementação de programas de reciclagem e a procura por soluções de embalagens eco-friendly. Além disso, algumas empresas têm se dedicado a reduzir a pegada de carbono ao otimizar a logística de distribuição e adotar práticas mais eficientes no uso de energia em suas operações.

Essas iniciativas não são apenas uma resposta às demandas dos consumidores, mas também refletem o compromisso das empresas de fast food em contribuir para um futuro mais sustentável. Adotar práticas e políticas sustentáveis não só atende às preocupações dos clientes, mas também pode resultar em benefícios a longo prazo para as empresas, incluindo redução de custos operacionais, fortalecimento da reputação da marca e atração de um público mais consciente e engajado.

#### **2.1.5. BRANDING**

Branding é o processo de criação e gestão de uma marca com o objetivo de moldar e influenciar a percepção das pessoas sobre essa marca. Envolve estratégias para desenvolver e comunicar os valores, identidade, personalidade e propósito da marca para seu público-alvo.

O branding não se resume apenas ao design do logotipo ou identidade visual, embora isso seja parte importante. Ele abrange a maneira como a marca se apresenta, como é percebida pelos consumidores, suas associações emocionais e a reputação que ela constrói ao longo do tempo.

Esse processo inclui a definição dos valores da marca, sua voz e tom de comunicação, a criação de uma identidade visual consistente, a construção de uma relação emocional com

os consumidores e a manutenção de uma imagem positiva e coerente em todos os pontos de contato com o público, seja online ou offline.

Um branding eficaz ajuda a diferenciar uma marca da concorrência, a criar lealdade dos clientes e a estabelecer uma conexão mais profunda e duradoura entre a marca e seu público-alvo.

#### ***2.1.5.1 Estratégias de Branding na Chicken House***

A marca Chicken House tem se destacado não apenas pela qualidade dos seus produtos, mas também pela eficácia das estratégias de branding aplicadas. Desde sua concepção, a empresa tem se empenhado em criar uma identidade única e memorável, alinhada com os valores e a missão da marca. O branding na Chicken House vai além do simples logotipo e se estende a todos os aspectos visuais e emocionais que permeiam a experiência do cliente.

Um dos elementos-chave do branding da Chicken House é a consistência. Desde a embalagem dos produtos com nosso baldinho irresistível até a linguagem visual e verbal em campanhas de marketing, há uma uniformidade que reforça a identidade da marca. O vermelho vibrante e alegre associado à marca, juntamente com um tom de comunicação amigável e acessível, têm sido elementos essenciais na construção de uma imagem reconhecível e cativante para os consumidores.

Além disso, a marca tem investido significativamente na criação de uma experiência de cliente excepcional. A atmosfera acolhedora e o serviço atencioso no delivery proporcionam não apenas uma refeição saborosa, mas também uma sensação de pertencimento à comunidade. A preocupação com a satisfação do cliente se traduz na construção de relacionamentos duradouros e na fidelização do público-alvo.

Outro aspecto essencial do branding da Chicken House é a narrativa da marca. A empresa tem se esforçado para contar sua história de forma envolvente e autêntica, destacando não apenas a qualidade dos produtos, mas também os valores que a empresa defende. Isso cria uma conexão emocional com os consumidores, gerando uma lealdade que vai além do produto em si.

Em suma, o branding eficaz da Chicken House vai além de uma simples identidade visual; é a construção e manutenção de uma percepção positiva e duradoura na mente dos consumidores. A consistência, a experiência do cliente e a narrativa coerente são os pilares que solidificaram a posição da marca no mercado, tornando-a uma referência reconhecida e admirada no setor alimentício.

Nosso maior acerto no branding da marca foi o uso dos baldes para as porções de frango frito. Além de a arte ter ficado linda e ser a cara da Chicken House, criou uma identificação do público com a marca. Intitulado carinhosamente por alguns clientes como "O Balde da Felicidade", tornou-se não apenas um recipiente para os deliciosos produtos, mas também nosso cartão de visita. Esse ícone não só identifica a Chicken House imediatamente, mas também se tornou um símbolo que destaca e diferencia nossa marca das demais.

É um elemento que vai além da qualidade insuperável dos produtos oferecidos. Essa singularidade na apresentação reforça a experiência emocional e memorável que queremos proporcionar aos nossos clientes. É um elo tangível entre a marca e a felicidade que cada porção de frango frito da Chicken House oferece, representando não apenas um produto, mas um momento especial e uma conexão afetiva com aqueles que apreciam nossos pratos.

Esse é um exemplo claro de como um simples objeto se tornou uma peça fundamental na construção da identidade da Chicken House e na forma como somos percebidos pelos consumidores.



\*Post da marca Chicken House no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/chickenhousepb/>

Decidimos direcionar nossos esforços para aprimorar a qualidade dos nossos produtos e otimizar nossos processos internos. Para fortalecer nossa presença no mercado, colaboramos

com uma equipe especializada em marketing. Juntos, desenvolvemos nossa marca e identidade visual, além de gerenciar ativamente nossas redes sociais sob a alcunha @chickenhousepbi em todas as plataformas.

Paralelamente, implementamos estratégias para aumentar o tráfego em nossos canais, combinando abordagens orgânicas e investimentos em publicidade paga. Essa iniciativa nos permitiu focar em nossas competências principais, enquanto profissionais capacitados promovem nossa presença e alcance no mercado.

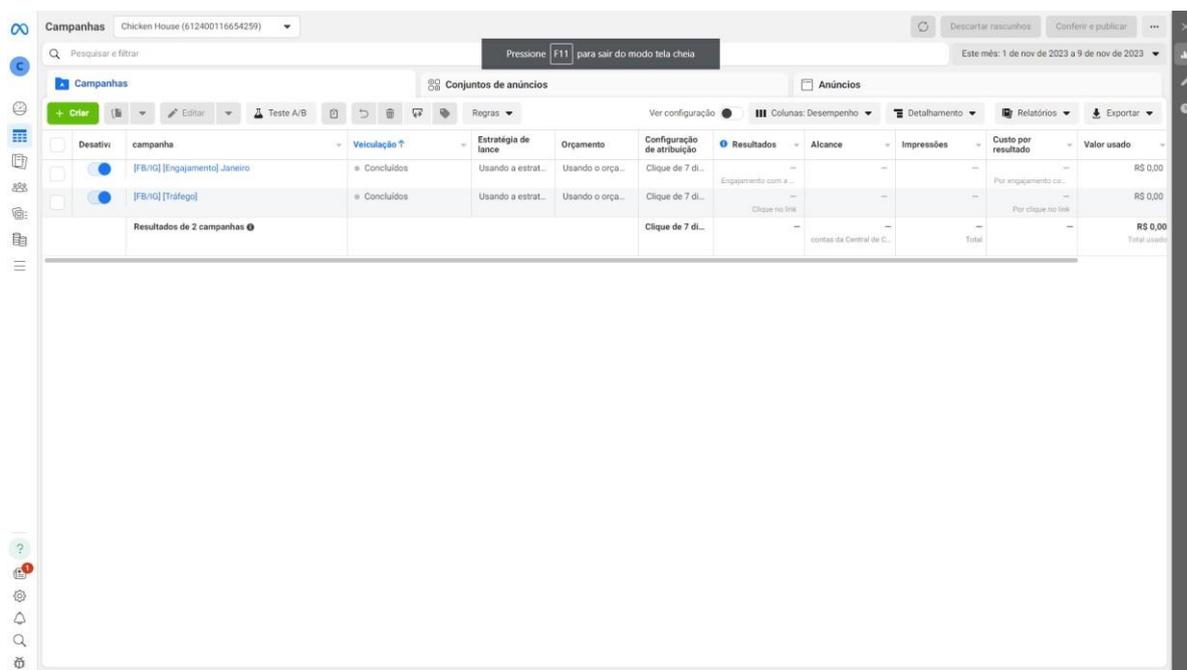


\*Post da marca Chicken House no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/chickenhousepbi/>

### ***2.1.6 Gestão do business suíte***

Durante o contrato com a empresa responsável por gerir o Meta Business Suite para a Chicken House, as experiências foram excepcionais. A parceria resultou em uma

transformação significativa na nossa abordagem de marketing digital. O especialista contratado demonstrou habilidades notáveis na personalização de estratégias com a segmentação avançada de público, proporcionando campanhas mais direcionadas e relevantes.



The screenshot displays the Meta Business Suite Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and navigation options. Below, a table lists ad campaigns with columns for status, campaign name, placement, bidding strategy, budget, attribution configuration, results, reach, impressions, cost per result, and value used. Two campaigns are shown, both with a status of 'Concluídos' (Completed) and a value used of R\$ 0,00. A summary row at the bottom indicates 'Resultados de 2 campanhas' with a total value used of R\$ 0,00.

Desativar	campanha	Veiculação ↑	Estratégia de lance	Orçamento	Configuração de atribuição	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor usado
<input type="checkbox"/>	[FB/IG] [Engajamento] Janeiro	Concluídos	Usando a estrat...	Usando o orça...	Clique de 7 di...	Engajamento com e...	--	--	Por engajamento co...	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/>	[FB/IG] [Tráfego]	Concluídos	Usando a estrat...	Usando o orça...	Clique de 7 di...	Clique no link	--	--	Por clique no link	R\$ 0,00
Resultados de 2 campanhas						Clique de 7 di...	--	--	Total	R\$ 0,00

\*Tela da gestão de anúncios na plataforma Meta Business Suite. Disponível em: <https://business.facebook.com/>

A análise contínua de desempenho de campanhas ofereceu insights valiosos e permitiu ajustes ágeis, garantindo que cada iniciativa estivesse alinhada aos objetivos da Chicken House. A integração eficiente de plataformas no Meta Business Suite simplificou a gestão operacional, resultando em uma presença online mais coesa e impactante. Em resumo, a experiência no contrato com a empresa de gestão do Meta Business Suite superou as expectativas, proporcionando resultados tangíveis e fortalecendo a posição da Chicken House no mercado digital.

## 2.2 Chicken House

A Chicken House - Frango Frito abre suas portas em 16 de outubro de 2021, localizada na Rua Alfredo Brenner, 335, no centro de Panambi - RS. Chega à cidade trazendo uma proposta inédita: oferecer a autêntica experiência do balde de frango frito americano, suculento por dentro e incrivelmente crocante por fora, algo até então inexistente no município.

### 2.2.1 Como surgiu a Marca

A ideia de criar a Chicken House começou aproximadamente um ano antes, quando já estávamos gerenciando a Frangopan, nosso estabelecimento de frangos assados. O desejo de expandir os negócios já se fazia presente, mas um evento em particular aguçou essa vontade.

Certo dia, um cliente, cujo nome nunca soubemos, veio até a Frangopan em busca de um frango assado para o seu almoço de domingo. Ele mencionou ter experimentado nosso frango em um almoço na casa de amigos e ter adorado. Ao finalizar sua compra, dirigiu-se à minha esposa, que naquele momento estava no caixa, e sugeriu: "Por que vocês não fazem frango frito? Vejo muito potencial em vocês para isso!".

Embora eu estivesse na cozinha e não pudesse ver quem era o cliente, aquela sugestão ficou ecoando em minha mente. Ao encerrar o expediente, compartilhei com minha esposa minha decisão: "Vamos abrir um negócio de frango frito e o chamaremos de Chicken House!".



\*Foto da Frangopan, localizada na Rua Sete de Setembro, 909, em Panambi - RS. Foi nesse estabelecimento que nasceu a ideia da marca Chicken House. Disponível em: <https://www.instagram.com/frangopan>

#### 2.2.1.1 Pesquisa de Mercado

Antes de qualquer movimento, reconhecemos a importância de uma pesquisa de mercado robusta. Queríamos não apenas entender, mas também antecipar as tendências e necessidades dos consumidores de frango frito na região. Além de analisar dados

demográficos, também procuramos identificar padrões de consumo e horários de pico para otimizar nossas operações.

### 2.2.1.2 Análise de Concorrentes

Não subestimamos a concorrência. Compreendemos a importância de conhecer o mercado em que atuamos. Visitamos inúmeras lanchonetes na região, não apenas como clientes, mas como observadores atentos. Degustamos seus produtos, mergulhamos na atmosfera que proporcionavam e observamos atentamente o comportamento dos clientes. Essa imersão profunda permitiu-nos identificar não apenas os pontos fortes de cada estabelecimento, mas também as áreas em que poderiam melhorar. Essa metódica etapa de pesquisa foi crucial para a compreensão do panorama competitivo e, mais importante ainda, para discernir como poderíamos nos posicionar de maneira única no mercado. Buscamos não apenas oferecer um produto ou serviço, mas sim criar uma experiência singular que se diferenciava do que os concorrentes já oferecem.



\*Imagem da análise do FNP - Frango no pote, fonte: arquivo pessoal



\*Imagem da análise do KFC, fonte: arquivo pessoal



\*Imagem da análise do Giraffas, fonte: arquivo pessoal

### 2.2.1.3 Escolha dos Fornecedores

A excelência em cada prato que servimos tem início na seleção de ingredientes de alta qualidade. O frango e seus acompanhamentos são fundamentais para garantir o padrão que desejamos oferecer, sendo verdadeiramente o coração do nosso negócio. Compreendendo essa relevância, investimos várias semanas na avaliação metódica de diversos fornecedores. Esse processo envolveu visitas a fazendas e instalações de produção, além de extensas degustações para garantir que cada ingrediente atendesse aos nossos rigorosos padrões.

No entanto, nossa seleção não foi impulsionada apenas pela busca da qualidade. Também priorizamos fornecedores comprometidos com práticas sustentáveis e éticas. Esse é um diferencial que valorizamos, pois entendemos a importância de contribuir para um futuro mais sustentável e justo.

Nesse contexto, escolhemos a Languiru, uma respeitada cooperativa localizada em

Teutônia - RS, como nossa principal fornecedora de cortes de frango. Suas práticas e a qualidade do produto alinharam-se perfeitamente com nossa visão.

Quando se trata de acompanhamentos como onion rings, batata frita, mandioquinha noisette e polentinha, optamos pela McCain Foods. Esta empresa se destaca no mercado por se especializar em alimentos para delivery, garantindo que a crocância dos alimentos seja preservada após a fritura, um atributo essencial para a experiência que desejamos proporcionar aos nossos clientes.

Além dos alimentos, reconhecemos que a embalagem biodegradável também desempenha um papel crucial na experiência do cliente. Afinal, "comemos com os olhos" e a primeira impressão é realmente duradoura, além da sustentabilidade que o mesmo proporciona. Portanto, priorizamos embalagens que não apenas protegessem os alimentos, mas que também fossem visualmente atraentes e refletissem a identidade única da nossa marca. Nosso investimento em design e qualidade de embalagem visa garantir que cada entrega seja uma extensão da experiência premium que nossos clientes esperam ao escolher nosso estabelecimento.

#### **2.2.1.4 Investimento em Maquinário**

Para alcançar a perfeição em cada pedaço de frango, o maquinário certo é essencial. Após muitas demonstrações e testes, escolhemos a "Nova Industria". Além de ser reconhecida pela sua eficiência, essa empresa também oferece treinamentos para nossos funcionários, garantindo assim um padrão na produção.



\*Primeira fritadeira para porções da Chicken House, fonte: arquivo particular



\*Máquina de pressão para frango frito no dia de sua entrega, fonte: arquivo particular

### 2.2.1.5 Localização e Logística

A escolha do local para a implantação do delivery "Chicken House" foi meticulosa. Consideramos fatores como fluxo de trânsito, proximidade a áreas residenciais e comerciais, amplo espaço para estacionamento e facilidade de acesso para nossos entregadores. Também estudamos a logística de entrega, investindo em embalagens que mantêm o frango crocante e quente até chegar ao cliente.



\*Local da sede da Chicken House, fonte: arquivo particular



\*Projeto de pintura, fonte: arquivo particular



\*Finalização do projeto externo, fonte: arquivo particular

### 2.2.1.6 Treinamento de Equipe

Entendemos que o sucesso não é determinado apenas por ingredientes de qualidade ou localização estratégica. Uma equipe bem treinada, que entenda e compartilhe da visão da marca, é fundamental. Por isso, investimos em treinamentos intensivos, focando tanto nas habilidades técnicas quanto no atendimento ao cliente.



\*Primeira versão do uniforme, fonte: arquivo particular



\*Segunda versão em preto e com touca, fonte: arquivo particular

### 2.2.1.7 Identidade da Marca

A identidade da marca "Chicken House" vai além de um simples logo ou paleta de cores. Ela encapsula a essência, os valores e a promessa que desejamos transmitir a cada cliente que interage conosco.

- **Visão:** Ser a primeira escolha quando se pensa em frango frito de qualidade, proporcionando uma experiência inesquecível a cada pedido.
- **Missão:** Oferecer frango frito crocante e saboroso, utilizando ingredientes de alta qualidade e práticas sustentáveis, enquanto cultivamos relações genuínas com nossos clientes.
- **Valores:** Ser reconhecida como líder na indústria alimentícia, oferecendo uma experiência gastronômica excepcional aos clientes. Buscamos expandir nossa presença, inovando constantemente para atender e antecipar as necessidades dos consumidores, mantendo nosso compromisso com a qualidade e a sustentabilidade em todos os aspectos do nosso negócio.
- **Qualidade:** Compromisso inabalável com a excelência em cada etapa, desde a seleção dos ingredientes até a entrega ao cliente.
- **Integridade:** Agir com honestidade, transparência e ética em todas as nossas operações.
- **Sustentabilidade:** Adotar práticas que respeitem o meio ambiente e contribuam para um futuro mais verde.
- **Inovação:** Estar sempre em busca de novas formas de melhorar, inovar e superar as expectativas dos clientes.
- **Elementos Visuais:** O logotipo da "Chicken House" apresenta um frango estilizado em tons de dourado e vermelho, simbolizando a crocância e o sabor que são marcas registradas dos nossos pratos. A paleta de cores, que combina tons quentes com toques de verde, reflete nossa paixão pelo sabor e nosso compromisso com a sustentabilidade.
- **Tom de Voz:** A "Chicken House" se comunica de maneira amigável, convidativa e autêntica. Queremos que nossos clientes sintam que estão conversando com um amigo, alguém que realmente se importa com suas necessidades e desejos.

Ao consolidar meticulosamente esses elementos, a identidade da marca "Chicken House" não apenas se estabelece como uma opção de entrega de frango frito, mas como uma experiência abrangente, mergulhada em sabor, cuidado e autenticidade. Cada interação com nossos clientes representa uma oportunidade preciosa para reafirmar nossa promessa e para construir relações duradouras e significativas. Atualmente, a identidade da marca "Chicken House" está sólida e bem estabelecida, resultado de um processo contínuo de refinamento. Ao longo do tempo, passamos por algumas modificações estratégicas, ajustando e moldando nossa imagem para melhor atender às expectativas em constante evolução de nossos clientes. Essas adaptações não apenas fortaleceram nossa conexão com o público, mas também nos permitiram permanecer relevantes e inovadores no dinâmico cenário do mercado de alimentos.



\*Primeira versão da logo, fonte: arquivo particular



\*Segunda opção, fonte: arquivo particular



\*Terceira alteração da logo, fonte: arquivo particular



\*Sendo esta a logo definida até o presente momento, fonte: arquivo particular

## ***2.2.2 Inauguração da Chicken House***

### **2.2.2.1 Evento Pré-Inauguração**

No dia 9 de outubro, realizamos um evento exclusivo para amigos e clientes selecionados. Esse evento nos permitiu avaliar e ajustar os últimos detalhes antes da abertura oficial.



\*“Gael Mantovani esteve na inauguração saboreando o frango frito da Chicken House”, fonte: arquivo particular

Passada uma semana da pré-inauguração no dia 16/10/2021 a CHICKEN HOUSE foi efetivamente inaugurada. A partir daí algumas demandas foram exigidas como pensar a operação de venda on-line, pois até então a marca inicialmente trabalhava com atendimento totalmente humano, atendendo ligações e respondendo mensagens via WhatsApp, anotando cada pedido em bloco e repassando para a cozinha. Pois, o foco principal até aquele momento era a produção na cozinha.

### **2.3 A necessidade de informatização e inserção da marca Chicken House na internet**

Sabemos da importância da internet hoje nas nossas vidas e no mundo dos negócios não fica pra trás as marcas tendem a estar presentes na internet, precisam estar nas telas dos celulares tablets e smartphones captando clientes, pensando nesse sentido a Chicken House quer estar inserida nesse meio se destacando e fortalecendo a sua marca com a presença digital.

Então, a partir dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Sistemas para internet, obtive o conhecimento para poder inserir a marca na internet.

A seguir vamos abordar as frentes que decidimos atacar nesta digitalização da marca.

- Compra do domínio da empresa e desenvolvimento do site.
- Criação das redes sociais assim reservando e definindo os @s da empresa.
- Contrato com agência de marketing.
- Gestão de tráfego orgânico e pago nas plataformas google e meta.
- Gestão e configuração dos aplicativos de venda Ifood, Delivery Much e Aiqfome.
- ERP e CRM para gestão da empresa e fidelização dos clientes.
- Aplicação de técnicas de gamificação para engajamento com o público.

#### **2.3.1 Domínio e Desenvolvimento do site**

Investimos na escolha do domínio "chickenhouse.app.br" e confiamos na hospedagem do servidor da Automatiza, que desempenhou um papel fundamental na configuração e desenvolvimento do nosso site. Assim que o site ficou online, habilitamos e-mails profissionais, um marco que impulsionou positivamente nossa marca em várias frentes.



\*Home do site da Chicken, fonte: chickenhouse.app.br

Com essas decisões estratégicas, nossa presença online ganhou destaque no Google, elevando nossa visibilidade e, por consequência, atraindo maior atenção. Além disso, nossa capacidade de nos comunicarmos de forma formal e profissional com clientes e fornecedores no mundo corporativo foi significativamente fortalecida.

### **2.3.2 TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS UTILIZADAS**

#### **2.3.2.1 Wordpress**

O Wordpress é uma plataforma de gerenciamento de conteúdo amplamente adotada para a criação de sites, blogs e lojas virtuais. Este sistema de código aberto é apreciado por sua facilidade de uso, flexibilidade e pela comunidade ativa de desenvolvedores e usuários que o apoiam. Com o Wordpress, é possível criar sites altamente personalizáveis, graças à variedade de temas e plugins disponíveis, permitindo que os proprietários de sites moldem a aparência e funcionalidade de acordo com suas necessidades.

Isso torna o Wordpress uma escolha popular para uma ampla gama de aplicações, desde blogs pessoais até sites corporativos e plataformas de comércio eletrônico.

#### **2.3.2.2 Visual Studio Code**

O Visual Studio Code é um editor de código-fonte desenvolvido pela Microsoft, amplamente utilizado por desenvolvedores de software devido à sua eficiência e flexibilidade.

Escolhi o Visual Studio Code como meu editor de código-fonte pela eficiência e flexibilidade que oferece. Sua compatibilidade multiplataforma permite trabalhar em

diferentes sistemas operacionais sem problemas. As inúmeras extensões disponíveis ampliam suas funcionalidades, adaptando-se a diferentes necessidades de programação. Sua performance rápida e leve agiliza meu trabalho, garantindo eficiência. Em resumo, optei pelo Visual Studio Code por sua capacidade de atender às demandas do meu trabalho de forma ágil, eficaz e flexível.

### **2.3.3 SEO**

O SEO, ou Search Engine Optimization (Otimização para Motores de Busca), representa um elemento vital para a visibilidade e o sucesso de um site nos resultados de pesquisa do Google e de outros mecanismos similares. Trata-se de um conjunto de estratégias e técnicas elaboradas para aprimorar a classificação de um site nos resultados de pesquisa, garantindo que ele apareça de forma proeminente quando os usuários procuram por termos relacionados ao seu conteúdo.

A importância do SEO vai além do simples ranqueamento nos motores de busca; ela está diretamente ligada ao fortalecimento da presença online e, por conseguinte, ao crescimento e à consolidação da marca. Através de práticas de SEO bem aplicadas, um site pode alcançar um posicionamento privilegiado nos resultados de pesquisa, aumentando sua visibilidade e atraindo um tráfego mais qualificado e relevante.

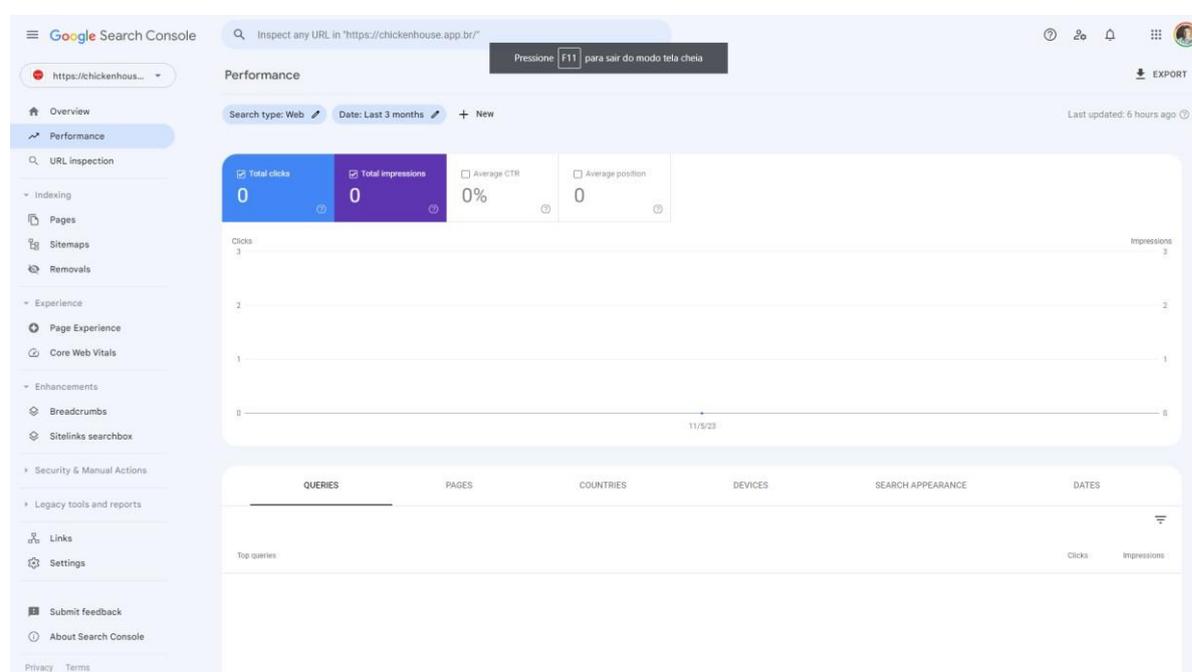
Nesse processo, diversas plataformas especializadas em SEO desempenham um papel crucial. Elas oferecem ferramentas e recursos essenciais para analisar palavras-chave, acompanhar o desempenho do site, identificar oportunidades de otimização e aprimorar a estratégia de conteúdo. Plataformas como SEMrush, Moz, Ahrefs e Google Search Console são apenas algumas das muitas disponíveis, cada uma oferecendo uma variedade de funcionalidades para ajudar na compreensão do comportamento dos usuários, na identificação de tendências de pesquisa e na otimização do conteúdo para garantir um desempenho máximo nos resultados de busca. Assim, ao adotar essas ferramentas especializadas, as empresas podem potencializar sua estratégia de SEO e, conseqüentemente, impulsionar a presença online e o reconhecimento da marca no ambiente digital.

#### **2.3.3.1 Google Search Console**

O Google Search Console, uma ferramenta totalmente gratuita, desempenha um papel fundamental ao auxiliar os gerentes de páginas da web na verificação da visibilidade de seus sites através do buscador Google. A utilização desta plataforma visa assegurar que nossa marca seja prontamente encontrada pelo público-alvo durante as pesquisas online. Essa ferramenta oferece insights valiosos e análises aprofundadas sobre como nossa presença

online é percebida e indexada pelo Google. Além disso, possibilita identificar oportunidades de otimização, proporcionando sugestões e direcionamentos para melhorias contínuas em nosso desempenho.

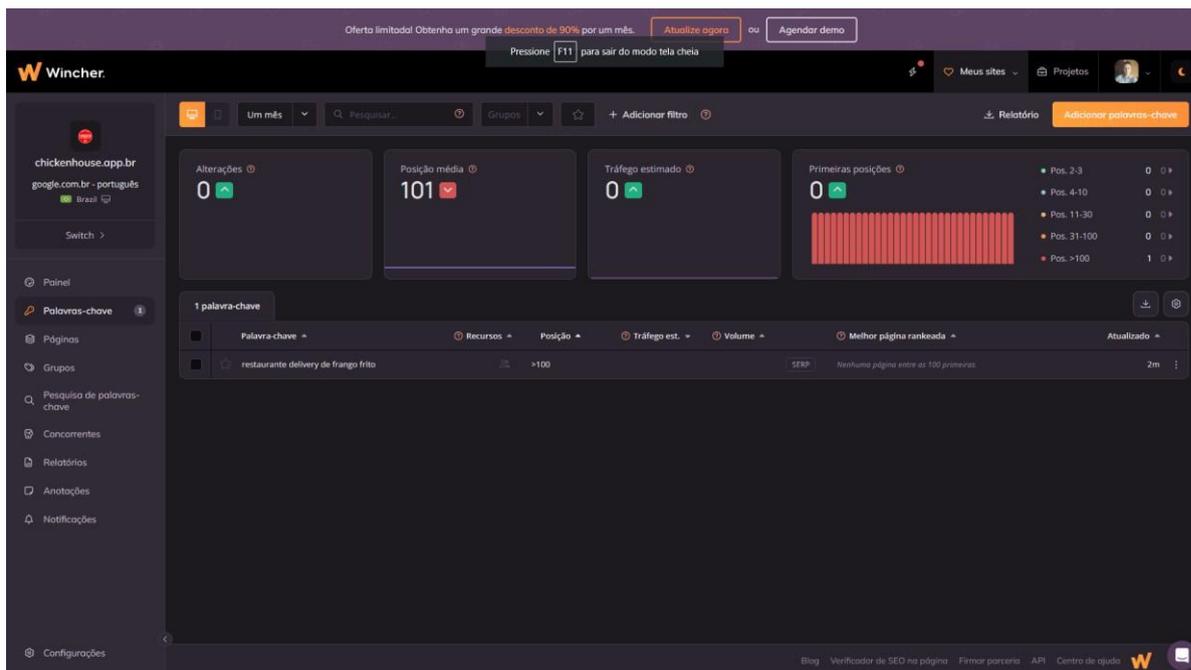
Como parte desse monitoramento, estamos atentos aos links do cardápio e do nosso site por meio dessa mesma ferramenta. Isso nos permite avaliar a eficácia desses links, verificar sua indexação nos resultados de pesquisa e entender como os usuários interagem com nosso conteúdo online. Ao analisar os dados fornecidos pelo Google Search Console, buscamos constantemente aprimorar a experiência do usuário, garantindo que os links direcionem adequadamente os visitantes para as informações relevantes e desejadas, contribuindo assim para uma presença online mais eficaz e acessível para nosso público.



\*Print da tela de administração do Google Search Console

### 2.3.3.2 Wincher.com

Ferramenta paga com uma versão de teste que permite visualizar a posição exata em que o site se encontra nos buscadores como “google”, “bing”, “yahoo” entre outros através das palavras chave definidas previamente, então escolhemos as palavras e através delas recebemos os ranqueamentos nos buscadores, por exemplo quando for buscado frango frito por “frango frito em Panambi”, ou “restaurante Panambi” entre outros. Além dos relatórios detalhados ao longo do uso da ferramenta e também notificações que auxiliam nas estratégias.



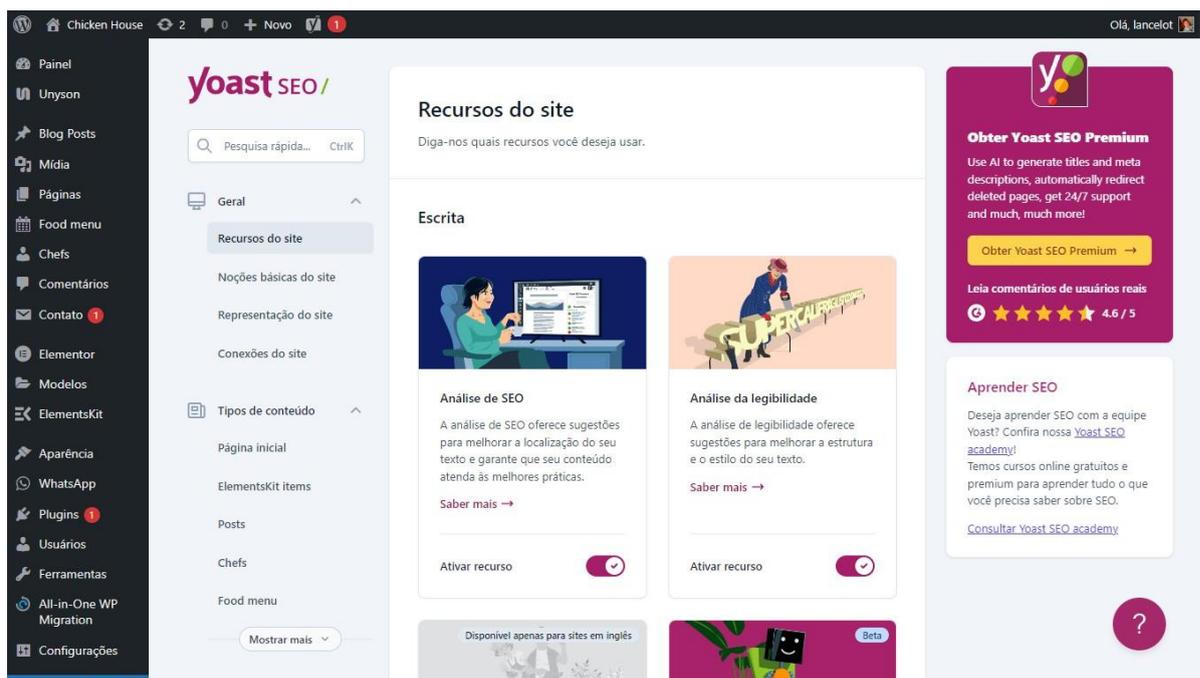
\*Print da tela de administração do Wincher.com

### 2.3.3.3 Yoast SEO

Este framework incrível tem se mostrado um aliado essencial na estratégia de otimização do site da empresa, impulsionando-o significativamente nas classificações dos motores de busca. Sua capacidade dinâmica de análise e otimização em tempo real do SEO das páginas é notável, permitindo uma configuração minuciosa de palavras-chave, meta tags, títulos, imagens e diversos outros componentes essenciais para uma presença online impactante.

Além de oferecer suporte para a indexação e rastreabilidade do site por meio da geração do Sitemaps XML, essa ferramenta também analisa a legibilidade do conteúdo de forma abrangente. Ao fornecer sugestões criteriosas para tornar o material mais atraente e acessível aos usuários, destaca-se que todas as recomendações devem ser revisadas para garantir coesão com a identidade e a mensagem da marca.

Outro destaque notável são as 'Migalhas de Pão' (Breadcrumbs), um recurso que não só melhora a experiência do usuário ao oferecer uma navegação hierárquica de links de página, mas também contribui de forma substancial para uma indexação mais eficaz pelos mecanismos de busca. Essa trilha de navegação simplifica a compreensão da estrutura do site, aprimorando a acessibilidade e a compreensão do conteúdo, tanto para usuários quanto para os motores de busca.



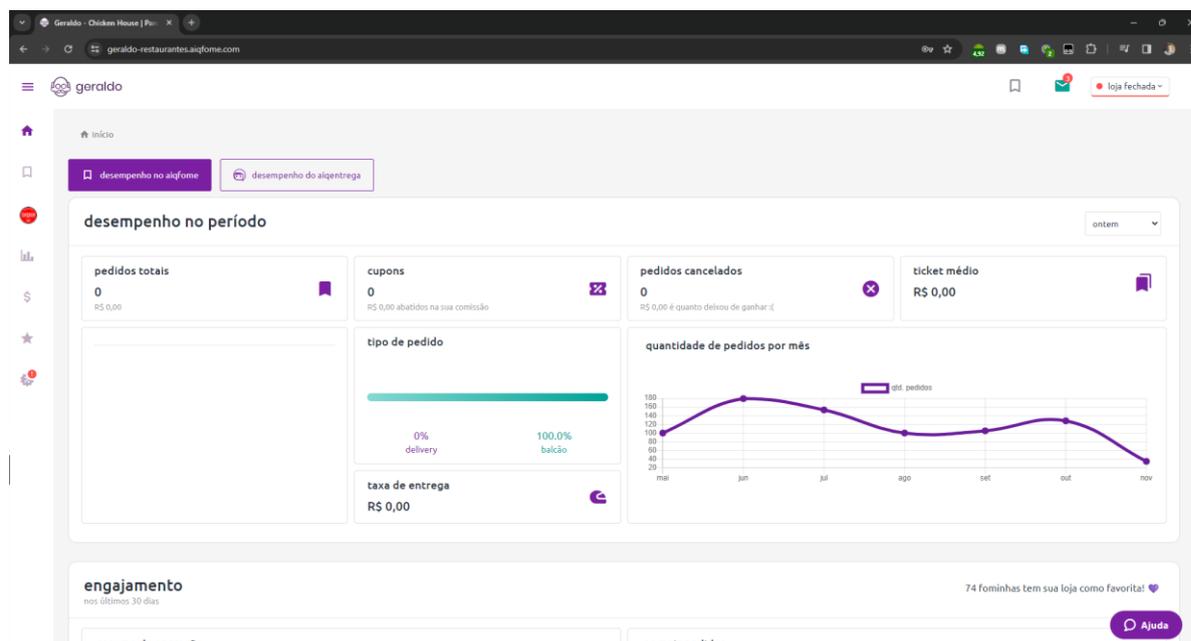
\*Print da tela de administração do Yoast SEO, fonte: yoastceo.com

### 2.3.4 Aplicativos de Delivery

Optamos por incluir nosso menu nos aplicativos de entrega de comida, como o AiqFome, Delivery Much e iFood uma decisão estratégica para expandir nosso alcance e presença no mercado. No início, houve certa hesitação em relação ao pagamento de comissões aos aplicativos, mas reconhecemos que cada bom vendedor merece sua comissão justa. Essa mudança de perspectiva nos levou a enxergar esses aplicativos como aliados, canais adicionais que poderiam impulsionar nossas vendas e aumentar nossa visibilidade.

Ao apostarmos em alguns aplicativos renomados, que têm se destacado no Brasil e em nossa região, abrimos as portas para um novo público e expandimos nossa base de clientes. Reconhecemos que essas plataformas oferecem uma exposição valiosa, conectando-nos a consumidores em potencial que buscam comodidade e praticidade na hora de fazer seus pedidos. Enxergamos esses aplicativos não apenas como facilitadores de vendas, mas como parceiros estratégicos que podem impulsionar nosso crescimento e fortalecer nossa presença no mercado local e nacional.

### 2.3.4.1 AiqFome



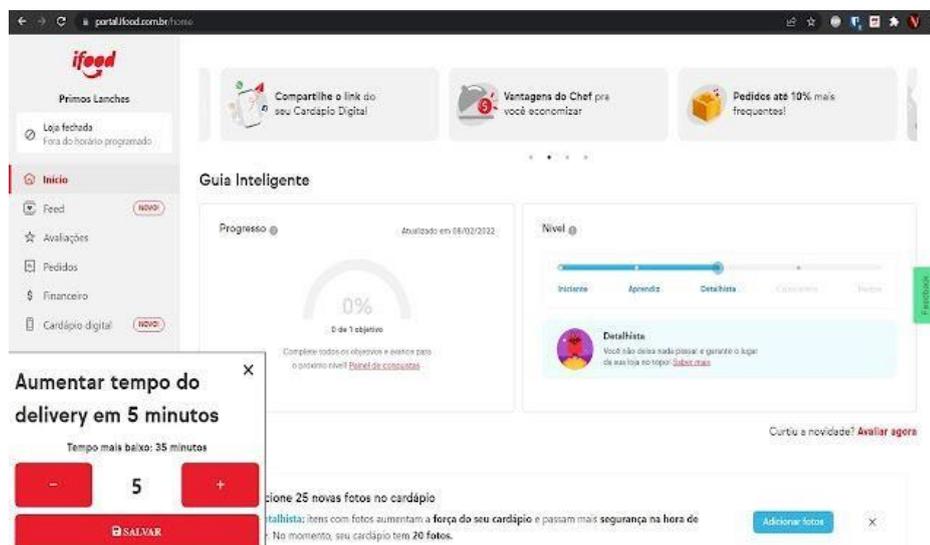
\*Foto do gerenciador Gerardo, onde podemos gerenciar os pedidos, fonte: [geraldo.aiqfome.com.br](http://geraldo.aiqfome.com.br)

Iniciamos nossa parceria com o AiqFome, uma empresa pertencente ao grupo Magalu, renomada e com uma sólida presença desde sua fundação em 2007, consolidando-se em todo o território nacional. A integração ao aplicativo representou não apenas uma nova parceria, mas uma oportunidade empolgante para expandir nossa visibilidade e alcance no mercado.

A plataforma oferecida pelo AiqFome foi além das expectativas, proporcionando uma experiência de gerenciamento de pedidos excepcional. Sua interface intuitiva e amigável foi um diferencial, tornando a administração dos pedidos simples e eficiente. Ao adotarmos esta nova vitrine virtual, testemunhamos um aumento expressivo nas nossas vendas, registrando um crescimento de aproximadamente 20%.

A parceria com o AiqFome não apenas impulsionou nossos números de vendas, mas também nos conectou a um novo público, ávido por praticidade e conveniência na hora de fazer seus pedidos. Essa colaboração estratégica não só fortaleceu nossa presença online, mas também reforçou nosso compromisso em oferecer uma experiência aprimorada aos nossos clientes, adaptando-nos às necessidades do mercado atual.

### 2.3.4.2 iFood



\*Print do gerenciador do iFood, fonte: arquivo particular

Após a boa experiência com o AiqFome também decidimos apostar no Ifood, “o app mais popular entre os consumidores brasileiros”, relata a Opinion Box no estudo. A pesquisa mostra que o iFood foi considerado o app preferido para pedir refeições (85%). A experiência não foi tão boa quanto com o AiqFome em questão de faturamento.

### 2.3.4.3 Delivery Much



\*Print do gerenciador do Delivery Much, fonte: arquivo particular

E por último estamos testando o Delivery Much, empresa fundada em 2011, em Santa Maria (RS), a marca já se consolidou no mercado e ocupa a posição de maior aplicativo de delivery do interior do Brasil. Ainda estamos em testes pois o app é novo na cidade.

### **2.3.5 ERPs e CRM's**

Um ERP (Enterprise Resource Planning, ou Planejamento de Recursos Empresariais) é um sistema integrado de gestão que é projetado para atender às necessidades específicas de empresas. Oferece uma solução abrangente para gerenciar e otimizar diversos aspectos do negócio, desde o processo de produção até a entrega do produto final ao cliente.

Principais funcionalidades de um ERP para o setor de comida incluem:

- **Gestão de Produção:** Acompanhamento e controle de todo o processo de produção, desde a aquisição de matérias-primas até a fabricação e embalagem dos produtos.
- **Controle de Estoque:** Gerenciamento eficiente do estoque de ingredientes, produtos em processo e produtos acabados, evitando desperdícios e garantindo a disponibilidade dos itens necessários.
- **Rastreabilidade:** Possibilidade de rastrear a origem de cada ingrediente utilizado na produção, permitindo a identificação rápida em caso de recalls ou problemas de qualidade.
- **Gestão Financeira:** Controle de despesas, faturamento, contas a pagar e a receber, proporcionando uma visão abrangente das finanças da empresa.
- **Gestão de Pedidos e Vendas:** Acompanhamento de pedidos de clientes, gestão de vendas, emissão de notas fiscais e controle de entregas.
- **Conformidade Regulatória:** Suporte para cumprir normas e regulamentações específicas do setor de alimentos, garantindo a conformidade com padrões de segurança alimentar e regulamentações governamentais.
- **Gestão de Qualidade:** Monitoramento e controle da qualidade dos produtos, incluindo a implementação de práticas de controle de qualidade e conformidade com normas sanitárias.
- **Gestão de Recursos Humanos:** Administração de informações relacionadas aos colaboradores, como folha de pagamento, escalas de trabalho e treinamento.

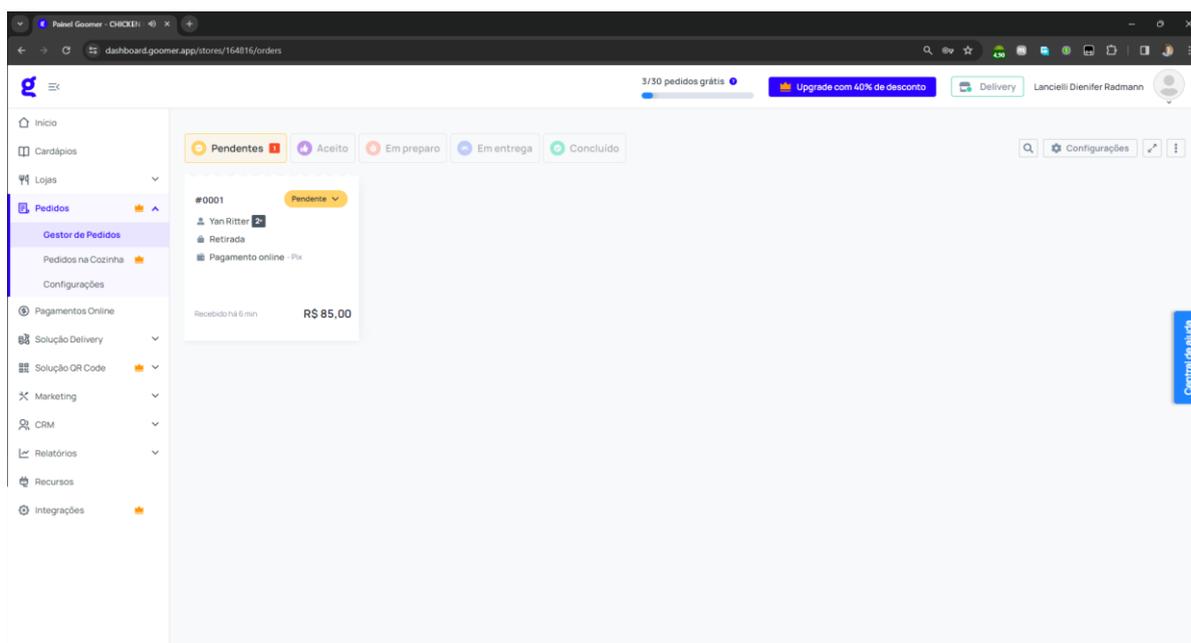
A implementação de um sistema ERP (Enterprise Resource Planning) no setor alimentício representa um avanço significativo na modernização e na otimização dos processos operacionais. Além de seus benefícios reconhecidos, como a melhoria da eficiência

e a redução de custos, a incorporação desses sistemas oferece um vasto leque de vantagens para empresas do ramo alimentício.

Esses sistemas funcionam como uma espinha dorsal centralizada, unificando e aprimorando a gestão de todas as operações, desde o controle de estoque até a logística de distribuição. Sua capacidade de integrar informações de diferentes departamentos em uma única plataforma proporciona uma visão holística e detalhada das atividades, facilitando a análise de dados e embasando decisões estratégicas mais fundamentadas.

Além disso, em um setor sujeito a regulamentações rígidas, como o alimentício, os sistemas ERP desempenham um papel crucial ao garantir a conformidade com normas específicas. Eles oferecem funcionalidades precisas para rastrear e registrar informações, desde a origem dos ingredientes até a distribuição dos produtos, assegurando a conformidade com exigências legais e padrões de qualidade.

### 2.3.5.1 Goomer



\*dashboard do Goomer visão do administrador.

Nosso primeiro contato com um sistema ERP foi através do Goomer, o qual desempenhou um papel fundamental no aprimoramento inicial dos nossos processos de pedidos, permitindo-nos identificar e vislumbrar as necessidades futuras do nosso negócio.

O Goomer oferece um plano gratuito que comporta até 30 pedidos por mês. Contudo, ao ultrapassarmos esse limite, passamos a incorrer em taxas por excedência. Diante desse cenário, tornou-se evidente a vantagem em aderir a um plano mensal, permitindo-nos explorar

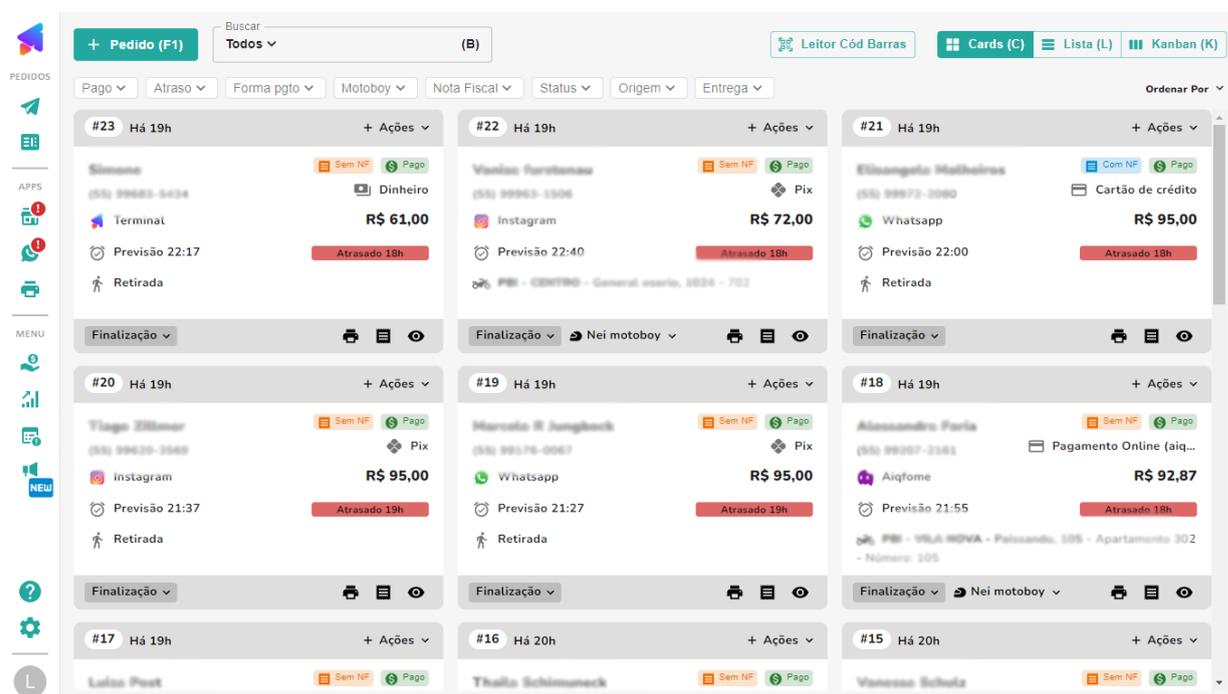
mais funcionalidades oferecidas pela plataforma. Através do Goomer, os clientes tinham acesso ao nosso cardápio e podiam efetuar pedidos de forma integral através do aplicativo, reduzindo consideravelmente a interação humana apenas para a confirmação do pedido.

No entanto, ao longo do uso do ERP, identificamos áreas em que o sistema não atendia plenamente às nossas necessidades. Notamos algumas limitações, especialmente em recursos de automação via WhatsApp e na obtenção de feedback por parte dos clientes. Esses aspectos se mostraram cruciais para aprimorar a interação e o serviço oferecido aos clientes, e essa lacuna evidenciada foi o impulso para explorar outras opções de ERP que atendessem de forma mais abrangente e personalizada às demandas específicas do nosso negócio.



\*Cardápio digital, app do cliente, fonte: chickenhouse.mandarpedido.com.br

### 2.3.5.2 Suitable

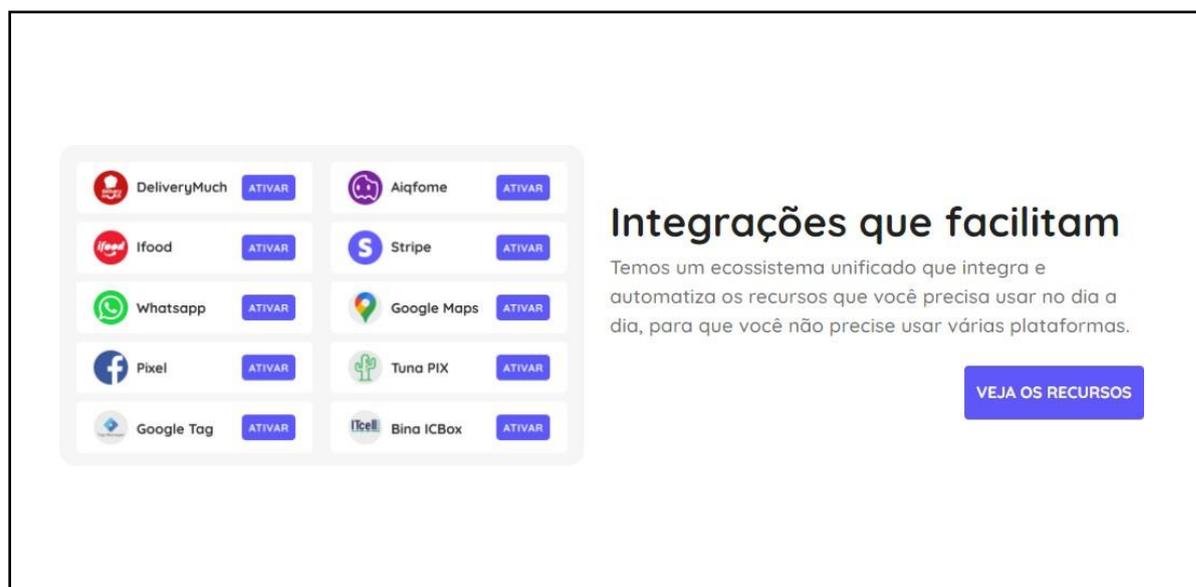


\*Dashboard visto pelo administrador de pedidos, fonte: arquivo particular

Suitable é um sistema de automação inteligente para restaurantes, desde o atendimento presencial até o delivery. Ele oferece uma variedade de recursos para ajudar os restaurantes a prosperar. Aqui estão alguns dos principais recursos:

- Cardápio digital e APP para garçons: Isso simplifica e unifica o processo de pedidos, garantindo que todos os pedidos sejam registrados em um só lugar.
- Integrações com as principais plataformas de delivery: Isso permite que os restaurantes atendam a uma base de clientes mais ampla.
- Inteligência artificial: O Suitable usa IA para interagir e se relacionar com os clientes, ajudando a aumentar as vendas.
- Análise de dados: O Suitable usa análise de dados para ajudar os restaurantes a expandir seus negócios.

Com o uso do software Suitable obtivemos várias ferramentas além do gestor de pedidos, temos agora a integração com várias redes sociais então os bots de comunicação conseguem canalizar tudo dentro do Suitable e responder a todos os clientes de forma mais ágil.



The image shows a screenshot of the Suitable interface, specifically the 'Integrações que facilitam' (Integrations that facilitate) section. It features a grid of 12 integration options, each with a logo and an 'ATIVAR' (Activate) button. The integrations listed are: DeliveryMuch, Aiqfome, Ifood, Stripe, Whatsapp, Google Maps, Pixel, Tuna PIX, Google Tag, and Bina ICBox. To the right of the grid, there is a heading 'Integrações que facilitam' followed by a paragraph: 'Temos um ecossistema unificado que integra e automatiza os recursos que você precisa usar no dia a dia, para que você não precise usar várias plataformas.' Below this text is a blue button labeled 'VEJA OS RECURSOS' (See resources).

\*Algumas das integrações possíveis com o Suitable, fonte: suitable.com.br

E com essa automação nas redes sociais vem uma possibilidade muito importante para o nosso atendimento que é o feedback para nossos clientes no decorrer do pedido, então o cliente é avisado a cada passo do processo e então conseguimos entregar uma experiência melhor enquanto o nosso cliente aguarda seu pedido ficar pronto.

Outra integração muito importante é com os outros apps de pedido de comida, como citado anteriormente estamos dentro de outras vitrines como IFood, Delivery Much e

AiqFome, esses outros apps necessitam de que administremos eles para receber os pedidos, com o Suitable podemos fazer um integração a eles e unir todos os pedidos no mesmo dashboard facilitando o trabalho do atendente.

Também tivemos uma melhoria na parte das entregas com os motoboys, agora com o Suitable podemos mandar o pedido com o endereço e localização através do google maps direto para o WhatsApp do entregador, facilitando a comunicação com ele e agilizando as entregas.

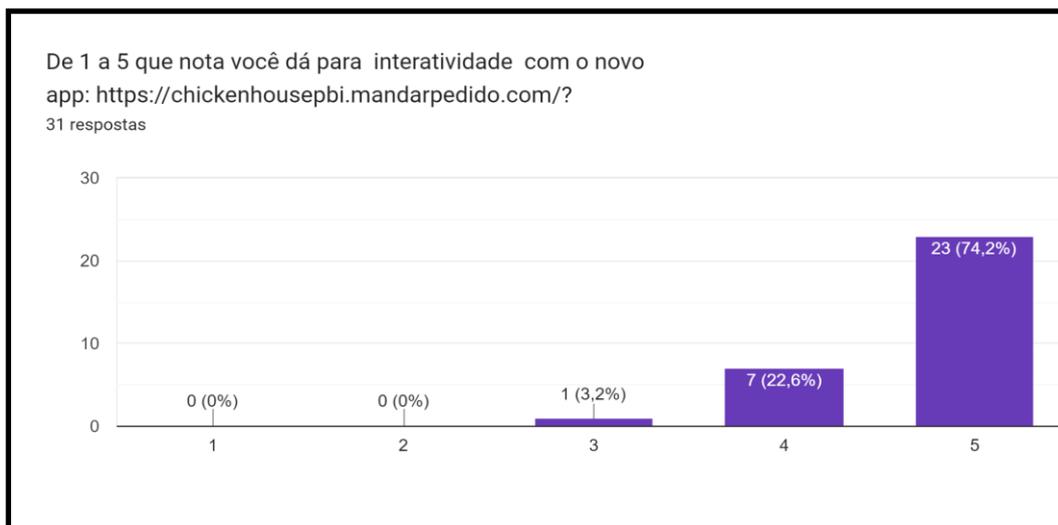
Dentro do módulo CRM que é um módulo muito interessante no software que permite ao nosso cliente fiel receber pontuações e trocar por descontos, assim podemos deixar nossos clientes mais satisfeitos e fidelizá-los. E além disso poder gerir a nossa base de clientes, entender a frequência de compras, horários entre pedidos e assim gerar promoções, envio personalizado de mensagens pelo whatsapp e email, conforme o perfil do cliente e assim conseguindo trazê-lo de volta na hora certa.

### 3. TESTES DE VALIDAÇÃO

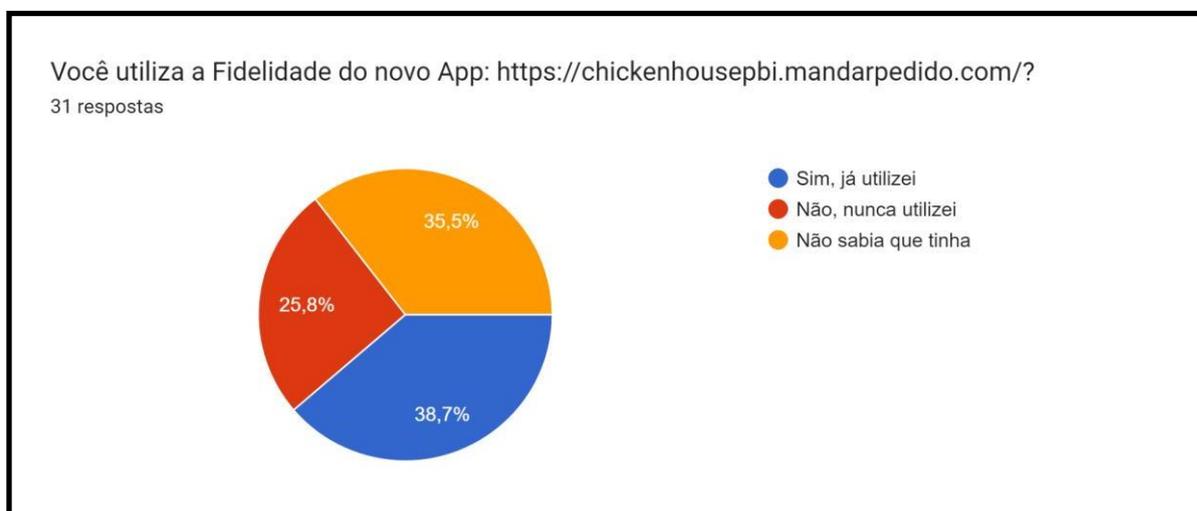
#### 3.1 Google Forms sobre o app de pedidos

Nos dias 15 e 16 de novembro fizemos um levantamento por formulário, utilizando a ferramenta Forms do Google e compartilhado por whatsapp para saber a opinião da nossa clientela referente ao nosso novo WebApp “chickenhousepbi.mandarpedido.com”.

Para contextualizar o novo app de pedidos faz parte do conjunto de ferramentas do nosso software de gestão o “Suitable” e a partir dele obtivemos os resultados apresentados a seguir:

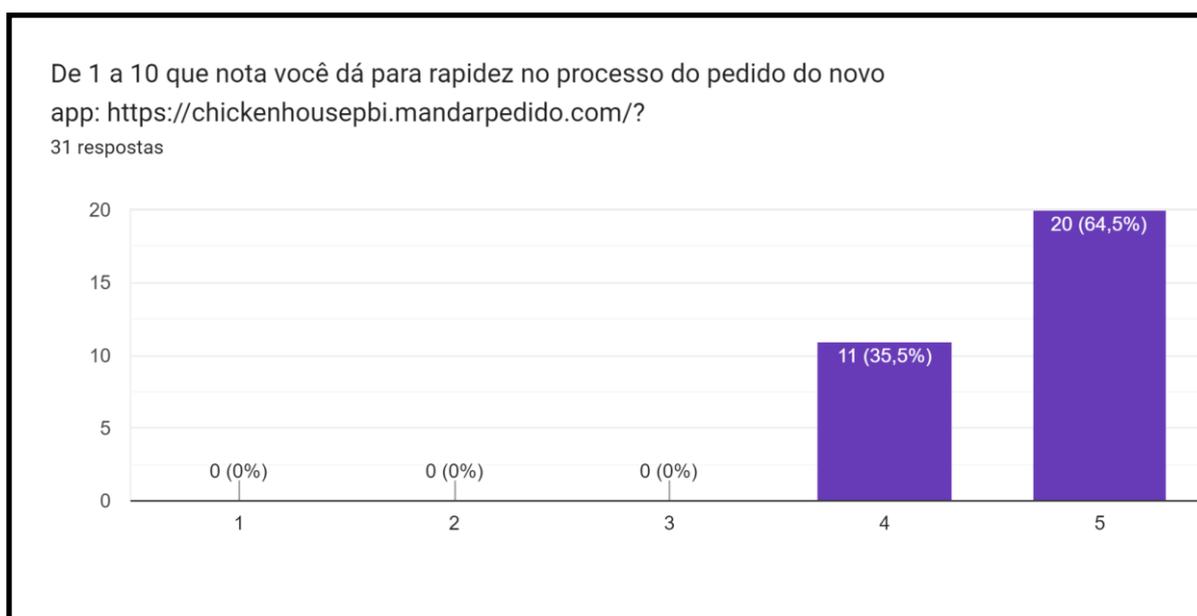


Na primeira pergunta questionamos quanto a interação com o novo app, sendo 1 Ruim e 5 Ótimo, a grande maioria de 74,2% votou como ótimo, 22,6% votou 4 e 3,2% votou 3, baseado nos dados tivemos uma ótima avaliação do nosso app de pedidos.



\*Gráfico representa o google forms com título: Novo app de pedidos da Chicken House, disponível em: [https://docs.google.com/forms/d/119iXNoCTt4bIZNXD1aoQCW8\\_1a7tScvaFgLa74cB5Pc/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/119iXNoCTt4bIZNXD1aoQCW8_1a7tScvaFgLa74cB5Pc/edit#responses)

Em relação à nova estratégia de fidelidade, ela se baseia na contagem de pedidos realizados em um período específico. Podemos ver que o gráfico mostra algo mais disperso embora até agora 38,7% dos clientes tenham aproveitado esse benefício. Uma observação relevante é que no nosso setor, os clientes tendem a fazer compras de forma menos frequente, o que pode explicar o baixo uso da opção de fidelidade disponível.



Sobre a fluidez e objetividade em fazer os pedidos, tivemos 64,5% com a nota 5 super rápido e 35,5% com a nota 4 rápido. Percebemos que é um ponto positivo da nossa plataforma.

### 3.2 Feedback das atendentes

Conversamos com as atendentes da Chicken sobre o uso da nova solução de pedidos, então agora analisamos a visão do gerenciador de pedidos que é utilizado no caixa da Chicken House.

Segue abaixo os feedbacks relatados:

*“Com certeza é muito melhor, os pedidos do nosso app e dos outros apps de delivery como o Aiqfome todos no mesmo painel, fica mais fácil gerenciar.”* (Vanessa Schulz)

*“Os clientes nos dizem sempre que melhorou a forma de fazer pedido, falando sobre o dashboard novo é possível até ver quando alguém entrou no app e está fazendo o pedido, aparece um pop-up no painel de gerenciamento.”* ( Lancielli Radmann)

O feedback é uma ferramenta poderosa que permite que as empresas se ajustem, cresçam e prosperem em um ambiente dinâmico alavancando cada vez mais sua marca. Ao adotarmos uma abordagem receptiva ao feedback gerado, a empresa Chicken House consegue construir relacionamentos mais sólidos com os clientes e melhorar continuamente seus produtos, serviços e operações.

Ao buscar o feedback como empreendedores desenvolve-se a marca, gerando aprimoramento e sucesso a longo prazo, pois ganha-se em conhecimento sobre melhoria contínua, nível de satisfação do cliente, inovação no produto e nas técnicas, constroem-se relacionamento mais duradouros e saudáveis, correção de problemas mais rapidamente, com os dados obtidos tem-se tomadas de decisões mais tangíveis, avaliando assim a marca e a competitividade.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do caso da Chicken House destaca de forma contundente como o marketing digital se revelou não apenas uma estratégia, mas um pilar fundamental para alavancar a marca da empresa. Durante esse processo de transformação, a Chicken House adotou uma abordagem abrangente, iniciando pela transição de um modelo operacional manual para a integração de soluções tecnológicas de ponta.

A digitalização dos processos, incluindo vendas e aquisição de equipamentos, juntamente com a implementação de um ERP, estabeleceu uma base sólida para otimizar e automatizar as operações internas. A estratégia de presença online foi crucial, demonstrada através da criação do site, utilização efetiva das redes sociais, emprego de ferramentas de marketing digital e a integração com plataformas de entrega reconhecidas, como Aiqfome e Delivery Much.

O investimento em diversas tecnologias, como HTML, CSS, JavaScript, PHP, MySQL, WordPress, Visual Studio Code, CPanel e XAMPP, reflete o comprometimento da Chicken House em oferecer uma experiência online não só atraente, mas também funcional e cativante. Além disso, a aplicação de estratégias de SEO, com o uso de ferramentas como Google Search Console, Wincher.com e Yoast SEO, solidificou a presença da marca nos mecanismos de busca, ampliando significativamente a visibilidade e o alcance do público-alvo.

A cuidadosa seleção e integração de ERPs e CRMs, como Goomer e Suitable, permitiram uma gestão mais eficiente dos pedidos, integração com plataformas de delivery, automação das redes sociais, melhorias no atendimento ao cliente e fidelização, resultando em uma experiência aprimorada tanto para clientes quanto para a equipe interna.

As estratégias inteligentes de teste e coleta de feedback, utilizando ferramentas como Google Forms e relatos das atendentes, desempenharam um papel crucial na avaliação da eficácia das mudanças implementadas. As respostas positivas e as sugestões valiosas validaram o sucesso das inovações introduzidas, fornecendo insights cruciais para direcionar melhorias futuras.

Em resumo, o estudo de caso da Chicken House é um testemunho vivo da transformação possibilitada pelo marketing digital como estratégia-chave para impulsionar a marca. Essa evolução não apenas representa uma transição tecnológica, mas também uma mudança cultural e estratégica, elevando a eficiência operacional, a satisfação do cliente e a competitividade no mercado de alimentação. A contínua adaptação e inovação refletem o

compromisso da empresa em permanecer relevante e líder em um ambiente empresarial em constante evolução.

## REFERÊNCIAS

Amplie e gerencie seus negócios com mais eficiência. Google, 2023. Disponível em: [https://workspace.google.com/intl/pt-BR/business/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=latam-BR-all-pt-dr-bkws-all-all-trial-e-dr-1605540-LUAC0011904&utm\\_content=text-ad-none-any-DEV\\_c-CRE\\_477535132956-ADGP\\_Hybrid%20%7C%20BKWS%20%20EXA%20%7C%20Txt%20~%20G%20Suite-KWID\\_43700057676888159-kwd-36417445044&utm\\_term=KW\\_google%20suite-ST\\_google%20suite&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQiA3uGqBhDdARIsAFeJ5r16cOTXQvXJzJMx6objURnhZ71w6Uc2OVMPCnKvTDNlhF-HVbuTNVcaAq6GEALw\\_wcB&gclsrc=aw.ds](https://workspace.google.com/intl/pt-BR/business/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=latam-BR-all-pt-dr-bkws-all-all-trial-e-dr-1605540-LUAC0011904&utm_content=text-ad-none-any-DEV_c-CRE_477535132956-ADGP_Hybrid%20%7C%20BKWS%20%20EXA%20%7C%20Txt%20~%20G%20Suite-KWID_43700057676888159-kwd-36417445044&utm_term=KW_google%20suite-ST_google%20suite&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA3uGqBhDdARIsAFeJ5r16cOTXQvXJzJMx6objURnhZ71w6Uc2OVMPCnKvTDNlhF-HVbuTNVcaAq6GEALw_wcB&gclsrc=aw.ds) . Acesso em: 02 de set. de 2023

VIEIRA OLIVEIRA, Cláudio Luís. JavaScript Descomplicado - Programação para a Web, IOT e Dispositivos Móveis.1.ed. São José dos Campos: Érica, 2020.

Meta Business Suite. Facebook, 2023. Disponível em: [Meta Business Suite: gerencie o Facebook e o Instagram em um só lugar](#). Acesso em: 05 de set. de 2023

Marketing Digital para restaurantes: confira 8 dicas e estratégias essenciais, 2021. Disponível em: [Marketing Digital para restaurantes: confira 8 dicas e estratégias essenciais](#).

Acesso em: 08 de ago. de 2023

Branding: o que é, dicas, melhores livros e como trabalhar a gestão de sua marca, 2021. Disponível em: [Branding: o que é, dicas, melhores livros e como trabalhar a gestão de sua marca](#). Acesso em 09 de ago. de 2023

Conceito de branding, cases e dicas de como aplicar, 2022. Disponível em: [Conceito de branding, cases e dicas de como aplicar](#). Acesso em 11 de ago. 2023

Nosso produto é um reflexo de nossa equipe e visão, 2023. Disponível em: <https://www.wincher.com/pt/about>. Acesso em 02 de nov. de 2023

Domínio próprio: tire suas dúvidas e saiba como ter um, 2023. Disponível em:

<https://king.host/blog/criar-um-site/dominio-proprio/>. Acesso em 25 de out. de 2023

Learn about Content SEO from Team Yoast, 2023. Disponível em:

[Learn about Content SEO from Team Yoast](#). Acesso em 29 de out. de 2023

Dezenas de ferramentas, uma única plataforma, 2023. Disponível em:

<https://suitable.com.br/produto>. Acesso em 08 de set. de 2023

Solução para delivery, ideal para quem quer seu próprio canal de vendas, 2023. Disponível em:

[https://recursos.goomer.com.br/lp/conheca/solucao-delivery?utm\\_source=google&utm\\_medium=ppc&utm\\_campaign=Google\\_ppc\\_Search\\_PA\\_SEARCH03\\_Pa\\_PRO&utm\\_content=ga01&utm\\_term=semtaxas&utm\\_feeditemid=&utm\\_device=c&utm\\_term=goomer&utm\\_campaign=%5BSEARCH+03%5D+-+%5BLEADS%5D+%5BCPC%5D+%5BAUTO%5D+%5BPRO%5D+-+CARD%C3%81PIO+DIGITAL+PARA+DELIVERY+27/01/2023&utm\\_source=google&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=7771611327&hsa\\_cam=19632003809&hsa\\_grp=144942534159&hsa\\_ad=646526659882&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=aud-1929799375373:kwd-298634289747&hsa\\_kw=goomer&hsa\\_mt=b&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQiA3uGqBhDdARIsAFeJ5r04jp7ELiJopLRXJiJ3O3ufxdioMB6H6h39umFSHyI-xLiYF599AZIaArrAEALw\\_wcB](https://recursos.goomer.com.br/lp/conheca/solucao-delivery?utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=Google_ppc_Search_PA_SEARCH03_Pa_PRO&utm_content=ga01&utm_term=semtaxas&utm_feeditemid=&utm_device=c&utm_term=goomer&utm_campaign=%5BSEARCH+03%5D+-+%5BLEADS%5D+%5BCPC%5D+%5BAUTO%5D+%5BPRO%5D+-+CARD%C3%81PIO+DIGITAL+PARA+DELIVERY+27/01/2023&utm_source=google&utm_medium=ppc&hsa_acc=7771611327&hsa_cam=19632003809&hsa_grp=144942534159&hsa_ad=646526659882&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-1929799375373:kwd-298634289747&hsa_kw=goomer&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA3uGqBhDdARIsAFeJ5r04jp7ELiJopLRXJiJ3O3ufxdioMB6H6h39umFSHyI-xLiYF599AZIaArrAEALw_wcB)

[Solução para delivery, ideal para quem quer seu próprio canal de vendas, 2023](#). Acesso em 07 de nov. de 2023

KFC Brasil, 2023. Disponível em:

<https://kfcbrasil.com.br/>. Acesso em 29 de set. de 2023.