



# Negócios & Propaganda

por **Claudia Penteadó** >> [claudia@claudiapenteadó.com.br](mailto:claudia@claudiapenteadó.com.br)

**BATE BOLA** **Arthur Santos,**  
CMO DO IFOOD

## “O delivery virou um hábito”

O serviço de pedidos/delivery de refeições via internet iFood vem crescendo a passos largos e quer atingir 1 milhão de pedidos por mês, o dobro do volume ao qual chegou em 2014, mas não tão longe dos 800 mil pedidos atuais. O foco é ampliar a cobertura nacional, que já ultrapassa 100 cidades. Santos diz que a comunicação é essencial para manter o crescimento.



domicílio para restaurantes de alto padrão, em 2011. O fundador Patrick Sigrist percebeu que este modelo poderia funcionar melhor caso os pedidos fossem realizados pela internet e não pelo telefone. Neste cenário, ele concedeu ao CEO Felipe Fioravante a missão de tornar o iFood a maior empresa de delivery online do Brasil. A trajetória do negócio é ascendente. Fizemos importantes movimentos como as fusões e as compras dos players menores e locais. Geramos mais de R\$ 500 milhões em transação aos restaurantes de todo o país.

### Qual o papel e a importância da comunicação no seu negócio?

A comunicação é um dos pilares mais importantes para a empresa. Precisamos explicar a categoria de delivery online, promover uma mudança de hábito e deixar claro o que somos, o que fazemos e como intermediamos quem tem fome com os restaurantes. Ativamos nossos canais online e off-line com uma comunicação clara e objetiva com a assinatura: iFood, Baixou, Pediu, Comeu!

### Como nasceu o relacionamento com a NBS e como veio a ideia de usar o humorista Fabio Porchat nessa campanha?

A NBS é a nossa agência desde 2014. Na época buscamos uma agência com experiência e reconhecimento em campanhas focadas em aplicativos, como o Bom Negócio, por exemplo. A ideia de usar o Porchat surgiu do nosso diretor de criação, Cássio Faraco. Compramos a ideia, desenvolvemos os roteiros a quatro mãos e lançamos a campanha.

### Como vem crescendo no Brasil o segmento de delivery via web?

O iFood cresceu 400% no último ano. Saímos de 100 mil pedidos por mês em 2013 para 500.000 em 2014. Fizemos importantes movimentos, como a fusão com o Restaurante Web e as aquisições dos players regionais Papparango, Alakarte, Apetitar e A Deliveria. Este crescimento reforça que o delivery online cada vez mais faz parte da vida do brasileiro e já virou um hábito, principalmente nas grandes capitais. Hoje 70% dos pedidos são feitos via aplicativos e apenas 30% via site. Para 2015 a meta é chegar em 1 milhão de pedidos por mês.

### Quando nasceu o iFood e como tem sido a trajetória do negócio?

O iFood surgiu da DiskCook, uma central telefônica que gerenciava pedidos de entregas de refeições em

## Artplan cria para dia dos pais da Amoedo



A campanha de dia dos pais da Amoedo leva a assinatura da Artplan e tem como conceito “Na Amoedo você encontra o presente que seu pai quer de verdade”, numa alusão ao atendimento especializado, como verdadeiros cuidados de pai para filho. O time de criação da agência criou peças para encarte, PDV e spots de rádio.



## Taco comemora 30 anos junto com Rock in Rio

A campanha do dia dos pais da Taco celebra os 30 anos da Taco e do Rock in Rio. A veiculação será em jornais e mídia digital. A criação é de Ricardo Real.