



Silvia Lopes,
diretora de marketing e comunicação da Makro Portugal

Grupo Metro investe 30 milhões no projeto Horeca Digital

O grupo alemão quer disponibilizar ferramentas digitais para os clientes aumentarem a sua visibilidade na Internet. A Makro Portugal foi das primeiras a aderir à iniciativa

Filipe Pacheco

mailto:fpacheco@hipersuper.pt
photo: DR

A Makro pretende posicionar-se no mercado não apenas como um fornecedor, mas também como um parceiro de negócios dos clientes da área da hotelaria e da restauração. O projeto Horeca Digital, nascido no seio do grupo Metro, disponibiliza ferramentas às empresas de hotelaria e de

restauração para estas aumentarem a sua presença online.

"A iniciativa foi apresentada pela Metro a vários países no final do ano passado, sendo que Portugal foi um dos primeiros que mostrou, desde logo, um grande interesse na sua implementação pela importância e pelo peso que as atividades de restauração e hotelaria têm no nosso país", declara ao HIPERSUPER Silvia Lopes, diretora de marketing e de comunicação da Makro. O investimento da Metro no desenvolvimento de ferramentas digitais foi de 30 milhões de euros nos últimos dois anos. "Este é apenas o ponto de partida de um plano ambicioso para a Makro Portugal e para o grupo", salienta a diretora de marketing e de comunicação da Makro Portugal.

E no que consiste, em concreto, o projeto Horeca Digital? A plataforma digital, lançada pela Makro, permite às

empresas do canal horeca construir gratuitamente o seu próprio site e fazerem a marcação de reservas e gestão da sala. A médio prazo, a Makro pretende implementar um agregador dirigido ao consumidor final. Os hotéis e os restaurantes que aderirem à plataforma terão visibilidade online, de acordo com os filtros de pesquisa, nomeadamente a localização e o tipo de cozinha, detalha Silvia Lopes. A Makro quer ainda no futuro implementar a ferramenta POS. "O desenvolvimento deste projeto pretende, acima de tudo, contribuir e ajudar os proprietários do ramo da hotelaria e restauração a terem uma presença online, que seja o seu cartão de visita quando pesquisados a este nível. Sabemos que o mundo digital é uma realidade, não ter uma presença a este nível é uma lacuna atualmente", diz a responsável.

A prioridade, de momento, é a divulga-

MARCAS PRÓPRIAS

■■■■■■■■

A Makro definiu 2018 como o ano das marcas próprias, tendo lançado em fevereiro a Makro Chef, a Makro Professional e a Makro Premium. " Fizemos este investimento para que o nosso sortido de produtos apresentasse uma ampla variedade, acompanhando as atuais tendências gastronómicas e oferecendo novas soluções e serviços, sempre com a garantia de qualidade, acompanhado de preços competitivos", refere Silvia Lopes. A Makro tem neste momento mais de cinco mil produtos de marca própria referenciados. Este valor representa mais de um quarto das referências de sortido da Makro Portugal. "As marcas próprias começam a contar com um maior número de referências produzidas em território nacional, fruto do trabalho desenvolvido pela equipa de compras, na procura de parceiros e fornecedores certificados nacionais", finaliza a responsável.

ção do projeto e a disponibilização da ferramenta de construção de sites. O programa começou a ser anunciado recentemente. Mas até final de setembro a Makro espera ter 6500 websites criados, prognostica Silvia Lopes. A empresa grossista está ainda a prestar apoio aos interessados na construção de um site através de um call center. Mais: a Makro tem uma equipa a trabalhar exclusivamente no projeto. "Este apoio é feito não apenas a nível central, como a nível regional. Cada loja tem à sua disposição técnicos e consultores comerciais que dão sempre suporte no terreno aos clientes interessados em inscreverem-se e em desenvolver o seu sítio na Internet", explica.

A meta, diz, é chegar ao maior número de negócios possível. "É um projeto que não tem fim, temos objetivos ambiciosos de cobertura no mercado português nos próximos três anos, pois um dos objetivos é efetivamente fazer com que a plataforma viva por si e seja sempre uma solução para a digitalização dos negócios de hotelaria e restauração", refere. "Já recebemos algumas reações positivas por parte das primeiras empresas que estão a colaborar conosco na sua digitalização. É com grande satisfação que temos recebido um feedback inicial muito positivo por parte de clientes, referindo que o site do seu negócio, criado gratuitamente na nossa plataforma, está a dar frutos", complementa. ■