

# UNSOLVED

*Case Study Zomato Portugal*



**zomato**

## TÍTULO DO CASE STUDY

### 1. Resumo da Área de Atuação da Empresa

A Zomato é uma empresa de foodtech e a **app de descoberta de restaurantes mais utilizada em Portugal**. O conteúdo atualizado inclui os menus, fotos, moradas e informações sobre os restaurantes. Os utilizadores podem ainda avaliar e dar opinião sobre a sua experiência contribuindo assim para a comunidade foodie. Em Portugal, conta com mais de **2M visitas por mês**, sendo a plataforma de descoberta de restaurantes mais completa para quem procura opções para comer fora, serviço de take-away, reservas e soluções contactless para a restauração.

### 2. Problema a Resolver

Atualmente estamos a pensar num programa de vantagens e benefícios vendável para empresas, onde através de uma subscrição possam oferecer diversos produtos Zomato aos seus colaboradores: Comodidade e benefícios para toda a equipa.

Lançamos o desafio: Dentro dos nossos produtos, qual seria a melhor abordagem e oferta para B2B de forma a diferenciar da utilização da Zomato em contexto pessoal. O que é que as empresas e os seus colaboradores mais valorizam? Comer por menos? Facilidade no pagamento in app? (...)

**Dentro dos nossos produtos podem encontrar:**

- 1 - Zomato PRO (Subscrição incorporada in app que oferece benefícios e descontos até 40% em mais de 500 restaurantes, bares, cafés e brunchs - atualmente temos 8k subscritores)
- 2 - Delivery e Take-Away
- 3 - Reservas
- 4 - Pagamentos em restaurantes através de QR Code (sem filas e sem espera)
- 5 - Rede de Parceiros (descontos e vantagens através da Zomato, pode ser tanto em eventos de team building como hardware)
- 6 - Sistema de pontos onde, através de ações na app, os users podem trocar pontos por benefícios e prêmios.

**3. Tópicos que querem que sejam abordados pela equipa**

- 1 - Definição da oferta e do produto adaptado às necessidades das empresas
- 2 - Estratégia de comunicação para B2B
- 3 - Outras abordagens que considerem necessárias