

Arquitetura Pós-Covid-19

ARQUITETURA NA PANIFICAÇÃO

O que mudou e o que fica do período da pandemia nos serviços essenciais

ALPENDRE

Arquitetura Comercial e Varejo

BÁRBARA ALPENDRE

ARQUITETA



Arquiteta e Urbanista, mestre em Engenharia de Construção Civil, com mais de 12 anos de experiência em projetos de food service. À frente do escritório Alpendre Arquitetura, tenho no portfólio projetos de padarias, empórios, restaurantes e lojas. Elaboro projetos especializados com foco no resultado das empresas, com uma metodologia de projeto baseada na análise de indicadores e da estrutura operacional de cada negócio.



OVERVIEW

Arquitetura na panificação: o que mudou e o que fica do período da pandemia nos serviços essenciais

Retrospectiva da influência da pandemia nas padarias -
Desafios, Estratégias e Arquitetura

DESAFIOS

PRINCIPAIS PROBLEMAS ENFRENTADOS
DURANTE A PANDEMIA

1

ESTRATÉGIAS

ADAPTAÇÕES NOS SERVIÇOS,
ATENDIMENTO E PDV REALIZADAS

2

ARQUITETURA

QUAIS AS CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES
REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS
QUE DEVEM PERMANECER

3





DESAFIOS

Quanto mais serviços a empresa tinha na loja, maior a queda nas vendas e no faturamento que sofreu no início da pandemia (em especial as padarias food service). Queda de até 50% no faturamento.

- REDUÇÃO NO FLUXO DE PESSOAS
- REDUÇÃO NOS SERVIÇOS QUE PODEM SER OFERECIDOS
- MUDANÇA BRUSCA DE PÚBLICO COM A REDUÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS
- NOVAS NECESSIDADES DO CLIENTE QUE PRECISAM SER ATENDIDAS



ESTRATÉGIAS

AÇÕES IMEDIATAS

- 1 Cortes e redução de custos.
Verificar quais as novas necessidades desse público que não era cliente e agora é, e qual a situação do mercado.
- 2
- 3 Medidas e adaptações no ponto de venda e nas estratégias da empresa para buscar a recuperação.

CORTES E REDUÇÃO DE CUSTOS

1

- Adaptações gerais na estrutura da operação
- Ajustes para a manutenção da equipe
- Negociação de aluguéis e das contas mais representativas
- Redução do horário de funcionamento.

NOVAS NECESSIDADES DO CLIENTE E SITUAÇÃO DO MERCADO

2

- Redução da renda (situação economia em geral - perda de emprego, redução de salários, empresas com dificuldades)
- Medo da contaminação (pessoas saem menos de casa)
- Compra focada em itens básicos e com maior shelf life (prazo de validade)



ADAPTAÇÕES NOS SERVIÇOS, ATENDIMENTO E PDV REALIZADAS

3

Mix de Produção Própria

- Redução do mix de produtos e foco na produção de itens básicos e mais vendidos.
- Para os produtos que tem maior custo de matéria prima, buscar novas estratégias e formas de venda, suspender a produção ou terceirizar.
- Trazer novas formas de consumo e novas experiências para o cliente ter em casa. Algumas dessas estratégias: venda de linha de congelados, pratos executivos e marmitas, cestas de café da manhã, kits de produtos e kits festa, redução de algumas porções (bolos e tortas por exemplo para atender grupos e famílias menores, presentear).



ADAPTAÇÕES NOS SERVIÇOS, ATENDIMENTO E PDV REALIZADAS

3

Mix de Revenda

- Aumentar o mix de revenda para atender demandas básicas do cliente por conveniência. Pessoas estão evitando filas e aglomerações e por isso comprar na padaria todos os itens que precisam se tornou uma ótima solução. Isso fez com que as vendas de mercearia aumentassem muito desde o início da pandemia. Atender essa demanda do cliente trouxe mais clientes para a loja e impediu perder o cliente de panificados para as grandes redes.



ADAPTAÇÕES NOS SERVIÇOS, ATENDIMENTO E PDV REALIZADAS

3

Produtividade da Equipe

- Necessidade de aumento de produtividade da equipe com a suspensão do autosserviço, não só no buffet que é a primeira coisa que nos vem à mente, mas também do autosserviço de pães e doces.
- Adaptação com menos funcionários X necessidade de reduzir ou eliminar filas e aglomerações no atendimento.
- Mais produtos embalados.
- Desenvolvimento de linhas de "grab and go".



ADAPTAÇÕES NOS SERVIÇOS, ATENDIMENTO E PDV REALIZADAS

3

Delivery

- Novas estratégias e formas de venda com delivery e e-commerce.
- Delivery não é mais diferencial, é obrigatório e necessário para retomar as vendas.
- Fazer ajustes nos produtos oferecidos, adequar produção a nova demanda, criar estratégias e usar marketing digital e de aproximação/relacionamento com o cliente para aumentar as vendas.





ARQUITETURA

QUAIS AS CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES
REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS
QUE DEVEM PERMANECER

- 1 Autosserviço
- 2 Sinalização e comunicação visual
- 3 Layout de produção
- 4 Layout de loja

CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS QUE DEVEM PERMANECER

1

Autosserviço

- Buffet de almoço e café colonial funcionando no formato rotisseria - uso de barreira física (proteção) em frente ao buffet e um atendente servindo. Importante analisar que tipo de layout ou fluxo de pessoas na fila e no serviço funciona melhor.
- Produtos panificados: autosserviço não deve voltar a ser feito exatamente da mesma forma que antes, pela cultura de maior higiene e cuidados sanitários que se criou. Autosserviço tenderá a ser assistido, tendo sempre um funcionário fazendo a embalagem e pesagem dos produtos.
- Lojas que foram totalmente pensadas prevendo a autonomia do cliente = trabalhar cada vez mais com produtos previamente embalados - dispor mesas e locais para essa exposição. Embalagem e porcionamento como uma solução e uma forma de devolver a autonomia ao cliente, aumentando a agilidade na compra.



CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS QUE DEVEM PERMANECER

1

Autosserviço

- Venda dos produtos embalados já frescos possibilita ocupar espaços ociosos na loja, por exemplo uma pista fria do buffet pode ser usada para sanduíches naturais, bolos e tortas fatiados, sucos já embalados, entre outros.
- Facilitar a compra, deixar os produtos bem visíveis, ao alcance das mãos do cliente para que ele não desista de levar por alguma demora no atendimento.
- Crescimento nas linhas de grab and go nas lojas, dos produtos para viagem e kits para finalização em casa - considerar mais espaço para esses itens no mobiliário e equipamentos de refrigeração.



CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS QUE DEVEM PERMANECER

2

Sinalização e comunicação visual

- Necessidade de comunicação visual se tornou ainda maior - sinalizar a obrigatoriedade do uso das máscaras, das leis e decretos vigentes, afastamento.
- Essa necessidade deve permanecer e temos que prever espaços no projeto para uma comunicação amigável, e também um design apropriado de toda essa sinalização, que tenha a ver com o design do ponto de venda e não se torne agressiva, pois faz parte significativa da experiência do cliente na loja e precisamos mostrar a ele um ambiente seguro, receptivo, bonito e agradável.
- Sinalizar produtos, novos serviços, nova distribuição dos produtos na loja e adaptações.
- Sinalizar todos os procedimentos de segurança que a empresa adotou para aumentar a confiança do cliente no seu produto e no seu serviço.



Layout da produção

- Mais espaço para embalagem dos produtos por conta dos embalados e linhas de grab and go, mas também par atender o delivery e e-commerce (área para estoque e separação de pedidos).
- Espaço adequado para receber os pedidos, computadores/infraestrutura para atender essa demanda.
- Prever local de fácil acesso para saída desses pedidos para viagem.



CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS QUE DEVEM PERMANECER

4

Layout da loja

- Novas premissas e novos detalhes a serem levados em consideração.
- Rever a distribuição dos espaços e setores da loja - prever setores de grab and go, congelados, ajustar os espaçamentos.
- Circulações - repensar e questionar:
Será que o seu cliente vai se sentir confortável em um corredor mais estreito, em uma loja muito cheia? Ou será que ele vai preferir um espaço mais agradável onde outras pessoas podem circular com maior distância? Até que ponto isso interfere no seu faturamento? Como ter circulações maiores sem perder variedade de exposição dos produtos?
- Mix de revenda tende a continuar sendo importante para conveniência e o cliente vai se habituar com mais esse serviço nas padarias - será preciso prever um espaço maior ou mais otimizado para a mercearia.



CONTRIBUIÇÕES E ADAPTAÇÕES REALIZADAS NA ARQUITETURA DOS ESPAÇOS QUE DEVEM PERMANECER

4

Layout da loja

- Prever mais lavabos e pontos de higienização das mãos tanto para atendentes quanto para clientes, de preferência com um acesso mais fácil a partir da entrada na loja.
- Trabalhar com o mobiliário específico e divisórias com design para ter ambientes com maior segurança mas sem perder número de lugares no salão em excesso.
- Palavra chave: flexibilidade. No varejo em geral é essencial trabalhar com mobiliário flexível, modular, que permita ajustes e adaptações, e em muitas padarias isso não é comum. Muitos itens não tem como ser flexíveis e precisam ser bem avaliados antes de ser implantados, mas é essencial prever gôndolas, mesas de exposição, prateleiras e mobiliário de apoio que possam mudar de lugar. Essa flexibilidade nos trará mais assertividade ao projetar novas lojas nesse momento de incertezas, permitindo criar inclusive cenários diferentes onde conseguimos nos adaptar e ter segurança de que essa loja vai atender às mais diversas situações.

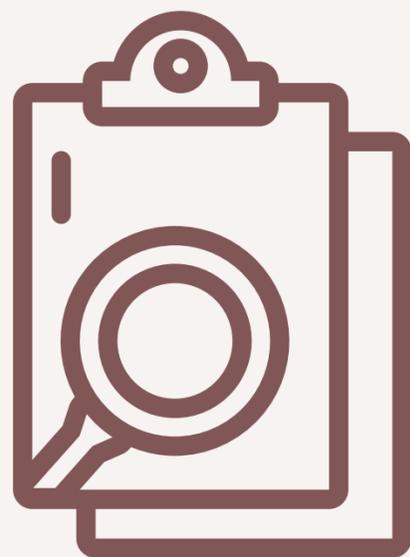


PROJETOS REALIZADOS

Nosso portfólio inclui padarias, cafés, confeitarias, restaurantes, lojas e ambientes do varejo. Conheça nosso trabalho!

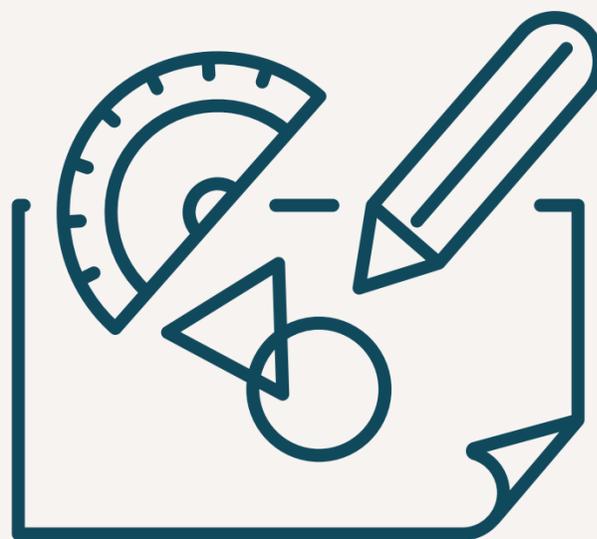


SERVIÇOS



CONSULTORIAS

Expresso
Layout
PDV
Viabilidade



PROJETOS

Básico
Executivo



ASSESSORIAS E APROVAÇÕES

Compra de equipamentos
Obras
Vigilância Sanitária
Prefeitura Municipal

Acompanhe nosso trabalho!



SITE

<http://alpendrearquitetura.com.br>



INSTAGRAM

<https://www.instagram.com/alpendrearquitetura/>



FACEBOOK

<https://www.facebook.com/alpendrearq/>



ONDE ESTAMOS

INFORMAÇÕES PARA CONTATO

NOSSO ENDEREÇO

Av. República Argentina, 1.336 - sala 1507 Água Verde
Curitiba/PR

TELEFONE

+55 41 4111-1188

EMAIL

contato@alpendrearquitetura.com.br



OBRIIGADA!