

# DPD disponibiliza nova experiência de entrega “imediate, conveniente e flexível”

26 de Abril, 2022

O **DPD Now** é a última novidade no mercado de envio e entrega de encomendas. Trata-se de uma solução lançada pela **DPD Portugal**, em parceria com a **Stuart**, uma logtech on demand do DPDgroup que ingressou no mercado português em outubro de 2021.

Em declarações à Ambiente Magazine, **Olivier Establet**, CEO da DPD Portugal, refere que se trata de um “serviço de entrega de encomendas on demand” assente em três áreas-chave: “retalho, supermercados e entrega de documentos”. A grande vantagem está no nível de “conveniência e flexibilidade” que este serviço oferece a marcas e consumidores: “Cada cliente pode escolher receber a encomenda com um prazo de entrega de uma hora após efetuar a compra, no próprio dia, ou programar essa entrega até sete dias após a encomenda, com slots horárias para entregas entre as 8 e as 22 horas”.



O DPD Now materializa-se no momento em que a marca regista a encomenda no portal DPD ou no DPDSHIP. Após esse passo, “o sistema vai gerar e atribuir estafetas para que o pedido seja concretizado”, explica o responsável. Já do lado do consumidor, “este poderá seguir a encomenda desde o momento da recolha até à entrega através do link que receberá nas notificações por SMS em tempo real, que lhe permitirá estar a par do estado da sua entrega (ou seja, se foi recolhida, se está em fase de entrega, ou se já foi efetivamente entregue)”. No final: “O cliente só precisa de deixar a sua assinatura e desfrutar da sua encomenda”, precisa.

Questionado sobre a necessidade desta nova solução, Olivier Establet refere que, ao longo dos últimos anos, têm sido identificadas um conjunto de tendências que ajudam a adaptar e a desenvolver as soluções de acordo com os hábitos diários dos clientes: “Percebemos que o consumidor português está cada vez mais informado, exigente e com quotidianos cada vez mais diversificados, o que nos desafia a flexibilizar quer o período (dia e hora)

de entrega, quer o local onde esta é concretizada (podendo ser em casa ou em localizações out-of-home, como lockers ou pontos de entrega pickup)". Neste sentido, "reconhecemos, prontamente, a necessidade de fazer evoluir as opções oferecidas no check-out dos sites de vendas online", de modo a disponibilizar uma "nova experiência de entrega imediata, conveniente e flexível", destaca o responsável.

***[blockquote style="1"]"... ser um negócio sustentável"[/blockquote]***

É precisamente na "conveniência" e na "flexibilidade" que este serviço se diferencia, pois permite ao consumidor eleger o período de entrega que mais se adequa à sua disponibilidade, podendo optar por uma de três opções: "receber a encomenda uma hora após efetuar a compra; receber no próprio dia; ou programar a entrega até sete dias após realizar a encomenda, podendo esta ser feito entre as 8 e as 22 horas". A par disto, também o "próprio modelo de negócio" da Stuart – que recorre ao "crowdsourcing para realizar entregas on-demand" – faz este serviço se diferenciar de outros semelhantes no mercado: "O facto da Stuart não ser uma marketplace e limitar-se a prestar serviços aos seus clientes, entregando as suas encomendas em prazos de menos de uma hora".

Ao nível ambiental, o DPD Now respeita aquele que é o compromisso da DPD: "ser um negócio sustentável", em particular na "redução da pegada de carbono" associada à atividade. A título de exemplo, Olivier Establet refere que a frota alocada ao DPD Now é constituída por 250 viaturas (que incluem bicicletas, mopeds e viaturas ligeiras). Aquando do alargamento deste serviço, é objetivo da empresa "apostar na aquisição de viaturas mais verdes", cumprindo assim com a meta da DPD de descarbonizar a sua frota: "Um processo que arrancou em Lisboa, com a utilização exclusiva de veículos 100% elétricos em 2021, cenário esse que queremos replicar no Porto e em outras cidades portuguesas ainda este ano", lembra.

Neste momento, o DPD Now está disponível nos municípios de Lisboa, Porto, Amadora, Sintra, Cascais, Oeiras e Loures e, o objetivo passa, por um lado, "reforçar o serviço existente nessas sete áreas", e, por outro, "alargá-lo a curto prazo para outras cidades portuguesas", adianta o responsável.

***[blockquote style="1"]"... crescente consciencialização para a sustentabilidade"[/blockquote]***

Questionado sobre as preocupações atuais da DPD tendo em conta os desafios que a Covid-19 trouxe a este setor, Olivier Establet não tem dúvidas de que a pandemia acelerou alguns comportamentos de consumo que já vinham a ganhar espaço nas encomendas dos portugueses: "Um dos pontos mais claros é a crescente consciencialização para a sustentabilidade". Citando o Barómetro e-Shopper da empresa, o responsável afirma que cerca de "82% dos e-shoppers regulares consideram que as marcas têm de ser ambientalmente responsáveis", ao mesmo tempo que "65% dos consumidores online afirmam que escolher alternativas de entrega amigas do ambiente é um fator importante quando realizam compras online". Em paralelo, a Covid-19 trouxe um "maior conhecimento e experiência dos consumidores" no processo de compras e encomendas online, uma "maior exigência em todo o processo", bem como uma

“fragmentação dos hábitos diários dos portugueses”, que “exigem uma constante adaptação da oferta de entregas às correntes necessidades dos consumidores”, refere o responsável, dando como exemplo, o “cenário laboral” gerado pela pandemia: “Encontramos hoje uma pluralidade de contextos, desde pessoas que vão ao escritório diariamente, a outras que utilizam um modelo de trabalho híbrido, realidades distintas que, naturalmente, impactam o processo de entrega, tanto em termos de local como de período em que esta ocorre”. Desta forma, a preocupação da DPD tem estado, por um lado, “em fazer cumprir o nosso compromisso de ser um negócio sustentável” e, por outro lado, “em apostar na expansão da nossa oferta de serviços out-of-home (lockers e lojas Pickup), que são, cada vez mais, locais da preferência dos e-shoppers portugueses para receberem as suas encomendas, uma vez que permitem uma maior conveniência no processo de recolha de encomendas”, sucinta.

No que respeita a outros projetos para o curto e médio prazo, o CEO da DPD Portugal adianta que, primeiramente, continuará a aposta no “alargamento da oferta out-of-home” – oferta de recolha de proximidade -, que prevê a instalação de novos lockers (cacifos inteligentes) em pontos estratégicos de Norte a Sul de Portugal: “Atualmente contamos com uma rede de 200 lockers ativos, mas temos a ambição de instalar centenas de novos equipamentos nos próximos dois anos, através de novas parcerias, nomeadamente com o segmento de retalho, às quais se juntam às já existentes com a Sonae Sierra, Auchan, Repsol e Centros Comerciais Parque Nascente, Espaço Guimarães e Aqua Portimão, da Klepierre”. O foco é que esta solução – à qual se junta a rede de lojas pickup – consiga aportar uma “maior agilidade, eficiência e conveniência num só serviço”, bem como “assegurar uma entrega sustentável que contribua para a redução das emissões de CO2”. Além disso, serão anunciadas, em breve, “um conjunto de novidades no segmento C2C”, remata.