

HABIB'S

Grupo Blue



Bruna Soares de Oliveira - 10273501

Eric Filipi Achado - 9838352

Paula Wiltiner Reis Santana - 10772115

Lucas Hemerly De Mori - 11288426

Stephanie Gabriele Mendonça de França - 11374989



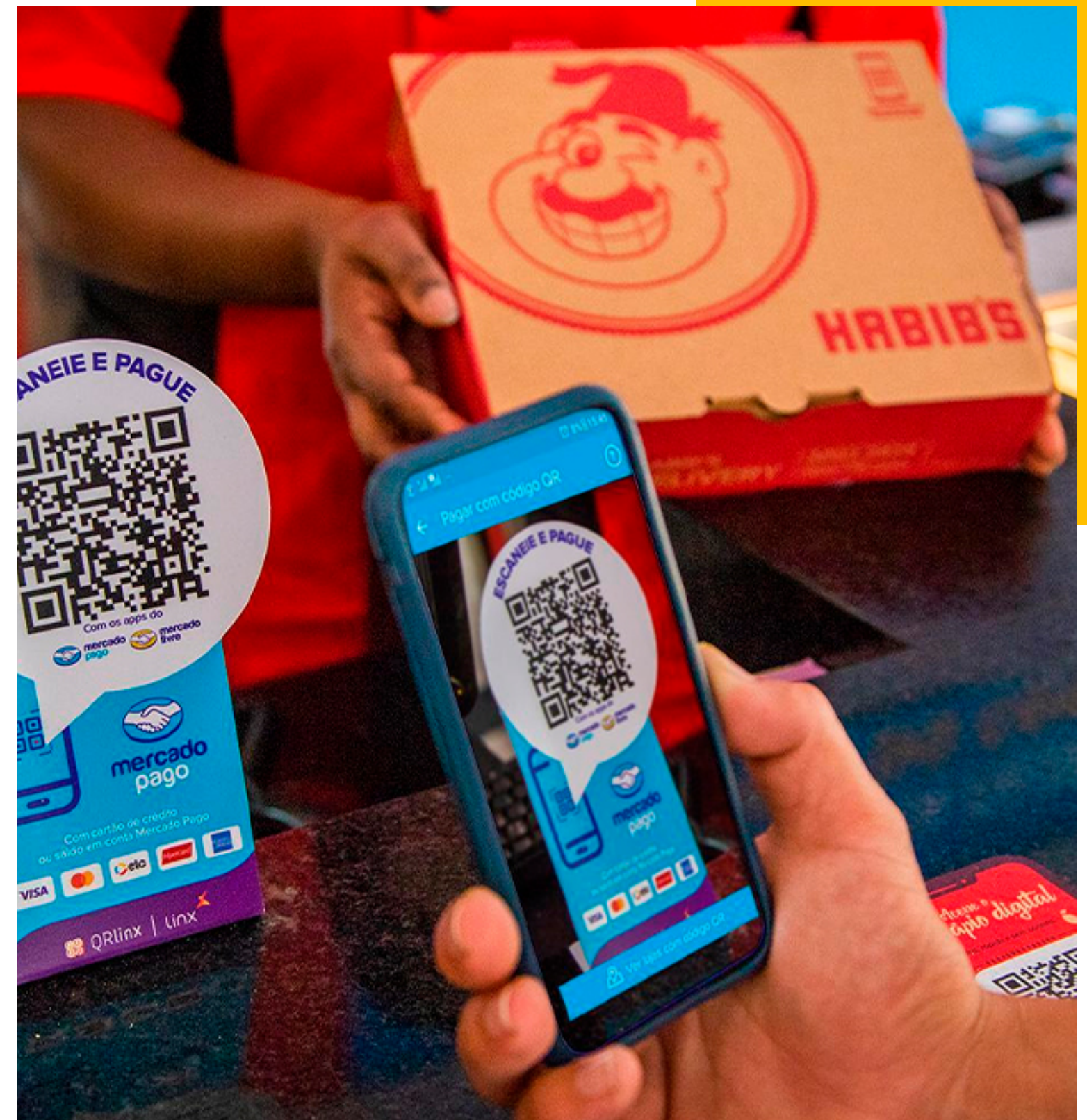
NOME E HISTÓRIA

- O Habib's é uma rede de fast food brasileira, fundada em 1988 por Alberto Saraiva. A primeira unidade foi inaugurada em São Paulo, no bairro de Moema. Hoje a rede possui mais de 400 unidades espalhadas por todos os estados do Brasil, com grande concentração no Sudeste e em São Paulo
- O nome da empresa é uma homenagem ao avô de Saraiva, Habib Saphir, que era libanês e dono de um bar no Líbano. Saraiva se inspirou na história do avô para criar o conceito do Habib's, que traz elementos da culinária árabe para a comida rápida.



SERVIÇOS OFERECIDOS

- Os principais serviços oferecidos pelo Habib's são a venda de alimentos rápidos e acessíveis, com destaque para as esfihas e quibes. A empresa também oferece delivery, permitindo que os clientes recebam seus pedidos em casa.
- Outro serviço oferecido é a opção de montar combos, que incluem diferentes pratos e bebidas por um preço mais acessível. Essa opção é bastante popular em grandes campanhas e promoções entre os clientes que desejam economizar.





Redes Sociais



- O Habib's é bem ativo em diversas redes sociais. A empresa mantém perfis no Facebook, Twitter e Instagram, onde compartilha novidades, promoções e interage com seus clientes. As redes também servem para responder rapidamente a possíveis problemas ou reclamações.
- A Marca já enfrentou algumas polêmicas e críticas nessas plataformas, principalmente relacionadas à qualidade dos alimentos e ao atendimento ao cliente.
- Nota no ReclameAqui: 8,4 - Muito Boa.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE

- O Habib's utiliza diversos canais de comunicação com o cliente, como redes sociais, site oficial, aplicativo mobile e telefone. A empresa também tem um programa de fidelidade, o Habib's Club, que oferece vantagens exclusivas para os clientes cadastrados.
- Além disso, o Habib's também investe em campanhas publicitárias criativas e bem-humoradas, que ajudam a fortalecer a imagem da marca e atrair novos clientes.





UNIDADES NO BRASIL E NO EXTERIOR

- Mais de 400 unidades espalhadas por todo o Brasil;
- Uma das maiores redes de fast food do país;
- Unidades em outros países, como Portugal e Estados Unidos,
- Diferenças culturais e de mercado que influenciam o funcionamento do Habib's no exterior;
 - Adaptação do cardápio de acordo com os hábitos alimentares



PÚBLICO-ALVO E CONCEITO

- Pessoas que buscam comida rápida, prática e acessível, principalmente, jovens e famílias de classe C
- Oferece pratos da culinária árabe tradicionais e abraileirados, como esfihas e quibes
- O Habib's também oferece outros pratos como pizzas, sanduíches e sobremesas, ampliando sua variedade de opções para os clientes

DIFERENCIAL PERANTE A CONCORRÊNCIA

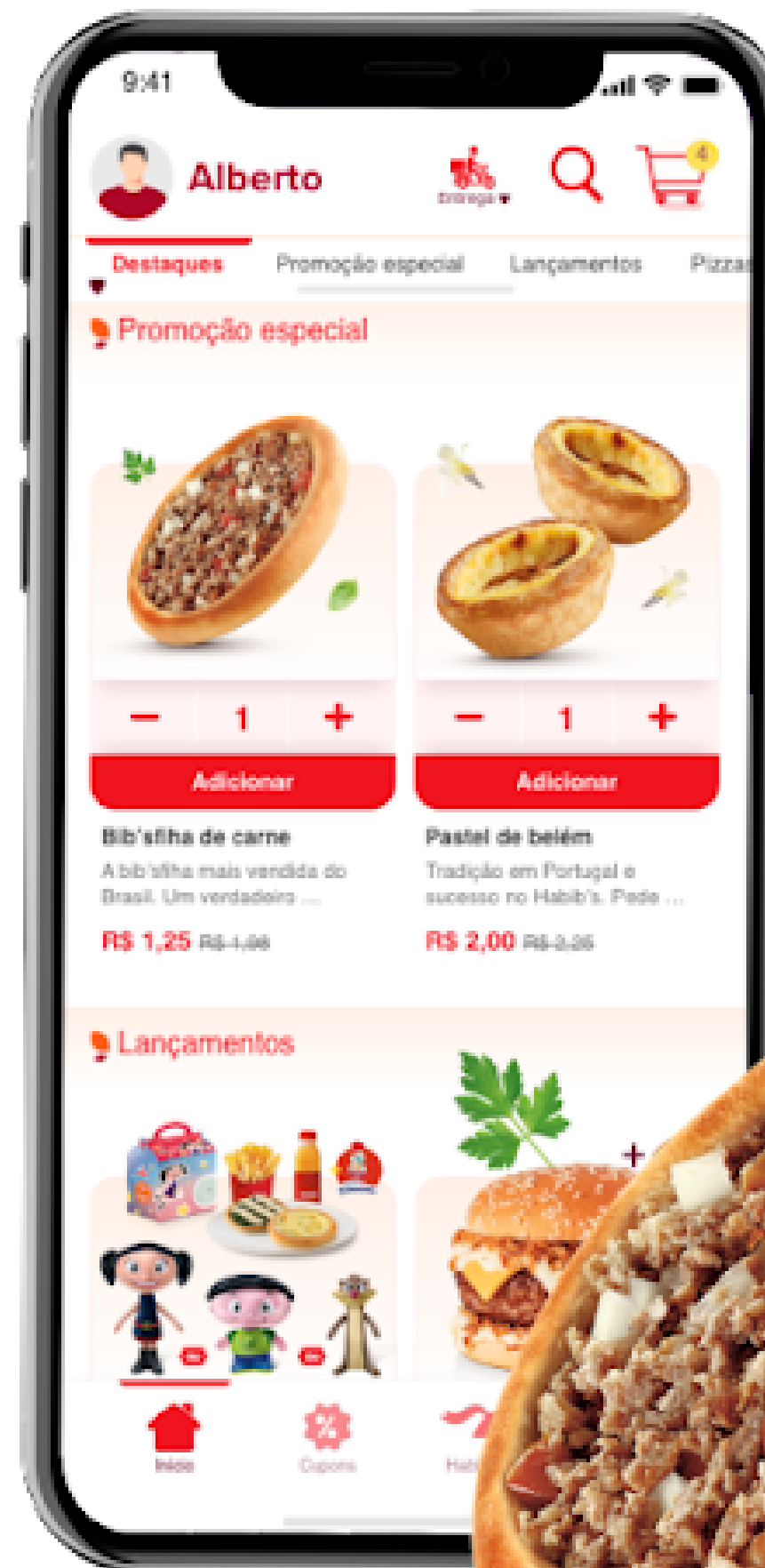
- Os principais concorrentes são: grandes redes, como **McDonald's, Burger King e Subway.**
- Diferenciação como uma rede de comida árabe
- Crescimento Horizontal, oferta de novos produtos e alta variedade
 - Oferta de pratos árabes
 - Oferta de pratos árabes brasileiros
 - Oferta de pratos brasileiros, pizzas e outros
- pratos a preços competitivos (principalmente esfihas)

- **Outros Concorrentes importantes são outras lojas de comida árabe fast food: Ponto da Esfiha**
- A marca e seu reconhecimento, por consistência, qualidade e sabor
- Sistema de fidelização
- presença em todo o país
- Delivery rápido e eficiente



FONTE DE INOVAÇÃO

- Alto investimento em tecnologia;
- Inova nos processos para alcançar preços baixos.
- Foco em aprimorar o atendimento ao cliente e otimizar os processos internos;
- Aplicativo Habib's Delivery (foi uma das primeiras redes de fast foods a oferecer serviço de delivery no Brasil);
- Melhora na qualidade dos alimentos e foco na segurança alimentar;
- Trabalho colaborativo e respeitoso que incentiva a criatividade e a colaboração;



SWOT



strengths (forças)

- Preço
- Consistência nos produtos
- Qualidade
- Agilidade
- Variedade



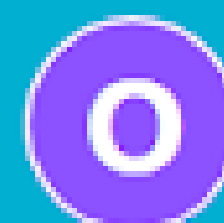
opportunities (oportunidades)

- Crescimento de mercado
- Oportunidades Internacionais de expansão
- Parcerias com APPs de entrega



weaknesses (fraquezas)

- Atendimento
- Limitação do público alvo
- Localização
- Inconsistência na qualidade
- Falta de opções para pessoas com restrições alimentares



threats (ameaças)

- Aumento de custo dos insumos
- Concorrência com outras gigantes do mercado
- Mudanças de preferência dos consumidores



OBRIGADA!

