

## Truck Daki percorre o Brasil para reforçar proposta de revolucionar a maneira como as pessoas fazem mercado

*Em parceria com marcas como Frooty, Ambev e PepsiCo caminhão da Daki vai transitar nas cidade de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte a fim de apresentar a marca e vender produtos selecionados disponíveis no app*



A Daki, app de mercado 100% digital de entregas rápidas, está investindo em uma nova forma de materializar sua proposta de revolucionar a maneira como as pessoas fazem compras e elevar ainda mais a conveniência de compra - uma loja sobre rodas. Além, claro, de se aproximar de seus consumidores e atrair novos compradores para a marca.

O Truck Daki vai percorrer cidades e bairros atendidos pelo app, a fim de apresentar os seus serviços e também comercializar produtos selecionados. Envelopado com as cores e imagens da empresa, o caminhão é uma ativação que permite uma experiência diferente do consumidor com a marca, já que o baú do veículo está organizado como um mini-mercado e é um verdadeiro show room para potenciais clientes. Além disso, vai servir como uma mídia out of home móvel para atrair atenção daqueles que ainda não conhecem a facilidade e a comodidade de fazer as compras de mercado na Daki, além de distribuir amostras de lançamentos de grandes marcas como Pepsi Black, Budweiser Zero Álcool e Mike's Ice, entre outras.

As paredes do caminhão são feitas de LED e exibem imagens, vídeos e GIFs tanto da Daki quanto de parceiros nesta ação específica, além de QR Codes que dão acesso ao app. Por meio de baterias estacionárias, o painel fica aceso durante todo o trajeto sem interrupções. A ação começa em abril e tem duração prevista de seis meses. Uma das marcas parceiras nesta ativação é a Frooty, que comercializa açaí, cupuaçu e pitaya de pote. Além dos produtos no truck, ela terá um vídeo de 30 segundos exibidos continuamente, cobertura de vídeos e fotos e amostra grátis durante o mês. “Como líder de categoria, buscamos constantemente nos diferenciarmos em comunicação e produto. Estamos muito otimistas com a parceria, por isso vamos aproveitar a oportunidade para divulgar a linha Frooty Twist! O lançamento que traz dois novos sabores e um conceito inovador para a categoria de

açaí, reforçando a pluralidade do portfólio Frooty com opções saborosas e práticas para diferentes momentos do dia a dia”, diz Nathalia Pires, Head de Marketing e Inovação da Frooty.

A Mayara Mota, Gerente de Ecommerce da Ambev, complementa: “Acreditamos muito no modelo de ultra conveniência que o Daki oferece. A parceria e presença de grandes marcas de cerveja, refrigerante e drinks prontos na iniciativa do Truck Daki é fundamental para levar uma experiência completa ao consumidor final. Para Ambev, 2023 é um ano onde a integração das campanhas de marca e o time comercial é prioridade. O Truck vai nos ajudar como mais um canal aliado em momentos chaves das marcas, com estratégia de *awareness*, experimentação de lançamentos e conversão em vendas tanto no Truck Daki como no app”.

“A Daki é uma plataforma de essenciais sob demanda que, através de tecnologia, dados, experiência encantadora e disruptiva de serviço permite que as pessoas mudem a forma como compram produtos essenciais e transformem momentos comuns em extraordinários gerando nelas um sentimento de esperteza e um maior controle do seu tempo. Essa missão é totalmente traduzida pelo truck”, explica Alex Bretzner, CMO da Daki. “Nosso intuito é estender a nossa atuação e mostrar cada vez mais ao grande público que fazer compras ficou mais fácil e é necessário que as marcas se adaptem a uma nova era de comportamento do consumidor. Dessa maneira, vamos levar literalmente a nossa marca para a frente da casa do consumidor”, adiciona Alex. A ação também reforça o movimento de volta para o mundo offline no pós- pandemia, proporcionando uma experiência fora do aplicativo e uma aproximação com os consumidores em pleno mundo “real”.

Além disso, o executivo reforça o quão vantajosa a ação é para a indústria, mais especificamente para marcas que possam se tornar fornecedoras da Daki. “Somos uma marca irreverente que está cada vez mais próxima do consumidor, entendendo suas vontades e inovando em uma tarefa essencial do dia a dia e que é considerada chata por muitos, que é fazer compras. Com isso, nossa plataforma está com muitos adeptos e temos investido em ações inovadoras como essa, em que pretendemos inclusive levar nosso caminhão em festivais de música e outros eventos de entretenimento para mostrar como uma tarefa de adulto pode se transformar em algo simples e divertido, além de destacar os principais produtos e marcas que operam com a gente”, complementa Alex, ao falar que a expectativa de retorno com a iniciativa é gerar mais de 1 milhão de impactos mensais e cerca de 50 mil interações com o público.

#### **Sobre a Daki**

*A Daki é um app que está mudando radicalmente a forma que as pessoas fazem compras de mercado. O motivo é simples: todos os pedidos feitos no aplicativo são entregues em minutos! Tem de tudo: mercearia, hortifruti, carnes & congelados, padaria, bebidas, casa & limpeza, cuidado pessoal, bebê e até produtos para os pets (animais de estimação). E o melhor, a Daki tem estoque próprio, ou seja, nada de pedir até a entrega, fazendo com que a experiência do cliente seja 100% dentro da Daki.*

*Fundada em janeiro de 2021 por Alex Bretzner, Rafael Vasto e Rodrigo Maroja, a Daki é um mercado 100% digital que faz entregas em minutos. O delivery rápido é possível por conta do modelo de operação chamado de dark stores, centros de distribuição com raio de entrega reduzido a poucos quilômetros, com estoque e entrega próprios que viabilizam a agilidade e eficiência desde a escolha dos produtos até a entrega, fazendo com que a experiência do cliente seja 100% dentro da Daki.*

*O aplicativo, que está disponível no Google Play e na App Store, foi o primeiro a adotar este modelo de negócio no Brasil. Hoje, a Daki faz entregas em São Paulo, Santos, Campinas, ABC Paulista, Osasco, Guarulhos, Rio de Janeiro, Niterói e em Belo Horizonte, e já conta com mais de 900 colaboradores. Em junho de 2021, a startup se fundiu com a JOKR. Em fevereiro de 2023, em seu terceiro aporte de investimentos, a empresa passou a valer 1.3 bilhão de dólares, reforçando o status de unicórnio garantido já em Dezembro de 2021.*

Mais informações:  
[www.soudaki.com](http://www.soudaki.com)