

## ORDERLION G2M

ORDERLION sales cockpit + go2market

<b>Programm / Ausschreibung</b>	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	<b>Status</b>	abgeschlossen
<b>Projektstart</b>	08.01.2018	<b>Projektende</b>	07.07.2020
<b>Zeitraum</b>	2018 - 2020	<b>Projektlaufzeit</b>	31 Monate
<b>Keywords</b>	Digitale Bestellabwicklung, digital order processing, order platform, online platform, integrated CRM sales cockpit		

### Projektbeschreibung

Bestellabwicklungen bei Großhändlern im FMCG Bereich, d.h. Gastronomie-Lieferanten, sind zeitaufwändig, fehleranfällig und mit hohem Personalaufwand verbunden. Auch auf Seite der Restaurants, d.h. also Gastronomie, gestaltet sich das Ordern als mühsam und mit den genannten Nachteilen verbunden. Im von uns anvisierten Bereich der kleinen und mittleren Marktplayer ist der Vorgang gar nicht oder mittels Excel Listen pseudo-digitalisiert.

Mit Orderlion bieten wir heute schon eine Out-Of-The-Box Cloud Bestellplattform für Lieferanten über die Restaurants, Hotels u. Großbetriebe online und mit kompletter End-To-End Integration in ihre Softwarelandschaft, Lebensmittel bestellen können. Das Produkt ist online und wird von ca. 100 Kunden verwendet, u.a. von Vapiano, Platzhirsch, VCBC, etc.

Im vorliegenden Projekt wollen wir das Feature Orderlion CRM / Sales Cockpit als Grundlage zu einer entscheidenden Attraktivierung unseres Services entwickeln. Der mobile Außendienst spielt im Bereich Gastronomie und Gastronomie-Lieferanten eine wesentliche Rolle. Im Grunde haben alle von uns bereits für die Plattform gewonnen, wie auch potentielle Plattform-Kunden – d.h. Lieferanten – einen im Wesentlichen mobil agierenden Außendienst.

Unser Ziel ist es, das CRM Feature für unseren nächsten Expansions-Schritt intensiv zu nutzen. Das Feature stellt den Nutzen für den Lieferanten in den Vordergrund und soll ihm helfen, mehr Kunden zu erreichen und beim einzelnen Kunden mehr Umsatz zu generieren. Mittel zur Zielerreichung ist eine Intensivierung unserer Marketing- u. Sales-Aktivitäten, einhergehend mit einer aggressiven Expansionsstrategie, zuerst nach Deutschland, dann in die Schweiz und schließlich in andere, strategisch wichtige europäische Länder.

Die Vorgehensweise erfolgt überschlappend, d.h. im ersten Schritt, der sogenannten Soft-Expansion, erweitern und nutzen wir unser Netzwerk an Lieferanten und Gastronomen um eine gute Ausgangsbasis zur Erreichung der jeweils am einzelnen Restaurant oder Lieferanten hängenden Gastronomie- bzw. Lieferanten-Betriebe. Im zweiten Schritt, sobald sich ein bestimmter Grundstock an Orderlion Kunden gebildet hat, folgt eine intensive Direct Sales Offensive – die sogenannte Exploitation Phase mit entsprechendem Zeit- u. Personaleinsatz, um den Verkauf zu skalieren. In einem dritten Schritt wollen

wir nach Frankreich, Italien, Spanien und den Niederlanden expandieren, da sich dort die Importeure und Zulieferer der Lieferanten aus der DACH Region finden.

Mittel zum Zweck sind Messen & Events, Direkt Marketing, Referral Marketing und Public Relations, d.h. Annoncierung in Branchenmedien. Messbares Ziel der Vermarktung ist es bis zum Ende des go2market Projektes, Mitte 2019 zumindest 50 Lieferanten-Kunden zu akquirieren und einen Umsatz von mindestens EUR 500.000,- zu erwirtschaften.

## **Abstract**

In the FMCG industry the processing of orders as they are issued by Restaurants and received by Gastronomy suppliers, is a hassle: the process is characterized by high error occurrence, a lot of personnel involvement and therefore very time-consuming. Anyways, also on side of the Restaurants it's a hassle, indeed, as they are affected by the same issues, as being just on the other end of the process chain. Especially in our target segment, the small and medium industry players, none of it is automated; best case are excel-sheets being sent in circles. We all know the hassle ...

Orderlion offers an out-of-the-box cloud order-platform for Gastronomy suppliers. There, Restaurants, Hotels and other FMCG-Players can order groceries via a seamless and locally end2end integrated online service. The product is online, it's being used by a hundred customers, among them Vapiano, Platzhirsch, VCBC, etc.

The scope of this project is the go to market on base of a new software development: the Orderlion CRM / Sales Cockpit. This feature adds a tremendous attractiveness to the service: it's the mobile field service, that rules the sales dynamics of Gastronomy suppliers – hence, a smart sales tool enhancing the basic service proposition, is key for market acceptance.

The objective is to build the upcoming expansion on it – the feature sheds light on the platform's advantages for the Gastronomy suppliers, enabling them to reach more customers, and to optimize turnover per customer. Our go to market relays on a stepping up of our marketing- and sales activities, alongside with an aggressive geographical expansion strategy: after consolidation in Austria, we are going for Germany, then Suisse and from there, to other, strategically important European countries.

It's an iterative approach: first step is always the so called soft expansion, based on our ever-growing network of Restaurants and Gastronomy suppliers, providing a solid base for reaching out to all the business-related suppliers of the particular Restaurants – or, vice versa, connecting to the Restaurants, being delivered by the individual Supplier. It's the second step, where – relaying on a decent community of customers – we intensively engage the identified potentials via direct sales: that's the exploitation phase, characterized by dynamic scaling up of our sales; however, in execution, there is a significant need for resources, in terms of time and personnel. Returning to the big picture, we want to drive our expansion beyond the DACH region, entering France, Italy, Spain and the Netherlands, as those are home to most of the foreign suppliers of DACH-area Restaurants.

Tools fitting the purpose, are fairs & events, direct marketing, referral marketing and public relations – e.g. advertising in industry lead media. Objective in plain figures, is to acquire minimum 50 new customers and a turnover of minimum EUR 500.000,- during the project's runtime.

## Projektpartner

- Orderlion GmbH