

AEApp

AdEngine App Go-to-Market

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.01.2018	Projektende	30.06.2019
Zeitraum	2018 - 2019	Projektlaufzeit	18 Monate
Keywords	google adwords, google shopping, market driven keyword generation		

Projektbeschreibung

Ausgangssituation

Mit unserer Softwarelösung für Textanzeigen-Kampagnen AdEngine servieren wir nunmehr seit 10 Jahren die Top-Player in den Bereichen Retail, Travel, Ticketing, Education & Insurance. Ein kontinuierlicher, auf Lean-Principles basierender Innovations- und Entwicklungsprozess (Kanban, Scrum, Agile Development), ist die Basis für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil. Die AdEngine-App ist ein Ergebnis unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung und soll einerseits ein latent verfügbares Problem (allumfassende Keywordabdeckung) zum Zwecke der Neukundengenerierung lösen, andererseits eine Schnittstelle für Bestandskunden zu unseren Prozessen und Tätigkeiten eröffnen.

Reifegrad des Prototyps

Die Reife des Prototyps entspricht dem Software-Entwicklungsstatus "Release Candidate". Durch unsere Inhouse-Agenturfunktion haben wir bereits die Möglichkeit die Software im Live-Betrieb mit der Kernzielgruppe zu testen, Defizite aufzudecken und auszumerzen.

Darstellung der Aktivitäten im Bereich der Markteinführung

Für unsere engagierten Wachstumsziele für 2018 stellt das durch die App unterstützte Modul "Keyword Sourcing" eine essenzielle Komponente dar. Dieses Modul wird aktiv an Neukunden sowie Bestandskunden im Bereich Shopping vertrieben. Neben der Erarbeitung einer Vertriebsstrategie sowie kohärenter Marketing-Unterlagen bedeutet dies auch die häufige Vor-Ort-Präsenz bei Kunden und relevanten Fachmessen. Im Fokus steht die Bekanntmachung der Produktvarianten im DACH Raum sowie in UK.

Darstellung der vorgesehenen Entwicklungstätigkeiten

Der Fokus von Entwicklungstätigkeiten liegt bei Fehlerbeseitigung und Verbesserungen des Prototyps. Basis dafür ist ein strukturierter Test auf Benutzerfreundlichkeit und Mehrwert mit der Kernzielgruppe entsprechenden Bestandskunden.

Darstellung der angestrebten Ergebnisse

Das globale mittelfristige Folgeziel der Markteinführung ist die Etablierung des Produkts "AdEngine App" sowie der

Schaffung eines nachhaltigen Konkurrenzvorteils in den für uns relevanten Märkten DACH und UK. Dies manifestiert sich durch eine verbesserte Kundenbindung sowie der Akquisition von 14 Neukunden im ersten Quartal 2018. Bei einem $\bar{o}$ monatlich erzielten Umsatz von € 900,- (SaaS-Fee) bedeutet dies die Generierung von € 133.200,- an Jahresumsatz - generiert durch gewonnene Neukunden im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2018. Weiters ist es Ziel, bestehende Whoop! Kunden durch Produkterweiterungen der AdEngine, welche eine geringe Einstiegsbarriere aufweisen, zu AdEngine & Whoop! Kunden zu wandeln.

Abstract

Initial Situation

With AdEngine, our software solution for Google text ad campaigns, we have served the top players in segments including retail, travel, ticketing, education, and insurance for over 10 years now. A lean, continuous innovation process (e.g. kanban, scrum, and agile development) forms the basis for a sustainable competitive advantage. As a product of our research & development department, the “AdEngine” app both solves a latent problem (comprehensive keyword coverage) for the purpose of customer acquisition, while also serving as an interface to introduce our established customers to our processes and operations.

Level of Prototype Maturity

The prototype’s maturity can be characterized by the development status “Release Candidate”. Thanks to our in-house agency functions, we have the opportunity to test the software in real-world applications within our target group, and to thereby both identify and eliminate deficiencies.

Outline of Market Penetration Efforts

For the 2018 growth targets we have committed to, the app-based module “Keyword Sourcing” will be an essential component. This module will be actively promoted to both new and existing customers in the Google Shopping segment. Alongside the development of a cogent sales strategy and convincing marketing materials, this also means frequent presence on-site and at trade shows. The focus is on building awareness of the product variants primarily in the DACH region and the UK.

Presentation of Intended Development Operations

The focus of our development efforts is on troubleshooting and enhancing the prototype, based on structured tests designed to evaluate user-friendliness and added value as perceived by existing customers matching our target profile.

Presentation of Desired Outcomes

The global, medium-term goal of our market entry is to establish the “AdEngine App” product as well as to fortify and sustain our competitive advantage in the relevant markets: DACH and the UK. These outcomes would manifest themselves in improved customer retention as well as the acquisition of 14 new customers in Q1 2018. Achieving an average monthly revenue of €900,- (SaaS fee) means this approach would generate upwards of €133,200,- in annual revenue within the first quarter of the 2018 fiscal year. Furthermore, we aim to convert existing Whoop! customers into AdEngine customers via the use of AdEngine App modules, which present a low barrier to entry.

Projektpartner

- Smarter Ecommerce GmbH