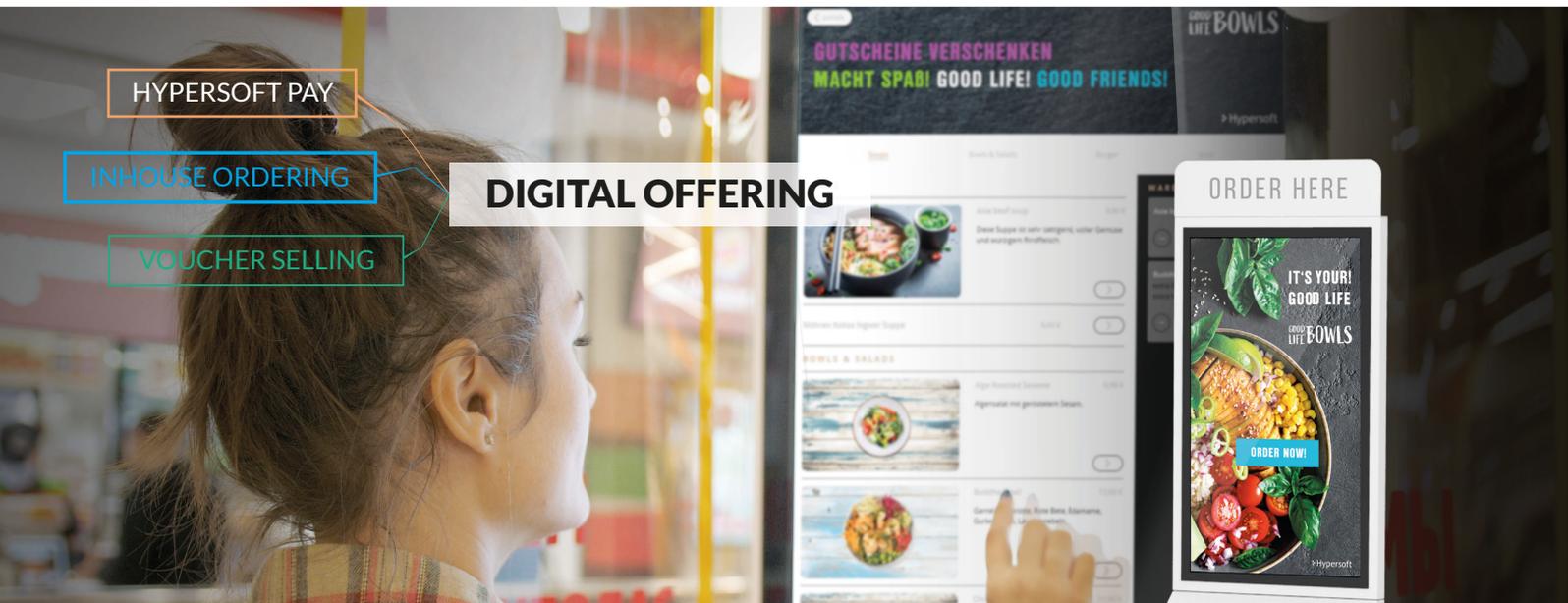


Hypersoft

SELF ORDER TERMINAL

DAS OPTIMALE DIGITALE BESTELLERLEBNIS FÜR IHRE GÄSTE



HYPERSOFT PAY

INHOUSE ORDERING

VOUCHER SELLING

DIGITAL OFFERING

Nicht nur Online durch Ihren eigenen Webshop oder Ihre eigene App, sondern auch in Ihrem Restaurant können Sie durch die Digitalisierung der Bestellannahme Ihren **Durchschnittsböhen erhöhen, Ihren Service entlasten und die Zufriedenheit Ihrer Kunden steigern**. Diese Ziele erreichen Sie nachweislich mit dem neusten Self Order Terminal (SOT) von Hypersoft, welches Ihnen erstmalig die bekannte Funktionstiefe des Point of Sale (POS) Bereichs auch am SOT ermöglicht. Durch ein SOT kann sich Ihr Service auf die Vor- und Zubereitung der Speisen oder um persönliche Fragen der Kunden kümmern und Sie erzielen gleichzeitig eine Umsatzsteigerung.

WIE ERREICHT DAS SOT DIESE UMSATZSTEIGERUNG?

Der Transaktionswert bei digitalen Bestellungen ist nachweislich höher und wird durchschnittlich um 20 % gesteigert. Dies liegt daran, dass Ihr SOT dafür sorgt, dass die Kunden mit völliger Ruhe und ohne Zeitdruck digital in Ihre Produktwelt eintauchen und sich so viel intensiver mit Ihrem Angebot und Produkten auseinandersetzen und **folglich auch mehr bestellen**. Zudem bieten wir genau wie in unserem Webshop angepasst **Cross Selling Angebote**, sobald der Kunde im Warenkorb angekommen ist oder optional sogar auch beim Hinzufügen eines Ihrer Produkte, um

hier ebenfalls Zusatzverkäufe zu erzielen. Außerdem bietet Ihr SOT Ihren Kunden eine **schnelle Abwicklung des Bestell und Bezahlprozesses**. Gerade in beliebten Einkaufspassagen, angesagten Vierteln, Bahnhöfen und Flughäfen ziehen Sie so auch zusätzliche Kunden an welche nicht viel Zeit in Ihrem Restaurant verbringen wollen und Zeitdruck haben. Das SOT in Ihrem Restaurant signalisiert einen digitalisierten und effizienten Prozess und gerade Stammkunden haben die **Bestellung in kürzester Zeit** an Ihrem Terminal selbstständig abgeschlossen. Zudem können Sie zu Stoßzeiten **lange Schlangen vermeiden** und bedienen so mehrere Kunden gleichzeitig **ohne zusätzlich in Personal zu investieren**.

Dies steigert spürbar Ihren Umsatz und die Attraktivität für Ihren Kunden **durch einen effizienten Prozess**. Ein weiterer Aspekt welcher zu einer Umsatzsteigerung führt ist der Fakt, dass Kunden an einem SOT **mehr Geld ausgeben** als im Vergleich zur Bestellung bei einem Menschen.

WARUM SIND WIR ALSO GENEIGT AN EINEM SOT MEHR GELD AUSZUGEBEN ALS BEI EINEM MENSCHEN?

Die Antwort liegt in der **Benutzeroberfläche** (User Interface) und der **Benutzererfahrung** (User Experience) – beide sollten so ausgelegt sein, dass Sie den Verbraucher

dazu bringen mehr auszugeben und mehr zu essen. Zum einen erreichen Sie dies durch die optimierte Anordnung Ihrer Produkte am SOT. Ein weiterer Aspekt für Sie sind die schon angesprochenen zusätzlichen Produktverkäufe durch **Cross und Up Sellings**. Durch diese zusätzlichen Empfehlungen und Vorschläge im Verkaufsprozess geben Ihre Kunden mehr Geld in Ihrem Restaurant aus. Der Mensch bestellt erwiesenermaßen mehr, wenn er hierfür nicht von einer menschlichen Person verurteilt werden kann.

Gerade Menschen welche sich Zeit nehmen wollen oder Bedenken bezüglich Ihrer Sprach oder Kommunikationsfähigkeit haben, wählen lieber ein SOT und fühlen sich hier wohler.



Außerdem erhöht das Gefühl der Kontrolle am SOT das Benutzererlebnis für den Kunden. Der Kunde muss sich nicht in eine Schlange stellen und warten, sondern hat selber die Kontrolle und die Zeit sich seine Bestellung nach seinen Wünschen zusammenzustellen. All diese Aspekte führen dazu, dass die **durchschnittlichen Bestellungen** welche digital getätigt werden **höher** sind. Eine Erkenntnis aus neusten Studien zeigt ebenfalls, dass bei Kunden, welche die Produkte in hochwertiger digitaler Form präsentiert bekommen die Wahrscheinlichkeit von zusätzlichen Verkäufen steigt.

Ein weiterer Vorteil eines SOT ist, dass die Wartezeit des Kunden in zwei Bereiche „Bestellung am SOT“ und „Warten im Pick-Up Bereich“ aufgeteilt werden und somit der Kunde das Gefühl hat, schneller voran zu kommen. Das SOT fügt sich im Quick Service Bereich perfekt in Ihre Omni-Channel Strategie ein und ist hier ein sogenannter weiterer „Guest-Facing Channel“ neben Ihrem eigenen Webshop und Ihrer App. Oftmals ist das SOT für Gastronomen, die ein **besseres Kundenerlebnis** sowie **Umsatzsteigerung** in Ihrem Restaurant bei **gleichzeitiger Kostensenkung** erreichen wollen, der Einstieg in die digitale Welt der Selbstbedienung. Mit ihr folgen mobile Bestell- und Bezahlungsmöglichkeiten am Tisch per App und Browser oder anderweitige PayAtTable Lösungen.

DOCH WELCHE STRATEGIE MUSS DER GASTRONOM VERFOLGEN, UM EIN EINHEITLICHES BILD SEINER MARKE IM DIGITALEN BEREICH ERFOLGREICH ZU PRÄSENTIEREN?

Dies gelingt nur durch direkte und offene Kommunikation zwischen den digitalen Lösungen und dem Kassensystem und einem einheitlichen Gästerlebnis. Aus diesem Grund sind jegliche digitalen Produkte von Hypersoft direkt mit dem POS System verbunden und werden auf einer einheitlichen Basis im Design, wie auch in der Funktion bereitgestellt.

Hierdurch schaffen Sie auf dem Smartphone Ihres Kunden oder auf Ihrem SOT ein positives und wiederkehrendes Gästerlebnis. Wichtig hierbei ist, dass die Prozesse und das Design der einzelnen



Self Order Terminal: Twin, Wallmount, Single (v.l.n.r.)

Lösungen sich nicht unterscheiden, damit dies nicht ihrer Marke schadet. Ihr Kunde sieht Ihre App, Webshop und SOT als eine Lösung Ihrer Marke an und will auch so durch die Produkte geführt werden. Dies ist das Ziel von Hypersoft welches stark mit unserer Unified Commerce Strategie verbunden ist und bei der Entwicklung und Weiterentwicklung unserer Produkte berücksichtigt wird.

Wie überall sind Ihre Kundendaten entscheidend, um Unternehmensstrategien festzulegen, deshalb ist es umso wichtiger, dass alle Daten in einem System festgehalten werden und Sie auch zur Kenntnis nehmen, wie oft Ihre Kunden im Restaurant beim Mitarbeiter, beim SOT oder über Ihre App bei Ihnen bestellen. Durch die Unified Commerce Strategie und unser Produktportfolio ist dies möglich. Das generelle Omnichannel Erlebnis zwischen den einzelnen digitalen „Guest facing“ Produkten steht in der Gastronomie noch am Anfang,

aber wer dieses Ziel morgen erreichen will, muss heute schon über seine digitale Strategie nachdenken.

WIE KOMMEN SIE ALSO DAHIN ?

Mit Hypersoft hat der Gastronom die Möglichkeit einen ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen, welcher alle digitalen Selbstbedienungsmöglichkeiten und Kundenmanagementsysteme (CRM) verbindet. Hierbei wird der Kunde über alle Kanäle berücksichtigt und dessen Daten können beispielsweise zukünftig in personalisierte Aktionsangebote oder Produktempfehlungen einfließen. Somit kann der SOT Kunde in seiner App wiedergefunden werden und man kann mit ihm interagieren und sein bisheriges Verhalten auswerten. Hierbei muss berücksichtigt werden welche Lösungen der Endkunde nutzt. Wenn der Gastronom einen Multichannel Ansatz verfolgt, ist das Back-End und die Tiefe welches das Hypersoft System bietet, entscheidend.

DIE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Cross selling und Up Selling Angebote
- Zeitunabhängiges Eintauchen in Ihre Produktwelt
- Mehr Abwicklung von Kunden in Stoßzeiten
- Schneller Bestellprozess für Kunden unter Zeitdruck
- Konsumförderung durch Wegfall des sozialen Drucks
- Völlige Kontrolle des Kunden über den Bestellprozess
- Hochwertige digitale Präsentation Ihrer Produkte

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!
Telefon +49 (0) 40 66 905 -100

www.hypersoft.de

Hypersoft GmbH | Amtsstraße 9 | 22143 Hamburg | info@hypersoft.de