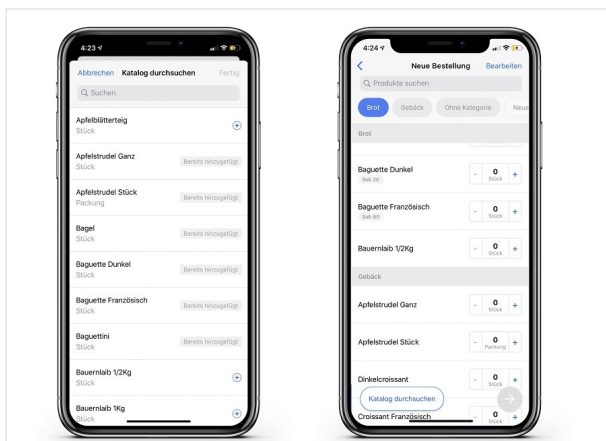


MARKT & PRODUKTE

Choco mit Katalog-Funktion



Die App Choco bietet nun eine Katalog-Funktion, mit der Gastronomen den Gesamtbestand der Händler einsehen können /
Fotos: Choco

Gastronomen senden mehrmals täglich Bestellungen an verschiedene Lebensmittelgroßhändler. Der Prozess ist oft chaotisch, bereitet wenig Freude und ist fehlerbehaftet. Genau hier setzt das 2018 gegründete Unternehmen Choco mit einer kostenlosen App an. Der Gastronom hat hiermit alle Lieferanten auf einem Blick, gibt schnell und gezielt Bestellungen ab und hat einen direkten Draht zu den gewohnten Ansprechpartnern beim Händler.

Das neueste Update von Choco, die Katalog-Funktion, erlaubt es nun dem Händler, neben der kundenspezifischen Liste auch einen Gesamtkatalog darzustellen. Der Katalog kann über eine einfache Schnittstelle mit dem Warenwirtschaftssystem synchronisiert werden. Gastronomen haben somit erstmals in Echtzeit und mobil Einblicke über die Produktvielfalt und den Bestand der Lieferanten ihres Vertrauens.

Die ersten Großhändler in sieben Ländern haben die Katalogfunktion bereits ins tägliche Geschäft eingebettet und schulen Vertrieb und Bestellannahme, um so neuen Nutzen für ihre Kunden zu stiften. Einerseits werden im gesamten Bestellvorgang Fehler reduziert, indem zu jeder Zeit der tatsächliche Warenbestand inklusive der richtigen Artikelnummern, Bezeichnungen, Mengenangaben und Einheiten hinterlegt ist. Eingehende Bestellungen können dabei über eine Schnittstelle direkt und automatisiert in das Warenwirtschaftssystem übergehen. Andererseits kann der Gastronom Angebote oder neue Produkte entdecken. Gepaart mit der Chat- und Fotofunktion gibt es neue Möglichkeiten, die Kundenbeziehung zu gestalten. Dies spiegelt sich in den Zahlen wider: Zeit und Ressourcen werden geschont,

Lebensmittelabfall reduziert und Profite und Zufriedenheit für beide Parteien erhöht. Daniel Khachab, CEO von Choco, erklärt: ?Mit dem neuen Katalog-Feature möchten wir den Bestellprozess über unsere App weiter verbessern und sowohl Lieferanten als auch Gastronomen ermöglichen, digitaler zu werden. Mit der Hinterlegung von Warenbeständen und der individuellen Anpassung des Angebots werden Korrektur- und Kommunikationsschleifen vermieden und beiden Seiten wird viel Zeit erspart. Somit konnten wir binnen weniger Wochen viele unserer Lieferantenpartner begeistern.?