

Schroll Flowers

Schroll Flowers er en af Europas største producenter af Hortensia-blomster og afsætter i dag deres produkter via deres forhandlere i Europa, Japan og Nordamerika.

Case: Undersøg og etabler en supplerende e-commerce salgskanal med understøttende markedsføring, og undersøg om Amazon kan anvendes som en mulig salgspplatform.

OVERBLIK

| | |
|---------------|-------------------------------------|
| Virksomhed | Schroll Flowers |
| Lokation | Kirstinebjergvej 33, DK-5792 Årslev |
| Kontaktperson | Stine Schroll – Marketing Manager |

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Schroll Flowers er en familieejet virksomhed, som blev grundlagt i 1998 af Carsten Schroll. I 2007 indgik Carstens bror, Søren Schroll, i et partnerskab og sammen har de vækset virksomheden til at være en af Europas største producenter inden for Hortensia med egen forædling (udvikling af nye sorter). I dag tæller virksomheden ca. 200 ansatte, fordelt på 6 produktions-lokationer i Danmark og 4 i Portugal.

Virksomheden producerer og sælger 5-6 millioner Hortensia årligt, og ca. 70% er færdigproducerede Hortensiaer, hvor de sidste 30% er salg af genetikken, som udvalgte samarbejdspartnerne selv producerer færdigt og sælger. I dag afsættes produkterne via grossister, retailers og specialbutikker i blandt andet Norden, Nordamerika og Japan.

For at fortsætte væksten i forretningen er der taget en salgsstrategisk beslutning om at supplere de traditionelle salgskanaler med et e-commerce setup. Denne beslutning er også baseret på en forventning om, at den generelle udvikling af online salg fortsætter, og på sigt bliver en afgørende salgskanal. Med det rette e-commerce setup kan Schroll Flowers komme tættere på forbrugeren og være med til at skabe præferencer igennem bedre vejledning, storytelling og generel branding af virksomheden.

CASEBESKRIVELSE

I dag er linket til forbrugeren meget svagt, fordi grossisternes indkøbere sorterer i, hvad forbrugeren bliver præsenteret for. At sælge via grossister giver også et uforholdsmæssigt stort spild, fordi de "færdige" blomster er længere i deres livscyklus når forbrugeren køber produktet, da blomster ofte er et impulskøb, og derfor er afhængig af at tage sig godt ud og være "sprunget ud". Alt under 20% spild anses for at være godt. Derudover er det vanskeligt at vejlede forbrugeren om produkterne og dermed skabe værdi udover produktet i sig selv. Der er mange gode grunde til at igangsætte denne e-commerce platform, så casens omdrejningspunkt ikke er, om det skal gøres, men mere hvordan det skal gøres.

Et centralt element i casen er at undersøge eksisterende digitale salgspplatforme, med særligt fokus på Amazon. Er Amazon den rette platform, og hvordan bliver man som virksomhed god til at udnytte platformen? Hvem er segmentet i online regi og hvordan er adfærden på det danske marked ?

Projektet startes op i et parløb med Schroll Flowers' Canadiske samarbejdspartner OneFloral, som har flere års erfaring med online salg af blomster og et kendskab til Amazon.

En anden central del af casen vil have fokus på understøttende markedsføringsaktiviteter og værktøjer. Hvordan inspireres de udvalgte segmenter til at gennemføre et salg på eksempelvis Amazon? Hvilke sociale medier er velegnede til at understøtte og konvertere trafikken?

Det er målet at e-handelsplatformen version 1.0 skal lanceres med salgsstart omkring foråret 2021.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser, og skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedestående hjælpespørgsmål.

1. Fase 1: Markedsanalyse af online blomsterhandel i Danmark. Undersøgelser om forbrugersegmenter og købsadfærd er primært deskresearch (vægtes 20%)

- 1.1 On-boarding og tilgang til data og dokumenter.
- 1.2 Undersøg det nuværende marked for online salg af blomster i DK, samt forventning til fremtiden.
- 1.3 Målgruppeanalyse: Hvilke segmenter skal e-commerce indsatsen målrettes imod, og er det anderledes end traditionelt fysisk salg af blomster?
- 1.4 Undersøg købsadfærden og købsprocessen for de udvalgte segmenter på det danske marked for online blomster handel.
- 1.5 Er der paralleller til andre, mere udviklede markeder såsom USA/Canada?
- 1.6 Identificér markedsdrivers på det danske onlinemarked – wellness, forkælelse, fashion, indeklima/bæredygtighed, traditioner mv.
- 1.7 Undersøg og kortlæg fordele/ulempes ved onlinehandel med blomster.

2. Fase 2: E-handelsplatforme og best practise på Amazon (vægtes 30%)

- 2.1 Baseret på Schroll Flowers' behov samt key findings fra fase 1, udarbejdes kravspecifikationer til e-handelsplatform.
- 2.2 Hvilke e-handelsplatforme er tilgængelige på markedet?
- 2.3 Analysér og vurder, hvilke online medier (fx Insta, Youtube, Pintrest, LI, FB, TIKTOK osv.) der er relevante til at understøtte online salget til forbrugeren og markedsføre brandet.
- 2.4 Undersøg salgsplatformen Amazon og lav en best-practise guide, ud fra Amazons "Seller University" og andre succeshistorier.
- 2.5 Er der underliggende mekanismer/algoritmer, man som virksomhed skal forstå for markedsføringen, at konvertere optimalt og i det hele taget skille sig ud? F.eks. *Premium Amazon Enhanced Brand Content (EBC)*.
- 2.6 Inddrag viden fra OneFloral samarbejdspartner.

- 2.7 Hvordan skal Schroll sælge via Amazon - f eks Merchant, FBA eller Vendor? Vurdér også fordele og ulemper ved Amazon "Standard" og "Premium".
- 2.8 Vurder om Schroll Flowers nuværende supply chain skal tilpasses i forhold til distribution til Amazon?
- 2.9 Baseret på key-findings i fase 1 & 2, vurderes fordele og ulemper ved et e-handels setup bestående af Amazon og understøttende online marketing platforme.

3. Fase: Implementering af e-handel setup og indgangsættelse af marketingindsatser (vægtes 50%)

- 3.1 Etablér Amazon forhandlerkonto og opret produkter, tekster, billeder jf. best practise guiden.
- 3.2 Etablér en strategi for online markedsføringsindsats og community building
- Hvilke sociale medier tages i brug?
 - Lav timeline for content creation og posts (fx tidspunkt og frekvens)
 - Opret mål & KPI'er
 - Etablér et marketingbudget
- 3.3 Omni channel tilgang – sikre en ensartethed på tværs af alle salgs- og kommunikationskanaler.

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Bedre indsigt i købsadfærd for salg af blomster online i Danmark
- ✓ En grundig analyse af mulige e-commerce løsninger og en best-practise guide af Amazon som salgsplatform
- ✓ Oprettelse af Amazon-konto og klargøring af konto
- ✓ En marketing indsats som understøtter den digitale salgsplatform

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

E-commerce, Marketing & Kommunikation, International Salg, International Supplychain, Økonomi, UX / webdesign (brugerrejsen)

TALENTPROFIL

Schroll Flowers er en ambitiøs og innovativ familieejet virksomhed med HQ beliggende i byen Aarslev på Fyn. Herfra styres også den administrative del af virksomheden, og vil være teamets primære lokation. Virksomheden bærer præg af, at det er et familieføretagende, med en en flad organisation og højt til loftet.

Casen rummer både en analyserende fase og en eksekveringsfase, og der vil være brug for et team med diversitet og forskellige faglige øjne. Det er eksekveringsdelen og undersøgelsen af

Amazon, som fylder mest i denne case og virksomheden forventer en agil og eksplorativ tilgang til projektet, hvor fremdriften ikke må lide under tunge analyser. Der vil være mange snitflader i projektet, og det er vigtigt, at talentet er i stand til at bevare overblikket og strukturen, samtidig med at kunne bidrage løsningsorienteret til dette ambitiøse fælles-projekt: At være first-movers inden for online salg af Hortensia i Danmark.

Casen er også en unik mulighed for at opnå værdifuld viden omkring Amazon som salgsplatform. At blive ekspert i at optimere online salg via Amazon's platform, vil være noget mange e-commerce virksomheder kigger efter på cv'et fremadrettet.

