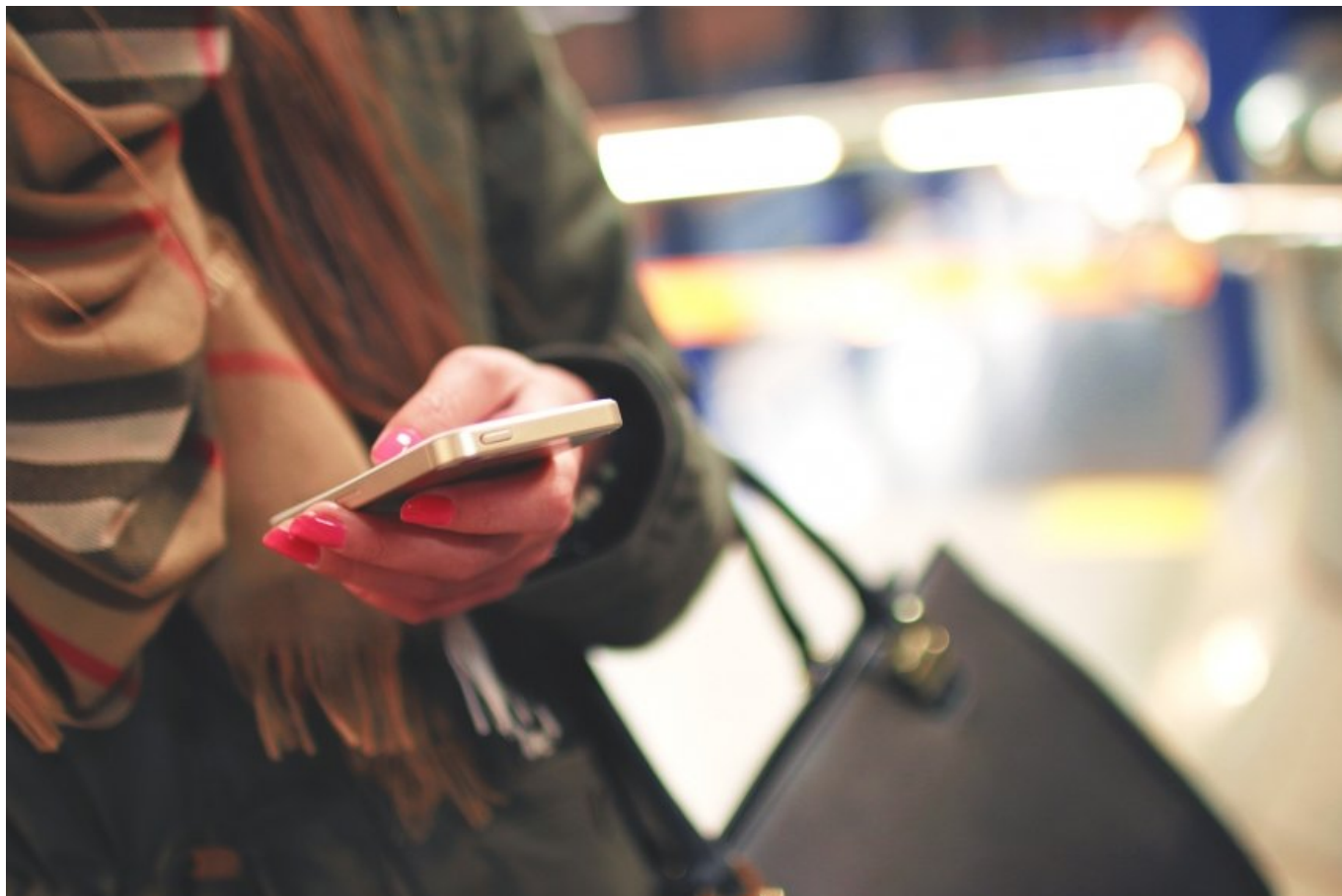


Zakupy w dyskoncie jak w sklepie convenience? Polski start-up ma na to pomysł [TYLKO U NAS]

data aktualizacji: 2019.08.30



Czy zakupy w Biedronce czy Lidlu mogą być tak szybkie, jak w Żabce? Jakub Sumionka, prezes start-upu Qush, jest przekonany, że tak. Jego firma pracuje nad aplikacją, która pozwoliłaby klientom dyskontów, supermarketów i hipermarketów znacznie skrócić czas spędzany w kolejce do kasy.

Sumionka wierzy w to, że misje zakupowe typowe dla sklepów convenience - czyli szybkie, niewielkie zakupy - mogą być realizowane także w sklepach wielkopowierzchniowych. Miałyby w tym pomóc aplikacja na smartfony. Przy jej pomocy klient skanowałby kody QR niewielkiej liczby produktów, by następnie - omijając kolejkę - udać się do kasy, przyłożyć telefon do czytnika (nie nowego, tylko już teraz zamontowanego przy kasach) i móc po prostu wyjść ze sklepu.

- Limit na jedne zakupy szacowany jest przez nas na trzy produkty, ponieważ atakujemy sektor convenience - mówi portalowi wiadomoscihandlowe.pl **Jakub Sumionka**, lider start-upu - Telefon pełniłby rolę kasy. Rozliczenie odbywałoby się bez prowizji dla operatorów zewnętrznych, bez korzystania z karty płatniczej czy gotówki. Dla oszczędzenia papieru, rachunek przychodziłby przez maila, tak jak np. w Uberze - dodaje.

Firma Sumionki aktualnie szuka inwestora, który uwierzy w ten pomysł. Pomysłodawca start-upu próbował już zachęcić do inwestycji Jeronimo Martins, właściciela sieci Biedronka, jednak w odpowiedzi usłyszał, że dyskontowa sieć nie finansuje tego rodzaju projektów.

Od tamtej pory Qush skupia się na poszukiwaniach inwestora finansowego, a nie branżowego. Oznacza to jednocześnie, że tworzona będzie jedna, uniwersalna aplikacja, a nie kilka różnych, dedykowanych pojedynczym sieciom (co byłoby znacznie mniej opłacalne). Następnym razem, gdy Sumionka przyjdzie na rozmowy do sieci handlowej, Sumionka chce mieć już gotową aplikację. Jak zapewnia lider start-upu w rozmowie z portalem wiadomoscihandlowe.pl, aktualnie rozmowy na temat inwestycji prowadzone są z dwoma funduszami.

- Wstępne zainteresowanie po stronie funduszy jest. Rozmowy to długi proces, na pewno zajmie jeszcze nam co najmniej dwa miesiące - podkreśla Sumionka. Zapewnia przy tym, że jest gotów oddać do 49 proc. udziałów w firmie w zamian za pomoc w sfinansowaniu projektu.

Według naszego rozmówcy, koszty stworzenia aplikacji mogą sięgnąć 1,5-2 mln zł. Aktualnie projekt znajduje się na bardzo wczesnym etapie. Pracuje nad nim trzyosobowy zespół programistów.

W jaki sposób start-up miałby zarabiać? - Nasz model biznesowy przewiduje dwa obszary zarobku - wyjaśnia Sumionka. - Po pierwsze, prowizja. Drugi obszar to dostarczanie klientom spersonalizowanych reklam, nad czym pracowałby sztab informatyków, dietetyków i innych specjalistów - zaznacza.

A co mógłby zyskać detalista pozwalający na korzystanie z aplikacji w swoich sklepach? - Taki Lidl czy Biedronka zyskałyby sporo klientów, którzy chodzą na zakupy do sklepów convenience. Aplikacja pozwoliłaby klientom na równie szybkie zakupy jak w małym sklepie, za to po niskich, dyskontowych cenach - tłumaczy Sumionka. - Ponadto takie rozwiązanie odciążałoby załogę sklepów. Kasjerzy pracowaliby dużo wydajniej, gdyż mieliby mniej pracy - dodaje.

Według Sumionki, aplikacja nad którą pracuje jego zespół byłaby idealną odpowiedzią na zjawiska obserwowane w polskim handlowym, takie jak niedobór pracowników i długie kolejki w sklepach. Jego zdaniem aplikacja skanująca kody QR spisywałaby się lepiej kasy samoobsługowe.

- Badania pokazują, że nawet do 2 proc. klientów oszukuje, skanując zakupy w kasie samoobsługowej. Z kolei nasza aplikacja wymagałaby od klienta przyłożenia smartfona do czytnika w obecności kasjera, co zmniejsza ryzyko kradzieży. Choć oczywiście nie jesteśmy w stanie wszystkiego przewidzieć - dodaje Sumionka.

Porównuje on swój projekt do rozwiązań typu Scan&Go, które co prawda pojawiały się już na polskim rynku (przykładem Piotr i Paweł), jednak - jego zdaniem - nie zostały wdrożone tak, jak należy. Z kolei rozwiązania znane z innych rynków działają nie w oparciu o kody QR, lecz o geolokalizację.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/zakupy-w-dyskoncie-jak-w-sklepie-convenience-polsk,56572>