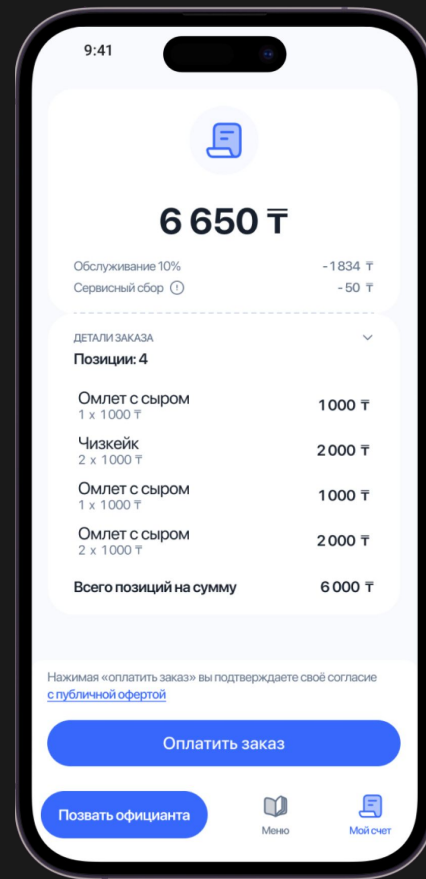


Тез!

~~Банковский эквайринг для
бизнеса~~

Маркетинговый инструмент
для оффлайн бизнеса



Маркетинг в эпоху интернета главная проблема оффлайн бизнеса

Оффлайн ритейлеры знают до 15% своих клиентов, что затрудняет создание маркетинговых кампаний и персонализированных предложений

Послепокупочный опыт полностью игнорируется

Однако, большинство продаж все еще происходит в магазинах, что создает огромный разрыв по сравнению с онлайн опытом

Получение данных клиентов в оффлайне является критической задачей для ритейлеров

Оmnиканальный опыт должен основываться на данных, но текущие технологии не решают эту задачу

90% ритейлеров согласны с тем, что offline2online стратегия является ключом к успеху

Без данных о клиентах они не могут предлагать целевую персонализацию

Оплата в offline Клиенты в online

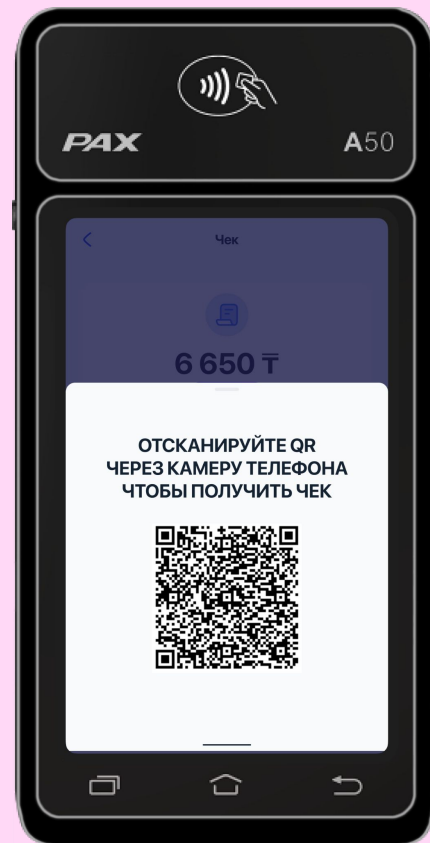
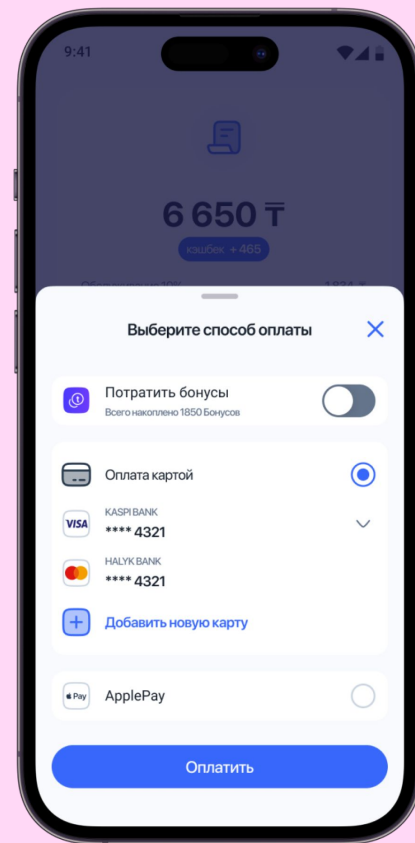
Мы начали с простой идеи – изменить то, как компании относятся к приему платежей

Важности оффлайн данных

Мы стремимся раскрыть ценность данных, полученных из оффлайн покупок, превращая их из простых записей транзакций в инструмент для понимания и улучшения взаимодействия с клиентами.

Почему оплаты в магазинах не могут быть такими же полезными для бизнеса, как в онлайн?

Оплаты — это о взаимодействии, вовлечении и создании связи между физическими магазинами и их покупателями.



Решение

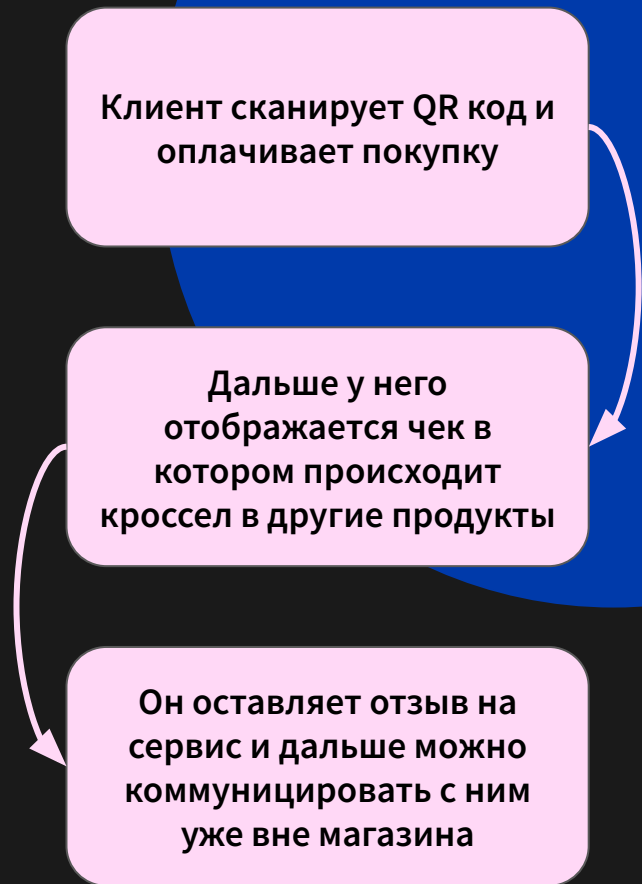
Создание гибридного опыта покупки для оцифровки аудитории оффлайн ретейла

Продукты

- Оплата через еком
- Программа лояльности
- Рейтинги и отзывы
- Цифровой чек

Возможности для партнера

- Онбординг в электронную коммерцию
- Новые возможности для Performance marketing'a
- Снижение расходов на коммуникацию с клиентом до 40%
- Кроссел продуктов



Бизнес модель



Монетизация с банком

Мы интегрируем их платежные инструменты, подключаем РКО нашим партнером + делимся всеми оборотами которые у него есть.

Монетизация с партнера

Благодаря тому, что партнеру важно оцифровывать аудиторию мы имеем маржу (0,3-0,5%) с каждой транзакции которая проходит через нас



TAM:
\$36.8B

SAM:
\$579mln

SOM
\$28,9mln

**Объем рынка
оффлайн
розничного
ритейла
(KZ, UZ, KG, AZ)**

SOM - 5% доля рынка

Traction

Мы тестировали гипотезу в разрезе ресторанного бизнеса и за последний месяц встретились с 30 ресторанами

- 1** Сейчас запускаем продукт на 3 ресторанах И параллельно договариваемся с такими сетями как Sun Group, Цех/Загс/ШЕФ, platforma ...
- 2** Делаем пилот продаж через филиалы в банке ВСС
- 3** Общаемся с несколькими крупными ретейлерами на счет пилота
- 4** Вели переговоры с TBC Bank Uzbekistan и получили интерес к нашему решению



Команда



**Данил
Шестопапов**

CEO

Ex Head of Product Tinkoff,
Head of Product Sber KZ



**Денис
Цыбулин**

CTO

Group Lead HomeCredit, ex
CTO Zapis.kz

Аня Огородова - Backend developer,
TechLead Halyk

Баха Байменов - Frontend Developer,
ex Jaxel

Кирилл Гребенников - Designer, SilkPay

Инвестиции

Мы собираем \$200k по оценке \$2 mln
Планируем закрыть раунд в сентябре 2024

1 год

На столько
времени нам
хватит раунда

\$100k MRR

Будет в течении
12 месяцев

4 страны

Будет в течении
6 месяцев

tez.kz/invest

QR код для инвесторов

- DataRoom
- Контакты
- Подписаться на обновления

