
Η ελληνική startup Valuelenz δημιουργεί τις υποδομές για το hybrid commerce

2022/05/25 15:11 στην κατηγορία LOGISTICS

Σε βασικό συνεργάτη των αλυσίδων και επιχειρήσεων λιανικής, που θέλουν να προσφέρουν μία διαφορετική εμπειρία στους πελάτες τους και να εισέλθουν στην εποχή του hybrid commerce, εξελίσσεται η Valuelenz, ένα από τα πλέον καινοτόμα startups στον χώρο του retail tech.

Η εταιρεία ιδρύθηκε από τον Πάνο Κωνσταντινίδη και την Τζένη Ταντίδου και το όραμά της είναι να εμπλουτίσει την εμπειρία των αγορών, τόσο μέσα στο φυσικό κατάστημα, όσο και online

Αυτό επιτυγχάνεται με την **αξιοποίηση της cloud πλατφόρμας που έχει αναπτύξει η ομάδα της Valuelenz** και δίνει τη δυνατότητα σε εταιρείες λιανικής να προσφέρουν στους καταναλωτές σειρά από καινοτόμες υπηρεσίες. Αυτές εκτείνονται από το self-checkout και τις προσωποποιημένες προσφορές, μέχρι τη δυνατότητα για speed shopping, click & collect και personal video shopping.

«Στόχος μας είναι να βοηθήσουμε τις επιχειρήσεις λιανικής να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες των ψηφιακών τεχνολογιών με υπηρεσίες και εφαρμογές που θα ενισχύσουν τη σχέση με τους πελάτες τους και θα τους προσφέρουν νέες εμπειρίες», επεσήμανε ο Πάνος Κωνσταντινίδης, συν-ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της Valuelenz, κατά τη διάρκεια της πρώτης επίσημης παρουσίασης της εταιρείας στους εκπροσώπους του Τύπου.

Η πλατφόρμα της Valuelenz συνδέει τον κόσμο των online αγορών με εκείνον των offline και δημιουργεί μια ενιαία εμπειρία αγορών, όπου κι αν ψωνίζει κανείς. Αξιοποιώντας τις δυνατότητες του cloud και χωρίς να χρειάζεται ο καταναλωτής να «κατεβάσει» οποιαδήποτε εφαρμογή, η επιχείρηση λιανικής που χρησιμοποιεί την πλατφόρμα της Valuelenz μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες όπως:

- Online αγορές μέσα στο φυσικό κατάστημα με τη χρήση QR κωδικών και barcodes.
- Self-checkout και παράκαμψη της αναμονής σε ουρές.
- Προσωποποιημένες και αποκλειστικές προσφορές.
- Quick shopping (μπαίνω, σκανάρω, πληρώνω, και φεύγω γρήγορα, και μου στέλνουν τα προϊόντα σπίτι).

- Click & collect από τον ίδιο τον καταναλωτή ή click & deliver.
- Άμεση παροχή πληροφοριών για προϊόντα όταν βρίσκεται στο φυσικό κατάστημα, είτε είναι στο e-shop της επιχείρησης.
- Personal video shopping με την καθοδήγηση πωλητή (personal shopper).

Η πλατφόρμα δίνει επιπλέον τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να συγκεντρώνουν περισσότερα δεδομένα για τη συμπεριφορά των πελατών τους και τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούν τις αγορές τους, ειδικά στον φυσικό κόσμο, και περιλαμβάνει εργαλεία ανάλυσης των δεδομένων, ακόμη και προτού οι πελάτες καταλήξουν στην αγορά.

«Οι επιχειρήσεις λιανικής μπορούν πλέον να προσφέρουν την ίδια εμπειρία στους πελάτες τους, είτε αυτοί βρίσκονται σε ένα φυσικό κατάστημα, είτε online. Με την πλατφόρμα της Valuelenz, η εμπειρία των αγορών αλλάζει και τα όρια μεταξύ των φυσικών και των online καταστημάτων καταργούνται», σημείωσε η Τζένη Ταντίδου, συν-ιδρύτρια και chief strategy officer της Valuelenz.

Την πλατφόρμα της Valuelenz έχουν αξιοποιήσει γνωστές αλυσίδες στην Ελλάδα (MediaMarkt) και την Κύπρο (μεγάλα πολυκαταστήματα και SPAR Cyprus), οι οποίες είδαν εντυπωσιακά αποτελέσματα, όσον αφορά τη **βελτίωση της εμπειρίας των αγορών που έκαναν οι πελάτες τους**.

Τα σχέδια της Valuelenz περιλαμβάνουν την **επέκταση των δραστηριοτήτων της και σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές**, καθώς ήδη υποστηρίζονται 26 γλώσσες.