



Aplikacja-asystent Facebookowych sprzedawców z milionem złotych na rozwój od Tar Heel Capital Pathfinder

Startup Selmo.io pozyskał 1 mln złotych na rozwój platformy ułatwiającej prowadzenie sprzedaży przez Facebooka. Aplikacja Selmo oferuje szereg funkcjonalności, które zmieniają komunikator Messenger w efektywny kanał sprzedaży, przyspieszają proces zbierania zamówień i pomagają zwiększyć liczbę sfinalizowanych transakcji. Korzystają z niej między innymi sprzedawcy działający w modelu live commerce, których jest już w Polsce ponad 10 tysięcy. W pierwszy tego typu produkt w Polsce zainwestował Tar Heel Capital Pathfinder.

Kraków, 19 kwietnia 2022 r.

Live commerce to jeden z trendów rozwijających się od kilku lat w branży ecommerce. W transmisjach prowadzonych na żywo na popularnych platformach internetowych, takich jak Facebook czy TikTok, sprzedawcy i sklepy internetowe łączą pokaz mody z interakcją z użytkownikami. Kupujący deklarują chęć zakupu w komentarzach w trakcie wydarzenia lub bezpośrednio w wiadomościach prywatnych wysyłanych do sklepu, który następnie w ten sam sposób finalizuje zamówienie.

Dla klientów tzw. „lajwy sprzedażowe” są nie tylko wygodnym kanałem zakupowym, pozwalającym robić zakupy z kanapy, obejrzeć ubranie na modelce lub manekinie i szybko dopytać o szczegóły lub skorzystać ze specjalnych rabatów, ale także formą rozrywki.

- Transmisje sprzedażowe stale zyskują na popularności zarówno wśród kupujących, jak i sprzedawców. Z perspektywy tych ostatnich są świetną metodą reklamy i prezentacji produktów, a także sposobem na organizację działań marketingowych. Ten kanał sprzedaży niesie ze sobą jednak również konkretne wyzwania, takie jak nieformalna komunikacja na czacie, bałagan w zamówieniach i niedokończone transakcje. Tu właśnie z pomocą przychodzi Selmo - opowiada Filip Szczepanik, współzałożyciel i CEO startupu.

Aplikacja Selmo.io działa jak asystent sprzedaży: poprzez połączenie z facebookowym Messengerem pozwala częściowo zautomatyzować rozmowę z klientem, ułatwia zebranie danych potrzebnych do realizacji zamówienia i wysyłki, a także sfinalizowanie transakcji z wykorzystaniem metod szybkich płatności. Usprawnia zbieranie i realizację zamówień składanych w trakcie transmisji na żywo lub posty na fanpage sklepu. Daje też lepszą kontrolę nad zamówieniami i stanem magazynowym oraz usprawnia wysyłkę towaru, m.in. poprzez automatyczne generowanie etykiet. Selmo ułatwia więc działalność nie tylko sprzedawcom prowadzącym transmisje na żywo, ale również sklepom sprzedającym za pomocą Facebooka bez modelu live commerce.

- Wiele sklepów funkcjonujących online powstaje jako proste odzwierciedlenie sklepów tradycyjnych. Sprzedawcy rozpoczynają działalność na mediach społecznościowych i platformach streamingowych, korzystając z najbardziej podstawowych narzędzi, które przy

wzroście wolumenu sprzedaży przestają się sprawdzać. Pomagamy usprawnić ich działalność i wspieramy w procesach po-sprzedażowych, dzięki czemu oszczędzają czas i mogą skupić się na tym, w czym są najlepsi, czyli promocji i sprzedaży - dodaje Kuba Karyś, drugi z założycieli Selmo.

Założyciele Selmo.io szacują, że w Polsce funkcjonuje ponad 10 tys. sklepów prowadzących transmisje sprzedażowe na Facebooku. Ich liczba ciągle rośnie. Z perspektywy globalnej „lajwy sprzedażowe” już teraz są jednym z kluczowych kanałów sprzedaży zarówno dla małych sklepów, jak i dużych marek. Szczególną popularnością cieszą się w Chinach, gdzie w 2020 roku wartość rynku live commerce szacowana była na 171 mld USD, a prognozy przewidują, że do 2022 roku wzrośnie do 423 mld USD. Na live commerce otwierają się kolejne platformy: do Facebooka i Tik Toka dołączyły lub planują dołączyć m.in. Amazon, YouTube, Pinterest czy Twitter, nie licząc platform streamingowych stworzonych pod sprzedaż na żywo.

- Potencjał tego kanału jest ogromny, nic więc dziwnego, że w sprzedaż na żywo wchodzi coraz więcej sklepów, w tym IKEA, Douglas, Tommy Hilfiger, CCC, Sephora czy AVON. Pierwsze reakcje klientów pokazują, że Selmo świetnie rozwiązuje problemy przedsiębiorców prowadzących transmisje sprzedażowe i upraszcza prowadzenie takiej działalności firmom z obszaru MŚP. Wierzymy, że użyteczność platformy spowoduje, że w niedługim czasie stanie się narzędziem pierwszego wyboru dla sklepów prowadzących sprzedaż w formie transmisji live - komentuje Maciej Kosuń, Investment Associate w funduszu Tar Heel Capital Pathfinder, który zainwestował w spółkę.

Selmo działa w Polsce od początku 2021 r. i już planuje wyjść ze swoim produktem za granicę. W pierwszej kolejności chce wziąć na celownik rynki hiszpańskojęzyczne, gdzie transmisje sprzedażowe na żywo cieszą się dużą popularnością. Startup będzie również wprowadzał swoje narzędzia na nowe platformy, m.in. Instagram, oraz uruchamiał nowe funkcjonalności opracowane z myślą o klientach z sektora e-commerce, dla których transmisje sprzedażowe nie są podstawowym kanałem sprzedaży.

Selmo.io

[Selmo.io](#) to platforma do obsługi procesu sprzedaży prowadzonej poprzez transmisje sprzedażowe oraz Messengera Facebooka. Pozwala efektywnie zarządzać procesami zamówień i komunikacji z klientem, pozwalając sprzedawcom oszczędzać czas i zwiększać sprzedaż. Oferuje takie funkcjonalności, jak tworzenie koszyków w Messengerze, pozyskiwanie zamówień z postów i komentarzy w czasie transmisji, szybkie płatności i automatyczne generowanie etykiet oraz śledzenie zamówień. www.selmo.io

Tar Heel Capital Pathfinder

[Tar Heel Capital Pathfinder](#) to doświadczony fundusz venture buildingowy i venture capital, współtworzący globalne biznesy technologiczne. Stawia na inwestycje w innowacyjne branże i nowe technologie, oferując dużo więcej niż finansowanie. Ma w portfolio ponad 40 spółek, które korzystają ze wsparcia biznesowego, marketingowego oraz sieci kontaktów funduszu. Wśród nich znajdują się m.in. Woodpecker.co, Wellbee, NaturalAntibody i PlumResearch. www.thcpathfinder.com/pl