

4 חודשים בלבד אחרי שהחל להשתמש במערכת התמחור הדינמי של קוויקליזארד וראה את ההשפעה המידית על ההכנסות והרווח הנקי

לקוח משמעותי של החברה היושב בגרמניה ומוכר ב-13

מדינות שונות, הודיע כי ברצונו להרחיב את היקף

ההתקשרות עם החברה בכ-30% לסך של 300 אלף יורו

בשנה

לדברי פיני מנדל, מנכ"ל קוויקליזארד, "תוך 4 חודשים בלבד הצלחנו להניב ערך משמעותי ללקוח מהותי שלנו שראה בפרק זמן קצר, כיצד הוא מגדיל את מחזור ההכנסות ושורת הרווח תוך שימוש במערכת הבינה המלאכותית שפיתחנו.

קוויקליזארד מאפשרת לעסקים בינוניים וגדולים לקבל החלטות עסקיות תמחוריות ועסקיות מושכלות יותר ובכך להגביר את הרווח וההכנסות של בית העסק הן באון ליין והן בחנויות הפיזיות. אנחנו שואפים לשכפל את ההצלחה הזאת לכל לקוח ולקוח שלנו, אשר מבין באופן מידי את הערך במעבר משיטות תמחור ישנות אשר אינן נותנות מענה לעולם הדינמי בו פועלים היום אתרי מסחר וחנויות פיזיות ברחבי העולם.

קוויקליזארד גייסה כסף בתל אביב מתוך מטרה להתרחב גלובאלית ולחדור לשווקים חדשים, להאיץ את פיתוח המוצרים ולגייס צוות איכותי נוסף במכירות ובפיתוח על מנת להציף ערך למשקיעים שלנו.

קוויקליזארד שואפת להיות חברה גלובאלית וגם בעלת נוכחות משמעותית בישראל, הן באמצעות פעילותינו המשמעותית בארץ ובעולם והן כעת באמצעות רישום המניות למסחר בבורסה לניירות ערך בתל אביב."

ישראל, 7 למרץ 2021 (ת"א: קלרד, Qlrd): חברת Quicklizard, חברת בינה מלאכותית בתחום תמחור מוצרים לחנויות קמעוניות או חנויות הודיעה היום כי בכוונת הלקוח הגדול ביותר של החברה, להרחיב בצורה משמעותית את ההתקשרות עם החברה וזאת 4 חודשים בלבד לאחר שרכש לראשונה את מערכת התמחור הדינמי של קוויקליזארד.

מדובר בחברה גרמנית בתחום הקמעונות אשר בתחילה רכשה שירותים שנתיים בהיקף של 23 אלף יורו שבעת החליטה להגדיל את היקף השירותים שהיא רוכשת בעוד כ-70 אלף יורו לשנה (כ-280 אלף ש"ח) המהווים הרחבה של כ-30% (במונחי ARR) ובסך הכל יעמוד ההסכם עמה לאחר ההרחבה הצפויה, על כ-300 אלף יורו בשנה (1.2 מיליון ש"ח לשנה).

Quicklizard אודות

Quicklizard מפתחת ומוכרת פלטפורמת SaaS מבוססת AI לתמחור דינמי בענן. החברה השלימה ב-22.02.2021, הנפקה בתל אביב, וגייסה 45.5 מיליון ש"ח. המערכת שפיתחה Quicklizard מטייבת מידע כלכלי לכדי החלטות עסקיות מושכלות במטרה להגביר את הרווח וההכנסות של אתר האון ליין או החנות הקמעונאית ולמצות את הפוטנציאל המסחרי באון-ליין ובחנויות הפיזיות.

הפלטפורמה שפיתחה החברה אוספת ומנתחת מידע ממגוון מקורות באמצעות מנוע תמחור המבוסס על בינה מלאכותית (AI) משולב חוקה לתמחור אופטימאלי בזמן אמת משלושה מקורות מידע מרכזיים:

1. נתונים בקשר למוצר, כגון מלאי ועלויות המוצרים וכו', הנאספים מהמערכות התפעוליות של הלקוח.
2. מידע על מחירי מוצרים של המתחרים בערוץ האון ליין.
3. נתונים בקשר להתנהגות הקונים כגון כמות יחידות נמכרת בכל רגע נתון, הכנסות וביקושים אשר נאספים בזמן אמת ממערכות האנליטיקה של הלקוח.

נתוני המידע נכנסים למנוע התמחור, אשר מבוסס בינה מלאכותית (AI), המייצר המלצה למחיר חדש, כאשר תדירות המלצות המחיר (מספר פעמים ביום, מידי יום, או מידי מספר ימים) הינה לפי הגדרות הלקוח.

המחיר החדש/המבצע העדכני מעדכן בזמן אמת את המערכות התפעוליות של הלקוח ובמקביל עובר לערוצי המכירה השונים באופן אוטומטי, תהליך זה מבוצע באופן חזרתי.

החברה פעילה כיום כמעל ל-20 מדינות כאשר מרבית לקוחותיה הינן חברות B2C אשר מוכרות מוצרים ושירותים באופן מקוון (Online) וכן בחנויות פיזיות, ממגוון תחומי פעילות, כגון אלקטרוניקה, מזון, DIY, אופנה, ספרים, ספורט, פארמה, חנויות כל-בו וקמעונאי נישה. הפלטפורמה שפיתחה החברה מתאימה בצורה גנרית לכלל תחומי פעילות הקמעונאות.

כיום, מרבית הקמעונאיים פועלים בדרך של קבלת החלטות על מחיר מוצרים ומבצעים באופן ידני תוך שימוש בקבצי אקסל, ולא באמצעות מערכות ייעודיות לכך; בעזרת הטמעת הפלטפורמה שפיתחה Quicklizard, יכולים לקוחותיה להתקדם בתוך 30 ימי עסקים בלבד ממועד הטמעת הפלטפורמה, לתמחור אוטומטי חכם ודינמי. בנוסף על כך, לקוחות החברה יכולים לבחור את שיטת התמחור המתאימה ולאפיין את צרכיהם.

החברה, הינה הראשונה בישראל המודדת את תוצאותיה באמצעות מודל הכנסה שנתית מתחדשת (ARR), מדד תפעולי המייצג את הערך החוזר של כל החוזים באופן מנורמל לתקופה של שנה כנהוג בחרות SaaS הנסחרות בנאסד"ק. במבט לפני שנים, ההכנסות השנתיות המתחדשות של החברה עלו באופן אקספוננציאלי בין השנים 2018-2020, מ-0.8 מיליון דולר ל-2.8 מיליון דולר בשנת 2020.

בשנתיים הקרובות מתעתדת החברה להגדיל בצורה משמעותית את מספר ערוצי שיווק ומכירות הן על ידי גיוס אנשי מכירות באופן גלובלי, והן באמצעות הרחבת מערך המפיצים הקיים של החברה. כמו כן תשקיע החברה בפעילויות שיווקיות נרחבות ביבשות אירופה וארה"ב.

כמו כן מתעתדת החברה להשקיע בהמשך פיתוח יכולות הבינה מלאכותית של החברה (AI) להגברת יכולות האופטימיזציה הקיימות ולמקסום הרווחיות של לקוחותיה.