

تاكيري للمتاجر السحابية تتلقي تمويلا اوليا ضمن خطه تمويلية بقيمة ٣ مليون دولار في خلال ٢٠٢٢

اعلنت شركة تاكيري للمتاجر السحابية الشركة الرائدة في هذا المجال في مصر عن استهدافها تمويلا ضمن خططها التمويلية بنحو ٣ مليون دولار خلال عام ٢٠٢٢، وذلك بعد نجاح الجولة التمويلية الأولى لها وسيتم استخدام التمويل في التوسع الأفقي لفروع المتاجر السحابية وزيادة قدره فريق العمل بالإضافة الي التطوير التكنولوجي.

وقال كريم مرسي " الشريك المؤسس والعضو المنتدب" بأن تاكيري هي اولى الشركات في مصر المتخصصة في انشاء وإدارة المتاجر السحابية والتي تعمل على مساعدة ودعم المطاعم وشركات السلع الاستهلاكية في التوسع جغرافيا في وقت قياسي وتمكنهم من توصيل الطلبات لعملائهم خلال دقائق.

واضاف أن تاكيري رائدة المتاجر السحابية في مصر توفر بديل للتوسع للمطاعم ومنتجي السلع الاستهلاكية عن الطريقة المعتادة، حيث تمكنهم من الدخول لأسواق جديدة او زيادة حجم استيعابهم للأسواق المتواجدين فيها وذلك دون الانفاق الرأسمالي المتعلق بالعمارة والانفاق التشغيلي المتعلق باللوجستيات والاعمال المعتادة وبالتالي يظل تركيزهم علي تحسين جودة منتجاتهم والوصول لعملاء جدد .

وأشار مرسي ان تاكيري قد تمكنت ومنذ انشائها في تمكين الماركات العالمية مثل Cinnabon و Cold Stone بالإضافة الي الماركات المصرية العريقة مثل Pizza King و More-in بالدخول لأسواق جديدة وتحقيق مبيعات على الفور وتسعي تاكيري حاليا لجلب ماركات عالميه وخليجييه للسوق المصري مما يمثل استثمار أجنبي مباشر قد يصب في مصلحة المستهلك الأخير لما تفرضه تلك المنتجات من جودة، و ذلك بالإضافة الي الماركات المملوكة للشركة مثل 30 Minyt و Brisk.

واشار احمد توفيق "الشريك المؤسس ورئيس القطاع اللوجيستي" بأن مصر قد شهدت خلال الفترة الماضية تحول ملحوظ في نمط الاستهلاك وقد أصبح افضليه المستهلك الأخير للطلب في الوقت الحالي عن طريق الانترنت وتوقع وصول المنتجات في وقت قياسي بمنزله وهو ما نعمل عليه باجتهد لتحسين مستوي خدمات التوصيل بشكل عام والخروج بحلول غير معتادة لتحقيق ذلك.

وذلك ما أكده احمد حماده "الشريك المؤسس" و اضاف ان العنصر التكنولوجي لا يقل اهميه عن العقار او التوزيع الجغرافي حيث انه يلعب دورا رئيسيا في تحديد شكل الطلب وقرار التوسع، بالإضافة الي دور التكنولوجيا في زيادة كفاءه توصيل الطلبات للمنازل من حيث الوقت والتكلفة وبالتالي السعر الذي يتحملة المستهلك الأخير.

واضاف كريازي "الشريك المؤسس" ان الطريقة التقليدية لتصنيع السلع الاستهلاكية وتوزيعها قد أصبحت روتينية ولا تليق بالتطور التكنولوجي الذي يشهده العالم، حيث ان التقرب من المستهلك الأخير وتوفير احتياجاته فور الطلب هو المستقبل بكل المقاييس بالإضافة الي التنوع في سله المشتريات من منتجات مصرية واجنبيه مصنعه بأيادي مصرية ومواصفات عالميه، حيث تمكن تاكيري المطاعم العالمية والماركات الرقمية الطموحة بالدخول فعليا للسوق بأقل معدلات للخطر.

وأوضح كريازي انه بالرغم من ان العميل الاولي المستهدف هو المطاعم ومقدمي السلع الاستهلاكية انما هدف الشركة الاسمي هي خدمه المستهلك الأخير بإتاحة منتجات جذابه، بل لم تكن موجودة من قبل .

وجدير بالذكر أن المتاجر السحابية هي خدمه جديده على السوق المصري ولكنها بدأت في الانتشار حول دول العالم مؤخرا خاصة مع التطور التكنولوجي الهائل واستخدام التكنولوجيا في كل مناحي الحياة، ولذلك بدأت المتاجر السحابية والأنظمة الإلكترونية في الظهور، حيث يوفر هذا النوع من المتاجر تكاليف باهظة على المتجر أو المطعم سواء تكاليف إنشائية او تكاليف اداريه حيث تقوم الشركة مالكة المتاجر السحابية بهذا الدور، بالإضافة إلى افضليه أصحاب الأعمال الآن إلى إطلاق حملات ترويجية كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز وزيادة تنافسيتهم والتغلب على الظروف القهرية التي تطرأ على السوق على سبيل المثال تفشى فيروس كورونا والذي رفع من معدلات التجارة الإلكترونية في مصر وبالتالي اصبح هناك فرص قوية لنمو أعمال المتاجر السحابية وحاجة السوق لها.