

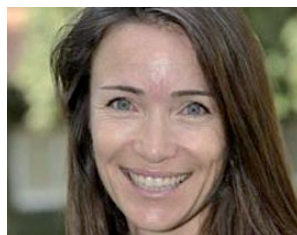
הסטארט-אפ שמחפש את כרטיס הכניסה לשוק האמריקני

Recardo, סטארט-אפ למסחר בגיפט קארד, התחיל מתוך תסכול של אחת המייסדות, שלא הצליחה לנצל כרטיס בזארה ♦ מהר מאוד עלו שלוש המייסדות על רעיון עם פלח שוק של יותר מ-100 מיליארד דולר בארצות הברית בלבד

רועי שושן

חוזר לקמעונאי, כך שלרשתות אין אינטרס שהכסף הזה יחמוק להן בין הידיים."

היכן הרווח של Recardo?
"החברה לוקחת עמלה של 15% מכל עסקה, אבל הקמעונאי עדיין מרוויח, שכן מחקרים מראים שצרכנים נוטים להוציא 20% יותר



ליאת אהרונוסון, מנהלת תוכנית זל ליזמות

משווי הכרטיס שהם קיבלו".

החברה נמצאת כרגע לקראת תהליכי גיוס. "אנחנו בשלבי פגישות וגישושים עם כמה חברות ואקסטרטורים, אבל מעדיפות ללכת על בטוח ולא להתפתות לכל הצעה. בימים אלה אנחנו בשלבי חתימת חוזה עם שתי חברות ענק שיש להן מיליוני משתמשים", סיפרה אביטל.

שלוש שותפות, ללא צלע גברית

שלוש המייסדות הכירו בתוכנית זל ליזמות, הפועלת זה 13 שנים במרכז הבינתחומי בהרצליה ומנוהלת על ידי ליאת אהרונוסון זה תשע שנים. במהלך התוכנית מלווים את הסטודנטים יועצים, יזמים ואנשי מקצוע. את Recardo ליוו, בין היתר, נבות וולק ודיוויד צ'ייק, שני יזמים עם מוניטין של כמה אקזיטים. התוכנית משלבת תכנים אקדמיים ולימודי יזמות פרקטיים, ורשמה בשנים האחרונות אקזיטים ביותר מ-100 מיליון דולרים. "בכל שנה מתקבלים אליה 20 סטודנטים בלבד מכלל הפקולטות", אמרה אביטל.



המלאכות של Recardo. מימין: מעין גבה, CTO, גל אביטל, המנכ"לית, ושאנון דילייני, מנהלת המוצר בחברה

"תהליך המיון אורך כחצי שנה, ולאחריו מתחלקים לקבוצות ורעיונות. כלומר קודם הכרנו אישית ורק לאחר מכן החלטנו על מה אנחנו עובדות", הוסיפה. "אני חושבת שזה אולי ירתיע אנשים לשמוע שאנחנו שלוש שותפות, ללא צלע גברית, אבל אנחנו רואות בכך יתרון, וזה אפילו נותן סוויסט מעניין".

רעיון מאחורי הסטארט-אפ Recardo, ממש כמו הפניצילין או יבשת אמריקה, התגלה במקרה. "רצינו ליצור מוצר לשוק המבוגר, יותר אבל לא ידענו מה", סיפרה גל אביטל, מנכ"לית החברה ואחת משלוש המייסדות, לאנשים ומחשבים. "התחלנו לעקוב אחר קהל היעד שלנו בקניון, בתקווה להגיע לתובנה כלשהי. באחד המקרים, שאנון דילייני, אחת השותפות ומנהלת המוצר ב-Recardo, הוציאה גיפט קארד בן שנה של זארה הטעון ב-300 שקלים, וסיפרה שהיא פשוט תקועה איתו כי היא לא מתחברת לחנות ולא מוצאת שום דבר לטעמה. באותו רגע הבנו שיש לנו רעיון שאפשר לרוץ איתו".



גל אביטל, מנכ"לית וממייסדות Recardo

מאות השקלים הלא מנוצלים הובילו את השתיים, יחד עם השותפה השלישית, מעין גבה, ה-CTO של הסטארט-אפ, לחשוב כיצד אפשר לרתום את עולם ה-Social והשיתוף לטובתן. כך התגבש הרעיון מאחורי Recardo - פלטפורמה מקוונת למסחר בגיפט קארד, שבמסגרתו משתמשים יכולים למכור ולקנות כרטיסי מתנה בהנחה מהמחיר המקורי. למשל, אם ברשותכם כרטיס בשווי 200 שקלים לרשת חנויות בגדים שאינה לטעמכם, תוכלו למכור את הכרטיס תמורת 90% מערכו. "זה מצב של Win-Win: המוכר מרוויח את שווי הכרטיס הלא מנוצל, ומנגד - הרוכש זוכה בהנחה לרשת האהובה עליו", אמרה אביטל. "הרעיון שלנו הוא להעביר את הכרטיסים תהליך של דיגיטציה. על ידי צילום הכרטיס, הפרטים נשמרים אצלנו, כך שרק אם הוא בר מימוש אפשר לנצל אותו. בצורה זו אנחנו מבטיחים שהלקוחות לא יפלו קורבן להונאות", הסבירה. "אנחנו מנתחים את הכרטיס, שומרים את התמונה לדאטה ומספקים ללקוח ברקוד למימוש ההנחה". בהמשך, לדבריה, אפשר יהיה גם להחליף כרטיס תמורת כרטיס. כמו כן, כרגע מדובר בגירסה זוויבית, אבל בעתיד הקרוב תהיה גם גירסה למובייל, מה שיאפשר ללקוחות לקבל הצעות לגיפט קארד אונליין בהתאם למיקום שלהם.

בימים אלה נמצאת החברה בשלב ה-Pre Seed, כאשר הצפי הוא לחדור לשוק בארצות הברית. הפוטנציאל, על פי אביטל, הוא אדיר. "שוק הגיפט קארד האמריקני גלגל בשנת העסקים הקודמת יותר מ-100 מיליארד דולרים, על פי חברת הייעוץ CEB, ומגמת השימוש בכרטיסים רק הולכת וגדלה. בנוסף, נתונים מראים כי 20% מהכרטיסים לא מנוצלים, וזה פלח השוק שאליו אנחנו מכוונות".

מדוע שרששות קמעונאיות ירצו להכניס אתכן לשוק?

"בניגוד לישראל, 'חיי המדף' של הגיפט קארד בארצות הברית הם הרבה יותר ארוכים. הם תקפים לשנים, בהתאם למדינה שבה רכשת את הכרטיס. אולם יש חוק שקובע, כי כסף שלא נוצל עובר לידי המדינה ולא