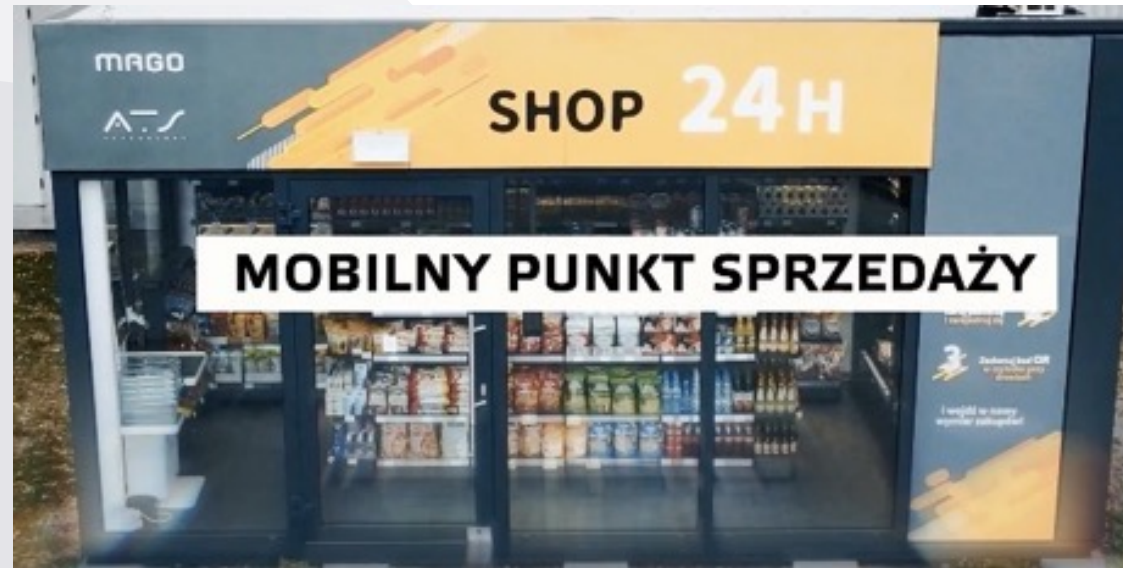


ATS Nowy Model Sprzedaży

Autonomiczny Bez-obługowy Sklep Kontenerowy



UMOŻLIWIENIE CIĄGŁĄ SPRZEDAŻ 24/7/365 Z WYKORZYSTANIEM NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII BEZ UDZIAŁU PERSONELU SKLEPU.

Ultra Convenience Store

Pawilon ATS jako odpowiedź na Problemy dzisiejszych konsumentów:

- problemy związane dokonywaniem zakupów **w tradycyjnych sklepach convenience i sklepach wielkopowierzchniowych (supermarkety):**
 - **brak intymności zakupów** – konieczność kontaktu ze sprzedawcą i z innymi konsumentami,
 - **brak swobody zakupów** – możliwości dokonywania zakupów 24/7, także w niedzielę i święta,
 - **brak pełnego bezpieczeństwa sanitarnego** dokonywania zakupów w pandemii,
 - **kolejki** – „marnowanie” czasu przez konsumenta;

- problemy związane z dokonywaniem zakupów spożywczych **online:**
 - **brak kontroli jakości produktów,**
 - finalnie **brak pewności co do momentu dostawy,**
 - w większości przypadku brak możliwości dostarczenia zakupów „od ręki” – **konieczność dokonania zamówienia na następny dzień;**

- **„braki” dotychczasowych projektów sklepów autonomicznych dostępnych na rynku:**
 - brak podejścia *user-friendly* – „obce technologie”, skomplikowany proces zakupowy,
 - zawodność technologii – case study związane m.in. z „utknięciem” klienta w sklepie autonomicznym lub problemy z płatnościami.

U nas będzie wygodnie



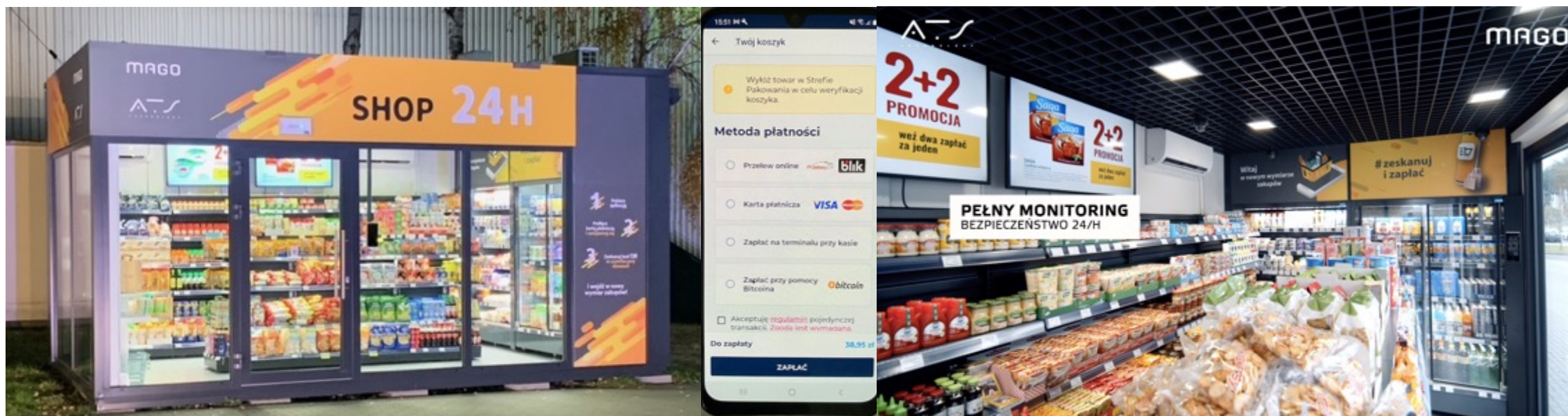
Obecnie cały Świat szuka bezobsługowych rozwiązań:

INTERNET COMPANIES	TRADITIONAL RETAILERS	STARTUPS
   	   	   <p>...ATS ?</p>

> Ultra Convenience Store



Dziś Klienci chcą kupować **szybko i wygodnie** Te potrzeby może zaspokoić nasz rewolucyjny sklep **ATS**.



ATS oferuje pierwszy w Polsce autonomiczny sklep ze **sprzedażą alkoholu**

> ATS Technology Team – wiedza, doświadczenie i zaangażowanie



Andrzej Wojciechowicz – co-founder oraz CEO

Ponad 30 lat doświadczeń w branży Retail
Zarządzający w różnych obszarach działalności takich sieci jak: GLOBI - CEO, Casino Group Leader Price - Dyrektor franczyzy, Tesco - Doradca Zarządu – wsparcie ekspansji, Bomi - CEO



Krzysztof Grabowski - co-founder oraz COO

Ponad 30 lat doświadczeń w branży Retail
Doświadczony menedżer, od 20 lat związany z firmami handlu detalicznego oraz dystrybucyjnego. Zarządzał działami w największych polskich spółkach: PKN Orlen czy Eurocash. Dla Grupy Eurocash w oparciu o swoje doświadczenia i wiedzę stworzył dział Digital IT



Witold Rydzewski - co-founder oraz CTO

Od ponad 20 lat związany z firmami technologicznymi dostarczającymi rozwiązania wspomagającą sprzedaż w sieciach handlowych Retail, Petrol, Gastro oraz Banking. Pracuje na rynkach polskich i międzynarodowych, Europa Środkowo – Wschodnia/CEE. Rozwijał technologie samoobsługowe w NCR



Carlson ASI EVIG Alfa
Fundusz venture capital z grupy Carlson



Uniwersytet Mikołaja Kopernika
Naukowy partner w zakresie projektu

> Nowy model sprzedaży



Skierowany do klienta ceniącego **wygode** i **szybki dostęp do towarów**

- **Zautomatyzowane** procesy sprzedaży i zatowarowania
- **Niski koszt personalny 1,2%** (jeden logistyk obsługuje 10 pawilonów)
- Dostępny dla klienta **24/7/365** (nie wymaga personelu sprzedającego)
- Rozwiązanie **mobline i tanie** w instalacji, może być uzupełnione np.. o paczkomat, bankomat, gastro, stacje paliw
– **lolakne bezobsługowe centrum handlowe**
- Możliwość adaptacji systemu do istniejących sklepów w celu **sprzedaży hybrydowej** – z obsługą i w godzinach nocnych, niedziele autonomicznym
- Gotowe do dalszego **rozwoju** zgodnie z trendami rynkowymi i potrzebami operatora



Unique Values Propositions rozwiązania ATS Technology/ **OPERATOR:**

1

rentowność

- **niski koszt początkowy inwestycji** – 3. razy niższy niż w przypadku sklepu konwencjonalnego o powierzchni 25-40 m²,
- **niski koszt utrzymania** – obsługa wszystkich procesów przez 1 osobę, która może jednocześnie obsługiwać 10 pawilonów (1 klastery); praca logistyka wspierana przez intuicyjną aplikację (system obejmujący cały łańcuch dostaw, łatwo aplikowany do rozwiązań aktualnie posiadanych przez odbiorcę lub jako samodzielny CRM); w koszt utrzymania wliczony jest także pełny serwis techniczny zapewniony przez producenta,
- **zdecydowanie niższy koszt rozwoju biznesu niż w przypadku sklepów tradycyjnych i rozwoju sieci** – koszt postawienia 4 klastrow (40 pawilonów) w ciągu 3 lat to koszt 1,5 mln zł,
- **możliwość leasingu całej inwestycji** (sprzęt i pawilon)

2

elastyczność

- **małe wymagania techniczno-konstrukcyjne** (powierzchnia 20m², stabilne podłoże, podłączenie do prądu) – pawilon można ustawić w miejscach, w których sklepy stacjonarne mają problem z dotarciem do konsumentów (zajęcie niszy na rynku) lub na obszarach, w których występuje duże skupienie konsumentów, np. w miejscach festiwali lub wydarzeń sportowych,
- **pawilon dostarczamy przez producenta w postaci „pod klucz”** – daje możliwość na szybkie rozpoczęcie sprzedaży,
- **możliwość personalizacji pawilonu** zarówno jeżeli chodzi o potrzeby odbiorcy (pawilon można uczynić np. bardziej energooszczędny), jak i o wymagania konsumentów (personalizacja towaru),
- **model biznesowy z łatwością do wdrożenia „od ręki za granicą”**,
- **model biznesowy, który jest receptą na zmienność dzisiejszych czasów i niepewność jutra**

3

rozsądny/zweryfikowany model biznesowy

- **odpowiedź na słabe punkty rozwiązań typu „high technology” obecnych już na rynku**, które w praktyce okazały się nierentowne (zbyt wysoki koszt technologii) i nie odniosły sukcesu na polu *customer experience*,
- **przewaga nad tradycyjnymi sklepami, które stają się coraz mniej opłacalne i wymagają 100% zaangażowania**,
- **model podążający za rynkowymi trendami, ale dopasowany do potrzeb i zaawansowania technologicznego polskiego konsumenta**,
- **pawilony powstają przy współpracy przy ze sprawdzonymi partnerami, którzy posiadają długoletnie doświadczenie w branży** (Mago S.A., Hikvision, Ineo Group),
- koncepcja ATS jest realizowana przy wsparciu środków pozyskanych z Funduszy Europejskich – **projekt badawczy, który jest dodatkowym zweryfikowaniem zarówno rozwiązania, jak i powodzenia całego modelu biznesowego**

Unique Values Propositions rozwiązania ATS Technology/ **KONSUMENTCI:**

1

intymność i swoboda robienia zakupów

- **brak konieczności kontaktu ze sprzedawcą**
– ułatwienie w przypadku zakupów tzw. towarów wstydlivych (np. prezerwatywy, alkohol) i osób z zagranicy (brak bariery językowej),
- **ograniczona możliwość kontaktu z innymi konsumentami** – dodatkowa zaleta robienia zakupów w pandemii

2

nieograniczony dostęp do zakupów

- **możliwość robienia zakupów 24/7, także w niedzielę i święta,**
- **bezpieczeństwo zakupów** – bezpieczeństwo danych oraz przebywania konsumenta w pawilonie (kamery) gwarantowane przez dostawcę systemu oraz pełna kontrola nad samym procesem zakupowym (produkty skanuje się samodzielnie, a cały proces zatwierdza w aplikacji),
- **customer friendly/user friendly system płatenia za zakupy:** „skanowanie smartfonem” – system, który konsument zna, system, który rozwiązuje problem „uciążliwości” kas samoobsługowych, jak i nie dla wszystkich jeszcze zrozumiałych *high technology*

3

spersonalizowane oferty

- **możliwość komunikacji detalisty i konsumenta** – pożądane towary, nagrody za polecenie, lojalność, ...
- **Ogromne możliwości działań promocyjnych** – happy hour, mix and match, nagrody, ...
- **E-commerce interface i towar natychmiast**
- **Multi-chanel** - możliwość łączenia z innymi kanałami

> Przewagi ATS



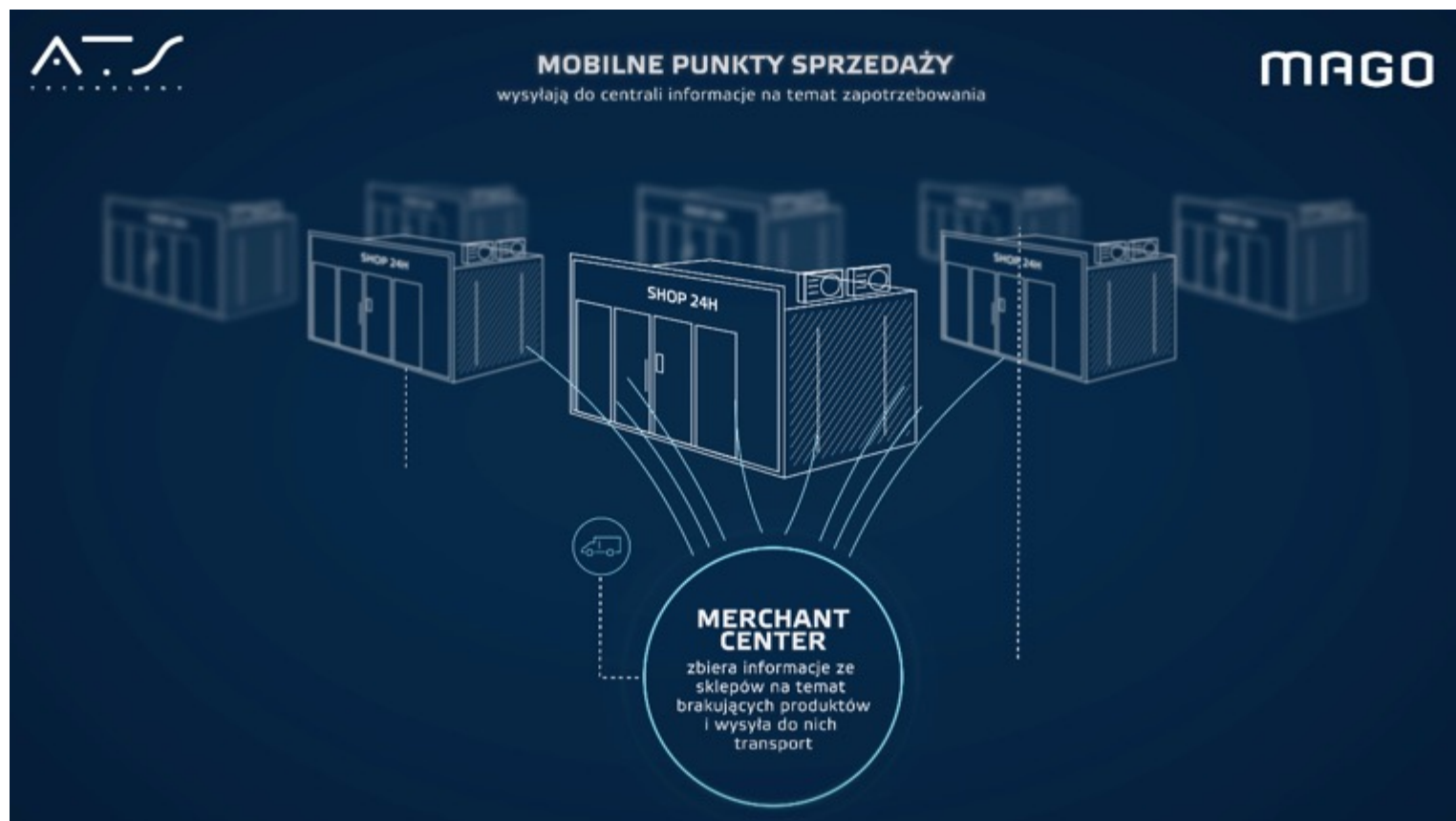
- Najnowszy model sprzedaży w branży FMCG i innych dostosowany do polskich wymogów prawnych
- Łatwa ekspansja - Model pozwala na wejście do nowej niedostępnej na razie strefy sprzedaży np.: chodnik, dworzec autobusowy, tereny biznesowe, fabryki, osiedla
- Możliwość wprowadzenia do istniejących sklepów w modelu hybrydowym
- Zaprojektowany z myślą o dalszej rozbudowie technologii dla wygody konsumentów np.: analityka preferencji zakupowych, analiza obrazu
- Multichannel – doskonałe narzędzie do komunikacji z klientem w sklepie ATS oraz e-commerce, kanale sprzedaży tradycyjnej, usługach.



> Pawilon ATS w liczbach



- **ROI (FMCG)** ~ 3 lata
- **Koszt personalny** ~ 1,2%
- **Zysk operacyjny** ~ 5 do 8%
- **Niski koszt inwestycji** ~ 70-90k Euro lub mniej w modelu leasingowym



> Skąd się wzięliśmy? Gdzie jesteśmy? Dokąd zmierzamy?



2019

Idea
Rozwój koncepcji
Konsultacje
Analiza rynku

Technologia dla biznesu



2020

Studium wykonalności
Pozyskanie inwestora
Projekt badawczy NCBiR
Współpraca z UMK

Alfa Bridge program



2021

Budowa prototypu
Pilot
Badania i testy
Komerccjalizacja

Optymalizacja procesów



2022

Roll out
Rozwój
Rozwój technologii

Uczmy się naszych Klientów



2023

Rozwój konceptu
Rozwój technologii
Przyszłe zmiany

Rozwój i zadowolenie

> Zmieńmy razem rzeczywistość detaliczną.

Ultra Convenience Store.



Obszar	Rynek modele convenience i autonomiczne	ATS Technology
Dostępność dla konsumenta	W tradycyjnym modelu sklepy nie obsługują w niedziele niehandlowe i święta.	Otwarte 24/7/365 dni w roku.
Zatrudnienie	W modelu tradycyjnym min. 3-4 osoby. Sklepy autonomiczne tylko z kasą samoobsługową (Żabka, Bio Family), 1 osoba ochrony na każdy sklep.	Tylko 1 osoba koordynująca na każde <u>10 pawilonów</u>
Inwestycje	Inwestycje kilka razy wyższe, wiele związanych z budynkiem, niemożliwych do odzyskania. Droższe i skomplikowane technologie wizyjne w sklepach autonomicznych.	CAPEX na poziomie 70 tys. EUR z czego tylko 3% w posadowienie mobilnego obiektu.
Ekspansja	Ograniczona dostępnością lokalizacji i nakładami inwestycyjnymi.	Możliwy bardzo szybki rozwój.
Lokalizacje	Ograniczone do oferowanej na rynku nieruchomości powierzchni handlowej.	Wymaga niewielkiej powierzchni gruntu i tylko dostępnej energii elektrycznej.

Możliwość zastosowania technologii i procesów w tradycyjnych sklepach jako model hybrydowy dostępny dla określonej grupy klientów, towarów lub w określonych godzinach.



ATS Technology w



O koncepcie – wiele możliwości prowadzenia biznesu

<https://www.youtube.com/watch?v=0g-FBPCpU5M>



Zakupy – jakie to proste

<https://www.youtube.com/watch?v=c1whUKyBUdU>

Zapraszamy do współpracy *zespół ATS*



Zbudujemy
innovacyjny
model
sprzedaży