

30 Ιουλίου 2018

## «Δεν είμαστε mall, είμαστε μηχανή σύγκρισης τιμών»

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#) / [Συνεντεύξεις](#)





**Το ppissis.com.cy είναι ο πρώτος σταθμός κάθε καταναλωτή ο οποίος θέλει να γλιτώσει χρήματα από κάθε αγορά του, συγκρίνοντας τιμές.**

Συζητώντας με τον Αναστάση Γαλανάκη, τον ένα εκ των δύο δημιουργών του Pissis -ο άλλος είναι ο Χρύσανθος Προδρόμου-, αλλά και «βολτάροντας» από την πλατφόρμα αρκετές φορές, πλέον είμαι σίγουρος πως το ppissis είναι κάτι πραγματικά χρήσιμο για κάθε άνθρωπο που το χρησιμοποιεί.

Είναι το πιο αποδοτικό εργαλείο έρευνας αγοράς.

Εξ ου και ο αριθμός των επισκεπτών στο site, μήνα με το μήνα διπλασιάζεται!

**Πώς προέκυψε το όνομα; Ρωτώ επειδή η λέξη πίσσσης έχει αρνητική χροιά στην κυπριακή διάλεκτο.**

Αυτό που λέμε φραγκοφωνιάς εμείς στην Ελλάδα. Το όνομα, για να είμαι ειλικρινής, ήταν έμπνευση του Χρύσανθου. Και γενικά πάει λίγο πιο πίσω το στόρι αυτό, με το ότι κι εγώ κι ο Χρύσανθος ξεκινήσαμε να δουλεύουμε πάνω στο ίδιο πράγμα, χωρίς να γνωριζόμαστε, έχοντας ο καθένας από μια πλατφόρμα. Και όταν έβγαλα εγώ τη δική μου, μου είχε στείλει ένα μήνυμα ο Χρύσανθος που έλεγε «γεια σου, κάνουμε

ακριβώς το ίδιο πράγμα, μπορούμε να πιούμε ένα καφέ». Δεν υπήρχε καμία επαφή προηγουμένως. Εγώ ήμουν για λιγότερο από ένα χρόνο στην Κύπρο και συνειδητοποίησα ότι έλειπε αυτό το κομμάτι. Οπότε ναι, συζητώντας τα δύο ονόματα καταλήξαμε στο rrisiss.

**Η λέξη αυτή, που επαναλαμβάνω έχει αρνητική χροιά, εξυπηρετεί τον σκοπό για τον οποίο δουλεύετε;**

Έχει μεγάλη σημασία στο κομμάτι της επικοινωνίας το όνομα, αλλά δεν εξαντλείται εκεί. Εμάς, αυτό που μας ενδιαφέρει κυρίως είναι να είναι χρηστική για τον επισκέπτη η πλατφόρμα. Επομένως, ένας άνθρωπος ο οποίος μπαίνει και μπορεί πιο γρήγορα-εύκολα να κάνει συγκρίσεις τιμών στα προϊόντα που ψάχνει, νομίζω ότι θα επανέλθει. Αυτός είναι και ο στόχος μας. Σημασία έχει το περιεχόμενο και θεωρώ ότι η πλατφόρμα που έχουμε φτιάξει είναι καινοτόμος για την Κύπρο. Θέλει βελτιώσεις, προφανώς και δουλεύουμε πάνω σε αυτή την κατεύθυνση, αλλά ως λειτουργία είναι κάτι που η Κύπρος δεν το είχε και θεωρούμε ότι, ναι μεν δεν το είχε γιατί είναι μια μικρή αγορά για να επενδύσει μια εταιρεία από το εξωτερικό -δηλαδή βλέπουμε ότι και οι πλατφόρμες οι ελληνικές προτιμάνε να πάμε προς ακόμα μεγαλύτερες αγορές από το να έρθουν στην Κύπρο-, αλλά δεν είναι τόσο μικρή αγορά ώστε να μην τη χωράει ή να μη την χρειάζεται. Είναι κάτι χρήσιμο για τον Κύπριο καταναλωτή.



### **Ποιο είναι το προφίλ των επισκεπτών στο site; Φύλο, ηλικία κλπ;**

Λίγο περισσότερο γυναίκες, με πολύ μικρή διαφορά και ηλικίες 24-35. Είναι ουσιαστικά προφίλ χρηστών που είναι αρκετά εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, το ίντερνετ και έχουν και εισόδημα να καταναλώσουν. Πρακτικά μιλώντας το [rissis.com.cy](http://rissis.com.cy) είναι ο πρώτος σταθμός κάθε καταναλωτή ο οποίος θέλει να γλιτώσει χρήματα από κάθε αγορά του, συγκρίνοντας τιμές.

### **Είστε ευχαριστημένοι από την ανταπόκριση;**

Από τον Ιανουάριο και μετά, περίπου διπλασιάζουμε τους επισκέπτες κάθε μήνα. Υπάρχει ανταπόκριση, ναι, και υπάρχει και μεγάλη αλληλεπίδραση. Επίσης, έρχονται σε επαφή μαζί μας καταστήματα που ενδεχομένως είναι πιο μικρά ή που δεν τα ξέρουμε, για να τα εντάξουμε μέσα. Επομένως, υπάρχει μια δυναμική.

### **Σε σχέση με το feedback, έρχονται και περίεργα requests;**

Μας έχει τύχει μέσω Facebook, που στην Κύπρο το αγαπάμε πάρα πολύ ας πούμε,

να μας ζητάει άνθρωπος κάτι πολύ εξεζητημένο, όπως πχ ερωτικά βοηθήματα. Είναι αντιληπτό ότι σε μια μικρή κοινωνία πολύ πιο δύσκολα θα μπορέσει ένα online store να πουλήσει με τέτοιο τρόπο τέτοιου είδους προϊόντα. Τώρα, απ' εκεί και πέρα, πολύς κόσμος θεωρεί ότι εμείς πουλάμε, ότι εμείς οι ίδιοι είμαστε κατάστημα. Επομένως, αρκετός κόσμος μας ρωτάει «τι ακριβώς πουλάτε;». Βλέπουν όλο το φάσμα των κατηγοριών και μπερδεύονται λίγο. Δεν είμαστε mall, είμαστε μηχανή σύγκρισης τιμών.

**Υπάρχει σκέψη να το εξελίξετε όμως, είτε δίνοντας τη δυνατότητα του κόσμου να αγοράσει κάτι είτε ακόμα να κάνει book σε ένα προϊόν;**

Ναι, σίγουρα. Είναι features τα οποία μπορούν να ενσωματωθούν. Για την ώρα, ο πρώτος στόχος αφού βγήκαμε online ήταν να ενσωματώσουμε υπηρεσίες σύγκρισης τιμών στα καύσιμα -σε συνεργασία με το υπουργείο Ενέργειας παίρνουμε τα δεδομένα σε ημερήσια βάση. Απ' εκεί και πέρα, τα πράγματα τα οποία μπορούμε να εξελίξουμε είναι σίγουρα πάρα πολλά. Σίγουρα μας ενδιαφέρει να γίνει ακόμα πιο εύκολος ο τρόπος για τον καταναλωτή, να βρίσκει το προϊόν που ψάχνει και απ' εκεί και πέρα, ναι, είτε να κάνει book το προϊόν και να το αγοράζει από το κατάστημα είτε με καλάθι αγορών, εσωτερικά δικό μας.

**Το συζητήσατε ήδη με κάποια καταστήματα και είναι θετικοί στην αλλαγή αυτή;**

Ναι, γενικά η ανταπόκριση των καταστημάτων είναι πολύ θετική γιατί, πρακτικά, μόνο να κερδίσουν έχουν από την ύπαρξη του rrissis. Τους τροφοδοτούμε με traffic. Και ιδίως αυτό το πράγμα το παρατηρούμε στα πιο μικρά καταστήματα της επαρχίας, που πιθανώς όπως κι εμείς δεν τα γνωρίζουμε μένοντας και οι δύο στη Λευκωσία, δεν τα γνωρίζει και πολύ μεγάλο μέρος του κοινού.





**Πάνω σε αυτό που λες, είναι μύθος τελικά ότι τα μεγάλα καταστήματα, οι αλυσίδες, έχουν πάντα πιο χαμηλές τιμές από τα συνοικιακά καταστήματα;**

Και ναι και όχι. Ως καταναλωτής αλλά και πλέον ως εμπλεκόμενος με το rrpissis, αυτό που παρατηρώ είναι ότι υπάρχουν περιπτώσεις προσφορών που πραγματικά μια μεγάλη αλυσίδα έχει τη δυνατότητα να κάνει, λόγω όγκου αγορών κλπ. Υπάρχουν όμως και πολλές περιπτώσεις, ιδίως σε προϊόντα τεχνολογίας, όπου μικρά καταστήματα τα οποία μπορεί να διατηρούν απλώς μια αποθήκη σε μία περιοχή έξω από την Πάφο και να μην έχουν καν φυσικό κατάστημα, έχοντας μόνο ηλεκτρονική παρουσία, να είναι φθηνότερα.

**Από την εμπειρία σας, είναι κάποιες πόλεις ή περιοχές στις οποίες οι τιμές είναι γενικά πιο χαμηλές;**

Στο κομμάτι των προϊόντων της τεχνολογίας, το οποίο είναι και αυτό που έχει τη μεγαλύτερη ζήτηση των επισκεπτών μέσα στο rrpissis είναι η Πάφος. Παρόλο που είναι σχετικά μικρή επαρχία και άρα αναλογικά δεν μπορεί να έχει μεγάλο αριθμό καταστημάτων ηλεκτρονικών ειδών, η προσφορά είναι μεγάλη. Έτσι, είτε ως βασική δουλειά των επιχειρηματιών, είτε ως side job ενός ανθρώπου που αγαπάει

για παράδειγμα μια συγκεκριμένη μάρκα κινητών, την εισάγει και πουλά τα προϊόντα αυτά, η ποικιλία είναι μεγάλη. Έχει αρχίσει και αναπτύσσεται ένα τέτοιο δίκτυο, μικρότερων επιχειρηματιών, που μέχρι πρότινος δραστηριοποιούνταν στα social media και πλέον εξελίσσονται, φτιάχνοντας τα δικά τους eshops.

**Έχετε αρκετά καταστήματα για παράδειγμα από Πάφο;**

Ναι.

**Σε όγκο μπορούμε να πούμε πόσα καταστήματα υπάρχουν σήμερα στο site ή πόσοι κωδικοί προϊόντων;**

Είμαστε πάνω από 100.000 κωδικούς. Μοναδικούς κωδικούς, που σημαίνει πως ένας κωδικός μπορεί να υπάρχει σε 5 καταστήματα.

**Ποια είναι η καλύτερη μέρα για αγορές, ίσως η μέρα με τις πιο πολλές προσφορές;**

Κλασικά το Σαββατοκύριακο έχει αυξημένο traffic, όπως και σε όλο το κομμάτι του digital, ενώ απ' εκεί και πέρα -και αυτό ήταν έκπληξη και για εμάς- ως προς την ώρα της ημέρας είναι πάρα πολύ ψηλά οι εργάσιμες ώρες. Τώρα, μπορεί αυτό να μην είναι και πολύ καλό για τους εργαζόμενους ή για τους εργοδότες που θα διαβάσουν τη συνέντευξη. Οι ώρες 10:00 - 12:00, τις καθημερινές, και το Σαββατοκύριακο όλο το διάστημα της μέρας αλλά η άνοδος ξεκινά μετά τις 11:00 ή 12:00.

**Η δυνατότητα σύγκρισης τιμών καυσίμων που μου είπες, είναι μια υπηρεσία που δουλεύει; Είδατε κίνηση στο site σε αυτό το section;**

Ναι, υπάρχει ανταπόκριση. Προφανώς το περιθώριο διαφοράς τιμής στα καύσιμα είναι πολύ μικρότερο απ' ότι σε κινητά τηλέφωνα, γυναικεία μόδα, οικιακές συσκευές κλπ.. Αν όμως γίνει μια συνήθεια στον καταναλωτή, πριν πάει να βάλει βενζίνη να ελέγξει λίγο ποιο πρατήριο του δίνει την καλύτερη τιμή, νομίζω ότι αυτό βοηθά αρκετά στην εξοικονόμηση χρημάτων.

## **Ποια είναι τα επόμενα σχέδια σε σχέση με το rrissis.com.cy;**

Διαρκώς δουλεύουμε στο να βελτιώνουμε την εμπειρία του επισκέπτη της πλατφόρμας. Θέλουμε το rrissis να είναι κάτι πραγματικά χρήσιμο για κάθε άνθρωπο που το χρησιμοποιεί, ως το πιο αποδοτικό εργαλείο έρευνας αγοράς. Το rrissis φιλοδοξεί να γίνει η πρώτη στάση του καταναλωτή πριν ψωνίσει το οτιδήποτε. Ακόμα και αν δεν θέλει να συγκρίνει την τιμή ενός συγκεκριμένου προϊόντος, ή ακόμα και αν τελικά δεν ολοκληρώσει την αγορά του ηλεκτρονικά, αλλά από ένα φυσικό κατάστημα. Εξάλλου εντοπίζουμε σε μεγάλο ποσοστό την ανάγκη του χρήστη να κοιτάζει απλώς την τιμή και μετά να πηγαίνει στο κατάστημα να παίρνει το προϊόν, γιατί θέλει να έχει την προσωπική επαφή, γιατί θέλει να το πιάσει στα χέρια του, έστω κι αν είναι ηλεκτρονικό.

## **Τι είδους προϊόντα υπάρχουν;**

Τα πάντα. Μπορεί κάποιος να βρει μέσα οτιδήποτε πιθανόν να θέλει να αγοράσει, ή καλύτερα σχεδόν οτιδήποτε. Επίσης, θέλουμε να έχουμε συνεργασία με όλα τα καταστήματα που έχουν online παρουσία στην Κύπρο, είτε πουλάνε έπιπλα κήπου, είτε τηλεοράσεις, είτε ρούχα. Βεβαίως, εντοπίζουμε ότι υπάρχουν κάποιοι κλάδοι που ακόμα στην Κύπρο δεν έχουν αγαπηθεί στο κομμάτι του e-commerce, νομίζω όμως ότι αναπτύσσεται ραγδαία γενικά το ηλεκτρονικό εμπόριο και αναπόφευκτα θα συμβεί και στην Κύπρο αυτό. Επομένως, καλύπτεται όλο το φάσμα.

## **Απαραίτητη προϋπόθεση για να μπει κάποιο κατάστημα στο rrissis είναι να έχει e-shop, σωστά;**

Ναι, προκειμένου να μπορούμε εμείς να χρησιμοποιήσουμε τα δεδομένα που θα μας παρέχει, με τις τιμές, την περιγραφή, τη διαθεσιμότητα, το στοκ κλπ, μέσα στην πλατφόρμα.

## **Αν δεν υπάρχει e-shop αλλά μπορεί να σας παρέχει φωτογραφίες, τιμές, περιγραφή κλπ;**

Τότε μπορούμε εμείς να τον βοηθήσουμε να φτιάξει το e-shop. Γιατί, ουσιαστικά,



εμείς ανακατευθύνουμε τον καταναλωτή στο site του καταστήματος, αφού κάνει την έρευνα σε εμάς.

Πηγή: [city.sigmalive.com](http://city.sigmalive.com)