

Framgång över förväntan i Pakistan – Marknadsuppdatering från Vopys VD

I förra veckans var Vopys ledning i Pakistan för att träffa tre digitala banker, varav två tidigare kontakter och en helt ny kontakt. Resultat blev långt över vår förväntan.

Affärskulturen i Pakistan är sådan att fysiska möten och personliga relationer nästan är en förutsättning för att göra affär. Efter flera år av möten och förhandlingar online, blev dessa fysiska möten förlösande och öppnade upp för en snabbare affärsprocess.

I samtliga möten deltog fyra-fem personer från kundens sida med VD, affärsområdeschef och ansvariga för teknik, affärsutveckling, marknad och produkt. Attityden vi mötte hos kunderna var förväntansfull, de var otåliga att komma igång och agerade väldigt lösningsinriktat. Kunderna var väl pålästa och inspelade i våra förhandlingar, vilket bidrog till effektiva möten där vi kunde gå direkt på sak; nämligen "Hur snabbt vi kan köra igång och till vilka villkor".

De två företag vi haft kontakt med tidigare; Easypaisa och Jazzcash är direkta konkurrenter till varandra, ändå "följer" de varandra och affärsrelationen dem emellan är god. De slåss om första platsen på marknaden och är jämnstora, båda hävdar att de är den största digitala banken i Pakistan. Tillsammans har de över 80 miljoner kunder i Pakistan. Jazzcash ägs dessutom av Jazz som är Pakistans största telekombolag med över 100 miljoner abonnenter. Detta är synnerligen lönsamma aktörer med mellan 3 000 och 5 000 anställda vardera.

Bolagen följer även efter varandras marknadsinitiativ vilket är till vår fördel. Båda är nu angelägna om att vara först med att lansera sin tjänst för Remittance i Storbritannien och båda har tillfört idéer om värdefulla funktioner som vi enkelt kan implementera och som märkbart kommer öka vår konkurrenskraft. De båda kommer lägga stora marknadsresurser på att marknadsföra tjänsterna.

Båda företagen har sedan tidigare erhållit färdiga avtal av oss, de hade under våra möten inga invändningar mot affärsvillkor, leveransomfattning eller annat praktiskt utan vi avvaktar nu återkoppling från deras legala avdelning kring rena avtalsformuleringar. Säkerligen kommer vi få smärre ändringsförslag avseende olika formuleringar men i övrigt är vår bedömning att avtalen kommer hanteras snabbt och effektivt av kunderna.

Båda företagen anser att Vopys lagda prognoser för kommande tillväxt är blygsamma och inför den kommande "proof of concept/test-perioden" tror de på betydligt högre nivåer än vad vi prognostiserat, vilket såklart är positivt för oss.

Båda företagen har frågat "Hur snabbt kan vi vara igång? - där estimerar vi cirka en månad från nu vilket båda har funnit som positivt. Vi arbetar på daglig basis med dessa två företag för att snabbt komma i mål med alla detaljer. Vi sitter inte och väntar på att avtalen ska signeras utan det arbetet sköts parallellt av respektive jurister medan vi slutför de återstående tekniska detaljerna. Vi jobbar för att minst ett av dessa företag ska hinna komma igång under maj månad, möjligen båda två.

Jag har gjort många resor och många kundbesök genom åren. Det är dock sällan jag varit med om ett så lyckat utfall som under denna resa. Varje besök i sig, var värt resan. Min känsla är att alla dörrar nu har öppnats hos kunderna och deras attityd är enormt framåtlutad och lösningsorienterad. Jag är helt klart imponerad av genomförandekraften och affärsviljan dessa företag besitter. Jag ser fram emot kommande tid.

Sven Hattenhauer, VD för Vopy AB.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Sven Hattenhauer, VD, Vopy AB (publ.)
sven@vopy.com
+46 72 303 71 00

Om Vopy

Vopy är ett svenskt fintech bolag. Vopys produkter ger hundratals miljoner invånare i tillväxtländer tillgång till attraktiva internationella spar- och investeringsmöjligheter. Vopys kunder är banker och digitala banker i tillväxtländer. Med Vopys produkter kan dessa erbjuda sina kunder attraktiva lösningar för valutasparande, internationella investeringar samt sekundsnabba internationella pengaöverföringar. Vopys produkter förpackas i kundens färg och form (white label) där kundens varumärke och kundunderlag lägger grunden för tillväxt - en B2B2C baserad affärsmodell.

Vopy ger sina kunder verktyg som ökar kundlojaliteten, skapar högre intäkter och kundvärde, utan att kunderna behöver investera i ny teknik, licenser eller expertis. Med Vopys produkter kan företag driva ekonomisk integration och därigenom skapa inkludering för hundratals miljoner människor över hela världen.

Vopys huvudkontor finns i Stockholm, med närvaro i Kanada och Pakistan.

Läs mer på vopy.com

Bifogade filer

[Framgång över förväntan i Pakistan – Marknadsuppdatering från Vopys VD](#)