

OUTLIERS PODCAST || SEASON 6 | EPISODE 2

Ράνια Λάμπρου | Co-Founder & CEO, Simplr

Παναγιώτης: Γεια σου Ράνια.

Ράνια: Γεια σου Παναγιώτη.

Παναγιώτης: Σε ευχαριστούμε πολύ που είσαι μαζί μας εδώ.

Ράνια: Εγώ ευχαριστώ για την πρόσκληση.

Παναγιώτης: Πολύ ενδιαφέρον επεισόδιο, πολύ ενδιαφέρουσα συζήτηση. Έχετε καταφέρει πολύ όμορφα πράγματα με τη Simplr και ανυπομονώ να μιλήσουμε και να φτιάξουμε αυτή την ωραία συζήτηση και να την ακούσει και το κοινό μας.

Πριν πάμε λίγο στη ζωή σου και σε όλα όσα έχεις καταφέρει, θες να μας δώσεις ένα γρήγορο description τι είναι η Simplr;

Ράνια: Μάλιστα. Ναι. Η Simplr λοιπόν είναι μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα checkout. Αυτό που κάνουμε είναι να επιτρέπουμε στον καταναλωτή να αγοράζει πάρα πολύ εύκολα από οπουδήποτε. Είτε πρόκειται για ένα e-shop, είτε πρόκειται για ένα email, μια διαφήμιση, ένα QR code, ένα chatbot, ακόμα και ένα AI assistant. Τώρα που είναι και...

Παναγιώτης: Χαμός γίνεται τώρα με το AI.

Ράνια: Ακριβώς, ακριβώς. Οπότε δίνουμε αυτό που λέμε ένα διαβατήριο αγορών σε έναν χρήστη, το οποίο θυμάται ποιος είναι, πού θέλει να παραγγείλει, πού θέλει να παραλάβει το προϊόν, με τι θέλει να πληρώσει, ώστε να μην χρειάζεται να βάζει τα ίδια στοιχεία ξανά και ξανά σε κάθε έμπορο που αγοράζει. Οπότε αυτό για τον έμπορο, από τη μία του δίνει ένα πιο αποδοτικό checkout, που τον βοηθάει να αυξήσει τις πωλήσεις του, αλλά ταυτόχρονα του δίνουμε και όλη την υλοποίηση του checkout έτοιμη. Δηλαδή την ταυτοποίηση του χρήστη, τις μεθόδους αποστολής, μεθόδους πληρωμής, loyalty, πρόληψη απάτης, όλα αυτά.

Παναγιώτης: Οκέι.

Ράνια: Σαν μια ενιαία έτσι λύση. Οπότε τους απαλλάσσει και από τα κόστη, ή τις τεχνολογικές προκλήσεις που θέλουν για να το διαχειριστούν αυτό.

Παναγιώτης: Πολύ ενδιαφέρον. Εγώ σαν καταναλωτής θα σου μιλήσω τώρα. Δεν υπάρχει περίπτωση να αγοράσω πλέον κάτι αν δεν υπάρχει ένα γρήγορο exit προϊόν.

Ράνια: Τέλεια. Θα σε χρησιμοποιήσουμε.

Παναγιώτης: Αν δεν έχω επιλογή να πατήσω ένα κουμπί και να φύγω, right, και πρέπει να βάλεις κάθε φορά, θυμάμαι, το όνομα, επώνυμο, όνομα πατέρα, διεύθυνση, ταχυδρομικός κώδικας, emergency contact. Δεν υπάρχει περίπτωση να αγοράσω αν δεν έχει αυτό. Οπότε καταλαβαίνω απόλυτα το value.

Πες μας λίγο για σένα. Πού γεννήθηκες, πού μεγάλωσες; Πες μας λίγο για τα παιδικά σου χρόνια.

Ράνια: Τέλεια. Λοιπόν, εγώ μεγάλωσα στο Ίλιον, εδώ στην Αθήνα. Πολύ έτσι, μια απλή οικογένεια. Ο μπαμπάς μου στην Πολεμική Αεροπορία, μηχανικός αεροσκαφών. Η μαμά μου ιδιωτική υπάλληλος. Είχαμε και ένα πρακτορείο ΟΠΑΠ. Αυτή είναι η μόνη μου επαφή με το επιχειρείν.

Παναγιώτης: Ναι, επιχειρηματικότητα είναι αυτό.

Ράνια: Ναι, είναι.

Παναγιώτης: Δεν το ξέρει πολύς κόσμος αυτό.

Ράνια: Ναι, είναι μια μορφή επιχειρηματικότητας, ναι.

Παναγιώτης: Ότι οι ιδιοκτήτες των πρακτορείων ΟΠΑΠ είναι μικροί επιχειρηματίες.

Ράνια: Σίγουρα.

Παναγιώτης: Οι οποίοι έχουν δικό τους P&L, έχουν δικό τους...

Ράνια: Βέβαια, βέβαια, όλα αυτά κατά μία έννοια υπάρχουν. Καμία σχέση με τη startup βέβαια και καμία επαφή από το δικό μου το περιβάλλον. Οπότε ναι, μεγάλωσα εκεί. Σπούδασα στην ΑΣΟΕΕ.

Παναγιώτης: Ο μπαμπάς ή η μαμά έτρεχαν το πρακτορείο;

Ράνια: Μαζί, θα πω.

Παναγιώτης: Μαζί. Άρα μεγαλώνεις στο Ίλιον.

Ράνια: Μεγαλώνω στο Ίλιον.

Παναγιώτης: Σχολείο δημόσιο;

Ράνια: Σχολείο εκεί, δημόσιο.

Παναγιώτης: Όλα αυτά, ναι.

Ράνια: Και κανένα, ας πούμε, εξωτερικό ερέθισμα ως προς αυτό που τελικά με έφερε η ζωή να κάνω. Σπούδασα στην ΑΣΟΕΕ χρηματοοικονομικά. Πάλι έτσι τυχαία λίγο, γιατί ξέρεις πώς είναι το σύστημα στην Ελλάδα.

Παναγιώτης: Βέβαια.

Ράνια: Βγάζεις μόρια, πας στην πιο υψηλή...

Παναγιώτης: Πανελλήνιες και όπου περάσεις.

Ράνια: Ακριβώς. Όπου περάσεις με τα μόριά σου.

Παναγιώτης: Και ό,τι δηλώσεις. Και άμα σου τύχει. Ό,τι σου τύχει βασικά.

Ράνια: Ναι, ναι, ναι. Ναι, εμένα κάπως έτσι πήγε. Πήγα στην πρώτη σχολή της ΑΣΟΕΕ τότε για να μην χαραμίσω μόρια χωρίς να ξέρω ακριβώς τι πάω να σπουδάσω.

Παναγιώτης: Και πότε μπήκες στο πανεπιστήμιο;

Ράνια: Το 2007 και βγήκα το 2011. Τελείωνα τη σχολή και δεν μπορώ να σου πω ότι ήξερα τι ακριβώς θέλω να κάνω, ούτε τότε. Ήξερα τι δεν θέλω να κάνω. Λογιστικά αυτό το κατάλαβα ότι δεν το θέλω.

Παναγιώτης: Συνήθως έτσι αυτό βοηθάνε οι σχολές.

Ράνια: Ναι αυτό.

Παναγιώτης: Μάλλον τι δεν θέλεις να κάνεις.

Ράνια: Ακριβώς. Ξεκίνησα το μεταπτυχιακό μου. Ένα διάστημα, μάλλον ένα χρόνο, έμεινα πίσω για να μπορέσω να πάρω υποτροφία. Γιατί την πρώτη χρονιά που έκανα αιτήσεις για μεταπτυχιακό δεν είχα πάρει την υποτροφία που ήθελα. Οπότε έμεινα ένα χρόνο πίσω. Δούλευα σε ένα ξενοδοχείο εκείνη την περίοδο.

Παναγιώτης: Αθήνα;

Ράνια: Στην Αθήνα. Μάζευα λεφτά ταυτόχρονα και έφτιαχνα το βιογραφικό μου. Ξανακάνω αιτήσεις. Και τότε πήρα την υποτροφία που ήθελα.

Παναγιώτης: Ήθελες υποτροφία γιατί δεν είχες τη δυνατότητα;

Ράνια: Όχι. Όχι, δεν ήθελα... Ήταν merit award η υποτροφία που πήρα. Δηλαδή δεν ήταν need-based.

Παναγιώτης: Οκέι.

Ράνια: Από οικονομική... Δεν ήθελα να επιβαρύνω τους γονείς μου, βασικά.

Παναγιώτης: Ωραία.

Ράνια: Ήθελα να είμαι αυτόνομη και ότι μόνη μου μπήκα και δεν έβαλα βάρος σε κανέναν, ας πούμε, οικογενειακά.

Παναγιώτης: Πολύ ωραίο.

Ράνια: Και έκανα το μεταπτυχιακό μου σε International Management στο Rotterdam και στο Μιλάνο. Και κάπου εκεί ξεκίνησε να μπαίνει το μικρόβιο του entrepreneurship.

Παναγιώτης: Υπάρχει κάπου, εντοπίζεις κάπου, σε κάποια σημεία που η επιχειρηματικότητα μπαίνει πιο έντονα στο κáδρο;

Ράνια: Σίγουρα όχι από το οικογενειακό μου περιβάλλον, θα πω. Είναι αρκετά risk averse το οικογενειακό μου περιβάλλον, καμία σχέση. Ίσως λίγο εκεί κατά τη διάρκεια του πανεπιστημίου, κάποια projects. Ήμουν εκεί τότε στις Κυψέλες Επιχειρηματικότητας. Ήταν η πρώτη, ας πούμε, πριν το EGG. Ήταν οι Κυψέλες Επιχειρηματικότητας και είχαμε κάνει κάποια business plans στην ΑΣΟΕΕ και μας είχαν βάλει σε ένα πεντάμηνο, εξάμηνο, ας πούμε, hub που μας έκαναν mentoring σε σχέση με το...

Παναγιώτης: Και κάπου εκεί στο κέντρο, στα Εξάρχεια ήταν κάποια hubs.

Ράνια: Στα

Παναγιώτης: Ναι, ναι, ναι. Τι ωραία.

Ράνια: Ναι.

Παναγιώτης: Πολύ παλιά αυτά. Εγώ τα θυμάμαι κι εγώ.

Ράνια: Το '12; Το '13; Ναι, εκεί.

Παναγιώτης: Οπότε εκεί αρχίζεις και γνωρίζεις.

Ράνια: Εκεί ξεκινάει.

Παναγιώτης: Αλλά τα πραγματικά ερεθίσματα τα παίρνεις στο μεταπτυχιακό;

Ράνια: Στο μεταπτυχιακό είχα ένα μάθημα που ήταν επιχειρηματικότητα και είχαμε, εκτός από διαβάζαμε success stories. Καλή ώρα, για να δεις πώς συμφωνώ πάρα πολύ για το ότι αυτό δημιουργεί όλη αυτή την ώθηση για να το ακολουθήσεις. Και μαθαίναμε μάλλον για success stories από διάφορες εταιρείες. Είχαμε και founders που ερχόντουσαν και μας έκαναν παρουσιάσεις. Και κάπως έτσι λέω, να, αυτό θέλω να κάνω. Και εκεί στο μεταπτυχιακό το thesis μου ήταν πάνω σε ελληνικές startups. Οπότε μέρος δηλαδή του thesis ήταν να παίρνω συνέντευξη εγώ από Έλληνες founders.

Παναγιώτης: Στο Μποκόνι; Ναι, ακριβώς. Στην Ιταλία.

Ράνια: Ποιους έκανες; Έκανα πολλούς από αυτούς που ξέρεις. Έκανα τον Παπαδάκη.

Παναγιώτης: Ωραία.

Ράνια: Έκανα τον Κόντα τότε με το... Με το Κουκίστου ήταν τότε που το έκανα.

Παναγιώτης: Δύο Endeavor Entrepreneurs έχεις πει.

Ράνια: Βέβαια, ναι, αυτό. Έκανα τον Μπρούστα, έκανα διάφορα άλλα, κάτι mobile apps. Δέκα ήταν στο σύνολο. Το Σπανουδάκη από την Πινιάτα.

Παναγιώτης: Σίγουρα θα έκανες και το e-shop. Το Eventora.

Ράνια: Δεν έκανα το e-shop.

Παναγιώτης: Δεν έκανες το e-shop.

Ράνια: Θα σου πω γιατί. Ήταν το thesis, είχε να κάνει με ελληνικές startups και το internationalization των...

Παναγιώτης: Α, οκ.

Ράνια: Έπρεπε να βγαίνουν εκτός Ελλάδας.

Παναγιώτης: Οκ. Άρα ούτε skroutz.

Ράνια: Ούτε skroutz.

Παναγιώτης: Ούτε e-shop.

Ράνια: Ούτε, ούτε.

Παναγιώτης: Οκ.

Ράνια: Έπρεπε να υπάρχει αυτό το element του θέλω να βγω εκτός. Και το πόσο οι επενδυτές μας βοήθησαν, δεν βοήθησαν, αυτό ήταν το θέμα της πρακτικής του thesis. Και έκανα λοιπόν interviews εκεί στους founders. Οπότε ακόμα πιο πολύ έμπαινα μέσα σε αυτό και μου άρεσε πάρα πολύ να ακούω τα δικά τους τα stories. Και κάπως έτσι κάποιοι από αυτούς τους founders μου έκαναν interview πίσω. Δηλαδή κατά τη διάρκεια αυτού του interaction...

Παναγιώτης: Ε, βέβαια.

Ράνια: Μου είπαν, μήπως θα ήθελες να μπεις εδώ κτλ. Και έτσι πήρα δύο-τρία offers από αυτούς τους founders. Γιατί τώρα και να μπω στο πώς ξεκινάει το ταξίδι. Εκεί είναι μέσα στο μεταπτυχιακό που κατάλαβα ότι εγώ θέλω να κάνω αυτό. Οπότε λέω, ωραία, πώς θα το κάνω αυτό; Ιδέα δεν έχω. Δεν ξέρω τι σημαίνει φτιάχνω εταιρεία, δεν ξέρω τι σημαίνει φτιάχνω product, πώς κάνω hiring, τι σημαίνει fundraising. Ναι. Ιδέα δεν έχω. Πώς θα το κάνω λοιπόν; Αυτή τη στιγμή με αυτά που ξέρω, πάω μέσα να μάθω.

Παναγιώτης: Η διαίσθηση ήταν σωστή γιατί έχουμε κάνει μια έρευνα στην Endeavor που χαρτογραφούμε τις πορείες ανθρώπων που έχουν ξεκινήσει πολύ, πολύ, πολύ πετυχημένα startups. Και 70% των founders αυτών ή έχουν ξεκινήσει άλλο startup πριν, ή έχουν δουλέψει για startup πριν ξεκινήσουν τη δική τους εταιρεία. Είναι πολύ σημαντικό. Άμα θες να ξεκινήσεις startup, πήγαινε να δεις πώς...

Ράνια: Ακριβώς. Θα τα μάθεις, αλλά μπορείς να τα μάθεις πιο γρήγορα.

Παναγιώτης: Ακριβώς.

Ράνια: Μπορείς να δεις πώς τα κάνουν οι άλλοι, να μάθεις από τα λάθη των άλλων τουλάχιστον.

Παναγιώτης: Πού πήγες; Σε ποιο πήγες εσύ;

Ράνια: Στην Πινιάτα αποφάσισα να πάω. Εκεί τότε ήταν στο σημείο που άλλαζε το μοντέλο από B2C σε B2B, οπότε μου φάνηκε και αυτό exciting. Ξεκινάω λοιπόν από

marketing. Βέβαια, υπήρχε απόλυτη διαφάνεια και στο hiring process. Του έλεγα, εγώ θέλω να έρθω γιατί θέλω σε δύο-τρία χρόνια να ξεκινήσω κάτι δικό μου.

Παναγιώτης: Α, ήσουν open;

Ράνια: Εξαρχής, ναι. Και θέλω να βοηθήσω όσο μπορώ την εταιρεία. Θα δουλέψω. Θέλω ταυτόχρονα να μάθω, οπότε θέλω από σένα αυτό. Να μάθω όσο περισσότερα μπορώ.

Παναγιώτης: Το πιο ενδιαφέρον είναι να καταλάβουμε λίγο, εσύ γιατί διάλεξες την Πινιάτα; Γιατί έκανες συνεντεύξεις από πολλούς founders, οπότε λογικά είχες επιλογές.

Ράνια: Ναι, ναι, ναι.

Παναγιώτης: Τι σε έκανε να διαλέξεις την Πινιάτα; Ήταν ο founder;

Ράνια: Ήταν ο founder και το vision αυτό της αλλαγής, ότι είμαστε αυτή τη στιγμή εδώ και θέλουμε να κάνουμε αυτό. Και έρχεσαι στο κατάλληλο σημείο ώστε να μπορέσουμε μαζί να κάνουμε αυτό. Και είχε νόημα όλο αυτό το μοντέλο που πηγαίναμε να φτιάξουμε. Νομίζω ο τρόπος που μου το πούλησε ο founder.

Παναγιώτης: Τι ωραία.

Ράνια: Ε, βέβαια.

Παναγιώτης: Για μίλα μας λίγο για την Πινιάτα και τι κάνεις εκεί.

Ράνια: Ξεκίνησα στο marketing. Marketing assistant, ας πούμε, έκανα έρευνες κτλ. Είχε αρκετό δημιουργικό κομμάτι η εταιρεία εκείνη. Και μετά πέρασα σε ένα ρόλο που σήμερα, δεν ήξερα τότε αυτόν τον ορισμό, αλλά σήμερα θα το έλεγα chief of staff. Γιατί έκανα τα πάντα. Τα πάντα, βοηθώντας τον founder σαν δεξί του χέρι. Οπότε πήγα μετά στο Σαν Φρανσίσκο και τον βοηθούσα στο κομμάτι του fundraising, στο κομμάτι του business development, στο κομμάτι του ενδεχομένου να βρούμε κάποιον αγοραστή για την εταιρεία. Οτιδήποτε. Ήμουν από πίσω. Έκανα τις έρευνες, βοηθούσα με τα decks. Όλο αυτό το κομμάτι της βοήθειας των founders.

Παναγιώτης: Και πώς εξελίσσεται αυτό;

Ράνια: Η εταιρεία δεν προχώρησε. Εκεί στο 2016 έκλεισε. Τέλος πάντων, πουλήθηκε. Θεωρούσα ότι ίσως τώρα είναι η ώρα να το κάνω το βήμα. Πάλι δεν ένιωσα έτοιμη. Και εκεί είχα γνωρίσει τους founders της Avocarrot. Που μου λένε, ok, έλα να μας βοηθήσεις και εμάς. Θέλουμε ένα αντίστοιχο ρόλο. Και είμαστε σε διαδικασία που σύντομα και εμείς θα κάνουμε exit. Οπότε έλα να μας κάνεις join. Να δεις και αυτό το κομμάτι πώς γίνεται. Και ξεκινάς μετά.

Παναγιώτης: Τις ξέρω και τις δύο εταιρείες. Ξέρω ότι υπάρχουν πολλά κοινά στοιχεία. Πες μας λίγο τι έκανε η Πινιάτα και τι έκανε η Avocarrot. Πολύ σύντομα.

Ράνια: Η Πινιάτα ήταν ένα B2C app, το οποίο έκανε διαδραστικές κάρτες. Ήταν αρκετά καινοτόμο για την περίοδο. Δηλαδή τότε χρησιμοποιούσε το hardware του κινητού, π. χ. για να σου στείλω εσένα ένα βίντεο Happy Birthday. Και εσύ θα φυσούσες και θα έσβηνες τα κεράκια, π. χ. Οπότε χρησιμοποιούσε το hardware για να κάνει interactive αυτές τις κάρτες. Το οποίο στην Ελλάδα δεν είναι τόσο, δεν έχει τόσο νόημα, αλλά στην Αμερική υπάρχει αυτή η κουλτούρα των greeting cards. Είχε περισσότερο νόημα. Και τότε όταν έκανα εγώ join, το γυρίζαμε σε B2B για να δίνουμε αυτή την τεχνολογία σε εταιρείες, σε agencies, σε creative agencies, σε advertising agencies για να χρησιμοποιήσουν, να δημιουργούν μάλλον content.

Παναγιώτης: Ακριβώς.

Ράνια: Εκείνο που σου είπα ότι μου έκανε πιο πολύ νόημα. Η Avocarrot ήταν μια εταιρεία στο ad tech, advertising tech, που έκανε mobile ads. Διαφημίσεις στο κινητό, native όμως, που προσαρμόζονται στο look and feel του περιεχομένου της εφαρμογής.

Παναγιώτης: Αρχίζουμε και διακρίνουμε καταρχάς ένα ένα path και ένα focus.

Ράνια: Στο e-commerce, στο tech.

Παναγιώτης: Στο retail, στο tech, στο κινητό. Και κάνεις join την Avocarrot. Τι ημερομηνία είναι αυτό;

Ράνια: Νομίζω αρχές του 2016. Και μετά από εννιά μήνες αγοράστηκε η εταιρεία. Γίνεται το acquisition και το exit.

Παναγιώτης: Μια εταιρεία που δεν πήγε καλά, δεν πέτυχε και μια εταιρεία που έκανε ένα successful exit. Θες να μας συγκρίνεις λίγο πώς ένας άνθρωπος που εργάζεται σε αυτές τις εταιρείες νιώθει και τα δύο;

Ράνια: Εγώ είχα τη χαρά αυτό να δω λίγο τι πρέπει να κάνεις, τι δεν πρέπει να κάνεις, ποια λάθη να αποφύγεις, πόσο σημαντική είναι η ομάδα. Ειδικά στην Avocarrot έκαναν κάποια πράγματα πάρα πολύ σωστά και μου είχε κάνει και εντύπωση τότε όντας κάποια που είχε δει ήδη μια άλλη startup γιατί τα παιδιά ήταν η πρώτη τους.

Παναγιώτης: Ναι, βέβαια.

Ράνια: Και έβλεπα με πώς, ξέρεις μου έκανε εντύπωση το πώς λειτουργούν κάποια processes ή το πώς κάνουν το hiring κτλ. που δεν τα είχαν δει από κάπου, αλλά είχαν ένα ένστικτο ότι με αυτόν τον τρόπο θα πρέπει να γίνεται αυτό, ή μάλλον αυτό δεν θα πρέπει να το κάνουμε έτσι. Εγώ όταν έκανα join εκεί, ξεκίνησα στο sales, έκανα business development και sales. Οπότε πάω πίσω στην ιστορία, έχω δει marketing, έχω δει λίγο fundraising, λίγο business development κτλ., λίγο support εκεί σε αυτό το κομμάτι και στην Avocarrot ξεκινάω για business development και sales.

Παναγιώτης: Που πουλάς σε ποιους;

Ράνια: Σε publishers, σε advertisers. Η Avocarrot ήταν στη μέση, ας πούμε, και είχε τους publishers και τους advertisers. Πέρασα και από τα δύο. Φτάνουμε στο σημείο που γίνεται εξαγορά. Άλλα learnings από εκεί. Δηλαδή είδα μετά πώς είναι η μετάβαση από το startup σε ένα μεγαλύτερο οργανισμό. Πώς ενσωματώνονται οι δύο ομάδες, τα politics, λίγο οι κουλτούρες, γιατί είχαμε διαφορετικές κουλτούρες, Ελλάδα, Ισραήλ, Γερμανία.

Παναγιώτης: Τη στιγμή που μου είπες ότι είσαι στο μεταπτυχιακό και κάνεις συνεντεύξεις founders και θες να γίνεις founder, σκέφτομαι έναν άνθρωπο, δηλαδή, ο οποίος έχει πάρει μια καρότσα μαζί του και προσπαθεί να βάλει, να μαζέψει πράγματα πάνω για να ξεκινήσει το δικό του όνειρο.

Ράνια: Ναι, ναι.

Παναγιώτης: Και ότι όσο δεν συμβαίνει αυτό, όσο δεν έχει ξεκινήσει τη δική σου startup, είσαι σε μια διαδικασία προετοιμασίας.

Ράνια: Σωστά. Σε όλο αυτό το χρόνο.

Παναγιώτης: Άρα και καταλαβαίνω ότι και αυτό ακόμα το κομμάτι που η Avocarrot έχει εξαγοραστεί και δουλεύει με μια μεγάλη πολυεθνική, είναι κρίσιμο.

Ράνια: Βέβαια.

Παναγιώτης: Στην προετοιμασία σου. Γιατί μαθαίνεις πώς λειτουργεί μια μεγάλη πολυεθνική, πώς είμαστε να δουλεύουμε με διεθνές score, πώς γίνεται μια εξαγορά, μια συγχώνευση.

Ράνια: Σωστά.

Παναγιώτης: Και σίγουρα πώς και ένα από τα paths που έχει ένα startup.

Ράνια: Ακριβώς όπως το λες. Μάζευα στη φαρέτρα μου skills. Γιατί ήταν αυτό το αυτό το goal από την αρχή. Δηλαδή το να φτιάξω αυτό που λέμε το T-shaped skill set. Να έχω δει σε εύρος όσο περισσότερα πεδία γίνεται και να έχω βάθος σε κάτι. Επέλεξα να έχω βάθος σε ό,τι έχει να κάνει με πωλήσεις και business development και να έχω εύρος σε όλα τα υπόλοιπα. Οπότε πήρα πάρα πολλά πράγματα από αυτή την εμπειρία. Αφού λοιπόν έχω δει marketing, fundraising, business development, πωλήσεις κτλ., αυτό που ένιωσα ότι μου λείπει είναι το product. Και να έρθω λίγο πιο κοντά στο tech.

Παναγιώτης: Οκ.

Ράνια: Αφού έχει γίνει η εξαγορά, πλησίασα τα παιδιά και λέω παιδιά, θέλω αυτή τη στιγμή αυτό που νιώθω ότι μου λείπει για να κάνω το δικό μου το βήμα είναι το product. Και θα ήθελα να μου δώσετε αυτή τη δυνατότητα να μπω λίγο σαν product manager, να μάθω.

Παναγιώτης: No technical skills.

Ράνια: Σωστά. Δεν είμαι engineer, αλλά ήμουν Tech-savvy ας πούμε, και είχα ένα πράγμα. Προσπαθούσα να κάνω πράγματα μόνη μου. Να είμαι αυτόνομη όσο περισσότερο γίνεται. Το έχω σαν...

Παναγιώτης: Ναι.

Ράνια: Νομίζω είναι έντονα στην προσωπικότητά μου. Οπότε έκανα και commits, ξέρω εγώ, στο... Όντας στο business development, έκανα και εγώ, έγραφα λίγο κώδικα, για να καταλαβαίνω κάποια πράγματα. Οπότε ήμουν Tech-savvy και ήταν αρκετά βαρύ τεχνολογικό προϊόν, οπότε είχα γνώση.

Παναγιώτης: Και τους λες, θέλω να πάω στο product.

Ράνια: Και τους λέω, θέλω να πάω στο product. Και μου έδωσαν, να 'ναι καλά, την ευκαιρία να πάω στο product. Έγινα product manager. Πάρα πολύ σύντομα έγινα η director του product, του retargeting product, που ήταν το flagship product της εταιρείας, της μαμάς εταιρείας. Και είχα μετά και αυτό που είπες, να διαχειριστώ ομάδες σε διάφορες χώρες, από sales κτλ., από Κίνα μέχρι Βραζιλία.

Παναγιώτης: Τι σημαίνει director του product; Σημαίνει ότι διαχειρίζεσαι engineers οι οποίοι...

Ράνια: Engineers και sales και όλα.

Παναγιώτης: Όλο.

Ράνια: Όλο το product management, ναι. Σαν μικρή startup μέσα στην εταιρεία.

Παναγιώτης: Ακριβώς. Και κόσμο που ενδεχομένως να θέλει να ασχοληθεί με product και να μην είναι και engineer ο ίδιος, ή να γράφει κώδικα ο ίδιος. Υπάρχει κάποια συγκεκριμένη δυσκολία στο να διαχειριστείς αυτούς τους ανθρώπους όταν είσαι ένας άνθρωπος ο οποίος δεν έχει necessarily τα tech skills.

Ράνια: Ό,τι δεν έχεις ή θα το καλλιεργήσεις ή θα το πάρεις από κάπου αλλού. Οπότε είχα δίπλα μου έναν πολύ ικανό, ας πούμε, ήταν ο tech lead και με βοηθούσε σε ό,τι

είχε να κάνει με πράγματα με τα οποία δεν καταλάβαινα ή δεν μπορούσα εγώ εκείνη τη στιγμή να έχω τη γνώση.

Παναγιώτης: Και πόσο καιρό διαρκεί αυτό;

Ράνια: Έμεινα από την αρχή μέχρι το τέλος τέσσερα χρόνια ακριβώς. Τέσσερα χρόνια ακριβώς και μια μέρα έφυγα από την εταιρεία και λέω τέλος, θα σταματήσω από εδώ γιατί παράλληλα όλα αυτά τα χρόνια εγώ προσπαθούσα να κάνω, είχα κάνει, είχα προσεγγίσει και κάποιους συναδέλφους μου και κάτι άλλα άτομα.

Προσπαθούσα στο μυαλό μου έλεγα, ok, τώρα θα φτιάξω την ομάδα, θα βρω τους co-founders και μετά θα αποφασίσουμε μαζί ποια είναι η ιδέα, τι είναι αυτό στο οποίο θα δουλέψουμε και έτσι θα πάει. Τελικά δεν πέτυχε αυτό. Έκανα δύο-τρεις τέτοιες απόπειρες και δεν προχωρούσε όσο ήμασταν σε άλλες δουλειές.

Οπότε λέω θα σταματήσω τη δουλειά αυτή, θα κάνω focus στο να βρω ποιο είναι το επόμενο μου βήμα, θα το προχωρήσω μέχρι ένα σημείο, θα το φτάσω σε ένα σημείο που θα πω ότι έχω κάποιο validation και τότε θα προσεγγίσω αυτούς που θέλω να κάνω co-founders.

Όλη αυτή την περίοδο λοιπόν εγώ ήμουν σε αναζήτηση του ποιο είναι το επόμενο μου βήμα. Οπότε ξέρεις έχεις λίγο τα μάτια σου ανοιχτά για το τι προβλήματα σαν άνθρωπος αντιμετωπίζεις στη ζωή σου και προσπαθούσα όσο γίνεται να χρησιμοποιήσω και το skill set που έχω φτιάξει ήδη, ή το network που έχω φτιάξει ήδη. Π.χ. στην Avocarrot εγώ μιλούσα συνέχεια με merchants, μιλούσα με agencies. Το κομμάτι του, το funnel μάλλον του e-commerce ήταν κάτι στο οποίο δούλευα.

Δηλαδή αυτό που σου είπα πριν ότι ήταν το retargeting product, το retargeting σημαίνει να έχεις δει ένα προϊόν και σε таргетάρω, το βλέπεις, το ξαναβλέπεις για πολλές μέρες τέλος πάντων μέχρι να καταφέρω να σε πείσω να το αγοράσεις. Οπότε αυτό είναι ένα funnel. Εμείς δηλαδή δουλεύαμε στο πώς θα φέρουμε όσο περισσότερους χρήστες γίνεται μέσα στο site και πληρωνόμασταν για το conversion, για την πώληση που γίνεται στο τέλος. Από εδώ μέχρι εδώ είναι μια τεράστια απόσταση.

Παναγιώτης: Ναι, φυσικά.

Ράνια: Οπότε ήδη μπαίναμε εμείς μέσα σαν consultants επειδή ήταν και δικό μας μάλλον όφελος να έχει περισσότερες πωλήσεις ο έμπορος. Να του πούμε ναι, αλλά κοίτα εδώ τι κάνεις στο checkout σου, είναι πάρα πολύ κακό αυτό το user experience. Μπαίναμε εκεί.

Παναγιώτης: Είδες ένα πρόβλημα και ήταν το checkout.

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Έχοντας δουλέψει σε όλο το funnel.

Ράνια: Σε όλο το funnel και γενικότερα εμείς τείνουμε να λέμε το πρώτο κομμάτι του funnel είναι αυτό που μετράει. Ρίξε περισσότερη διαφήμιση. Ναι, αλλά αν το χάνεις όλο εκεί είναι να...

Παναγιώτης: Ξοδεύεις περισσότερα λεφτά τελικά.

Ράνια: Χωρίς κανένα λόγο. Οπότε λέμε μετά, παράλληλα μάλλον διαβάζω, βγαίνει ένας συνδυασμός ερευνών από το Baymard Institute το 2020 που κάνει focus ακριβώς στα προβλήματα του checkout, στα καλάθια που εγκαταλείπονται, ένα τεράστιο ποσοστό, γύρω στα 9 στα 10 στο κινητό και μπαίνει λίγο και πιο μέσα ποιοι είναι οι λόγοι που γίνεται αυτό. Και τουλάχιστον 3-4 στους 10 λόγους έχουν να κάνουν με την κακή εμπειρία.

Παναγιώτης: Ναι, ναι, ναι.

Ράνια: Οπότε αν το πας ένα βήμα παρακάτω, αν βελτιώσεις την εμπειρία, θα έχεις περισσότερες πωλήσεις, θα έχεις λιγότερα εγκαταλειμμένα καλάθια. Μια τόσο απλή ιδέα. Δηλαδή έτσι ξεκίνησε.

Παναγιώτης: Η ιδέα είναι φανταστική, είσαι exposed, την έχεις δουλέψει πολλά χρόνια, ξέρεις ποια είναι η λύση, αλλά από αυτό μέχρι να φτιάξεις την τεχνολογία πάλι έχει πολύ μεγάλο κόστος.

Ράνια: Σωστό.

Παναγιώτης: Τι είναι τα βήματα εκεί;

Ράνια: Ξεκινάω να διαβάζω. Αρχικά μου έκανε εντύπωση γιατί δεν υπάρχει κάτι τέτοιο. Λέω, ok, έχουμε Facebook login, έχουμε Google login. Δηλαδή το προφίλ μου σαν third party service, η Google το έχει για το όνομά μου και το email μου και τον κωδικό μου. Γιατί να μην έχει ένα πιο μεγάλο προφίλ; Να έχει τις διευθύνσεις μου, να έχει ...

Παναγιώτης: Την κάρτα μου.

Ράνια: Την κάρτα μου, ή τους τρόπους με τους οποίους πρέπει να πληρώνω. Και διάβασα λοιπόν και κατάλαβα μετά γιατί δεν υπάρχει, γιατί η Amazon την είχε πατεντάρει αυτή την τεχνολογία για 20 χρόνια. Και είχε μόλις λήξει ένα χρόνο πριν, δύο χρόνια πριν, είχε μόλις λήξει αυτή η πατέντα.

Παναγιώτης: Οκ, άρα...

Ράνια: Οπότε λέω, ωπ, και το timing.

Παναγιώτης: Έπιασες το κύμα φουλ.

Ράνια: Σωστά. Και μόλις είχε σηκώσει...

Παναγιώτης: Πονηρή η Amazon.

Ράνια: Πονηρή η Amazon και όσο μπορούσε να το κρατήσει, το κράτησε.

Παναγιώτης: Το κράτησε. Δεν το ήξερα.

Ράνια: Το one-click checkout, ναι, η πατέντα του one-click checkout ήταν patented.

Παναγιώτης: Αυτό ήταν η πατέντα, το one-click checkout. Να κρατάει τα στοιχεία σου.

Ράνια: Ναι, και το πώς δουλεύει αυτό έτσι σαν marketplace και είναι σαν source of truth για τα δεδομένα σου και μπορεί να τα μοιράζεται σε διαφορετικούς εμπόρους, ας πούμε, από κάτω.

Παναγιώτης: Και ανοίγει αυτό το 2017.

Ράνια: Το τέλος του 2018 νομίζω άνοιξε η πατέντα. Το 2020, παράλληλα με εμένα, είχε βγει μια άλλη εταιρεία στην Αμερική που είχε κάνει πολύ μεγάλο ντόρο και είχε σηκώσει 120 κάτι εκατομμύρια τέλος πάντων από index από πολύ μεγάλες εταιρείες. Και λέω, ok, έχουμε και αυτό στην Αμερική, υπάρχει εκεί validation.

Παναγιώτης: Άμα γίνεται εκεί, γιατί όχι και εδώ.

Ράνια: Ακριβώς. Εμείς λέμε θα κάνουμε αυτό το πράγμα για την Ευρώπη, που έχει άλλες δυσκολίες, είναι πολύ κατακερματισμένη. Το πρόβλημα πρέπει να γίνει, να προσαρμοστεί στην κάθε χώρα. Δεν μπορείς να έχεις μία λύση για κάθε χώρα. Έχουμε πολύ διαφορετικά κριτήρια αγοραστικά από χώρα σε χώρα. Οπότε είναι πιο δύσκολο, αλλά πολύ πιο ενδιαφέρον σαν πρόβλημα. Και λέμε αυτό, πάμε να το κάνουμε. Ξεκινάω, φτιάχνω το business plan, αρχίζω να μιλάω με κόσμο, να μιλάω

με πελάτες, με εμπόρους για να καταλάβω, να πάρω έτσι λίγο feedback. Το ίδιο και με χρήστες. Όπως είπες εσύ, κάτι τέτοιο τόσο απλό πώς θα σου φαινόταν. Μαθαίνω να κάνω design. Έκανα όλο το checkout, όλα τα dashboards, user dashboards του shopper και του merchant. Εγώ ήμουν η designer της εταιρείας για πάνω από ένα χρόνο.

Παναγιώτης: Πώς έμαθες να κάνεις design;

Ράνια: Μόνη μου, στο Figma, είναι πάρα πολύ... Ναι, με YouTube κτλ.

Παναγιώτης: Να πάρω μια ευκαιρία να μιλήσω στον ακροατή μας ότι από εδώ και πέρα αυτά δεν θα χρειάζεται να τα κάνεις γιατί έχεις το AI.

Ράνια: Το AI, ακριβώς.

Παναγιώτης: Και φανταστείτε πόσο ανοίγει.

Ράνια: Εννοείται. Και πόσο πιο εύκολα τα κάνει όλα.

Παναγιώτης: Η επιχειρηματικότητα. Έτσι, πόσο θα... Τι κύμα επιχειρηματικότητας και δημιουργικότητας θα δούμε. Γιατί όλα αυτά που εσύ έπρεπε να διαβάσεις και να μάθεις και να... Ξέρεις, πόσους μήνες αφιέρωσες ενδεχομένως.

Ράνια: Τώρα είναι ένα prompt.

Παναγιώτης: Τώρα είναι ένα prompt. Είναι μια πολύ καλή ερώτηση.

Ράνια: Σωστό.

Παναγιώτης: Ουάου. Είσαι από τους τελευταίους...

Ράνια: Ναι.

Παναγιώτης: Χειρωνακτικούς entrepreneurs.

Ράνια: Και πάλι καλά που υπήρχε και αυτό το εργαλείο, έτσι. Γιατί εγώ για μένα τότε ήταν φανταστικό το ότι έχω το Figma και μπορώ να κάνω όλα αυτά τα πράγματα χωρίς να έχω σπουδάσει, ας πούμε.

Παναγιώτης: Ναι.

Ράνια: Ή να αφιερώσει άπειρες ώρες.

Παναγιώτης: Άρα φτιάχνεις το Figma μόνη σου.

Ράνια: Φτιάχνω τα πάντα. Ναι. Τη φόρμα. Και ήμασταν σχεδόν, ίσως ενάμιση χρόνο, ήμασταν με αυτά τα designs που είχα φτιάξει εγώ τα πρώτα.

Παναγιώτης: Πώς βρίσκεις στους co-founders; Πώς βρίσκεις την ομάδα;

Ράνια: Αυτό ήταν το πιο δύσκολο κομμάτι. Η ομάδα, το πώς να χτίσεις την ομάδα.

Παναγιώτης: Φυσικά.

Ράνια: Αφού έχω λοιπόν αυτό το business plan και έχω έτσι ένα πρώτο validation, ταυτόχρονα μιλάω με πάρα πολύ κόσμο. Από shoppers, από εμπόρους, από επενδυτές, angels κτλ. Και η ομάδα λίγο έτσι να καταλάβω τι μπορώ να πάρω. Μίλησα λοιπόν μετά στον Άλεξ. Ο Άλεξ είναι ο co-founder μου αυτή τη στιγμή, CEO της εταιρείας. Και ο οποίος στην αρχή ήθελε να μπει σαν επενδυτής. Ήταν τότε στην Credit Suisse αυτός, στην Ελβετία, εννιά χρόνια. Γι' αυτό που σου λέω πριν για το opportunity cost και πόσο δύσκολο είναι να πείσεις κάποιον χωρίς να έχεις κάτι.

Παναγιώτης: Πώς αφήνεις την Ελβετία και την Credit Suisse;

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Για να έρθεις στην Ελλάδα;

Ράνια: Για να έρθεις στην Ελλάδα.

Παναγιώτης: Το '20;

Ράνια: Το '20, '21 πλέον, ναι. Φαντάσου υπήρχε περίπτωση να το κάνω αυτό χωρίς να έχω κάτι να του δείξω; Να του έλεγα, έλα και βλέπουμε; Όχι, δεν γίνεται. Ο Άλεξ στην αρχή ήθελε να μπει ως επενδυτής, έτσι όπως τα συζητήσαμε, και μετά με την τριβή σιγά σιγά κατάλαβε ότι θέλει να είναι λίγο πιο hands-on. Και μου λέει, ξέρεις, τελικά όχι, δεν θέλω μόνο να είμαι επενδυτής, θέλω να μπω και να είμαστε...

Παναγιώτης: Είναι ακόμα στην Ελβετία όμως, δεν έχει γυρίσει.

Ράνια: Ναι, εδώ, και Ελβετία και εδώ. Ναι, και Ελβετία και εδώ.

Παναγιώτης: Η πανδημία εσένα πρέπει να σε ωφέλησε και για δύο λόγους. Γιατί όσο ψάχνεις, καταρχάς, το e-commerce γίνεται ξαφνικά, είναι προφανής η ευκαιρία σε όλο τον κόσμο.

Ράνια: Ναι.

Παναγιώτης: Καταλαβαίνουμε όλοι ότι όλος ο κόσμος θα αρχίσει να ψωνίζει πιο πολύ ηλεκτρονικά. Άρα αν εγώ ήμουν υποψήφιος co-founder σου, θα με έπειθες πιο εύκολα. Αλλά την ίδια στιγμή οι Έλληνες που είναι στο εξωτερικό, αυτές οι μυαλάρες που είναι σε όλο τον κόσμο, ή έχουν γυρίσει πίσω, ή ψάχνουν τρόπο να γυρίσουν πίσω.

Ράνια: Εκεί ήταν ακριβώς και ο Άλεξ. Τότε έψαχνε τρόπο, λόγο μάλλον, να γυρίσει και εκείνος στην Ελλάδα. Και να ασχοληθεί και με κάτι δικό του, πόσο μάλλον με κάτι που πίστευε.

Παναγιώτης: Ναι. Ωραία. Και βρίσκεις τον founder τον έναν.

Ράνια: Είμαστε τρεις.

Παναγιώτης: Τρεις co-founder. Πες μας λίγο τα πρώτα βήματα, ο επόμενος πώς ήρθε.

Ράνια: Ναι, ναι, ναι. Οι δυο μας λοιπόν πλέον, εγώ με τον Άλεξ, προσπαθούμε να πείσουμε τον Σπύρο, ο οποίος δούλευε στην Blam. Στο άλλο σε Endeavor Entrepreneur, σωστά;

Παναγιώτης: Είναι στο scale-up.

Ράνια: Λοιπόν, οπότε έπρεπε να πείσουμε και εμείς λοιπόν τον Σπύρο να αφήσει την Blam και να έρθει σε εμάς. Βοήθησε και ο Άλεξ προφανώς εκεί. Σου λέει, κοίτα εγώ τι κάνω, κοίτα τι αφήνω. Έλα. Δεν έχουμε κάτι να χάσουμε. Πάμε για κάτι μεγάλο. Και τον πείσαμε και έτσι ξεκινήσαμε. Και το ένα έφερε το άλλο. Δηλαδή έτσι σιγά σιγά το χτίσαμε. Μετά οι τρεις μας φέραμε τους άλλους δύο που ήταν πρώην Anocarro, είχαμε δουλέψει μαζί και στην Κλίσπα κτλ. Πήραμε τους πιο δυνατούς τότε. Και ξεκινήσαμε να φτιάχνουμε την ομάδα. Ήμασταν αυτοί οι core πέντε, τα core πέντε άτομα. Και ξεκινά το fundraising. Είχαμε κάποια πρώτα χρήματα. Και πηγαίναμε για το pre-seed έτσι για το πιο μεγάλο round. Μιλάγαμε ταυτόχρονα με angels, ταυτόχρονα με funds. Ήταν λίγο πιο εύκολα τα πράγματα θα πω το 2021. Όχι λίγο, αρκετά πιο εύκολα. Είχαμε και αυτό που σου είπα πριν, το case στην Αμερική της εταιρείας αυτής που είχε σηκώσει σε παρόμοιο level με εμάς. Δηλαδή μόλις είχε βγάλει product, είχε σηκώσει 100 κάτι εκατομμύρια. Μπήκαν οι πρώτοι angels, μετά από τους πρώτους angels μιλήσαμε με ελάχιστα funds. Ένα από τα πρώτα funds που μιλήσαμε ήταν το Venture Friends και ο Απόστολος, ο οποίος πίστεψε κατευθείαν και σε εμάς και στην...

Παναγιώτης: Έξπερτ στο e-commerce.

Ράνια: Έξπερτ στο e-commerce, έξπερτ στα marketplaces. Κατάλαβε ακριβώς το pain point. Ήταν ακριβώς αυτό που θέλαμε και εμείς σαν επενδυτή. Και το δεύτερο fund που μπήκε ήταν η MMC Ventures, που fun fact, ξεκίνησε από ένα cold, ένα μήνυμα που έστειλα εγώ στο LinkedIn στην κοπέλα που δούλευε εκεί, χωρίς κανένα introduction, χωρίς τίποτα. Και προχώρησε και έγινε...

Παναγιώτης: Ξέρεις πόσα επεισόδια έχουμε κάνει με founders οι οποίοι λένε, ο επενδυτής μου ήρθε από cold LinkedIn message. Και πόσο σημαντικό είναι το cold. Αλλά δεν χρειάζεται να το πει κανείς σε εσένα γιατί έχεις περάσει από sales.

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Που τα sales νομίζω ότι αυτό που σφυρηλατούν είναι, βρες λύση, βρες τρόπο να τους μιλήσεις.

Ράνια: Βρες τρόπο να ανοίξεις την πόρτα. Αυτό ήταν το θέμα μου. Δηλαδή αυτό το cold email ήταν ο τρόπος που βρήκα για να τους μιλήσω αρχικά και μετά να πάρουν όλα το δρόμο τους.

Παναγιώτης: Πόσο ήταν το pre-seed round αυτό;

Ράνια: Ένα εκατομμύριο.

Παναγιώτης: Και είχατε χρήματα λοιπόν για να κάνετε τι κυρίως σηκώσατε;

Ράνια: Τα χρήματα αυτά ήταν περισσότερο για να χτίσουμε product. Το product, ενώ ακούγεται πάρα πολύ απλό, σαν ιδέα και σαν έτσι υλοποίηση, είναι πάρα πολύ πολύπλοκο. Δηλαδή σου λέω ότι ο άλλος σήκωσε 100 εκατομμύρια για να το φτιάξει. Η άλλη επίσης εταιρεία είχε σηκώσει ένα δισεκατομμύριο νομίζω σύνολο μέχρι στιγμής, η Bolt, άλλος competitor στην Αμερική. Εντάξει, προφανώς δεν είναι όλα για το product, αλλά ένα πολύ μεγάλο κομμάτι έχει να κάνει με την υλοποίηση του product γιατί αυτό που προσπαθούμε να κάνουμε είναι να μιλήσει μία ενιαία γλώσσα, η Simpler γλώσσα, ας πούμε, με την κάθε γλώσσα στην οποία έχει φτιαχτεί το e-commerce, από ένα e-commerce κατάσταση από κάτω. Φτιάχνονται πάνω σε συγκεκριμένες πλατφόρμες. Και εμείς προσπαθούμε αυτό όλο το πράγμα να το ενοποιήσουμε.

Παναγιώτης: Για να μπορούν να σας χρησιμοποιούν όλοι.

Ράνια: Για να μπορούμε να δουλεύει αυτό το πράγμα cross-merchant, όπως λέμε. Και μετά όλες οι υλοποιήσεις από κάτω που έχουν να κάνουν με shipping, ότι έχουν να κάνουν όλες οι μέθοδοι πληρωμής. Είναι ένα βαρύ προϊόν. Δεν μπορείς να βγεις σε ένα MVP. Αρχικά, έτσι απλά.

Παναγιώτης: Μίλα μας λίγο για το solution λοιπόν αυτό που έχετε σχεδιάσει σήμερα. Τι παρέχει, πώς λειτουργεί, ποιο είναι το win για τους εμπόρους και πού βρίσκεται και η αγορά αλλά και το Simpler σήμερα.

Ράνια: Εμείς αυτό λοιπόν που θέλαμε να κάνουμε εξ αρχής είναι να απλοποιήσουμε το funnel αυτό. Να απλοποιήσουμε αυτή τη διαδικασία αγοράς. Ιδανικά να το κάνουμε και ένα κλικ αν γίνεται. Θέλεις να αγοράσεις κάτι από τη στιγμή που αποφασίζεις ότι θέλεις να το κάνεις, να μην είναι 4-5 λεπτά μετά και 30 βήματα, να γίνει πάρα πολύ απλά. Και με την έννοια του marketplace λοιπόν, όπως έχεις στο Amazon ή στο Skrutz ένα προφίλ και μπορείς να αγοράζεις πάρα πολύ εύκολα από διαφορετικούς εμπόρους, να μπορείς να το κάνεις σε κάθε έμπορο ξεχωριστά. Ένα ανάποδο marketplace. Αυτή είναι η ιδέα. Οπότε εμάς, εμείς αυτό που μετράμε είναι πρώτον η ευκολία, η ταχύτητα, πόσο αρέσει στον χρήστη αυτό το user experience,

πόσο τον βοηθάει να ολοκληρώσει την αγορά του, πόσο περισσότερες πωλήσεις φέραμε λόγω του καλού user experience. Όλα αυτά τα βλέπουμε. Δηλαδή είναι case studies τα οποία τρέχουμε με εμπόρους και έχουμε πραγματικά νούμερα γι' αυτό.

Παναγιώτης: Υπήρχαν άλλα παρόμοια wow moments και aha moments στο product development. Δηλαδή πώς βρίσκατε αυτές τις καινοτομίες;

Ράνια: Εμείς κινούμασταν με γνώμονα το πώς να το κάνουμε όσο πιο απλό γίνεται. Να αφαιρέσουμε friction από οπουδήποτε υπάρχει. Αν γίνεται. Αυτό που είπες και εσύ. Δηλαδή αν ήταν η ιδέα ότι έπρεπε πρώτα να σε βάλω να κάνεις εγγραφή κάπου, να βάλεις τα στοιχεία σου, να κάνεις authentication κτλ. και μετά ή να κατεβάσεις μια εφαρμογή, π. χ. ήδη εισάγεις friction. Οπότε εμάς ήταν η ιδέα πάρα πολύ απλή. Ούτως ή άλλως θα κάνεις checkout σε μια εταιρεία, σε ένα e-commerce. Αυτό το πρώτο σου checkout στη Simpler να είναι όσο πιο απλό γίνεται. Οπότε και από την πρώτη φορά που θα το χρησιμοποιήσεις να μπορούμε να δώσουμε value στον έμπορο. Και μετά από εκεί και πέρα αυτό να είναι και η εγγραφή σου στην υπηρεσία και να σε ακολουθεί οπουδήποτε αλλού πας. Ακολουθήσαμε δηλαδή λίγο το Apple Pay σαν user experience, στην απλότητά του, αλλά το κάνουμε λίγο πιο, ας πούμε, γενικό. Με το Apple Pay είναι ένας τρόπος πληρωμής, είμαστε ένας τρόπος αγοράς. Ένα πιο personal διαβατήριο αγορών.

Παναγιώτης: Σηκώνετε τα χρήματα, φτιάχνετε το προϊόν, καταφέρνετε να μιλάει, υποθέτουμε, τις περισσότερες πλατφόρμες ή βάζετε μια προτεραιοποίηση σε αυτές που είναι πιο must και λιγότερο μετά στις μικρότερες πλατφόρμες και αρχίζετε το sales.

Ράνια: Αρχίζουμε τα sales.

Παναγιώτης: Πώς έχει εξελιχθεί αυτό το μονοπάτι; Δηλαδή ποιοι ήρθαν; Έχεις ξεχωρίσει κάποια milestones στην εμπειρία του φέρνω τους πρώτους πελάτες, φέρνω τα πρώτα revenues.

Ράνια: Αυτό ήταν το πιο δύσκολο.

Τα sales ήταν το πιο δύσκολο μετά το hiring θα πω, γιατί εμείς προσπαθούσαμε να πουλήσουμε. Δεν πουλούσαμε κάτι που ήταν καλύτερο από κάτι άλλο που χρησιμοποιείς, ή πιο φθηνό, ή δεν είχαμε ένα benchmark, δεν είχαμε ένα...

Παναγιώτης: Είναι καινούργιο.

Ράνια: Ήταν ένας τελείως διαφορετικός τρόπος να αγοράσει κάποιος. Οπότε προσπαθούσαμε να τους πείσουμε πρώτα τους εμπόρους ότι έχεις αυτό το πρόβλημα, να καταλάβεις ότι έχεις αυτό το πρόβλημα και ότι εμείς μπορούμε να στο λύσουμε με αυτόν τον τρόπο.

Παναγιώτης: Ναι, έχεις ένα πολύ ακριβό task που είναι το education, να εκπαιδεύσεις τον πελάτη σου.

Ράνια: Σωστά. Αυτό. Το education. Έχει challenge και opportunity ταυτόχρονα, γιατί δεν έχεις και ανταγωνισμό, οπότε ξανά είναι ευκαιρία, αλλά έχει και αυτή την εγγενή δυσκολία. Και ξεκίνησα εγώ να κάνω sales. Ναι.

Παναγιώτης: Φυσικά, αφού έχεις κάνει.

Ράνια: Έχω κάνει sales, ναι. Και ένα από τα κανάλια που βρήκα, στην Ελλάδα τουλάχιστον, γιατί εμείς ξεκινήσαμε με την Ελλάδα σαν πρώτη test χώρα, λέμε, ok, έχουμε ένα δίκτυο εδώ πέρα. Προσπάθησα στην αρχή προφανώς να αξιοποιήσω τους επενδυτές κτλ. για να βρούμε intros σε πελάτες. Αλλά ένα από τα κανάλια τώρα

έτσι λίγο ανορθόδοξο που δούλεψε ήταν ότι πήγαινα εγώ με το προσωπικό μου προφίλ στο Messenger, στο Facebook και έστελνα σε agencies.

Παναγιώτης: Οκ.

Ράνια: Agencies, δηλαδή developers που έχουν φτιάξει sites, e-shops.

Παναγιώτης: Λοιπόν, άρα λοιπόν αντί να πηγαίνεις σε ένα-ένα τα e-shops, πήγες στις εταιρείες όπου τα e-shops τους ζητάνε να τους σχεδιάσουν το e-shop.

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Λες θα πάω σε κάποιον που πουλάει σε πολλά e-shops.

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Και να το προτείνει αυτός σαν λύση.

Ράνια: Ακριβώς αυτό. Ήθελα να το παρουσιάσω σε εκείνον, να τους πω, κοίταξε να δεις, εσύ καταλαβαίνεις από αυτά. Γιατί πολλές φορές όταν μιλάμε για μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν εμπιστεύονται το agency για όλα αυτά.

Παναγιώτης: Ναι, φυσικά. Έξυπνο, πολύ έξυπνο. Δούλεψε φαντάζομαι.

Ράνια: Δούλεψε, αυτό είναι που δούλεψε. Ναι και μέχρι και σήμερα το χρησιμοποιούμε σαν κανάλι πώλησης.

Παναγιώτης: Ουάου. Άρα και ποιοι είναι; Έχεις κάποια μεγάλα ονόματα που έρχονται πρώτα, φαντάζομαι δίνουν και ενέργεια στην ομάδα. Ξέρεις βάλαμε αυτή την εταιρεία, βάλαμε αυτό το μεγάλο e-commerce. Έχουν συμβεί τέτοια so far;

Ράνια: Η πρώτη στην Ελλάδα που ήταν ο Funky Buddha, που είναι μεγάλη εταιρεία. Και ίσως από τα πιο σημαντικά έτσι milestones είναι, έγινε χθες πρακτικά, είναι ο μεγαλύτερος που βάλαμε στην Ισπανία. Που είναι μεγαλύτερος πλέον και σε όλες μας τις χώρες που έχουμε παρουσία.

Παναγιώτης: Ουάου.

Ράνια: Και εκεί, ξέρεις, είναι ένα-ένα τα βηματάκια που σε πάνε σε άλλο level σαν εταιρεία.

Παναγιώτης: Άρα κάνατε onboard.

Ράνια: Το μεγαλύτερο μας έμπορο στην Ισπανία.

Παναγιώτης: Στην Ισπανία.

Ράνια: Ναι στην Ισπανία. Έχει διάφορα καταστήματα, έχει στην Ιταλία, εννοώ e-shops, Ιταλία, Πορτογαλία, Γαλλία, Αγγλία.

Παναγιώτης: Ουάου, συγχαρητήρια.

Ράνια: Ευχαριστούμε πολύ.

Παναγιώτης: Ναι, αυτό είναι, φαντάζομαι, ένα ωραίο milestone.

Ράνια: Εννοείται, γιατί και αυτό σου ξεκλειδώνει και άλλα. Αυτή η...

Παναγιώτης: Απόλυτα. Και νομίζω ότι ανοίγει και αυτό που, και κοιτώντας λίγο και το πού βλέπεις την ευκαιρία και πού βλέπεις τη στρατηγική σου. Εγώ καταλαβαίνω ότι είδες ένα αμερικάνικο story και λες, ok, πάμε να δούμε στην Ευρώπη τι κάνει. Άρα φαντάζομαι, υποθέτω, χωρίς να θέλω να μιλήσω για σένα, ότι η Ευρώπη είναι μέσα στη στρατηγική σου, έτσι, είναι μέσα στη στόχευσή σου.

Ράνια: Ακριβώς. Συνεχίζει και είναι. Προφανώς η Ευρώπη είναι ένα τεράστιο πράγμα, οπότε κάποιες χώρες στην Ευρώπη έχουν προτεραιότητα. Αγγλία, Ισπανία, Ελλάδα, συνεχίζουμε και υπάρχουμε, ξεκινήσαμε από εδώ, όπως είπα. Ιταλία,

Γαλλία, Γερμανία είναι από τις χώρες που θέλουμε να δούμε μετά, αλλά γενικότερα κάνουμε focus στην Ευρώπη γιατί ακριβώς υπάρχει κενό, δεν υπάρχει ανταγωνισμός, υπάρχει πρόβλημα και έχουμε τη λύση ήδη έτοιμη.

Παναγιώτης: Άρα λοιπόν η Ευρώπη είναι η στόχευσή μας. Φαντάζομαι γι' αυτό και σήκωσες πρόσφατα και ένα καινούργιο round. Pre-Series A.

Ράνια: Ναι, έτσι το κάναμε anonymous, ναι.

Παναγιώτης: Το οποίο ήταν και ένα πολύ ωραίο ποσό. Μίλα μας λίγο γι' αυτό και γιατί η πρώτη μου αυθόρμητη ερώτηση, γιατί Pre-Series A; Ενώ είναι πολύ μεγάλο ποσό, θα μπορούσε να είναι μια χαρά ένα ωραίο Series A. Τι βλέπεις στα decades;

Ράνια: Είναι θολές οι γραμμές, δεν ξέρω πλέον πώς είναι οι ορισμοί του Seed Series A. Το ανακοινώσαμε σαν Pre-Series A γιατί υπάρχουν κάποια δεδομένα expectations ως προς το πού πρέπει να βρίσκεται μια εταιρεία στο Series A.

Παναγιώτης: Οκ. Όχι ότι έρχεται και άλλο. Έρχεται σύντομα ένα επόμενο.

Ράνια: Όχι απαραίτητα, αλλά Seed δεν ήταν γιατί θα ήταν μεγάλο Seed, ενώ είμαστε πιο μετά από το Seed. Series A ακριβώς δεν είναι, γι' αυτό κάπως τέλος πάντων.

Παναγιώτης: Εγώ το βρίσκω μια χαρά εντυπωσιακό και Series A πάντως το νούμερο είναι 9 εκατομμύρια. Πες μας λίγο πώς τα σηκώσατε, γιατί τα σηκώσατε.

Ράνια: Ναι, μάλιστα. Έχει ενδιαφέρον αυτή η ιστορία, γιατί δεν έγινε όπως γίνεται παραδοσιακά το fundraising. Αυτό το round ήρθε από έναν πολύ μεγάλο, έναν κολοσσό, ας πούμε, στην τομή του e-commerce και του fintech που είμαστε και εμείς από την Ασία. Δεν μπορώ να αναφέρω το όνομά τους, αλλά η ιδέα είναι ότι εκείνοι μας προσέγγισαν και όλες οι συζητήσεις έγιναν με εκείνους. Δεν έγινε αυτό το roadshow να μιλήσω με investors, να προσπαθήσω.

Παναγιώτης: Άρα ήταν reactive, δεν βγήκες εσύ να σηκώσεις.

Ράνια: Ακριβώς. Ναι, δεν πήγαμε καν raise τότε, ναι. Μας προσέγγισαν, ήθελαν να δουν τι ακριβώς κάνουμε, πώς είναι το product. Εντυπωσιάστηκαν από το product, μιλήσαμε με το CPO της εταιρείας στο δεύτερο call και είπαν ότι, οκ, αυτό εδώ είναι πάρα πολύ δύσκολο που χτίζουν.

Παναγιώτης: Chief Product Officer.

Ράνια: Chief Product Officer.

Παναγιώτης: Αυτός που τρέχει το product αυτής της εταιρείας που λες, που είναι πολύ κοντά στο δικό σου universe. Άρα ο νούμερο ένα άνθρωπος.

Ράνια: Ναι, και επειδή ήθελαν την Ευρώπη, έκαναν target την Ευρώπη σαν αγορά, ήθελαν να βρουν κάποιον έτσι σαν partner συνεργατικά να βοηθήσει να μπουνέ και εκείνοι στην αγορά αυτή μέσα από αυτό το checkout προϊόν.

Παναγιώτης: Οκ.

Ράνια: Και λοιπόν εντυπωσιάστηκαν από το product που έχουμε χτίσει και μετά με τους πόρους που το είχαμε χτίσει, γιατί είχαμε σηκώσει ένα εκατομμύριο, θυμίζω, μέχρι στιγμής. Και το ένα έφερε το άλλο, βέβαια πήραν πάρα πολύ καιρό αυτές οι συζητήσεις, γιατί κινείται πολύ αργά αυτός ο οργανισμός, αλλά ήταν μόνο με εκείνους που συζητούσαμε μέχρι να βρούμε τους όρους της συνεργασίας, του round κτλ.

Παναγιώτης: Έχετε πολύ ωραία challenges κοιτώντας μπροστά.

Ράνια: Ναι, είναι από τα πιο ωραία, έτσι, με ρωτήσεις πριν για κάποια ωραία aha moments. Αυτό ήταν σίγουρα ένα aha moments, το ότι ήρθαν, μας προσέγγισαν,

εντυπωσιάστηκαν και αποφάσισαν να επενδύσουν σε εμάς και είμαστε η επένδυση που έχουν κάνει στο νωρίτερο στάδιο, ας πούμε, το earliest investment που έχουν κάνει ever.

Παναγιώτης: Α, οκ, φανταστικό. Πώς νομίζεις ότι σας βρήκανε;

Ράνια: Ξέρω πώς μας βρήκανε και είναι και αυτό ανορθόδοξο, πολλά ανορθόδοξα. Το CB Insights, το ξέρεις το CB Insights;

Παναγιώτης: Ναι, ναι, φυσικά.

Ράνια: Είναι ένα database από startups.

Παναγιώτης: Που γράφουν και reports πολλά.

Ράνια: Μπράβο. Μου έστειλαν το CB Insights. Χαίρετε, έχουμε αυτόν τον επενδυτή, ο οποίος θα ήθελε να σας γνωρίσει. Εμείς κάνουμε απλά το introduction. Αν είστε, κοίταγα, ξανακοίταγα, λέω είναι τώρα αυτό, μήπως είναι spam; Σκάμ μάλλον. Δεν πίστευα ότι όντως γίνονται έτσι τα πράγματα. Συνήθως τα αγνοώ αυτά τα emails.

Παναγιώτης: Ναι.

Ράνια: Και ήταν όντως legit, είδα ότι ήταν έτσι το email, λέω ωραία, ναι, ας γίνει το introduction. Και μίλησα μαζί τους και το ένα έφερε το άλλο. Μετά κάναμε αυτό το meeting με το CPO κτλ. Και ξεκίνησε αυτή η διαδικασία. Δεν περίμενα ποτέ να γίνει έτσι.

Παναγιώτης: Σε κάποια, η CB Insights πολλές φορές δημοσιεύει κάποιες χαρτογραφήσεις που λέει για κάποια industries ή verticals. Βάζει όλα τα logos που είναι μέσα σε αυτό το industry ή pioneers. Να το πω ότι λογικά σε κάποιο e-commerce...

Ράνια: Έτσι κάπου υπήρχα.

Παναγιώτης: Θα υπήρχε το τέτοιο.

Ράνια: Και από τότε αυτό που λέω σε όλους είναι κράτα τα προφίλ σου updated σε pitchbook, σε CB Insights κτλ. You never know.

Παναγιώτης: Ποια είναι τα επόμενα έτσι μεγάλα headlines που θα ήθελες να δει ο κόσμος τους επόμενους μήνες, ή τα επόμενα λίγα χρόνια από τη Simpler;

Ράνια: Εκτός από το ότι θέλουμε να ανοίξουμε και άλλες αγορές, θέλω να μπορούμε, προσωπικά δηλαδή είναι και δικό μου κομμάτι στο οποίο κάνω αρκετά focus αυτή την περίοδο, να μπορούμε αρκετά στο agent e-commerce που και αυτό είναι hot σαν θέμα, γιατί εμείς, μάλλον τι εννοώ, για να εξηγήσουμε λίγο και τι εννοώ, ας πούμε ότι αυτή τη στιγμή μπορείς να κάνεις την εξερεύνηση, ή το discovery που λέμε ενός προϊόντος μέσα από το ChatGPT, από το Perplexity, από οτιδήποτε χρησιμοποιείς, έναν AI assistant, να του πεις βρες μου τα καλύτερα x προϊόντα να αγοράσω. Και εκεί τελειώνει το journey. Δηλαδή θα πατήσεις και θα πας στη σελίδα και έφυγες.

Παναγιώτης: Πάλι ξανά στο παραδοσιακό τρόπο που αγοράζεις.

Ράνια: Ακριβώς. Όλο το funnel να ακολουθήσει όλα τα steps. Εμείς θέλουμε να φέρουμε λοιπόν την αγορά εκεί. Ακριβώς εκεί που έκανες την ανακάλυψη του προϊόντος. Γι' αυτό λέω ότι ένα από αυτά τα σημεία είναι ο AI assistant. Θα μπορούσε να είναι οτιδήποτε. Θα μπορούσε να είναι ένα QR code. Θα μπορούσε να είναι ένα προϊόν που βλέπεις στο δρόμο, σε μια βιτρίνα. Εμείς θέλουμε να φέρουμε την αγορά εκεί ακριβώς που σου γεννιέται η πρόθεση για αγορά. Και τεχνολογικά το έχουμε αυτό δημιουργήσει. Υπάρχει δηλαδή αυτό το bridge, αυτή η γέφυρα του δέχομαι μια πληρωμή σαν να ήρθε από το site μου, εκεί έγινε η ανακάλυψη του

προϊόντος από τον χρήστη. Αυτή την τεχνολογία εμείς την έχουμε χτίσει. Υπάρχει ήδη.

Παναγιώτης: Άρα πρακτικά πώς θα έμοιαζε αυτή η εμπειρία; Εγώ είμαι σε ένα οποιοδήποτε περιβάλλον AI και κάνω μια ερώτηση, θέλω να βρω τις πέντε καλύτερες καρέκλες.

Ράνια: Ναι, μπορεί να γίνει ακόμα πιο complex να του πεις βρες μου τα καλύτερα πράσινα παπούτσια για τρέξιμο αυτής της μάρκας που μπορώ να τα παραλάβω στο σπίτι μου μέχρι την Τετάρτη κάτω από 100 ευρώ. Μπορεί να φτάσει τόσο και παραπάνω.

Παναγιώτης: Και σου βγάζει.

Ράνια: Και θα σου βγάλει και εκεί να μπορείς κατευθείαν να κάνεις την αγορά σου.

Παναγιώτης: Να λες αγόρασέ το. Να έχει ένα κουμπί να λέει buy it now.

Ράνια: Και από πίσω να βρίσκεται η τεχνολογία η δική μας που θα στείλει από πίσω μια παραγγελία κατευθείαν.

Παναγιώτης: Τώρα πόσα άτομα έχει φτάσει η Simplr;

Ράνια: Τώρα είμαστε 18. 18 άτομα. Θα μείνουμε μικρή ομάδα. Θέλουμε να είμαστε μικρή ομάδα. Είμαστε ταχύτεροι και πιο efficient.

Παναγιώτης: Ναι, και θα πω ότι είναι και αυτό το κομμάτι της εξέλιξης της τεχνητής νοημοσύνης. Έτσι, ότι πλέον εδώ βγήκε ένα γράμμα από τον CEO της Amazon που ανέφερε ότι είμαστε μόνο στο 0,00% της εφαρμογής τεχνητής νοημοσύνης μέσα στα δικά μας operations.

Ράνια: Σωστά.

Παναγιώτης: Και πρέπει να φανταστούμε την Amazon να κάνει πολύ περισσότερα. Και by the way, στο τέλος του γράμματος περιμένετε ότι αυτό θα οδηγήσει και σε πιο lean, πιο efficient ομάδες. Πάμε σε αυτό. Έχεις recruit-άρει και τους 16. Είστε 17. 16 άτομα έχουν μπει μέσα στη Simplr. Τους έχεις δει όλους. Τους έχεις πάρει συνέντευξη όλους.

Ράνια: Ναι.

Παναγιώτης: Είμαι σίγουρος ότι είναι πιο εύκολο πλέον να πείσεις έναν άνθρωπο για την ευκαιρία που έχει να δώσει η Simplr. Με τι mentality, με τι στρατηγική έχεις φτιάξει την ομάδα; Τι θες να δεις στους ανθρώπους; Πώς τους επιλέγεις;

Ράνια: Εντάξει, αλλάζει προφανώς λίγο όσο μεγαλώνει η εταιρεία, αλλά σε κάθε περίπτωση υπάρχουν κάποια βασικά πράγματα που βλέπουμε. Εκτός από την κουλτούρα, έτσι να ταιριάζει και με την ομάδα, γιατί είναι από τα πιο βασικά. Μηδέν toxicity, politics κτλ. Θέλουμε να είμαστε οικογένεια. Το λένε όλοι, αλλά θέλω να σου πω ότι να είμαστε μια ομάδα δεμένη και να θέλουμε να δουλεύουμε, να είναι fun το περιβάλλον και να θέλουμε να δουλεύουμε ο ένας με τον άλλον. Ένα από τα πράγματα που κοιτάμε πάρα πολύ είναι το overdelivery. Και το ownership να μπορεί μόνος του ο άλλος να βρίσκει τη λύση στο πρόβλημα χωρίς να εξαρτάται από άλλους. Και να έχει αυτή την προθυμία να μπαίνει και πιο βαθιά κάθε φορά.

Από εκεί και πέρα είναι και άλλες οι αξίες που βλέπουμε, αλλά το πιο σημαντικό είναι αυτό, να ταιριάζει ως προς το ότι είναι όλοι alpha players, δηλαδή στην ομάδα. Και χαίρομαι γιατί όσο μεγαλώνει η εταιρεία, προφανώς γίνεται και πιο εύκολο. Παίρνουμε πολύ καλύτερα CVs. Δηλαδή τώρα τα άτομα που προσλάβαμε και για

πωλήσεις για τις χώρες που ανοίξαμε είναι από από Klarna, από PayPal, από πολύ μεγάλους οργανισμούς.

Παναγιώτης: Ουάου.

Ράνια: Και πολύ πολύ καλά CVs που δυστυχώς απορρίψαμε γιατί πόσα άτομα να πάρεις. Αλλά ξέρεις, μου άρεσε πάρα πολύ γιατί όντως μπαίνω και εγώ στα interviews και το τι ακούγαμε για τον κόσμο που ήθελε να μπει στη Simpler και γιατί πιστεύει αυτό που κάνουμε, με έκανε να νιώθω πάρα πολύ καλά και εμένα προσωπικά.

Παναγιώτης: Φανταστικό. Πώς φαντάζεσαι ότι θα αναπτυχθεί η εταιρεία και σε αριθμούς, αλλά και σε δομές; Δηλαδή κοιτάς συγκεκριμένα προφίλ πλέον. Και τι proposition έχεις φτιάξει πέρα από το όραμα και τις ευκαιρίες που δίνει; Θα ήθελα να μου πεις λίγο τη σκέψη σου για stock option plans, τέτοια πράγματα. Πώς τα σκέφτεσαι όλα αυτά;

Ράνια: Αρχικά, ο τρόπος που δομούμε τον οργανισμό είναι ότι έχουμε... Λοιπόν η εταιρεία έχει έδρα στην Αγγλία, έχουμε τη θυγατρική μας στην Ελλάδα, όλο το product, όλο το engineering team χτίζεται στην Ελλάδα και από εκεί και πέρα σε κάθε χώρα που θέλουμε να έχουμε παρουσία έχουμε sales και marketing ομάδες. Δηλαδή έχουμε ομάδα στην Αγγλία, sales και marketing, το ίδιο στην Ισπανία, οπουδήποτε θέλουμε να ανοίξουμε θα το κάνουμε έτσι. Οπότε θα έχουμε ένα κεντρικό hub, ας πούμε, στην Ελλάδα και μετά τα δορυφορικά hubs που είναι πιο έτσι client-facing ομάδες. Προφανώς όλοι όσοι μπαίνουν στην ομάδα έχουν stock options, δηλαδή είναι πολύ σημαντικό. Δεν διανοούμε μια startup στην οποία υπάρχει κόσμος που δεν έχει stock options. Όλοι είναι μέρος του τι πάμε να φτιάξουμε. Αλλιώς δεν νομίζω ότι θα έκανε και join μια startup και ο ίδιος. Δηλαδή το προφίλ του θα πήγαινε σε έναν οργανισμό που θεωρητικά είναι πιο σταθερός, πιο safe.

Παναγιώτης: Δεν είναι όλες οι startup με stock option plans, αλλά είναι πολύ σημαντικό έτσι και αποδίδει τα μέγιστα στην ανάπτυξη του οικοσυστήματος. Πέρα από όλα τα άλλα. Ότι μπορείς να φέρεις λίγο παραπάνω senior ανθρώπους σε οτιδήποτε άλλο. Οπότε ναι, αλλά δεν είναι όλες οι startup. Είναι;

Ράνια: Είναι οι δικές μου εμπειρίες από αυτά που έχω δει και έχω δει κάτι που τελικά δουλεύει και καλύτερα.

Παναγιώτης: Απόλυτα.

Ράνια: Ο άλλος να νιώθει ότι προσφέρει σε κάτι που όλοι μαζί δουλεύουμε για να το κάνουμε μεγάλο και όλοι τελικά θα έχουμε λαμβάνειν από αυτό. Αυτή είναι η ιδέα.

Παναγιώτης: Τώρα που μιλάμε για leadership και για ομάδες, πάμε να παίξουμε και ένα παιχνίδι το οποίο είναι πολύ ωραίο. Έχει διάφορες λέξεις στις οποίες θέλουμε να μας δώσεις τη δική σου έννοια. Τι σημαίνει για σένα.

Ράνια: Αντοχή. Ανθεκτικότητα. Resilience. Ο ορισμός του entrepreneurship. Νομίζω όλοι όλοι αυτό λένε ότι είναι το α και το ω. Συνεχίζεις, θα βρεις πάρα πολλά προβλήματα, αλλά όσο τα φώτα είναι αναμμένα, θα βρεις τον τον τρόπο, θα βρεις τη λύση και αυτός είναι ο ορισμός του επιχειρείν.

Παναγιώτης: Ποιο είναι το stand το δικό σου όταν έρχεσαι στα όρια.

Ράνια: Θα σου πω ότι, εντάξει, στα όρια. Άγχος υπάρχει πάρα πολύ. Προφανώς πάρα πολλά πράγματα συμβαίνουν. Συνήθως έρχονται σε σένα άνθρωποι με προβλήματα και πρέπει κάπως να το αντιμετωπίσεις. Στα όρια έχω έρθει, δεν έχω

σκεφτεί ούτε ένα δευτερόλεπτο να πω ότι παρατάμε ποτέ. Όσο δύσκολο και να ήταν. Σε κάποια περίοδο ήταν αρκετά δύσκολο.

Παναγιώτης: Δεν μου βγάζεις και έναν άνθρωπο, by the way. Αν μου έλεγες ότι το έχεις, έτσι τουλάχιστον αυτό που βλέπω εγώ μπροστά μου είναι, ξέρεις, ένας άνθρωπος ο οποίος σε καμία περίπτωση είσαι...

Ράνια: Ναι, δεν...

Παναγιώτης: Ούτε καν εκεί. Πολύ μακριά από αυτό.

Ράνια: Σωστά, ναι.

Παναγιώτης: Αλλά πώς διαχειρίζεσαι το... Πώς δεν το αφήνεις αυτό να ξεχειλίσει;

Ράνια: Έχεις στο μυαλό σου έναν ξεκάθαρο δρόμο, ένα το γιατί σου και βασίζεσαι σε αυτό και αυτό σε οδηγεί. Και λες θα βρούμε τον τρόπο, θα βρούμε τη λύση, step back και προχωράμε. Αυτό είναι. Εκεί είναι το σημείο που τα παραπατάνε οι περισσότεροι. Αυτό είναι που σε διαφοροποιεί κιόλας. Όσο συνεχίζεις λοιπόν θα βρεις τον τρόπο.

Παναγιώτης: Πολύ σημαντικό αυτό που λες. Θα ήθελα να το επαναλάβω ότι είναι αυτό που σε διαφοροποιεί κατ' αρχάς. Η δυνατότητά σου να συνεχίζεις εκεί που οι περισσότεροι σταματάνε είναι εκ των πραγμάτων αυτό που σε βγάζει μπροστά.

Ράνια: Ακριβώς.

Παναγιώτης: Έχεις χρησιμοποιήσει εργαλεία, έχεις κάτι το οποίο σε βοηθάει; Μπορεί να είναι άσκηση, meditation, therapy, τη Μόλυ.

Ράνια: Η Μόλυ. Ναι, είναι άσκηση. Τώρα τελευταία την έχω ξαναβάλει στη ζωή μου που με βοηθάει πάρα πολύ. Η Μόλυ είναι, δεν ξέρω, για όσους έχουν reθ νομίζω είναι βοηθάει πολύ. Και μόνο που υπάρχει βοηθάει. Δηλαδή εγώ αγχώνομαι για την ομάδα, για το growth, για τους επενδυτές, για το τι συμβαίνει κάθε μέρα στους πελάτες. Η Μόλυ αγχώνεται για το που πήγε το πράσινο μπαλάκι. Οπότε, ξέρεις, κάπως σε γειώνει, σε προσγειώνει και σε προστατεύει νομίζω από ό,τι άλλο συμβαίνει. Σου λέει στο τώρα, κάνε focus στο τώρα.

Παναγιώτης: Έχεις εντοπίσει διαφορές στην κουλτούρα και του founder, αλλά ακόμα περισσότερο της κοινωνίας όταν αντιπαραβάλλουμε άντρα founder με γυναίκα founder; Υπάρχει ακόμα; Υπάρχει σίγουρα πρόβλημα.

Ράνια: Ναι, ναι, ναι.

Παναγιώτης: Παντού. Σε όλο το φάσμα. Αλλά αναρωτιέμαι λίγο σε ένα οικοσύστημα το οποίο μεγαλώνει πάρα πολύ και σε ένα κομμάτι της αγοράς όπου είναι τεχνολογικά μπροστά. Αν τα πράγματα βελτιώνονται πιο γρήγορα.

Ράνια: Θεωρώ ότι δεν ξεκινάμε από την ίδια αφετηρία. Ένας άντρας founder με μια γυναίκα founder. Δηλαδή, ένας άντρας founder, θα πω γενικότερα τώρα, όχι μόνο για την κοινωνία, για το πώς το αντιμετωπίζει, γενικότερα, ας πούμε, στον κόσμο του επιχειρείν. Ένας άντρας founder πρέπει να αποδείξει ότι είναι ικανός να μπορεί να φτιάξει κάτι μεγάλο. Μπορεί να χτίσει κάτι έτσι φιλόδοξο και μεγάλο. Η γυναίκα πρέπει πρώτα να αποδείξει ότι δεν είναι εξαίρεση, ότι ανήκει στο χώρο, ότι είναι αρκετά τεχνική, ότι είναι αρκετά φιλόδοξη, ότι είναι αρκετά σκληρή. Δηλαδή, δεν είναι αυτονόητο ότι μπορεί. Πρέπει να αποδείξει, να ξεπεράσει τέλος πάντων αυτό το εμπόδιο. Οπότε χρειάζεται πρακτικά διπλάσια προσπάθεια για μια γυναίκα για να ξεκινήσει από το σημείο στο οποίο ξεκινάει ένας άντρας. Αυτό δηλαδή είναι ένα mental barrier που πρέπει να σπάσουμε. Και είναι υποσυνείδητο αυτό το bias, δυστυχώς. Δηλαδή, όλοι λέμε ότι ναι, θέλουμε να βελτιώσουμε τα πράγματα, ή

βάζουμε quota στα funds, ή κάνουμε διάφορες έτσι επεμβάσεις, αλλά τελικά είναι το mental barrier που πρέπει να σπάσουμε. Όταν σπάσει αυτό το barrier, μετά υπάρχει αυτό που λέμε αξιοκρατία και όλα παίρνουν το δρόμο τους. Αλλά αυτό το αρχικό effort που πρέπει να βάλεις για να φτάσεις στο σημείο που ξεκινάει ένας άντρας, δυστυχώς υπάρχει ακόμα και νομίζω θα υπάρχει για πολλά χρόνια.

Παναγιώτης: Έχεις δει κάποια βήματα ή που να σου έχουν δημιουργήσει μια αισιοδοξία ή τουλάχιστον έχεις κάπως μια αίσθηση από πού να ξεκινήσουμε. Γιατί υπάρχουν οργανισμοί και η Endeavor είναι ένας από αυτούς που θέλουν να δημιουργήσουν λύσεις. Πού ξεκινάμε; Από το σχολείο ξεκινάμε.

Ράνια: Ναι, ναι, πάει πολύ πίσω. Κοίτα, νομίζω ότι το βασικό είναι να δώσουμε περισσότερα παραδείγματα, όπως είπαμε και για τις εταιρείες γενικότερα, για τα success stories. Να προβάλουμε περισσότερες γυναίκες που έχουν επιτύχει και έχουν αναγνωριστεί γι' αυτό. Ποιους δείχνουμε στα panels, ποιον καλούμε να μιλήσει, ποιον προβάλουμε σαν success story. Και θα έρθεις και θα μου πεις μετά, ναι, αλλά δεν υπάρχουν success stories γυναίκες. Και θα έχεις και δίκιο. Αυτό πάει ακόμα πιο πίσω, δηλαδή γιατί δεν υπάρχουν οι γυναίκες σε ηγετικές θέσεις κτλ. Όχι γιατί δεν είναι ικανές, αλλά γιατί το σύστημα σιωπηλά τις έχει κάπως αποκλείσει. Οπότε πάει πίσω, πίσω, πίσω στην εκπαίδευση ακόμα. Μπορεί να μιλάμε για ώρες για το πώς μπορεί να φτιαχτεί αυτό. Είμαστε αρκετά μακριά, αλλά το βασικό είναι να φτιάξουμε ένα σύστημα που βοηθάει τις γυναίκες να παίρνουν περισσότερο ρίσκο, να τις ωθεί, μάλλον να μπαίνουν στο επιχειρείν με πολλούς τρόπους και σφαιρικά.

Παναγιώτης: Πάμε να κάνουμε ένα rapid fire questions. Ό,τι δεν έχουμε πιάσει ακόμα από την προσωπικότητά σου και την ιστορία σου. Γρήγορες ερωτήσεις, δυαδικές, διαλέγεις το ένα το άλλο. Προτιμάς βιβλίο ή podcast;

Ράνια: Και τα δύο. Βιβλίο στις διακοπές, π.χ. podcast everyday quick στο επί δύο πάντα.

Παναγιώτης: Efficiency. Είσαι πρωινός ή βραδινός τύπος;

Ράνια: Πρωινός.

Παναγιώτης: Πρωινός τύπος. Ξυπνάς τι ώρα περίπου;

Ράνια: Εφτά.

Παναγιώτης: Εφτά.

Ράνια: Ναι. Η καλύτερη ώρα είναι, δεν έχει ξεκινήσει κανείς. Είμαι εγώ και η Μόλυ και δουλεύουμε.

Παναγιώτης: Καφές ή τσάι;

Ράνια: Καφές.

Παναγιώτης: Με ποιο ιστορικό πρόσωπο θα ήθελες να κάνεις ένα δείπνο;

Ράνια: Μπορεί να είναι εν ζωή; Να πω κάποιον εν ζωή;

Παναγιώτης: Εν ζωή. Βεβαίως.

Ράνια: Τον Elon Musk θα ήθελα να γνωρίσω. Όχι γιατί συμφωνώ με ό,τι λέει ή ό,τι κάνει απαραίτητα, αλλά είναι πολύ ενδιαφέρον έτσι να δω πώς λειτουργεί ένας άνθρωπος ο οποίος είναι by definition outlier. Δηλαδή είναι εκτός ορίων, λειτουργεί δρα έξω από τα όρια και έτσι να δω λίγο πώς έτσι δουλεύει ένα μυαλό που μπλέκει σε πάρα πολλά διαφορετικά πεδία και μάλλον αγνοεί και τους κανόνες σε κάθε ένα από αυτά. Οπότε σίγουρα ενδιαφέρουσα προσωπικότητα.

Παναγιώτης: Αν μη τι άλλο είναι outlier.

Ράνια: Ναι, ναι, ναι.

Παναγιώτης: Και σίγουρα αν ήταν στο ελληνικό οικοσύστημα θα θέλαμε να του μιλήσουμε. Συμφωνούμε, δεν συμφωνούμε.

Ράνια: Εννοείται.

Παναγιώτης: Πρέπει να καταλάβεις τι συμβαίνει στο μυαλό του.

Με ποια τεχνολογία δεν μπορείς να ζήσεις;

Ράνια: Το ChatGPT πλέον νομίζω. Το χρησιμοποιώ πάρα πολύ. Ναι.

Παναγιώτης: Ουάου.

Ράνια: Ναι, και για προσωπικές ανάγκες. Εννοώ είναι

Παναγιώτης: Ουάου, αυτό έχει...

Ράνια: Advisor.

Παναγιώτης: Ναι. Δεν το χρησιμοποιούμε ακόμα αρκετά και νομίζω ότι ο κόσμος πρέπει να γίνει και trained σε αυτό.

Ράνια: Σωστά.

Παναγιώτης: Ποια είναι η αγαπημένη σου πόλη για ταξίδια; Επαγγελματικά ή μη;

Ράνια: Πρέπει να έχω πάει ή να μην έχω πάει; Θέλω να πάω στο Τόκιο. Δεν έχω πάει στο Τόκιο. Θέλω πάρα πολύ να πάω. Για επαγγελματικά ταξίδια, εντάξει, το Σαν Φρανσίσκο είναι, ξαναλέω, η Μέκκα του entrepreneurship.

Παναγιώτης: Πας συχνά;

Ράνια: Έχω καιρό να πάω τώρα.

Παναγιώτης: Έχεις καιρό;

Ράνια: Έχω δυο χρόνια, τρία, ναι.

Παναγιώτης: Έχει αρχίσει και βελτιώνεται λίγο η κατάσταση πάλι. Γιατί ήτανε, είχε πέσει...

Ράνια: Ναι, ναι, ναι. Όχι, ήτανε ghost town last time.

Παναγιώτης: Ναι. Έχει βελτιωθεί; Έχει ακόμα, έχει ακόμα. Πες μας ένα βιβλίο που έχει αλλάξει τη ζωή σου.

Ράνια: Με έχει επηρεάσει πολύ επαγγελματικά το The Hard Thing About Hard Things του Ben Horowitz. Είναι νομίζω πολύ κλασικό βιβλίο επιχειρηματικότητας. Μου αρέσει πάρα πολύ γιατί τα λέει τα πράγματα έτσι ωμά, ρεαλιστικά, δεν ωραιοποιεί καταστάσεις, έτσι και λίγο σε παρηγορεί κάπως το ότι ακόμα και οι πιο πετυχημένοι entrepreneurs και αυτοί έχουν ανασφάλειες και αυτοί αντιμετωπίζουν δύσκολες αποφάσεις και ότι επίσης δεν γίνεται εύκολο όσο και να προχωράς, όσο και να νομίζεις ότι θα γίνει αυτό και τελικά θα γίνει πιο εύκολο. Δεν γίνεται ποτέ εύκολο.

Παναγιώτης: Έχει υπάρξει ποτέ συμβουλή που να έχεις λάβει και να πεις ότι αυτή είναι μια πολύ καλή συμβουλή; Μπορεί να είναι συμβουλή πιο πολύ προσωπική, αλλά έχει εφαρμογές και στο business.

Ράνια: Να είσαι πάντα ευγενική. Δεν ξέρεις ποτέ τι κουβαλάει ο άλλος και ότι η ευγένεια είναι δύναμη. Δεν ξεχνάει ποτέ κανένας πώς τον έκανες να νιώσει. Νομίζω ότι είναι καλό να μας οδηγεί γενικά η ευγένεια και στη ζωή μας, στην προσωπική αλλά και στην επαγγελματική.

Παναγιώτης: Και αν μη τι άλλο, στην εποχή που ζούμε νομίζω ότι η ευγένεια λείπει πάρα πολύ περισσότερο από οτιδήποτε άλλο.

Ράνια: Δυστυχώς, ναι.

Παναγιώτης: Αν δεν ήσουν entrepreneur, αν δεν ήσουν επιχειρηματίας, τι πιστεύεις ότι θα ήσουν;

Ράνια: Πάλι κάτι θα έφτιαχνα. Τώρα ίσως όχι τεχνολογικό, τεχνικό. Κάτι στο οποίο θα έλυνα προβλήματα σίγουρα. Κάτι δημιουργικό.

Παναγιώτης: Στο product σε βλέπω να ήσουν. Θα ήσουν ακόμα στο product.

Ράνια: Μ' αρέσει πολύ και το real estate. Μ' αρέσει και το design. Δεν ξέρω. Ναι. Φαντάσου ότι δεν το έχω σκεφτεί ποτέ. Τι άλλο; Δεν υπάρχει plan B. Εδώ είμαι.

Παναγιώτης: Σου αρέσει το real estate;

Ράνια: Να ανακαινίσω, να βρω, να ανακαινίσω, να...

Παναγιώτης: Ωραίο είναι αυτό. Και τώρα ειδικά στην Αθήνα έχει...

Ράνια: Ναι, ναι, έχει και εδώ opportunity.

Παναγιώτης: Πολύ opportunitys.

Και κλείνουμε πάντα με μια ερώτηση που την κάνουμε consistently τρία χρόνια τώρα που κάνουμε το podcast.

Τι πιστεύεις ότι κάνει έναν επιχειρηματία outlier;

Ράνια: Αυτός που βλέπει τον κόσμο όχι όπως είναι, αλλά όπως θα μπορούσε να είναι. Αμφισβητεί τα δεδομένα όπως είναι. Δεν δέχεται το γιατί έτσι γίνεται, ας πούμε, ή γιατί έτσι γίνεται πάντα. Οπότε είναι σαν να λέμε ότι βλέπει το αύριο και αποφασίζει να το χτίσει σήμερα. Χωρίς να υπάρχει κάποιος χάρτης, κάποιο playbook, ή κάποιο manual.

Παναγιώτης: Ράνια, σας ευχαριστούμε πάρα πολύ.

Ράνια: Εγώ σας ευχαριστώ. Και η Μόλυ σας ευχαριστεί.