

Creatorii solutiei robotizate interactive de marketing Tokinomo au obtinut o finantare de 1,7 milioane de dolari

Startup-ul românesc Tokinomo, specializat în distributia de solutii interactive pentru campanii de publicitate in-store, a obtinut o finantare de 1,7 milioane de dolari de din partea investitorilor-membri TechAngels, Early Game Ventures si IPP, a anuntat compania într-un comunicat de presa transmis, miercuri, AGERPRES.

Odata cu obtinerea acestei investitii, startup-ul își propune sa dezvolte produse tehnologice noi de retail marketing care sa permita brandurilor sa genereze campanii de promovare mai personalizate si creative, dar si sa obtina date relevante pentru a-si defini audienta.

În prezent, Tokinomo creeaza si distribuie o solutie brevetata de "brand activation" care promoveaza produsele în magazin si ajuta la cresterea vânzarii cu 200%, în medie, fara reduceri de pret.

Robotii Tokinomo sunt utilizati în campanii din peste 40 de tari, aproximativ 80% din venituri fiind realizate în afara României.

Potrivit companiei, brandurile de produse de larg consum utilizeaza display-ul robotizat Tokinomo pentru a interactiona cu clientii în magazine si pentru a le oferi acestora experiente inedite. De asemenea, magazinele si agentile de marketing "in-store" pot monetiza solutia Tokinomo prin folosirea rafturilor ca spatiu media.

"Robotii Tokinomo au fost conceputi pentru a diversifica si moderniza campaniile de publicitate ale brandurilor FMCG din magazinele de tip supermarket. Folosind senzori de miscare, lumina si sunet, robotii Tokinomo dau viata produselor pe raftul supermarketurilor si le permit acestora sa comunice mesajul brandului într-un mod creativ si eficient. Tokinomo ofera brandurilor oportunitatea sa implementeze campanii scalabile de shopper marketing pentru ca robotii sunt conectati la internet si pot fi monitorizati de la distanta. Mesajul campaniei poate fi schimbat în timp real si miscarile robotului pot fi personalizate", se arata în comunicat.

Investitia în runda de tip pre-serie A de 1,7 milioane de dolari a fost condusa de un grup de "angel investors", membri ai Asociatiei TechAngels.ro, cu participarea fondului de investitii Early Game Ventures si Instore Power Provider (IPP), partener Tokinomo si una dintre cele mai recunoscute companii de retail marketing de pe piata locala.

În 2022, startup-ul românesc sustine ca se va concentra pe dezvoltarea de produse noi pentru campaniile de marketing din magazine, dar si pe extinderea eforturilor de vânzari.

Tokinomo este o solutie brevetata de shopper marketing si POS display robotizat conectat la Internet. Aceasta foloseste o combinatie de senzori de miscare, lumina si sunet, anima produsele la raft si le permite sa interactioneze cu cumparatorii. Solutia, destinata bunurilor de larg consum si magazinelor de tip supermarket, a ajuns pe lista celor mai bune 40 de startup-uri de retail tech din lume.