



november



BIO

GuCopia

Zemst

Deelnemer Bryo Start-Up

'Onze Laura wordt de Google Assistant voor kantoor'

Als kleine kmo bij leveranciers dezelfde kortingen krijgen als multinationals, van gratis software kunnen gebruikmaken om álle aankopen, bestelbonnen, facturen en dergelijke te beheren en te centraliseren, een gratis virtuele aankoopassistente die ontzorgt en slimme beslissingen neemt, ... Een sprookje, denkt u? 'Nee, met GuCopia kan het,' zeggen zaakvoerders Olivier Glorieux en Steve Pithie.

door Katrien Verreyken | fotografie Stephanie Fraikin

WAT DOET GUCOPIA?

'GuCopia is een gratis e-procurement softwareplatform voor kmo's, zelfstandigen en vrije beroepen. Via een handig online dashboard beheert en centraliseert de gebruiker al zijn aankopen digitaal. Als de klant bij een GuCopia-leverancier bestelt, bespaart hij gemiddeld 41 %, met bovenop een gegarandeerde kickback aan het einde van het jaar. Hij krijgt niet alleen software om goedkoop aankopen en leveranciers te beheren, maar ook de mogelijkheid om enorm te besparen op die aankopen. Ook gratis personeel in de vorm van Laura, onze virtuele aankoopassistente, hoort erbij.'

'Onze virtuele aankoopassistente wil bedrijven faciliteren bij het verkleinen van hun ecologische voetafdruk, door op vraag lokale producten als alternatief aan te bieden.'

HOE IS HET IDEE VOOR GUCOPIA ONTSTAAN?

'We hadden aanvankelijk het idee voor een digitaal platform in de horeca, om alle aankopen daar te digitaliseren én goedkoper aan te bieden dankzij een permanente groepsaankoop-formule. We zijn ons idee toen van deur tot deur gaan verkopen. Op zoek naar een stukje software voor ons platform kwamen we uit bij Arco, een Mechels bedrijf gespecialiseerd in het digitaliseren van papierflow. Dat zag een groot potentieel in ons product en kocht aandelen. We besloten van de horecabranche naar de kmo-sector over te stappen. Horecamensen zijn nu eenmaal vaak erg loyaal aan hun leveranciers, ook al zijn die niet de goedkoopste, terwijl kmo's geen tijd hebben om de markt te onderzoeken voor de goedkoopste prijs voor bureaumateriaal. Zo was GuCopia geboren. 'Copia' betekent 'voorraadkamer' in het Latijn en het voorvoegsel gu- zorgt ervoor dat GuCopia in geen enkele andere taal een betekenis heeft. Dat mensen door de naam de associatie met goedkoop maken, is mooi meegenomen.'

WAT MAAKT HET CONCEPT UNIEK?

'We hebben het volledige aankoopproces gedigitaliseerd, waardoor onze gebruikers in de ogen van onze leveranciers één groep vormen. Zo kunnen we verregaande kortingen en voordelen krijgen, gemiddeld 41 %. Voor bureaumateriaal,

verzekeringen, drank en brandstof zijn we met voorsprong de goedkoopste. Met GuCopia kan je permanent aankopen aan dezelfde kortingen die multinationals krijgen. Naast fysieke personen zullen ook machines bestellingen kunnen plaatsen. In een smart office-omgeving zal de printer bijvoorbeeld een melding geven aan GuCopia dat de inkt op is en dus een bestelling aan de orde is. Of het slimme econoomaat kan via GuCopia bureaumateriaal bij bestellen. Onze virtuele aankoopassistente wil bedrijven ook faciliteren bij het verkleinen van hun ecologische voetafdruk, door op vraag lokale producten als alternatief aan te bieden. Die zijn sowieso minder lang onderweg. Tegelijkertijd geven we de lokale economie een boost.'

WAT ZIJN DE AMBITIES?

'We willen uitgroeien tot de Google Assistant voor kantoor. In plaats van 'OK Google!' wordt het dan 'Hallo, Laura!'. In de toekomst zegt Laura tegen jou: 'Morgen heb je een lunchmeeting met 8 man, zal ik alvast broodjes bestellen?' Of je vraagt haar wie de leverancier is van die printer die net is uitgevallen en of die nog onder garantie staat, om vervolgens ook onmiddellijk een afspraak te maken met de hersteldienst. Uiteraard willen we met dit concept zo snel mogelijk de buurlanden veroveren. Via Arco hebben we al goede contacten met de Kamer van Koophandel in Canada. We staan op het punt onze software in het Belgische bankwezen te integreren en hebben al een deal met de associatie van Belgische reclame- en communicatiebureaus. Hoewel we onder de radar zijn gestart, zijn er nu al 350 kmo's die de bèta-versie van onze software gebruiken en testen, zodat die volledig op punt staat.'

TIPS VOOR ANDEREN?

'Het heeft in ons voordeel gespeeld dat we van in het begin de baan opgegaan zijn om ons product te promoten. Daardoor hebben we snel input gekregen, waarmee we concreet aan de slag konden. We zijn niet gaan ontwikkelen vanuit ons buikgevoel. Door te spreken met mensen, wisten we dat hiervoor een markt was. Het Bryo-netwerk was hiervoor onontbeerlijk: we konden onze ideeën meteen aan onze doelgroep aftoetsen en we kregen steun en de nodige duwtjes in de rug. Dat was een heel waardevolle samenwerking.'

> www.gucopia.com