

# YetiPay.pl - niewielkie płatności

*Rozmawiamy z Piotrem Żychlińskim, twórcą i obecnym prezesem YetiPay, systemu elektronicznego portfela do mikropłatności w internecie.*

**Nanoo** Skąd pomysł na obsługę płatności w internecie?

**Piotr Żychliński** Pomysł na stworzenie systemu mikropłatności zrodził się z naszych własnych doświadczeń i potrzeb. Sami jesteśmy użytkownikami Internetu, zależy nam na szybkim dostępie do treści, filmów, gier czy e-booków i często napotykał się na różne przeszkody, które zniechęcały nas do płatności.

Płatność przelewem bankowym mocno wydłuża czas oczekiwania na wybraną treść i chyba nikt w dzisiejszym świecie nie będzie logować się do konta bankowego lub przechodzić przez płatność kartą kredytową tylko po to, żeby kupić artykuł prasowy za 50 groszy czy ściągnąć film za 3 zł.

Dlatego stworzyliśmy YetiPay, który pozwala na dokonanie transakcji dwoma kliknięciami w myśl zasady „widzę, klikam i mam”. YetiPay to alternatywa dla abonamentów czy rozwiązań, w których konieczne jest obejrzenie reklam przed uzyskaniem dostępu do danej treści.

Chcemy by sprzedawcy mogli zaoferować treści i dobra po cenach dostosowanych do oczekiwań kupujących. Dzisiaj wielu produktów nie ma w sieci, bo nie ma jak ich zmonetyzować. Jesteśmy zdania, że Internauta chętniej zostawi pieniądze sprzedawcy, który umożliwi mu kupienie artykułu ulubionego autora, pozwoli pogrubić słowo w ogłoszeniu czy zasilić ulubionego blogera 9 groszami.

Stworzyliśmy narzędzie, dzięki któremu każdy polski serwis może działać jak iTunes, ale według cennika dostosowanego do polskich realiów.

**Nanoo** Jak YetiPay pozycjonuje się z stosunku do, co tu kryć, popularnego PayPala?

**P. Ż.** My dopiero tworzymy rynek mikropłatności w Polsce, więc nie musimy się martwić gdyż konkurencja bezpośrednia jeszcze nie istnieje ;) YetiPay to jedyne rozwiązanie do szybkiego dokonywania drobnych transakcji. Transakcja

z YetiPay jest dużo tańsza od SMS Premium (który zabiera wydawcy ponad 50 proc. zysku) oraz mniej angażująca i bardziej przyjazna dla Internauty niż comiesięczny abonament (kosztujący kilkadziesiąt złotych) czy nawet szybki przelew internetowy (wymagający logowania i podawania danych).

Jeżeli chodzi o PayPala, to rzeczywiście jest popularny, tylko że nie w Polsce ;)

Polacy nie mają w zwyczaju płacenia kartami kredytowymi, a często po prostu ich nie mają. Co najważniejsze, PayPal jest nieopłacalny przy małych transakcjach. W przypadku YetiPay, sklepy i twórcy, którzy mogą liczyć na opłacalną sprzedaż już od dwóch groszy za transakcję.

Warto również wspomnieć, że YetiPay to nie tylko płatności w sieci. Zbudowaliśmy wokół naszego systemu warstwę społeczną, która dodatkowo mobilizuje użytkowników do korzystania z kont YetiPay. System umożliwia użytkownikom bezpłatne i natychmiastowe przelewy pomiędzy na adres e-mail oraz wspieranie celów charytatywnych i twórczości internetowej m.in. blogerów, twórców aplikacji, bezpłatnych e-booków i e-magazynów.

**Nanoo** Czy najpierw trzeba zasilić konto w YetiPay, czy można „połączyć je” ze swoją kartą kredytową?

**P. Ż.** YetiPay działa jak elektroniczny portfel, do którego Internauta dodaje środki, a następnie korzysta z nich podczas zakupów on-line i rozliczeń ze znajomymi. Elektroniczny portfel YetiPay pozwala dokonywać kolejnych płatności w różnych miejscach w sieci, bez konieczności każdorazowego podawania danych osobowych i logowania się do systemów bankowych.

Zdecydowaliśmy się na rozwiązanie prepaidowe, gdyż gwarantuje ono najwyższy stopień bezpieczeństwa. Z YetiPay użytkownik czuje się bezpieczny, gdyż środki do płacenia za treści w sieci nie są połączone z kartą kredytową ani z kontem bankowym, na którym trzyma większe sumy pieniędzy. Z YetiPay użytkownik może być pewny,

że nigdzie nie zostawia swoich danych osobowych i finansowych.

**Nanoo** Na czym zarabiacie?

**P. Ż.** YetiPay pobiera od partnera/wydawcy 5 proc. od każdej transakcji, bez stawek minimalnych.

**Nanoo** Kim są twórcy serwisu? Jakie mają wcześniejsze doświadczenia?

**P. Ż.** Zespół YetiPay, którym kieruje, liczy 8 osób. Projekt nigdy nie rozwinąłby się, gdyby nie zaangażowanie całego zespołu. Wkładamy w YetiPay dużo pracy i serca, aby usługa jak najlepiej odpowiadała na potrzeby użytkownika oraz partnerów.

Przed YetiPay współpracowałem z redakcją Gazety Giełdy Parkiet, gdzie byłem odpowiedzialny za rozwój serwisu Parkiet.com. Byłem również pomysłodawcą i prezesem pierwszej w Polsce platformy do dystrybucji prasy elektronicznej eGazety.pl

**Nanoo** Kiedy break-even?

**P. Ż.** Pod koniec 2012 r.

**Nanoo** W jakiego klienta przede wszystkim celujecie?

**P. Ż.** Końcowy odbiorca naszej usługi to Internauta, który może dokonywać transakcji na małe kwoty w bardzo szybki, prosty sposób. To użytkownik, którzy aktywnie konsumuje dobra w sieci, ogląda filmy, gra w gry, czyta artykuły.

Użytkownicy, którzy choć raz wypróbują YetiPay, szybko chwytają, o co chodzi. Dysponują atrakcyjną ofertą w opcji „zapłać z Yeti” np. 35 gr za artykuł na Wprost.pl. Wystarczy, że raz założą konto, doładują i już mogą wygodnie płacić. Zazwyczaj rejestrują się po to, by skorzystać z konkretnej oferty i od tego momentu mają już „z górki” – mogą płacić w każdym serwisie dwoma kliknięciami.

Chcemy również pozyskać partnerów biznesowych, w tym przede wszystkim wydawców, którzy oferują swoje usługi czy produkty, za które użytkownicy mogliby płacić przy użyciu naszego systemu. Dla wydawców, jesteśmy alternatywą wobec SMS Premium, które zabierają im połowę przychodu. Dzięki nam, oprócz wprowadzenia

abonamentu np. za 40 zł, internetowy wydawca może zaproponować użytkownikom opłaty za pojedyncze pliki, artykuły, mp3 czy filmy. Mikropłatności na kilka lub kilkanaście groszy są dla wielu użytkowników dużo bardziej strawne, a wydawcy zyskują dzięki temu klientów, którzy mogliby się nie zdecydować na inne płatne rozwiązanie.

**Nanoo** Jakie są plany na rozwój?

**P. Ż.** Naszą ambicją jest popularyzacja mikropłatności w Polsce. Chcemy, aby YetiPay stał się synonimem błyskawicznych, pojedynczych transakcji, a „stopa Yeti” symbolem bezproblemowego dostępu do różnego typu internetowych treści.

Dziennie system mikropłatności YetiPay notuje około 800 nowych rejestracji oraz 1500 transakcji. System YetiPay umożliwia m.in. zakup e-booków na Virtualo.pl, Bezkartek.pl, dostęp do artykułów internetowego wydania tygodnika Wprost, dostęp do treści wydawnictwa Press i IDG, filmów

na ipla.tv, czy muzyki na iPlay.pl. YetiPay jest dostępny także na Spider's Web i około 600 innych blogach, gdzie widoczny jest przycisk „doceń z Yeti” oraz na stronie Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy i kilku innych fundacji, które udostępniają opcję „podaruj z Yeti”.

Planujemy mocno zaistnieć na rynku urządzeń mobilnych. Poczyniliśmy już pierwsze kroki w tym kierunku, nawiązując współpracę z Woblinkiem, pierwszą polską e-księgarnią dla użytkowników Kindle'a, gdzie bezpośrednio z poziomu urządzenia można dokonywać płatności 2 kliknięciami przez YetiPay – dokładnie tak jak na Amazonie.

**Nanoo** Skąd pomysł na obsługę płatności w internecie?

**Piotr Żychliński** Pomysł na stworzenie systemu mikropłatności zrodził się z naszych własnych doświadczeń i potrzeb. Sami jesteśmy użytkownikami Internetu, zależy nam na szybkim dostę-



pie do treści, filmów, gier czy e-booków i często napotykalismy na różne przeszkody, które zniechęcały nas do płatności.

Płatność przelewem bankowym mocno wydłuża czas oczekiwania na wybraną treść i chyba nikt w dzisiejszym świecie nie będzie logować się do konta bankowego lub przechodzić przez płatność kartą kredytową tylko po to, żeby kupić artykuł prasowy za 50 groszy czy ściągnąć film za 3 zł.

Dlatego stworzyliśmy YetiPay, który pozwala na dokonanie transakcji dwoma kliknięciami w myśl zasady „widzę, klikam i mam”. YetiPay to alternatywa dla abonamentów czy rozwiązań, w których konieczne jest obejrzenie reklam przed uzyskaniem dostępu do danej treści.

Chcemy by sprzedawcy mogli zaoferować treści i dobra po cenach dostosowanych do oczekiwań kupujących. Dzisiaj wielu produktów nie ma w sieci, bo nie ma jak ich zmonetyzować. Jesteśmy zdania, że Internauta chętniej zostawi pieniądze sprzedawcy, który umożliwi mu kupienie artykułu ulubionego autora, pozwoli pogrubić słowo w ogłoszeniu czy zasilić ulubionego blogera 9 groszami.

Stworzyliśmy narzędzie, dzięki któremu każdy polski serwis może działać jak iTunes, ale według cennika dostosowanego do polskich realiów.

**Nanoo** Jak YetiPay pozycjonuje się z stosunku do, co tu kryć, popularnego PayPala?

**P. Ż.** My dopiero tworzymy rynek mikropłatności w Polsce, więc nie musimy się martwić gdyż konkurencja bezpośrednia jeszcze nie istnieje ;)

YetiPay to jedyne rozwiązanie do szybkiego dokonywania drobnych transakcji. Transakcja z YetiPay jest dużo tańsza od SMS Premium (który zabiera wydawcy ponad 50 proc. zysku) oraz mniej angażująca i bardziej przyjazna dla Internauty niż comiesięczny abonament (kosztujący kilkadziesiąt złotych) czy nawet szybki przelew internetowy (wymagający logowania i podawania danych).

Jeżeli chodzi o PayPala, to rzeczywiście jest popularny, tylko że nie w Polsce ;)

Polacy nie mają w zwyczaju płacenia kartami kredytowymi, a często po prostu ich nie mają.

Co najważniejsze, PayPal jest nieopłacalny przy małych transakcjach. W przypadku YetiPay, sklepy i twórcy, którzy mogą liczyć na opłacalną sprzedaż już od dwóch groszy za transakcję.

Warto również wspomnieć, że YetiPay to nie tylko płatności w sieci. Zbudowaliśmy wokół naszego systemu warstwę społeczną, która dodatkowo mobilizuje użytkowników do korzystania z kont YetiPay. System umożliwia użytkownikom bezpłatne i natychmiastowe przelewy pomiędzy na adres e-mail oraz wspieranie celów charytatywnych i twórczości internetowej m.in. blogerów, twórców aplikacji, bezpłatnych e-booków i e-magazynów.

**Nanoo** Czy najpierw trzeba zasilić konto w YetiPay, czy można „połączyć je” ze swoją kartą kredytową?

**P. Ż.** YetiPay działa jak elektroniczny portfel, do którego Internauta dodaje środki, a następnie korzysta z nich podczas zakupów on-line i rozliczeń ze znajomymi. Elektroniczny portfel YetiPay pozwala dokonywać kolejnych płatności w różnych miejscach w sieci, bez konieczności każdorazowego podawania danych osobowych i logowania się do systemów bankowych.

Zdecydowaliśmy się na rozwiązanie prepaidowe, gdyż gwarantuje ono najwyższy stopień bezpieczeństwa. Z YetiPay użytkownik czuje się bezpieczny, gdyż środki do płacenia za treści w sieci nie są połączone z kartą kredytową ani z kontem bankowym, na którym trzyma większe sumy pieniędzy. Z YetiPay użytkownik może być pewny, że nigdzie nie zostawia swoich danych osobowych i finansowych.

**Nanoo** Na czym zarabiacie?

**P. Ż.** YetiPay pobiera od partnera/wydawcy 5 proc. od każdej transakcji, bez stawek minimalnych.

**Nanoo** Kim są twórcy serwisu? Jakie mają wcześniejsze doświadczenia?

**P. Ż.** Zespół YetiPay, którym kieruje, liczy 8 osób. Projekt nigdy nie rozwinąłby się, gdyby nie zaangażowanie całego zespołu. Wkładamy w YetiPay dużo pracy i serca, aby usługa jak najlepiej odpowiadała na potrzeby użytkownika oraz partne-

rów.

Przed YetiPay współpracowałem z redakcją Gazety Giełdy Parkiet, gdzie byłem odpowiedzialny za rozwój serwisu Parkiet.com. Byłem również pomysłodawcą i prezesem pierwszej w Polsce platformy do dystrybucji prasy elektronicznej eGazety.pl

**Nanoo** Kiedy break-even?

P. Ż. Pod koniec 2012 r.

**Nanoo** W jakiego klienta przede wszystkim celujecie?

P. Ż. Końcowy odbiorca naszej usługi to Internauta, który może dokonywać transakcji na małe kwoty w bardzo szybki, prosty sposób. To użytkownik, którzy aktywnie konsumuje dobra w sieci, ogląda filmy, gra w gry, czyta artykuły.

Użytkownicy, którzy choć raz wypróbują YetiPay, szybko chwytają, o co chodzi. Dysponują atrakcyjną ofertą w opcji „zapłać z Yeti” np. 35 gr za artykuł na Wprost.pl. Wystarczy, że raz założą konto, doładują i już mogą wygodnie płacić. Zazwyczaj rejestrują się po to, by skorzystać z konkretnej oferty i od tego momentu mają już „z górki” – mogą płacić w każdym serwisie dwoma kliknięciami.

Chcemy również pozyskać partnerów biznesowych, w tym przede wszystkim wydawców, którzy oferują swoje usługi czy produkty, za które użytkownicy mogliby płacić przy użyciu naszego systemu. Dla wydawców, jesteśmy alternatywą wobec SMS Premium, które zabierają im połowę przychodu. Dzięki nam, oprócz wprowadzenia abonamentu np. za 40 zł, internetowy wydawca może zaproponować użytkownikom opłaty za

pojedyncze pliki, artykuły, mp3 czy filmy. Mikropłatności na kilka lub kilkanaście groszy są dla wielu użytkowników dużo bardziej strawne, a wydawcy zyskują dzięki temu klientów, którzy mogliby się nie zdecydować na inne płatne rozwiązanie.

**Nanoo** Jakie są plany na rozwój?

P. Ż. Naszą ambicją jest popularyzacja mikropłatności w Polsce. Chcemy, aby YetiPay stał się synonimem błyskawicznych, pojedynczych transakcji, a „stopa Yeti” symbolem bezproblemowego dostępu do różnego typu internetowych treści.

Dziennie system mikropłatności YetiPay notuje około 800 nowych rejestracji oraz 1500 transakcji. System YetiPay umożliwia m.in. zakup e-booków na Virtualo.pl, Bezkartek.pl, dostęp do artykułów internetowego wydania tygodnika Wprost, dostęp do treści wydawnictwa Press i IDG, filmów na ipla.tv, czy muzyki na iPlay.pl. YetiPay jest dostępny także na Spider's Web i około 600 innych blogach, gdzie widoczny jest przycisk „doceń z Yeti” oraz na stronie Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy i kilku innych fundacji, które udostępniają opcję „podaruj z Yeti”.

Planujemy mocno zaistnieć na rynku urządzeń mobilnych. Poczyniliśmy już pierwsze kroki w tym kierunku, nawiązując współpracę z Woblinkiem, pierwszą polską e-księgarnią dla użytkowników Kindle'a, gdzie bezpośrednio z poziomu urządzenia można dokonywać płatności 2 kliknięciami przez YetiPay – dokładnie tak jak na Amazonie.

strony internetowe CRM B2B bazy danych  
design identyfikacja wizualna  
logo CMS kreacje do internetu  
wizytówki html javascript php mysql css webservices  
grafika komputerowa flash



route85  
ul. Chmielna 11 lok. 15  
00-021 Warszawa

biuro@route85.pl  
tel. 22 392 09 95