



## Zlatno Teslino jaje - kategorija fizičke osobe

# Ugodnija i zabavnija kupovina

Myro je u biti vaš digitalni modni savjetnik u samoj trgovini, koji vam olakšava odabir

priređio: Goran Novačić

Začetnica je ovog vrijednog i zanimljivog projekta Ivana Maršić, koja je dobila inicijalnu ideju o ovom proizvodu kroz osobno iskustvo krajnjeg kupca. Identifikacija postojećeg problema u trgovinama i razmišljanje o eventualnim rješenjima počelo je još tijekom 2006. godine, kada su definirani nedostaci postojećeg načina prodaje odnosno kupovine. "Tada sam na osnovu svog iskustva počela razmišljati o načinima kako bi se mogao unaprijediti proces kupovine, kao i zadovoljstvo kupaca. U početku sam o tome razmišljala iz svoje perspektive, ali sam s vremenom shvatila da postoje mnoge propuštene prilike, kako za prodajne lance, tako i za same kupce koji bi s pravom uslugom dobili ono što traže. S vremenom se ideja iskristalizirala te je prerasla u projekt, kao i moj angažman kada sam zapravo shvatila da želim pokušati takav proizvod potpuno osmisлити, pokrenuti razvoj i plasirati na tržište, istaknula nam je Ivana Maršić. Myro integrira različite multimedijске usluge koje unaprjeđuju

**Myro: Inovativna i zabavna usluga koja će povećati zadovoljstvo kupaca i odanost brandu**

nog pristupa. Proizvod omogućuje poslovnim korisnicima, odnosno prodajnim lancima i trgovinama, znatno povećanje dodatne prodaje nudeći inovativnu i zabavnu uslugu koja povećava zadovoljstvo kupaca i odanost brandu.

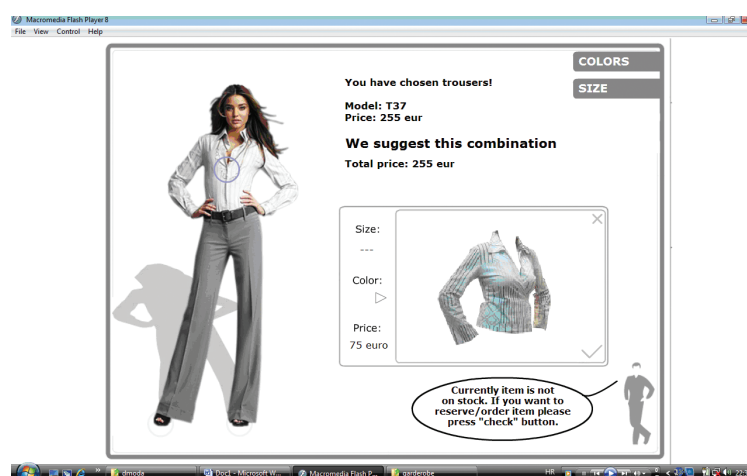
Važno je spomenuti kako je demo proizvoda napravljen 2008. godine, a nakon što je projekt dobio sredstva od BICRO - Poslovno -inovacijskog centra Hrvatske - vladine agencije za provedbu programa potpore tehnološkom razvoju koja je ovaj projekt prepoznala kao inovativan projekt, pokrenut je sam razvoj proizvoda.

Projekt je prijavljen na IRCRO program te je nakon evaluacije odlučeno da BICRO odobri financiranje razvoja proizvoda kroz IRCRO program. Bez financijske potpore BICRA bilo bi vrlo teško realizirati ovaj projekt. Koncept proizvoda potpuno je osmišljen i razrađen, postoji vrlo jasan 'product roadmap' - vizija budućih funkcionalnosti proizvoda, kao i definiran poslovni model. Prototip proizvoda biti će vrlo brzo gotov tako da sam vrlo zadovoljna napretkom u posljednjih godinu dana. Također je pokrenuta patentna prijava ovog proizvoda.

### Troškovi 300.000 kn

Kad je riječ o troškovima, procjena dosadašnjih ukupnih troškova projekta iznosi preko 300.000,00 Kn.

U osmišljavanju samog koncepta, izradi primjera uporabe i scenarija korištenja sustava, te izradi poslovnog koncepta radila sam sama, dok su mi suradnici pomogli u izradi demoa i izradi pojedinih modula sustava. Na projektu je dosada radio tim od 7 suradnika (neki su povremeno radili na projektu, a neki su cijelo



**Zasluzena nagrada: Ivana Maršić s Vidi e-novation priznanjem na Vidi Awards dodjeli u prosincu 2009.**

proces kupovine te omogućuju novo i zabavno iskustvo kupovine. Proizvod pomaže kupcima poboljšati proces kupovine rješavajući probleme pronalazjenja određenih predmeta, prevladavanja neodlučnosti te nedovoljno personalizira

vrijeme uključeni). Htjela bih posebno naglasiti pomoć moga kolege s FESB-a (FESB - Fakultet Elektrotehnike, Strojarsstva i Brodogradnje Split) Saše Mladenovića, koji mi je pomogao tehnički osmisлити projekt, definirati arhitekturu sustava, koncept baze podataka, u izradi specifikacija te uključiti PMF - Prirodoslovno matematički fakultet u Splitu na istraživačkom dijelu projekta.

Također bi htjela ovom prilikom zahvaliti tvrtkama Gideon do.o. i Ecsat do.o. koje su prepoznale potencijal projekta te mi pomogle sa svojim resursima realizirati pojedine komponente sustava i to još prije nego sam dobila sredstva od BICRA i Vidi e-novation nagradu, dakle prije samog javnog priznanja projekta.

Projekt je namijenjen komercijalnoj svrsi. Od svih potencijalnih klijenata i stručnjaka za retail industriju dobili smo iznimno pozitivne komentare koji su nas dodatno uvjerali da imamo inovativan proizvod zanimljiv industriji te je kao takav prepoznat od strane stručnjaka koji imaju dugogodišnje iskustvo u 'retail' industriji. Već smo akvirirali prvog klijenta za 'proof of concept', tj. dokaz koncepta te očekujemo skoro uspješnu prvu implementaciju sustava.

Proizvod nesumnjivo ima potencijal na inozemnom tržištu, posebice što su primarni klijenti kojima je ovaj proizvod namijenjen vertikalno integrirani prodajni lanci koji gotovo i ne postoje na domaćem tržištu.