



NAJPODJETNIŠKA
IDEJA
2013/14

S spletnim orodjem si pričarajte sanjsko poroko

Pari na spletno stran naložijo najlepše fotografije s poroke, na katerih označijo podjetja, ki so sodelovala pri njihovi poroki, da drugi vidijo, kako so se izkazala.

PETRA ŠUBIC
petra.subic@finance.si

NAJPODJETNIŠKA IDEJA
Danes predstavljamo
34. kandidata

Dragi bralke in bralci, izbor Najpodjetniška ideja, ki ga na Financah pripravljamo že 11. leto, boste od zdaj vsak teden spremljali na posebni strani. Pred Zaobljuba.si smo v Najpodjetniški ideji 2013/14 razkrili 33 kandidatur, ki si jih lahko ogledate tukaj (<http://podjetnistvo.finance.si/8351199>). Če bi radi na izbor prijavi kak zanimiv nov izdelek ali storitev, nam lahko pišete na e-naslov petra.subic@finance.si.

P. Š.



IRENA HERAK



Če bo beta različica portala Zaobljuba.si uspešna, ga bomo po nekaj mesecih prenesli na tuje trge.

Tjaša Babnik iz Enkija

Z interaktivnim orodjem Zaobljuba.si, ki so ga razvili strokovnjaki za digitalno komuniciranje iz ljubljanske agencije Enki, bo načrtovanje poroke zabavno in preglednejše.

Zaobljuba.si, ki je od oktobra na voljo v beta verziji, deluje kot nišno družbeno omrežje in napredna platforma, s katero si lahko prihodnji mladoporočenci brezplačno pomagajo pri organizaciji poroke.

»Prihodnji mladoporočenci na portalu vidijo tudi fotografije drugih poročnih parov in tiste, ki so jim všeč, vključijo v tako imenovano sanjarnico ali na tablo želja (wishboard), ki jo uporabljajo za načrtovanje svoje sanjske poroke,« pravi Tjaša Babnik, vodja blagovne znamke Zaobljuba.si v agenciji Enki. Slike o sanjski poroki lahko pari delijo s prijatelji, navežejo stike z izbranimi ponudniki in poroko organizirajo sami ali želje sporočijo organizatorju poroke.

Povezujejo mladoporočence s ponudniki poročnih storitev

Portal Zaobljuba.si so dodali elemente, ki naj bi zagotovili, da se bodo obiskovalci vračali. Obiskovalci bodo všečkali priljubljene poroke in najbolj zaželene ponudnike poročnih storitev. »Pare in ponudnike smo povezali tako, da pari na spletno stran naložijo 20 najlepših fotografij s poroke, na katerih označijo podjetja, ki so sodelovala pri njihovi poroki. Tako lahko par, ki načrtuje poroko, verjetno prvič preveri, kako se različni ponudniki izkažejo na poroki. Ponudniki imajo tako interes, da so povezani s čim več porokami, zato so motivirani, da na portal privabljajo nove pare. Tako smo oblikovali viralna priporočila od ust do ust,« pojasnjuje Babnikova.

Po njenih besedah pri Zaobljubi.si nenehno spremljajo in izboljšujejo uporabniško izkušnjo ter portal oblikujejo po meri obiskovalcev. Načrtujejo več aplikacij, ki jih bodo razvijali postopno in skladno s potrebami parov. »Naš poslovni model predvideva, da z minimalnimi vložki partnerjev vsak ponudnik poročnih storitev plača 12,7 evra na mesec za uporabo Zaobljube.si -

zberemo dovolj denarja za preživetje in nadaljnji razvoj portala,« dodaja Babnikova.

Prvi mesec z več kot 11 tisoč unikatnimi uporabniki

Če bo beta različica uspešna, bodo projekt prenesli na tuje trge. Z izključno viralnim trženjem so v prvem mesecu dobili 11.056 unikatnih obiskovalcev portala Zaobljuba.si, ki so ustvarili 420 profilov in si povprečno več kot štiri minute ogledovali portal. Hkrati so dobili tudi 30 prošelj ponudnikov poročnih storitev za sodelovanje.

Sodelovanje z njimi in pari bodo v Enkiju nadgradili tako, da bodo parom omogočili izdelavo »mini« spletne strani svoje poroke, kjer bodo lahko ustvarili knjigo daril, da bodo svati videli, kaj si mladoporočenca želita. »Najprej bi radi videli, kako se bo Zaobljuba.si uveljavila v prvih mesecih, potem pa bomo razmišljali o širitvi na tuje trge,« pravi Babnikova. Med prednostnimi cilji omenja utrjevanje zavedanja o njihovem novem portalu in povečevanje obiskanosti. »Ker z Zaobljubo.si ustvarjamo zgodbo, polno čustev, ki prinaša lokalizirano ponudbo in donosno poslovanje, bomo na tujih trgih iskali lokalne partnerje,« še pravi sogovornica.

Najboljši digitalni projekt leta

Tega projekta so se v Enkiju lotili med iskanjem ideje, ki bi izživel njihovo kreativnost in bi jo razvijali po meri uporabnika, torej po metodi lean. Lani so osvojili naslov spletne agencije leta, ki so ga letos želeli obdržati tudi prek novega projekta. »Hoteli smo ustvariti majhno nišno komuno za ljudi, ki so aktivni v družbenih omrežjih, in jo povezati s ponudbo, ki na internetu do zdaj ni bila dovolj dobro predstavljena, kar nama je s portalom za načrtovanje porok Zaobljuba.si uspelo,« pravi Tjaša Babnik.

Razvoj je trajal od marca do oktobra. Sodelovala je ekipa devetih ljudi - od stratega, načrtovalca uporabniške izkušnje, kreativnega vodje, grafičnega oblikovalca, programerjev in strokovnjaka za optimizacijo spletnih strani do urednice, ki zdaj skrbi, da portal živi in se razvija. Dodajmo, da je portal Zaobljuba.si dobil dve nagradi netko in bil izbran za najboljši digitalni projekt 2013.

11.056

unikatnih obiskovalcev so v prvem mesecu dobili na portalu Zaobljuba.si.

30

prošenj ponudnikov poročnih storitev za sodelovanje na portalu je Enki dobil po prvem mesecu poskusnega delovanja.

Prejemnik nagrade za izbor Najpodjetniška ideja 2012
Spletno orodje za učenje glasbe Eduart Music

»Zmaga na izboru Najpodjetniška ideja 2011/12 je gotovo pripomogla k večji prepoznavnosti naše spletne glasbene učilnice. Ker pri glasbenem izobraževanju orjemo ledino, je zelo pomembno, da so naše trženjske aktivnosti podprte s priznanji, ki dokazujejo uporabnost in kakovost naše rešitve. In prav to potrjuje priznanje Financ.«

Matjaž Jevšnikar, soustanovitelj in direktor podjetja Eduart Softver



OGLAS