

*„Iz prijave nije jasno tko i kada ima pravo preuzeti token. Što mislite da to bude lokacijski ovisna funkcionalnost: da token mogu preuzeti samo korisnici koji su već u kafiću ili u blizini kafića.“*

Nije bila planirana restrikcija preuzimanja tokena vezana za udaljenost od samog objekta. Svakako ona bi mogla biti implementirana ukoliko bi za time bilo potrebe. Glavna ideja ove aplikacije, kao što je već navedeno, je ta da se ugostiteljski objekti oglašavaju i lakše te putem modernijih tehnologija plasiraju svoje nove proizvode i/ili svoje akcijske ponude na tržište.

Svjesni smo potencijalnih problema kod omogućavanja da svatko i u svakom trenutku preuzme token, te smo tom problemu pristupili na način da postavimo vremensko ograničenje (kao primjer je navedeno 30 minuta).

Svakako smo razmotrili ideju o dodavanju ograničenja vezanog za udaljenost, te se slažemo da nekakav oblik tog ograničenja može biti implementiran. Npr. ukoliko se objekt nalazi dalje od 500m, osoba ne može preuzeti token.

*„Također, nije jasno koji je poslovni model aplikacije?“*

Direktna i jasna konkurencija za ovakav oblik aplikacije ne postoji na našem tržištu. Sličan način poslovanja ima Leggiero lanac kafića koji koriste vlastitu aplikaciju s loyaliti opcijama.

Način financiranja je takav da ugostitelji plaćaju postavljanje tokena na samu aplikaciju, što više njihovih tokena se kupuje (samim time i troši), to je njihova pozicija u samom oglasu viša. Isto tako postoji opcija u kasnijem razvoju za dodavanje loyaliti pogodnosti za svakog ugostitelja posebno. Oni bi npr. mogli omogućiti da svaki 3. token koji osoba iskoristi dobiva dodatnih 20% popusta ili sličan oblik.

Samu promidžbu aplikacije bi odradili kafići koji bi dobili početne poticaje i besplatan ulaz te određen broj tokena. Nemaju nikakvu naknadu, njihov način poslovanja se ne mijenja. Jedina potencijalna zapreka su uređaji za sve konobare, iako većina njih danas ima svoje vlastite pametne telefone.

Samo održavanje i profit bi ovisio isključivo o količini partnera ugostitelja te korisnika koji koriste aplikaciju. Što više ugostitelja se plasira na samu platformu, time se omogućava veći izbor akcija i ponuda, što će potencijalno privući više domaćih, a i stranih klijenata.

Isto tako postoji opcija dodavanja „On action“ reklama gdje korisnik npr. da bi preuzeo token mora pogledati reklamu do 15 sekundi. Naravno ova opcija nije prioritet te bi se za njom posezalo u samim krajnostima.

*„Potencijalna gimifikacija“*

Oblik natjecanja ugostitelja na određenim lokacijama za najbolje ocjene. Time bi ostvarili popuste na dodatne tokene, više mjesto kod pretrage korisnika i sl. (na mjesečnoj bazi).