

Cílem tohoto projektu je vytvořit internetovou online platformu pro obchodování s mediálním prostorem - zejména akčními a speciálními nabídkami médií - mezi médii a reklamními a marketingovými agenturami.

Tedy udělat web kde budou média prezentovat své nabídky a agentury si je tam budou moci objednávat.

Potřebuji navrhnout: "Plán CO" - tedy sepsat všechny kroky, které povedou k tomuto cíli, kterým je spuštění portálu.

## 0) Jedna zásadní věc hned na začátek (**silný názor**)

**MVP nesmí být "dokonalý marketplace". Má být "objednávkový stroj":**

- média → rychle vystaví nabídku
- agentura → rychle najde, porovná, klikne "Objednat / Poptat"
- vy → máte administraci, přehled, audit stopu, a umíte to ručně dořešit

**Online platby, automatická fakturace, složité schvalování kampaní, chaty, SLA, integrace do AdServerů...** to všechno až po tom, co ověříš, že:

1. média jsou ochotná nabídky dávat na jedno místo
2. agentury tam reálně nakupují a vrací se

---

## 1) Strategie & rámec (týden 1)

### 1.1 Cíl MVP (jasná definice)

**Cíl:** Do 3 měsíců spustit **invite-only beta** s reálnými objednávkami.

**MVP musí umět:**

- registrace + role: **Médium / Agentura / Admin**
- profil firmy (IČO, kontakt, fakturační údaje)

- **katalog nabídek** (akce/speciály) s filtrováním
- detail nabídky (cena, období, formát, podmínky, dostupnost)
- **objednávka/poptávka** (formulář + potvrzení + e-mail notifikace)
- admin přehled: nabídky, objednávky, uživatelé, schvalování/skrývání

#### Vědomě NE v MVP:

- online platby
- automatické párování smluv / podpisy
- interní chat (stačí e-mail + log)
- složité workflow “3 kola schvalování a 7 razítek”

### 1.2 Obchodní model (vyber 1 a drž se ho)

Doporučení pro start (nejrychlejší):

- **lead fee / success fee**: provize z objednávky (např. 5–15 %) nebo
- **subscription pro média** (za vystavování + “topování”) a agentury zdarma

MVP klidně odstartuj “ručně”:

- **0 Kč** pro první partnery výměnou za case studies a objem
- provizi zapni až po ověření poptávky (jinak budeš prodávat něco, co ještě neumí jezdit)

### 1.3 KPI (aby to nebyl webový šuplík)

Na beta launch:

- min. **20 nabídek** (ideálně 50)
- min. **10 médií**
- min. **20 agentur**

- min. **10 objednávek/poptávek** v prvních 30 dnech
  - konverze detail → objednávka aspoň **3–8 %** (podle oboru)
- 

## 2) Právní a provozní základ (týden 1–2)

Tohle nechceš řešit po launchi, až ti někdo pošle "přátelský" e-mail od právníka.

### Dokumenty:

- Obchodní podmínky platformy (B2B)
- Zásady ochrany osobních údajů (GDPR)
- Cookies lišta + cookie policy
- Podmínky pro média (co smí být v nabídce, odpovědnost za obsah, storno)
- Podmínky pro agentury (objednávka vs poptávka, závaznost, storno)

### Procesy:

- ověřování firem (aspoň ručně: IČO + e-mail doména / telefon)
  - moderace nabídek (admin schválení nebo post-moderace)
  - storno/změny objednávek (jednoduchý status: new → confirmed → delivered / cancelled)
- 

## 3) Produkt & UX (týden 1–3)

### 3.1 Informační architektura (co bude na webu)

- Homepage: co to je + CTA pro Média / Agentury
- Nabídky (listing + filtry)
- Detail nabídky

- Přidat nabídku (média)
- Moje nabídky (média)
- Moje objednávky (agentury)
- Admin (schvalování, přehled, export)

### **3.2 Datový model (aby se to nerozsypalo)**

Minimální entity:

- User, Company (role), Offer, Category/Format, Order/Inquiry, Attachment, Audit log

### **3.3 Klíčové filtry (tady se vyhrává)**

Doporučené filtry:

- typ média (online / print / rádio / OOH / TV / social / newsletter...)
- formát (banner, advertorial, PR článek, spot, billboard...)
- období (kdy platí akce)
- cena / cenové pásmo
- cílení (region, demografie – klidně textem)
- “Last minute” štítek

---

## **4) Technické řešení (týden 2–8)**

### **4.1 Stack (rychlé MVP)**

Silné doporučení pro rychlosť a kontrolu:

- **Next.js + Postgres + Supabase** (auth, DB, storage)
- admin v rámci appky (role-based)
- e-mail notifikace (Resend/Sendgrid/Mailgun)

- hosting Vercel / podobně

Alternativa “low-code” (pokud chceš extrémně rychle):

- Airtable/SmartSuite jako DB + Softr/WeWeb jako front  
Ale počítej, že “vyměníš rychlosť za limity”.

## 4.2 Funkční backlog MVP (co se skutečně vyzne)

### A) Auth & role

- registrace + přihlášení
- volba role při registraci (médium/agentura)
- ověření e-mailu

### B) Média – nabídky

- vytvořit/editovat nabídku
- nahrát PDF/media kit (příloha)
- stav nabídky: draft → pending → published → archived

### C) Agentury – objednávky

- tlačítko “Objednat / Poptat”
- formulář (termín, poznámka, kontakt)
- vytvoření záznamu + notifikace médium + admin + agentura

### D) Admin

- schvalování médií
- schvalování nabídek
- export objednávek do CSV
- základní moderace

## E) Analytika

- GA4 / PostHog: views nabídky, klik “objednat”, dokončení formuláře

### 4.3 Ne-funkční minimum (bez toho se to jednou vymstí)

- logování (audit)
  - zálohy DB
  - základní zabezpečení (rate limiting loginu, role checks)
  - monitoring chyb (Sentry)
- 

## 5) Akvizice médií a agentur (týden 2–12)

Bez nabídky je marketplace muzeum. Bez agentur je to katalog do šuplíku. Potřebuješ obojí, ale **začni médii**.

### 5.1 Seed supply (média) – konkrétní cíle

- Týden 2–4: podepsat/odsouhlasit účast **10 médií**
- Každé médium dodá min. **3–5 nabídek** (akce/speciály)

Co jim slíbíš:

- extra distribuce jejich nabídky (newsletter agenturám)
- “featured” pozice v betě
- reporting (kolik zhlédnutí, kolik poptávek)

### 5.2 Seed demand (agentury)

- Týden 4–8: onboard **20 agentur**
- nabídni jim: “šetříme čas – akce na jednom místě”
- udělej: 30min online demo + katalog top nabídek týdne

### **5.3 Aktivace (tohle dělá rozdíl)**

- Týdenní newsletter “TOP akce týdne” (ručně sestavený)
  - “Last minute” sekce
  - gamifikace pro média: “nejrychlejší reakce”, “top nabídka týdne”
- 

## **6) Go-to-market a spuštění (týden 9–12)**

### **6.1 Beta režim (doporučuju)**

- Invite-only přístup (kontrola kvality)
- veřejná landing page + “Požádat o přístup”
- 2–4 týdny reálného provozu = sběr feedbacku

### **6.2 Launch checklist**

- 50+ nabídek live
  - 10+ médií ověřeno
  - 20+ agentur přihlášeno
  - notifikace fungují
  - admin procesy zvládáš do 24h
  - právní stránky publikované
  - měření konverzí zapnuté
- 

## **7) „Plán KDY“ – týden po týdnu (3 měsíce)**

### **Týden 1**

- definice MVP scope + KPI

- IA/wireframe
- právní draft (ToS, GDPR, cookies)
- seznam 50 médií + 50 agentur (target list)

## Týden 2

- design MVP obrazovek
- technický setup (repo, hosting, DB, auth)
- začátek onboardingu médií (prvních 5)

## Týden 3

- nabídky: create/edit/publish
- listing + filtry v základní podobě
- onboarding médií (dalších 5), sběr nabídek

## Týden 4

- objednávkový formulář + notifikace
- admin schvalování
- první interní test s 2 médií + 2 agenturami

## Týden 5–6

- vylepšení filtrů, detail nabídky, přílohy
- export objednávek
- analytika, Sentry
- onboarding agentur (10)

## Týden 7–8

- UX polishing (rychlosť, drobné bugy, onboarding)

- právní final + cookie banner
- další agentury (10), první reálné objednávky

### Týden 9

- soft launch (invite-only beta)
- týdenní newsletter akčních nabídek

### Týden 10–11

- iterace dle feedbacku (top 10 problémů)
- rozšíření nabídky (více médií / více nabídek)
- mini-case studies

### Týden 12

- stabilizace, performance, bezpečnostní kontrola
  - “public-ish” launch (stále může být gate)
  - vyhodnocení KPI + plán v2
- 

## 8) Největší rizika (a jak je zabít dřív, než zabijí projekt)

- **Málo nabídek** → bez milosti: priorita #1 je supply. I kdyby to znamenalo ruční nahrávání za média první měsíc.
- **Média budou chtít “custom”** → standardizuj nabídky (šablony), jinak z tebe bude copywriter ceníků.
- **Agentury budou chtít porovnání** → dej minimální normalizaci (jednotky, období, formát, “od” cena).
- **Doména:** máš **medaimarket.cz** (pokud je to překlep vůči “media market”, tak doporučuji příkoupit i variantu a přesměrovat, ať ti zákazníci nekončí na webu “Meda i Market” 😊).

---

## **9) Co po MVP (až to začne jezdit)**

- automatické objednávkové workflow (schválení, podpis, SLA)
- pricing balíčky a topování nabídek
- rating “rychlost reakce média”
- API/Integrace (AdServer, CRM)
- automatická fakturace / provize