Aplikacija za pronalazak (sportskih) događaja u blizini

Ideja aplikacije je pružiti korisnicima jednostavan i brz način za pronalazak sportskih događaja u svojoj blizini.

Korisnik kreira račun i prijavljuje se u aplikaciju, gdje svoj upotpunjuje svoj račun – lokacija, starost, slika, interesi itd.

Prilikom podešavanja postavki bira radijus u kojem želi vidjeti događaje u blizini. Npr. 100 km -> vidjet će događaje koji se događaju unutar 100km od korisnikove lokacije.

**\*aplikacija se može (bilo bi čak poželjno) proširiti na događaje koji nisu samo sportske prirode, no ovdje će biti predstavljena na taj način**

**Korisnik može unutar aplikacije dodavati „prijatelje“. Prijateljevi događaji imaju prednost pri prikazivanju u aplikaciji, kao i slanje notifikacije. Korisnik može kreirati događaj -> bira LOKACIJU\* događaja, JAVNOST\* događaja, PONAVLJANJE\* događaja, TRAJANJE\* događaja, CIJENU\* događaja, VRIJEME\* događaja, BROJ SUDIONIKA\* događaja, KATEGORIJU\* događaja**

**\*LOKACIJA događaja – gdje se događaj odvija**

**\*JAVNOST događaja – tko događaj može vidjeti, tko mu se može pridružiti. Kreator događaja može postaviti da događaj vide svi, njegovi prijatelji, ili određeni korisnici (npr. Neki od prijatelja)**

**\*PONAVLJANJE događaja – za događaje poput npr. Nedjeljnog igranja nogometa na gradskom terenu može se postaviti da se on ponavlja svake nedjelje u hh:mm sati**

**\*TRAJANJE događaja – može, ali ne mora, postaviti koliko će događaj otprilike trajati. Ovo je informativno, npr. Za igranje nogometa može postaviti 90 minuta.**

**\*CIJENA događaja – ukoliko se radi o npr. Paintball događaju može staviti koliko iznosi cijena po sudioniku**

**\*VRIJEME događaja – kada događaj počinje**

**\*BROJ SUDIONIKA – može biti ograničen. Npr. Za igranje nogometa želi 10 igrača. Kad se prijavi 10 korisnika za taj događaj, događaj postaje nevidljiv. Ako neko od tih 10 korisnika odjavi događaj, isti opet postaje vidljiv (u skladu sa \*JAVNOST)**

**\*KATEGORIJA događaja – kategorije mogu biti svakakve, od vrlo opširnih kao „sport“ pa do užih kao „1v1 sport“ kao npr. Biljar**

**Za događaje bi postojao *rating system* kao i za organizatore događaja, kako bi se demotiviralo stvaranje *lažnih* događaja. Rating system bi bio posebno koristan za PONAVLJAJUĆE događaje.**

**U aplikaciju bi se mogla dodati nekakva igrifikacija (gamification). Korisnici sa visokom ocjenom imaju malu prednost u vidljivosti njihovih događaja, što bi stvaralo motivaciju da dobro osmišljavaju događaje i ne kreiraju lažne.**

**Monetizacija – besplatna verzija s reklamama ; plaćena verzija bez reklama + možda nekim pogodnostima (razmisliti) ; manja cijena za *bumpanje* događaja? (organizator može platiti manju sumu da bi njegov događaj dosegao veći broj korisnika)**

**Potencijalan naziv aplikacije: SportSpark (ukoliko se potpuno okreće sportskim događajima)**

**Aplikacija može npr. Biti i usmjerena prema eSports događajima ili događajima općenito u vezi s igranjem videoigara. Sa ovu funkcionalnost može biti npr. Uklonjena strana sa radijusom unutar kojeg se viđaju događaji, već se može odabrati popis videoigara koje korisnik igra te neki poseban tab/ekran u kojem korisnik vidi događaje za te igre (npr. Igra Battlefield 1 (2016.) zna imati ili je imala evente u kojima su YouTuberi organizirali igranje po posebnim pravilima gdje bi se igrači trudili stvoriti autentičan dojam Prvog svjetskog rata i igrali na taj način). Takvi događaji su najviše organizirani preko Discord kanala, YouTube communityja i slično te ih mogu vidjeti oni korisnici koji su specifično odabrali biti dio specifičnog kanala/communityja. Ova funkcionalnost aplikacije bi olakšala organizaciju takvih evenata.**

****Marketing****

Marketing može biti izveden na brojne načine. Besplatni načini bi bili oglašavanje aplikacije putem postova unutar Facebook/Discord grupa i sličnih društvenih mreža. Još jedan način bi mogao biti da se korištenje aplikacije ponudi nekoj organizaciji/klubu – klub bi mogao imati korist zbog većeg broja ljudi koji prisustvuju. Mogao bi ponuditi neki popust ako se koristi aplikacija itd.

Budući da aplikacija funkcionira sve bolje sa sve većim brojem korisnika, stvarnost je da bi u marketing trebao biti uložen novac (kao što vrijedi i za svaku drugu aplikaciju).

**Prije kretanja u development aplikacije, mogućnost je stvoriti anketu gdje bi se saznalo od ispitanika bi li oni bili zainteresirani za ovakvu aplikaciju. Osobno imam nekoliko kanala putem kojih mogu dosegnuti desetke ispitanika.**

**Verziju ideje osmislio:**

**Antun Tkalčec**

*Mobile Developer*

 

**Ekobit d.o.o.**

*Koturaška 69 | HR-10000 Zagreb, Croatia/Hrvatska*

*Phone: +385 91 786 4625*

*Mail: atkalcec@ekobit.hr*

*Web:* [www.ekobit.com](http://www.ekobit.com/) |[www.bizdatax.com](http://www.bizdatax.com/)