**Razada Projektne Ideje**

Otvaranje mobilnih platformi, dostupnost materijala za samo-učenje, jednostavna distribucija kreiranog softvera, kao i vrlo veliki broj mobilnih korisnika, kroz posljednjih 7 godina kreirali su izuzetno povoljnu klimu i uključivanje velikog broja tvrtki i razvojnih inženjera u utrku za kreiranjem različitog mobilnog sadržaja, a u svrhu osvajanja što vedeg tržišnog udjela. Ved u prvom kvartalu 2016. godine na Google Play trgovini se nalazilo više od 2 milijuna aplikacija za Android uređaje. Zbog toga je kvalitetna projektna ideja kao i kvalitetna razrada projektne ideje ključna za uspjeh programskog proizvoda na ovako dinamičnom i turbulentnom tržištu.

Dva su osnovna pristupa generiranju projektne ideje - **nesistematski i sistematski pristup** a brojni su kriteriji koji mogu utjecati na odabir jednog ili drugog pristupa.

1. **Nesistematski pristup** se temelji na brzom definiranju projektnih zadataka bez prethodnog istraživanja i segmentacije tržišta ili pozicioniranja u tržišnu nišu. Ovakav pristup karakterističan je za pojedince koji „imaju genijalnu ideju“ i žele ju što prije spremiti za tržište. Naravno, korištenje nesistematskog pristupa nije preporučljivo, osim u slučaju kada se projektna ideja ne generira u svrhu ostvarivanja profita ved u druge svrhe kao što su na primjer učenje ili razvoj za vlastite potrebe.

2. **Sistematski pristup**, s druge strane, podrazumijeva provođenje aktivnosti segmentacije tržišta i ciljanih korisnika u svrhu pronalaska tržišne niše koja još nije pokrivena i zasidena konkurentskim proizvodima. Ovaj pristup svakako ovisi i o domeni poslovanja tvrtke ili želji pojedinca da se bavi određenim područjem. Neke od tržišnih niša koje još uvijek nisu zasidene su na primjer zdravlje, ekologija, energetska učinkovitost, poljoprivreda i slično. Sistematski pristup generiranju projektne ideje uključuje provedbu aktivnosti opisanih u sljededim poglavljima.

***Odabir domene razvoja***

Obično se prije samog procesa generiranja projektne ideje tvrtka već odlučila za razvoj mobilne aplikacije. Ukoliko tvrtka već nije specijalizirana za razvoj mobilnih aplikacija u specifičnom području (domeni), onda je prva odluka koju treba donijeti upravo tržišno pozicioniranje i odabir domene razvoja. Po rezultatima anketiranja razvojnih inženjera i tvrtki može se zaključiti da je izrada kvalitetnih rješenja u jednoj domeni bolja strategija od pokrivanja različitih domena različitim proizvodima.

Fittnes je danas jedna od najpopularnijih tema kod mladih, pa čak I kod strijih osoba. Fittnes je jako dobra domena za razvoj jer nema baš puno aplikacija koje imaju sve u sebi I koje mogu zadovoljiti potrošača.

***Analiza navika potrošača I promjena navika***

Proizvodi koji mijenjaju navike korisnika mogu naići na otpor njihovom prihvadanju kod značajnog broja populacije. S druge strane, upravo takvi proizvodi koji nude nove mogćnosti postaju privlačni mlađim korisnicima koji lakše prihvadaju promjene. Pravovremeno prepoznavanje novog trenda u navikama korisnika može donijeti značajnu konkurentsku prednost.

-Uz pomoć analiza navika potrošača trebali bi našu aplikaciju prilagodit za korištenje populaciji bilo koje dobi što bi uvjetovalo da naša aplikacija bude što više privlačnija.

Aplikaciju koju izrađijemo trebamo prilagoditi I pojednostaviti kako bi bila vizuelno lijepa I tehnološki ispravna bez nekih komplikacija, jer sve što je jednostavno je I privlačno.

***Analiza tehnoloških trendova I novih tehnologija***

Iako brza tehnološka evolucija ima i nedostatke, ona donosi i brojne prednosti, a u kontekstu razvoja projektne ideje najvažnije je spomenuti, da pojava nove tehnologije „resetira“ tržište te ponovno otvara nove mogudnosti u svim domenama. Proširena stvarnost predstavlja tehnološku inovaciju koja se odnosi na korištenje nosivih i mobilnih uređaja koji korisniku dodatnim informacijama (tekst, slika, zvuk, vibracija i slično) dopunjuju informacije koje prima iz realnog svijeta. Internet stvari predstavlja mrežu sačinjenu od fizičkih objekata (stvari, uređaja) stalno spojenih na Internet s kojeg mogu primati i slati podatke. Najčešde se koristi kako bi se opisalo skup fizičkih uređaja koji imaju mogudnost prikupljati podatke (pomoću senzora) i slati ih u centralnu bazu ili pak prikazati rezultat njihove obrade.

Fittnes aplikacija bi trebala prikupljat što više novih trendova I informacija vezano za suplemente I objavljivat korisnicima.

Treba prilagoditi aplikaciju potrebama korisnika da bi im bilo jednostavnije koristiti aplikaciju.

Treba osmisliti neki softver koji broji otkucaj srca, koji gleda umor mišića I prilagođava dane korisnicima, prikupiti informacije o alergijama na suplemente…

***Odabir segmenta ciljanih korisnika***

Ponekad je segment korisnika za koje želimo razviti aplikaciju ovisan o prethodno odabranoj domeni, a ponekad je potrebna dodatna analiza i odluka. Za pojedine skupine korisnika na tržištu još uvijek ne postoje kvalitetna rješenja koja zadovoljavaju njihove potrebe. Rezultat ove aktivnosti je definiran segment korisnika za koje razvijamo projektno rješenje.

Naša aplikacija bi trebala biti dostupna na svim mobilnim uređajima bili oni android ili ios operativni sistem.

Na ulasku u aplikaciju, odmah vam nudi da izaberete trenutnu težinu, visinu… te ako želite smršaviti, odaberete do koje kilaže…

Takođe će imati svu pomoć apoteka o reakcijama na suplemente ili na alergije.

***Definiranje potencijalnih ideja***

Uzimajući u obzir utvrđene trendove, tehnologije, domenu razvoja i ciljane korisnike u ovom koraku je potrebno provesti aktivnost generiranja potencijalnih ideja. Svaka ideja se temelji na jednoj ključnoj funkcionalnosti (eng. key feature) oko koje se definiraju pomodne i dodatne funkcionalnosti. Postoje različite tehnike generiranja ideja, od koji su najpoznatije tehnike oluje mozgova. Tehnike iz obitelji oluje mozgova se temelje na brzom kreiranju velikog broja ideja od strane svih članova projektnog tima, a nakon toga se vrši selekcija i odabir uz mogude dopune i izmjene originalno kreiranih ideja. Rezultat ove aktivnosti je kreirana lista potencijalnih ideja za razvoj mobilnog proizvoda pri čemu je za svaku ideju definirana i ključna funkcionalnost.

Za razvoj aplikacije trebalo bi da postoji tim koji bi odlučio ko šta radi I da zna za šta je ko sposoban, da se ne bi desili neki izostaci u razvoju mobilne aplikacije.

Dosta je velika lista ideja o razvoju, a neke od njih su: Mršavljenje I dobijanje “mase” uz pomoć prehrane I određenih vježbi, konzumacija suplemenata za bilo koji metabolizam, napomena o terminima za trening, napomena o forsiranju tijela…

***Analiza konkurentskih proizvoda***

Za svaku ideju koja je prošla proces selekcije potrebno je napraviti analizu konkurentskih proizvoda na tržištu te utvrditi njihove nedostatke, kritike korisnika i mogudnosti kreiranja boljeg i kvalitetnijeg rješenja. Međutim, detaljnijom analizom, također se može utvrditi da vedina tih rješenja ne koristi nove tehnologije, nema kvalitetno riješenu sinkronizaciju između članova obitelji, nema višerazinsku klasifikaciju kategorija potrošnje te da svakako postoji mogudnost njihovog poboljšanja.

Prije samog razvoja mobilne aplikacije, treba dobro analizirati potencijalne konkurente I gledati u čemu su oni pogriješili, da se nama ta ista graška ne desi I da ne odbijemo korisnike malo mizernom greškom. Uvijek će biti nekog ko će iskopirati ili pak napraviti bolju aplikaciju, ali u tome je I bit da se takmićimo ko će privući više korisnika.

***Pronalazak vodeće funkcionalnosti***

Nastavno na aktivnost analize konkurentskih proizvoda, tijekom ove aktivnosti potrebno je definirati sve mogude funkcionalnosti promatranih projektnih ideja. Ključne funkcionalnosti i dio dodatnih funkcionalnosti su ved definirani u prethodnom koraku, ali sada, nakon što imamo uvid u ostale proizvode na tržištu, potrebno je zaokružiti projektnu ideju popisom svih funkcionalnosti i uključenih tehnologija. Poseban naglasak treba staviti na definiranje vodede (najvažnije) funkcionalnosti (eng. Kill feature), to jest funkcionalnosti koja čini razliku između novog proizvoda i ostalih proizvoda na tržištu.

Osim utvrđivanja nedostataka i problema kod drugih aplikacija na tržištu treba li bi nastojati da implementiramo nove ideje koje će predstavljat poboljšanje u odnosu na ostale aplikacije.

Trebamo analizirati konkurenciju i predstaviti neke nove funkcije u nasoj aplikaciji sto ostale nemaju.

Vjezbe za odrzavanje “mase” I kondicijskih sposobnosti.

Napomena o “istrošenosti” tj. umora tijela I mišića.

Napomena za vrijeme termina.

Bilježenje unosa kalorija, masti I proteina.

Preporučivanje suplemenata koje će korisnuku pomoći u daljem razvoju.

***Konačni odabir projektne ideje***

Konačni odabir projektne ideje uzimaju u obzir rezultate svih prethodnih koraka projektni tim donosi konačnu odluku te odabire proizvod s kojim de krenuti u proces implementacije.

Neki od važnih faktora koje tijekom konačnog odabira treba uzeti u obzir su:

znanje i iskustvo projektnog tima u odabranoj domeni i s odabranim tehnologijama

planirano vrijeme do objave proizvoda na tržište (eng. Planned time to market)

potrebni ljuski, materijalni i novčani resursi potencijalnu zaradu od projektne ideje zasicenost tržišta i očekivani trendovi u ponašanju korisnika broj tehnoloških oštrica u promatranom proizvodu.

Tek nakon analize svih ovih faktora projektni menadžment ili projektni tim mogu odabrati ideju koja mora biti motivirajuća za projektni tim ali pri tome i izvediva u planiranom vremenu i s planiranim resursima i u konačnici interesantna i korisna korisnicima. Koristeći neku od tehnika oluje mozgova projektni tim može za odabranu projektnu ideju definirati naziv proizvoda. S konačno odabranom idejom projektni tim započinje proces razvoja programskog proizvoda.

Projektni tim mora sebi zadati datum izlaska probne verzije I prave verzije kako ne bi odvukla korisnike zbog svoga kašnjenja, mnoge aplikacije su faktički nestale zbog toga.

Za sami razvoj aplikacije predvidjen je vremenski rok od 8 mjeseci

Potrebno je imati dosta ljudi koji su pouzdani, te I za njih neku vrstu zamjene.

Naravno potrebno je potražiti sponzora kao što je “protein.si”, te da oni finansiraju suplemente predviđene za korisnike.

Već se očekuje u prvih nekoliko mjeseci ogroman porast korisnika te samim tim I ogroman broj novca koji će pomoći daljem razvoju aplikacije. Predviđeno je I partnerstvo sa mnogim youtuberima tj. influenserima koji se bave fittnes youtube kanalom.

**Uradio: Samed Mujkanović IV-3**