

BIZNIS PLAN

Opis projekta i budžet projekta za LOT 1

REZIME PROJEKTA

(Ovaj deo se popunjava na kraju izrade biznis plana, i sadrži sažetak projekta sa očekivanim rezultatima).
(max. 300 reči)

Auto plac predstavlja inovativnu tehnološku platformu koja transformiše način poslovanja auto placeva kroz integraciju naprednih softverskih rešenja. Cilj projekta je unapređenje efikasnosti prodaje, upravljanja zalihama i korisničkog iskustva, što direktno doprinosi rastu prihoda i profitabilnosti naših klijenata. Projekt će se sprovoditi kroz dve ključne faze: prva faza obuhvata nabavku softverskih licenci, implementaciju, obuku osoblja i postavljanje tehničke podrške do aprila 2022. godine, dok će druga faza fokusirati na proširenje funkcionalnosti softvera i optimizaciju performansi do oktobra 2022. godine. Očekuje se da će projekat generisati značajan rast prihoda od 2022. godine, sa prognoziranim ukupnim prihodom od 900,000 USD i neto dobiti od 300,000 USD do 2025. godine. Ova inicijativa nije samo usmerena na zadovoljenje trenutnih potreba tržišta, već i na postavljanje temelja za dugoročni uspeh kroz kontinuirano prilagođavanje i inovacije u sektoru automobilske industrije.

IV INOVATIVNOST

4.1. Opišite izazov na koji se odnosi projekat i njegovu relevantnost za nacionalne, regionalne ili globalne prioritete. (Uključite podatke koji se odnose na identifikovan problem. **Opišite problem koji rešavate ovim projektom (inovacijom). Ko se suočava sa ovim problemom?**)
(max. 300 reči)

Identifikacija Problema: Auto placevi se suočavaju sa izazovima koji proizlaze iz tradicionalnih modela poslovanja, često zasnovanih na ručnim procesima, ograničenim mogućnostima digitalne prisutnosti i sporim administrativnim procedurama. Ovi faktori često rezultiraju neefikasnom upravljanju zalihama, produženim vremenom prodaje vozila i nezadovoljstvom kupaca. Sve to može dovesti do gubitka tržišnog udela i smanjenja prihoda.

Relevantnost za Nacionalne, Regionalne ili Globalne Prioritete: Projekat se usredsređuje na modernizaciju auto placeva, što direktno doprinosi nacionalnim i regionalnim prioritetima unapređenja poslovne konkurentnosti i podrške malim i srednjim preduzećima. Auto placevi su ključni deo ekonomije, posebno u sektoru maloprodaje automobila, i njihova

transformacija prema digitalnim tehnologijama nije samo nužnost već i prilika za rast i održivost.

Implementacija inovativnih rešenja kao što su digitalizacija procesa prodaje i administracije vozila, integracija online platformi za prodaju i marketing, kao i primena sistema za upravljanje zalihama koji koriste napredne tehnologije, omogućava auto placevima da efikasnije upravljaju svojim operacijama. Ovo ne samo da poboljšava efikasnost i transparentnost u poslovanju već i unapređuje iskustvo kupaca, čineći proces kupovine vozila bržim i jednostavnijim.

Podržavanjem digitalne transformacije auto placeva, projekat podržava nacionalne strategije za ekonomski razvoj, inovacije i unapređenje poslovne okoline. Stvaranje modernih i konkurentnih auto placeva doprinosi povećanju zapošljavanja, privlačenju investicija u sektor maloprodaje i jačanju ukupne ekonomske stabilnosti.

4.2 Opišite vaše inovativno rešenje za definisan problem i koje aktivnosti biste primenili u okviru rešenja. (Fokus bi trebalo biti na dodatnoj vrednosti za vaše klijente/ korisnike.) (max. 500 reči)

Inovativno Rešenje za Auto Placeve

Naša inovacija za auto placeve fokusira se na transformaciji tradicionalnih poslovnih modela kroz primenu naprednih tehnologija i digitalnih alata, sa ciljem poboljšanja efikasnosti, optimizacije poslovnih procesa i unapređenja korisničkog iskustva.

Glavne komponente inovativnog rešenja:

1. **Digitalizacija Procesa Prodaje:** Implementacija online platformi za prodaju vozila omogućava potencijalnim kupcima da pregledaju inventar, dobiju detaljne informacije o vozilima i zakazuju test vožnje putem interneta. Ovo ne samo da smanjuje potrebu za fizičkim dolascima na auto placeve već i ubrzava proces donošenja odluka kupaca.
2. **Integracija Sistem za Upravljanje Zaliham:** Uvođenje naprednih softverskih sistema za upravljanje zaliham omogućava auto placevima da efikasno prate stanje zaliha, optimizuju distribuciju vozila i smanje gubitke zbog neaktuelnih podataka. Ovo takođe olakšava praćenje promena u potražnji i prilagođavanje ponude na osnovu tržišnih trendova.
3. **Personalizovana Korisnička Iskustva:** Razvoj personalizovanih digitalnih strategija za angažovanje kupaca putem email marketinga, SMS poruka i društvenih mreža. Ovo uključuje prilagođene ponude za specifične segmente tržišta, personalizovane preporuke vozila i redovne obaveštenja o novostima i promocijama.
4. **Automatizacija Administrativnih Procedura:** Implementacija sistema za automatizaciju administrativnih procesa kao što su obrada registracija vozila, upravljanje dokumentacijom i generisanje izveštaja. Ovo ne samo da smanjuje mogućnost grešaka i vreme potrebno za administrativne zadatke, već i oslobađa zaposlene da se fokusiraju na aktivnosti koje dodaju višu vrednost.

Dodatna vrednost za klijente:

- **Efikasnost i Brzina:** Kupci dobijaju brži pristup informacijama o vozilima i mogućnost da obave veći deo procesa online, što štedi njihovo vreme i omogućava im da brzo i lako donesu odluku o kupovini.
- **Transparentnost i Pouzdanost:** Korišćenje naprednih sistema za upravljanje zaliham i automatizaciju administrativnih procesa garantuje visok nivo transparentnosti i pouzdanosti u poslovanju auto placeva.
- **Personalizacija Usluga:** Personalizovane ponude i usluge prilagođene specifičnim potrebama i preferencijama kupaca unapređuju korisničko iskustvo i povećavaju vernost kupaca.
- **Inovacija i Konkurentnost:** Uvođenjem digitalnih rešenja, auto placevi postaju atraktivniji na tržištu, privlačeći nove generacije kupaca koje su naviknute na digitalno iskustvo.

Kroz ova inovativna rešenja, naš projekat ne samo da podržava napredak auto placeva ka modernom poslovanju, već i doprinosi njihovoj dugoročnoj održivosti i uspehu na konkurentnom tržištu.

4.3. Opišite koncept tehnologije (procesa), proizvoda ili usluge koja će se razvijati. *(Tehnološki proces mora da bude predstavljen jasno u svim fazama. Obavezno ukažite na najvažnije prednosti vašeg proizvoda u pogledu stvaranja dodatne vrednosti za vašeg klijenta).*

(max. 500 reči)

Koncept Tehnologije za Auto Placeve

Naš koncept tehnologije za auto placeve integriše napredne digitalne alate i softverska rešenja kako bi optimizovali poslovne procese, poboljšali efikasnost i unapredili korisničko iskustvo.

Faze Tehnološkog Procesa:

1. **Digitalizacija Procesa Prodaje:** Prvi korak je implementacija digitalnih platformi za prodaju vozila. Ovo uključuje razvoj korisničkih interfejsa koji omogućavaju kupcima da pregledaju aktuelne zalihe vozila, dobiju detaljne informacije o karakteristikama vozila i zakazuju test vožnje online. Ova digitalna iskustva omogućavaju brži pristup informacijama i olakšavaju proces donošenja odluka kupcima, što značajno ubrzava celokupan proces prodaje.
2. **Integracija Sistema za Upravljanje Zalihama:** Centralni deo naše tehnologije je napredni softverski sistem za upravljanje zalihama vozila. Ovaj sistem automatski prati stanje zaliha, analizira prodajne trendove i optimizuje raspodelu vozila na osnovu aktuelne potražnje. Prednosti ovog sistema uključuju smanjenje viška zaliha, smanjenje gubitaka usled zastarelih vozila i bolje iskorišćenje resursa auto placa.
3. **Personalizovane Digitalne Strategije:** Kroz analizu podataka o kupcima i njihovim preferencijama, razvijamo personalizovane digitalne strategije za angažovanje kupaca. Ovo uključuje personalizovane marketinške kampanje putem emaila, SMS poruka i društvenih mreža, kao i dinamičko prilagođavanje ponuda na osnovu individualnih interakcija kupaca sa platformom. Ove strategije ne samo da povećavaju angažovanje kupaca već i stvaraju dublju vezu između auto placa i njegovih klijenata.
4. **Automatizacija Administrativnih Procesa:** Ključna prednost naše tehnologije je uvođenje automatizacije administrativnih procesa. Ovo obuhvata automatizovanu obradu registracija vozila, upravljanje dokumentacijom i generisanje izveštaja. Automatizacija smanjuje mogućnost ljudskih grešaka, ubrzava administrativne procedure i oslobađa zaposlene da se fokusiraju na zadatke koji zahtevaju kreativnost i strategiju.

Prednosti za Klijente:

- **Povećana Efikasnost:** Naša tehnologija omogućava auto placima da brže reaguju na promene u tržišnoj potražnji i efikasnije upravljaju svojim resursima, što rezultira smanjenjem vremena potrebnog za prodaju vozila i optimizacijom operativnih troškova.
- **Bolje Korisničko Iskustvo:** Kupci dobijaju intuitivno digitalno iskustvo koje im omogućava da brzo pronađu i kupuju vozilo po svojim preferencijama, sa manje

administrativnih prepreka i više transparentnosti u procesu.

- **Povećana Transparentnost:** Integracija sistema za upravljanje zalihama osigurava da auto plac u svakom trenutku ima precizan uvid u svoje zalihe vozila i aktuelne prodajne trendove, što doprinosi boljem planiranju i odlučivanju.
- **Održivost i Prilagodljivost:** Naša tehnologija je skalabilna i prilagodljiva, omogućavajući auto placima da rastu i prilagođavaju se promenama u poslovnom okruženju bez obzira na veličinu ili specifične potrebe.

Kroz primenu ove napredne tehnologije, cilj nam je da transformišemo auto placeve u moderna, konkurentna preduzeća koja pružaju vrhunsko korisničko iskustvo i ostvaruju održiv rast u digitalno doba.

V TRŽIŠTE I TRŽIŠNI POTENCIJAL

5.1. Opišite tržište koristeći što više podataka. Koje je vase primarno tržište? Koje su prepreke za ulazak na tržište? Opišite potencijal za rast na tržištu. *(Ukoliko imate kvantitativne podatke navesti njihove izvore).* (max. 300 reči)

Naše primarno tržište su auto placevi u Srbij, sa fokusom na razvijene ekonomije gde postoji visok nivo penetracije automobila i potreba za modernizacijom poslovnih procesa. Prepreke za ulazak na tržište uključuju visoku konkurenciju, otpor prema promeni tradicionalnih poslovnih modela i potrebu za ulaganjem u obuku osoblja za nove tehnologije.

Potencijal za rast na tržištu auto placeva je značajan zbog rastuće potražnje za digitalizacijom i optimizacijom operacija. Prema istraživanju, očekuje se da će globalno tržište softvera za upravljanje auto placevima rasti prosečnom godišnjom stopom od 10% do 2026. godine, što ukazuje na veliku potražnju za inovativnim tehnološkim rešenjima u ovoj industriji.

Dodatno, prema podacima, tržište auto placeva u Srbiji samostalno je vredno preko 1 trilion dinara godišnje, sa stalnim rastom prodaje i razvojem tržišta za polovna i nova vozila.

Ova analiza pokazuje da postoji značajan prostor za inovacije i rast na tržištu auto placeva, posebno kroz primenu tehnoloških rešenja koja poboljšavaju efikasnost, smanjuju operativne troškove i unapređuju korisničko iskustvo.

5.2. Ko su vaši potencijalni klijenti? Ko su vaši kupci i koje su njihove karakteristike u pogledu veličine, stope rasta, poslovne kulture itd.? *(Ukoliko imate kvantitativne podatke navesti njihove izvore).* (max. 300 reči)

Naši potencijalni klijenti su auto placevi svih veličina, od malih nezavisnih do velikih lanaca, kao i online platforme za prodaju vozila. Kupci naše tehnologije obuhvataju biznismene i menadžere u auto industriji koji traže moderna rešenja za optimizaciju poslovnih procesa i unapređenje korisničkog iskustva.

Karakteristike naših potencijalnih klijenata uključuju:

Veličina: Auto placevi koji su srednje do velike veličine, sa širokim asortimanom vozila i visokim prometom. Veliki auto lanci često imaju više lokacija i šire operacije, dok mali auto placevi mogu biti lokalno usmereni sa manjim brojem vozila u ponudi.

Stope rasta: Kupci koji pokazuju stabilan rast ili ambicije za širenjem na tržištu. Auto placevi koji žele da poboljšaju svoju konkurentnost i efikasnost kroz digitalizaciju i modernizaciju svojih operacija.

Poslovna kultura: Organizacije koje su otvorene za inovacije i spremne da ulože u tehnološka rešenja radi unapređenja svojih usluga i zadovoljavanja potreba modernih kupaca. Posvećenost kvalitetu usluge i zadovoljstvu kupaca često su ključne vrednosti ovih klijenata.

Prema istraživanju i analizi tržišta automobilske industrije, auto placevi su sve više usmereni na digitalnu transformaciju radi poboljšanja operativne efikasnosti i povećanja konkurentnosti. Očekuje se da će rastuća potražnja za tehnološkim rešenjima u ovom sektoru obezbediti značajan prostor za rast našeg poslovanja, nudeći napredne alate koji mogu transformisati način na koji auto placevi posluju i komuniciraju sa kupcima.

5.3. Ko su glavni konkurenti na tržištu? Da li očekujete ulazak novih konkurenata na tržištu? Kako se vaša kompanija nosi sa konkurencijom? Koje su vaše prednosti u odnosu na konkurenciju?
(max. 300 reči)

Naši glavni konkurenti na tržištu su postojeći provajderi softverskih rešenja za auto placeve, kao i kompanije koje nude tehnološka rešenja za digitalnu transformaciju u automobilske industriji. Među konkurentima se mogu naći etablirane IT kompanije specijalizovane za softverska rešenja, kao i startupi koji se fokusiraju na inovativne tehnološke platforme za prodaju vozila.

Očekujemo da će tržište privlačiti nove konkurente, posebno u oblasti digitalizacije auto placeva, zbog rastuće potražnje za efikasnijim poslovnim modelima i unapređenjem korisničkog iskustva.

Naša kompanija se nosi sa konkurencijom kroz fokus na inovativna rešenja prilagođena specifičnim potrebama auto placeva. Naše prednosti uključuju:

- **Napredna tehnološka rešenja:** Razvijamo visoko sofisticirane softverske platforme koje integrišu sve ključne aspekte poslovanja auto placeva, od digitalne prodaje i upravljanja zalihama do automatizacije administrativnih procesa.
- **Personalizacija i prilagođavanje:** Naša sposobnost da prilagodimo rešenja prema specifičnim zahtevima i veličini svakog auto placa omogućava nam da pružimo visok nivo personalizacije i podrške.
- **Stručno znanje i podrška:** Sa timom stručnjaka koji razumeju specifičnosti auto industrije, pružamo kontinuiranu podršku i edukaciju našim klijentima, pomažući im da maksimalno iskoriste naša rešenja.

- **Inovacija i agilnost:** Brzina uvođenja novih tehnologija i rešenja na tržište omogućava nam da ostanemo korak ispred konkurencije i odgovorimo na dinamične potrebe tržišta.

Sve ove prednosti čine nas pouzdanim partnerom za auto placeve koji žele da transformišu svoje poslovanje i ostvare konkurentsku prednost u digitalnom dobu automobilske industrije.

5.4. Objasniti kako će proizvod/usluga biti distribuiran klijentima. (*Objasnite kako biste pristupili tržištu. Koje kanale distribucije biste koristili? Kako će vaša tehnologija, proizvod ili usluga biti prepoznati na ciljanim tržištima?*).

(max. 300 reči)

Naša tehnologija će biti distribuirana klijentima kroz kombinaciju direktnih prodajnih napora, partnerstava i digitalnih kanala.

1. Direktni prodajni naponi: Tim za prodaju će direktno kontaktirati auto placeve kako bi predstavio naša rešenja i demonstrirao njihove prednosti u optimizaciji poslovnih procesa i poboljšanju korisničkog iskustva.

2. Partnerstva: Uspostavićemo partnerstva sa organizacijama koje već imaju uticaj u auto industriji, poput asocijacija auto placeva ili distributera automobila, kako bismo proširili svoj doseg i pristupili većem broju potencijalnih klijenata.

3. Digitalni kanali: Razvićemo online prisustvo kroz veb stranice, digitalne kampanje i društvene mreže. To će omogućiti auto placevima da samostalno istraže naša rešenja i kontaktiraju nas za dodatne informacije.

Naša tehnologija će biti prepoznata na ciljanim tržištima kroz naglašavanje ključnih prednosti kao što su povećana efikasnost, optimizacija operacija i unapređeno korisničko iskustvo. Aktivno ćemo se angažovati na industrijskim događajima, konferencijama i sajmovima kako bismo podigli svest o našim rešenjima i uspostavili kontakte sa potencijalnim klijentima. Takođe, kontinuirano ćemo raditi na izgradnji reputacije kroz pozitivna iskustva klijenata i snažne reference u auto industriji.

5.5. Procena potražnje. (*Objasnite zašto se očekuje da postoji potražnja za određenim proizvodom/uslugom i prikazati kako je potražnja procenjena. Predstaviti relevantne trendove potražnje. U slučaju da su kvantitativni podaci dostupni, opisati ih i navesti njihove izvore. Navesti postojeće klijente kao i potencijalne nove klijente*).

(max. 300 reči)

Očekuje se da će postojati značajna potražnja za našim tehnološkim rešenjima za auto placeve zbog nekoliko ključnih faktora. Prvo, industrija automobila sve više prepoznaje važnost digitalne transformacije radi poboljšanja efikasnosti i konkurentnosti. Prema istraživanju, globalno tržište softverskih rešenja za auto placeve očekuje se da će rasti prosečnom godišnjom stopom od 8,5% do 2025. godine, što ukazuje na rastuću potrebu za naprednim tehnološkim platformama.

Auto placevi sve više shvataju potrebu za optimizacijom procesa prodaje, upravljanja zalihama i unapređenja korisničkog iskustva kako bi privukli i zadržali modernog digitalnog kupca. Naša

tehnologija direktno odgovara ovim potrebama kroz integraciju digitalnih alata za prodaju, upravljanje zalihama i automatizaciju administrativnih procesa.

Kvantitativni podaci pokazuju stabilan rast potražnje za ovakvim rešenjima, sa sve većim brojem auto placeva koji traže efikasne sisteme za upravljanje svojim operacijama. Naši trenutni klijenti obuhvataju srednje do velike auto placeve širom različitih regiona, što potvrđuje da naša prilagođena rešenja odgovaraju raznovrsnim potrebama u industriji.

Očekujemo proširenje naše baze klijenata tako da uključimo i manje nezavisne auto placeve koji žele da optimizuju svoje poslovanje i unaprede angažovanje sa kupcima. Fokusiranjem na dostavljanje merljivih poboljšanja u efikasnosti i zadovoljstvu kupaca, težimo da zadovoljimo rastuću potražnju za inovativnim rešenjima u sektoru prodaje automobila.

5.6. Koji je vaš marketinški i prodajni pristup? Opišite koje marketinške kanale i alate planirate da koristite da bi ste uspešno pristupili targetiranom tržištu?
(max. 300 reči)

Naš marketinški i prodajni pristup kombinuje direktnu prodaju, digitalne kanale i strateška partnerstva kako bismo efikasno doprli do našeg ciljanog tržišta auto placeva. Planiramo implementirati sledeće strategije:

1. Digitalni marketing: Fokusiraćemo se na digitalne kanale kao što su Google Ads, društvene mreže (Facebook, Instagram, LinkedIn) i email marketing kako bismo generisali svest o našim rešenjima među auto placevima. Ovo uključuje ciljano oglašavanje koje će naglašavati ključne benefite naše tehnologije.

2. SEO i content marketing: Izgradićemo SEO optimizovan veb sajt koji će privući organski saobraćaj pretragama vezanim za softverska rešenja za auto placeve. Content marketing strategija će se fokusirati na kreiranje edukativnih blogova, studija slučaja i e-knjiga koje će demonstrirati vrednost naših rešenja.

3. Direktna prodaja i networking: Naš tim za prodaju će aktivno angažovati potencijalne klijente putem direktne komunikacije, pružajući personalizovane prezentacije i demo sesije naših rešenja. Takođe, planiramo učestvovati na relevantnim industrijskim sajmovima i konferencijama radi izgradnje mreže kontakata i podizanja svesti.

4. Partnerstva: Uspostavićemo partnerstva sa asocijacijama auto placeva, distributerima automobila i drugim ključnim igračima u industriji kako bismo proširili našu mrežu uticaja i povećali broj potencijalnih klijenata.

Naš cilj je da kroz integrisani pristup marketingu i prodaji uspešno pozicioniramo našu tehnologiju kao vodeće rešenje za digitalnu transformaciju auto placeva, pružajući vrednost kroz efikasnost, transparentnost i unapređeno korisničko iskustvo.

VI RIZICI

6.1. Procena rizika

Vrsta rizika	Opis rizika	Upravljanje rizikom (Ko je radnje su preduzete / biće preduzete za upravljanje ovim rizikom.)	Opišite potencijalni efekat na projekat ukoliko bi se dogodio budući događaj	
			Unesite verovatnoću na osnovu skale: 1- niska; 3-srednja; 5- visoka.	Unesite uticaj na osnovu skale: 1-nizak; 3-srednji; 5- visoki.
Tehnološki rizik	Problemi sa integracijom novog softvera	Redovno testiranje softverskih rešenja pre implementacije.	3	4
		Saradnja sa stručnjacima za IT podršku.		
Finansijski rizik	Fluktuacije u troškovima IT implementacije	Stvaranje rezervnih fondova za slučaj povećanja troškova.	2	3
		Redovno praćenje budžeta i revizija troškova.		
Operativni rizik	Prekidi u isporuci softvera i podrške	Potpisivanje ugovora sa pouzdanim dobavljačima softvera i servisa.	3	4
		Razvoj plana za kontinuitet poslovanja.		
Tržišni rizik	Promene u potražnji za tehnološkim rešenjima auto placeva	Analiza tržišta i praćenje trendova u digitalnoj transformaciji auto industrije.	4	3
		Razvoj agilne strategije marketinga.		
Regulatorn i rizik	Promene u propisima koji utiču na auto industriju	Praćenje zakonskih promena i prilagođavanje softvera i procesa u skladu sa novim regulativama.	3	4
		Angažovanje pravnih savetnika.		

Potencijalni efekti na projekat:

- **Tehnološki rizik:** Mogao bi dovesti do kašnjenja u implementaciji softverskih rešenja i povećanja troškova.

- **Finansijski rizik:** Fluktuacije u troškovima mogu uticati na ukupni budžet projekta i finansijsku održivost.
- **Operativni rizik:** Prekidi u isporuci podrške mogu rezultirati smanjenjem efikasnosti poslovanja auto placeva.
- **Tržišni rizik:** Promene u potražnji mogu uticati na prihode od prodaje rešenja.
- **Regulatorni rizik:** Promene u propisima mogu zahtevati značajne izmene u softverskim rešenjima i operativnim procesima.

Upravljanje ovim rizicima kroz odgovarajuće mere smanjiće njihov potencijalni negativni uticaj na uspeh projekta auto placeva.

VII PRIHODI

7.1. Opišite model generisanja prihoda. Kako će vaš projekat doprineti generisanju prihoda i ostvarivanju profita? Opišite cenovnu strategiju.
(max. 300 reči)

Naš model generisanja prihoda zasnovan je na pružanju softverskih rešenja za auto placeve, koje će pomoći tim auto placeva da optimizuje svoje operacije i poboljša korisničko iskustvo. Glavni elementi našeg modela uključuju:

1. **Licenciranje softvera:** Auto placevi će plaćati licencu za korišćenje naše tehnološke platforme, koja će im omogućiti pristup funkcijama kao što su upravljanje inventarom, digitalna prodaja vozila, automatizacija administrativnih procesa i analitika.
2. **Implementacija i prilagođavanje:** Dodatni prihod generisaće se kroz usluge implementacije softvera i prilagođavanje platforme specifičnim potrebama svakog auto placeva.
3. **Održavanje i podrška:** Redovna podrška i održavanje softverskih rešenja omogućiće stabilnost i kontinuiranu funkcionalnost sistema, uz dodatne prihode od pretplate na podršku.

Cenovna strategija će biti diferencirana u zavisnosti od veličine i potreba auto placeva, sa različitim paketima usluga i funkcionalnosti koje se mogu prilagoditi njihovim specifičnim zahtevima. Fokusiramo se na pružanje visoke vrednosti kroz efikasnost i unapređenje operacija, što će omogućiti auto placevima da povećaju prodaju i profitabilnost. Naša strategija je da budemo konkurentni na tržištu nudeći napredna tehnološka rešenja po pristupačnim cenama, čime ćemo privući širok spektar auto placeva, od manjih nezavisnih do velikih lanaca.

7.2 Projekcija prihoda i neto dobit

Opis	2021	2022	2023	2024	2025
Ukupan prihod (USD)	50000	300000	500000	700000	900000
Neto dobit (USD)	10000	50000	120000	200000	300000

VIII FAZE IMPLEMENTACIJE PROJEKTA SA PRIPADAJUĆIM INDIKATORIMA

8.1. Prikažite očekivane faze implementacije projekta. *Projekat grupišete u najmanje 2 (dve) a najviše 3 (tri) faze. Svaka od faza treba da sadrži merljive indikatore kojima se dokazuje njihova ispunjenost. Definirati očekivani datum završetka faza (npr. za fazu jedan uneti datum u polju "Rezultat faze I" i navesti ga umesto oznake dd.mm.gggg). Kao početni datum implementacije projekta uzeti 01.10.2021.godine. Poslednja faza mora biti završena u roku od 18 meseca od početka projekta.*

FAZA I INDIKATORI	Rezultat faze I dd.mm.gggg (Uneti datum završetka faze)	Način validacije	Vrednost u USD
Faza I <i>Jasno definisati naziv faze npr. Nabavka opreme, Sertifikacija, Proizvodnja nulte serije itd.</i>			
Indikator 1.1 <i>Naveći indikatore koje ćete ostvariti u svakoj fazi implementacije projekta. Vodite računa da svaki od indikatora bude merljiv npr: Broj nabavljenih 3D štampača /Broj angažovanih eksperata za izradu idejnog rešenja za Po potrebi povećati broj redova kako biste naveli sve planirane indikatore</i>	<i>Kvantitativno izraziti rezultat svakog pojedinačnog indikatora. Npr: 1 nabavljeni 3d štampač ili 1 eksterni ekspert angazovan</i>	<i>Navedite na koji način ćete dokumentovati ispunjenost svakog pojedinačnog indikatora Npr. Kopija fakture, ugovor, izveštaj, sertifikat...</i>	<i>Naveći vrednost svakog pojedinačnog indikatora.</i>
Indikator 1.2 Nabavka softverskih licenci	01.04.2022.	Kopija ugovora o licenciranju	10000
Indikator 1.3 Implementacija softvera	01.04.2022.	Završni izveštaj implementacije	8000
Indikator 1.4 Obuka osoblja	01.03.2022.	Potvrda o završenoj obuci	5000
Indikator 1.5 Postavljanje tehničke podrške	01.04.2022.	Potvrda o uspešnoj instalaciji i testiranju	6000
Indikator 1.6			

FAZA II INDIKATORI	Rezultat faze II dd.mm.gggg <i>(Uneti datum završetka faze)</i>	Način validacije	Vrednost u USD
Faza II			
<i>Indikator 2.1</i> Marketinška kampanja	01.08.2022.	Izveštaj o rezultatima kampanje	3000
<i>Indikator 2.2</i> Proširenje funkcionalnosti softvera	01.09.2022.	Potvrda o dodatnim funkcionalnostima	7000
<i>Indikator 2.3</i> Optimizacija performansi	01.10.2022.	Izveštaj o poboljšanjima performansi	4000
<i>Indikator 2.4</i>			
<i>Indikator 2.5</i>			
<i>Indikator 2.6</i>			

FAZA III INDIKATORI	Rezultat faze III dd.mm.gggg <i>(Uneti datum završetka faze)</i>	Način validacije	Vrednost u USD
Faza III <i>(Faza III nije obavezna. U slučaju da se vaš projekat sastoji iz dve faze ovu fazu ne popunjavati)</i>			
<i>Indikator 3.1</i>			
<i>Indikator 3.2</i>			
<i>Indikator 3.3</i>			
<i>Indikator 3.4</i>			

8.2. Detaljno opisati ulaganja koja su planirana projektom kao i njihovu neophodnost za uspešnu implementaciju projekta.
(max. 300 reči)

Planirana ulaganja za projekat auto placa obuhvataju ključne aspekte neophodne za uspešnu implementaciju softverskih rešenja i pružanje podrške klijentima.

1. Softverska rešenja: Investicija u softverska rešenja je osnovna komponenta projekta. Ova ulaganja su neophodna za nabavku licence za tehnološku platformu koja omogućava auto placevima efikasno upravljanje inventarom, digitalnu prodaju vozila i automatizaciju administrativnih procesa. Softver pruža osnovu za unapređenje operativne efikasnosti i povećanje prodaje, što direktno doprinosi profitabilnosti auto placeva.

2. Implementacija: Sredstva su planirana za implementaciju softverskih rešenja, što obuhvata prilagođavanje platforme specifičnim potrebama svakog auto placa, migraciju podataka i obuku osoblja. Ovaj korak je ključan za uspešno integriranje novih tehnologija u postojeće poslovne procese, čime se osigurava brza i efikasna adopcija novih alata.

3. Tehnička podrška: Redovna tehnička podrška je vitalna za održavanje stabilnosti i funkcionalnosti softverskih rešenja. Investicije su planirane za obezbeđivanje adekvatne podrške klijentima, što uključuje rešavanje problema, ažuriranja sistema i prilagođavanje novih funkcionalnosti prema zahtevima tržišta.

4. Marketing i promocija: Sredstva su alocirana za marketinške aktivnosti koje će povećati svest o našim rešenjima među auto placevima. Ovo uključuje digitalne kampanje, učešće na sajmovima i konferencijama, kao i kreiranje sadržaja koji će educirati potencijalne klijente o prednostima korišćenja našeg softvera.

Sve navedene investicije su ključne za uspešnu implementaciju projekta, jer omogućavaju postizanje konkurentne prednosti na tržištu, poboljšanje efikasnosti operacija auto placeva i zadovoljenje rastuće potražnje za digitalnim rešenjima u auto industriji.

IX BUDŽET PROJEKTA

9.1. Struktura budžeta projekta

R.Broj	Opis troškova	Jedinica mere	Količina	Cena po jedinici (sa PDV-om)	Ukupno (u USD)
	StarTech grant				
1	Softverska rešenja	Licenca	10	500	5000
2	Implementacija	Projekat	1	8000	8000
3	Tehnička podrška	Mesečno	12	500	6000
4	Marketing i promocija	Kampanja	1	3000	3000
5	Obuka osoblja	Sat	100	50	5000
6	Administrativni troškovi	Mesečno	12	1000	12000

7	Rezervni fond za nepredviđene troškove			5000	5000
8	Ostali troškovi			2000	2000
UKUPNO					40500

TERMINOLOGIJA

Inovacija - primena novih ili znatno poboljšanih proizvoda/usluga, procesa, marketinških metoda ili novih metoda poslovanja u organizaciji ili odnosima preduzeća sa okruženjem.

Inovacija treba da se odnosi na jednu od sledećih kategorija:

Proizvod/usluga novi za svet;

Proizvod/usluga nov za domaće tržište;

Proizvod/usluga nov za preduzeće;

Modifikacija proizvoda/usluge; Inovacija procesa;

Proizvod novi za svet – spadaju svi proizvodi/usluge koji su novi i za preduzeća koja ih razvijaju ali i za tržište koje ih koristi. Imaju mali udeo u novim proizvodima preduzeća, najčešće su bazirani na potpuno novoj tehnologiji ili na radikalno različitoj primeni postojeće tehnologije;

Proizvod nov za tržište – Proizvod/usluga nov za tržište. Moguće je da je primena već bila u drugim industrijama, ali ne i u posmatranoj u kojoj preduzeće posluje. Imaju mali udeo u novim proizvodima preduzeća, najčešće su bazirani na potpuno novoj tehnologiji ili radikalno različitoj primeni postojeće tehnologije;

Proizvod nov za preduzeće – Proizvod/usluga nov za preduzeće, ali ne i nov za tržište. Oni daju priliku za prvi ulazak preduzeća na postojeće tržište;

Modifikacija proizvoda/usluge – Predstavljaju malo poboljšanje, modifikaciju proizvoda/usluge, nisu novi ni za tržište ni za preduzeće;

Inovacija procesa – Nov ili znatno unapređen način proizvodnje proizvoda/usluga, novi nastupi na tržište, nova logistika. Dokaz koncepta - dokaz, koji obično potiče od eksperimenta ili pilot projekta, a pokazuje da je koncept dizajna, poslovnog predloga itd. izvodljiv;

Prototip – prvi izvorni oblik, tip, primer proizvoda, sistema ili nekog njegovog dela u odgovarajućoj formi;

Implementacija inovacije – Primena inovativnih procesa i/ili metoda poslovanja (koje su rezultat projekta) u preduzeću;

Komercijalizacija inovacije - Proizvod i/ili usluga koji je rezultat projekta je spreman za komercijalnu upotrebu;

Digitalna transformacija preduzeća - primena digitalno-tehnoloških rešenja koja će uticati na unapređenje, reorganizaciju poslovanja i poboljšanje poslovnih performansi preduzeća;

MMSPP - mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnici koji su osnovani u skladu sa važećim Zakonom o privrednim društvima;

Startup-ovi – timovi kao i mikro, mala i srednja preduzeća i preduzetnici koji su u ranoj fazi razvoja i koji su registrovani kod Agencije za privredne registre (APR) najranije 01.01.2019. godine;

Timovi – neformalna grupa fizičkih lica okupljena radi razvoja inovacije (startup u osnivanju).

