# Zapisnik s razgovora

**Datum** : 24. 04. 2024. g.

**Vrijeme** : 9:00 – 10:00

**Mjesto održavanja** : ured poduzeća „Brzi i žestoki d.o.o.“

**Sudionici** : Ivan Horvat, Marin Azinović

**Zapisničar** : Marin Azinović

**Sadržaj**

Ivan Horvat je dugogodišnji vlasnik auto trgovine s izvrsnom reputacijom u lokalnoj zajednici. Unatoč uspješnom poslovanju na lokalnom tržištu, Ivan prepoznaje ograničenosti u privlačenju većeg broja kupaca izvan lokalne regije. Kao strastveni ljubitelj automobila, Ivan je uvijek težio širenju svog poslovanja i pružanju najboljeg iskustva kupcima. Auto trgovina gospodina Horvata nudi širok spektar vozila, uključujući nove i rabljene automobile različitih marki i modela. Kroz godine poslovanja, Ivan je izgradio uspješan poslovni model koji se temelji na kvaliteti usluge, transparentnosti i pouzdanosti. Međutim, nedostatak online prisutnosti predstavlja izazov za daljnji rast i razvoj poslovanja. Gospodin Horvat je svjestan da konkurenti već prisutni na online tržištu pružaju korisnicima mogućnost pregledavanja i kupovine vozila putem interneta, što dodatno potiče potrebu za prilagodbom poslovanja trendovima i zahtjevima tržišta.

Klijent je identificirao nekoliko ključnih problema s kojima se trenutno suočava u svom poslovanju auto trgovine i koji su motivirali potrebu za pokretanjem ovog projekta web stranice za prodaju automobila. Prvi problem koji je istaknuo je ograničenost lokalnog tržišta. Iako je uspješan u privlačenju lokalnih kupaca, klijent prepoznaje potencijal za širenjem poslovanja izvan lokalne regije. Ograničavanje prodaje samo na lokalno tržište rezultira manjim brojem potencijalnih kupaca i može ograničiti rast i profitabilnost poslovanja. Drugi problem je nedostatak online prisutnosti i mogućnosti za online kupovinu. Klijent primjećuje da se potrošačke navike mijenjaju i da sve veći broj ljudi preferira online kupovinu zbog praktičnosti i udobnosti. Konkurentne auto trgovine već imaju online prisutnost i pružaju mogućnost kupovine vozila putem interneta, što stavlja klijenta u nepovoljan položaj i može dovesti do gubitka potencijalnih kupaca.

Klijent je detaljno opisao funkcionalnosti koje su mu potrebne na sučelju za prodaju automobila kako bi se uspješno nosio s izazovima i ostvario svoje poslovne ciljeve. Ove funkcionalnosti su ključne za osiguranje korisničkog iskustva koje će biti intuitivno, informativno i učinkovito. Prva ključna funkcionalnost je mogućnost jednostavnog dodavanja, uređivanja i brisanja vozila iz inventara. Klijent ističe važnost brzog i jednostavnog ažuriranja inventara vozila kako bi korisnicima uvijek mogao ponuditi najnoviji izbor automobila. Osim toga, potrebna je mogućnost organiziranja vozila u odgovarajuće kategorije kako bi korisnicima bilo lakše pregledavati dostupne opcije. Druga važna funkcionalnost je intuitivno korisničko sučelje koje omogućuje korisnicima lako pregledavanje dostupnih vozila i filtriranje rezultata prema različitim kriterijima. Klijent želi osigurati da korisnici brzo i jednostavno mogu pronaći vozilo koje odgovara njihovim potrebama i preferencijama. Stoga, sučelje treba biti jasno i pregledno, s mogućnošću filtriranja po različitim parametrima kao što su marka, model, cijena i godište. Osim toga, klijent ističe potrebu za modulima za obračun carina i poreza radi pružanja jasnih informacija o ukupnom trošku kupnje vozila. Također želi osigurati da korisnici imaju pristup informacijama o mogućnostima financiranja putem kredita i leasinga, kako bi olakšao proces kupnje vozila. Ukupno gledajući, klijent prepoznaje da trenutna situacija poslovanja nosi određene izazove koji mogu ograničiti rast i uspjeh njegove auto trgovine. Stvaranje online platforme za prodaju automobila ima za cilj rješavanje ovih problema i omogućavanje klijentu da proširi svoje poslovanje, privuče više potencijalnih kupaca i ostvari veći uspjeh na tržištu.

Surogat: <https://www.cars.com/>

