

## Market analysis

### Top down:

Total available market:

Recimo da je v sloveniji TAM: 50 000 prodanih enot po 400 eurov ~ 20 000 000 eurov

Served available market:

Zrcala bi se predvsem prodajala osebam, ki imajo smart home, tudi frizerjim, in mogoče še določenim prostorom

z večjim ali bolj zasedenimi avlami (naprimer hoteli).

50% TAM-a = 25000 prodanih enot \* 400 ~ 10 000 000 eur

Share of the market

= 30% ~ 3 000 000 eur ( v treh letih)

V sloveniji je približno 3000 salonov in frizerskih studijov, približno 5000 hotelov in 25 000 pametnih domov.

Recimo da bi od teh vseh na koncu zaradi cene, dobili 200 frizerskih studijov in salonov 100 hotelov in 7 000 pametnih domov.

Povprečen frizer bi kupil 2, hotel tudi 2, pametni dom pa 1.

$200 \cdot 2 + 100 \cdot 2 + 7\,000 = 7\,600$  prodanih komadov ~ 3 040 000 eur (v treh letih), v prvem bi recimo prodali samo 1000 komadov,

potem ko bi se pa ljudje z izdelkom bol spoznali bi pa ostro raslo.

## Bottom up:

Magic mirrorjev še v slovenskih hotelih in pri frizerjih nisem videl, določeni ljudje, ki se kot hobij ukvarjajo z raspberry pi-jem,

pa jih lahko da že imajo doma. Na začetku bi prodaja bila nižja, ampak ker ta tehnologija raste, lahko sklepam da bi se

čez čas prodaja povečevala. Recimo da bi prvo leto po prepričevanju potencialnih kupcev prodali 1000 komadov (bogatejši tech hobijisti

bi predstavljali večino teh prodaj, ter bolj luksuzni hoteli in frizerski studiji), potem bi nasledno leto prodaja rasla in prišla na recimo 2000 komadov itd.

Po prvih nekaj letih bi kupci postali seznanjeni z izdelkom in bi prodaja lahko začela bolj ostro rasti.

Lahko bi tudi uvedli plačljiv model za določene module magic mirrorja, recimo da frizer dobi AR compatible verzijo magic mirrora,

katero mora letno plačevati 60 evrov za podporo in nove funkcije v posodobitvah.

## Competitive strategy:

Izdelek bi imel več verzij in modulov, ki bi lahko zadovoljile različne niše, verzija za frizerja bi recimo lahko imela AR podporo

in kamero, s katero bi lahko "poskusil" frizuro na sebi da vidiš kakšen zgledaš z njo preden se odločiš. Ti moduli bi imeli različne cene, in vsak

od teh magic mirrorjev bi imel letni strošek za podporo, ki ga verzije hobijistov nebi imele.

Verzija za hotele bi lahko prikazovala razne druge informacije, ki so lahko specifične na hotel, kot nek information helpdesk.

Te verzije bi seveda imele tudi vso funkcionalnost osnovnega zrcala hobijistov.

Slovenskih proizvajalcev magic mirrorjev še ni, so pa seveda iz drugih držav, ki prodajajo v slovenijo, a nimajo teh funkcij, ki so opisane

zgoraj.

## SWOT

### Strengths:

Persionalizacija funkcionalnosti za različne končne uporabnike. Dodatna kamere, ki omogoča AR.

### Weaknesses:

Nismo pripravljeni za večjo proizvodnjo (pomanjanje logistike in infrastrukture). Nimamo še prepoznavnosti.

### Opportunities:

Tehnološka priložnost za inovacijo na področju AR-a v vsakdnem življenju.

Nova tržna niša (ogledalo kot neka informacijska točka v vsakdnem življenju).

### Threats:

Konkurenca, cena in čas produkcije prototipov, firma z večjo infrastrukturo lahko kopira in naredi bolj masivno produkcijo.