ფასების შედარების აპი

როდესაც გინდა რაღაცის ყიდვა ყოველთვის ყოყმანობ და არჩევ თუ სად იყიდო რადგან ერთნაირ პროდუქტებს სხვადსასხვა მაღაზიებში სხვადასხვა ფასი აქვს და არგინდა რომ იმ პროდუქტში ბევრად მეტი გადაიხადო რადგან სხვა მაღაზიებში ბევრად იაფია ან შეიძლება ის პროდუქტი იგივე ფასი ღირდეს სხვაგანაც მაგრამ რომელიმე მაღაზიას შეიძ₾ება ქონდეს აქცია და შენ თუ ეგ აქცია გამოგრჩა დაგწყდება გული ამიტომ შევქმენით აპპი რომელიც გაგიმარტივებთ ცხოვრებას რა შეგვიძლია შემოგთავაზოთ ჩვენ

ჩვენ აპპშ უნდა ყიოს სხვადსახვა მაღაზიების ინფორმაცია ავიღოთ ტექნიკის მაღაზიები ყველაზე ცნობილი და კონკრუტენული არის ალტა, ზუმერი,აიპლიუსი, ელიტ ელ., ჩვენთან თავიდანვე ყველაფერს არ გიჩვენებთ (მაგრამ ეგეც შეგვიძლია) როდესაც შემოხვალ იქნება ფოტოს გადაღების სექცია და ზევით search-(საძიებო) სადაც ჩავწერთ ჩვენს პროდუქტს თუ რა პროდუქტი გვუსრს და ამოგდებს ამ პროდუქტის ფასებს ასევე ფოტოს გადაღებითაც უნდა ამოგდოს ეგ პროდუქტი და თითოეული მაღაზიდან ეს ჩვენ გვაძლევს საშვალებას დავზოგოთ დრო რადგან ჩვენ უცებ გავიგებთ რომელ მაღაზიაში რა ღირს და რომელ მაღაზიას აქვს აქცია ეს მყიდველს უფრო გაუამრტივებს საშვალებას რომ მალევე იყიდოს პროდუქტი ასევე მაღაზიებს უფრო ექნებათ საშალება უკეთ გაყიდონ პროდუქტი რადგან ვთქვათ შეიძლება იმ კონრეტულ პროდუქტზე ზუმერს ქონდეს ფასდაკლება და სხვა მაღაზიებთან შედარებით ბევრად იაფი იყოს შესაძლებელი ყოფილიყო მყიდველს ენახა მხოლოდ ერთ მაღაზიაში საერთოდ ვერ გიაგებდა ზუმერში რო ფასდაკლება იყო და ეყიდა ბერვად ძვირად ჩვენი აპლიკაცით ესევთქვათ გავაპიარებთ ამ მაღაზიებს და ჩვენც ფულს ვიშოვით პიარით

შეკვეთა და გადახდის სისტმებეი

მბულები მაღაზიების ვე-გვერდებზე ან პირდაპირი ონლაინ შესყიდვის შესაძლებლობა

მომხმარებლის საგრებელი:

ფულის დაზოგვა: მომხმარებელი ნახავს საუკეთესო ფასს ან აქციას

დროის დაზოგვა: ყველა შეთავაზება ერთ სივრცეშია თავმოყრილი.

მაღაზიებისთვის სარგებელი:

 გაყიდვების გაზრდა: მათი პროდუქტი ადვილად ხდება ხელმისაწვდომი ფართო აუდიტორიისთვის.

 კონკურენტული უპირატესობა: მომხმარებელი სწრაფად ნახავს მათ აქციებს.

 ცნობადობის გაზრდა: აპლიკაციის საშუალებით მაღაზიები ახალ მომხმარებლებს მიიზიდავენ.

**შემოსავლის მოდელი**

1. **რეკლამა**
   * მაღაზიებს შეუძლიათ გადაიხადონ, რომ მათი პროდუქტები ან აქციები უკეთ გამოჩნდეს (მაგ., პირველი პოზიციები).
2. **პარტნიორული პროგრამები**
   * თითოეულ გაყიდვაზე გარკვეული საკომისიო (affiliate marketing).
3. **პრემიუმ მომხმარებლები**
   * დამატებითი ფუნქციებისთვის (მაგ., მეტი ინფორმაცია პროდუქტის შესახებ ან პერსონალიზირებული რეკომენდაციები).