**Analiza spletnega projekta: Pametni iskalnik avtomobilov**

# Identifikacija problema in rešitve

 Ljudje, ki se ne spoznajo na avtomobile, pogosto sprejmejo slabo odločitev pri prvem nakupu.

 Nakup avtomobila je pomembna odločitev, saj vključuje veliko finančno tveganje.

 Projekt rešuje ta problem z omogočanjem enostavnega filtriranja in iskanja avtomobilov glede na uporabnikove želje in potrebe.

 Rešitev vključuje:

* preprost uporabniški vmesnik,
* možnost vnosa želenih lastnosti avtomobila (cenovni razred, poraba, znamka, menjalnik itd.),
* seznam avtomobilov, ki najbolj ustrezajo vpisanim podatkom.

# Analiza trga

 Veliko ljudi ni zadovoljnih s svojim prvim avtomobilom.

 Glavni razlog za to je:

* slaba informiranost,
* pomanjkanje uporabniku prijaznih orodij za iskanje avtomobilov.

 Glavna konkurenta:

* **avtonet.si**
* **mobile.de**

 Pomanjkljivosti obeh portalov:

* zahtevata tehnično znanje in izkušnje,
* pokaže 300 istih avtomobilov,
* ne ponujata podpore za začetnike brez izkušenj.

 Prednosti pred konkurenco:

* pokaže le en model,
* mnenja so iskrena in nevtralna,
* možnost komentarjev drugih uporabnikov,
* opozorila na pomembne dejavnike pri nakupu:
  + stanje vozila,
  + zgodovina servisov,
  + pogoste napake določenih modelov.

# SWOT analiza

**Prednosti:**

* Inovativna rešitev brez direktne konkurence.
* Enostavna uporaba za začetnike.
* Velik trg (vsak enkrat kupi avto).

**Slabosti:**

* Omejeni prihodki, ker projekt ni namenjen ustvarjanju dobička.
* Potreba po podatkih iz drugih portalov, kar lahko privede do legalnih izzivov.
* Možnost slabo ohranjenih avtomobilov.

**Priložnosti:**

* Učenje drugih o avtomobilih
* Monetizacija prek dodatnih storitev (npr. preverjanje zgodovine vozil).

**Grožnje:**

* Težavna pridobitev večih uporabnikov brez marketinga,
* Kraja podatkov.

# Poslovni model in finančni plan

 Projekt ni primarno usmerjen v dobiček, temveč v pomoč uporabnikom.

 Možni prihodki:

* oglasi,
* možnost nakupa videa,
* partnerske povezave (affiliate),
* prostovoljne donacije.

 Stroški vključujejo:

* razvoj spletne strani,
* možno oglaševanje,
* strežniški prostor in vzdrževanje.

 Strategije za pridobivanje uporabnikov:

* SEO optimizacija (vidnost na iskalnikih),
* objave na družbenih omrežjih,
* sodelovanje z influencerji,
* oglasi na avtonetu…

 Ključno vlogo bodo imeli prvi uporabniki – ustvarjanje skupnosti.