

Transkript (doslovno) – od pitanja o Trebam.hr nadalje

Mario:

Kako jeu drugim platnormama koje su konkurencija Trebam hr definiraju odnos klijent direktor teamovi? Tko što radi i u kakvoj su interakciji? Tko može s kime kontaktirati i kada.

ChatGPT:

Odlično pitanje — i vrlo bitno za razumijevanje tržišne dinamike servisa poput **Trebam.hr**, **Daibau**, **Instanthouse**, **Emajstor**, **Houzz**, **Rated People**, i **Checkatrade**, i **MyBuilder**.

Svi oni rješavaju istu stvar, ali na različite načine: **povezivanje klijenata (naručitelja)** s **izvođačima (obrtnicima, tvrtkama, timovima)**, uz **različite razine kontrole i transparentnosti**.

Usporedimo glavne **uloge i odnose** u tim platformama:

♦ 1. Ključne uloge

Uloga	Opis	Tko je može imati
Klijent (Buyer / Homeowner / Naručitelj)	Osoba koja objavljuje projekt, traži ponudu ili kontakt izvođača.	Privatne osobe, tvrtke
Izvođač (Provider / Tradesperson / Company)	Pravna ili fizička osoba koja nudi uslugu (vodoinstalater, arhitekt, itd.).	Obrti, d.o.o., freelanceri
Direktor / Administrator profila (Company Owner)	Osoba koja upravlja profilom tvrtke, timovima, licencama i statusima.	Direktor tvrtke ili ovlašteni predstavnik
Team / Suradnici (Teams / Employees)	Članovi koji rade pod istim profilom (npr. majstori, tehničari, prodajni tim).	Dodani od strane direktora
Platforma / Moderator	Pruža infrastrukturu, validaciju, komunikacijski kanal, naplatu i posredovanje.	Sama platforma (npr. Daibau, Trebam.hr)

♦ 2. Odnos i interakcije

Par uloga	Dozvoljena interakcija	Kada i kako
Klijent → Izvođač	<input checked="" type="checkbox"/> Da	Nakon objave upita (lead), putem internog chata, emaila ili telefona (ovisno o modelu)

Klijent → Team član ⚠️ Ograničeno Samo ako direktor dozvoli prikaz kontakta određenog člana (rijetko)
Klijent → Direktor ✓ Da Uvijek — direktor je primarni kontakt tvrtke
Izvođač → Klijent ✓ Da Nakon što kupi lead ili ako mu platforma dodijeli upit
Team član → Klijent ⚠️ Da, ali pod nadzorom Ako direktor ili platforma delegira komunikaciju tom članu
Direktor → Team član ✓ Interno Unutar panela tvrtke – dodjela poslova, pregled aktivnosti
Direktor → Platforma ✓ Administrativni kontakt – verifikacije, reklamacije, fakture
Team → Platforma ✗ Neizravno Sve ide kroz direktora ili glavnog accounta
Klijent → Platforma ✓ Pritužbe, verifikacija, pomoć, uklanjanje lažnih ponuda

◆ 3. Modeli komunikacije po platformama

Platforma Komunikacija Klijent ↔ Izvođač Team koncept Posebnosti
----- ----- ----- -----
Trebam.hr Kontakt nakon kupnje lead-a (ograničen broj) ✗ Nema timova Izvođač vidi kontakt klijenta samo ako plati lead.
Daibau.hr Klijent objavi upit → Izvođač dobije detalje nakon prijave ✓ Da Tvrtke mogu imati više osoba, svaka s pristupom.
Instanthouse.hr Direktni match (automatski) ⚠️ Ograničeno Platforma bira izvođača temeljem kriterija.
Emajstor.hr (Slovenija) Chat kroz platformu, kontakti otključani kupnjom ✓ Da Rijetko direktni mail/telefon bez plaćanja.
Rated People (UK) Izvođači kupuju leadove ✓ Da Mogu imati “business team” za više regija.
Checkatrade (UK) Pretplatnički model, direktni kontakti ✓ Da Komunikacija ide direktno; nema “lead pay-per-use”.
MyBuilder (UK) Klijent poziva izvođača ⚠️ Samo direktor Izvođač mora odgovoriti i biti odabran da vidi detalje.
Houzz Pro (SAD/EU) Potpuni CRM s timovima ✓ Da (više razina prava) Timovi imaju odvojene tokove poruka, kalendar, i pipeline.

◆ 4. Tipične faze interakcije

1. **Objava upita (klijent)** – unos opisa, lokacije, fotografija.

2. **Verifikacija (platforma)** – provjera da upit nije spam.
3. **Distribucija (platforma)** – šalje upit 3–5 izvođača.
4. **Otključavanje (izvođač)** – plaća lead i dobiva podatke.
5. **Kontakt i ponuda** – chat, poziv, ili sastanak.
6. **Zatvaranje posla** – dogovor i izvedba izvan platforme.
7. **Recenzija / fakturiranje / provizija** – ovisno o modelu.

◆ 5. Upravljanje timovima (primjer: Daibau / Houzz Pro)

Funkcija	Direktor	Team član
Uređivanje profila	✓	✗
Odgovaranje na upite	✓	✓ (ako mu direktor dodijeli)
Pregled financija / faktura	✓	✗
Slanje ponuda	✓	✓
Upravljanje kalendarom	✓	✓
Dodavanje članova	✓	✗
Pregled recenzija	✓	✓ (ograničeno)

◆ 6. Sigurnosne i poslovne logike

- **Klijent nikad ne vidi cijeli tim** osim ako direktor to želi (npr. za transparentnost).
- **Direktor ima punu kontrolu** nad time tko komunicira s klijentima.
- **Platforma kontrolira tok leadova** – sprečava da tim član kontaktira klijenta izvan sustava bez evidencije.
- **Team koristi interne alate (chat, task, CRM)** ako platforma to podržava (Houzz, Rated People Pro).

◆ 7. Zaključak i preporuka

Za tvoju platformu (npr. **Uslugar.hr / Orphiel model**) idealan pristup bio bi **kombinirani model:**

1. **Direktor = primarni vlasnik accounta** i potpisnik ugovora.
2. **Team = operativni članovi** koji mogu odgovarati na upite i upravljati kalendarom.
3. **Klijent ↔ Team kontakt** moguć samo kroz autorizirani kanal (chat, e-mail maskiran

preko platforme).

4. **Klijent ↔ Direktor kontakt** dostupan nakon potvrde ponude.

5. **Platforma moderira sve prve kontakte** i sprečava "off-platform" komunikaciju dok posao nije prihvaćen.

Ako želiš, mogu ti nacrtati **sekvencijski dijagram** odnosa *Klijent → Direktor → Team → Platforma* (u stilu UML-a ili BPMN-a) da vidiš točno redoslijed poruka i događaja.

Želiš da ga napravim?

Mario:

da

ChatGPT:

Odlično 

Prije nego što generiram dijagram — da ga pogodim 100% prema tvojoj logici — samo mi potvrди ove **detalje o modelu tvoje platforme (Uslugar / Orphiel)**:

 Ključne pretpostavke (molim potvrdi ili ispravi):

1. **Klijent** objavljuje upit (opis posla, lokacija, slike).

2. **Platforma** (Uslugar) automatski distribuira upit prema odabranim izvođačima prema kategoriji i županiji.

3. **Direktor** je vlasnik profila tvrtke – odlučuje tko iz tima može preuzimati upite i kontaktirati klijente.

4. **Team članovi** (npr. majstor, tehničar, voditelj prodaje) mogu komunicirati s klijentima **samo unutar platforme**, bez direktnih telefonskih ili email kontakata dok direktor ne odobri.

5. Nakon što **direktor potvrdi ponudu** ili dodijeli projekt nekom članu, **team** preuzima komunikaciju do završetka posla.

6. **Platforma** prati cijeli proces (otključavanje lead-a, status ponude, recenzije, provizije).

Ako je to sve točno, mogu napraviti **UML sekvencijski dijagram** koji prikazuje:

- Objavu upita,
- Distribuciju prema izvođačima,
- Odobravanje od strane direktora,
- Delegiranje timu,
- Komunikaciju s klijentom,

- I završnu recenziju / fakturiranje.

Želiš da dijagram bude:

- **Tekstualan UML (PlantUML stil)** – možeš ga odmah ugraditi u dokumentaciju ili
- **Vizualan (PNG / SVG)** – grafički prikaz s oznakama (klijent, direktor, team, platforma)?

Koju verziju želiš da izradim?

Mario:

obadva dijagrama

ChatGPT:

Savršeno

Dakle — generirat ću **oba dijagrama** za tvoj model platforme *Uslugar* (ili *Oriphel Marketplace*):

1. **Tekstualni UML sekvencijski dijagram (PlantUML sintaksa)** — lako integriraš u dokumentaciju ili code repo.
2. **Vizualni dijagram (SVG/PNG)** — za prikaz u prezentacijama, tehničkoj dokumentaciji i pitch materijalima.

◆ 1. Tekstualni UML sekvencijski dijagram (PlantUML)

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma (Uslugar.hr)" as Platforma
participant "Direktor tvrtke" as Direktor
participant "Team član" as Team
```

== Objavljivanje upita ==

Klijent -> Platforma : Objavi upit (opis, slike, lokacija)  
Platforma -> Platforma : Validacija kategorije i lokacije  
Platforma -> Direktor : Pošalje notifikaciju o novom upitu

== Dodjela i autorizacija ==

Direktor -> Platforma : Pregled upita  
Direktor -> Platforma : Otključavanje / kupnja lead-a  
Platforma -> Direktor : Detalji klijenta (ime, kontakt, opis)

Direktor -> Team : Dodjela zadatka i prava komunikacije

== Komunikacija i ponuda ==

Team -> Klijent : Poruka putem internog chata (maskirani kontakt)

Klijent -> Team : Odgovor / dodatna pitanja

Team -> Direktor : Izvještaj o komunikaciji i statusu

Direktor -> Platforma : Potvrda ponude / status "Dogovoren"

== Izvedba i praćenje ==

Team -> Klijent : Izvedba posla

Klijent -> Platforma : Ocjena i recenzija

Platforma -> Direktor : Obavijest o završetku i naplati provizije

@enduml

---

#### \*\*Opis dijagrama:\*\*

Ovaj UML opisuje tipičan \*\*životni ciklus upita\*\* — od objave do završetka i recenzije — s jasno definiranim točkama kontrole između \*\*klijenta\*\*, \*\*platforme\*\*, \*\*direktora\*\* i \*\*tima\*\*.

Ključna stvar: \*\*direktor je kontrolna točka\*\*, a \*\*platforma je posrednik i moderator komunikacije\*\*.

---

#### ## ◆ 2. Vizualni sekvensijski dijagram (tekstualni opis za generiranje slike)

Sad ću izraditi vizualni prikaz (SVG) koji prikazuje isti proces.

Mario:

A gdje je tu trvtka?

ChatGPT:

Odlično opažanje — u ovom modelu \*\*"tvrtka"\*\* (kao entitet) se pojavljuje \*\*implicitno\*\* kroz direktora i team članove\*\*, ali može (i treba) biti jasno izdvojena kao \*\*poseban poslovni entitet\*\* koji objedinjeno upravlja pravima, ugovorima i identitetom.

Pogledaj kako se to modelira u profesionalnim marketplace sustavima (npr. Houzz, Daibau, Checkatrade):

---

#### ## ◆ 1. Trenutni dijagram (koji sam ti poslao)

\*\*Direktor tvrtke\*\* i \*\*Team član\*\* pojavljuju se kao fizičke osobe.

No, \*\*tvrtka kao pravni entitet\*\* nije eksplicitno prikazana — iako sve interakcije (ponude, fakture, recenzije) zapravo pripadaju njoj.

👉 Dakle, u praksi:

- \*\*Direktor = zastupnik tvrtke\*\*
- \*\*Team član = zaposlenik tvrtke\*\*
- \*\*Platforma\*\* i \*\*Klijent\*\* zapravo stupaju u \*\*pravni odnos s tvrtkom\*\*, ne s fizičkim osobama.

---

## ## ◆ 2. Ispravljen model uloga

Uloga	Vrsta	Opis
**Klijent**	fizička osoba / poslovni korisnik	Objavljuje upit i sklapa ugovor s tvrtkom
**Platforma (Uslugar.hr)**	pravni posrednik	Validira, distribuira i moderira komunikaciju
**Tvrtka (izvođač)**	pravni subjekt	Posjeduje profil, ugovore, recenzije, plaća provizije
**Direktor**	fizička osoba (administrator)	Predstavnik tvrtke na platformi, ima upravljačka prava
**Team član**	fizička osoba (operativac)	Radi isporuku usluge, može komunicirati u ime tvrtke

---

## ## ◆ 3. Odnos između njih

---

Klijent ↔ Platforma ↔ Tvrtka

- ↳ Direktor (upravljanje)
- ↳ Team članovi (izvršenje)

---

Platforma nikad ne komunicira izravno s pojedincem, nego s \*\*tvrtkom\*\* kao entitetom. Direktor i team su samo \*korisnici u kontekstu tog entiteta\*.

---

## ## ◆ 4. Novi, prošireni UML (tekstualni)

```plantuml

```
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma (Uslugar.hr)" as Platforma
entity "Tvrtka (Izvođač)" as Tvrtka
participant "Direktor" as Direktor
participant "Team član" as Team
```

== Objavljivanje upita ==

Klijent -> Platforma : Objavi upit
Platforma -> Tvrtka : Obavijest o novom upitu

== Upravljanje upitom ==

Direktor -> Tvrtka : Pregled upita
Tvrtka -> Platforma : Otključavanje lead-a
Platforma -> Direktor : Detalji klijenta
Direktor -> Team : Dodjela zadatka

== Komunikacija ==

Team -> Klijent : Poruka kroz platformu
Klijent -> Team : Odgovor / pitanja
Direktor -> Platforma : Potvrda ponude

== Izvedba i zatvaranje ==

Team -> Klijent : Izvedba usluge
Klijent -> Platforma : Ocjena i recenzija
Platforma -> Tvrtka : Obavijest o završetku i proviziji

```
@enduml
```

```

---

## ## ♦ 5. Vizualni koncept

Ako želiš, mogu sada generirati \*\*novi vizualni dijagram (SVG/PNG)\*\* gdje su jasno prikazani:

- \*\*Klijent\*\*
- \*\*Platforma\*\*
- \*\*Tvrtka\*\*
- \*\*Direktor\*\*
- \*\*Team članovi\*\*

i kako se poruke preusmjeravaju između njih (npr. "Platforma → Tvrtka → Direktor →

Team").

Želiš da generiram taj ažurirani dijagram (s uključenom \*\*tvrtkom kao entitetom\*\*)?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

A slanje ponude od strane tvrtke?

ChatGPT:

Super pitanje. U tvom modelu \*\*ponudu formalno šalje \_Tvrтka\_\*\*, a u njezino ime to izvršava \*\*Direktor\*\* ili \*\*Team član\*\* (ovisno o pravima). Sve ide \*\*preko Platforme\*\* – radi evidencije, rokova i zaštite kontakata.

# Kako izgleda tok "slanja ponude"

1) \*\*Izrada nacrta\*\*

- Team kreira \*\*Ponuda[DRAFT]\*\* (stavke, cijene, rok, valjanost, uvjeti, priloge).
- (Opcionalno) Direktor pregleda i odobri.

2) \*\*Odobrenje i slanje\*\*

- Direktor ili ovlašteni Team označi \*\*"Pošalji ponudu"\*\* → Platforma:
  - zaključava verziju (hash/verzija),
  - postavlja \*\*status = SENT\*\*,
  - šalje klijentu notifikaciju (inbox + e-mail maskiran),
  - starta \*\*valjanost (npr. 7–14 dana)\*\*.

3) \*\*Interakcija s klijentom\*\*

- Klijent može: \*\*Prihvati\*\*, \*\*Odbiti\*\*, \*\*Tražiti izmjenu\*\* (komentari kroz chat).
- Svaka izmjena generira \*\*novu verziju\*\* (v2, v3...) i vraća se u DRAFT/READY\_FOR\_APPROVAL prije slanja.

4) \*\*Zatvaranje\*\*

- \*\*Accepted\*\* → status posla "Dogovoren", automatsko kreiranje naloga/termina; (ako koristiš escrow – otključavanje uputa za plaćanje).
- \*\*Declined\*\* → arhiva;
- \*\*Expired\*\* → ponuda istekla; opcija "Produži valjanost".

---

# Sekvencijski UML (PlantUML) – s uključenim slanjem ponude

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma (Uslugar.hr)" as Platforma
entity "Tvrtka (Izvođač)" as Tvrtka
participant "Direktor" as Direktor
participant "Team član" as Team
```

== Izrada ponude ==

Team -> Platforma : Kreiraj Ponuda[DRAFT] (stavke, rok, uvjeti)
Platforma -> Direktor : Notifikacija: "Ponuda spremna za pregled"

== Odobrenje ==

Direktor -> Platforma : Odobri ponudu (READY_FOR_SENDING)
Platforma -> Team : Dozvola za slanje

== Slanje ==

Team -> Platforma : Pošalji ponudu
Platforma -> Platforma : Zaključaj verziju, postavi status SENT, start valjanosti
Platforma -> Klijent : Notifikacija + pregled ponude

== Reakcija klijenta ==

Klijent -> Platforma : Prihvati / Odbij / Zatraži izmjenu
Platforma -> Tvrtka : Obavijest o odluci

alt Prihvaćeno

Platforma -> Tvrtka : Status posla "Dogovoren" (+ nalog/termin)
else Tražena izmjena

Platforma -> Team : Komentari i prilagodbe
Team -> Platforma : Nova verzija Ponuda[DRAFT]
Platforma -> Direktor : Odobrenje nove verzije
end
@enduml

```

---

# Stanja ponude (mini state-machine)

- \*\*DRAFT\*\* → \*\*READY\_FOR\_APPROVAL\*\* → \*\*READY\_FOR\_SENDING\*\* → \*\*SENT\*\* → \*\*ACCEPTED\*\* / \*\*DECLINED\*\* / \*\*EXPIRED\*\*
  - Svaka izmjena nakon slanja = \*\*NEW DRAFT (v+1)\*\* → opet odobrenje → slanje.
- 

#### # Ovlasti (sažeto)

|                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Akcija   Direktor   Team (ovlašten)   Klijent                                                                                       |
| --- --- --- ---                                                                                                                     |
| Kreiranje / uređivanje DRAFT   <input checked="" type="checkbox"/>   <input checked="" type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/> |
| Odobrenje   <input checked="" type="checkbox"/>   <input type="warning"/> (ako mu daš pravo)   <input type="checkbox"/>             |
| Slanje   <input checked="" type="checkbox"/>   <input checked="" type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>                       |
| Prihvatanje/odbijanje   <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>   <input checked="" type="checkbox"/>                   |
| Traženje izmijene   <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>   <input checked="" type="checkbox"/>                       |

---

#### # Dodatne preporuke (praksa s tržišta)

- \*\*Valjanost ponude\*\* obavezno (npr. 10 dana) + "auto-expire".
- \*\*Verzioniranje\*\* (v1, v2...) i \*\*nepromjenjiv PDF prikaz\*\* poslane verzije.
- \*\*Maskirani kontakti\*\* do prihvata (ili do update akontacije, ovisno o modelu).
- \*\*Audit log\*\* (tko je što kliknuo i kada).
- (Opcionalno) \*\*e-potpis\*\* na prihvaćenu ponudu i \*\*escrow\*\*/akontacija.

Ako želiš, mogu ti odmah generirati i \*\*vizual (SVG)\*\* istog proširenog dijagrama s korakom "Slanje ponude".

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

gdje je tu chat?

ChatGPT:

Super pitanje — \*\*chat je dio Platforme\*\* i postoje \*\*dvije vrste razgovora\*\*:

- 1) \*\*Klijent ↔ Tvrta (Direktor/Team)\*\* – "vanjski" chat za taj upit/ponudu

## 2) \*\*Direktor ↔ Team\*\* – “interna” nit (nevidljiva klijentu)

### Gdje se točno pojavljuje u toku

- \*\*Odmah nakon otključavanja lead-a\*\* Platforma otvara \*\*ChatThread#PUBLIC\*\* (Klijent ↔ Tvrta).
- Kad Direktor dodijeli posao članu tima, Platforma otvara \*\*ChatThread#INTERNAL\*\* (Direktor ↔ Team) za koordinaciju.
- Sve poruke prolaze kroz Platformu (maskirani kontakti, audit log, privici, verzioniranje).

### Tko smije s kim i kada

|                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Faza   Klijent   Direktor   Team   Napomena                                                                                 |
| --- --- --- --- ---                                                                                                         |
| Prije otključavanja   ✘   ✘   ✘   Nema chata (samo lead meta)                                                               |
| Nakon otključavanja   ✓ ↔ Direktor/Team   ✓ ↔ Klijent   ✓ ↔ Klijent (ako ovlašten)   Chat PUBLIC otvoren                    |
| Tijekom izrade ponude   ✓ ↔ Direktor/Team   ✓ ↔ Klijent   ✓ ↔ Klijent   Pitanja/pojašnjenja                                 |
| Interna koordinacija   ✘   ✓ ↔ Team   ✓ ↔ Direktor   Chat INTERNAL (privatan)                                               |
| Nakon prihvata posla   ✓ ↔ Direktor/Team   ✓ ↔ Klijent   ✓ ↔ Klijent   I dalje kroz Platformu                               |
| Nakon završetka   ✓ (recenzija)   ✓ (odgovor na recenziju)   ✓ (po potrebi)   Thread ostaje zaključan za privitke/garancije |

### Minimalna pravila chata (preporuka)

- \*\*Maskiranje kontakata\*\* do prihvata/akontacije (ako želiš zadržati konverziju na platformi).
- \*\*SLA podsjetnici\*\*: npr. “Niste odgovorili 2h – gubite prioritet distribucije.”
- \*\*Privici\*\*: fotke, PDF ponude; sve verzionirano i vezano uz upit/ponudu.
- \*\*Moderacija i audit\*\*: kto je što poslao, kada, IP/agent; gumb “Prijavi”.
- \*\*Zaključavanje\*\*: nakon 14–30 dana mirovanja thread ide u read-only (osim garancijskih poruka).

---

## UML sekvenca (PlantUML) – s javnim i internim chatom

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma" as P
entity "Tvrta" as C
participant "Direktor" as D
participant "Team" as T
```

== Lead otključan ==

C -> P : Otključaj lead

P -> P : Kreiraj ChatThread#PUBLIC (Klijent↔Tvrta)

P -> Klijent : "Otvoren chat za vaš upit"

== Interna dodjela ==

D -> P : Dodijeli T

P -> P : Kreiraj ChatThread#INTERNAL (Direktor↔Team)

== Komunikacija (javni chat) ==

Klijent -> P : Poruka (pitanje, fotke)

P -> D : Notifikacija (PUBLIC)

P -> T : Notifikacija (PUBLIC, ako ovlašten)

D -> Klijent : Odgovor (preko P)

T -> Klijent : Dodatna pitanja (preko P)

== Interna koordinacija ==

T -> P : Poruka (INTERNAL: trošak, termin)

P -> D : Notifikacija (INTERNAL)

== Slanje ponude ==

D -> P : Odobri ponudu

T -> P : Pošalji ponudu (vezano uz PUBLIC thread)

P -> Klijent : Notifikacija + pregled ponude

== Odluka klijenta ==

Klijent -> P : Prihvati / Odbij / Traži izmjenu

P -> C : Obavijest + promjena statusa

@enduml

```

Ako želiš, mogu ti odmah nacrtati \*\*ažurirani vizual (SVG/PNG)\*\* s oba chata (PUBLIC & INTERNAL) i njihovim pravilima.

Mario:

U queue sistemu kako se dodjeljuje lead?

ChatGPT:

Odlično pitanje 🍀

Dodjela leadova u \*\*queue sistemu\*\* (red čekanja) je \*\*srce poslovne logike\*\* marketplace -

a poput \*Uslugar.hr\*, \*Daibau\*, \*Houzz Pro\*, itd.

Tu odlučuješ \*\*tko prvi dobiva priliku\*\* za lead i \*\*u kojem trenutku\*\*.

Postoje četiri glavna modela — a hibrid između njih daje najbolji balans između fer distribucije i konverzije.

---

## ## ◆ 1. Osnovni pojmovi

| Pojam                   | Opis                                                                          |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Lead                    | Upit koji klijent objavi (opis, lokacija, kategorija, budžet, slike)          |
| Queue (red)             | Privremeni spremnik aktivnih upita koji čekaju da budu dodijeljeni izvođačima |
| Distributor             | Algoritam koji određuje redoslijed i kriterije dodjele                        |
| Eligibility (podobnost) | Set uvjeta koje tvrtka mora zadovoljiti da bi dobila lead                     |
| Claim (preuzimanje)     | Akcija kada tvrtka klikne "Preuzmi" ili automatski otključa lead              |
| TTL (time-to-live)      | Rok trajanja leada u queue-u prije nego što se dodijeli drugome               |

---

## ## ◆ 2. Standardni modeli dodjele

| Model                            | Opis                                                                                  | Prednosti                                                    | Nedostaci                                                   |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Broadcast                        | Lead se istovremeno šalje svima koji ispunjavaju kriterije; tko prvi klikne – dobiva. | Brz, transparentan.                                          | Brži prst sustav; nejednakost među timovima.                |
| Round-Robin                      | Lead se dodjeljuje po redu – svaka podobna tvrtka redom.                              | Fer rasподjela, predvidivost.                                | Ne uzima u obzir kvalitetu i performanse.                   |
| Weighted Queue (ponderirani red) | Dodjela ovisi o reputaciji, odzivu, ocjenama, lokaciji i raspoloživosti.              | Najpametniji model: nagrađuje kvalitetne i aktivne izvođače. | Kompleksan za implementaciju.                               |
| Auction (licitarni)              | Tvrtke nude kreditne bodove ili iznos da preuzmu lead.                                | Maksimalna monetizacija.                                     | Rizik za lošiju korisničku satisfakciju (skupljci leadovi). |

---

## ## ◆ 3. Kako to funkcioniра u \*\*queue sistemu (Weighted Queue)\*\*

### ### ⚙️ Proces u 6 koraka

#### 1. \*\*Klijent objavi upit\*\*

→ Platforma stvara novi 'LeadID'.

2. \*\*Lead ulazi u glavni `LeadQueue`\*\*

- Status: `PENDING\_ASSIGNMENT`
- TTL: npr. 24h (ako nitko ne preuzme – arhiva)

3. \*\*Distributor provjerava Eligibility\*\*

- Kategorija (npr. "Vodoinstalater")
- Lokacija (Grad/Županija)
- Status tvrtke (`ACTIVE`)
- Raspoloživost tima (`AVAILABLE`)
- Lead limit (`DAILY\_LIMIT` ne premašen)

4. \*\*Izračunava se Score svake tvrtke\*\*

```text

$$\begin{aligned} \text{SCORE} = & (\text{Reputation} * 0.3) + \\ & (\text{ResponseRate} * 0.25) + \\ & (\text{SubscriptionTier} * 0.2) + \\ & (\text{DistanceFactor} * 0.15) + \\ & (\text{LastAssignedTime} * 0.1) \end{aligned}$$

```

- Svaki faktor je normaliziran (0–1).
- Direktor i team zajedno nasljeđuju score tvrtke.

5. \*\*Dodjela leada\*\*

- Lead ide tvrtki s najvišim SCORE u queue-u.
- Ako je "auto-assign" → automatski ide direktoru.
- Ako je "claim-based" → top 5 dobiju notifikaciju, prvi koji potvrdi → dobiva lead.

6. \*\*Potvrda i lock\*\*

- Kad tvrtka klikne "Preuzmi" → lead se \*\*zaključava\*\* (status: `CLAIMED`).
- Ostali ga više ne mogu preuzeti.
- Platforma bilježi `LeadClaimLog`.

---

## ♦ 4. Interna distribucija (unutar tvrtke)

Unutar tvrtke postoji \*\*lokalni queue\*\* koji vodi direktor:

Korak   Akcija
----- -----
Lead stigao tvrtki   Status `ASSIGNED_TO_COMPANY`
Direktor vidi lead   Pregled → "Dodijeli teamu"

Team član dobiva notifikaciju	Status `ASSIGNED\_TO\_TEAM`
Team potvrdi preuzimanje	Status `IN\_PROGRESS`
Direktor vidi status posla u CRM-u	Dashboard prikaz svih leadova i faza

---

#### ## ◆ 5. Kada lead "propada"

- \*\*Nema preuzimanja\*\* u 24h → vraća se u pool ili ide drugoj tvrtki.
- \*\*Direktor ne dodijeli timu\*\* u 2h → auto-assign najboljem dostupnom članu.
- \*\*Team ne odgovori klijentu\*\* u 12h → platforma automatski vraća status "Idle" i redistribuira lead.

---

#### ## ◆ 6. UML sekvenca za dodjelu leada (Queue)

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma" as P
entity "LeadQueue" as Q
entity "Tvrta" as C
participant "Direktor" as D
participant "Team" as T
```

Klijent -> P : Objavi upit
P -> Q : Novi lead (PENDING_ASSIGNMENT)

== Distribucija ==
P -> Q : Dohvati podobne tvrtke
Q -> P : Lista kandidata
P -> P : Izračun SCORE i rangiranje
P -> C : Notifikacija (lead dostupan)

== Dodjela ==
C -> P : Preuzmi lead (CLAIM)
P -> Q : Označi lead kao CLAIMED
P -> D : Obavijest direktoru
D -> T : Dodjela timu

== Izvršenje ==
T -> Klijent : Chat / dogovor

@enduml

♦ 7. Preporučeni hibridni model za *Uslugar.hr*

Kriterij	Mehanizam
Prioritetni leadovi (plaćeni plan)	Auto-assign najboljem partneru
Besplatni / testni leadovi	Claim-based ("tko prvi preuzme")
Interna raspodjela	Direktor ručno ili automatski (rule engine)
Fairness	Weighted queue – algoritam sprečava da isti izvođač dobije previše u nizu
Monitoring	Audit log + dashboard (LeadFlow, ClaimLog, IdleStats)

Ako želiš, mogu ti odmah nacrtati **vizualni dijagram** (SVG) tog queue sustava:

→ prikaz toka od objave upita do preuzimanja leada, sa scoring i locking koracima (Platforma → Queue → Tvrтka → Direktor → Team).

Želiš da ga generiram?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

Tko je najbolji partner?

ChatGPT:

Odlično pitanje — i zapravo jedno od **ključnih strateških pitanja** kod dizajna marketplace sustava poput *Uslugar.hr*.

"Najbolji partner" ne znači nužno "najveći" ili "najskuplji", nego **onaj koji najdosljednije donosi kvalitetne ishode** — za **klijenta, platformu i sebe**.

Da to raščlanimo precizno ↗

◆ 1. Definicija "najboljeg partnera"

Najbolji partner u queue sustavu je izvođač (tvrtka ili obrt) koji:

- redovito **brzo reagira**,
- **konzistentno isporučuje kvalitetnu uslugu**,
- **poštuje platformina pravila i SLA**,
- i donosi **najveći lifetime value (LTV)** po leadu.

Drugim riječima — najbolji partner je **onaj koji maksimizira konverziju bez povećanja rizika**.

◆ 2. Mjerne dimenzije (kako sustav mjeri kvalitetu partnera)

Kategorija	Metrički pokazatelj	Opis
Reakcija	`ResponseRate`, `ResponseTime`	Koliko brzo odgovara na nove leadove (idealno < 15 min).
Pouzdanost	`CompletionRate`, `NoShowRatio`	Koliko preuzetih poslova je stvarno odradio, bez otkazivanja.
Kvaliteta	`AverageRating`, `ComplaintRate`	Ocjene i broj reklamacija klijenata.
Stabilnost	`AccountAge`, `DisputeRatio`	Koliko dugo i bez sukoba posluje na platformi.
Vrijednost	`ConversionRate`, `AvgJobValue`	Prosječna vrijednost dogovorenih poslova.
Suradnja	`PlatformComplianceScore`	Poštuje pravila (nema pokušaja kontakta izvan platforme).
Aktivnost	`LeadUsageRate`, `ActiveDays`	Koliko leadova preuzima i u kojem ritmu.

◆ 3. Izračun kompozitnog **PARTNER SCORE**

U *Uslugar.hr* možeš imati algoritam koji svaki tjedan računa:

```
```text
PARTNER_SCORE =
(0.25 * ResponseRate) +
(0.25 * CompletionRate) +
(0.20 * AverageRating) +
(0.10 * ConversionRate) +
(0.10 * PlatformComplianceScore) +
```

(0.10 \* FreshnessBonus)

---

\*\*FreshnessBonus\*\* = prednost novim partnerima s dobrim ranim rezultatima (tzv. cold start fairness).

Rezultat: 0–100 bodova.

Najbolji partneri su u \*\*gornjih 20%\*\* i automatski ulaze u “Premium Tier”.

---

## ◆ 4. Kako sustav nagrađuje najbolje partnere

Razina	Naziv	Privilegije
----- ----- -----		
 **Premium Partner**	Score $\geq 80$	Auto-assign prioritet, snižena provizija (-10%), duži TTL leadova
 **Verified Partner**	Score 60–79	Sudjeluje u svim pozivima, vidi više podataka o klijentu
 **Basic Partner**	Score < 60	Samo claim-based leadovi, bez auto-assign opcije

---

## ◆ 5. Kako platforma zna da je netko “najbolji”

\*\*Kombinacijom automatike i verifikacije:\*\*

1. Algoritam automatski izračuna ‘PartnerScore’ tjedno.
2. Platforma (moderator) ručno pregleda top 10% da spriječi anomalije.
3. Najboljima se daje oznaka “ Verified Premium Partner” vidljiva klijentima.

---

## ◆ 6. Prednosti za platformu i klijente

Za platformu	Za klijenta
----- -----	
Više konverzija po leadu	Brža reakcija i kvalitetniji izvođači
Manje pritužbi i refundova	Više povjerenja (vidi “provjerene”)
Manje “idle” leadova	Dosljedno iskustvo komunikacije
Viši lifetime value	Veća vjerojatnost uspješnog posla

---

## ## ◆ 7. Logika u Queue sustavu (vizualno)

\*\*Simplificirano:\*\*

---

Nova prijava klijenta

↓

Lead ulazi u LeadQueue

↓

Eligibility filter → SCORE sort

↓

Premium partneri (Top 20%) = Auto-assign

Verified partneri = Claim option (prioritetni)

Basic partneri = Notified kasnije

---

Ako Premium partner \*\*ne reagira u npr. 15 min\*\*, lead se spušta na Verified sloj.  
Tako sistem \*\*održava brzinu i fer šansu za sve\*\*.

---

## ## ◆ 8. Uloga direktora i tima unutar “najboljeg partnera”

Uloga   Zadatak   Kako doprinosi ocjeni
----- ----- -----
**Direktor**   Upravljanje raspodjelom, pregled SLA   Povećava CompletionRate i Compliance
**Team član**   Brza reakcija, kvalitetan chat   Povećava ResponseRate i Rating
**Tvrka**   Konzistentna izvedba i recenzije   Povećava ConversionRate i AverageRating

---

## ## ◆ 9. U praksi (benchmark)

Platforma   Naziv programa   Ključni kriterij
----- ----- -----
**Daibau**   Provjereni partner   Ocjene + brzi odziv
**Checkatrade**   Verified Member   Licenca + stabilan profil
**Houzz Pro**   Featured Pro   Engagement + reviewi
**Rated People (UK)**   Top Rated Tradesperson   Score $\geq$ 4.5 i $>20$ uspješnih projekata
**Uslugar.hr (predloženo)**   ★ Premium Partner   SCORE $\geq$ 80, bez prekršaja 90 dana

---

Ako želiš, mogu ti sada nacrtati \*\*vizualni dijagram toka\*\* koji prikazuje:

- kako lead ulazi u queue,
- kako se izračuna SCORE,
- i kako se automatski dodjeljuje najboljem partneru.

Želiš da napravim taj dijagram (SVG/PNG)?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

Kako se uspoređuju kategorije koje odabere korinsik i izvođač? Da li se uspoređuju s kategorijama tima ili kategorijama tvrtke? Može li tvrtka biti bez tima? Da li direktor određuje koji tim će se spojiti s kotrisnikom?

ChatGPT:

Odlično pitanje — to je \*\*ključna logika "match-making" sloja\*\* u twojоj platformi (\*Uslugar.hr / Oraphiel Marketplace\*).

Odgovor ovisi o \*\*hijerarhiji kategorija\*\* i \*\*strukturi entiteta\*\* (Tvrтka → Tim → Korisnik), pa ču ti to objasniti \*\*potpuno sistemski\*\* — s primjerima i mogućim konfiguracijama.

---

## ## ◆ 1. Hijerarhija odnosa

```

Tvrтka

```
└── Direktor (administrator profila)
    └── Tim(ovi)
        ├── Članovi tima (operativci)
        ├── Kategorije tima (stručne grane)
        └── Kategorije tvrtke (opće djelatnosti)
```

```

Dakle, kategorije postoje \*\*na dvije razine\*\*:

- \*\*Tvrтka.categories\*\* – \*široke djelatnosti\* (npr. "Građevina", "Elektrika", "Vodoinstalacije")
- \*\*Tim.categories\*\* – \*specifične usluge\* (npr. "Adaptacija kupaonice", "Zamjena utičnica",

“Ugradnja bojlera”)

---

## ## ♦ 2. Na koju razinu se uspoređuje korisnikov upit?

Faza procesa   S čim se uspoređuje korisnikov upit   Zašto
----- ----- -----
**Distribucija leada (Eligibility Filter)**   <input checked="" type="checkbox"/> **Kategorije tvrtke**   Prva gruba filtracija – samo firme koje pokrivaju taj sektor
**Dodjela tima unutar tvrtke**   <input checked="" type="checkbox"/> **Kategorije tima**   Precizno mapiranje prema specijalizaciji i lokaciji
**Pretraživanje (Klijent → filtriranje)**   <input checked="" type="checkbox"/> **Kategorije tvrtke** + ♦ **bonus ako i tim pokriva**   Klijent vidi glavne grane djelatnosti; dodatne oznake za specijalizirane timove
**Matchmaking scoring**   <input checked="" type="checkbox"/> Kombinirani score: `Match(Tvrtka) + Match(Tim)`   Omogućava da tim unutar velike tvrtke dobije prioritet ako ima bolji match

---

## ## ♦ 3. Algoritam usporedbe (pojednostavljen)

```
```sql
-- Pseudo kod
FOR each Lead in LeadQueue:
    eligible_companies =
        SELECT * FROM Companies
        WHERE category_id IN (lead.category_ids)
            AND region_id = lead.region_id
            AND active = 1

    FOR each Company in eligible_companies:
        team_candidates =
            SELECT * FROM Teams
            WHERE company_id = Company.id
                AND category_id IN (lead.category_ids)
                AND available = 1

        IF team_candidates IS NOT EMPTY:
            assign_score = BASE_SCORE(Company) + BONUS(team_match_count)
        ELSE
            assign_score = BASE_SCORE(Company) - PENALTY(no_team_match)
````
```

👉 \*\*Rezultat:\*\* Lead se dodjeljuje \*\*tvrtki\*\*, ali unutar nje se \*\*prioritetno\*\* daje \*\*najbolje podudarajućem timu\*\*.

---

## ## ◆ 4. Može li tvrtka biti bez tima?

Da, ali uz ograničenja:

| Tip tvrtke               | Opis                                                    | Ograničenja                                                |
|--------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| -----                    | -----                                                   | -----                                                      |
| **Solo firma**           | Tvrtka bez tima – direktor radi sam                     | Može primati leadove, ali sve ide direktno direktoru       |
| **Firma s timovima**     | Više timova / odjela (npr. elektrika, vodoinstalacije)  | Direktor odlučuje tko preuzima lead                        |
| **Outsource-only firma** | Nema vlastiti tim, samo preusmjerava leadove partnerima | Potrebna dodatna kontrola (auditi i ograničenja provizije) |

Dakle: \*\*tvrtka može biti bez tima\*\*, ali tada se svi leadovi automatski dodjeljuju \*\*direktoru\*\* (ili “default timu” koji predstavlja njega).

---

## ## ◆ 5. Uloga direktora u dodjeli

| Akcija                   | Tko radi  | Opis                                                                                     |
|--------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| -----                    | -----     | -----                                                                                    |
| Pregled novog leada      | Direktor  | Vidi sve pristigle upite za tvrtku                                                       |
| Odabir tima              | Direktor  | Ručno dodjeljuje lead određenom timu                                                     |
| Auto-assign (opcionalno) | Platforma | Ako je aktivno pravilo, platforma sama dodjeljuje timu s najbližom kategorijom/lokacijom |
| Override                 | Direktor  | Može ručno promijeniti tim ako vidi da je pogrešno dodijeljeno                           |

---

## ## ◆ 6. Logika odlučivanja u realnom vremenu

```text

Lead arrives → Platforma filtrira po kategoriji tvrtke

↓

Tvrtka ima više timova?

↓

DA → izračunaj podudarnost tima

↓
Dodijeli najboljem timu
↓
Obavijesti direktora (može potvrditi ili preusmjeriti)
```

---

## ## ◆ 7. Vizualni prikaz (tekstualni UML)

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
participant "Platforma" as P
entity "Tvrтka" as C
participant "Direktor" as D
participant "Tim" as T
```

Klijent -> P : Objavi upit (kategorije)
P -> C : Filtriraj po kategorijama tvrtke
P -> C : Daj listu eligible tvrtki
P -> T : Pretraži timove unutar tvrtke po istim kategorijama

alt Tvrтka ima tim
P -> T : Dodijeli lead najboljem timu
T -> D : Notifikacija "Dodijeljen lead"
else Tvrтka bez tima
P -> D : Dodijeli lead direktoru
end

D -> P : Potvrda / promjena dodjele
@enduml
```

---

## ## ◆ 8. Ukratko (pravilo za implementaciju)

|                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------|
| Sloj   S čime se uspoređuje lead   Tko donosi odluku                             |
| ----- ----- -----                                                                |
| **Globalni matchmaking**   Kategorije tvrtke   Platforma                         |
| **Interna raspodjela**   Kategorije tima   Direktor ili Auto-assign modul        |
| **Fallback (bez tima)**   Sam direktor (kao default team)   Platforma automatski |

---

Ako želiš, mogu ti odmah nacrtati \*\*vizualni dijagram toka (SVG/PNG)\*\* koji prikazuje:

- kako se uspoređuju kategorije između korisnika, tvrtke i tima,
- što se događa ako tvrtka nema tim,
- i gdje direktor ima pravo odlučivanja.

Želiš da ga generiram?

Mario:

Kad tvrtka kupuje paket nije pravedno da mu se naplačuje ako nema korisnika u toj kategoriji.

ChatGPT:

Točno. 🙌

To je \*\*vrlo važan i realan problem\*\* kod B2B marketplace modela — i jedan od glavnih razloga zašto mnoge platforme (poput Trebam.hr, Daibau ili Houzz Pro) imaju \*\*nefer percepцију\*\* među manjim izvođačima.

Ako tvrtka plaća paket, ali \*\*nema dovoljno korisničkih upita (leadova)\*\* u toj kategoriji ili regiji, tada \*\*plaća prazno obećanje\*\*.

Zato u suvremenim sustavima se uvodi \*\*dinamični billing model\*\* – koji uzima u obzir \*stvarnu aktivnost tržišta\*, a ne samo nominalnu preplatu.

---

## ## ♦ 1. Problem “nepravedne naplate paketa”

|                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Problem   Posljedica                                                                 |
| ----- -----                                                                          |
| Nema dovoljno korisnika u kategoriji (npr. “postavljanje parketa” u manjoj županiji) |
| Tvrтka plaća, ali dobiva 0 leadova                                                   |
| Regionalna neravnoteža (Zagreb vs. Požega)   Manje firme gube vjeru u sustav         |
| Sezonske fluktuacije   Plaćaju i kad je sezona “mrtva”                               |
| Loša distribucija   Leadove uzmu jači partneri prije ostalih                         |

💡 \*\*Rješenje:\*\* Pravedan sustav mora \*\*dinamički prilagoditi naplatu paketa\*\* stvarnom volumenu tržišta u toj kategoriji i regiji.

---

## ## ◆ 2. Tri modela naplate (i koji je najfer)

| Model                                                                                                                                                                                                                                        | Opis | Fer-princip | Za koga je pogodan |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------|--------------------|
| **Fiksna pretplata (flat)**   Plaća se mjesečno bez obzira na broj upita   <span style="color:red">X</span> Nefleksibilno                                                                                                                    |      |             |                    |
| Samo za velike tvrtke                                                                                                                                                                                                                        |      |             |                    |
| **Pay-per-lead**   Plaća se samo po preuzetom leadu   <span style="color:green">✓</span> Pravedno, ali teško skalabilno                                                                                                                      |      |             |                    |
| Male i srednje firme                                                                                                                                                                                                                         |      |             |                    |
| **Hibridni model (credits + garancija volumena)**   Mjesečni iznos kupuje "kredite", a cijene leadova i paketi se dinamički mijenjaju ovisno o prometu   <span style="color:green">✓</span> <span style="color:green">✓</span> Najpravedniji |      |             |                    |
| Moderni marketplace modeli (preporučeno za Uslugar.hr)                                                                                                                                                                                       |      |             |                    |

---

## ## ◆ 3. Kako to funkcionira u praksi (za tvoj sustav)

### ### Korak 1.

 Platforma svaki tjedan izračuna:

```sql

```
LeadVolumeByCategoryAndRegion = COUNT(leads WHERE category_id=X AND region_id=Y  
AND status='completed')
```

```

### ### Korak 2.

- ✓ Ako `LeadVolume < Threshold` (npr. 10 leadova/mjesečno) →  
- automatski \*\*smanjuje cijenu paketa\*\*  
- ili \*\*produžuje trajanje kredita\*\*

### ### Korak 3.

 Ako je volumen normalan → naplata ide po planu.

Ako je iznad prosjeka → platforma može dodati \*\*bonus leadove\*\* (besplatne) ili "credit cashback".

---

## ## ◆ 4. Logika fer obračuna

```text

```
REAL_VALUE = MIN( (DeliveredLeads / ExpectedLeads) , 1.0 )
```

```
FINAL_PRICE = BASE_PRICE * REAL_VALUE
```

```

👉 primjer:

Parametar	Vrijednost
----- -----	
Paket 50 € / mjesecno (10 očekivanih leadova)	
Isporučeno 4 leada   4 / 10 = 0.4	
Naplata = $50 \times 0.4 = **20 €**$	

Tvrtka plati samo \*\*proporcionalno stvarnom prometu\*\* u svojoj kategoriji/županiji.  
Time nitko ne plaća "mrvu zonu".

---

#### ## ◆ 5. "Garancijski model" (inspiriran Houzz Pro i Thumbtack)

👉 Uvodiš \*\*garanciju isporuke minimalnog broja leadova po kategoriji/regiji.\*\*

\*\*Primjer:\*\*

- > "Za paket 30 €/mjesecno garantiramo minimalno 8 leadova.
- > Ako ih ima manje, razlika se prenosi u sljedeći mjesec ili vraća u obliku kredita."

Sustav vodi:

```
```sql
LeadGuarantee(company_id, category_id, month, expected, delivered, carryover)
```
```

---

#### ## ◆ 6. Kada tvrtka \*\*nema timove\*\* (ili je pasivna)

- Ako \*\*nema aktivne timove\*\*, platforma može privremeno \*\*pauzirati kategoriju\*\* i \*\*ne naplaćivati\*\*.
- U praksi: tvrtka može imati \*\*"sleep mode"\*\*, a krediti ostaju neiskorišteni do ponovnog aktiviranja.

---

#### ## ◆ 7. Uloga direktora u fer modelu

| Akcija                                                                                                                  | Opis |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ----- -----                                                                                                             |      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Odabire kategorije u kojima želi primati leadove   Sam definira područja poslovanja |      |

- |  Aktivira/pauzira timove | Ne plaća za regije gdje ne radi |
  - |  Prima mjesecni izvještaj | Transparentno vidi "platio X, primio Y leadova" |
  - |  Dobiva "credit refund" ako tržište miruje | Povećava povjerenje |
- 

## ## ♦ 8. Logika u queue sustavu (vizualno)

````

```
[Lead enters queue]
↓
Filter by region & category
↓
If CategoryVolume < Threshold → Lower cost multiplier
↓
Company assigned → Deduct credits proportionally
↓
If company inactive → Refund credits / pause billing
````
```

---

## ## ♦ 9. U praksi – primjeri drugih platformi

- |                                                                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Platforma                                                                                                                      | Mehanizam |
| ----- -----                                                                                                                    |           |
| **Daibau**   Fiksna pretplata – često nefer u manjim regijama                                                                  |           |
| **Houzz Pro**   Pay-per-lead + budget cap                                                                                      |           |
| **Thumbtack (US)**   Krediti + auto-refund ako lead ne otvori poruku                                                           |           |
| **Bark.com (UK)**   "Lead quality guarantee" – ako se klijent ne javi, kredit se vraća                                         |           |
| **Uslugar.hr (preporučeno)**   Hibridni model: krediti + garancija volumena + automatsko prilagođavanje po kategoriji i regiji |           |
- 

Ako želiš, mogu ti \*\*nacrtati dijagram toka\*\* (SVG) koji prikazuje:

- kako platforma izračunava promet po kategoriji/regiji,
- kako se automatski smanjuje cijena paketa ako nema korisnika,
- i kako se refundiraju krediti tvrtki.

Želiš da generiram taj dijagram?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

Tvrtka je kupila najveći paket. Ima li smisla da kupuje i slabiji paket?

ChatGPT:

Izvrsno pitanje — i vrlo često \*\*potpuno pogrešno riješeno\*\* na većini marketplace platformi.

Kratak odgovor: \*\*ne, nema smisla da ista tvrtka kupuje slabiji paket ako već ima najveći\*\*, osim ako \*\*paketi nisu linearno hijerarhijski\*\*, nego \*\*tematski ili regionalno odvojeni\*\*.

Hajdemo to objasniti detaljno, sistemski i poslovno 

---

## ## ◆ 1. Dva moguća tipa paketa

| Model                                       | Opis                                                                | Primjer                                                                                                                                               | Može imati više paketa? |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| ---                                         | ---                                                                 | ---                                                                                                                                                   | -----                   |
| **Hijerarhijski model (tier-based)**        | Svaki veći paket uključuje sve što imaju manji + dodatne pogodnosti | Basic → Pro → Premium    Ne, jedan aktivan                         |                         |
| **Segmentni model (category/region-based)** | Svaki paket vrijedi za *jednu regiju* ili *granu djelatnosti*       | “Gradčina – Zagreb”, “Elektrika – Rijeka”    Da, više paralelnih |                         |

---

## ## ◆ 2. Ako su paketi \*\*hijerarhijski (klasični model)\*\*

Primjer iz prakse:

- > Premium = uključuje sve kategorije, 3 regije i 200 kredita mjesečno.
- > Standard = 1 regija, 50 kredita.

 Ako tvrtka već ima \*\*Premium\*\*, kupnja “Standard” paketa nema smisla, jer:

- \*\*plaća duplo za iste benefite\*\*,
- \*\*komplicira CRM i billing\*\*,
- \*\*ruši logiku loyalty sustava (Tier Level)\*\*.

 Umjesto toga, sustav treba spriječiti preklapanje:

```text

```
IF company.hasHigherTier(package.category, region):
    DISALLOW_PURCHASE
    SHOW_MESSAGE("Veći paket već pokriva ovo područje.")
```

```

### ## ◆ 3. Kad ima smisla imati \*\*više paketa\*\*

To vrijedi ako koristiš **segmentni model** – svaki paket pokriva **\*drugu regiju ili djelatnost\***.

Situacija   Ima smisla?   Objasnjenje
----- ----- -----
Tvrta radi u 3 županije   <input checked="" type="checkbox"/>   1 paket = 1 županija
Tvrta ima 2 različite grane (npr. građevina + stolarija)   <input checked="" type="checkbox"/>   1 paket po kategoriji
Tvrta želi testno prisustvo u drugom segmentu   <input checked="" type="checkbox"/>   Kupuje manji paket za test tržišta
Tvrta želi više leadova u istom segmentu   <input type="checkbox" warning=""/> Djelomično   Radije povećaj kredite u postojećem paketu, ne kupuj novi

### ## ◆ 4. Poslovna logika u sustavu

```
```sql
-- Hijerarhijski model
IF package.type = 'tier' THEN
    IF company.hasHigherTier THEN
        RAISE "Veći paket već aktivan."
    ELSE
        company.upgradePackage(new_tier)
    END IF
END IF
```

```
-- Segmentni model
IF package.type = 'segment' THEN
    ALLOW multiple active packages
    group by (category_id, region_id)
END IF
```

```

## ## ◆ 5. Alternativa: \*\*“Globalni paket + dodaci” (Add-on model)\*\*

To je model koji koristi npr. \*\*Houzz Pro\*\* i \*\*Bark.com\*\*.

- Tvrta kupi \*\*glavni (globalni)\*\* paket (npr. Premium 100€/mj).
- Potom dodaje \*\*Add-on\*\* module:
  - +20 lead kredita u Zagrebu (+10€)
  - +nova kategorija “Keramika” (+5€)
  - +nova regija “Karlovac” (+7€)

💡 Prednost: čisti billing + fleksibilnost + fer raspodjela po tržištu.

💬 Implementacijski:

```sql

CompanyPackage

- base_package_id (FK)
- addons[] (JSON: {type, region_id, category_id, price})

```

---

## ## ◆ 6. Marketinški aspekt

Ako želiš zadržati osjećaj slobode, možeš \*\*vizualno prikazati slabije pakete kao “sub-scope” opcije\*\* — ne kao novi paket, nego kao:

> “Dodaj segment: Vodoinstalacije – Karlovac (7 €/mj)”

Tako korisnik vidi fleksibilnost, ali tehnički kupuje \*add-on\*, ne novi “slabiji paket”.

---

## ## ◆ 7. Zaključak

Tip platforme   Rješenje   Preporuka za Uslugar.hr
----- ----- -----
**Hijerarhijski (Basic → Pro → Premium)**   ✗ Jedan aktivan paket po tvrtki   Zabrani kupnju slabijeg ako ima veći
**Segmentni (po regiji / kategoriji)**   ✓ Više aktivnih paketa   Dozvoli paralelne kupnje po područjima
**Add-on model (hibrid)**   ✓ Najbolje rješenje   Premium = baza, Add-on = specifična regija/kategorija

---

Ako želiš, mogu ti nacrtati \*\*vizualni dijagram toka\*\* koji prikazuje:

- kako sustav provjerava postoji li veći aktivni paket,
- što se događa ako tvrtka pokuša kupiti manji,
- i kako funkcioniра Add-on model (dodatak po regiji/kategoriji).

Želiš da ga generiram?

Mario:

Paket se kupi s nekim funkcionalnostima. Te funkcionalnosti ne bi trebale nestati. Također slijedeći paket za drugu kategoriju mora biti jefitniji jer već ima funkcionalnost.

ChatGPT:

Odlično razmišljanje 🤖 — i točno si pogodio \*\*glavni princip fer modularnog pricing modela\*\* koji koristi, recimo, \*\*HubSpot, Houzz Pro i Airtable Enterprise\*\*:

- \*\*kupac nikad ne plaća dvaput istu funkcionalnost\*\*,
- \*\*novi paketi dopunjaju postojeće, ne zamjenjuju ih\*\*,
- \*\*sustav automatski prepoznaže što već ima\*\* i \*\*smanjuje cijenu za duplike\*\*.

Hajdemo to detaljno razraditi tehnički i poslovno, jer to je temelj za tvoju \*Uslugar.hr platformu\* (posebno kad tvrtke kupuju više kategorija ili regija).

---

## ◆ 1. Ključni princip: "Ownership of features"

Svaka funkcionalnost (npr. chat, CRM, dashboard, statistika, recenzije, QR kodovi, itd.) je \*\*vlasništvo tvrtke\*\*, ne paketa.

Kada jednom plati funkcionalnost, ona se \*\*"unlocka" globalno\*\* i ostaje aktivna u svim budućim kupnjama.

### Struktura (konceptualno):

```
``sql
Company
- id
- owned_features[] (JSON: ["CRM", "Chat", "Statistics", "TeamManagement"])
- active_packages[] (FK -> PackageAssignment)
``
```

---

## ## ◆ 2. Paketi i funkcionalnosti (feature-based pricing)

Paket	Uključene funkcionalnosti	Napomena
**Basic**	Chat, Profil, Recenzije	Osnovno prisustvo
**Pro**	Sve iz Basic + CRM, Dashboard, Timovi	Za aktivne izvođače
**Premium**	Sve iz Pro + API integracije, Statistike, Autoresponder, LeadQueue prioritet	
Za veće tvrtke		

💡 Kad tvrtka kupi "Premium", u `owned\_features` se trajno upisuje sve iz Basic+Pro+Premium.

---

## ## ◆ 3. Novi paket za drugu kategoriju → \*\*samo dopuna\*\*

Kad ista tvrtka kupi novi paket (npr. za drugu regiju ili kategoriju):

1. Sustav \*\*usporedi funkcionalnosti\*\* s onima koje već posjeduje.
2. \*\*Odbije duplike\*\* i izračuna cijenu samo za \*\*nove komponente\*\*.
3. Ako nema novih komponenti — naplati samo \*kategoriski pristup\* (leadovi, regija, promocija).

---

### ### ✅ Primjer u praksi

Paket	Cijena	Funkcionalnosti	Tvrtka već ima?	Naplata
Premium (Građevina)	100 €	Chat, CRM, Statistika	✗	100 €
Basic (Vodoinstalacije)	40 €	Chat, Profil, Recenzije	✓ (već ima sve)	0 € + (npr. 5 € za "nova kategorija")
Add-on (Zagreb regija)	10 €	—	—	10 €

💡 Platforma naplaćuje samo \*\*dodatne module (regija, kategorija, krediti)\*\* – ne funkcionalnosti.

---

## ## ◆ 4. Tehnička logika prilikom kupnje

```

```python
def calculate_package_price(company, new_package):
    owned_features = company.owned_features
    package_features = new_package.features

    # Novi featurei koje tvrtka još nema
    new_features = [f for f in package_features if f not in owned_features]

    # Baza cijene prema broju novih modula
    feature_cost = sum(get_feature_price(f) for f in new_features)

    # Dodatna cijena ovisno o regiji/kategoriji
    category_cost = new_package.category_fee if new_package.category not in
company.active_categories else 0
    region_cost = new_package.region_fee if new_package.region not in
company.active_regions else 0

    total_price = feature_cost + category_cost + region_cost
    return total_price
```

```

Rezultat:

- Tvrta \*\*plaća samo ono što još nema\*\*,
- \*\*ne plaća ponovno CRM ili Chat\*\*,
- \*\*može širiti poslovanje horizontalno bez penalizacije\*\*.

---

#### ## ◆ 5. Dodatni benefit: potiče "horizontalnu ekspanziju"

Taj model psihološki motivira izvođače:

> "Ako već imam CRM i dashboard, zašto ne bih dodao još dvije kategorije – sad su mi puno jeftinije!"

- To povećava \*\*ARPU\*\* (prosječnu mjesecnu zaradu po korisniku)
- ali bez osjećaja da ih "dereš" naplatom istih stvari više puta.

---

#### ## ◆ 6. Billing logika (pravedna cijena)

|                   |                |          |
|-------------------|----------------|----------|
| Komponenta        | Način obračuna | Napomena |
| ----- ----- ----- |                |          |

|                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Funkcionalnosti   Jednokratno / Trajno otključavanje   Plaća se samo prvi put        |
| Kategorije   Fiksno po kategoriji   Npr. 5 €/kategorija                              |
| Regije   Fiksno po županiji   Npr. 7 €/regija                                        |
| Krediti / Lead limiti   Prema paketu   Dinamično                                     |
| Održavanje / pretplata   Minimalni mjesecni fee (npr. 10 €)   Pokriva infrastrukturu |

---

## ## ◆ 7. Vizualni princip (tekstualno)

---

Kupnja paketa → Provjera postojećih featurea



Postojeći moduli? → preskoči naplatu



Nove regije/kategorije? → dodaj u billing



Izračun popusta (npr. -40%)



Aktivacija samo novih modula

---

## ## ◆ 8. Uloga direktora

|                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Radnja   Mogućnost                                                                                                                                             |
| ----- -----                                                                                                                                                    |
| Gleda koje funkcionalnosti firma već ima   <input checked="" type="checkbox"/> Dashboard "Moje aktivne funkcije"                                               |
| Odabire samo regije i kategorije koje želi dodati   <input checked="" type="checkbox"/> U wizardu kupnje                                                       |
| Dobiva transparentan prikaz cijene   <input checked="" type="checkbox"/> "Plaćate samo za nova područja"                                                       |
| Može prenijeti funkcionalnosti na podružnicu    (ako planiraš multi-branch) |

---

## ## ◆ 9. Zaključak (preporučeni model za \*\*Uslugar.hr\*\*)

### \*\* ➔ Kombinirani modularni model:\*\*

|                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Sloj   Vrsta   Naplata                                                            |
| ----- ----- -----                                                                 |
| **Funkcionalnosti (CRM, Chat, Analitika)**   Jednokratno / trajno   Samo prvi put |

| \*\*Kategorije\*\* | Višekratno | Niska cijena po kategoriji |  
| \*\*Regije\*\* | Višekratno | Niska cijena po regiji |  
| \*\*Krediti / leadovi\*\* | Dinamično | Po korištenju |  
| \*\*Paket\*\* | "Krovni" kontejner | Kombinira sve gore |

---

Ako želiš, mogu ti odmah nacrtati \*\*vizualni dijagram toka (SVG/PNG)\*\* koji prikazuje:

- kako se pri kupnji provjeravaju postojeće funkcionalnosti,
- kako se izračuna nova cijena,
- i kako direktor vidi što već ima otključano.

Želiš da ga generiram?

Mario:

Što kad potroši Add on paket

ChatGPT:

Izvrsno pitanje 🍩 — to je \*\*ključni trenutak u poslovnom modelu platforme\*\*, jer način na koji sustav reagira kad \*\*Add-on (dopunski) paket istekne ili se potroši\*\* direktno utječe na:

- \*\*zadovoljstvo partnera (tvrtke)\*\*
- \*\*konverziju na veći paket\*\*
- i \*\*stabilnost lead-ekonomije\*\*.

U modernim marketplace-ovima (npr. \*\*Houzz Pro, Thumbtack, Bark, Daibau Premium\*\*) koristi se \*\*"grace-plus-upsell" logika\*\*:

> tvrtka ne gubi odmah pristup, nego ulazi u \*meki\* način rada — i dobiva poticaj za nadoplatu, ne kaznu.

Hajdemo sve razraditi točno za tvoj sustav \*\*Uslugar.hr / Oriphel\*\*. ↗

---

## ## 🔔 1. Što je "Add-on" u tvom sustavu

Add-on može biti:

- 🎯 \*\*paket kredita / leadova\*\* (npr. 50 kredita)
- 🌏 \*\*nova regija\*\* (npr. Primorsko-goranska)
- 💼 \*\*nova kategorija\*\* (npr. Keramika)
- 🚀 \*\*promotivni modul\*\* (boost profila, banner, prioritet u queue-u)

Svi Add-oni imaju \*\*trajanje (npr. 30 dana)\*\* i \*\*limit (krediti ili vrijeme)\*\*.

---

## ## ◆ 2. Kad se Add-on potroši — moguća stanja

| Stanje                   | Opis                                   | Status na platformi                                   |
|--------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| ⌚ **ACTIVE**             | Još ima kredita / vrijedi              | Sve funkcije normalne                                 |
| ⚠ **LOW_BALANCE**        | <20 % resursa preostalo                | Upozorenje direktoru (dashboard + email)              |
| 🔴 **EXPIRED / DEPLETED** | Iskorišten limit / istekao period      | Add-on se deaktivira                                  |
| 🕒 **GRACE_MODE**         | Privremeni "meki" period (npr. 7 dana) | Vidljivost ograničena, ali leadovi i dalje mogu stići |
| ⟳ **RENEWED / UPGRADED** | Automatska ili ručna obnova            | Novi ciklus, rollover kredita                         |

---

## ## ◆ 3. Poslovna pravila pri isteku Add-onsa

| Korak | Logika            | Primjer                                                                                                               |
|-------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Upozorenje        | Pošalji notifikaciju pri 80 %, 50 % i 20 % iskorištenosti.   "Vaš Add-on za kategoriju *Keramika* istječe za 5 dana." |
| 2     | Grace period      | Dopusti 7 dana prijelaznog razdoblja.   Firma još može preuzeti leadove, ali se pojavljuje upozorenje.                |
| 3     | Ograničenje       | Nakon isteka — hide iz queue-a za tu kategoriju/regiju.   Ne dobiva nove leadove dok ne obnovi.                       |
| 4     | Upsell poruka     | Ponudi automatski popust za obnovu.   "Obnovite Add-on danas i ostvarite 10 % popusta."                               |
| 5     | Auto-renew opcija | Ako direktor uključi "auto-renew", naplata ide automatski.   Obnova svakih 30 dana ili po potrošnji.                  |

---

## ## ◆ 4. Što se događa tehnički (logika)

```
```python
def handle_addon_expiry(addon):
    if addon.balance <= 0 or addon.expiry_date < today():
        addon.status = "DEPLETED"
```

```

    notify_director(addon.company_id, "Add-on potrošen")
    start_grace_period(addon)
elif addon.balance < addon.threshold:
    addon.status = "LOW_BALANCE"
    send_warning(addon)
```

```

👉 Kad `grace\_period` istekne, `addon.status` prelazi u `INACTIVE` i `category/region` se \*privremeno isključuje iz distribucije leadova.\*

---

## ◆ 5. Što korisnik (direktor) vidi

\*\*Dashboard prikaz:\*\*

|                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------|
| Add-on   Stanje   Preostalo   Opcija                                            |
| ----- ----- ----- -----                                                         |
| Regija Zagreb   <input checked="" type="checkbox"/> Aktivno   12 dana   Produži |
| Kategorija Keramika    Istiće za 2 dana   5 kredita   Auto-obnova               |
| Promotivni boost    Istekao   0 dana   Obnovi uz 10 % popusta                   |

---

## ◆ 6. Kada Add-on istekne, ali tvrtka ima \*\*glavni (Premium) paket\*\*

U tom slučaju:

- funkcionalnosti (CRM, chat, statistika...) \*\*ostaju aktivne\*\*
- samo \*\*pristup specifičnoj regiji/kategoriji\*\* se pauzira
- nema duplicitne naplate — može samo \*produžiti dodatak\* za manju cijenu

💡 Primjer:

- > Firma ima \*\*Premium (glavni)\*\* + Add-on “Zadar regija”.
- > Add-on istekne → gubi pristup leadovima iz Zadra, ali ne gubi CRM ni chat.

---

## ◆ 7. Bonusi za “najbolje partnere”

Sustav može automatski \*\*dodijeliti besplatni grace-add-on\*\* ako je partner u top 10 %:

|                           |
|---------------------------|
| Status partnera   Benefit |
|---------------------------|

|                                     |
|-------------------------------------|
| ----- -----                         |
| ★ Premium Partner   +7 dana grace   |
| ✅ Verified Partner   +3 dana grace  |
| 🟢 Basic Partner   Bez grace perioda |

---

## ## ◆ 8. Upsell mehanizam (automatika)

- Kad istekne Add-on → aktivira se \*\*“soft paywall”\*\*
- U dashboardu se pojavi:
  - > “Nemaš više aktivan paket za Keramiku.
  - > Za nastavak primanja leadova obnovi Add-on (20 % popusta do 24 sata).”
- Link vodi direktno na checkout sa \*\*prefillanom ponudom\*\*
- Sustav može nuditi i \*\*upgrade na veći glavni paket\*\* (ako se prečesto obnavlja isti Add-on)

---

## ## ◆ 9. Vizualni sažetak (tekstualno)

``

```
[Add-on aktivan]
 ↓ (80% potrošeno)
[Upozorenje direktoru]
 ↓
(0% preostalo)
[Status: DEPLETED]
 ↓
[Grace period 7 dana]
 ↓
Ako ne obnovi → [INACTIVE]
Ako obnovi → [RENEWED]
``
```

---

## ## ◆ 10. Preporuka za Uslugar.hr

|                                                        |
|--------------------------------------------------------|
| Element   Preporučeni pristup                          |
| ----- -----                                            |
| Model naplate   Krediti + vremensko trajanje (30 dana) |

|                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------|
| Grace period   7 dana (automatski)                                  |
| Notifikacije   80 %, 50 %, 20 %                                     |
| Auto-renew   Opcionalno (default off)                               |
| Popusti za obnovu   10-20 % ako se obnovi u grace-periodu           |
| Prikaz u panelu   Jasna boja statusa: zelena / žuta / crvena / siva |

---

Ako želiš, mogu ti \*\*nacrtati dijagram toka (SVG/PNG)\*\* koji prikazuje:  
- životni ciklus Add-on paketa (aktivno → upozorenje → grace → istek → obnova),  
- i kako se to odražava na prikaz leadova i billing.

Želiš da ga generiram?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

Obostrano ocjenjivanje korisnik izvođač?

ChatGPT:

Odlično pitanje 🎉 — obostrano ocjenjivanje (korisnik ↔ izvođač) je \*\*ključni mehanizam povjerenja\*\* i \*\*mehanizam za samoregulaciju kvalitete\*\* na platformama poput \*Uslugar.hr\*, \*Daibau\*, \*Houzz\*, \*Fiverr\* ili \*Upwork\*.

Ako se pravilno dizajnira, takav sustav \*\*štiti obje strane\*\* i \*\*podržava algoritam reputacije\*\* koji kasnije utječe na \*\*lead distribuciju i ranking\*\*.

Hajdemo to raščlaniti detaljno, s praksom, logikom i modelom podataka ➔

---

## ## ♦ 1. Zašto je obostrano ocjenjivanje važno

|                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Perspektiva   Što dobiva                                                              |
| ----- -----                                                                           |
| **Korisnik**   Može procijeniti pouzdanost izvođača (brzina, komunikacija, kvaliteta) |
| **Izvođač (tvrtka)**   Dobiva reputaciju i bolje pozicije u lead queue-u              |
| **Platforma**   Djelomično automatizira moderaciju – loši se sami isfiltriraju        |

---

## ## ◆ 2. Kada i kako se aktivira ocjenjivanje

|                                                                                                                                                                     |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| Faza posla   Događaj   Akcija                                                                                                                                       |  |  |
| ----- ----- -----                                                                                                                                                   |  |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Završetak posla (status 'DONE')   Platforma automatski šalje poziv na ocjenu objema stranama   "Ocenite suradnju s [ime]"       |  |  |
| <input type="checkbox"/> Rok za ocjenjivanje   7 dana (podešeno)   Nakon roka — ocjena se zaključava                                                                |  |  |
| <input type="lock"/> Vidljivost   Ocjene se prikazuju tek kada **obje strane ocijene** ili **rok istekne**   Sprječava pristranost ("reciprocal review protection") |  |  |

---

## ## ◆ 3. Struktura ocjene (zajednička za obje strane)

|                                                                  |  |  |
|------------------------------------------------------------------|--|--|
| Polje   Tip   Opis                                               |  |  |
| ----- ----- -----                                                |  |  |
| `rating_quality`   INT (1-5)   Kvaliteta rada / komunikacije     |  |  |
| `rating_reliability`   INT (1-5)   Poštivanje dogovora / rokova  |  |  |
| `rating_price_fairness`   INT (1-5)   Omjer cijene i vrijednosti |  |  |
| `comment_text`   TEXT   Slobodni opis (min. 20 znakova)          |  |  |
| `is_visible`   BOOL   True kada obje strane ocijene              |  |  |
| `created_by`   ENUM('CLIENT','COMPANY')   Tko je dao ocjenu      |  |  |
| `lead_id`   FK   Vezano za konkretni upit/posao                  |  |  |
| `reply_text`   TEXT (opcionalno)   Odgovor druge strane          |  |  |

---

## ## ◆ 4. Kako sustav prikazuje ocjene

### ### ◇ Izvođač vidi:

- prosječnu ocjenu korisnika (ako ih ima više)
- povijest ocjena po projektima
- može odgovoriti na komentar korisnika ("Zahvalujem na suradnji, žao nam je zbog kašnjenja...")

### ### ◇ Korisnik vidi:

- ukupni prosjek izvođača (1-5)
- broj recenzija (npr. "4.9 ★ (83 ocjene)")
- najnovije i najrelevantnije komentare
- značku "Verified by Uslugar.hr" ako je izvođač odradio više od X poslova

---

## ## ◆ 5. Izvođač ocjenjuje korisnika

Da bi sustav bio fer, \*\*i izvođač ocjenjuje korisnika\*\* (isto kao Airbnb model):

| Kriterij         | Opis                                           |
|------------------|------------------------------------------------|
| ---              | ---                                            |
| **Komunikacija** | Jasnoća upita, brzina odgovora                 |
| **Pouzdanost**   | Da li je stvarno naručio / došao na dogovor    |
| **Fer dogovor**  | Je li platio po dogovoru, bez zloupotreba      |
| **Preporuka**    | “Ponovno bih radio s ovim korisnikom?” (da/ne) |



Ocjene korisnika služe za:

- filtriranje loših ili toksičnih naručitelja,
- smanjenje “fake” upita,
- i transparentnost prema drugim izvođačima.

---

## ## ◆ 6. Pravilo “simultane objave” (reciprocal delay)

Kako bi se spriječilo osvećivanje:

- ocjene \*\*nisu vidljive odmah\*\*,
- prikazuju se \*\*tek kad obje strane ocijene\*\* ili \*\*istekne rok (npr. 7 dana)\*\*,
- ocjena se tada “zamrzava” — ne može se mijenjati.

---

## ## ◆ 7. Izračun reputacije izvođača

Algoritam reputacije koristi ponderirane komponente:

```
```text
REPUTATION_SCORE =
(0.4 * AVG(rating_quality)) +
(0.3 * AVG(rating_reliability)) +
(0.2 * AVG(rating_price_fairness)) +
(0.1 * ResponseRate)
```
```



Rezultat se koristi u:

- Queue sistemu (dodjela leadova),
  - Rankiranju na listama ("Najbolje ocijenjeni izvođači"),
  - Određivanju popusta / bonusa.
- 

## ## ◆ 8. Kako to utječe na dodjelu leadova

| Faktor                  | Utjecaj                                                             |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| `ReputationScore > 4.7` | +20 % više leadova / prioritet u queue-u                            |
| `ReputationScore < 3.5` | -50 % vidljivosti, označen za reviziju                              |
| `Nema ocjena`           | Dobiva samo "besplatne" ili testne leadove dok ne stekne reputaciju |

---

## ## ◆ 9. Moderacija i sigurnosne mjere

- 🚫 Komentari prolaze \*\*AI i ljudsku provjeru\*\* (ne smiju sadržavati osobne podatke, vulgarizme, reklame)
  - 📡 Korisnik može \*\*prijaviti ocjenu\*\* (npr. ako je lažna)
  - 🗑️ Administrator može \*\*skrivati ocjenu\*\* bez brisanja (označi kao "disputed")
  - ⚖️ U slučaju spora — ocjena se \*\*privremeno skriva\*\* do rješenja.
- 

## ## ◆ 10. Vizualni tijek (tekstualni UML)

```
```plantuml
@startuml
actor Klijent
actor Izvođač
participant "Platforma (Uslugar.hr)" as P
```

== Završetak posla ==
Izvođač -> P : Označi posao "Završen"
P -> Klijent : Poziv na ocjenjivanje
P -> Izvođač : Poziv na ocjenjivanje korisnika

== Ocjenjivanje ==
Klijent -> P : Pošalje ocjenu izvođača
Izvođač -> P : Pošalje ocjenu korisnika

```
P -> P : Provjeri obje ocjene  
alt Obj je pristigle  
    P -> P : Objavi obje simultano  
else Rok istekao  
    P -> P : Objavi sve primljene ocjene  
end  
@enduml  
---
```

◆ 11. Preporučeni dizajn za Uslugar.hr

Element	Preporuka
Broj zvjezdica	1–5 (decimalni prosjek npr. 4.8)
Rok za ocjenjivanje	7–10 dana
Objavljivanje	Simultano nakon obje ocjene
Odgovor na recenziju	Dozvoljen 1x, bez izmjene
Korisnička ocjena	Koristi se za reputaciju, ali ne javno prikazana
Moderacija	AI + ljudska verifikacija

Ako želiš, mogu ti odmah **nacrtati vizualni dijagram (SVG/PNG)** koji prikazuje:

- kako ide tijek obostranog ocjenjivanja,
- kako se aktiviraju pozivi,
- i kada se ocjene prikazuju javno.

Želiš da generiram taj dijagram?

Mario:

Imamo TRIAL. On bi trebao biti maksimalni paket?

ChatGPT:

Odlično pitanje — i **izuzetno pametna odluka** ako želiš postići visoku **konverziju novih partnera** i **realan uvid u mogućnosti platforme**.

Da, TRIAL (probni period) bi trebao biti **maksimalni paket funkcionalnosti**, ali s **ograničenim vremenom, volumenom i vidljivošću** — ne s ograničenim mogućnostima.

To je “try-before-you-buy” model koji:

- povećava konverziju (tvrtke osjete pravu vrijednost),
- omogućava realno testiranje platforme,
- i smanjuje prigovore tipa “nisam znao da ima još opcija”.

◆ 1. Logika TRIAL paketa

Element	Preporuka
-----	-----
Funkcionalnosti	Sve što ima *Premium* (maksimalni modul)
Trajanje	14 dana (opcionalno 30)
Ograničenja	Manji broj leadova, manja vidljivost, manji broj aktivnih kategorija/regija
Cijena	0 € (ili simbolično 1 € za verifikaciju kartice / OIB potvrdu)
Cilj	Aktivirati korisnika, prikazati punu snagu sustava, potaknuti upgrade

◆ 2. Trial ≠ Besplatna verzija

Trial nije “besplatno članstvo” — to je **vremenski ograničeni Premium**.

Osobina	Trial	Free Basic
-----	-----	-----
Trajanje	Ograničeno (14 dana)	Neograničeno
Funkcionalnost	Sve (Premium)	Minimalno (profil, recenzije)
Leadovi	Ograničen broj (npr. 5–10)	Nema
Chat	Da	Ne
Statistika	Da	Ne
CRM / Dashboard	Da	Ne
Preporučeni upgrade	Automatski nakon isteka	—

◆ 3. Tijek TRIAL životnog ciklusa

``text

Tvrtka se registrira

↓

Automatski dobiva TRIAL (14 dana)

↓

Svi moduli otključani (Premium-level)

↓
Ograničenje:
• 5–10 leadova
• 2 kategorije / 1 regija
↓
Platforma prati engagement
↓
3 dana prije isteka → podsjetnik za upgrade
↓
Istek → automatski downgrade u BASIC (ili pauza)
```

---

#### ## ◆ 4. Engagement logika tijekom TRIAL-a

Platforma treba prikupljati metrike:

| Pokazatelj                             | Mjera                  | Zašto                    |
|----------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Aktivnost direktora (prijave, dodjele) | broj klikova, odgovora | pokazuje stvarni interes |
| Korištenje chata                       | broj poruka            | spremnost za interakciju |
| Pretvoreni leadovi                     | % konverzija u dogovor | mjeri stvarnu vrijednost |
| CRM korištenje                         | unosi, komentari       | indikator zrelosti       |

💡 Nakon isteka:

> "Vidimo da ste primili 8 leadova i 2 uspješna dogovora — nadogradite na \*\*Pro paket\*\* da nastavite."

---

#### ## ◆ 5. Tehnička struktura TRIAL-a (model)

```
'''sql
CompanyPackage
- company_id
- package_type = 'TRIAL'
- start_date
- end_date
- active = TRUE
- max_leads = 10
- used_leads = 0
- max_categories = 2
```

- features\_included = ALL\_FROM\_PREMIUM  
- on\_expiry = DOWNGRADE\_TO\_BASIC  
```

◆ 6. Što se događa po isteku TRIAL-a

Korak Akcija
----- -----
1 Platforma pošalje notifikaciju: "Vaš TRIAL istječe za 3 dana"
2 Ako ne kupi — automatski downgrade na *Basic (Free)*
3 Ako kupi bilo koji plaćeni plan — TRIAL funkcionalnosti ostaju aktivne do kraja perioda
4 Platforma sprema metapodatke o konverziji (Trial → Paid conversion rate)

◆ 7. Psihološki "fairness" princip

> "Pokaži im punu moć — pa ih ograniči količinom, ne kvalitetom."

Znači:

- **ne zaključavaj funkcije**,
- nego **ograniči broj leadova, kategorija, timova ili trajanje**.

To stvara osjećaj: "sve radi, ali želim više toga".

◆ 8. Primjeri iz prakse

Platforma Trial model Ključni princip
----- ----- -----
Houzz Pro 30-dnevni full trial, ograničen broj projekata "Experience everything once."
Bark.com 7 dana, 5 leadova Auto-upgrade nakon potvrde plaćanja
Fiverr Pro Nema trial, ali ima *Launch Boost* Promotivna vidljivost 7 dana
Daibau Nema pravi trial (pogreška!) Zato ima nižu konverziju
Uslugar.hr (preporuka) 14-dnevni trial s 10 leadova i svim funkcionalnostima Nakon isteka: downgrade ili popust

◆ 9. Cjenovna logika nakon TRIAL-a

Paket	Standardna cijena	Cijena ako pređe iz TRIAL-a (popust)
Basic	0 €	—
Pro	29 €/mj	19 €/mj prva 3 mjeseca
Premium	49 €/mj	35 €/mj prva 3 mjeseca
Add-ons	Prema regiji/kategoriji	20 % popusta ako kupi odmah po isteku TRIAL-a

◆ 10. Vizualni tijek (tekstualni)

Registracija → Aktivacija TRIAL (Premium level)



Korištenje svih modula (ograničen broj leadova)



Podsjetnici 3 dana prije isteka



Istek TRIAL-a



Ako kupi → zadržava sve funkcije

Ako ne → downgrade na BASIC (Free)

◆ 11. Prednosti TRIAL = Premium modela

Za platformu	Za tvrtku
Veća stopa konverzije (30–50 %)	Puni doživljaj sustava
Brza validacija tržišta	Bez rizika – ništa ne gubi
Podaci o stvarnim navikama	Laka odluka: "Vrijedi mi platiti."

Ako želiš, mogu ti nacrtati **vizualni dijagram toka (SVG/PNG)** koji prikazuje:

- aktivaciju TRIAL-a,
- tijek korištenja,
- i što se događa pri isteku (upgrade vs downgrade).

Želiš da ga generiram?

Mario:

da

ChatGPT:

Mario:

Da li smo još nešto zaboravili?

ChatGPT:

Odlično pitanje 🍩 — jer po svemu sudeći tvoj model *Uslugar.hr / Oriphil Marketplace* sada ima već **kompletну jezgru funkcionalnosti**:

- lead distribuciju,
- queue sistem,
- timove, direktore i tvrtke,
- paketni i add-on model,
- fer billing,
- trial logiku,
- obostrano ocjenjivanje.

Ali da bude **stvarno zatvoren i spreman za lansiranje (MVP+ faza)**, postoji još **5 ključnih područja** koje bi trebalo dodati — ne zato što su “luksuz”, nego jer **podupiru stabilnost, sigurnost i monetizaciju**.

Evo ih redom ➤

◆ 1. **Verifikacija identiteta i pravne zaštite**

(često zaboravljeni, ali kritično za povjerenje)

Element	Opis	Preporuka
---	---	---
OIB / IBAN verifikacija automatska provjera putem API-a (npr. Sudski registar ili CompanyWall) Obavezna za aktivaciju leadova		
Dokaz o licenciji / obrtu upload PDF ili slika dokumenta Pregled od strane moderatora		
e-mail i telefonska potvrda SMS ili e-mail code sprječava spam		
Korisnički ugovor / ToS e-potpis pri registraciji integrirati s Certilia / Dokobit		
GDPR revizija jasno definirano tko vidi što posebno kod chatova i recenzija		

 Preporuka: koristiti **“Verified Partner” oznaku** vidljivu na profilu.

◆ 2. **Financijska integracija (Billing & Escrow)**

Element	Opis	Preporuka
----- ----- -----		
Stripe / PayPal / CorvusPay integracija za kartično plaćanje paketa i add-ons Stripe test → Live		
Računi (PDF) automatsko generiranje nakon svake kupnje putem `SP_GEN_INVOICE` procedure		
Escrow (opcionalno) ako želiš da platforma drži uplatu do potvrde završetka posla Stripe Connect / Payoneer model		
Povrati (refund) u slučaju neiskorištenog lead-kredita kroz “credit refund” modul		

 Kad escrow uvedeš, platforma prelazi u višu razinu povjerenja (kao Fiverr / Upwork).

◆ 3. **Analitika i reputacijski sustav (Statistika 2.0)**

Modul	Što mjeri	Koristi
----- ----- -----		
Lead Analytics broj leadova, konverzije, vrijednosti prikaz u grafovima (Recharts)		
Partner Rating Trends povijest ocjena, brzina odgovora ulazi u SCORE algoritam		
Kategorije s niskim prometom broj upita po regiji i kategoriji automatski snižava cijene		
Trial Conversion Rate koliko trial korisnika kupi plan ključ za marketing ROI		
Abandon Rate koliko direktora ne aktivira tim detektira slab onboarding		

 Sve to može ići u **admin dashboard** (React + Chart moduli).

◆ 4. **Moderacija i sigurnost**

Mehanizam	Opis
----- -----	
Automatska detekcija kontakata (brojevi, e-mailovi u chatovima) Regex filtriranje, maskiranje, upozorenje	
Prijava nepravilnosti svaka strana može prijaviti drugu (spam, uvrede, lažna ocjena)	

AI detekcija “dead leadova”	ako klijent ne odgovori X dana → lead se vraća u pool
Audit log	svaka radnja (login, chat, rating) zapisuje se radi zaštite
Privremene suspenzije	npr. 3 dana za neplaćene račune ili zloupotrebu

💡 To štiti reputaciju cijele platforme i povećava povjerenje klijenata.

◆ 5. **Onboarding i automatizacija korisničkog iskustva**

Faza	Automatizacija	Svrha
Registracija	Wizard “Odaberi kategorije i regije”	brži start
Aktivacija TRIAL-a	Automatska odmah po registraciji	motivacija
Prvi lead	Chat-bot vodi korisnika (“Kako odgovoriti na upit?”)	edukacija
Isteček TRIAL-a	Automatizirani e-mail + popust link	povećanje konverzije
Neaktivnost >14 dana	podsjetnik / SMS	smanjenje churn-a

💡 Ovo povećava “activation rate” i smanjuje potrebu za ručnim supportom.

◆ BONUS: **Admin i kontrolni panel**

Trebalo bi imati 3 razine pristupa:

Uloga	Prava
Superadmin	vidi sve: korisnike, pakete, financije, recenzije
Moderator	odobrava profile, provjerava dokumente, rješava prijave
Finance	ima pristup fakturama, refundima, Stripe dashboardu

✅ Ukratko — ako složimo sve slojeve, tvoj sustav izgleda ovako:

[Klijent]
 ↑ chat, ocjene
[Platforma (lead queue, matchmaking, billing, moderacija)]
 ↑
[Tvrтka]
 ↳ Direktor
 ↳ Tim(ovi)

↳ Članovi

Iznad svega:

Billing / Trial / Add-on / Escrow / Analytics / Moderation / Reputation.

Ako želiš, mogu ti napraviti **"finalni integracijski dijagram"** — prikaz *kompletne arhitekture sustava Uslugar.hr*, gdje su:

- svi entiteti (Klijent, Tvrтka, Direktor, Tim, Platforma),
- svi moduli (leadovi, paketi, trial, billing, ocjene),
- i glavne strelice interakcije.

Želiš da ti generiram taj **cjeloviti dijagram sustava (SVG/PNG)**?

Mario:

da

ChatGPT: