

UNIVERZITET „DŽEMAL BIJEDIĆ“ MOSTAR

FAKULTET INFORMACIJSKIH TEHNOLOGIJA

PREDMET : UVOD U MARKETING



# MARKETING PLAN

## DIGIQAL

**Studenti:**

- Ahmed Grabus
- Sejad Gasal
- Zaim Mehić
- Tarik Ganić
- Nurudin Hrustanović

juni, 2022. godine

Student	Obrada
Ahmed Grabus	Generička strategija startup kompanije Digiqal, Analiza marketing mix-a i prijedlog strategije, prijedlog kreativnih rješenja, rad na ostalim dijelovima projekta za koje nije bio primarno zadužen, kontaktiranje predstavnika kompanije.
Sejad Gasal	Porterov model 5 sila, Stakeholder analiza, rad na ostalim dijelovima projekta za koje nije bio primarno zadužen, kontaktiranje zaposlenika u kompaniji.
Zaim Mehić	SWOT analiza, CANVAS model, Marketing budžet, Abellov okvir, analiza stretegijskog trougla, rad na ostalim dijelovima projekta za koje nije bio primarno zadužen, kontaktiranje bivših zaposlenika u kompaniji.
Tarik Ganić	Uvod, misija i vizija, prijedlog kreativnih rješenja, VRIO okvir, rad na ostalim dijelovima projekta za koje nije bio primarno zadužen, pretraga podataka o startup kompaniji.
Nurudin Hrustanović	PESTLE analiza, Mjere za unaprjeđenje, rad na ostalim dijelovima projekta za koje nije bio primarno zadužen, analiza tržišta.

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	5
1.1. MARKETING .....	5
1.2. O DIGIQAL-U .....	5
1.3. VIZIJA .....	5
1.4. MISIJA .....	6
1.5. ABELLOV OKVIR .....	6
2. EKSTERNA ANALIZA .....	7
2.1. PEST koncept .....	7
2.2. Porterov model 5 sila .....	7
2.3. STAKEHOLDER ANALIZA .....	9
3. INTERNA ANALIZA .....	10
3.1. Analiza resursa i sposobnosti.....	10
3.1.1. Fizički i materijalni resursi.....	10
3.1.2. Ljudski resursi .....	10
3.1.3. Informacioni resursi .....	11
3.1.4. Financijski resursi .....	11
3.2. SWOT ANALIZA .....	11
3.2.1. SNAGE .....	13
3.2.2. SLABOSTI.....	14
3.2.3. PRILIKE .....	15
3.2.4. PRIJETNJE .....	16
3.2.5. STRATEŠKA PREPORUKA .....	17
3.3. VRIO OKVIR.....	18
3.4. ANALIZA STRATEGIJSKOG TROUGLA .....	19
3.4.1. Organizacija .....	19
3.4.2. Konkurencija.....	19
3.4.3. Kupci .....	19
3.5. GENERIČKA STRATEGIJA KOMPANIJE .....	20
4. UPRAVLJANJE MARKETING MIX-OM .....	23
4.1. PROIZVOD (PRODUKT) .....	23
4.2. CIJENA(PRICE) .....	25
4.3. DISTRIBUCIJA(PLACE) .....	25

4.4.	PROMOCIJA(PROMOTION)	27
5.	BUDŽET ZA REALIZACIJU MARKETING PLANA	27
6.	CANVAS MODEL STARTUP KOMPA NIJE DIGIQAL	31
6.1.	PREDLOŽENA VRIJEDNOST	34
6.2.	SEGMENT KUPCA	35
6.3.	KANALI DISTRIBUCIJE PROIZVODA	36
6.4.	ODNOSI SA KUPCIMA	37
6.5.	KLJUČNE AKTIVNOSTI	37
6.6.	TOKOVI PRIHODA	38
6.7.	KLJUČNI RESURSI	39
6.8.	KLJUČNI PARTNERI	40
6.9.	STRUKTURA TROŠKOVA	41
7.	PRIJEDLOG KREATIVNIH RJEŠENJA	43
7.1.	POST ZA ZAPOSŁJAVANJE	43
7.2.	POST ZA DRUŠTVENE MREŽE	44
7.3.	PREZENTACIJA KOMPA NIJE	45
7.4.	PRIMJER PROMOCIJE	46
7.5.	SALA ZA SASTANKE	47
7.6.	ONLINE PROMOCIJA	48
8.	PRIJEDLOG MJERA ZA UNAPRJEĐENJE	49

# 1. UVOD

## 1.1. MARKETING

Marketing je skup aktivnosti uključenih u usmjeravanje toka robe i usluge od proizvođača do potrošača. Osnovni faktori kojima se bavi marketing jesu način komunikacije, cijene usluga ili proizvoda, kao i sposobnost prevazilaženja očekivanja klijenta.

Marketing nije ograničen ni na jednu posebnu vrstu ekonomije, jer se proizvod mora razmjenjivati i stoga plasirati na tržište u svim ekonomijama. Marketing je dužan da prati zahtjeve tržišta i na osnovu istih da rekonstruiše svoj plan akcije.

## 1.2. O DIGIQAL-U

Kompanija Digiqal je startup IT kompanija koja razvija aplikativni proizvod i drugi softver koja upošljava dvadeset i osam iskusnih inženjera, dizajnera, preduzetnika i drugih lica kompanije.

Ova kompanija pruža vrhunsku i profesionalnu IT uslugu koja je stečena kroz mnoge projekte. Digiqal je tehnološki entuzijastičana skupina ljudi, koji uživaju u razvoju digitalnih rješenja.

Kroz uspostavljenu mrežu između ureda u Njemačkoj, Danskoj i Bosni i Hercegovini, Digiqal nudi širok spektar sposobnosti.

## 1.3. VIZIJA

VIZIJA odgovara na pitanje gdje jedna kompanija želi da se vidi nakon određenog vremena. To je dugoročan, racionalan i emotivan put ka općem uspjehu i zadovoljstvu same kompanije kao i njenih kupaca.

Vizija kompanije Digiqal jeste posvećenost partnerima da ostvare svoje ideje i poduzetničke snove. Digiqal smatra da je odnos sa klijentima veoma bitan i nastoje da ih isti smatraju partnerima, a ne samo servisom ili uslugom.

U narednih par godina nastoje da baš ova kompanija bude najbolje mjesto za buduće inženjere, partnere i investitore. Voljeli bi da ih doživljavaju kao inovativne i uvijek u toku sa tehnologijama kojima se bave.

Ova kompanija želi biti ključni faktor razvoja klijentove ideje, kroz svoje iskustvo i tehničku stručnost.

## 1.4. MISIJA

Kako kompanija raste, njeni ciljevi se mogu ostvariti, ali shodno tome javlja se potreba za postavljanje novih. Stoga bi izjave o misiji trebale biti revidirane po potrebi kako bi reflektirale novu kulturu poslovanja kompanije.

Misija kompanije Digiqal jeste zalaganje za kvalitet komunikacije, lojalnost, poštenje i partnerstvo sa budućim klijentima kroz davanje usluge softvera ili izrade sistema.

Cilj je isporučiti IT rješenja sa vrhunskom kvalitetom i dobrom uslugom, kroz konsultacije i druge pristupe, i sve to po pristupačnim cijenama za zemlje Balkana i Evropske Unije.

## 1.5. ABELLOV OKVIR

Abellov okvir definiše poslovanje startup kompanije Digiqal kroz tri ključna pitanja :

- Ko su klijenti?
- Koje se potrebe zadovoljavaju?
- Kako se zadovoljavaju potrošačke potrebe?

Abellov okvir	
Ko su klijenti?	Koje se potrebe zadovoljavaju
Klijenti su svi oni koji žele da u svoje poslovanje uvedu koncept kao što je web stranica ili određena aplikacija. Kako bi suzili ciljanu skupinu možemo navesti da su to kompanije ili druga lica koja u svojoj strukturi nemaju odjel koji bi im mogao pružiti navedena softverska rješenja. Teško je dalje sužavati skupinu jer je ova usluga u modernom svijetu kakav imamo danas potrebna skoro pa svakome ko se bavi ozbiljnijim biznisom, bilo to kao kompanija ili pojedinac	Kroz nastojanje da se kreira adekvatno radno okruženje koja okuplja iznimno talentovane mlade ljude nastoje se klijentima dostaviti kvalitetna softverska rješenja u vidu aplikacija i web stranica, izrađena po visokim standardima i unaprijed dogovorenim rokovima.
Kako se zadovoljavaju potrošačke potrebe?	
Kroz korištenje najmodernijih tehnologija iz oblasti razvoja softvera i kreativni mladi kadar koji na inovativan način pristupa rješavanju problema i iznalazi rješenja koja imaju najbolje performanse. Kao rezultat izdvajaju se ne primarno kvalitetni projekti, nego zadovoljni potrošači, a kvalitetni projekti su ustvari uzrok tog zadovoljstva	

## 2. EKSTERNA ANALIZA

### 2.1. PEST koncept



Slika br PEST koncept

#### **Politički faktori:**

-Potencijalni ulazak u Evropsku Uniju zasigurno predstavlja veliku priliku za firmu Digiqal. Članstvo Bosne i Hercegovine u EU otvara mogućnosti kao što su lakše širenje poslovanja sa klijentima iz

drugih zemalja Evropske Unije, uspostava partnerstva sa drugim IT kompanijama, kao i mogućnost angažmana kvalifikovanog radnog kadra.

-Nestabilna politička situacija u Bosni i Hercegovini je jedna od najvećih prijetnji firmi ne samo firmi Digiqal, već čitavom ekonomskom sistemu u Bosni i Hercegovini. Nestabilna politička situacija odbija potencijalne investitore, plaši cjelokupno stanovništvo i dovodi kvalifikovani radni kadar u situaciju gdje razmatraju napuštanje Bosne i Hercegovine.

#### **• Ekonomski faktori:**

-Velika konkurencija: Razvijanjem IT sektora u Bosni i Hercegovini pojavljuje se sve više startup-a koji žele svoj dio tržišta. To može dovesti do toga da kompanija Digiqal izgubio svoj dio tržišta što nedvosmisleno predstavlja prijetnju za firmu.

-Odlazak radne snage: Svjedoci smo napuštanja kvalifikovane radne snage iz Bosne i Hercegovine, a jedan od glavnih razloga za to sigurno jeste prethodno navedena nestabilna politička situacija. Odlazak radne snage predstavlja prijetnju firmi Digiqal i otežava angažman potrebnih IT stručnjaka.

#### **• Socijalni faktori:**

-Odliv mozgova: Odliv mozgova predstavlja identičnu, prethodno navedenu prijetnju odlaska

radne snage. Svakodnevno napuštanje Bosne i Hercegovine, naročito mladog, školovanog kadra može dovesti do nedostatka kvalifikovane radne snage.






-Faktor računarske pismenosti: Broj računarski pismenih osoba u Bosni i Hercegovini i svijetu eksponencijalno raste što dovodi do povećane stope digitalizacije. Trend rasta računarski pismenih osoba otvara mogućnost širenja poslovanja sa novim klijentima, što predstavlja priliku za Digiqal.

• **Tehnološki faktori:**

-Rad od kuće: Tijekom pandemije virusa COVID-19 bili smo svjedoci velikim izmjenama standardnog načina rada. Mnogo firmi bilo je primorano na rad od kuće, što se kasnije pokazalo veoma uspješno. Uočen je veliki skok produktivnosti, kao i cjelokupnog zadovoljstva radnika. Pored toga firme su, radom od kuće uštedjele veliku količinu novca. Rad od kuće je zasigurno velika prilika za Digiqal.

-Potencijalni hakerski napad: Kao za svaku IT kompaniju, potencijani hakerski napadi predstavljaju prijetnju firmi Digiqal. Biti će potrebno uložiti dodatna sredstva za zaštitu od hakerskih napada, što će garantovati sigurnost privatnih podataka naših klijenata. Slučaj eventualno uspješnog hakerskog napada i krađa podataka naših klijenata rezultovati će nepovjerenjem klijenata i gubitkom prihoda.

## 2.2. Porterov model 5 sila

<b>Ulazak novih konkurenata</b>	
<b>Mogućnost supstitucije</b>	
<b>Pregovaračka moć kupaca</b>	
<b>Pregovaračka moć dobavljača</b>	
<b>Rivalitet među konkurentima</b>	

- 1. Ulazak novih konkurenata** – s obzirom na vrstu djelatnosti kojom se kompanija Digiqal bavi, a to su informacijske tehnologije. Jedno od najdeficitarnijih, kao i jedno od najpotraženijih usluga današnjice. Upravo zbog toga nije moguće ne očekivati ulazak novih konkurentskih kompanija u "igru". U ovom slučaju se najbolje opredjeliti za jednu od Porterovih barijera ulasku, a to je lojalnost marki. Dakle održanje odličnih odnosa sa dosadašnjim kupcima i novim kupcima.



2. **Mogućnost supstitucije** – supstitucija proizvoda koju Digiqal proizvodi gotovo da je nemoguća. Iako u IT-u dolazi do raznih unaprijeđenja, veoma je teško supstituirati postojeće usluge i proizvode.
3. **Pregovaračka moć kupca** – opasnost kupca ogleda se u činjenici da postoje mnogi drugi izvori nabave. Pored toga proizvod, odnosno usluge kompanije Digiqal su standardizovane u odnosu na konkurente.
4. **Pregovaračka moć dobavljača** – veoma niska. Malobrojnost dobavljača kao i ovisnost o kvaliteti njihovih proizvoda nije slučaj. Veoma je lako supstituirati njihove proizvode.
5. **Rivalitet među konkurentima** – iako je broj konkurenata veoma visok, oni toliko ne utječu na poslovanje kompanije, a razlog toga jeste ogroman broj potrošača.

### 2.3. STAKEHOLDER ANALIZA

		INTERES	
		nizak	visok
SNAGA	mala	Javnost	Lokalna zajednica Dobavljači
	velika	Klijenti Uposlenici	Menadžeri Dioničari Vlast

#### 1. Minimalni angažman

1. **Javnost** – nemaju interes, nemaju snagu.

#### 2. Držati informisanima

1. **Lokalna zajednica** – ima visok interesni nivo jer IT kompanije zapošljavaju veliki broj radnika. Ne utječe na poslovanje kompanije.
  2. **Dobavljači** – visok interesni nivo zbog opskrbljivanja kompanije opremom i softverskim proizvodima. Snaga im je mala jer su lako zamjenjivi.
3. **Držati zadovoljnima**
1. **Klijenti** – ogromna snaga jer su jedini izvor prihoda. Minimalan interes zbog mnogih drugih IT kompanija koje pružaju gotovo identične usluge.
  2. **Uposlenici** – deficitarno zanimanje, lako pronaći novo zaposlenje. Interes - poboljšanje uslova rada.
4. **Ključni igrači**
1. **Menadžeri** – veći profit – veći utjecaj u kompaniji. U mogućnosti donošenja odluka.
  2. **Dioničari** – najveći interes, jer ostvaruju najveći profit.
  3. **Vlast** – visok interesni nivo zbog profita kojeg ostvaruju putem oporezivanja kompanije. Visoka snaga zbog toga što su u mogućnosti donositi odluke o oporezivanju.

### 3. INTERNA ANALIZA

#### 3.1. Analiza resursa i sposobnosti

##### 3.1.1. Fizički i materijalni resursi

- Uredi. Kompanija ima urede u zemljama u kojima posluje, a to su Njemačka, Danska i Bosna i Hercegovina.
- Računarska i druga oprema. Kako bi kompanija poslovala u industriji u kojoj posluje, odnosno u IT sektoru, potrebno je da ima računarsku i drugu opremu kako bi radila na izradi softverskih rješenja.

##### 3.1.2. Ljudski resursi

- Softver developeri. Radnici bez kojih kompanija ne bi mogla da dostavi glavni proizvod, odnosno softverska rješenja, web stranice i aplikacije.
- Marketing menadžeri. Oni vode računa da klijenti i potencijalni partneri budu upoznati sa radom kompanije i da je ono što radi kompanija Digiqal predstavljeno u najboljem mogućem svjetlu.
- HR menadžeri. Veoma je bitno da međuljudski odnosi, teamspirit i moral kompanije budu na visokom nivou. Digiqal je prepoznao trenutni pad morala uzrokovan slabostima koje će biti navedene ispod, pa je u radnu ekipu uklopio i nekoga ko će spriječiti da se to ponovi.
- Druge pozicije

### 3.1.3. Informacioni resursi

- Društvene mreže – Omogućavaju da se oni koje zanima rad kompanije informišu o najnovijim događanjima. Može biti korisno za buduće kandidate za posao, ili potencijalne partnere.
- Web stranica – Omogućava da se ključni podaci o radu kompanije pronađu izuzetno brzo, te da se ključne stvari koje su u interesu klijenta istaknu na prvoj stranici.

### 3.1.4. Financijski resursi

- Projekti – glavni izvor prihoda kompanije jesu projekti koje radi za svoje klijente. Tako što pruža kvalitet i brzo rješavanje svih vrsta softverskih problema, kompanija gradi bazu klijenata koji, uvjereni u povjerenje Digiqala, nastavljaju sa njim poslovati.

## 3.2. SWOT ANALIZA

- SWOT analiza sagledava snage i slabosti, vanjske prilike i prijetnje sa kojima se suočava preduzeće. Fokusiranjem na ključne faktore koji utiču na preduzeće, SWOT analiza osigurava temelj za ispitivanje performansi i perspektiva preduzeća.

SWOT analiza je jednostavan, ali moćan alat za vrjednovanje resursnih sposobnosti i nedostataka, tržišnih prilika i vanjskih prijetnji budućem razvoju preduzeća.

Swot analiza provodi se u tri koraka :

### 1. Identifikacija

Identificirati se mogu resursne snage i konkurentske sposobnosti preduzeća, slabosti i nedostaci, te prilike i prijetnje za preduzeće.

### 2. Zaključak

Zaključci se odnose na opštu poslovnu situaciju preduzeća i odgovaraju na pitanja:

- Na kojem se mjestu od „alarmantno slabe“ do „izvanredno jake“ nalazi aktivnost situacije preduzeća ?
- Koji su aspekti situacije preduzeća privlačni, a koji neprivlačni ?

### 3. Provođenje strateške akcije

Odnosi se na akcije koje za cilj imaju unaprjeđenje strategije preduzeća i za cilj imaju :

- Koristiti snage i slabosti kao temelj za određivanje strategije
- Ići za prilikama koje su naprimjerenije snagama i slabostima preduzeća
- Korigirati slabosti i nedostatke koji štete potencijalnim prilikama ili pojačavaju osjetljivost na prijetnje

- Koristiti snage za ublažavanje vanjskih prijetnji

Prema tome, SWOT analiza koja se odnosi na poslovnicu kompanije Digiqal u Mostaru izgleda :

Br.	Elementi SWOT analize	Intenzitet uticaja
SNAGE - S		
1.	Dobra konekcija sa potencijalnim klijentima sa područja drugih zemalja	8
2.	Kvalitetni junior developeri su radna snaga kompanije	8
3.	Remote način rada	6
4.	Rad u perspektivnoj industriji	9
5.	Usluga koja je potrebna velikom broju korisnika	9
	Prosječni intenzitet uticaja	8
SLABOSTI – W		
1.	Losa organizacija unutar kompanije	10
2.	Nedostatak iskusnih radnika	8
3.	Procenat nezadovoljnih zaposlenika	9
4.	Radnici na višim pozivijama uživaju mnogo veća prava	8
5.	Nedostatak jasnih ciljeva za razvoj kompanije	9
	Prosječni intenzitet uticaja	8.8
PRILIKE - O		
1.	Širenje poslovnja sa klijentima iz drugih zemalja	7
2.	Promocija među mladim developerima na eventima IT kraktera	6
3.	Povećana stopa digitalizacije unutar BiH	7
4.	Mentorstvo velikih kompanija	10
5.	Partnerstava sa drugim IT kompanijama	8
	Prosječni intenzitet uticaja	7.6
PRIJETNJE - T		
1.	Odlazak radne snage	8
2.	Gubitak dijela „tržišnog kolača“ kao posljedica jačanja konkurenata	7
3.	Nove politike zemalja u kojima posluje koje negativno utiču na kompaniju u cjelini	8
4.	Gubitak partnera zbog jačanja konkurencije	9
5.	Globalne katastrofe/prirodne nesreće i slično	9
	Prosječni intenzitet uticaja	8.2

### 3.2.1. SNAGE

#### 1. Dobra konekcija sa potencijalnim klijentima sa područja Njemačke

Kako kompanija posluje i na područjima Njemačke i Danske, automatski ima pristup dijelu tržišta i tih zemalja. Remote način poslovanja dopušta da poslovnica u Mostaru radi na projektima klijenata širom svijeta, a posebno Danske i Njemačke. Kako ista kompanija ima poslovnice u tim zemljama otvara se mogućnost zajedničkog rada, razmjene resursa i slično.

#### 2. Kvalitetni junior developeri su radna snaga kompanije

Glavna poluga kompanije su mladi ljudi na početku svojih IT karijera koji traže svoje prvo ili drugo zaposlenje. Kompanija okuplja mlade sa mnogo potencijala i pomaže im da vremenom stasaju u iskusnije developere. Put ka uspješnoj IT karijeri iznimno je težak, a Digiqal kao jedna od prvih stepenica na putu ka razvoju developera predstavlja solidan početni korak. Junior developeri za cilj imaju raditi na dobrim projektima kako bi sebi probili put ka većoj plati.

#### 3. Remote način rada

Pandemija uzrokovana koronavirusom uvelike je pridonijela da sve više kompanija koje to sebi mogu priuštiti rade remote ili kako mi to kažemo „od kuće“. IT sektor nije imao previše problema zbog same prirode posla, a radnici i poslodavci uvidjeli su benefite koje remote način rada pruža. Tako mnogim zaposlenicima remote način rada predstavlja veliki plus na njihov rad i njihovu motivaciju. Remote način rada uvelike se koristi u kompaniji Digiqal, te sama kompanija ima velike benefite od toga, u skladu sa činjenicom da komunicira sa kolegama iz drugih svjetskih zemalja.

#### 4. Rad u perspektivnoj industriji

Svjedoci smo da IT industrija iz dana u dan sve više i više raste i nema naznaka da će se taj rast zaustaviti. Možemo zaključiti da uz dobru strategiju, kompanijama u ovoj oblasti neće faliti posla, falit će im radnika. Samim tim rad u IT industriji predstavlja veliku snagu i iz razloga što nije potrebno utrošiti ogromne novce kao za neke grane industrije i slično.

#### 5. Usluga koja je potrebna velikom broju korisnika.

IT usluge koje pružaju kompanije iz oblasti IT sektora mogu biti različite. Samim tim i ciljana skupina korisnika naših usluga je različita. Održavanje velikih super-računara, baznih stanica i slično za ciljnu skupinu ima velike kompanije koje za rad trebaju odgovoriti potrebi za ogromnom količinom podataka, i ta ciljana skupina je veoma usko definisana. Dok potrebe za web stranicama i mobilnim aplikacijama ima ogroman broj klijenata, samim tim može se reći da je to jedna od snaga kompanije.

### 3.2.2. SLABOSTI

#### 1. Loša organizacija unutar preduzeća

Raspodjela poslova, kao i rad na pojedinim projektima pate zbog loše organizacije i nedostatka specifikacije. Projektna dokumentacija nije jasno i precizno definisana, pa izrada projekta ne rezultuje zadovoljavajućom kvalitetom i/ili nije završena u odgovarajućem vremenskom roku. Zadaci i obaveze pojedinaca nisu jasno definisani pa se na pojedince ponekad stavlja prevelik teret.

#### 2. Nedostatak iskusnih radnika

Iako su kvalitetni juniori snaga ovog preduzeća, jedna od velikih slabosti jeste to što fali radnika sa određenom dozom iskustva ili senior developera. Iako su juniori kvalitetni, postoje situacije u kojima iskustvo čini razliku između kvalitetnog i manje kvalitetnog projekta.

#### 3. Procenat nezadovoljnih zaposlenika

U većini slučajeva slabe plate, nepostojanje uslova za godišnji odmor, nedostatak pravne regulative (zdravstveno osiguranje, penziono, itd.), povećan pritisak na pojedine radnike, te mala mogućnost za napredovanjem i nekolegijalni odnosi u kompaniji rezultat su da se pojedini zaposlenici osjećaju nezadovoljno, te im rad u kompaniji ne pruža zadovoljstvo.

#### 4. Radnici na višim nivoima uživaju mnogo veća prava

Ova stavka može se povezati sa prethodnom i učiniti je tim gorom, pošto gore nabrojane stavke kao što su pritisak, mala mogućnost za napredovanjem, odmor, veća plata i slično koje veliki broj običnih radnika ne uživa, ljudi na višim nivoima uživaju. Kako bi se stekla harmonizacija odnosa u kompaniji ne bi trebalo praviti značajne razlike kod radnika jer očuvanje dobrih odnosa ključno je za rast i razvoj bilok koje kompanije. Cilj je pružiti zaposlenicima osnovna prava, barem onakva kao što su godišnji odmor, osiguranje i prilika za napretkom.

#### 5. Nedostatak jasnih ciljeva za razvoj kompanije

Može se ogledati u onome što mnoge kompanije izbjegavaju da rade, a to je izrada strategije za naredni period. Bez strategije kompanije su osuđene da lutaju bez jasnog pokazatelja u kojem smjeru da idu, i da li je ono što je učinjeno ustvari pridonijelo razvoju kompanije. Jasno definisani ciljevi predstavljaju putokaz ka uspješnom poslovanju. Te ciljeve potrebno je prilagoditi raznim nivoima unutar kompanije kako bi radnici imali jasan prikaz onoga prema čemu trebaju ići, a na kraju i ispuniti taj određeni cilj.

### 3.2.3. PRILIKE

#### 1. Širenje poslovanja sa klijentima iz drugih zemalja

Kako kompanija već posluje u više zemalja ima potrebno iskustvo o takvom radu, pa im što se tiče poznavanja zakonskih propisa i prilagodbe to ne bi trebalo predstavljati problem. Konekcije u zemljama kao što su Danska i Njemačka mogu uvelike pružiti priliku za širenjem poslovanja i na ostale zemlje.

#### 2. Promocija među mladim developerima

Kompanija kroz poslovanje u Gradu Mostaru ima priliku stupiti u kontakt sa studentima jednog od boljih fakulteta za IT u zemlji i regionu, Fakulteta informacijskih tehnologija. Njihov FIT CC predstavlja idealnu priliku za kompanije da se predstavie budućim radnicima, a nije jedini od događaja koji se organizuju i za cilj imaju promociju mladih. Kompanija bi trebala organizovati vlastite događaje, takmičenja, edukacije i slično kako bi privukla mlade developere i na vrijeme pronašla kvalitetne radnike prije njihove konkurencije.

#### 3. Povećana stopa digitalizacije unutar BiH

Iako je IT sektor u Bosni i Hercegovini doživio ogromnu ekspanziju, razlog tome nije što su potrebe stanovništva i kompanija koje se ne bave IT-jem veće, nego što je potreba za IT rješenjima porasla prije svega u razvijenim zemljama. Tako ostali sektori u Bosni i Hercegovini i ostalim zemljama regiona ostaju „neobrađeno zemljište“ koje čeka na razvoj. Kroz promociju važnosti digitalizacije u kompanijama, vladinim i nevladinim organizacijama i institucijama, te raznim drugim subjektima potrebe za softverskim rješenjima mogu se povećati i na domaćem tržištu.

#### 4. Mentorstvo velikih kompanija

Kako Digiqal posluje kao Startup kompanija i ne zapošljava veliki broj radnika, kako u Mostaru, tako i u ostalim mjestima moguće je uspostaviti bolju organizaciju kako bi se rad efektivnije raspoređivao, a sami radnici bili zadovoljniji unutar kompanije, a za to im može pomoći mentorstvo neke druge jače kompanije.

#### 5. Uspostava partnerstava sa drugim IT kompanijama

Kao što će se već nekoliko puta spomenuti kroz ovaj dokument, činjenica je da partnerstva sa drugim IT kompanijama donose ogromne benefite svakoj od uključenih strana. Kroz međusobne preporuke, potencijalno dijeljenje resursa i crnih listi koje za cilj imaju prikazati ko su nepoželjni radnike vidimo da razne pogodnosti mogu proizaći iz raznih partnerstava.

### 3.2.4. PRIJETNJE

#### 1. Odlazak radne snage

Neke od slabosti navedenih iznad mogu potencijalno biti glavni uzrok odlaska zaposlenika iz kompanije Digiqal. Odlazak može biti potpomognut razvojem drugih IT firmi, te većim standardom u drugim kompanijama u BiH i inostranstvu. Nepovoljni uslovi u kompaniji koji se ogledaju kroz slabosti mogu smanjiti broj kvalitetnog kadra i samim tim učiniti da kreiranje kvalitetnih softverskih rješenja ne bude standardna usluga nego nedostižni cilj.

#### 2. Gubitak dijela „tržišnog kolača“

Razvojem IT sektora u BiH sve je više startupa koji žele zauzeti svoje mjesto na tržištu. Ulazak tih novih konkurenata i razvoj postojećih, može rezultirati da kompanija Digiqal izgubi dio tržišta ukoliko ne prate trend razvoja. Potrebno je poduzeti potrebne mjere, u vidu softverskih i hardverskih poboljšanja, poboljšanja znanja samih radnika, te rada na promociji kompanije.

#### 3. Nove politike zemalja u kojima posluje koje negativno utiču na kompaniju u cjelini

Kako kompanija posluje u više zemalja, mora voditi računa o zakonskim i pravnim regulativama, te politikama koje mogu da naštetu poslovanju. To može biti povećanje poreza za rad u tom sektoru, ali i određena ograničenja.

#### 4. Gubitak partnera zbog jačanja konkurencije

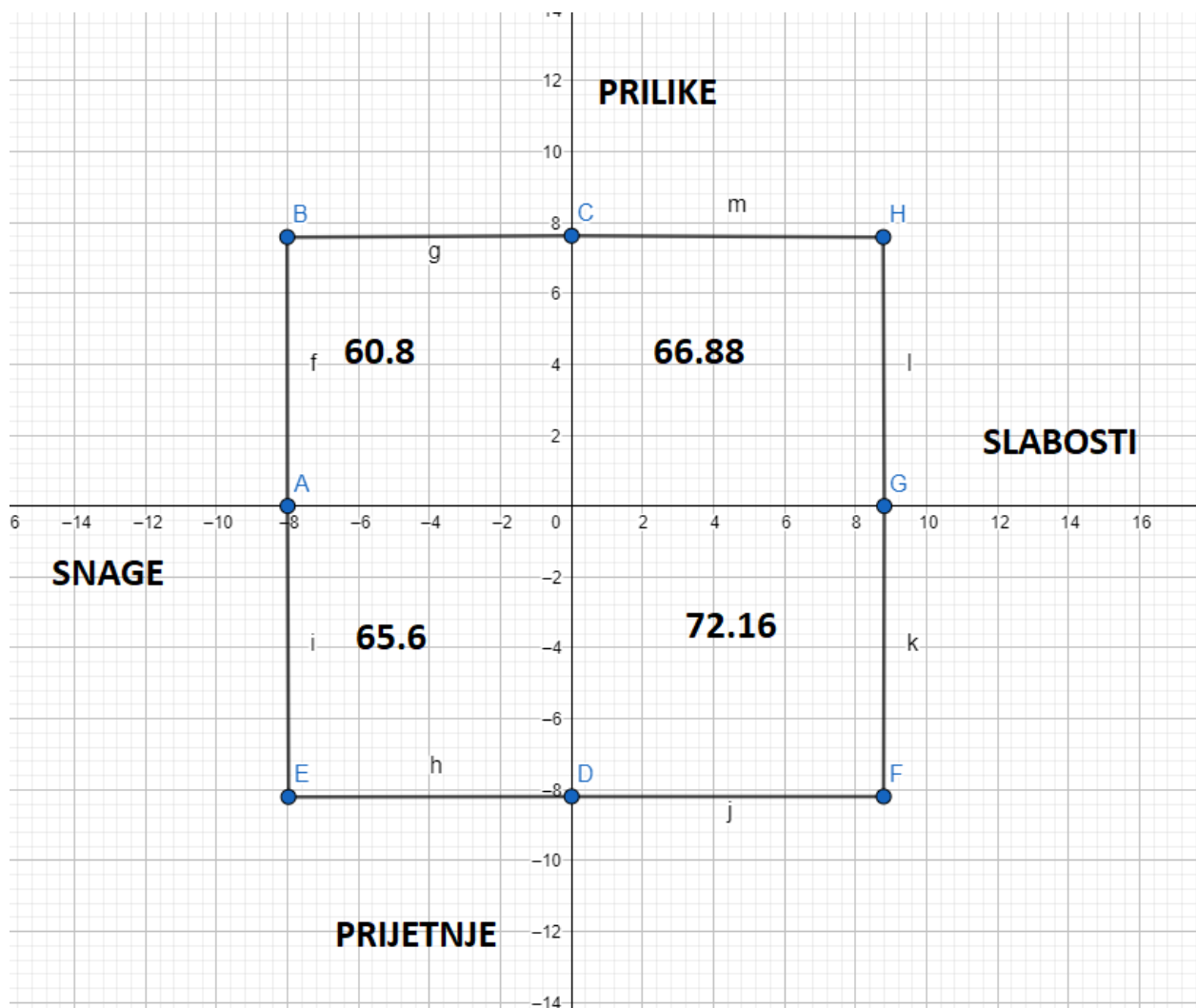
U slučaju da naš partner pronađe bolju kompaniju za daljnje partnerstvo, psotoji velika mogućnost da ostanemo bez njega.

#### 5. Globalne katastrofe/prirodne nesreće

Svjedoci smo da prirodne nesreće i druge nesreće, pa i globalne katastrofe u vidu posljednje pandemije mogu utjecati na bilo koji biznis pa tako i na kompaniju Digiqal. Posebnu prijetnju mogu postaviti ukoliko se dese u zemljama u kojima Digiqal posluje.

	Snage x Prilike	Snage x Prijetnje	Slabosti x Prilike	Slabosti x Prijetnje
Proizvod	60.8	65.6	66.88	72.16





### 3.2.5. STRATEŠKA PREPORUKA

Kombinovanim posmatranjem prilika i prijetnji sa slabostima i snagama, identificiramo moguće razvojne strateške situacije iz kojih proizilaze i moguće strategije ponašanja u budućnosti.

1. MAXI – MAXI strategija (SO) – preduzeće raspolaže sa jakim snagama i nalazi se u poticajnom okruženju. Treba razvijati svoje smage i iskorištavati povoljne prilike u okruženju
2. MINI - MAXI strategija (WO) – preduzeće koje karakterišu izražene slabosti, a djeluje u okruženju oje nudi povoljne prilike. Treba ublažavati ili neutralizirati slabosti u svrhu boljeg iskorištavanja prilika
3. MAXI – MINI strategija (ST) – preduzeće raspolaže sa jakim sanagama u nepovoljnom okruženju, treba razvijati snage u svrhu minimiziranja nepovoljnih utjecaja iz okruženja.

4. MINI – MINI strategija (WT) – preduzeće koje karakterišu izražene slabosti, a djeluje u nepovoljnom okruženju treba ublažiti ili neutralizirati slabosti u svrhu minimiziranja nepovoljnih utjecaja iz okruženja.

Kako kompanija Digiqal na osnovu SWOT analize najviše ulazi u presjek elemenata slabosti i prijetnji, ključno je da upotrijebi strategiju MINI – MINI, kako bi slabosti koje utječu na trenutni i budući rast i razvoj kompanije sveli na minimum i minimizirali potencijalne negativne utjecaje koje prijetnje mogu zadati kompaniji. Zadovoljstvo radne snage, kao i organizacija rada kompanije od iznimne su važnosti za njeno uspješno poslovanje.

### 3.3. VRIO OKVIR

VRIO tabela				
Snage	Value (Vrijedno)	Rare (Rijetko)	Imitation (Teško imitirati)	Organisation (Implementacija)
Dobra konekcija sa potencijalnim klijentima sa područja drugih zemalja	DA	DA	DA	DA
Rad u perspektivnoj industriji	DA	NE	NE	DA
Usluga koja je potrebna velikom broju klijenata	DA	NE	NE	DA
Kvalitetni junior developeri	DA	NE	DA	NE
Remote način rada	DA	NE	NE	DA

### 3.4. ANALIZA STRATEGIJSKOG TROUGLA

Ključni akteri poslovno-strateškog konteksta su:

- Organizacija (kompanija) koja profilira sopstvenu poslovnu strategiju
- Kupac, odnosno klijent kojem se nudi odgovarajuća vrijednost posredstvom organizacijskog outputa s ciljem zadovoljenja potreba zbog kojih se klijen pojavljuje na strani tražnje
- Konkurenti imaju istu namjeru: zadovoljiti potrebe kategorije klijenta na koje je upućena i sama organizacija

#### 3.4.1. Organizacija

Startup kompanija Digiqal posluje na području tri evropske zemlje : Njemačke, Danske i Bosne i Hercegovine. Zapošljava primarno osobe sa manje iskustva, odnosno osobe koje su na početku svojih karijera. Organizacijski se trudi od osnivanja održati dobru strukturu unutar kompanije i takvim pristupom minimizirati poteškoće kod procesa izrade softverskih aplikacija i web stranica. Trenutno, prema SWOT analizi, organizacijske struktura nije jasno definisana i za posljedicu ima nezadovoljstvo radnog kadra. Prepoznavši situaciju u kojoj se kompanija nalazi, trenutno radi na uspostavi kvalitetne organizacijske strukture, koja predstavlja veoma važan segment u poslovanju startup IT kompanije kao što je Digiqal. Rad se definiše na dva načina : remote i standardni način rada. Remote način rada pruža mnoge benefite, iako razni stručnjaci tvrde da se negativno odražava na samu kompaniju ako se prekomjerno koristi. Standardni način rada odnosi se konkretno na rad iz office-a u kojem mora vladati društvena kohezija kako bi se dostavile kvalitetne usluge u tačnim rokovima.

#### 3.4.2. Konkurencija

Konkurencija u IT sektoru je već odavno ogromna, pa se u IT sektoru firme ne bore samo za potencijalne klijente, nego i za buduće radnike. Izrada softverskih rješenja je uvelike proširena i po cijeloj Bosni i Hercegovini, a i Njemačkoj i Danskoj, zemljama u kojima Digiqal također posluje. Tako da se ponuda kompanija dosta razlikuje od kompanije do kompanije, pa određene kompanije daju svoje usluge za niže cijene, dok druge daju za više cijene. Ono što je neupitno jeste da Digiqal dostavlja iznimno kvalitetne usluge, uz kreativne načine pristupa rješavanju pojedinih problema i poštivanje rokova

#### 3.4.3. Kupci

Kupci su kompanije, pravna i druga lica, pojedinci, organizacije, ... koji žele softverska rješenja u vidu aplikacija i web stranica, pristup kompanije svakom klijentu je personaliziran i odgovara potrebama samog klijenta. Trenutno kompanija ne može zadovoljiti pretjerano veliki broj kupaca sobzirom na to što je još uvijek u fazi startup-a i ima ograničene resurse.

### 3.5. GENERIČKA STRATEGIJA KOMPANIJE

Michael E. Porter je predložio generičke poslovne strategije koje bi se mogle usvojiti kako bi se dobila konkurentska prednost. Strategije se odnose na to koliko je opseg poslovnih aktivnosti i do koje mjere posao želi razlikovati svoje proizvode. Ključni strateški izazov za većinu poduzeća je pronaći način postizanja održive konkurentske prednosti u odnosu na ostale konkurentske proizvode i tvrtke na tržištu.

S obzirom da je konkurentska prednost teško održiva, poduzeće mora identificirati i odlučiti se za jednu od tri generičke strategije u poslovanju:

- strategija troškovnog vodstva (prednost najnižih troškova u industriji)
- strategija diferencijacije (u cijeloj industriji)
- strategija fokusiranja (fokusiranim troškovnim vodstvom i diferencijacijom)



Svaka od generičkih strategija sadrži činjenično različite smjerove konkurentskih prednosti, kombinirajući izbor o vrsti konkurentnosti koja se traži s opsegom strateškog cilja u kojem se postiže ista. Specifične aktivnosti potrebne za provedbu svake generičke strategije uvelike se razlikuju od industrije do industrije. Odabir i implementacija generičke strategije daleko je od jednostavnog.

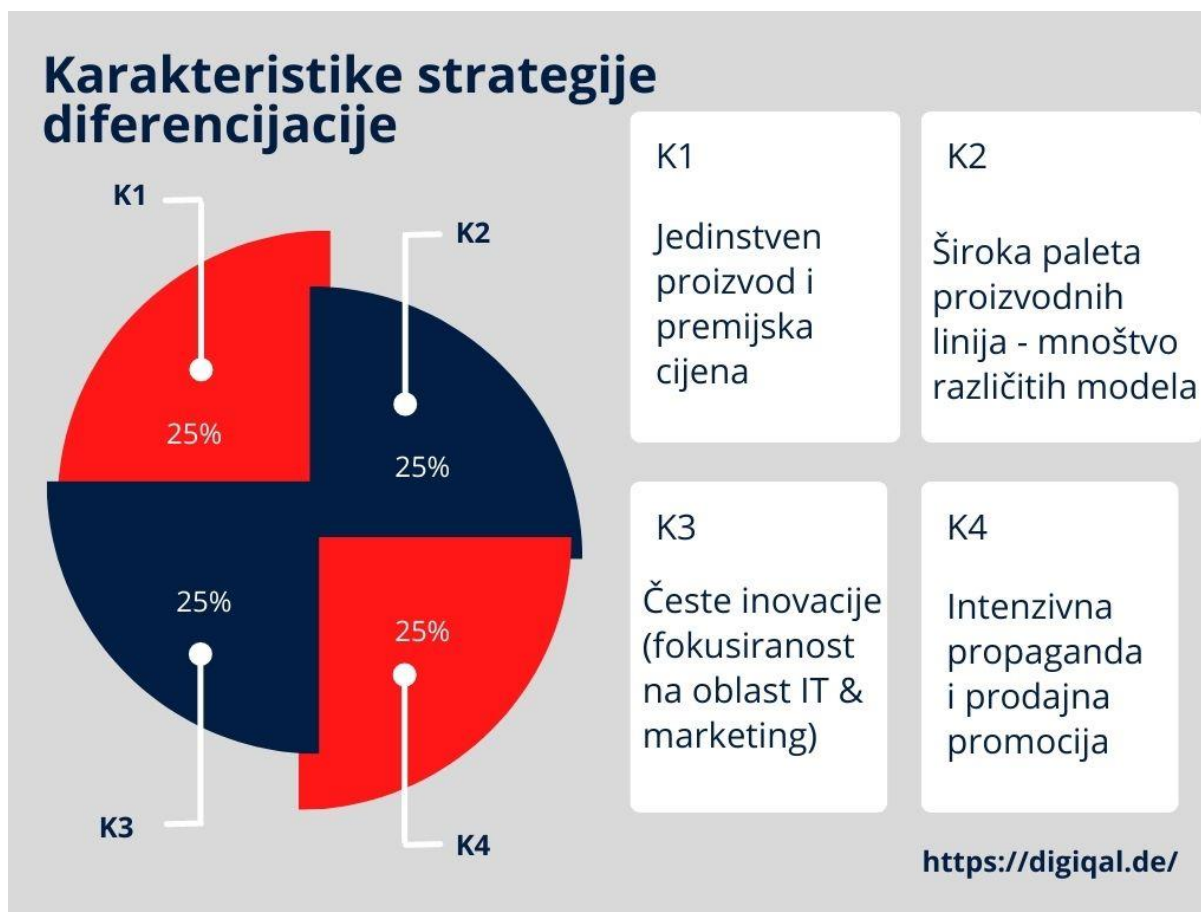
Mladi i ambiciozni tim Digiqal trenutno radi na nekoliko vrlo zanimljivih i korisnih softverskih rješenja i njihovom implementiranju. Jedno od njih je yumeets aplikacija, koja je već aktivna. Dating aplikacija putem koje je Digiqal dao svoj doprinos i povezao ljude iz BiH i dijasporu. Osim ove aplikacije, Digiqal radi na raznim aplikacijama.

Generička strategija Digiqal kompanije odnosi se na strategije kompanije u marketingu, diferenciranju, novim inovacijama, rasprostranjenosti i drugim područjima poslovanja. Slika iznad jeste Model Portera koji kroz generičke strategije (set različitih generičkih strategija) pokazuje na razne mogućnosti djelovanja kompanije. Kompanija će iste koristiti za izgradnju svojih prednosti u odnosu na ostale kompanije i njihovu konkurenciju. Uz visok nivo kreativnosti, inovativnosti i jako izvrsnim dizajnom aplikacija i „proizvoda“, Digiqal da se diferencira u odnosu na ostale. To im daje jako dobru poziciju na IT tržištu kao jedna start-up kompanija. Vrlo važna komponentna generičke strategije jeste i pozicioniranje, koje je uz mukotrpn rad Digiqal i obezbjedio, čak na dugoročni period.

Digiqal generička strategija usklađuje se intenzivnim strategijama rasta kompanije. Dobra i održiva strategija je uspostavljena kroz rad na složenom procesu odlučivanja kroz koji organizacija treba dobiti odgovore na temeljna strategijska pitanja: gdje sada, gde želimo biti i kako tamo stići. Digiqal tim je uspio svladati veliki izazov i izračunati gubitak energije za prozore, vrata i fasade i tako olakšati posao inženjerima i projektantima, koji su do tada izračune pravili ručno u excellu. Na ovaj način su uštedili vrijeme i novac kompaniji. "Riječ je o aplikaciji koja značajno podiže nivo kvalitete i preciznost izrade proizvoda i moguće joj je pristupati s različitih uređaja. Dokaz uspješnosti ove aplikacije je i u tome da se sustav za izračun gubitka energije još uvijek primjenjuje u kompaniji, a pomoću razvijene aplikacije, kompanija Feal svojim klijentima omogućava brz odgovor na pitanja o uštedi energije i svojim agentima olakšava sam proces prodaje", rekao je Sanjin Omerović, jedan od osnivača Digiqala.

Diferencijacija je obično skupa. Diferencijacija se postiže kada pružamo nešto jedinstveno. Strategija fokusa na diferenciranost ekipi digiqal nije bio problem na samom početku, start-up kompanija koja je na samom početku pokazala svoje sposobnosti i napravila „bum“. Kao što i oni sami kažu start-up je inicijativa zasnovana na vjeri koja se temelji na nagađanjima. Početak sam je težak i skup. Ali mladim momcima iz digiqala je to pošlo za rukom na jako jeftin način. Diferencijacija ih je dovela na čvrsti kamen vrhunskog poslovanja. Mladost i ideja dovoljni su da pokrenete svijet, a ako uz to imate i pomoć nekog iskusnog, onda je sve puno lakše. Ovakvo uspješno pozicioniranje ukazuje na Digiqalovu jako veliku prisutnost u korištenju strategije diferencijacije. Uz sve ovo dolazi strategija intenzivnog rasta i razvoja proizvoda koja podržava dugoročni uspjeh usluga kompanije. Da bi se želje ostvarile, a ciljevi dosegli bitno je imati planove, snove, ideje. Za to u Digiqalu nema brige, naprotiv, oni konstantno rade na novim rješenjima. U skoroj budućnosti, Digiqal želi da radi na digitalizaciji Balkana, kako bi uz iskustvo iz dijasporu implementirao korisne online platforme iz vana. Nekad ne treba mnogo da se pokrenu i nastanu sjajne priče poput ove, zaposle novi ljudi, stvore nove investicije i ostvare snovi koji su se činili nerealni.

Iz navedenog, tim digiqala ima za cilj postizanje natprosječnog profita na osnovu jedinstvenosti proizvoda(usluga).



Fokusiranje na razne segmente tržišta za IT je nezaobilazno za Digiqal. Visoko skalabilne platforme i dobro testirani proizvodi koji su spremni za rad s milijunima korisnika dnevno je jedna od fokus elemenata Digiqala. Također Digiqal se fokusira na dizajniranje, upravljanje i optimizaciju protoka podataka i pretvaranje u korisne informacije. Zahvaljujući rekursivnom procesu razvoja sa kojim Digiqal radi, Digiqal može podržati svoje klijente na najbolji mogući način bez obzira na napredak njihovog projekta. Osim toga, agilan način rada omogućuje brze povratne informacije o izvedivosti traženog projekta od strane klijenata. Zahvaljujući ovome, nabrojano Digiqalu omogućuje ciljana poboljšanja u ranoj fazi i izbjegavanje nepotrebnih troškova što je također bitna strategijska metoda. Trendovi globalizacije kontinuirano mijenjaju konkurentsku pozornicu i pravila konkurentске borbe. Treba imati na umu kako ne postoji savršeni "recept" koji je primjenjiv na sve organizacije, tj. ne postoji jedinstveni način strateškog planiranja koji dovodi do ostvarenja zadanih ciljeva, upravo zato što je svaka organizacija jedinstven i unikatan sistem. „Digiqal sistem“ je fleksibilan, ambiciozan, sistem širokog fokusa, sistem sposoban za uočavanje pravilnosti unutar haosa.

## 4. UPRAVLJANJE MARKETING MIX-OM

### 4.1. PROIZVOD (PRODUKT)

Visoko skalabilne platforme i dobro testirani proizvodi koji su spremni za rad s milijunima korisnika dnevno. Kao sljedeći proizvod kompanija Digiqal nudi podršku poslovanju kroz uvide u analizu podataka, poboljšanju tačnosti za donošenje odluka i predviđanje marketinških trendova i popularnih proizvoda. Dizajniranje, upravljanje i optimizacija protoka podataka i pretvaranje u korisne informacije je nezaobilazan faktor, jedan od važnijih proizvoda. Potpuna podrška u svakoj fazi razvoja proizvoda: izrada prototipa, MVP i skaliranje proizvoda Stvaranje modernih, sofisticiranih i user-friendly dizajna u alatima za suradnju, slijedeći ideje i zahtjeve klijenata. Razvoj mobilnih aplikacija s najnovijim tehnologijama kao što je Flutter.

U primjerima ispod možete pogledati proizvode i nekoliko riječi o njima.

<https://housepilot.de/> - Top ponuda stanova za iznajmljivanje. Zahvaljujući sofisticiranom sistemu, pronaći ćete neobične objekte u bazi podataka.

Minimalni troškovi - maksimalni prinos - Naravno, i druge platforme rade bez posrednika. Ipak, pretraga se ispostavi da je izuzetno jeftina, ponekad čak i besplatna! I to bez skrivenih troškova.

Testirani i pouzdani rezultati podudaranja - Algoritam je poseban jer jednostavno radi na ciljaniji i učinkovitiji način. Tako da se dobijaju najbolji rezultati.

Život prilagođen porodici - Život i tržište nekretnina ne poznaju samo samce. Porodice također trebaju svoj životni prostor. Moguće ga je pronaći u HousePilotu.

<https://participaid.org/> - Kompanija Digiqal nastoji činiti dobro, podržavati i povezivati nositelje društvenog utjecaja i poduzetnike.

ParticiPaid pomaže razviti ideju klijenata sa svojimiskusnim timom, povećava mrežu i pomaže pronaći druge nositelje utjecaja i potencijalne partnere. Kompanija će klijenta voditi kroz putovanje i učiniti njegovu ideju uspješnom. Rast mreže društvenih poduzetnika, investitora i volontera koji stvaraju promjene. Usklađivanje i stvaranje suradnje između partnera koji su spremni podijeliti svoje snage, resurse i znanje. Ostvarivanje utjecaja klijenta i otvaranje puta boljem i održivijem svijetu.

<https://www.onelake.ai/> - Neka AI obavi posao umjesto vas!

AI ima više od 20 godina iskustva u modernim arhitekturama skladišta podataka i modeliranju podataka i pomoći će klijentu na svakom koraku. Klijent ne mora brinuti o odnosima između tablica, inkrementalnom učitavanju podataka ili modeliranju podataka.

<https://magu-app.de/> - MAGU je nova aplikacija za konzultante i njihove kupce.

Bilo da se radi o kontaktu s kupcima, razgovorima, događajima ili informacijama o proizvođaču - s MAGU-om su objedinili sve funkcije koje su potrebne konzultantu i kupcu.



<https://feal.ba/> - Imajući u vidu dinamično i zahtjevno tržište koje se konstantno mijenja, odgovorili su savremenim opremanjem postrojenja za ekstrudiranje aluminija, elektrostatsko plastificiranje i anodno eloksiranje, kao i strojevima za obradu aluminijskih profila.

<https://yumeets.com/> - Upoznavanje za EX-YU dijasporu!

<https://onboarder.de/> - Kao davatelj i pružatelj usluga, Onboarder se oslanja na najnovije web tehnologije za razvoj digitalnih aplikacija i inovativnih rješenja prilagođenih korisniku. Osim vlastitih softverskih proizvoda, za svoje kupce razvijaju individualne aplikacije koje su tačno prilagođene potrebama individualnih navika korisnika. Onboarder i usko povezana partnerska agencija MOSAIK MANAGEMENT nude sve iz jednog izvora: Interdisciplinarni tim koji se sastoji od programera koncepta, dizajnera, programera softvera i marketinških stručnjaka prati klijente od početne ideje do gotove aplikacije i uspjehnog marketinga. Kontinuirana i transparentna interna i eksterna komunikacija također doprinosi učinkovitim i uspješnim razvojnim procesima.

<https://spiderjob.de/> - Pronađite ono što vam odgovara! #posao#trening#studije#Staž#Karijera



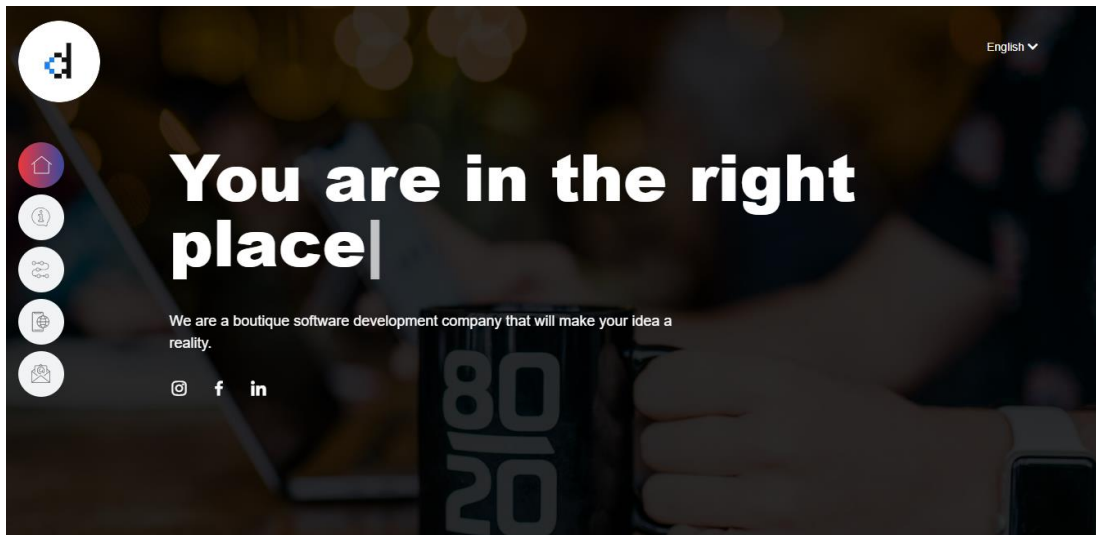


## 4.2. CIJENA(PRICE)

Digiqal nudi širok opseg različitih aplikacija i web stranica, uz trud, rad i praćenje današnjih cijena rade ažuriranja cijena da one budu dovoljno niske da bi se zaštitili od prelaženja klijenata na jeftinije solucije. Digiqal već sada posjeduje kompetitivne cijene koje su po mnogima bolje od njihovih konkurenata. Sve zavisi od vremenskog perioda sa kojim klijent dolazi. Odnosno sve zavisi od toga koliko brzo klijent želi da dobije svoj projekat, aplikaciju ili slično. Uz izuzetno kvalitetan, ambiciozan i brz timski rad klijent će biti zadovoljan i prije njegovog izričitog datuma za završetak. Naravno, u drugom planu nalazi se i veličina projekta. Ako je u pitanju veći projekat, Digiqal nastoji da se adaptira traženom vremenskom periodu ali naravno i svome. Također za isti projekat, potrebno je više radnika, a ako je u pitanju neki projekat koji dostiže veliki opseg rasprostranjenosti potrebno je i više različitih radnika koji su stručnjaci u raznim dimenzijama IT sektora. Nude razne solucije za stalne klijente, kao što su: razgovor i dogovor, moguće izmjene u prvobitnim planovima itd. Krajnja cijena ovisi o tome koliko je taj „projekat“ velik, kojim vremeskim periodom raspolažu za analizu, rad , kreaciju i održavanje od strane njih a i naravno od strane klijenta. Primjer kretanja cijene na jednoj od njihovih aplikacija a njeno ime je HousePilot je sljedeći: Tijekom početne faze korištenje portala za iznajmljivanje HousePilot je besplatno. Osim toga, čak možete zaraditi novac kao kopilot. Kao što možete vidjeti, osim toga što je u početku korištenje jedne od aplikacija besplatno, pored korištenja te aplikacije, uz napredovanje u njoj do određenog dijela možete i zaraditi novac. Korištenjem aplikacija dobivate financijske nagrade. Dobivate besplatan ekskluzivni pristup portalu u gore već spomenutoj HousePilot aplikaciji. Ovo je samo jedan od naših segmenata diferenciranosti. Većina aplikacija je besplatna, međutim ukoliko je riječ o projektu, aplikaciji, web stranici ili slično onda su otvoreni za sve vrste dogovora kako oko IT segmenata, tako i oko raspoloživosti novca od strane klijenta, njihovog željenog vremena za završetak projekta i raspoloživosti vremenskog perioda od strane kreatora to jeste od strane njihovog stručnog tima.

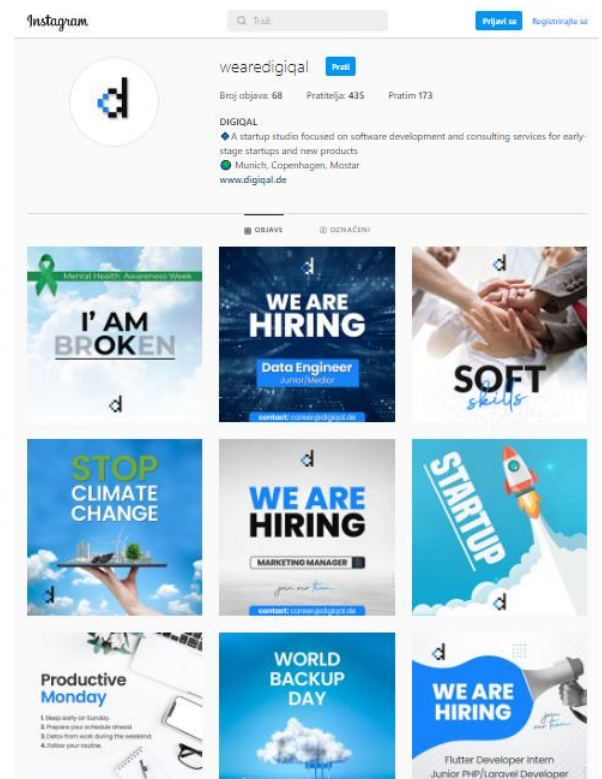
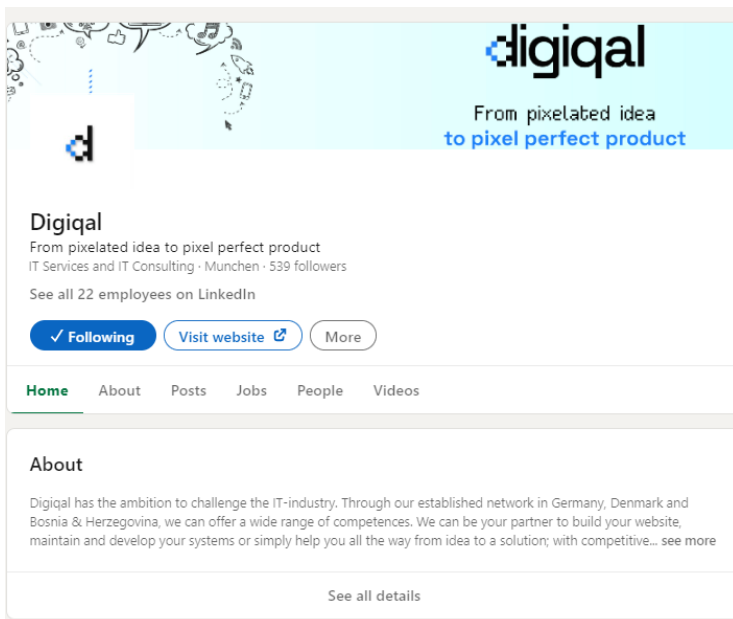
## 4.3. DISTRIBUCIJA(PLACE)

Naredni element marketing miksa Digiqal kompanije je mjesto ili distribucija proizvoda (produkata). Digiqal produkt placement se zasniva na online okruženju. Sve osobe koje žele saznati nešto više o njima i njihovim proizvodima mogu naći informacije na Digiqal-ovoj web stranici. Potencijalni klijenti naravno na istoj web stranici mogu da pronađu urađene projekte i već aktivne aplikacije, pogledati čime raspolažu i na kakav način. Njihov sistem podržan je u svim državama, na svim operativnim sistemima i mobilnim uređajima. Placement na tržištu postižu online marketingom. Promocijom njihovih proizvoda i produkata na raznim web stranicama, vijestima i općenito online servisima koji su striktno vezani za reklamiranje. Naravno na njihovim društvenim mrežama instagram, facebook, linkedin i ostalima rade konstantno obavješćavanje pratioca o novim stvarima koja se dešavaju u kompaniji. Web stranica i društvene mreže su vodiči njihove distribucije, sa raznim dostupnim opcijama moguće je pronaći sve što klijenta zanima, a naravno i doći do njih samih.



## DRUŠTVENE MREŽE

(INSTAGRAM, LINKEDIN)



#### 4.4. PROMOCIJA(PROMOTION)

Digiqal je početničku popularnost stekao putem medija, okruženja uživo i putem online reklamiranja. Razna takmičenja Digiqalu su pomogla da se za njih čuje i u stranim zemljama svijeta. Pogotovo osvajanja istih takmičenja dovodilo je Digiqal na online stranice raznih medija a naravno i u priče i razgovore ljudi uživo. Svoju popularnost Digiqal stekao je razgovorom sa već postojećim klijentima, njihove sugestije, savjeti i nove ideje su pomogle digiqalu da dođe do tad budućih klijenata koji ne koriste Digiqal sistem. Smatraju da neke klasične promocije mogu doći u obzir i realizovanje, jer nakon nekoliko ne baš tako klasičnih midle da je dobro ubaciti nešto što će taj proces da ne učini dosadnim. Današnje online kampanje su jednostavno i imaju jako nisku cijenu za reklamiranje, jako dobro bi bilo da povećaju „iskakanje njihovih reklama“ kada ljudi pretražuju konkurenciju ili ako se radi tačno o nekoj aplikaciji, ako pretražuju koncept aplikacije da im prikaže njihovu. Naravno njihova najbolja promocija jesu i njihovi uspješni rezultati. Njihov rad je i njihov promotivni materijal na kojeg se uvijek mogu osloniti. Na društvenim mrežama su aktivni 24/7. Objavljuju završene projekte i radno okruženje. Pored toga naravno razne objave kao što su motivacija za rad, savjeti za uspjeh itd. Prezentovanje ljudima može utjecati na najvažnije događaje u poslovanju klijentske kompanije, financiranje, spajanje i partnerstvo. Zbog toga paze da te iste odre putem odličnih prezentacija i komunikacije sa ljudima. „Većina prodavača pokušava dovesti konja do vode i natjerati ga piti. Posao marketinga je da učini konja žednim.“ – Gabriel Siegel.

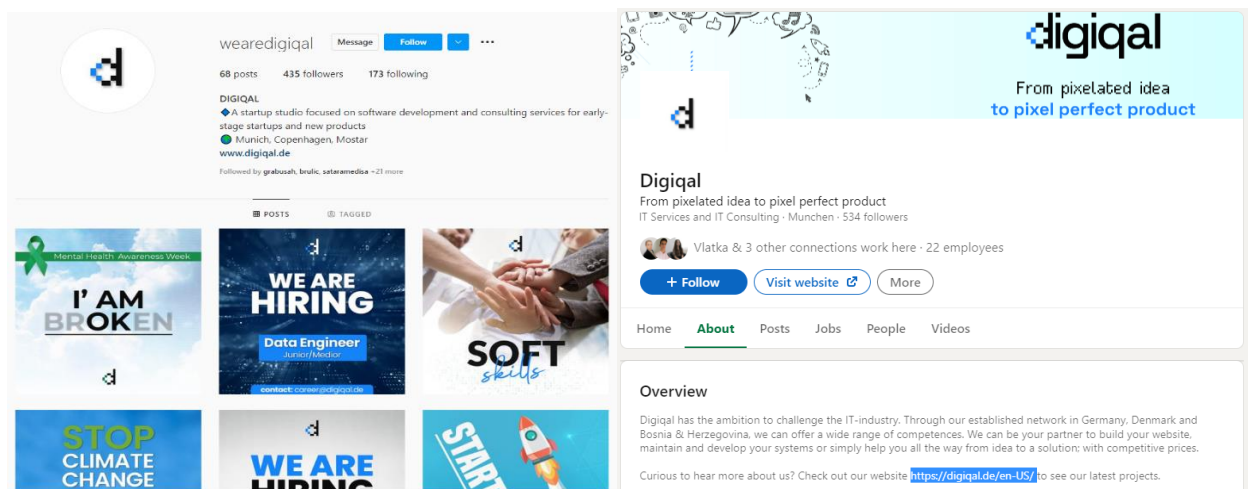
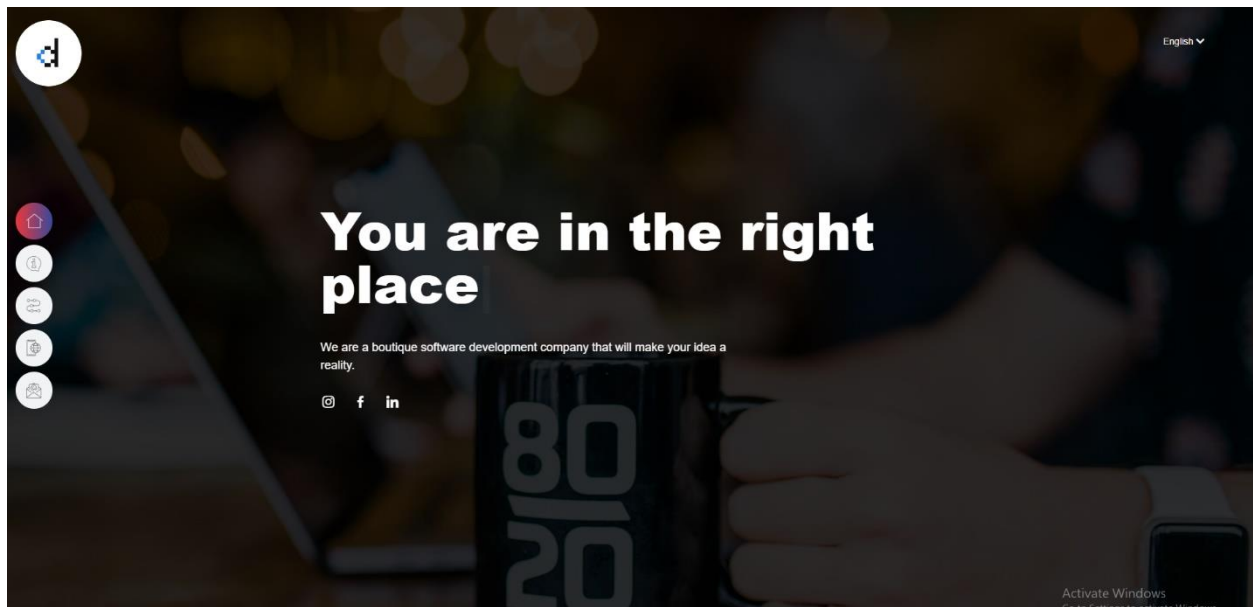
### 5. BUDŽET ZA REALIZACIJU MARKETING PLANA

Budžet ima ključnu ulogu prilikom realizacije marketing plana. Na osnovu prethodnih analiza formiran je budžet koji se nalazi u tabeli ispod. Marketing budžet ima za cilj promociju brenda kompanije kako bi kompanija bila prepoznatljivija.

Promocija treba biti ravnomjerno raspoređena tokom cijele godine, a posebno u mjesecima održavanja većih događaja vezanih za IT (npr. FIT CC).

Marketing budžet zaokružuje cijelu količinu novca koju kompanija namjerava potrošiti u određenom vremenskom periodu.

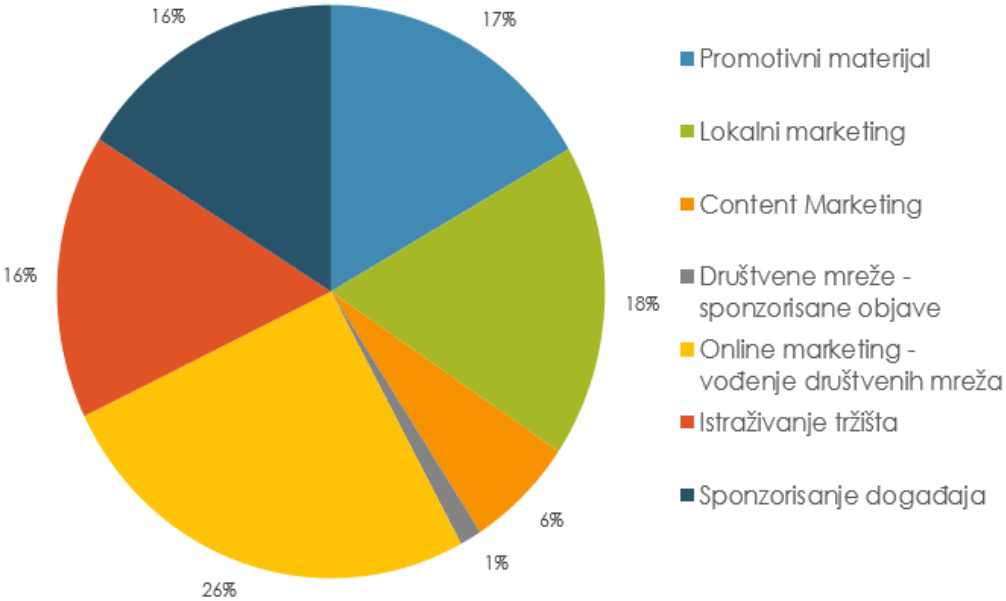
Marketing budžet izuzetno je važan za manje biznise.



# MARKETING BUDŽET PLAN

Ukupno **BAM 3,110.00**

Tip	kol	CIJENA	UKUPNO
Promotivni materijal			SUBTOTAL <b>BAM 520.00</b>
Rokovnik	8	BAM 3.00	BAM 24.00
Majica	8	BAM 10.00	BAM 80.00
Ruksak	8	BAM 50.00	BAM 400.00
Hemijska olovka	16	BAM 1.00	BAM 16.00
Lokalni marketing			SUBTOTAL <b>BAM 550.00</b>
Letak	100	BAM 0.50	BAM 50.00
Bilboard	1	BAM 500.00	BAM 500.00
Content Marketing			SUBTOTAL <b>BAM 200.00</b>
Videi i forografije	1	BAM 200.00	BAM 200.00
Društvene mreže - sponzorisane objave			SUBTOTAL <b>BAM 40.00</b>
Instagram	1	BAM 20.00	BAM 20.00
Facebook	1	BAM 20.00	BAM 20.00
Online marketing - vođenje društvenih mreža			SUBTOTAL <b>BAM 800.00</b>
Osoba - plata	1	BAM 800.00	BAM 800.00
Istraživanje tržišta			SUBTOTAL <b>BAM 500.00</b>
Anketari	1	BAM 500.00	BAM 500.00
Sponzorisanje događaja			SUBTOTAL <b>BAM 500.00</b>
Sponzorstvo	1	BAM 500.00	BAM 500.00



## **1. Promotivni materijali**

Promotivni materijali imaju širok spektar primjene pa se mogu koristiti kao pokloni na pojedinim događajima koje organizuje kompanija, ili kao nagrada na nagradnoj igri kako bi kompanija Digiqal privukla veći broj ljudi. Rokovnik, majica, ruksak i hemijske olovke su neki osnovni pojmovi kada se govori o promotivnim materijalima, još im možemo dodati i kišobrane, šoiljive, naljepnice i slično.

## **2. Lokalni marketing**

U ovoj sekciji pobrojani su letak i billboard, iako se letak može pronaći u sekciji promotivni materijali, ovdje se odnosi i na postavljanje letaka na za to predviđena mjesta. Bilobardi, iako danas zastupljeni i još uvijek korišteni vremenom se mogu zamijeniti za određeni vid Guerilla marketing strategije.

## **3. Content marketing**

Odnosi se na videe i fotografije kojima bi se širila slika o kulutri kompanije, promotivni videi, QnA, podcasti i diskusije

## **4. Društvene mreže – sponzorisanе objave**

Društvene mreže privlače najveći broj publike, i pri tome služe kao platforma za reklamu mnogim kompanijama, udruženjima, pa i pojedincima. Ono što je problematično jesu algoritmi koji ograničavaju publiku kojoj se prikazuju postovi Digiqal-a, a jedini način kako doći do velikog „reach-a“ jeste preko sponzorisanih objava.

## **5. Online marketing – vođenje društvenih mreža**

Pored ostalih osoba iz marketing sektora, izdvaja se ona koja vodi društvene mreže i sama stvara sliku o stanju u kompaniji. Pošto Digiqal nije velika kompanija, sredstva koja može uložiti nisu možda najadekvatnija, ali bi kroz rast i razvoj ta sredstva rasla, a samim tim i kvalitet objava na društvenim mrežama.

## **6. Istraživanje tržišta**

Odnosi se na istraživanje potreba kupaca i aktuelnih pristupa marketingu u ostalim kompanijama koje djeluju u IT sektoru. Digiqal kroz konstantno istraživanje trendova na tržištu može uspostaviti model preko kojeg privlači najveći broj kupaca kroz svoj marketing.

## **7. Sponzorstva**

Svjedoci smo da se danas veliki broj kompanija odlučuje kroz događaje koje organizuju pojedinci, druge kompanije ili organizacije, promovisati i steći epitete od „društveno korisne“ kompanije do „ekološki osviještene“ kompanije. Kroz pametna ulaganja u

dogadaje (kao što je FIT CC) Digiqal se može približiti pored ciljanih klijenata i potencijalnim zaposlenicima, kao i saradnji sa drugim IT kompanijama.

## 6. CANVAS MODEL STARTUP KOMPANIJE DIGIQAL

Poslovni model opisuje na racionalan način kako organizacija stvara i isporučuje vrijednost. Ovo je model zato što se model uvijek može modifikovati i za njim se uvijek traga, a plan se izvršava i predstavlja konstantu u poslovnom svijetu.

Poslovni model je skup naših pretpostavki koje imamo o tome kako ćemo poslovati, kome ćemo prodavati nešto, na koji način i zašto.

Šablon za poslovni model naziva se „business model canvas“.

On se sastoji od 9 segmenata i ne popunjava se sa lijeva na desno, nego malo drugačijim redoslijedom i to:

1. Predložena vrijednost – predstavlja osnovu vrijednost koju kompanija donosi kupcu. Da bi se došlo do te vrijednosti potrebno je postaviti pitanje : „Koji problem rješavate vašem kupcu ?“. Veoma je bitno uspostaviti kontakt sa budućim kupcima i uvidjeti šta njih zaista muči.
2. Segment kupca – gdje je potrebno objasniti ko su najvažniji kupci kompanije. Potrebno je odrediti ko su i koliko ima potencijalnih kupaca našeg proizvoda. Treba obratiti paznju na to koja ciljna skupina je najveća, koja ima najveću kupovnu moć i u kojoj je najmanja konkurencija.
3. Kanali distribucije proizvoda – objašnjava načine na koje kupci dolaze do proizvoda, i radi se na pronalasku najefikasnijeg.
4. Odnosi sa kupcima – objašnjava na koji način je planirano uspostaviti vezu sa kupcima i kako tu vezu održati.
5. Ključne aktivnosti – predstavljaju radnje koje je potrebno izvršiti kako bi ostvarili vrijednosti koje nudimo
6. Ključni resursi – mogu biti fizički, intelektualni, ljudski i finansijski. Bitno je utvrditi da li ovi resursi omogućavaju da dolazimo do potencijalnih kupaca

7. Ključni partneri – pomažu da se lakše izađe na tržište i brže ponudi vrijednost koja se proizvodi krajnjim kupcima
8. Tokovi prihoda – objašnjava načine generisanja prihoda. Preporučuje se da se koristi više različitih načina sticanja prihoda.
9. Struktura troškova – finalni dio modela, predstavlja zbir svih troškova i pokazuje da li je biznis održiv ili ne.












# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

<b>Key Partners</b>  Kompanije za održavanje računarske opreme Internet provajderi Bivši kupci Druge IT kompanije i	<b>Key Activities</b>  Istraživanje tržišta Razvoj softverskih rješenja Razvoj mobilnih i web aplikacija UX/UI Dizajn <b>Key Resources</b>  Radna snaga Internet konekcija Prostor za rad (mogućnost remote rada) Računari i programi za razvoj softvera	<b>Value Propositions</b>  Izrada kvalitetnih softverskih rješenja Dugogodišnja podrška korisnicima Unaprjeđenja po najnovijim tehnologijama Softverska rješenja po volji kupaca Poštivane dogovorenih rokova	<b>Customer Relationships</b>  Face to face razgovori Učestali kontakt sa klijentom Prezentovanje rada kupcu <b>Channels</b>  Društvene mreže Aplikacije i web stranice bivših kupaca Offline reklamiranje Networking	<b>Customer Segments</b>  Kompanije kojima je potrebna aplikacija, web stranica ili drugo. Pojedinci kojima je potrebna aplikacija, web stranica ili drugo. Bivši kupci kojima je potrebno održavanje aplikacije ili web stranice Udruženja, neformalne grupe, i slično
<b>Cost Structure</b>  Plata za osoblje Plaćanje mjesečnih računa Plaćanje održavanja opreme i prostora Vođenje papirologije Osiguravanje prostora Plaćanje programa za izradu softvera		<b>Revenue Streams</b>  Plaćanje po satu Plaćanje po usluzi Plaćanje za održavanje aplikacije ili web stranice		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

**Strategyzer**  
strategyzer.com

## 6.1. PREDLOŽENA VRIJEDNOST

- Izrada kvalitetnih softverskih rješenja  
Ponajprije se odnosi na to da je najbolja reklama za bilo koji biznis, upravo kvalitetan proizvod. Ono čemu kompanija Digiqal trebam težiti jesu što kvalitetniji proizvodi za klijente. Digiqal se putem vlastite web stranice može pohvaliti, i hvali se odrađenim projektima zavidnog kvaliteta u cilju promocije vlastitih vrijednosti. Aplikacije kao što su SpiderJob, FEAL, politicki.ba pokazuju da uprkos mnogim slabostima iz interne analize Digiqal uspeva da dostavi kvalitet prema klijentu.
- Dugogodišnja podrška klijentima  
Kroz kvalitetna softverska rješenja koja zahtjevaju stalan razvoj softvera potrebno je korisnicima obezbijediti podršku kroz proces unaprjeđenja. Tako da bi sljedeća vrijednost bila pružanje klijentima doze sigurnosti u vidu podrške pri određenim problemima unutar mobilne aplikacije ili unutar web stranice. Cilj je kroz zadovoljne klijente, obezbijediti više novih klijenata i potaknuti širenje vlastitog biznisa.
- Unaprjeđenja po najnovijim tehnologijama  
U svrhu praćenja razvoja IT sektora širom svijeta, kompanija mora da razvija sebe, i svoje kapacitete, kako ljudske, tako i tehnološke, u skladu sa tim razvojem. Tako i sama softverska rješenja, aplikacije i web stranice, moraju biti usklađena sa najnovijim razvojem hardverskih i softverskih tehnologija. Samo kontinuiranim radom i razvojem, te prilagodbom na promjene kompanija kao što je Digiqal može osigurati vlastiti rast i što bolju i širu ponudu svojim klijentima.
- Softverska rješenja po volji kupaca  
Od iznimno velike važnosti je pratiti ono što kupac zahtjeva i donositi rješenja u skladu sa tim zahtjevima, uz malo navođenje od strane kompanije, kako bi se projekti vratili, ukoliko nisu, u okvire realnog, a sve to u cilju efikasnog rješavanja zahtjeva. Prema klijentu, ujedno najvažnijem segmentu poslovanja, potrebno se odnositi sa velikom dozom pažnje, ali i opreza. Ono u čemu IT kompanija kao što je Digiqal mora biti dobra jeste da klijentu pruži vrijednost u smislu da uvaži potrebe i zahtjeve klijenta, a istovremeno da ispoštuje dogovoreno. Najidealnije rješenje bilo bi kontinuirana revizija dogovora i potencijalnih promjena, te navođenje klijenata prema adekvatnim rješenjima ukoliko su neodlučni.
- Poštivanje dogovorenih rokova  
Kroz stavke navedene iznad osigurava se da se rješenja dostave u unaprijed dogovorenim rokovima. Vrlo je važno da se rokovi jasno postave i da ukoliko dođe do određenih promjena u smislu zahtjeva klijenata sami rokovi budu adekvatno

prilagođeni novonastalim situacijama kako bi sami kvalitet proizvoda ostao na adekvatno visokom nivou i glavna vrijednost ostala reprezentativna.

## 6.2. SEGMENT KUPCA

- Pojedinci kojima je potrebna aplikacija, web stranica ili drugo  
Odnosi se na pojedince koji nemaju dovoljno znanja da samostalno razvijaju softverska rješenja. To mogu biti poznate ličnosti iz sporta, politike, kulture ili slično, koji žele koristiti web stranicu u cilju promocije kako bi stekli određeni broj pratitelja, koji im potencijalno mogu donijeti određeni vid zarade. Također se može odnositi na softverska rješenja u obliku aplikacija za olakšanje svakodnevnih životnih aktivnosti i potreba pojedinca.
- Kompanije kojima je potrebna aplikacija, web stranica ili drugo  
Ovdje se podrazumijevaju kompanije koje se ne bave IT sektorom i nemaju adekvatan IT odjel koji bi im navedene usluge mogao dostaviti. Kompanije potrebu za web stranicom imaju prije svega kako bi se lakše spojili sa njihovim potencijalnim kupcima i shodno tome proširili vlastito poslovanje. Što se tiče softverskih rješenja u vidu mobilnih aplikacija, kompanije se za isto mogu opredijeliti iz želje da se približe kupcima preko aplikacije kao što je Online shop, tipa ebay, ili kako bi pametnije koristili materijalne i nematerijalne resurse, te pratili analitiku parametara za koje se oni odluče.
- Bivši kupci kojima je potrebno održavanje aplikacije ili web stranice  
Softverska rješenja koja zahtijevaju kontinuiran razvoj i poboljšanja, predstavljaju priliku za daljnju saradnju sa klijentima/kupcima. U velikoj većini slučajeva softverska rješenja zahtijevat će ili konstantnu podršku, ili poboljšanja kako bi pratila najnovije trendove u onom sektoru za koji su pravljena ili kako bi nastavila ispunjavati svrhu, do čijeg je neispinjavanja došlo zbog potencijalnog zastarjenja aplikacije ili web stranice.
- Udruženja, neformalne grupe i slično.  
Pored kompanija i ova pravna lica mogu zahtijevati da u svom poslovanju imaju neki vid softverskog rješenja koje bi pridonijelo njihovom razvoju. Ovdje možemo spomenuti i određene strukture vlasti koje su kroz svoje poslovanje dužne obaviještavati širo javnost o djelokrugu svoga poslovanja. Možemo spomenuti ministarstva, zavode, razne urede i ostale dijelove vladinih struktura. Pravna lica iz nevladinog sektora svoje postojanje i financiranje baziraju na donacijama i grantovima za izradu raznih projekata iz oblasti za koju se bave. Projekti u velikom

broju slučajeva zahtjevaju interakciju sa širim narodnim masama, pa pored društvenih mreža, ova pravna lica odlučuju se na izradu web stranica i mobilnih aplikacija kako bi olakšali samu interakciju sa potencijalnim korisnicima, što ostavlja dovoljno prostora da IT firme kao što je Digiqal svoju ciljanu skupinu pronađu i u ovom dijelu društva.

### 6.3. KANALI DISTRIBUCIJE PROIZVODA

- Društvene mreže  
Cilj je osigurati da potencijalni klijenti budu upoznati sa proizvodima koje nudi kompanija kroz kampanje na društvenim mrežama i kroz plaćene oglase. Društvene mreže iz dana u dan postaju sve popularnije i popularnije. Kroz analizu pojedinih društvenih mreža može se primijetiti da su određene društvene mreže postale karakteristične za određene grupe ljudi. Tako je facebook postao društvena mreža koju više koristi starija populacija, dok su standard za mlađe ljudi instagram, youtube, twitter, a trenutno TikTok ponajviše raste u popularnosti. Aktivno komuniciranje sa publikom i potencijalnim klijentima kroz što više društvenih mreža od velike je važnosti ponajprije iz razloga što usluge izrade aplikacija i web stranica mogu tražiti ljudi iz više različitih oblasti.
- Aplikacije i web stranice bivših klijenata  
Najbolja reklama jeste kvalitetan rad na prethodnim projektima, pa se kroz uspješno poslovanje u prošlosti, potencijalno veže i uspješno poslovanje u budućnosti. Kroz promociju web stranica i aplikacija koje je kompanija uspješno izradila Digiqal obezbjeđuje da su potencijalni klijenti upoznati sa standardom kompanije.
- Offline reklamirane  
Pored digitalnog marketinga, potencijalnom rastu kompanije i većim prihodima mogu pridonijeti i offline kampanje, Guerilla kampanje, i slično. Kroz upoznavanje potencijalnih klijenata koristeći letke, bilobarde i mjesta za reklame raste spoznaja o radu kompanije Digiqal. Ovakav tip promocije i komunikacije sa kupcima ima za cilj širenje „reach-a“ i targetirali klijente na mjestima gdje nužno ne očekuju. Kroz guerilla kampanje cilj je osigurati svojevrsni skok u popularnosti kompanije Digiqal.
- Networking  
Kroz podršku na raznim događajima, učešće na konferencijama i kroz rad na projektima od društvenog značaja, kompanija može ostvariti veze koje mogu pridonijeti njenom razvoju u budućnosti, a i povezati se sa potencijalnim klijentima. Povezivanje sa kompanijama koje se također bave istim i sličnim poslom kao Digiqal,

te izgradnja dobrih odnosa sa njima razultira partnerstvom između Digiqal-a i drugih kompanija. Samim tim, potencijalno, u slučaju većeg obima posla jedna od kompanija može preporučiti drugu za određeni zadatak. Networking je u IT svijetu zlatni standard i razvojem partnerstava širimo našu listu potencijalnih klijenata.

#### 6.4. ODNOSI SA KUPCIMA

- Face to face razgovori  
Kako bi klijentima osigurali uslugu na najvišem nivou, od velike važnosti je da se detaljno sagledaju sve njihove potrebe i želje kako bi se pružile usluge visokog kvaliteta u rekordnom vremenskom roku. Face to face razgovori ne moraju se striktno odnositi na to da se održavaju u vidu sastanaka gdje su predstavnici Digiqala i predstavnici klijenata ( ili sami klijenti ) u istoj prostoriji, nego se to odnosi i na online sastanke. Komunikacija putem poruka, maila ili samo telefona može rezultirati nesporazumom, pa i nekvalitetno i neadekvatno odrađenim zadatkom. Stoga ovakav tip razgovora daje dodatnu sigurnost kako klijentima, tako i samoj kompaniji Digiqal.
- Učestali kontakt sa klijentom  
Poznato je u IT svijetu da kupac svoje zahtjeve može dosta puta promijeniti, pa da bi se ispoštovali dogovoreni rokovi, a i novi zahtjevi kupca, potrebno je održati učestali kontakt sa kupcem/klijentom. Kroz čestu i otvorenu komunikaciju, osigurava se praćenje napretka od strane klijenta, te se izbjegava mogućnost iznendnih velikih promjena u izradi projekta.
- Prezentovanje rada kupcu/klijentu  
Odnosi se na prezentovanje svega onoga što je do sada urađeno na projektu, kako klijent, ukoliko uoči nešto što nije uredu, može na vrijeme iskazati nezadovoljstvo. Klijent dobija dozu važnosti kada se njegov projekat prikazuje u prezentacijskom okruženju. Ovo predstavlja trenutak kada kompanija Digiqal može uklopiti vlastita rješenja koja su lakša za implementaciju i potencijalno bolja za sami projekat, te može dobiti mišljenje klijenta o određenim izmjenama na projektu.

#### 6.5. KLJUČNE AKTIVNOSTI

- Istraživanje tržišta  
Rijetko spomenuta, ali zasigurno jedna od ključnih aktivnosti jeste i istraživanje tržišta. Odnosi se na definisanje pozicije firme Digiqal u trenutnoj kompoziciji tržišta,

te odnosa konkurencije prema tržištu. Istražuju se varijable koje predstavljaju značaj za kompaniju i njeno poslovanje, te se definišu koraci koje je potrebno učiniti kako bi se zauzeo što veći dio tržišta.

- **Razvoj softverskih rješenja**  
Poprilično predvidivo jeste činjenica da je ključna aktivnost ustvari razvoj samog softvera. U ponudu firme treba ubrojati također i rad na različitim problemima koji se odnose na softver sa kojim klijenti mogu imati određene probleme. Tu podrazumjevamo probleme sa već postojećim aplikacijama, isporučenim od strane Digiqala ili neke druge kompanije.
- **Razvoj web stranica i mobilnih aplikacija**  
Nužno je bilo definisati ključne proizvode koje kompanija dostavlja klijentima, a to su gotove aplikacije i web stranice koje su napravljene kako bi se prilagodile sektoru iz kojeg klijent dolazi. Bilo da se radi o sportskom klubu ili sportisti kao pojedincu, vladinoj ili nevladinoj organizaciji, političaru ili običnoj kompaniji, važno je da su gotove aplikacije i web stranice ogledalo uspješnog rada kompanije, pa je njihova izrada jedna od ključnih aktivnosti.
- **UX/UI dizajn**  
Ono što je također jedna od bitnijih aktivnosti u biznis planu kompanije Digiqal jeste UX/UI dizajn. Oni koji djeluju u IT sektoru znaju da razvoj aplikacija, web stranica ili nekih drugih softverskih rješenja, nije toliko lako posmatrati iz pozicije klijenta, pa se često dogodi da ono što je izgledalo dobro kreatoru mobilne aplikacije ili web stranice, kasnije ne izgleda dobro samim korisnicima. Stoga User experience i User interface dizajn igraju bitnu ulogu kako bi se most između klijenta, kupca i kreatora aplikacije što više smanjio, i u prvi plan stavila perspektiva samog korisnika aplikacije.

## 6.6. TOKOVI PRIHODA

- **Plaćanje po satu**  
Od klijenta se zahtjeva da, sukladno dogovorenom roku, rad na njegovoj aplikaciji ili stranici plaća po vremenu provedenom na radu uz dogovor oko cijene.  
Podrazumjeva se da su produkti od kojih kompanija stiče prihode konkretno softverska rješenja u vidu mobilnih aplikacija i web stranica. Cijena same usluge izrade koja se u ovom slučaju naplaćuje po satu provedenom u radu mora se definisati i uskladiti sukladno kvalitetu i cijenama na tržištu. Ova usluga prvenstveno

bi se odnosila na rad uposlenika firme koji vrše određene zadatke kao što su istraživanje tržišta i slično za klijenta.

- **Plaćanje po usluzi**

Još jedan način naplaćivanja i sticanja prihoda, jeste da se unaprijed dogovori cijena za određeni projekat. Prvenstveno se misli na izradu aplikacija i/ili web stranica od početka do kraja. Kao i u prethodnom slučaju cijena usluge mora biti prilagođena koristeći mnoštvo parametara od kvaliteta usluge, do trenutne situacije na tržištu. Ono što kompanija ne bi trebal da radi jeste da bespotrebno obara kvalitetu i/ili cijenu samog proizvoda i/ili usluge.

- **Plaćanje za održavanje aplikacije ili web stranice**

Odnosi se na već nekoliko puta spomenutu činjenicu, a to je da održanja softverska rješenja zahtjevaju konstantno održavanje, pa je i to jedan vid sticanja prihoda. Kako je već nekoliko puta spomenuto tokom razrade ovog Canvas modela, aplikacije i web stranice u većini slučajeva zahtjevaju učestalo, a ponekad i konstantno održavanje kako bi bile u skladu sa zahtjevima tržišta za koje su napravljene. Održavanje određenih segmenata može biti besplatno kako bi Odnosi sa kupcem bili što bolji, dok određeni dio može biti naplaćivan kako bi se povećali prihodi kompanije Digiqal.

## 6.7. KLJUČNI RESURSI

- **Radna snaga**

Najbitniji resurs u radu bilo koje kompanije jeste njena radna snaga. Digiqal zapošljava najčešće juniore su na početku njihove IT karijere. Oni predstavljaju resurs koji nije toliko skup kada ih usporedimo sa senior ili medior developerima, ali također kao resurs imaju dosta kvaliteta, dok je najuočljivi nedostatak samo iskustvo, odnosno njegovo nepostojanje ili sasvima mala prisutnost. Kako se junior developeri nastoje probiti i doći do bolje plate, kvalitet njihovih projekata nije na malom nivou, jer im je cilj doći do što boljeg angažmana.

- **Internet konekcija**

Za internu, eksternu i bilo koju drugu komunikaciju, ovaj resurs je od ogromne važnosti. Kako bi održavali kontakt sa klijentima i radnom snagom koja radi „od kuće“ potrebno je da imamo dobar pristup internetu. Internet velikih brzina ključan je kako bi se direktorije velikog kapaciteta pri zadovoljavajućim brzinama prenosili sa jednog računara na drugi ili ostale. Također, za rad u većem kapacitetu, gdje više računara pristupa resursima na raznim serverima i u istom momentu, dobra povezanost je imperativ.

- **Prostor za rad**  
Osim toga što postoji mogućnost rada remote, i dalje je uveliko zastupljen inoffice način rada, pa prostor predstavlja također jedan od ključnih resursa Digiqal kompanije. Od prostora se zahtjeva da je adekvatno opremljen svom opremom koja je potrebna da bi se neometano radilo na svim obavezama koje se zahtjevaju od ranika kompanije. Unutar tog prostora, pohvalno je ostaviti prostor za teambuidling kako bi zaposlenici ostali zadovoljni. U slučaju povećanja kapaciteta kompanije postojeći prostor je potrebno širiti, a potencijalno rješenje jeste potražiti adekvatniji prostor za rad.
- **Računari i programi za razvoj softvera**  
Nakon što kompanija Digiqal osigura KO će raditi, mora da osigura i NA ČEMU će raditi, pa tako računarska oprema i programi predstavljaju jedan od imperativa kada su ključni resursi u pitanju. Računari moraju imati adekvatne specifikacije kako ne bi imali problema pri poretanju svih razvojnih okruženja koja su predmet korištenja u kompaniji Digiqal. Performanse računara moraju biti prilagođene zadatku, odnosno programiranju mobilnih aplikacija i web stranica. Pored računara podrazumjeva se i ostala oprema kao što su tableti, laptopi, projektori, televizori, te ostali hardverski komadi koji su od značaja za razvoj i rad kompanije Digiqal.

## 6.8. KLJUČNI PARTNERI

- **Kompanije za održavanje računarske opreme**  
Kako bi smanjili troškove koji odlaze na održavanje, postoji mogućnost da kompanije Digiqal stupi u partnerstvo sa nekom kompanijom koja pruža navedene usluge koje postaju sve skuplje i sve bitnije kako kompanija raste i razvija se. Kompanija zadužena za održavanje opreme bila bi jedini isporučilac tih usluga za kompaniju Digiqal, te bi uživala potencijalnu promociju, dok bi zauzvrat vršila održavanje, popravljavanje opreme uz određene popuste i/ili pogodosti.
- **Internet provajderi**  
Dobar i stabilan internet je imperativ u kompetetnim IT kompanijama, ali isti je i veoma visoke cijene. Svjedoci smo danas da neki od najvećih internet provajdera kao što su BHTelekom i Telemach uspješno posluju na samom vrhu kada je u pitanju pružanje usluge spajanja na internet uz velike brzine prenosa podataka. Kako su zauzeli veliki dio kolača, ostali provajderi, čije usluge nisu toliko lošije, ali jednostavno nemaju šansu da se probiju, mogu predstavljati idealne partnere koji bi



za određeni vid promocije i probijanja, uveli neke pogodnosti za kompaniju kao što je Digiqal.

- Druge IT kompanije  
Kao što je spomenuto u prijašnjim analizama, ono što je danas slučaj jeste da veliki broj IT kompanija održava veoma dobre veze, jedni između drugih, pa je jedan od segmenata koji dijele tzv „crne liste“ na kojima se nalaze kandidati za posao u jednoj od kompanija, ali svojim pristupom nisu zadovoljili kriteriji i negativno su iznenadili predstavnike kompanija. Pored toga određena partnerstva mogu pružiti priliku da manje kompanije kroz saradnu sa većim dobiju priliku raditi na projektima, za koje veće kompanije nisu imale vremena i resursa, pa su za njihovu izradu preporučili partnerske kompanije.
- Bivši kupci  
Održavanje dobrih odnosa sa bivšim kupcima predstavlja besplatnu promociju za potencijalne buduće kupce. Bivši korisnici naših usluga, ukoliko smo dobro odradili posao, zasigurno će ponovno biti naši budući kupci. Kroz period tranzicije potrebno je održati dobre odnose sa bivšim kupcima jer upravo oni će uspostaviti domino efekat u kojem velika većina potencijalnih kupaca dolazi nama, prvenstveno zbog kvalitetno odrađenog posla, a onda i odnosa koji su izgrađeni sa bivšim kupcem koji je ostao zadovoljan. Činjenica da određeni segmenti održavanja mogu ostati besplatni skoro pa garantuje partnerstvo sa klijentom.

## 6.9. STRUKTURA TROŠKOVA

- Plata za osoblje  
Prva stvar na koju će se potrošiti veća svota jeste plata za najvažniji resurs kompanije. Plate se određuju sukladno poziciji na kojoj radnik radi, iskustvu, a može ovisiti od sveukupnog uspjeha kompanije, kao i od angažmana samog radnika. Nužno je istraživanje stanja u drugim kompanijama, pogotovo konkurentnim, kako bi Digiqal mogao izabrati adekvatnu visinu plate.
- Plaćaje mjesečnih računa  
Odnosi se na struju, vodu, komunalno i slično. Predstavlja troškove koji su neizbježni i vrijednost im se u većini slučajeva vrlo lako može predviđjeti iz godine u godinu. Zavise od povećanja cijena, te pojedini mogu zavisiti od određenih političkih i ekonomskih faktora.
- Plaćanje održavanja opreme

Ukoliko ključni partner ne osigura 100% besplatno održavanje opreme, opet bi se velika količina novca potrošila na to. U opremu se ne ubrajaju samo računari nego i ekrani, projektori, laptopi, stolovi, stolice i ostalo.

- Osiguravanje prostora  
Najam prostora je jedan od načina da kompanija krene u samostalno poslovanje i napravi iskorak od postojanja kao startup. Troškovi odiguravanja prostora za rad mogu biti veliki, u zavisnosti od toga kakav prostor želimo.
- Plaćanje programa za razvoj softvera  
Mnogo programa za razvoj softvera dostupno je u potpunosti besplatno, ali postoje određeni softveri koje je potrebno koristiti kako bi se razvile aplikacije, sve u zavisnosti od preferencija kompanije. Stoga određeni troškovi potencijalno mogu otići i na ovaj segment.
- Vođenje papirologije  
Postoji solucija da kompanija ima odjel koji bi se bavio računovodstvom i koje bi plaćali regularno kao vlastite radnike i shodno tome to bi predstavljalo određeni trošak. Trošak bi predstavljalo i da za kompaniju to radi neka druga kompanija, u svakom slučaju benefiti mogu zavisiti od trenutnih potreba, ali u svakom slučaju predstavlja jedan od segmenata na kojem se održena sredstva troše.

## 7. PRIJEDLOG KREATIVNIH RJEŠENJA

### 7.1. POST ZA ZAPOSŁJAVANJE



**Join our team!**

**we're HIRING!**

**JOB POSITION INCUDE:**

- ✓ **MARKETING MANAGER**
- ✓ **DATA ENGINEER**
- ✓ **DESIGN ENGINEER**
- ✓ **SUPERVISOR**

**APPLY NOW**

APPLY YOUR RESUME NOW:  
**career@digiqal.de**

## 7.2. POST ZA DRUŠTVENE MREŽE



### 7.3. PREZENTACIJA KOMPANIJE



WE ARE  
**WE ARE A  
BOUTIQUE  
SOFTWARE  
DEVELOPMENT  
COMPANY**

LEARN MORE

 DIGIQAL.DE

#### 7.4. PRIMJER PROMOCIJE



## 7.5. SALA ZA SASTANKE





## 7.6. ONLINE PROMOCIJA





## 8. PRIJEDLOG MJERA ZA UNAPRJEĐENJE

- **Provođenje prakse studenata IT-a.**

Provođenjem prakse studenata IT-a, firma Digiqal upoznala bi veliki broj mladih programera sa firmom, te po završetku prakse potencijalno angažovala one studente koji se pokažu kao kvalifikovani i zainteresovani.

- **Intenzivnije korištenje društvenih mreža za promovisanje.**

Društvene mreže poput Facebooka, Instagrama, YouTubea odlične su platforme za promociju firme Digiqal i njihovih usluga. Plaćene, kao i besplatne promocije na društvenim mrežama danas su jedan od glavnih alata marketinga.

- **Angažovanje dodatnih uposlenika za software development.**

Angažovanjem dodatnih uposlenika firmi Digiqal se otvara mogućnost razvijanja novih aplikacija i korisnih softverskih rješenja za probleme u nekim drugim sferama.

- **Provođenje radionica u svrhu upoznavanja mladih developera.**

Slično praksi, provođenjem radionica Digiqal će upoznati mlade developere sa kompanijom, te potencijalno ih angažovati u budućnosti.

- **Angažovanje dodatnih zaposlenika za marketing.**

Marketing menadžer će zasigurno donijeti prave odluke koje se odnose na promovisanje, proizvod i uslugu firme Digiqal.

- **Širenje poslovanja diljem Bosne i Hercegovine.**