



Boomerang je vmesnik med podjetji in potrošniki

Nika Kristina Butina in Žiga Vesel, Boomerang media *Prek aplikacije spoznavajo ciljno občinstvo, ki jim pomaga sooblikovati produkte*

LJUBLJANA – Mlada ekipa podjetja Boomerang media je decembra lansirala mobilno aplikacijo, s katero lahko uporabniki pridobivajo različne popuste za izdelke in storitve. Hkrati pa podjetjem pomagajo sooblikovati njihove produkte in storitve.

BARBARA PAVLIN

Za idejo o mobilni aplikaciji boomerang stojita Nika Kristina Butina in Žiga Vesel, študenta ekonomije, ki sta že v času študija svoj prosti čas namenjala razvijanju najrazličnejših idej iz podjetništva. »Podjetniško razmišljanje, optimizacija procesov, spreminjanje storitev v prijetnejše in produktov v primernejše je tisto, kar naju z Žigo družī,« razlaga Nika.

Preobrat v komunikaciji z oglaševalci

V mobilnem marketingu sta videla možnosti za izboljšave, predvsem pa sta želela v večinoma enosmerno komunikacijo z oglaševalci vnesti preobrat. Tako se je februarja lani rodila zgodba o Boomerangu. »Sodobni svet oglaševanja vse pre pogosto nagovarja z oglasi, ki za posameznega potrošnika sploh niso primerni – študenti se pogosto znajdemo pred oglasi, namenjenim starejšim in obratno. Seveda pa ni pomembna samo starost, pomembni so predvsem interesi posameznega potrošnika,« pojasnjuje Žiga. Zato sta želela oblikovati učinkovito platformo, ki bo potrošnike nagovarjala zgolj z oglasi, ki so zanje primerni in zanimivi, hkrati pa bi jim omogočala aktivno vlogo v procesu oglaševanja. »Na istem bregu sva torej želela združiti tako ponudnike izdelkov in storitev kot tudi potrošnike,« pravi.

Aplikacija omogoča podjetjem

oglaševanje in hkrati posredovanje kratkih anket o njihovih storitvah in produktih, s tem pa natančnejšo analizo, poznavanje in segmentiranje ciljne skupine. Potrošniki pa lahko z uporabo aplikacije sooblikujejo izdelke in storitve ter z anketami izražajo svoja mnenja in predlagajo izboljšave. Pri oblikovanju anket sodelujejo podjetja – oglaševalci in ekipa Boomeranga.

Uporabnik si ustvari profil

Prvi rezultati in odzivi mladih, ki predstavljajo glavno ciljno skupino, so odlični. Brezplačna aplikacija je uporabnikom sistemov Android in iOS na voljo od začetka decembra, doslej pa jo je na svoje pametne naprave preneslo že več kot 5000 ljudi. Ob namestitvi aplikacije si uporabniki ustvarijo profil, v katerem označijo posamezna interesna področja, na podlagi katerih kasneje dostopajo do oglasov in posebnih akcijskih ponudb. Izpostavljenosti oglasu ali ponudbi sledi kratka anketa, s pomočjo katere lahko potrošniki posredno vplivajo na obli-

kovanje storitev in produktov ter izrazijo svoje mnenje, za sodelovanje v anketah pa vsakič prejmejo »boomerang« – vstopnico za žreb, ki jih lahko pripelje do denarnih nagrad.

Iz Slovenije proti jugu

Boomerangovci so ugotovili, da aplikacije, ki bi delovala na takšen način kot njihova, še ni, tako je zanimanje podjetij zanje kar veliko. Med njihovimi naročniki je tudi nekaj večjih, denimo **Atlantič Grupa**, sicer pa naročniki prihajajo iz različnih panog, od prehranske, športne, turistične do kozmetične.

Ekipa, ki šteje šest članov, želi najprej osvojiti Slovenijo, sledila bo balkanska regija, ki jo bodo osvajali s partnerji.

Razvoj aplikacije in zagon startu-pa so financirali iz lastnih sredstev. Zdaj se financirajo s sredstvi iz oglasov, iščejo pa tudi načine za zunanje financiranje in se prijavljajo na različne natečaje, v prihodnje tudi na tekmovanje Startup Slovenija z zagonsko subvencijo P2.



Ekipa podjetja Boomerang media FOTO OSEBNI ARHIV