

TAP, TAP, TAPNI

Prema istraživanju Startap džinomama koje je sprovedeno u 2019. godini, procenjeno je da u Srbiji postoji između 200 i 400 startapa. Pa i činjenica da se u srpske startape u 2021. godini uložilo preko 135 miliona dolara, stvara atraktivnu priliku zbog kojih se mladi odlučuju da svoju karijeru započnu u polju IT industrije.

Mihajlo Nikodijević, jedan je od osnivača startapa Tapni, oduvek je znao da želi da bude sam svoj gazda, ali i ne čime bi se tačno bavio. „Sećam se otac mi donosi isečak iz novina *Poslovi budućnosti* i prvo stoji softverski inženjer, nisam znao šta znači softver, ali sam znao da hoću nešto tako kul da studiram”, kaže Mihajlo, koji je završio IT u Beču.

Tokom studija je vodio restoran svojih roditelja, odakle se razvila i ideja za prvi startap, koji je vlasnicima restorana prikupljao podatke svaki puta kada bi se gosti priključili na njihov WiFi.

„Na pamet mi je pala ideja da preko WiFi prikupljamo mejlove od gostiju koji dolaze u restoran, a onda kasnije vlasnici restorana mogu da im šalju kupone, mejlove. To tada niko nije radio u restoranima, nisu bili ni toliko digitalni, neki nisu imali ni sajtove.. Ali je postalo bitno da budu dobro pozicionirani na Guglu, jer turisti traže dobra mesta kada dođu i značilo je da imaš i dobre ocene. U tom svom sistemu razvio sam i sistem pomoću kog bih pomogao restoranima da imaju što bolju ocenu, tako što svako ko se registruje bi automatski dobio mejl da oceni restoran, a ako je recenzija bila lošija njima smo slali i dodatnu feedback formu da vidimo šta je bilo loše i na koji način vlasnici mogu to da poprave.”

Međutim, kada je u martu 2020. godine ceo svet stao usled pandemije Kovid-19 i restorani su morali biti zatvoreni, Mihajlo se vratio u Srbiju. „Pošto su svi koji su došli iz inostranstva morali da budu u karantinu 28 dana, imao sam puno vremena da razmišljam što ću dalje. Tada je nastala ideja za Tapni, jer sam video da NFC tehnologija omogućava da se na novijim telefonima pomoću kartice, priveska ili stikera tapne na drugi telefon na koji pređu kontakti, a osoba može jednim klikom da sačuva u svoj telefon”, kaže Mihajlo. „Pošto je u tom trenutku NFC tehnologiju jedino

mogla da se iskoristi na iPhone 10, a niko ga nije imao jer je bio preskup, nisam odmah mogao da probam da li radi. Sačekao sam da ga neko kupi, pa sam poručio prvi prototip, bela prazna kartica preko koje će se otvoriti Instagram. Pokazalo se da je to funkcionisalo, ali bi korisnik morao sam da programira linkove, pa sam počeo da razmišljam kako da napravim neke dinamičke linkove. Postavili smo sebi pitanje “A zašto samo Instagram? Hajde da vidimo da li može još nešto”. Onda smo pravili taj digitalni profil, gde ti možeš da staviš šta zeliš - Instagram, Facebook, TikTok, šta god hoćeš. I to je onda postala više neka digitalna vizitkarta.”

U toku svog razvoja, svaki startup prolazi kroz određene faze - definisanje ideje, formiranje tima, kreiranje prototipa, izlazak na tržište, investicije, i konačno prvi profit. Prema izveštaju Startap Skener 2022, ispitanici su na pitanje “Koliko vremena je bilo potrebno da kreiraju MVP, ostvare prvu prodaju ili prvi investiciju” dobili odgovor da je startapima za spremanje MVP najčešće bilo potrebno do 6 meseci, kao i da im je isto toliko vremena bilo potrebno i za prvu prodaju i dizanje prve investicije. Za izlazak na drugo tržište, najvećem broju startapa je potrebno do dve godine. Najteži deo, kako kaže Mihajlo, je doći od ideje do prvog korisnika.

„Do tada stvaraš samo iz ideje koje imaš u glavi, na papiru, stvaraš nešto što treba da donese neku vrednost. A na tom putu od ideje do prvog prototipa obično ti treba više ljudi, ne možeš sam i imaš određene limite što se tiče veština, možeš da pokriješ jednu oblast, ali ti opet trebaju drugi ljudi koji će ti pomoći, koje takođe treba ubediti da to ima vrednost, jer još uvek nisi svestan da li to može da funkcioniše i da li možeš da ubediš druge ljude da ti pomognu da prvi prototip plasiraš na tržište.”

Ljudi koji su u njega verovali bili su Miloš Zečević i Aleksandar Nikodijević, koosnivači startapa.

„Kada smo napravili prvi prototip, nas trojica smo napravili listu ljudi koje smo ikada sreli u Srbiji i inostranstvu, tražili smo ljude po instagramu i pisali im “Hej, evo ga naš novi sajt, evo ti naš kupon kod, uđi na sajt, poruči besplatno samo da testiramo dostavu”, da vidimo da li možemo da šaljemo za Francusku, Ameriku, zapravo, ta strana tržišta. Prve produkte smo gratis slali ljudima, čisto da probaju i da nam kažu gde su bagovi, problemi, da vidimo kako ih koriste, da li sve funkcioniše u aplikaciji.”

Njih trojica su prvi kupili svoju invenciju, a ubrzo nakon njih stigla je i prva prava porudžbina vredna 4.000 evra, a *Tapni* kartica otputovala je u Kirgistan. Na pitanje *Da li je ikada pomislio da odustane* Mihajlo se nasmejao i rekao “Ih, sto puta. Čak i sada kada je Tapni na pet, šest tržišta, ove godine smo imali preko million prometa u poslovanju i kada imaš na hiljade korisnika i tim od preko 15 ljudi i investicije i neke planove za dalje, opet naiđe neki mnogo težak period gde ti se smuči skroz, neke neprijatne situacije koje uopšte nisu lake. Ali se onda setiš svog prvog cilja i nastaviš dalje.” Rečenica vodilja ovog mladog preduzetnika bila je ***Ako ne nađeš način da zarađuješ dok spavaš, radićeš dok ne umreš***, američkog biznismena Vorena Bafeta.

U drugom mesecu razvoja počeli su da traže investitore. Ipak, nakon šest odbijanja, ubedili su svoje biznis anđele da ono što oni rade vredi investiciju od 200.000 evra, koji su potrebni za dalji rast i razvoj.

„Nismo ni znali da postoje biznis anđeli u Srbiji. Naši biznis anđeli su okupljeni oko Digitalne inicijative Srbije, upoznali smo ih skroz slučajno i kada smo pičovali njima oni su se oduševili pre svega timom, našom energijom, idejom manje više, videli su da je to lako iskopirati i da moramo dalje da inoviramo da bismo opstali.”

Kako to, gotovo uvek biva, ubrzo nakon što su svoj proizvod lansirali i počeli da dobijaju pozitivne komentare stigla je i konkurencija. „Kada je neko *first time founder*, on gleda da sve napravi brzo, da ne investira puno vremena, nego da za kratki period napravi proizvod i da ga lansiraju”, objašnjava Mihajlo i dodaje da postoje ljudi koji stalno traže nove ideje sa kojima bi mogli da se takmiče. „U IT svetu je lako iskopirati našu ideju, nakon što je postalo popularno na socijalnim mrežama, nakon što su ljudi čuli za nas. Dosta njih se pojavilo koji su hteli da nešto slično naprave, jer su videli šta je nama falilo.”

Za svega 4 meseca od izlaska na tržište susreli su se sa preko 40 konkurenata. „Postoji razlika u tome kad si prvi, jer dosta ljudi te upamte, pošto ti si prvi krenuo, a i imaš tim koji veruje u tebe i ideju, nisi nikoga ranije kopirao i imaš tu prednost *first mover advantage*. Tvoji korisnici prepoznaju konkurenciju kao nekoga ko kopira, ko je drugi.”

Iako vrlo skromno govori o uspehu svoje firme, belu karticu danas ima više od 35.000 aktivnih korisnika. Sa svojih 25 godina Mihajlo je postigao nešto o čemu mnogi sanjaju, a razlog je upornost. Za kraj našeg razgovora izdvojio je savet koji bi on voleo da čuje na početku: „Od ideje do tog prvog prototipa treba da prođe što manje vremena. Nekada je dovoljno da ti svoju ideju samo plasiraš samo kao koncept prezentaciju i pokušaš to da prodaš, da vidiš koliko bi ti to neko platio. Odeš kod klijenta i kažeš/slažeš da to imaš, samo da vidiš da li je neko spreman da to plati. Više ti trebaju dizajneri da ti naprave kako bi sve izgledalo, kako bi funkcionisalo, koje prednosti bi donelo i koja bi bila cena. Iz tog dela se validira ideja i to je taj prvi korak koji fali svima. I moraju svi odmah da razmišljaju o tome kako će da prihoduju od toga, a samim tim skrate put do prvog klijenta, to jest da prvi evro, dolar ili dinar legne na njihov račun.”

Autorka: Jelena Baranin

Mentor: Lazar Lekić, ICT Hub