

НОВИ ПАЗАРИ:

Веселин Василев
представя приложението
iLOVE в Сидни



iLOVE... the World

Варненецът Веселин Василев, който тръгна от София и разви интернационален бизнес

Драгомир Николов

Ако в дните преди Коледа не сте чули за iLove Bulgaria и не сте попадали на червеното сърце – става дума за мобилно приложение, което помага да изберете кой национален туристически обект да посетите, къде да отседнете и къде да хапнете на промоция. Създател е варненецът Веселин Василев, управител и мажоритарен акционер на технологичната компания Horizon Software Solutions.

Пътят му в света на иновациите стартира от студентската скамейка на Техническия университет в София, минава през разработване на дилърски софтуер в Германия, онлайн кандидатстване за ипотечни заеми в Англия, приложения за „умни градове“ в Шотландия, за да стигне до най-новото – iLove Bulgaria и iLove France. Екипът на „Икономист“ се срещна с Василев на Терминал 2 на

летище София, където софтуерният предприемач очакваше своя полет към Сидни – следващата спирка за iLove.

Началото – суперкомпютрите

Буквално седмица след дипломирането на Василев със специалност „Суперкомпютри“ в Техническия университет в София, той започва работа в най-голямата европейска компания за суперкомпютри.

Тя е немска и открива клон в България, от който да управлява бизнеса си в Източна Европа. „Около година и половина разработвахме проекти за германски банки – софтуер, предназначен за дилъри на валута и ценни книжа, за оптимизиране на техните портфейли“, разказва Василев. Решава да приложи западния опит в България – създава банков софтуер за управление на финансови инструменти и основава първата си фирма, през 1994 г. „За две години достигнахме 80% пазарен дял в България за софтуер за дилърски приложения, който все още се използва от банките“, спомня си Василев.

На въпроса достатъчно ли е техническото образование за създаване на специализирани банкови и финансови приложения, отговорът му е: „Преминахме през допълнителни обучения, разбира се. Но истината е, че познанията ни по висша математика, придобити в Техническите университети в София и във Варна, бяха на такова ниво, че и аз, и екипът ми много бързо навлязохме в спецификите на финансовата математика. Тази тенденция продължава и до ден днешен. За сравнение в Германия се работеше с три отделни екипа: математици, финансисти и програмисти. Докато нашите специалисти тук имаха всички тези знания, което ни направи по-бързи и конкурентни“.

CRM вселена

Годината вече е 1998-а и пазарът в България отеснява за Василев и екипа му. Решава да открие офис в Англия и да насочи усилията си към CRM (системи за управление на взаимоотношенията с клиентите) и автоматизиране на маркетинга и рекламата. „В периода 1998–2000 г. този продукт беше много актуален. Банките и застрахователните компании преминаваха от клонова структура към интернет банкиране. До 2008 година реализирахме над 20 проекта за големи финансови институции във Великобритания“, разказва Василев.

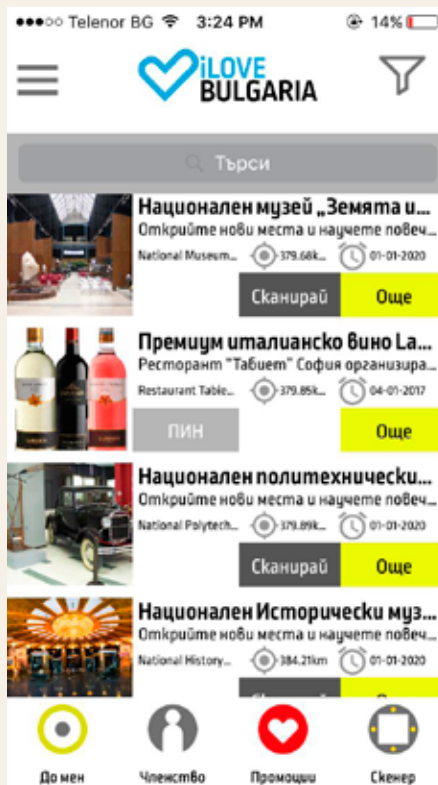
Един от най-амбициозните CRM проекти, който осъществява екипът на Веселин Василев през 2005–2006 г., е за финансовата институция на General Motors в Англия, която предоставя ипотечни заеми. „Започнахме работа с тази

компания от самото ѝ създаване. Тогава тя имаше годишен оборот около 30 милиона британски лири. Само няколко години по-късно той достигна 12 милиарда“, спомня си Василев.

По това време кандидатстването за покупка на къща на Острова било доста сложно – изисквали се множество проверки, оценка на самия имот и автоматизацията на този процес без човешка намеса е била сериозно предизвикателство. “Ставаше въпрос за голям и рисков заем. Беше и много оспорвано – четири английски банки се съревноваваха коя първа ще предложи на клиентите си подобна система. GM заложил на нашия екип, съставен основно от българи. След няколко месеца съревнованието приключило успешно за нас. Успяхме първи да предложим подобно решение на английския пазар, с което станахме и лидери в световен мащаб“, разказва експертът. Тази система получава няколко награди за иновативност в Англия.

Следващото предизвикателство е iClarity – интегриран софтуерен продукт за автоматизиране на маркетинга и рекламата. Той съчетава CRM модул и модул за управление на кампании, с автоматично изпращане на имейли, SMS-и и комуникация през социални мрежи. Целта е приходите да се увеличат чрез по-ефективен маркетинг и по-точно прицелена реклама. Платформата осигурява комуникация с клиентите и дава възможност да се създават програми за лоялност, които да ги стимулират да купуват повече. “Потребителите вече са свикнали на различни стимули от страна на търговците и очакват бонус точки, промоции, подаръци или атрактивни сделки“, обяснява философията на продукта Василев.

Въз основа на опита си Василев и екипът му стигат до извода, че малкият и средният бизнес, общинските и централната власт, учебните заведения не могат да си позволят да изградят самостоятелно подобни виртуални системи за автоматизиране на маркетинга и рекламата, защото са изключително трудоемки и скъпи. „През 2000 г. участвахме в един от първите проекти за “умни градове” (smart cities), финансиран от Европейския съюз. Партньори ни бяха



ПОД ЛУПА: “I Love Bulgaria” чете баркодовете както на табелите на туристическите обекти, така и на отделни продукти стоки и дава информация на потребителите.”

Mastercard, университетът и общината на Саутхемптън. Този проект трябваше да покаже какъв бизнесмодел и каква технология е необходима на една община и всички по-малки бизнеси в нея, за да може заедно да създадат конкурентна платформа на тези на големите корпорации“, разказва Василев. Печелят търг в Шотландия и прилагат успешно този модел. Средството за връзката с клиенти по това време е т.нар. смарткарта, обединяваща приложенията на много институции и фирми. „Това ограничение донякъде спря развитието на продукта, липсваше интерактивността“, обяснява Василев отмирането на този продукт.

iLove

Смартфонът преобръща света на технологиите и осигурява необходимата интерактивност. Василев използва това

развитие, за да реализира най-амбициозния си проект засега – мобилното приложение iLove, което свързва в една платформа потребителите, компаниите и институциите. В България iLove стартира пилотно във Варна и Добрич и вече обхваща цяла България, в партньорство с Министерството на туризма.

Мобилното приложение дава информация за туристическите обекти. На интерактивната карта присъстват и местните фирми с техните продукти и промоции. “Приложението предоставя информация на 12 езика (включително китайски) за над 250 туристически обекта, към момента имаме и над 100 бизнесчленове на платформата, основно хотели, ресторанти, брокери, магазини, спа центрове, кафенета, театри. Системата награждава потребителите с бонус точки при посещение на обектите или участие в презентации и дегустации“, разказва Василев. Фирмите и институциите получават специални QR кодове, като чрез сканирането им през приложението от телефона на потребителя се отбелязва неговото посещение. Чрез сканирането на кодове, поставени на табелите на самите туристически обекти, потребителите получават достъп до клипчета и допълнителна информация за тях. Има и опция за сканиране на баркодовете на продукти, при което се получава допълнителна информация за тях – например при сканиране на етикета на бутилка вино потребителят вижда видеоклип за избата, за производството, за тероара.

Достъпът до приложението за потребителите е безплатен. Общините в момента също се включват, без да плащат. Участието на компании в платформата струва 195 лева на година. Споразумението с министерството е чрез това приложение активно да се маркетингират всички национални туристически обекти и да се въвеждат промоционални оферти, за да се стимулират туристите да посещават обектите. [1]

▶ “I Love Bulgaria” дава шанс на малките и средните фирми, държавните и общинските институции да ползват най-съвременните маркетингови средства