

# svet – prihajam!

26. marca letos je podjetje Zemanta v Ljubljani prvič predstavilo širšemu občinstvu svoj novi spletni izdelek in ga hkrati tudi lansiralo na svetovno tržišče – v medmrežje. Na dogodku je tehnični direktor podjetja Andraž Tori v predavanju povzel prelomne točke iz kratke, a uspehov polne zgodovine podjetja, ki je v manj kot letu dni postalo »svetovno«, z izdelki, namenjenimi svetovnemu spletu.



Pripravil: Gorad Golob



Njihov izdelek oziroma storitev je v prvi fazi namenjen predvsem blogerjem, ki lahko svoje spletne dnevnike »zemifirajo« oziroma obogatijo besedila znotraj njih s povezavami, predlagajo slike, povezave na zunanja spletišča in značke glede na vsebino besedila. Avtor spletnega dnevnika se sam odloči, kaj od predlaganega bo vključil v končno različico svojega prispevka.

Zemanta je opozorila nase že lani, ko se je uvrstila v finale natečaja za nova tehnološka podjetja Seed camp v Londonu. Ekipa je v prestolnici Združenega kraljestva preživela tri delovne mesece, v katerih so s pomočjo različnih vrhunskih svetovalcev in strokovnjakov dodobra izpilili svojo vizijo ter bodoči izdelek. 14. aprila letos so prejeli novo ugledno svetovno nagrado, tokrat od poslovne revije Red Herring

kot eno izmed najobetavnejših visokotehnoloških podjetij v Evropi. O vsem tem in še o čem smo govorili s soustanoviteljem in tehničnim direktorjem podjetja Andražem Torijem.

➤ **Andraž, ko sta z Boštjanom Špetičem ustanovila podjetje, je bil vajin prvi projekt Odprti kop za slovensko nacionalno televizijo. Sta že takoj v začetku razmišljala o nastopu na mednarodnem tržišču?**

Ja, zaradi majhnosti trga je bila tujina vedno nujnost, le pristop bi bil verjetno precej drugačen. Obrnilo pa se je precej drugače, kot sva načrtovala, in tudi precej hitreje.

➤ **Kot sem na zdaj že skoraj tradicionalnih polletnih dogodkih poslušal vaša predavanja, sem dobil občutek, da vas je vaše sodelovanje**

**pri natečaju Seed camp v Londonu preusmerilo v tujino?**

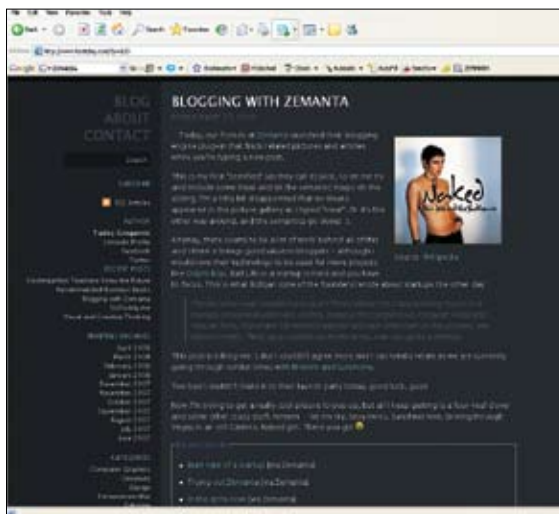
Ne, London nas je samo hitreje preusmeril, kajti načrt je bil, da se najprej uveljavimo v Sloveniji in se preusmerimo šele kasneje, najprej v sosednje države in potem navzven, na zahod. Ta prehod bi zagotovo potekal počasneje, če ne bi bilo Seed campa, ki nam je omogočil, da smo veliko prej preklopili na tujino. Že od začetka pa sva se z Boštjanom zavedala, da imava zanimivo tehnologijo, ki se jo splača prenesti na tuji trg. »Teren« sva že pred Londonom pripravljala po konferencah, z mislijo na to, da bi morda tehnologijo Odprti kop prodala kakšni tuji nacionalni televiziji ali podobno. Idejo sva zatorej imela že na samem začetku, res pa je, da bi jo brez vseh teh dosežkov oživila precej, precej počasneje.

➤ **Vajin prvi izdelek je bil vezan v največji meri na televizijske hiše, sedanj pa je prvenstveno usmerjen v blogersko sceno – ste se sami usmerili ali vas je preusmeril London?**

Na koncu se vedno moraš odločiti za en trg. Trg za velike korporacije je zelo počasen, tog, cikli obračanja so dolgi in težko je prodati nekaj novega. Zato smo se odločili, da si bomo ime ustvarili preko blogerske scene. Od tu naprej so vrata odprta prav za stranke, kot so velike medijske hiše oziroma široke platforme, ki gostijo vsebine ipd. In to je še nadalje naš načrt, le sam način prihoda na trg se je zamenjal, ker se je izkazalo, da za neko tako inovativno zadevo potrebuješ ljudi, ki so jo pripravljene vzeti že danes in jo takoj začeti uporabljati, ne pa



Spletne strani Zemante



... in odzivi v tujini



Prvi javni ogledi