

Velike emocije. Mali ljudi. Mirniji dani.

Stručne roditeljske smjernice prilagođene vašem djetetu, obitelji i važnim svakodnevnim trenucima. Praktičan plan, korak po korak.

SEED ULAGANJE · 9. LISTOPADA 2026.

350.000 € / 18 mjeseci

Namijenjeno roditeljima djece od 2 do 17 godina. Početna beta: djeca od 3 do 7 godina u Hrvatskoj.



Podrška koja se uklapa u obiteljsku svakodnevicu.

Kada dijete preplave emocije, roditelju treba jasan sljedeći korak. Opći savjeti često ostavljaju najteži dio obitelji: kako ih primijeniti u vlastitoj situaciji.

01 **Previše informacija**

Tražilice, društvene mreže i AI mogu nuditi proturječne savjete upravo kada roditelji imaju najmanje energije da ih procijene.

02 **Trenutak ne može čekati**

Stručna podrška je važna. Svakodnevni izazovi događaju se i između termina, u trgovini, pri izlasku iz vrtića i prije spavanja.

03 **Isti savjet ne odgovara svima**

Temperament djeteta, obiteljski odnosi i roditeljski stil utječu na to što će biti korisno.

Zašto sada?

Tri promjene otvaraju prostor za praktičnu i dostupnu podršku roditeljima.

01 **Digitalno je već dio obiteljskog života**

Roditelji aplikacijama upravljaju zdravljem, učenjem i rutinama. Podrška roditeljstvu može postati dio te svakodnevice.

02 **Personalizacija može biti konkretna**

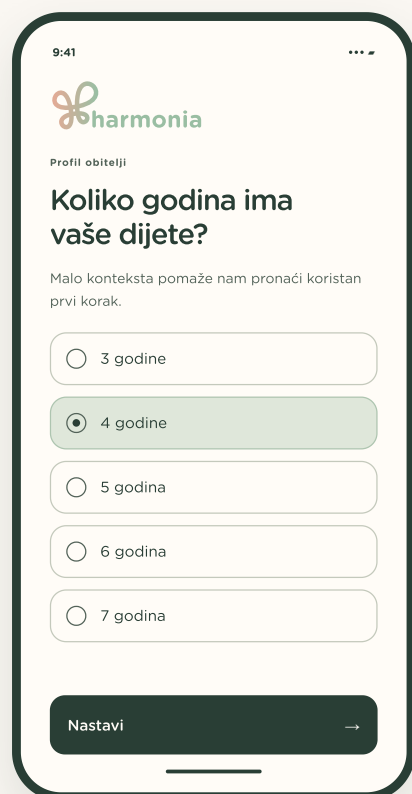
Stručna pravila mogu voditi izbor preporuke, dok AI prilagođava jezik obiteljskom kontekstu.

03 **Emocionalna otpornost počinje i kod kuće**

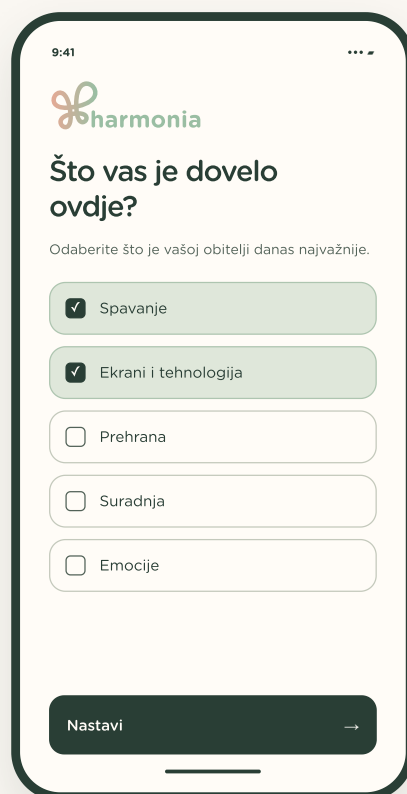
Harmonia se oslanja na iskustvo radionica i usmjerenost na emocionalni razvoj djece.

Plan prilagođen vašoj obitelji.

Strukturirani obiteljski profil povezuje potrebe djeteta, roditeljski stil i svakodnevne izazove. Stručna pravila određuju prioritete, a desetodnevni plan pomaže obitelji usmjeriti se na jedan cilj.



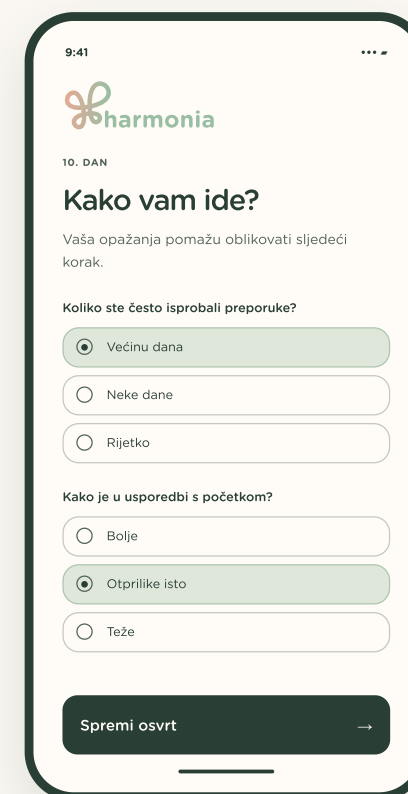
01 / Upoznajmo obitelj



02 / Razumijmo situaciju



03 / Isprobajmo konkretan korak



04 / Primijetimo promjenu

Koncept proizvoda · ilustrativni prikazi

Od profila do korisnog koraka.

01 Upoznajmo obitelj

Oko 20 početnih pitanja o djetetu, obitelji i roditeljskom stilu postavlja polazište. Dob, temperament, okidači i ciljevi oblikuju profil.

02 Razumijmo situaciju

Roditelji odabiru situaciju i odgovaraju na ciljane potpitanja. Stručna pravila povezuju izazov s obiteljskim profilom.

03 Isprobajmo konkretan korak

Jasne smjernice pokazuju što reći i učiniti. Odabrane su iz stručno oblikovane baze znanja.

04 Primijetimo promjenu

Desetodnevni plan bilježi što je pomoglo, što nije, kada i s kim. Opažanja roditelja pomažu prilagoditi sljedeću preporuku.

Podrška tijekom cijelog dana.

Proaktivni podsjetnici prate obiteljske rutine. Roditelji biraju kada žele čuti Harmoniju.

07:30 / Jutro

Mirniji početak, prije nego što počne žurba.

„Jučer je jutro bilo teško. Pokušajte pripremiti dva izbora prije doručka.”

17:00 / Igra i granice

Postavi granicu, pa razmisli kako je prošlo.

„Kako je danas prošlo kada ste zadržali granicu tijekom igre?”

15:45 / Prijelazi

Mala priprema za veliku promjenu.

„Za 15 minuta je izlazak iz vrtića. Pokušajte odbrojavanje koje je pomoglo prošli utorak.”

20:00 / Spavanje

Prepoznavaj obrazac. Prilagodi rutinu.

„Je li večeras bilo mirnije? Zabilježimo što je bilo drukčije.”

Nakon propuštenih javljanja aplikacija može pitati treba li promijeniti plan ili vrijeme podsjetnika. Izostanak odgovora ne znači da je strategija djelovala. Ilustrativan primjer, nije izjava korisnika.

Pomoć u najzahtjevnijim trenucima.

„Crveni gumb” nudi kratke, stručno pregledane korake za poznate i stresne roditeljske situacije. Malo korisnih smjernica kada je pažnja ograničena.

- Biblioteka smjernica koje pregledava psihologinja
- Ciljani odgovor za 2-3 sekunde za poznate situacije
- Planiran pristup i bez interneta

Edukativna podrška roditeljstvu. Ozbiljne ili hitne situacije traže odgovarajuću stručnu pomoć.

HARMONIA · BRZA PODRŠKA

Najprije udahnite.

Jedan miran sljedeći korak.

1. Pobrinite se za sigurnost.
2. Govorite mirnim glasom.
3. Imenujte osjećaj.

Ilustrativni koncept proizvoda. Konkretna preporuka slijedi pregledana stručna pravila.

Jasnija slika za stručnjaka.

Strukturirani sažetak povezuje situacije, okidače, opažanja roditelja i isprobane strategije. Obitelj ga može podijeliti s pedijatrom ili psihologom.

01**Situacija i kontekst****02****Obrasci kroz vrijeme****03****Što smo pokušali****04****Što se promijenilo**

Planirana funkcionalnost. Roditelji odlučuju što žele podijeliti.

Preporuke koje prate obiteljsku svakodnevicu.

Interesi i poznata mjesta mogu pretvoriti opću ideju u aktivnost koju dijete želi isprobati. Neobvezni podaci o okolini pomažu prilagoditi prijedlog danu.

Omiljene životinje, priroda i igra vani · Voda, omiljeni park ili igralište · Vrijeme, pelud, kvaliteta zraka i UV · Neobvezna lokacija tijekom korištenja

Dijete koje voli pse može uživati u aktivnosti s temom pasa u poznatom parku. Loša kvaliteta zraka može biti razlog za prijedlog aktivnosti u zatvorenom. Plan razvoja. Neobvezni podaci, jasan pristanak i mogućnost ručnog odabira lokacije.

Stručno znanje u temelju svake preporuke.

Pravila koja oblikuje psihologinja usmjeravaju izbor ciljeva i strategija. AI prilagođava jezik i primjere situaciji obitelji.

01 Razumjeti obitelj

Strukturirana pitanja obuhvaćaju razvoj djeteta, obiteljske odnose, prioritete i mogućnosti roditelja.

02 Odabrati sljedeći korak

Sigurnosne provjere i stručna pravila odabiru dobno primjerene ciljeve i strategije iz pregledane biblioteke.

03 Učiti iz svakodnevice

Dnevni osvrti pomažu prilagoditi preporuke. Svakih deset dana plan se nastavlja, mijenja ili se preporučuje stručna podrška.

Proizvod je u razvoju. Interni simulirani slučajevi i neovisni stručni pregled prethode širem uključivanju obitelji.

Stručno iskustvo. Proizvod koji tek treba provjeriti.

10+ godina

rada s djecom i obiteljima

Tihana Starčević

100

obitelji planirano u pilotu aplikacije

Tri skupine: 20 + 30 + 50

Vlastita sredstva

beta planirana prije seed runde

Resursi tima i doprinosi partnera

Prema podacima tima, iskustvo obuhvaća SOS Dječje selo i KBC Osijek. Radionice su obuhvatile više od 100 djece; aplikacija će se provjeriti u planiranom pilotu s obiteljima.

Prvih 100 obitelji.

Beta je planirana prije runde, uz vlastite resurse tima i doprinose partnera. Seed ulaganje financira validaciju i prve akvizicijske kampanje.

Prvih 100 obitelji.

Do prosinca 2026.

Beta i interno testiranje

Provjeriti simulirane obiteljske situacije prema stručnim pravilima i pripremiti betu za prve obitelji.

Travanj – lipanj 2027.

50 obitelji i odluka

Treća skupina testira stvarno plaćanje nakon probnog razdoblja. Kampanje počinju u svibnju. Rezultati svih 100 obitelji usmjeravaju odluku u lipnju.

Siječanj – travanj 2027.

20 + 30 obitelji

Prve dvije skupine provjeravaju smjernice i ponovljeno korištenje bez naplate. Treća skupina počinje u četvrtom mjesecu.

Svibanj 2027. – lipanj 2028.

Akvizicija i testiranje tržišta

Akvizicija počinje u svibnju, paralelno s pilotom. Svibanj–srpanj služe učenju; od kolovoza slijedi optimizirani pristup. Interes u DACH-u testira se od rujna do prosinca, a aplikacija u DACH-u te UK-u i Irskoj u prvoj polovici 2028.

Što trebamo dokazati u prvih 18 mjeseci

Validacijski ciljevi tima, ne ostvareni rezultati. M1-M18: siječanj 2027. – lipanj 2028. Ciljevi vrijede za skupine s dovoljno dugim praćenjem; ostvarivost treba provjeriti.

Pokazatelj	Do M12	Do M18
Trial → dvije naplate	≥20 % pokrenutih mjesečnih trialova	≥25 % pokrenutih mjesečnih trialova
Prva naplata / prva mjesečna obnova	≥35 % trialova / ≥60 % prvih platitelja	≥40 % trialova / ≥65 % prvih platitelja
Kumulativno plaćeno zadržavanje	Prikaz prve tri obnove	≥40 % nakon 3.; ≥25 % nakon 6. obnove
Korisnost prema procjeni roditelja	≥70 % ocjena 4-5/5; ≥70 % odziva	Isti cilj; uključiti obitelji koje otkazuju
Smisleno korištenje prije obnove	Utvrditi početnu razinu	≥50 % obnovitelja aktivno u prethodnih 15 dana
Povrati prvih naplata unutar 30 dana	Pratiti broj i razloge	≤3 %; iznad 5 % istražiti uzroke
HR kanalni CAC / izmjeren povrat troška	≤25 € kao međukorak učenja	Oko 18 € ili niži; povrat unutar 9 mjeseci
Aktivni platitelji i MRR	Mjesečno nove, obnovljene i izgubljene pretplate; MRR	Oko 1.200 aktivnih platitelja; provjera mjesečnim modelom

Financijski osnovni scenarij zadržava konzervativnu pretpostavku konverzije od 10 %. Operativni ciljevi od 35-40 % ne povećavaju automatski prognozu prihoda. Postojeću ambiciju od 1.201 platitelja i dalje treba provjeriti mjesečnim skupinama.

Kako čitati dokaze u opt-out pretplati

Nazivnik triala

Svi pokrenuti mjesečni trialovi s odobrenom budućom naplatom, uključujući rano otkazane. Besplatne pilot skupine 20 + 30 su isključene.

Kumulativno zadržavanje

Treća obnova = četvrta naplata. Nazivnik ostaje izvorna skupina prvih platitelja s dovoljno praćenja. Godišnje planove i reaktivacije prikazati zasebno.

Transparentan opt-out

Kartica pri ulasku; trial od 20 dana; podsjetnik tri dana prije naplate; jednostavno otkazivanje. Automatske naplate same ne dokazuju zadovoljstvo.

Ciljeve je odabrao tim uz kontekst istraživanja pretplata. Populacije u izvorima razlikuju se; nijedan nije poseban benchmark za AI roditeljstvo u Hrvatskoj. Ostvarivost će pokazati stvarne skupine Harmonie. Definicije, veličine skupina i financijski kontekst ↗

Vrijeme naplate

Prva naplata ≈D20; prva obnova ≈D50. Dvije naplate očitati 14 dana kasnije (≈D64–65), bez povrata na taj datum. Naknadne povrate ažurirati; vrijede stvarna dospijeća.

Stvarno korištenje i korist

Primjena plana ili sadržajna dnevna provjera u prethodnih 15 dana. Prikazati i aktivnost svih platitelja. Anketa na D20 i nakon prvog plaćenog mjeseca; uključiti odustale i broj odgovora.

Izmjeren povrat troška

Pripadajuću akviziciju pokriti stvarnim doprinosom skupine nakon poreza, naknada, povrata, AI-ja, infrastrukture, varijabilne podrške i troškova triala. Uključiti odustajanje.

Dokazi se grade kroz tri faze

M1-M6 · Pilot

100 obitelji (20 + 30 + 50), D20 ≥ 40 % te postojeće stručne i sigurnosne provjere. Platna skupina od 50 obitelji daje rani signal; nema novog platnog praga koji automatski ruši pilot.

M7-M12 · Ponovljivost

Cilj ≥ 100 prvih platitelja kroz tri uzastopne mjesečne skupine; ocjenjivati samo dospjele obnove. Akvizicija počinje u M5, učenje traje M5-M7, optimizirani HR od M8. Razgovori o financiranju u M11 koriste tada raspoložive dokaze.

M13-M18 · Zadržavanje i ekonomika

Cilj ≥ 200 prvih platitelja praćenih do treće obnove kroz ≥ 3 skupine te ≥ 100 s dovoljno vremena za šestu. To su praktični ciljevi prikupljanja podataka, ne statistička jamstva. DACH i UK/Irska prikazuju se zasebno.

Glavna mjera korištenja u pilotu ostaje ≥ 40 % aktivnih 20. dana. Postojeći prag aktivacije ≥ 60 % znači dolazak do prve dnevne provjere, a ne dokaz koristi. Odvojeno pratiti profil, primljeni plan, dnevnu provjeru, pokušaj primjene i prijavljenu korisnost, uključujući vrijeme do događaja u prvih sedam dana. Provjeriti povezanost s D20 i obnovom; nema novog praga od 48 sati.

Mjesečni pretplatnički prihod

MRR proizlazi iz aktivnih pretplata; godišnje iznose rasporediti na 12 mjeseci te označiti poreze i popuste. Primitke prikazati zasebno. Jednokratni paketi, B2B projekti i konzultacije nisu MRR.

Ekonomika potvrđena podacima

Kanalni CAC od 25 € je međukorak učenja, ne dokaz profitabilnosti. Oko 18 € i izmjeren povrat unutar devet mjeseci moraju poduprijeti zadržavanje i troškovi; ne dokazuju profitabilnost cijelog poslovanja ni LTV/CAC od 3x.

Prvo Hrvatska. S međunarodnom ambicijom.

Počinjemo s hrvatskim obiteljima s djecom od 3 do 7 godina. Plan povezuje broj djece s kućanstvima: jedna pretplata po obitelji.

~175.000

djece u dobi 3-7 godina

Procjena poslovnog plana

~140.000

ciljanih kućanstava u Hrvatskoj

Broj djece × faktor kućanstva 0,80

1

pretplata po obitelji

Braća i sestre dijele obiteljski plan

Planski izračuni tima. Pretpostavke o kućanstvima i širim tržištima obrazložene su u investitorskoj analizi.

Kontekst globalnog tržišta · USD

1,94 mlrd. \$

procjena tržišta za 2025.

6,02 mlrd. \$

projekcija za 2035.

12,0 %

godišnja stopa rasta prema izdavaču

Roots Analysis, Parenting Apps Market, pristupljeno 2. listopada 2026. Široka kategorija uključuje trudnoću, praćenje razvoja beba i zajedničku organizaciju roditeljstva. Ne predstavlja izravno dostupno tržište Harmonie ni dokaz ostvarivog tržišnog udjela.

Obitelji za koje gradimo.

01 **Prvo: dob 3-7**

Velike emocije, granice, spavanje, vrtićki prijelazi i polazak u školu.

02 **Kasnije: dob 7-12**

Motivacija, ekrani, prijateljstva, samopouzdanje i emocije.

03 **Kasnije: dob 13-17**

Samostalnost, komunikacija, povjerenje i podrška mentalnom zdravlju primjerena dobi.

Početna marketinška persona su digitalno aktivne majke od 25 do 45 godina. Proizvod je namijenjen roditeljima i skrbnicima; ustanove su kasniji kanal distribucije.

Detaljan obiteljski profil. Podrška koja se prilagođava.

Harmonia u strukturiranom profilu povezuje razvoj djeteta, obiteljske odnose i roditeljski stil. Stručna pravila i dnevni osvrti oblikuju kontinuirani plan, a AI prilagođava svakodnevne smjernice.

Proizvod	Pristup	Ograničenje modela	Planirana prednost Harmonie
Good Inside	Stručna metoda dr. Becky, biblioteka sadržaja, roditeljska zajednica i GiGi AI razgovor s glasovnim unosom.	Savjet u razgovoru polazi od roditeljeva pitanja i konteksta koji navede.	Dubinski obiteljski profil: strukturirani odgovori o djetetu, obiteljskoj dinamici i roditeljskom stilu usmjeravaju kontinuirani plan.
Joy	AI temeljen na stručnom znanju i pristup certificiranim roditeljskim savjetnicima 24/7.	Razgovor sa savjetnikom zahtijeva njegovo vrijeme; kapacitet usluge mora pratiti potražnju.	Podrška kroz softver: stručna pravila vode svakodnevne planove. Početni fokus je dob 3–7, uz planirano kasnije proširenje.
MissPoppins	Platforma za individualne termine i pakete savjetovanja, dostupna i kroz programe poslodavaca.	Svaki rezervirani termin zahtijeva vrijeme i dostupnost savjetnika.	Svakodnevni plan: desetodnevni ciklusi, kratke provjere i upućivanje kada je potrebna stručna podrška.
Harmonia	Planirani obiteljski profil, dnevna provjera i odluka svakih deset dana: nastaviti, prilagoditi ili uputiti. Planirana HR cijena: 8,99 €/mj.	Beta je u razvoju. Korisnost, zadržavanje i trošak isporuke provjeravaju se u pilotu.	Kontinuirani proces: strukturirani početni profil, stručna pravila odlučivanja i obiteljske povratne informacije povezani u softverski plan.

Opisi konkurenata temelje se na službenim izvorima provjerenima 9. listopada 2026. Ograničenja su naša procjena objavljenih modela usluge. Funkcionalnosti i prednosti Harmonie planirane su i provjeravat će se u pilotu.

Pretplata za obitelji i mogućnosti suradnje.

Planirana cijena za Hrvatsku i regiju iznosi 8,99 € mjesečno. Probno razdoblje od 20 dana obuhvaća dva desetodnevna plana, jasne uvjete obnove, podsjetnik tri dana prije naplate i jednostavno otkazivanje.

Hrvatska i regija

DACH i tržišta na engleskom jeziku

8,99 €

19 €

mjesečno · uključuje pretpostavljeni hrvatski PDV

mjesečno · planirana testna cijena

B2C pretplate

Mjesečni i godišnji premium planovi. Godišnje cijene još treba provjeriti.

Podrška zaposlenicima

Pogodnost za zaposlenike koji su roditelji.

Ustanove

Licencirani pristup kroz vrtiće, škole i klinike.

Programi i savjetovanja

Tematski sadržaji i individualne videokonzultacije.

Provjeriti lokalno. Širiti se na temelju rezultata.

2027.-2028.

Hrvatska i regija

Validacija s hrvatskim obiteljima. Akvizicija od svibnja 2027.; optimizacija nakon početnog učenja i odluke u lipnju.

Prva polovica 2028.

Usporediti DACH s UK-om i Irskom

7.000 € za DACH test i 2.500 € za manji test UK-a i Irske. Mjeriti trošak akvizicije, konverziju i zadržavanje.

2030.

Ulazak gdje ga testovi opravdaju

Širenje na engleskom u osnovnom scenariju te ulazak na tržišta koja zadovolje prag konverzije i referentni CAC DACH-a.

Daljnje širenje ovisi o izmjerenoj potražnji, ekonomici akvizicije i financiranju. Paralelni testovi 2029. izvan su aktualnog seed razdoblja.

Rujan – prosinac 2027.

Austrija i Njemačka: test interesa

1.500 € za njemačku odredišnu stranicu i listu čekanja. Pozitivan signal prethodi lokalizaciji na njemački za 6.500 €.

2029.

Širiti tržište s boljim rezultatima

DACH je osnovni scenarij; UK i Irska mogu dobiti prednost ako rezultati budu bolji. Paralelni testovi na engleskom obuhvaćaju nordijske zemlje, Nizozemsku, Singapur i UAE.

Od 2032.

Japan i Južna Koreja

Ulazak traži zaseban budžet lokalizacije i lokalnog partnera.

Aktualni plan rasta za 18 mjeseci

17.645

ciljanih novih registracija

107.350 €

marketing, uključujući
fractional CMO i društvene
mreže

35.650 €

plaćeni mediji: regija te
DACH, UK i Irska

10,41 %

planirana konverzija
registracija u plaćanje

Kampanje počinju u svibnju 2027. Prva tri mjeseca služe učenju. Ciljevi: 7.750 registracija u 2027. i 9.895 u prvoj polovici 2028. Rana DACH lista čekanja ne računa se kao registracija u aplikaciji.

Kanali koji grade povjerenje

Vrtići, pedijatri, psiholozi, partnerske udruge, poslodavci, digitalni kanali i influenceri. Veći partnerski trošak slijedi nakon provjere oglasa i konverzije.

Prvo učenje. Zatim učinkovitija akvizicija.

Plan predviđa skuplji početak: hrvatski CAC u početnoj fazi iznosi 37 € po platitelju kroz sve kanale, a kasnije cilja oko 17,92 €. Testovi DACH-a te UK-a i Irske mjere potražnju i trošak akvizicije.

Prosječno trajanje plaćene pretplate	Doprinosni LTV · Hrvatska	Ilustrativni LTV / CAC
4	20 €	1,12×
8	40 €	2,25×
12	60 €	3,37×

Uz cijenu 8,99 €, pretpostavljeni PDV od 25 % i doprinosnu maržu od 70 %, četiri plaćena mjeseca daju LTV od 20,14 €. U odnosu na hrvatski kanalski CAC od 17,92 € to je 1,12×. Riječ je o planskim pretpostavkama.

Hrvatski omjer odnosi se na optimiziranu regionalnu akviziciju. Kanalski CAC ne uključuje zaposlenike, fractional CMO ni vrijeme osnivača. Analiza razdvaja početnu fazu, testove širenja i cijelo seed razdoblje.

Pozitivan omjer u jednoj fazi kampanje ne dokazuje profitabilnost tvrtke. Zadržavanje, konverziju i puni trošak akvizicije treba izmjeriti na stvarnim skupinama korisnika.

Tri faze akvizicije, različita očekivanja

Početna hrvatska faza: LTV/CAC od 0,54× prema izvoru. Kasnija hrvatska faza: 1,12× uz dosljednu hrvatsku cijenu. DACH te UK i Irska: oko 0,2×. Testovi služe prikupljanju dokaza prije većih ulaganja.

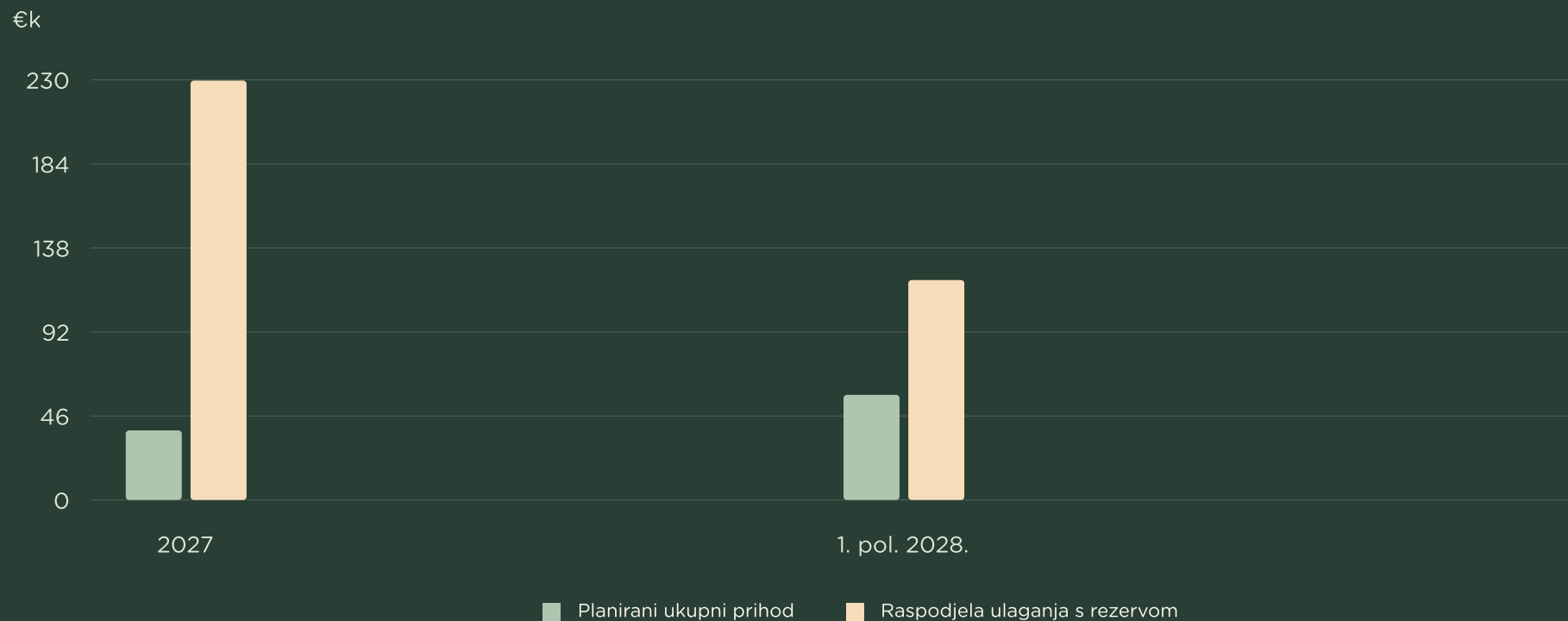
1.201: ciljanih premium pretplatnika · lipanj 2028. · 95.635 €: planiranih ukupnih prihoda · 18 mjeseci · 350.000 €: traženo seed ulaganje

Prihod uključuje 78.893 € od pretplata i 16.742 € od ostalih usluga. Svi iznosi su projekcije poslovnog plana.

Planski ciljevi tima

Seed plan od 350.000 €

Aktualni plan cilja 17.645 registracija, 1.201 premium pretplatnika u lipnju 2028. i 95.635 € prihoda tijekom 18 mjeseci.



Prihod uključuje 78.893 € od pretplata i 16.742 € od ostalih usluga. Svi iznosi su projekcije poslovnog plana.

Brojke i definicije poslovnog plana

Razdoblje	Nove registracije	Premium na kraju razdoblja	Pretplate	Ostale usluge	Ukupni prihod
2027	7.750	775	33.443 €	4.650 €	38.093 €
1. pol. 2028.	9.895	1.201	45.450 €	12.092 €	57.542 €

Ciljevi slijede poslovni plan. Izračuni pretplatnika i prihoda koriste pretpostavke na razini razdoblja. Investitorska analiza objašnjava mjesečni raspored naplate koji još treba uskladiti.

Raspodjela seed kapitala kroz vrijeme

Tromjesečje	Raspodjela s rezervom	Rezerva	Trošak bez rezerve
Q1 2027	52.482 €	1.580 €	50.903 €
Q2 2027	58.649 €	1.580 €	57.069 €
Q3 2027	55.076 €	1.580 €	53.496 €
Q4 2027	63.392 €	1.580 €	61.813 €
Q1 2028	59.551 €	1.580 €	57.972 €
Q2 2028	60.849 €	1.580 €	59.270 €

Raspodjela uključuje rezervu od 9.478 € za odobrene nepredviđene potrebe. Rezerva nije redovni operativni trošak.

Kapital i vremenski plan

Seed pokriva siječanj 2027. – lipanj 2028. Razgovori o sljedećem financiranju planirani su od studenoga 2027. Moguća growth runda od 1 mil. € za 2029. zasebna je i nije uključena u raspoloživi seed kapital.

350.000 € za validaciju i prve obitelji

Namjena	€	%
Osnivačice	143.172 €	40,9%
Razvoj proizvoda, lokalizacija i serveri	61.500 €	17,6%
Marketing i akvizicija, uključujući fractional CMO	107.350 €	30,7%
Provjera kvalitete	5.000 €	1,4%
Pravni troškovi i privatnost	10.200 €	2,9%
Operativa i troškovi zatvaranja runde	13.300 €	3,8%
Neraspoređena rezerva	9.478 €	2,7%

Raspodjela prema poslovnom planu Harmonie. Samofinancirana beta prethodi ovom budžetu; konačni iznos prethodnih doprinosa još se usklađuje.

Što financira runda

Osnivačice: 143.172 € za dvije osnivačice s punim angažmanom kroz 18 mjeseci, uključujući planiranu naknadu za prehranu.

Marketing i akvizicija, uključujući fractional CMO: 107.350 €: fractional CMO 23.400 €, stručnjak za akviziciju 27.000 €, društvene mreže 7.200 €, HR oglasi 24.650 €, DACH te UK/Irska testovi 11.000 € i prateći kanali 14.100 €.

Pravni troškovi i privatnost: Privatnost, uvjeti pretplate, ugovori, intelektualno vlasništvo i dokumentacija društva.

Neraspoređena rezerva: 9.478 €, odnosno 2,7 % runde. Novi tržišni testovi i lokalizacija smanjuju prethodnu rezervu za 3.550 €. Ukupno ulaganje ostaje 350.000 €.

Razvoj proizvoda, lokalizacija i serveri: 45.000 € za ulogu Full stack dev & AI expert s 50 % angažmana, 4.000 € za englesku i 6.500 € za njemačku lokalizaciju nakon pozitivnog signala potražnje te 6.000 € za servere. Ivan vodi tehnologiju.

Provjera kvalitete: Neovisni pregled, podrška pilotu, supervizija i analiza programa sa 100 obitelji.

Operativa i troškovi zatvaranja runde: Računovodstvo, alati, putovanja, bankovne naknade i troškovi zatvaranja runde.

Tim koji povezuje struku, tehnologiju i roditeljstvo.

SŠR

Sven Špehar Rajević

CEO · Suosnivačica

Ekonomistica s više od 20 godina iskustva u poslovnom razvoju, marketingu i projektima, uključujući osam godina u IT-u, pretežno SaaS-u. Vodila je pilot radionice emocionalne otpornosti Harmonia za više od 100 djece. Majka jednog djeteta. Licencirana trenerica programa Relax Kids.

TS

Tihana Starčević

Voditeljica stručnog sadržaja · Suosnivačica

Psihologinja s više od 10 godina rada s djecom i obiteljima, uključujući SOS Dječje selo i KBC Osijek. Educira se za KBT psihoterapeutkinju; autorica priručnika Koraci kroz oluju. Majka jednog djeteta i pomajka troje djece.

IL

Ivan Lozančić

CTO

Suosnivač i direktor Gaussa: više od 60 inženjera, klijenti u 20 zemalja te platforme Gauss Box i ORKA ERP. Priznanje Deloitte Technology Fast 50 CE. Vlasnik privatne gimnazije Gaudeamus. Vodi razvoj i AI arhitekturu. Tehnološko vodstvo odvojeno je od budžetiranog svakodnevnog razvoja. Otac troje djece.

Uloge i biografije prema podacima tima Harmonia. Uloga Full stack dev & AI expert preuzet će sve dorade bete, uključujući ispravke grešaka i AI integraciju, pod Ivanovim tehničkim vodstvom.

Savjetnici

01 **Krešimir Vrhovčak**

Više od 20 godina poslovne analize, razvoja softvera i vođenja timova. Arhitekt softverskih rješenja s iskustvom pripreme i vođenja istraživačko-razvojnih projekata.

02 **Ante Magzan**

Osnivač tvrtke Afekt; suosnivač Iskona, T-portala, MAXtv-a i HUB385. Mentor u Nuqleusu.

Vlastita sredstva

beta planirana prije seed runde
Resursi tima i doprinosi partnera

Prema podacima tima, iskustvo obuhvaća SOS Dječje selo i KBC Osijek. Radionice su obuhvatile više od 100 djece; aplikacija će se provjeriti u planiranom pilotu s obiteljima.

Povjerenje je dio proizvoda.

Pregledane smjernice

Stručno pripremljen sadržaj, neovisna provjera scenarija i jasne granice za nepoznate ili ozbiljne situacije.

Kontrola roditelja

Neobvezni kontekst i podsjetnici. Roditelji mogu ispraviti profil i odlučiti što dijele.

Zahtjevi za proizvod i lansiranje, a ne tvrdnja o certificiranoj usklađenosti ili dokazanoj kliničkoj učinkovitosti.

Samo potrebni podaci

Smanjiti identifikacijske podatke koji dolaze do AI-ja. Definirati pristup, čuvanje i brisanje obiteljskih zapisa.

Dokazi prije tvrdnji

Provjeriti korisnost i sigurnost te stvarne obveze privatnosti i regulative prije lansiranja.

Pridružite nam se u stvaranju podrške za obitelji.

Tražimo 350.000 € za program od 18 mjeseci: provjeriti smjernice sa 100 obitelji, uspostaviti regionalnu akviziciju i usporediti potražnju u Austriji, Njemačkoj, UK-u i Irskoj.

350.000 €

100

Planirane obitelji u pilotu

9.478 €

Neraspoređena rezerva

18 mjeseci

Siječanj 2027. – lipanj 2028.

Ciljani iznos financiranja preuzet je iz aktualnog poslovnog plana. Vlasnički udio i uvjeti valuacije dogovorit će se s investicijskim partnerom.

info@harmoniaworld.net

harmonia.orka.solutions

Izvori i planska osnova

Financijske projekcije i budžeti temelje se na poslovnom planu Harmonie. Strategiju proizvoda i biografije tima dostavile su osnivačice.

[Good Inside · službeni proizvod ↗](#)

[Joy · službena stranica aplikacije ↗](#)

[MissPoppins · službeni proizvod ↗](#)

[DZS · Prirodno kretanje stanovništva 2024. ↗](#)

[Roots Analysis · tržište aplikacija za roditelje 2035. ↗](#)

[Apple · uvodne ponude ↗](#)

[Apple · Small Business Program ↗](#)

Financijski iznosi su projekcije. Investitorska analiza objašnjava pretpostavke i metode izračuna. Ilustracije proizvoda prikazuju planirano korisničko iskustvo.

Prezentacija i investitorska analiza koriste iste financijske pretpostavke. Prikazi proizvoda ilustriraju planirano korisničko iskustvo. Detaljna analiza: harmonia.orka.solutions/hr/investor/.