GURU NAMIG

Guru namig za lažji izbor vsebin

Nabor medijskih vsebin, kot so filmi, oddaje, tisk in glasba, se z razmahom televizijske in internetne ponudbe vsak dan širi. Uporabniki imajo tako nemalo težav, ko želijo izbrati le vsebino, ki ustreza njihovemu okusu in potrebam. Da bi bila odločitev lažja (pa tudi zato, da bi ponudniki svoje uporabnike lažje razporedili v ciljne skupine), so razvili tako imenovane priporočilne sisteme. Z njimi se v Sloveniji ukvarja podjetje Guru namig, ki deluje znotraj zasavskega podjetniškega inkubatorja.

Marko Pušnik

Kot pripoveduje Marko Pušnik, prokurist podjetja Guru namig, več slovenskih podjetij že uporablja priporočilne sisteme, ki pa so omejeni le na njihove lastne izdelke, največkrat zaradi pospeševanja prodaje. Zelo poznani so priporočilni sistemi raznih spletnih knjigarn in drugih trgovin, ki beležijo statistiko in zgodovino ogledov uporabnikov ter jim na podlagi tega svetujejo ponudbo, ki bi jim utegnila biti všeč, ker so se zanjo odločili drugi uporabniki s podobno statistiko in zgodovino ogledov.

»Naše podjetje,« pravi Pušnik, »pa razvija priporočilne sisteme, ki združujejo več področij, več izdelkov in več partnerjev. Gre za nabor storitev, ki uporabnikom svetujejo pri uporabi medijskih vsebin glede na njihov okus, in to ne glede na to, kje se nahajajo in kakšne vsebine uporabljajo. Razvili smo sistem pod lastno blagovno znamko Guru Cue in ga v začetku septembra prek ponudbe podjetja BeeSmart predstavili na mednarodnem sejmu IBC v Amsterdamu. Zabeležili smo kar precej zanimanja. Naš namen je, da bi do konca leta pridobili partnerja, s katerim bi izdelek testirali v širšem obsegu. Ob tem bi rad dodal, da nismo omejeni le na medijske vsebine, temveč smo s partnerjem pripravljeni sodelovati na katerem koli področju. Nedavno smo sistem objavili tudi na naši spletni strani www.gurucue.com, kjer ga lahko preizkusijo uporabniki sami.«

Načinov, kako prepoznati uporabnikov okus, na katerem temeljijo priporočila, je več, zatrjuje Pušnik. »Okus uporabnika je pravzaprav povezan z zadovoljstvom pri ogledu medijskih vsebin in z analizo lastnosti teh vsebin. Pri vsakem novem uporabniku, ki se prijavi v sistem, s tehnikami umetne inteligence prepoznamo njegov začetni okus. Priporočilni sistem to potem spremlja in povezuje podatke iz različnih virov za različne medijske vsebine, sčasoma se tako kakovost svetovanja in raven zadovoljstva dvigujeta. Predvidevamo, da bomo pridobljene informacije o okusu uporabnika lahko tudi prenašali med različnimi medijskimi področji. To pomeni, da na podlagi tega, kakšne knjige na primer bere uporabnik, lahko sistem sklepa tudi o uporabnikovem okusu glede drugih vsebin, na primer filmov in glasbe.«

Podjetje, ustanovljeno novembra lani, sestavljajo računalniški programerji, strokovnjaki s področja informacijskih tehnologij, med njimi vodja laboratorija za umetno inteligenco akad. prof. dr. Ivan Bratko, in podjetni posamezniki, ki znajo idejo spraviti na trg. Direktor podjetja Edi Šuc ima že desetletne podjetniške izkušnje, Marko Pušnik, sicer diplomirani inženir elektrotehnike, pa je izurjen v vodenju projektov. To je počel že v podjetju, v katerem je bil do nedavnega zaposlen.

Na vprašanje, ali ga je na samostojno podjetniško pot pritegnila poslovna ideja ali želja po samostojnosti, odgovarja: »Mešanica obojega. Ideja mi je bila všeč, želel pa sem se tudi preizkusiti v svojem podjetju. To je lažje storiti v ekipi, ki jo sestavljamo v glavnem prijatelji, ki se med seboj poznamo še iz študentskih let ali pa s poznejših poslovnih poti. Seveda človek potrebuje za ta korak predvsem pogum in idejo. Prepričan sem, da potem pridejo tudi viri.«

Avtor: Tatjana Polanc Kolander

JAPTI Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije
mrežni inkubator v zasavju Hrastnik - Trbovlje - Zagorje
Republika Slovenija Ministrstvo za gospodarstvo

Sredstva za izvajanje nalog subjektov inovativnega okolja so dodeljena s strani Javne agencije Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije in s strani Ministrstva za gospodarstvo