

Praktiline ettevõtluskuu



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks

OSALEJA VIHIK

HAKKAME PEALE!



KUI SA EI ASTU ESIMEST SAMMU, POLE
LOOTUST KA EDU SAAVUTADA!

KAHETSEDA SAAB AINULT TEGEMATA JÄÄNUD ASJU...

KOOSTÖÖKOKKULEPPED

MINA,, luban, et kogu ettevõtluskuu jooksul:

1. Austan teisi, isegi siis, kui mul on asjast teine arvamus.
2. Osalen aktiivselt, annan endast alati parima.
3. Ma ei võistle! Ainuke, kellega end võrrelda, olen mina ise!
4. Kuulan teise grupiliikme jutu alati ära, ilma vahele segamata.
5. Ei alanda, naeruväärista ega häbista teisi - eristumine on väärtus!

6. Pean kinni kokkulepitud tähtaegadest.

.....
.....
....., kui ma tähtajaks lubatud valmis ei tee.

.....
Allkiri

I. ÕPPEPÄEVA MÄRKSONAD

ETTEVÕTLUS aitab mul:

1. Muutuda julgemaks ja enesekindlamaks
2. Saada tõeliseks asjatundjaks
3. Leida uusi tutvavaid ja sõpru
4. Saan raha teenida!
- 5.
- 6.
- 7.

ETTEVÕTJA isiksuseomadused:

1. Pikaajaline visioon - mul on plaan!
 2. Võimaluste nägemine ja motivatsioon
 3. Riski ja ebakindluse taluvus
 4. Koostööle orienteeritus
 5. Sisemine motivatsioon ja sära
 6. Lahendustele orienteeritus
- Järjepidevus ja meelekindlus - visadus viib sihile! Ma ei anna esimese ebaõnnstumise peale kohe alla!
7. Oskus riskida ja uuesti alustada - ma võin eksida, see teeb mind tugevamaks ja oskan järgmine kord paremini.
 8. Julgus - hakkame kohe tegutsema!

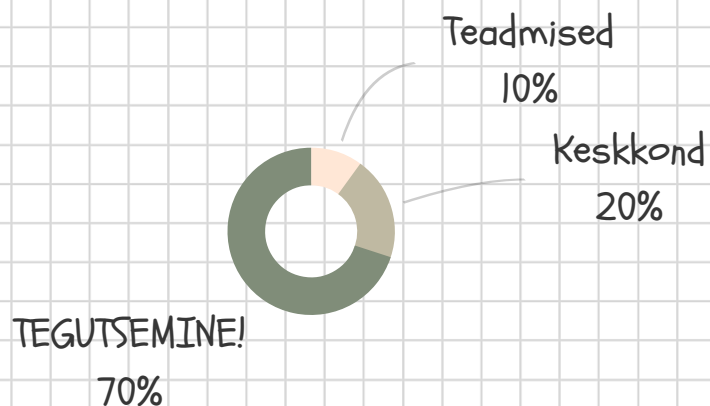
2. ettevõtluspäev, väike kordus ehk meelespea

ÄRIIDEEED...

Siiä võin kirjutada huvitavamad ideed, mis jäid arutelust meelde:

1. Klipitootja - Youtube reklaamija
2. IT-mees
3. Oskuste õpetaja - õpetan rulasõitu või mäesuusatamist
4. Koerajalutaja - jalutan koeri raha eest
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Aga mis on kõige olulisem, et see, mida teha soovid, saaks ka ellu viidud?




2. ettevõtluspäev, väike kordus ehk meelespea

ÄRIIDEEDE GRUPITÖÖ


Grupi suurus 3 - 4 inimest. Valige endale esitleja.

Ülesanne - minutit arutelu ja siis esitlus kuni
..... minutit.



1. Tööta välja mingi äriidee, mis lahendab mingi koduga seonduva probleemi.

2. Grupi esindaja kannab selle lühidalt ette



2. ettevõtluspäev, TÖÖLEHT nr. 2, valikülesanne

PÄEVIK
EHK TEGEVUSTE
MEELESPEA:



Teen oma toode
enamvähem valmis ja võtan
kooli kaasa!

???

VIIENDAKS KORRAKS TEEN:

???

???

KUUENDAKS KORRAKS TEEN:

Mõtlen välja 1 - 2 ideed
KODUteemalise toote jaoks

Mõtlen, mida kodus
leiduvat saaks nutikalt
taaskasutada

Küsin kodustelt nõu, äkki
tahavad nad kaasa lüüa?

Võtan kaasa materjalid
toote valmistamiseks

Tootemeeskond teeb
ühise koosoleku

Saadan juhendajale oma
idee hiljemalt
kell

???

KOLMANDAKS KORRAKS TEEN:

Tegelen oma toote
valmistamisega kas üksi
või grupiga, peaksin valmis
saama

Võtan kaasa toote ja
materjalid toote
valmistamise jätkamiseks

???

NELJANDAKS KORRAKS TEEN:

Viimistlen oma
toote lõpuni valmis ja
võtan kooli kaasa - me
hakkame fotosid tegema!

???

SEITSMENDAKS KORRAKS TEEN:

TOOTEIDEEDE GENEREERIMISE TÖÖLEHT

Mõttele välja ideid - kas üksi või moodustatud grupiga!

- Pane silmad kinni! Pane kirja 3 esimest koduga seotud ideed, mis pähe tuleb!

- Vanemad on öelnud, et kodus on puudu....

- Kõnni mõttes igas toas ringi, mis ideid pähe tuleb?

- Aga õue ja aiaga seotud ideed?

- Keldri-pööningu-garaažiga?

- KÖÖK!!!

- Pere lemmikloomadel oleks vaja?

- Iga ema rõõmustaks, kui tal oleks see?

- Minu toas võiks olla?

TOOTEIDEEDE GENEREERIMISE TÖÖLEHT

Töölehe järg...

Veel märksõnu : arstikapp, vaibad, voodipesu, mööbel,
valgustus, pliiatsihoidjad, ehituskaup, tähtpäevad,

Materjale, mida taaskasutada: purgid ja pudelid, plastanumad,
vanad riided, konservipurgid, kangad, rõivad, pappkarbid, cd-d
jne

Nüüd vali välja 1 - 2 ideed, mida tahaksid ja saaksid teha
ettevõtluskuu jooksul. Vaata, kas sul on selle jaoks enam
materjale olemas. Vaata ajaplaani ja mõtle, kui kaua sul/teil
aega läheks. Toode peab ka valmis saama!

Saada juhendajale e-mailiga 1 - 2 enda või grupi poolt
väljavalitud tooteideed kokkulepitud kuupäevaks! Kui
teete tööd grupiga, lisa kõikide grupiliikmete nimed!

2.ettevõtluspäev, TÖÖLEHT NR. 3 / 2. lk

IDEEDE GENEREERIMISE ABI

See pole võistlus, ole sina ise ja lase mõtte lendu!

- Mõttele, mis sind huvitab ja mis sulle meeldib ning vali tegevus vastavalt sellele.
- Uuri, ehk tahavad su perest keegi osaleda projektis, kindlasti on neil ideid ja oskusi, mida saad rakendada - ettevõtlus on ju meeskonnatöö!
- Toote tegemine ei tohiks võtta liiga kaua aega! Vali toode, mille võiksid valmistada umbes 2 - 5 tunniga.
- Toode peaks olema nii väike, et sa saaksid materjalid ja hiljem valmis toote töötubadesse kaasa võtta.
- Materjale varudes mõtle, kas saad mõnest vanast asjast mingi uue laheda asja teha - ehk materjale taaskasutada. Kempsupaberirullidest vana rulani või rehani, kasutada saab peaaegu kõike!
- Ja pea meeles - peamine on hea IDEE! Kasuta julgelt oma loovust ja ära unusta, et see idee tuleb sul ka ellu viia!
- Pole ideid! Pole probleemi - võid uurida ka teisi lihtsaid ja põnevaid taaskasutusideid näiteks siit:
<http://craftwerk.ee/tarbetusttarvilikuks/head-ideed>
- Või siit: <https://www.goodnet.org/articles/7-top-diy-websites-that-will-inspire-your-next-creation-list>
- Või tee omaale näiteks Pinteresti konto ja kasuta seda inspiratsiooniallika ja ideedetahvlina. www.pinterest.com

KUIDAS MA SEDA TEEN?

Toote valmistamisega seotud tegevuste planeerimine.

Täida see ära käsikäes PÄEVIKUGA, jälgi tähtaegu!
Too välja ise või koos oma meeskonnaga:

MIKS just see idee??

- Miks ma arvan, et seda toodet võiks kellelegi vaja minna?
- Mida see toode kellegi jaoks paremaks teeks?
- Kes ostaks minu toodet?
- Kas ma sain kuskilt ka inspiratsiooni?

KUIDAS ma seda teen?

- Kas mul on olemas vajalikud materjalid?
- Kust ma materjalid õigeaks ajaks saan?
- Kas mul on vaja raha ja kui palju?
- Kui keegi aitab, siis kas abilisel on piisavalt aega?
- Kui palju on mul aega?

MILLAL ma seda teen?

- Jagan töö etappideks. (vaata päevikut!)
- Millal on erinevate tööetappide tähtaajad? Jäta alati varu-aega ootamatusteks!
- Kui keegi aitab, siis tuleb anda ka talle täpne ülesanne, et ka tema etapp oleks õigeaegselt lõpetatud.
- Vaatan, et see töö- ja ajajaotus oleks ka loogiline.
- Mõtlen, kas mul on tegelikult aega see asi valmis teha?
Ära unusta oma tavalisi koolitöid ja kodutöid ning trenne ja huviringe.

HINNA KUJUNDAMISE TÖÖLEHT

Arvuta tootele hind - kas üksi või koos moodustatud grupiga!

Pane kirja kulud, mis kaasnesid tootega. Arvesta nii, et töötunni hinnaks paned 3 eurot.

Mitu tundi tegid tööd?tundi X 3 € =€

Mitu tundi tegi abiline?tundi X 3 € =€

Mitu tundi tegi abiline?tundi X 3 € =€

Materjalikulu?+.....+.....+.....+.....=.....€

Muu kulu?+.....+.....+.....+.....=.....€

Mis kulud veel?+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

.....+.....+.....+.....+.....=.....€

KOKKU:€

Jäta hinnastusleht alles! Seda läheb vaja!

S. ettevõtluspäev, TÖÖLEHT NR. 5

TEST

Järjesta iga punkti neli sõnakomplekti 4, 3, 2 ja 1-ga vastavalt, sellele kui hästi need sind iseloomustavad (4 sarnaneb sinuga kõige rohkem, 1 kõige vähem). Igat numbrit saad ühe punkti all kasutada vaid üks kord ja kõik numbrid tuleb ära kasutada.

1.
 - A. _____ tugev, rahulik, hoolikas
 - B. _____ tundeline, kaastundlik, lahke
 - C. _____ külm, tark, sõltumatu
 - D. _____ elav, teravmeelne, energiline
2.
 - A. _____ arukas, moraalne, töökas
 - B. _____ tundlik, siiras, hooliv
 - C. _____ loogiline, abstraktne, moraalne
 - D. _____ osav, mänglev naljahimuline
3.
 - A. _____ usaldusväärne, truud, kiindunud
 - B. _____ lähedust otsiv, isiklik, emotsionaalselt keerukas
 - C. _____ uudishimulik, meetodiline, mõtlik
 - D. _____ armastav, energiline, vapper
4.
 - A. _____ töökindel, organiseeritud, tõsine
 - B. _____ rahuarmastav, harmooniline, soe
 - C. _____ kannatamatu, perfektsionist, tormakas
 - D. _____ siin-ja-praegu, impulsiivne, aktiivne
5.
 - A. _____ järjekindel, struktuurile toetuv, kavakindel
 - B. _____ tähendusrikas, hingeline, inspireeritud
 - C. _____ analüüsiv, katsetav, modelleeriv
 - D. _____ mõjukas, veenev, heldekäeline
6.
 - A. _____ mõistlik, ustav, toetav
 - B. _____ poeetiline, musikaalne, artistlik
 - C. _____ teoretiseeriv, püüdlik, põhimõttekindel
 - D. _____ esinev, mänglev, loominguline
7.
 - A. _____ pühendunud, põhjalik, visa
 - B. _____ suhtlev, julgustav, hoolitsev
 - C. _____ informeeritud, arutlev, kahtlev
 - D. _____ energiline, kompetentne, häivatud
8.
 - A. _____ konservatiivne, säilitav, kaitsev
 - B. _____ inspireeriv, mõistev, tunnustav
 - C. _____ kujundav, leiutav, konstrueeriv
 - D. _____ soodustav, ergutav, aktiveeriv
9.
 - A. _____ hindav, austav, hoolitsev
 - B. _____ jagav, kokkukuuluv, väljendusrikas
 - C. _____ austav, stimuleeriv, läbirääkimisvõimeline
 - D. _____ armastab puudutust, rõõmu, üllatust
10.
 - A. _____ traditsiooniline, lojaalne, konservatiivne
 - B. _____ kuhuugi kuuluv, emotsionaalselt seotud, koostööaldis
 - C. _____ skeptiline, teisitimõtlev, õiglane
 - D. _____ vaba, sõltumatu, mässuline

VÄRVITESTI TULEMUSED

Arvuta punktid kokku!

A-tüüp

MELANHOOLIK

Sisseelav ja tundlik

Tugevad küljed:

- + stabiilne, pühendunud, põhjalik, vastutustundlik
- + hästi kohanev
- + korrast ja reeglitest lähtuv, konkreetne
- + sotsiaalne, usaldav, empaatiline
- + lojaalne

Edu takistavad tegurid:

- liigne tõsidus ja muretsemine
- jäikus, kamandamine
- perfektsionism
- eneseohverdamine, ülekoormatus
- kurvameelsus, ebakindlus, eneses kahtlemine, enesesüüdistamine

Kokkuvõte:

Kohaneja

Hoiab maailma liikumas. Hoiab traditsioone. Loob turvatunnet. Hoiab ja loob korda.

B-tüüp

KOLEERIK

Väljaelav ja tundlik

Tugevad küljed:

- + tundlik, intuiitiivne, sotsiaalne, toetav, harmooniat loov, koostööd loov
- + avatud, loov, üllatav, mittestandardne, sügav, vaimne, huvitatud, siiras, ehe
- + juhtiv, riskijulge, aus, enesekindel
- + tugev keskendumis- ehk sisselamisvõime (kui asi huvitab)

Edu takistavad tegurid:

- püsimatu
- tujukas, isepäine
- võib olla liiga jõuline
- ebapraktiline, laialivalguv

Kokkuvõte:

Otsustaja

Väga pühendunud, kui tegevus on oluline ja emotsioonidega seotud. Vaimustuv ja teisi nakatav. Inimeste inimene ja tugevate juhi opmadustega. Pakub toetust. Käitseb nõrgemaid.

C-tüüp

FLEGMAATIK

Sisseelav ja vähetundlik

Tugevad küljed:

- + stabiilne, järjepidev, põhjalik
- + rahulik
- + loogiline, realistlik, uuriv
- + kahtlev, objektiivne
- + iseseisev, sõltumatu

Edu takistavad tegurid:

- emotsioonivaene ja emotsioone vältiv
- külm, võib olla vaenulik ja ründav
- üleolev
- liigselt oma tarkusesse uskuv, perfektsionism teadmistes

Kokkuvõte:

Mõtteleja

Tunneb rõõmu uurimisest, tarkusest ja avastustest. Leidlik probleemide lahendaja. Eluterve kahtleja ja küsimuste esitaja. Suur süveneja, kui teema huvitab.

D-tüüp

SANGVIINIK

Väljaelav ja vähetundlik

Tugevad küljed:

- + energiline, aktiivne, jõuline, enesekindel, kiire, võiduhimuline, riskiv
- + mänguline
- + rahulolev, õnnelik, sõbralik, rõõmus,
- + praktiline
- + tegutseja
- + vabadust armastav, enda ja teiste sõltumatust hindav

Edu takistavad tegurid:

- impulsiivne, muutlik
- halb teiste inimeste taju
- võib olla pinnapealne, taktitundetu, hoolimatu


Kokkuvõte:

Tegutseja

Vajab ja algatab muutusi. Vajab tavaliselt ka füüsilise tegutsemise vabadust ja ruumi. Seisab enda ja teiste vabaduse eest. Lammutab piire. Loob optimismi ja liikumist.


TOOTEKIRJELDUSE TÖÖLEHT

TOOTJAD, ehk toote loojad panevad kirja toote omadused ja eripärad!



Loovad tootjad täidavad töölehe - panevad kirja toote plussid, eripärad ja omapärad. Jagavad oma lugu!


Nüüd ühine müügimeestega ning arutage omavahel



S. ettevõtluspäev, TÖÖLEHT NR. 7 / lk. 1

MÜÜGIARGUMENTIDE TÖÖLEHT

MÜÜJAD ehk müügigurud panevad siia kirja...



Kes on selle toote klient?

Mõttele looja info baasil, kes on veel potentsiaalne klient?


Kus ta liigub?

Mida ta loeb?

Mis on talle tähtis?

Milliste kanalite kaudu ta ostab?

Nüüd ühine tooteloojatega ning arutage omavahel



S. ettevõtluspäev, TÖÖLEHT NR. 7 / lk. 2

SPIKKER PITCH´I JAOKS

Aruta oma meeskonnaga pitchi jaoks olulisi mõtteid...

Mõelge välja pitch ehk „liftimüügi” esitlus.

Mis on „liftimüügi” esitlus?

„Liftimüügi” esitlus on lühike, 15-25 sekundit kestev esitlus, mille jaoks ei ole vaja lisaseadmeid. See on sorav ja veenev põhjendus, mille tulemusel peaks võimalikul investoril tekkima huvi sinu äriidee rahastamise vastu.

S nõuannet hea „liftimüügi” esitluse kohta:

Mõttele läbi toote või teenuse omadused, eriti aga unikaalne müügiargument.

Sõnasta unikaalne müügiargument ning liida see äriideega suupäraselt, huvitavalt, veenvalt ja tõepäraselt.

Kirjuta esitluse laused üles.

Harjuta, kuni esitlus tuleb n-ö une pealt sujuvalt ja hästi välja - nii, et üksikud löövad laused muutuksid sujuvaks kõneks.

Kõne peab olema lühike, st kestma 15-25 sekundit.

Ole alati valmis ning haara igast võimalusest oma äriideed investoritele tutvustada - kas liftis, lennujaamas, konverentsi lõunapausil või golfiklubis.

FOTOPÄEVA TÖÖLEHT

Mõned üldised soovitused tootefotode jaoks

Sinu tootefoto peaks näitama toodet võimalikult tõepäraselt. Hea foto toob toote head küljed ja eripära välja.

Pilt võiks olla selge ja pigem neutraalne. NEUTRAALNE taust sobib peaaegu alati!

Oluline on pildi kvaliteet - ebateraval või liiga kireval fotol ei paista toode hea välja.

Ära varasta teiste tootefotosid! Ära oma fotot liiga palju ilustada. Sel juhul võib juhtuda, et ostja ostab kauba, mida hiljem ei taha ja sina pead selle tagasi võtma! Ja raha tagasi maksma!

Kui sul on veebipood, siis uuri, millised on tehnilised nõudmised sinu pildile.

Mõttele, milline taust ja värvilahendus võiks kõige paremini sobida selles keskkonnas sinu kaupa esile tooma. Uuri teiste poodide pilte! Eriti nende poodide, kellele on palju müüke.

Tavaliselt piisab, kui teed tootest ühe pilkupüüdva üldpildi ja 3-4 pilti olulistest detailidest. Algul võib muidugi teha rohkem fotosid, et oleks, mille hulgast valida.

Samuti mõttele, kes on sinu ostja ja milline pilt võiks temas kutsuda esile õige emotsiooni.

Kogemuste kasvades võid lavastada ühe põnevamaid ja omapärasemaid tootefotosid!

FOTOPÄEVA TÖÖLEHT

Valguskasti tegemine tootefotode jaoks

Valguskasti valmistamine. Sul on vaja:

- pappkasti
- valget paberit või riidet
- kääre
- liimi
- suurt paberit taustaks
- lisaks kolme ühesuguse pirniga lampi

Tee nii:

Lõika kasti peale ja külgedele näiteks vaibanoaga hästi suured avad peaaegu servadeni.

Kleebi aukude ette läbikumav valge paber

Kinnita kasti sisse suur paber taustaks nii, et sel ei oleks teravat nurka ehk murdekohta. Pehme kurv taustapaberil ON oluline!

Säti ümber valguskuubiku 3 lampi.

Ongi valmis! Nüüd võime hakata pildistama!

FOTOPÄEVA TÖÖLEHT

Hakkame pildistama!

Tootefoto pildistamiseks on sul vaja vaid

- statiivi või alust, millega kaamera või telefon fikseerida
- tausta
- valgustust
- kaamerat või mobiilikaamerat
- toodet

Algul sobib kõige paremini hele neutraalne taust, aga nagu näete, võib mõnes olukorras olla taust hoopis ka muud värvi jne.

Katsetame erinevaid valguslahendusi. Lampide asetusega ja fotoaparaadi asukohaga ning fokuseerimisega mängides, saame luua erinevaid meelolusid ja valgusmänge.

Sii kirjuta, mis tunnis näed sest juhendaja räägib ja näitab juba lähemalt...

TURUNDUS JA MÜÜK

Grupitöö tööleht meeskonnale

Palun küsitle oma kahelt tuttavalt inimeselt või meeskonnalt tagasisidet oma toote kohta.

Enne kui küsid nende arvamust, peaksid oma toodet lühidalt tutvustama, kui nad juba sellest kuulnud pole. Küsi tagasisidet oma toote kohta. Kui soovid siis kasuta järgnevaid abistavaid küsimusi: Isik, kes annab sulle tagasisidet võiks olla sihtgrupist, kellele see toode on määratud. Näiteks kui toode on Eesti noortele, ei saa sa sind abistavat tagasisidet Rootsi vanatädilt.

Isik nr. 1.

Sugu..... Vanus.....

1. Palun nimeta esimesed mõtted, mis tekivad sul minu toodet ja konkurentte võrreldes. Mis on minu tootes paremat kui teistel

2. Kas sina ostaksid seda toodet ja miks? Kui ei ostaks, siis kes ostaks ja miks?

3. Kas on midagi, mida ma ei küsinud aga mida sa tahaksid mulle öelda?

TURUNDUS JA MÜÜK

Grupitöö tööleht meeskonnale



Isik nr. 2

Sugu.....Vanus.....

1. Palun nimeta esimesed mõtted, mis tekivad sul minu toodet ja konkurente võrreldes. Mis on minu tootes paremat kui teistel

2. Kas sina ostaksid seda toodet ja miks? Kui ei ostaks, siis kes ostaks ja miks?

3. Kas on midagi, mida ma ei küsinud aga mida sa tahaksid mulle öelda?

TURUNDUSPLAANI KOOSTAMISE SPIKKER.

1. Missioon ehk miks teie meeskond on kokku tulnud ja mida te klientidele pakute 1 lause

Näiteks: Meie missiooniks on elavdada koolis suhtlemist ja koostööd, pakkudes koolile Cummic grupitöödiivaneid grupivestluste läbiviimiseks, mugavaks istumiseks ning seeläbi suhtlemise ja koostöö elavdamiseks.

2. Visioon ehk kuhu tahate jõuda 1 lause

Näiteks: CummiC on 2020. aastaks kooliõpilaste oma algatuslikult loodud suurim õpilasfirma, mis avardab noorte suhtelemise ja grupitöö võimalusi koolides.

3. Tunnuslause - teie meeskonna moto, kui see on olemas 1 lause

Näiteks: Cummic teab, mis on koostöö jõud!

4. Toote lühikirjeldus. Mis see on ja millist probleemi lahendab 2-5 laust

Näiteks: Commic on taaskasutusel põhinev ilmastikukindel toode, mis võimaldab grupil inimestel mugavalt istuda ja koostööd või grupitööd teha. Sobib nii sise- kui ka välistingimustesse. Toode valmistatakse kasutamiskõlbmatuks muutunud möötorsõiduki rehvidest ning on omapäraselt disainitud.

TURUNDUSPLAANI KOOSTAMISE SPIKKER.

5. Sihtturud. Millistel turgudel hakkate tegutsema? Kui suur on turg? 1-3 lauset
Näiteks: Plaanime alustada Eesti turul, kus on kokku umbes 400 põhikooli ja gümnaasiumit ning laiendada tegevust maakonniti, lahendades nii ka bussipeatustes istumise probleemi. Edasi plaanime laiendada Baltikumi ja Põhjamaadesse.

6. Klient. Kes on teie klient ja kuidas te temani jõuate? 1-5 lauset
Näiteks: Meie klientideks on koolid, maakondade keskused ja väikelinnade linnavalitsused. Õpilaste oma algatusena on meil lihtne jõuda koolide juhtkondadeni. Plaanime seda teha oma kooli näite ja hea kogemuse baasil. Edasi sealt liigume maakonna- ja linnavalitsustesse, kus tutvustame oma ideed nende maakonna- ja linnaruumi istumisprobleemide lahendamiseks. Baltikumi liigume oma Eesti hea näite ja kogemuse baasil ja sarnase tegevuskava alusel. Põhjamaadesse arenemiskes soovime kaasata investori ja tõsta ettevõttesse turundustegevuste läbiviimiseks investeeringuid vähemalt 300 000 eurot aastal 2020

7. Konkurendid. Kes on teie peamised konkurendid? 1-2 lauset
Näiteks Linnamööblit tootvad ettevõtted nagu Dambis OÜ <https://www.dambis.ee/> jms. Planeerime pakkuda neile koostööd, et koos mitmekesisitada linnaruumi.

TURUNDUSPLAANI KOOSTAMISE SPIKKER.

8. Eesmärgid sh. kui palju planeerite müüa? 2-5 lauset

Näiteks: Planeerime müüa 2018.aastal 10 Tallinna kooli, ning 2019.a. juba laieneda maakonniti ja maakonna koolidesse. Käibeplaan on vähemalt kahekordistada ettevõtte tulu igal järgneval poolaastal. Aastaks 2020 on kavandatud müüa 50-le Eesti koolile ja vähemalt 10 maakonda saada meie kliendiks.

9. Strateegia. Millise strateegiaga te seda teete? Müügi ja turundusstrateegia 3-5 lauset

Näiteks: Paigaldame Cummic tooted oma kooli. Teeme kodulehe, Fb-lehe, Instagrami konto jms. Loo oma loo video youtube.com keskkonda. Jagame oma lugu, tootefotosid FB, Youtubes.

Suhtleme otse koolide juhtkonnaga ning palume oma kooli juhtkonnalt meile soovitusi ja referentsid. Palume oma vanematel jagada meie tooteinfot oma tutvusringkonnas ja võimaldada meile juhtuse liikme teenust kuni täisealiseks saamiseni. St. meie vanemad loovad meile firma ja on seal juhatuse liikmed, kellele tasu ei maksta.

10. Lõppsõna 1-2 lauset

Cummic taaskasutatav grupitöödiivan on keskkonnasõbralik ja koolinoorte oma algatuslik toode, mis võimaldab teha koolis rohkem koostööd ja muuta elu sõbralikumaks ja inimsuhteid lähedasemaks.