

Ettiv félévi beszámoló

Vezetői összefoglaló: Szeptemberben megalakult hat fővel a diákvállalkozásunk. A vállalkozásunk neve az ETTIV lett, ami azt jelenti, hogy Egyedi Tárgyak Tervezése és Innovatív Vállalkozás. Szeretnénk, hogy minőségi és fenntartható megoldásokat kínáljunk a vásárlók számára.

Sikeresen részt vettünk egy vásáron, ahol a termékeket egyedi dizájnnal és kreatív standmegoldásokkal mutattuk be. Videós anyagok és fotók készültek, amely segített megismertetni másokkal a termékünket. Kaptunk sok pozitív vissza jelzést és tanácsolták, hogy még emeljünk árat.

Vállalat áttekintés: Fő célunk minél több termék előállítás, ezen termékek legnagyobb százalékanak eladása, a legnagyobb haszon érdekében. A termékeinket kisebb nagyobb méretben tervezzük árulni, hogy a vásárlók tetszésük szerint vásároljanak. A vállalkozásunkkal szeretnénk szebbé tenni az ünnepeket, a családok számára. A vállalat szervezeti felépítése a hatékony működést és az innováció előmozdítását szolgálja.

Megoldás: Két terméket állítottunk elő: hűtőmágnes és grincsfa. A mágnesek, levegőn száradós gyurmákból készültek és más - más figurákká formáltuk őket. A másik termékünk az újrahasznosítás érdekében újságpapírból készült grincsfa. Végül 5 db hűtőmágnes és 14 db fa lett kész.

Piac és marketing stratégia: Úgy gondoljuk, hogy a kézzel elkészített termékek sokkal személyesebbek, hiszen egyedi odafigyelést tükröz.

A márka fő üzenetei: Kreativitás, egyediség, kézművesség.

A vásáron, a standunkat hangulatos fényfüzerekkel díszítettük, hogy figyelemfelkeltővé tegyük a termékeinket.

Termelés: A termelési folyamat során a fő célunk az volt, hogy költséghatékonyan állítsuk elő a termékeket. A termékköltség meghatározásánál figyelembe vettük az alapanyagárakat, a munkaerőköltségeket. Ezek alapján számítottuk ki a haszonkulcsot, ami biztosította a profitot.

Értékesítés és promóció: A promóció során közösségi médiát alkalmaztunk a vállalkozásunk ismeretsége érdekében. Az ETTIV értékesítési stratégiája elsősorban közvetlen értékesítésre, vásárokon való részvételre épül.

- Videós anyagok készültek, amelyek bemutatják a termékek gyártási folyamatát, használatát és előnyét.
- A vásáron különböző dizájn-megoldással dobtuk fel az árusítást, például egyedi csomagolásokkal, kreatív standdekorációval.
- Reklám is készült, ahol a vásárlók megismerhetik a termékünket.

Menedzsment és a csapat: A hangulat kezdetben izgatott volt, hiszen mindenki szerette volna a legjobbat nyújtani. Ha esetleg valakinek nem ment, akkor nem szidtuk le egymást rögtön, hanem segítettünk egymásnak a problémában. A kommunikáció nyílt és folyamatos volt, ami segített elkerülni a félreértéseket. A pozitív megerősítések jobban összehozták közösségünket.

Üzleti teljesítmény és jövedelmezőség: Diákvállalkozásunk 12.000 Ft tőkével indult, amelyet elsősorban az alapanyagok beszerzésére fordítottunk, amely 7.190 Ft volt. Az első időszakban a cél az volt, hogy elérjük a megtérülési pontot. Olyan áron értékesítettük a termékeket, amely kedvező volt a vásárlók és a mi számunkra is. Végül a bevételünk 15.000 Ft és ebből 3.000Ft lett a profitunk. Összességében a vállalkozás nyereséges volt.

Jövőbeli lehetőségek: Bár a vállalkozás sikeres volt, élveztük készíteni őket és nyereséges volt nem tervezzük jövőre a folytatását. Ahhoz, hogy folytassuk látjuk már, hogy jelentős idő- és energiabefektetésre lenne szükség, amit nem tudunk a következő tanévben vállalni.

Készítette: Marxer Benedek, Pálfi Petra, Sabó Nóra