

Kohila Gümnaasium



Õpilafirma Puit-Est

Aastaruanne
Juhendaja Margot Sarv

Kohila 2019/2020

SISUKORD

LOOMETEE & MEESKOND	3
TOODE & TOOTEARENDUS	4
SIHTGRUPP & MÜÜK	7
TAGASILÖÖGID & ARENG	9
MEEDIA & FINANTSTULEMUSED	10
MEIE TÄNU KUULUB JUST TEILE!	11

NIMI

Enda nime valimisel pidasime väga oluliseks, et see annaks edasi **ettekujutuse meie tootest** ning oleks **meeldejääv**. Õpilasfirma nimi kajastab meie **toorainet**, ehk puitu ning toote **päritolumaad** Eestit.

MISSIOON

Meie firma eesmärgiks oli luua klientidele toode, mis põhineb **taaskasutusel**, on **ainulaadne** ja **jätkusuutlik**. Toote tegemisel on meile oluline jätta endast maha võimalikult väike **ökoloogiline jalajälg** ning hinnata looduses kasvanud toorainet ja taaskasutust.

TOODE

Puit-Est pakub enda klientidele **taaskasutatud puidust valminud hubase valgusega dekoratiivlampe**. Tänapäevaks on meie tootevalikus **kuusnurksed** ja **kolmnurksed** lambid. Neid saame omakorda jagada **suuruse** ja **värvitooni** järgi. Oma tooted me pakime **100% biolagunevate** pakendite sisse.

FINANTSKOKKUVÕTE

Algkapital	81 €
Tulud	525 €
Kulud	280,66 €
Kasum	244,34 €

Elkpc puaawrgo wugf "ugkmi c'530250#242"

ÜLDHINNANG TEGEVUSELE

Firma alguses püstitatud eesmärgid täitsime hoole ja armastusega. Nii halvast kui heast olukorrast õppisime väga palju. Kogu tegevuse jooksul õppisime mida tähendab **korralik meeskonnatöö** ning kui oluline on **iga liikme panus**. Liites enda tugevused ja nõrkused kokku, sai meist väga **motiveeritud tiim**. Oma meeskonnaga lõime toote, mille **vajadust me just ise nägime** ning mille potentsiaali näeme ka välismaal. Koos käisime vähemalt **14 laadal**. Oleme kogunud ka eripreemiaid, näiteks: **“Pärnu Keskuse eripreemia”**, **“Parim väljapanek”**, **“Parim müügistrateegia”**. Sellele lisaks on meid reklaaminud ka **SEB pank**. Tegevuse lõppedes võtame **kuhjaga kaasa uusi teadmisi** ning **konkreetselt oskuse inimestega suhelda**. Ning ka väikse soovi tulevikus alustada suurema ettevõttega.

LOOMETEE & MEESKOND

IDEE OTSINGUIL

Toote idee tuli meie tegev- ja turundusjuhilt Kärölinilt, kes tuli ideele juba 2019. aasta suvel. Ühtseks tiimiks saime, kuna tundsim, et **täiustame üksteist oma tugevuste ja nõrkustega**. Nõustudes äriideega, oli edasi vaja juba mõelda, kuidas idee ellu viia ja hakata õpilasfirmat üles ehitama.

LOOMETEE

Õpilasfirmaga alustades teadsime kohe, et meie mõte on olla võimalikult **keskkonnasäästlik** toodete valmistamisel, hoides sealhulgas firma kulud **minimaalsetena**. Et meie tootest oleks inimestele kasu, pidime me välja mõtlema probleemi. Mitmeid ajurünnakuid hiljem saime me teada, et meie lähedal asuvas rahvamajas vahetatakse põrandat ning vana põrand visatakse ära. Ühel hetkel saime kõik aru, et see ongi probleem, millele me otsime lahendust. **Iga aastaga visatakse aina rohkem puitu minema, mida saaks taaskasutada**. Mõistes probleemi olulisust, sündis meie lahendus ning täiendatud äriidee. Anda puidule uus elu, seda dekoratiivlambi kujul.

MEIE EESMÄRGID

Õpilasfirmaga alustades seadsime endile mitmeid eesmärke, mille poole edasi liikuda:

- luua võimalikult kvaliteetne toode ning muuta see jätkusuutlikumaks;
- arendada iseenda oskusi erinevas valdkonnas;

- tagada väga hea kliendi rahulolu;
- pakkuda teistele õpilasfirmadele konkurentsi;
- teada saada iseenda nõrku ja tugevaid külgi ning õppida meeskonnatööd;
- tuttavaks saada ettevõtlusmaailmaga.

MEESKOND

Meie õpilasfirma koosneb kolmest väga **aktiivsest ja julgest liikmest**, Kärölin Heinmäe, Mihkel Juhkam ja Rene Rebbase. Tööülesanded jagasime iga liikme **parima isikuomaduse** ja muidugi ka **isikliku soovi** järgi. Oma tööülesandeid täitis iga liige väga kohusetundlikult.



*Oggunqpf " *xcucmwv+<" M@ qrkp" J gkpo @g."
O kj ngr" Lwj nco . "Tgpg" Tgddcug. "lvj gpf clc"
O cti qv" Uctx0' *Hqvq" cwwqt <" Mcwt " Xcrk"
j wr u<ldk0h 4Lf 308. "32040242 +"*

Tegev- ja turundusjuht Kärölin Heinmäe:

Meie meelest on hea tegev- ja turundusjuht **väga julge, otsese väljütlemisega, oskab kasutada strateegiat ja ei karda riskida**. Kärölin sobis just selle poolest, et ta on **pika ning kaasahaarava jutu pidaja**. Tema paneb laatadel paika meie müügistrateegia ning on meie esindusnägu.

Lisaks on tema disaininud meie logo, visiitkaardid ja plakatid. Ta kannab hoolt ka meie sotsiaalmeedia poole eest ning suhtleb klientidega. Kärölin tuletab alati meelde, et **enda äriideesse tuleb uskuda!** Kärölin lisab ka enda kohta: **“Tuleb kõik endale seatud eesmärgid ületada. Iga väikseim edusamm on juba võit ja kui ei proovi, siis ei saagi teada.”**

Tootmisjuht Mihkel Juhkam:

Meie meelest on tugev tootmisjuht see, kes **ei karda ebaõnnestuda, on hea suhtleja ja on entusiastlik.** Mihkel sobis just sellele positsioonile, kuna ta on kiire **reageerimise ja tegutsemise oskusega.** Mihkel on väga loov meie toodete suhtes. Rääkides Mihklile tootearenduse ideedest, üritab ta kohe leida erinevaid lahendusi, kuidas neid ellu viia. Lisaks saavutab ta ise või koos teistega tulemuse ja viib asja lõpuni **ega löö raskuste esilekerkimisel käega.** Mihkel lisab ka enda kohta: **“Kui teha, siis teha juba korralikult ja nii, et on tehtud.”**

Raamatupidaja Rene Rebbase:

Meie meelest on tugev raamatupidaja see, kellel on **teotahe, kes leiab alati ressursi, on enesekindel ja kel on kõrge motivatsioon.** Rene valisime raamatupidajaks just sellepärast, et ta on meist kõigist tugevam **matemaatikas.** Ta tuleb väga hästi toime firma rahaasjadega. Rene on väga **sihikindel** ning tal on oskus leida alati probleemidele lahendus. Rene peab meist kõige paremini alati **kinni tähtaegadest** ning on **väga täpne ja detailne.** Kõlab nagu ideaalne raamatupidaja. Rene lisab ka enda kohta:

“Detailsus on hõbe, täpsus on kuld. Vead on head, kui need ei tekita tuld.”

SLOGAN

õNco dlf" qp" gt kpgxcf." ci c" xeni wu" crvk' uco c#ö"

Slogan annab edasi meie põhilise mõtte - iga lamp on meil erinev, tema materjali säilivuse poolest ja valguseks on meil alati samavatised pirnid.

TOODE & TOOTEARENDUS

TOOTEST LÄHEMALT

Meie tooteks, nagu juba aru saada on, on **taaskasutatud puidust dekoratiivlambid.** Meie toode on oma erinevates kujundites väga **kompaktses suuruses.** Heleda ja tumeda **klassikaline värvitooni valik** annab kliendile kerge otsustuse, kas oleks vaja just heledat või tumedat lampi. Meie toode on tänaseks juba arenenud hubast valgust andvalt pirnilt, **10 erineva värvitooni** ning **4 erineva režiimiga pirnile,** mida saab juhtida puldiga, ise mugavalt istudes kas või diivanil.

Meie toote teeb **innovatiivseks** just see, et meie tootega toimub alati **positiivne muutus** maailma suhtes.

Just **taaskasutatud puidust** erinevate kujundite kujuliste lampide tegemine ja meie **loo edasiandmine** paneb meid teistest erinema. Meie töömeeste turule toote, mis algselt paistab tavalise lambina, aga peidab endast hoopis midagi **märkimisväärsemat** ning selle tootega vähendasime enda **ökoloogilist jalajälge.**

Seda ideed proovime ka oma klientidele edasi anda. Hetkel teeb meie toote ka unikaalseks see, et see on tehtud vana rahvamaja põrandast. Iga lambiga tuleb kaasa **tükikene** rahvamaja **ajalugu**.

Meile on tulnud ka palju küsimusi just sellel teemal, et

“Mis siis saab, kui põrand otsa saab?”

Meie vastus on lihtne:

“Kui põrand otsa saab, ei tähenda see seda, et me hakkaks puitu ostma, vaid Eestis on väga palju puitu, mis ootab taaskasutamist. Endale uue elu saamist.”



*U@cx" nqro kn' *Hqvq" cwwqt <" M@qrkp"
J gkpo @g+"*

TOOTMINE

Lampide tootmiseks oli esmalt vaja kätte saada **vana põrand**. Põrandat ise nähes selgus, et kahjuks me kõike ei saa ikkagi taaskasutada, kuna puit oli osaliselt mädanenud ning ei oleks lihvimist vastu pidanud.

Tootmist alustades pidime endale **töökindluse** ja **elektriohutuse** nõuded selgeks tegema. Nõu ning abikätt elektri osas saime firma liikme Mihkli tuttavalt, kes on elektrik.

Esiailgu arvasime, et suurimat muret teeb toote valmistamise puhul just juhtmete turvaline ühendamine. Reaalsus oli hoopis vastupidine.

Pärast esimese toote tegemist me õppisime kohe, et:

1. reaalse toote valmistamiseks ei kulu kohe kindlasti ainult päev, heal juhul nädal;
2. ei tasu mõõtmatega üle mõistuse minna;
3. see on vägagi aega- ning tähelepanunõudev töö;
4. õige värvi leidmine vana põranda puidule ei ole sugugi lihtne, st hetkel oleme proovinud ning kasutanud ligi 20 erinevat heledat ja tumedat värvi. Sobiva värvi leidsime alles siis, kui tegime enda viimaseid tooteid.

Tootmistöö käib nii Mihkli kui ka Kärolini garaazhis, kuna kahepeale kokku on olemas just need tööriistad, mida vaja läheb.

Lambi tootmine käib järgnevaid etappe läbides:

1. puidu sorteerimine ning õigetesse mõõtudesse lõikamine;
2. puidutükkide tüüblitega kokkupanek;
3. suur lihvimistöö, st iga lambi puidutükid tuleb nii masinaga kui ka käsitsi lihvida;
4. elektrisüsteemi aukude tegemine;
5. puidu pahteldamine ning uuesti terve lambi ülelihvimine;
6. lambi värvimine;

7. elektrisüsteemi ühendamine elektriga;
8. kvaliteedikontroll, st pragude, värvi ning elektrisüsteemi kontrollimine;
9. pakendamine, st elektrisüsteemi kohta kasutusjuhendi lisamine pakendisse;
10. biolaguneva koti sisse visiitkaardi lisamine ning ongi toode valmis müügiks!

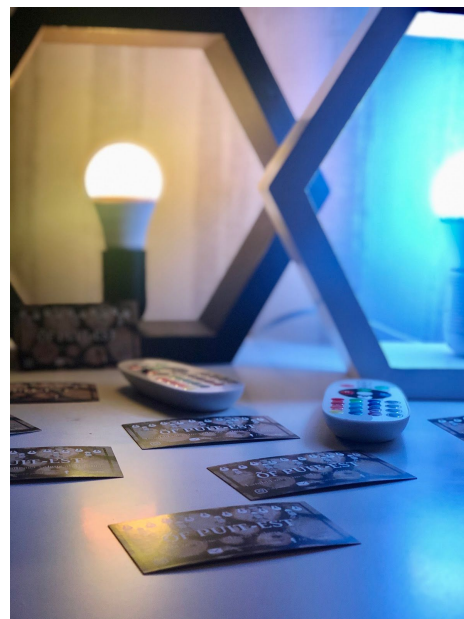
TOOTEARENDUS

Tootearendusprotsess hakkas toimuma kohe pärast esimese toote valmisaamist. Esimeseks proovikiviks oli meil **toote suurus** ning **disain**. Algul plaanisime teha väga suuri lampe. Jõudes selgusele, et tehes nii suuri lampe, oleks meie toote hind esiteks kõrge ja teiseks materjali kogus oleks meeletu. Soovisime ka enda lampidele käsitsi graveeritud pilte, aga nagu me aru saime, **suur tükk ajab suu lõhki**. Tuli teha väike paus töötamisest ja hoopis ajusid ragistada tõhusama toote nimel. Pärast mitmeid ajurünnakuid panime meie tänase toote **algplaani** paika:

1. **toode peab olema suuruses, mida on mugav pea igale poole paigutada;**
2. **disain olgu lihtne**, st valisime enda kujunditeks kolmnurga ja kuusnurga, hele ja tume toon;
3. **tahame pakkuda hubast valgust**, tekitada positiivse emotsiooni.

Nende punktide alusel hakkasime oma toodet üles ehitama. Kord tekkis meil raskusi kuusnurga nurgakraadide paika saamisega. Selleks tuli appi meie raamatupidaja, kes arvutas vajalikud kraadid kohe välja. See oli ka hetk, kus saime aru, kui tähtis on kogu **tööd koos teha, üksteise tugevusi ja nõrkusi toetada**. Edasine areng toimus just pirni

osas. Alustades oli meie lamp saadaval kõigest hubast valgust andva pirniga, mis oli omakorda ühendatud lülitiga. Aga mida aega edasi, tuli meil soov saada tupp ka vahest **põnevat valgustooni**. Mis mõeldud, see tehtud. Alustuseks proovisime **led-ribasid**, need töötasid puldiga ning olid ühendatud kõigest akupangaga! See andis meile ka märku, et inimestel on ka huvi sellise valiku vastu. Aga siiski proovisime sealt veel edasi liikuda, kuniks leidsime meile endile sobivaima lahenduse. Selleks oli **led-pirn**, see samuti töötas puldiga ning pakkus suuremat värvivalikut ja erinevaid režiime, võrreldes led-ribadele. Lampi on võimalik puldiga juhtida ligi **3 meetri** kauguselt!



Xkkkncctf kf " plpi " r w f ki c " lwj kcx" r o r "
**Hqvq"cwqt <M@ qrkp"J gkpo @g+ "*

Me mõistsime, et **parima tootearenduse saab teha siis, kui kuulad kliendi soove**.

SIHTGRUPP & MÜÜK

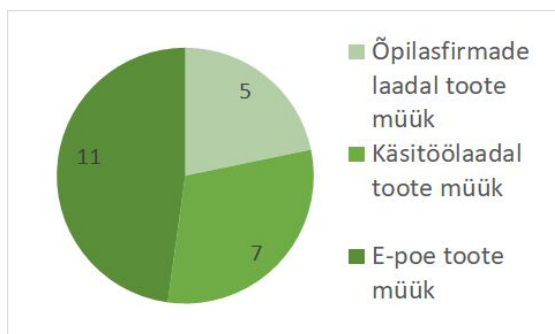
SIHTGRUPP

Oleme aru saanud, et meie toode läheb enim peale just **loodussõbralikele inimestele**. Lisaks on meie suur klientuur just **lapsevanemad**. Loodussõbralikele inimestele meeldime me taaskasutatud põranda poolest ning selle poolest, et meie toode pakub konkreetset lugu. Lapsevanemaid ei püüa meie lugu, vaid meie led-pirnid, kuna lastele/noortele meeldib värviline valgus pimedas toas.

MÜÜK

Meie firma toote maksumus on keskmisest õpilasfirma tootest kõrgem ning sellepärast teadsime kohe, et ei tasu käega lüüa, kui laadal ei osteta. Laadamüügi keskkond ei olnud meie toote müügiks kõige tõhusam koht, see oli rohkem meie reklaamimiseks. Müük toimus enamjaolt läbi meie Facebooki poe.

Hetkel oleme osalenud 5 õpilasfirma laadal ning 10 käsitöölaadal.



Lqqplu'300 ÄÄi kncpcrkgn'to ÄÄm'

“PÄRNUMAA JÕULUD 2019”

Pärnu Keskuses 7. 12. 2019

Pärnu Keskuses toimus meie kõige esimene laat. Teadmatus, kuidas inimesed meie toote vastu võtavad ning kas üldse tunnevad huvi, oli suur. Esimesel laadal meil ei olnud konkreetset ideed, milline näeb välja just Puit-Esti müügilaud, millega me erineme teistest. Ei olnud meil ka kindlalt strateegiat, kuidas kutsuda inimesi ligi ning tutvustada unikaalset toodet.

Ootused laada suhtes olid väikesed. Suuremat huvi pakkusid just teised õpilasfirmad, mis toodet või teenust nemad pakuvad.

Laadal saime väga palju positiivset tagasisidet kui ka soovitusi edaspidiseks. Meie firmal õnnestus ka saada Pärnu ajalehe esikaanele oma toodetega ja lühikese artikliga.

Laadal ise müüsimine ainult ühe toote, aga selle ostja oli nii vaimustuses meie tootest, et hakkas meie toodet reklaamima enda Instagrammi kontol.

Kokkuvõtteks jääme ise väga rahule, esimene kogemus oli olemas.

Žüriile jääme me silma ning pälvisime oma esimese auhinna õpilasfirmade laadal, selleks oli “**Pärnu Keskuse eriauhind**”.

ÕPILASFIRMADE LAAT “MEKA”

T1 Keskuses 8.12.2019

Meie järgmine laat oli kohe järgmisel päeval Tallinnas. Otsest müügistrateegiat ei olnud meil ikkagi veel välja töötatud, aga inimeste tähelepanu äratamine meie toote vastu muutus sammu võrra lihtsamaks. Sellel laadal mõistsime, et meil tuleb suurt rõhku panna läbi interneti müümise. Sellel

õpilasfirmade laadal käisid ringi erinevad mentorid. Meie saime jutu peale Madis Pajoga, kes soetas endale koju meie lambi ning andis nõu. Temalt me saime abi meie küsimusele: **“Inimesed aina kiidavad meie toodet, aga ostmiseni jõuavad vähesed, mida muuta?”** Saime nõu hinna muutmise suhtes ning et peame oma toote väärtust tõstma.

“16. RAPLA ÕPILASFIRMADE LAAT”

Rappeli Keskuses 21.12.2019

Puit-Esti kolmas õpilasfirmade laad toimus Rappeli Keskuses. Selleks ajaks oli meil juba välja töötatud kindel müügistrateegia, kes meist kutsuvad kliente ja kes tutvustab toodet. Kolmandaks laadaks olime kõik ka palju enesekindlamad: rahul iseenda kui ka oma müügiletiga. Hakkas jooksuma juba muster, millised me ise näeme leti kõrval välja ning mis tooni on lauakaunistused.

Rapla õpilasfirmade laad oli meile toodete müügi poolest ka väga edukas.

Žürii meelest oli meil laada kõige ilusam väljapanek. Tänu sellele võitsime eripremia **“Parim väljapanek”**. Premia andis meile väga palju motivatsiooni juurde ning näitas, et me liigume paremuse poole.

- .
- .
- .
- .
- .
- .

“EESTI ÕPILASFIRMADE LAAT 2020”

Rocca al Mare Keskuses 09.02.2020

Meie neljandaks õpilasfirma laadaks oli meie kõige tähtsam laad. Sellele laadale me läksime juba väga suure motivatsiooniga, paigas olid juba täpsed detailid: liikmete tegevused, müügistrateegia, lauakujundus, meie kui ka leti üldmulje.

Samuti osutus Eesti kõige suurem õpilasfirmade laad meile väga kasulikuks, seda nii meeskonnatöö, toote arendamise kui ka emotsiooni poolest. Suurt rolli mängis ka see, et nende peaaegu saja õpilasfirma seast valiti just meie õpilasfirma 9. veebruaril toimunud laadal parima müügistrateegiaga õpilasfirmaks. Tänu sellele pälvisime **“Parima müügistrateegia”** preemia. Eripremia näitas meile, et oleme ennast väga palju ületanud klientidega suhtlemisel.



Hkt o c " vgi gx/" lc" wt wpf wulvj v" p kpi "
*vqqvo kulvj v0' *Hqvq" cwwqt <' Mcwt" Xcrk "*
<https://bit.ly/2X3ng5g>.^{320240242 +'}

JA MARKETPLACE 2020 VIENNA 06.-08.03.2020

Meile avanes võimalus tänu Raplamaa Arendus- ja Ettevõtluskeskusele osaleda Viinis toimuval õpilasfirmade laadal. Meie tegev- ja turundusjuht Kärölin kommenteerib laata järgmiste sõnadega: “Kindlasti andis meile selline võimalus palju juurde ning oleme väga tänulikud, et meie õpilasfirmale selline võimalus avanes. Me kuulasime ka Austria inimeste arvamusi ja soovitusi meie toote täiendamiseks, mis oli meile väga kasulik, kui tahaksime oma toodet müüa ka väljaspool Eestit. Selline kogemus parandas ka meie inglise keele oskusi, kuna kogu suhtlus teiste õpilasfirmade ning klientide vahel käis inglise keeles. Suurim erinevus, mida märkasime, on see, et Eestis on maksimaalne liikmete arv firmas neli ja miinimum kolm, aga Austrias on miinimum liikmete arv 5 ning maksimaalset arvu ei olegi. Isegi terve klass võib olla üks firma. Meie jaoks tundus see väga arusaamatu, et kuidas nendel on siis töö ära jaotatud.

See oli kogemus, mis ei lähe meil niipea meelest!”

TAGASILÖÖGID & ARENG

TAGASILÖÖGID LAATADEL JA LAADAEELSEL AJAL

Meie firma polnud erand, mitmetele õnnestumistele järgnes ka tagasilööke. Suurim tagasilöök oli meil lampide transportimine laadale. Kuna meie lambid on mõõtmetelt ikkagi suured ja võtavad ruumi. Nii tekkis küsimus, kuidas neid

transportida laadale võimalikult ökonoomselt. Selleks leidsime lahenduse vanade kastide näol, mida pakkusid meile kodukandi inimesed. Suur tagasilöök laatadel oli meie jaoks elekter. Suur osa meie müügist sõltub pirni hubasest või värvilisest valgusest, aga see sõltub elektrist. Tihti oleme olnud laadal olukorras, kus ei ole läheduses vooluallikat, selleks tuli kaasa võtta pikendusjuhtmed, kuid oli olukordi, kus pikendusjuhe jäi maha või meid ei teavitatud enda pikendusjuhtme kaasavõtmise vajadusest.

TAGASILÖÖGID TOOTE JA MEESKONNA OSAS

Esimesi lampe tehes puudus konkreetne arusaam, kuidas ja millega üldse valmistada lampe. Tehniliselt tundusid esimesed lambid mitte vastupidavad, aga juurde õppides ja infot kogudes saime lõpuks tooted selliseks, nagu ette kujutasime.

Suurim komistuskivi meeskonnatöö osas oli **AEG**. Seda teadsime kohe, et meie töö nõuab aega, aga kooli ja eraelu kõrvalt on seda raske leida. Pidevalt pidime üksteisele meelde tuletama, et koos saab alati kiiremini ning **TÄNASEID TOIMETUSI ÄRA VISKA HOMSE VARNA!**

Pinget pakkus meeskonnatöö vaimu ülal- hoidmine, kuid see oli ka asi, mis meid edasi arendas. Tihti tuli olukordi ette, kus enam lihtsalt ei jaksanudki teha midagi, jõud oli otsas. Sellest üle saada aitas meeskonnavaim. Omavahelise parema koostöö tagasime üksteisele tagasisidet

andes tehtud töö eest ning motiveerides. Igaüks arenes kogu tegevuse käigus. Saime rohkem teada enda nõrkustest, algselt olemas olevatest nõrkustest saime tänu meeskonnatööle lahti. Lisaks sai igaüks juurde enesekindlust, õppisime, mida tähendab ettevõttes enda töö eest vastutamine, edasi arenes väljendusoskus ning säilitasime ka hea huumorisoone.

MEEDIA & FINANTSTULEMUSED

MEEDIA

Nähes, et meie toode ei ole mõeldud just laada keskkonnale, saime aru, kui vajalik on meile **Facebooki e-pood**. Enamus toodete müügist toimus läbi sotsiaalmeedia. Puit-Estil on olemas oma **Facebooki leht**, kuhu me postitame pidevalt ning sama on ka **Instagrammiga**. Oma toodetest laadisime pilte ülesse ka **Pinteresti**, sealne sihtgrupp oli meil kodusisustust otsivad inimesed. Iseenda reklaamimiseks olid meil laatadel ka **visiitkaardid, plakatid ning flaierid**, mille disainisime ühtse meeskonnana. Logost ja visiitkaartidest kujunes meil ka välja oma stiil. Meie stiiliks on **mets meie kätes**. Oma plakatitel kujutame metsa ning meie põhilised toonid on seoses puiduga tumedad.

Meedia poolt on meid reklaaminud enda Instagrammis ka SEB pank.

Meist on kirjutatud mitmetes artiklites, näiteks Raplamaa Sõnumites, Rohe.geenius lehel, Lõuna-Eesti Postimehes, Pärnu ajalehes ning suurt

reklaami pakkus ka meie kooli kodulehekülge. Oleme ka ära mainitud Õpetajate lehe artiklis: “Keskkonnateemad on jõudnud ka õpilasfirmade laadale”.

FINANTSTULEMUSED

Õpilasfirma alguses otsustasime meeskonnaga ühiselt, et igakuist palka me ei hakka maksma, jaotame saadud kasumi võrdselt õpilasfirma sulgemise lõpus. Tagantjärele analüüsid olid esimesed kuud meie jaoks õppimisprotsessiks. Me ei teadnud, milliseid värve kasutada ning kui palju miski asi realselt ka maksab. Finantspoole pealt õppisime ja arenesime iga kuu tohutul määral, nüüdseks teame konkreetset, mida läheb meie lambi tegemiseks vaja ning ka meie reklaami edukuse tase on tõusnud mitme võrra. Tohtu õppimisprotsess oli meie jaoks, et **käi ja võrdle enne mitmetes poodides hindu, alles siis otsusta, millist toodet osta**.

Laadal müüsimise oma tooteid hinnaga kas 25 eurot või 30 eurot. Hind sõltub lambi suuruselt. Oleme ka valmistanud eritellimusi ning nende hind sõltus erisoovist, nende hinnad tuli igale tootele ümber arvutada. Raamatupidajal igav ei hakanud. Meie toote omahind sõltus ka samuti toote suuruselt, üldjuhul jäi ühe toote omahinnaks 10 eurot. Küsides tagasisidet klientidelt, saime vastuseks, et meie tootel on vägagi mõistlik hind.

