

Rocca al Mare Kool

RND.

ÕF RND DIGITAL

Juhendaja: Signe Ventsel

2019/20

SISUKORD

IDEE JA MEESKONNA SÜND.....	3
MEESKOND.....	3
MEIE TEEKOND.....	4
FINANTSTULEMUSED.....	8
TEGEVUSE ANALÜÜS JA ARENG.....	9
TULEVIK.....	10
TÄNUSÕNAD.....	11

MISSIOON JA VISIOON

Meie missiooniks on muuta digiturunduse maastik kliendile mugavamaks, võttes riski enda peale. **Klient ON number 1.** Visioon on pakkuda teenuseid uue mudeliga, et klient ei kardaks oma turundust agentuurile suunata. Lõpuks tahame, et ka teised agentuurid meie jälgedes läheksid.

TEENUSE KIRJELDUS

RND Digital pakub Eesti turul küllaltki unikaalset teenust - **tulemuspõhise hinnastamismudeliga digiturundust.** See tähendab, et klient seob end meiega alguses väikese baastasu kaudu, vastupidiselt praegu levinud mudelile, mille puhul tasutakse agentuurile mingi fikseeritud summa, olenemata sellest, kas ollakse lõpptulemusega rahul. Meie põhitulu tuleb protsendina müügi pealt, mis meie töö kliendile sisse toob. Seda arvestame reklaamiplatvormide (Google, Facebook, LinkedIn jne.) ning kliendi veebilehe analüütikast kajastuvate andmete põhjal. Juhul, kui tegemist on projektipõhise tööga, siis 20 % tasutakse ette ja ülejäänud pärast töö valmimist. Pakume veebidisaini ja -arendust, digireklaame, sotsiaalmeediaturundust,

juturobotite ehitust, nende haldust ja sisuloomet pildis, kirjas ning videos. Suur põhjus, miks me digiturunduse valisime, on ka see, et füüsiliste turundusmaterjalidega võrreldes on see kordades vähem loodust säästav. Erilist vahet ei ole, kas digireklaami nähakse kümme korda või tuhat korda, aga reklaami kümne ja tuhande korra trükkimisel on meeletu vahe.

FINANTSTULEMUSTE

KOKKUVÕTE

Tulud: 2570 €

Kulud: 56,39 €

Puhaskasum: 2513,61 €

ÜLDHINNANG TEGEVUSELE

Suutsime täita oma eesmärgi, milleks oli meie hinnastusmudeli katsetamine ehk vaadata, kas see töötab või mitte, ning kuidas see töötab. Saime vastuseks, et töötab. Õppisime ka oma plaane esitlema, sest kui sügise alguses valikaines seda esitlesime, siis meie üle kiputi naerma.. Siiski kaaluvad muud kogemused, teadmised ja tutvused saamata jäänud tulu kahtlemata üles. Teenuste müügile aitas kaasa ka see, et saime klientides tekitada hea tunde, sest nad said võimaluse toetada noori ettevõtjaid. Lisaks sellele jäime aruannet kirjutades konsensuslikule arvamusele, et oleksime pidanud rohkem pingutama ja tööd tegema, et kliente leida, sest meie sekundaarne eesmärk, teenida õpilasfirma käibe ülempiir (16000 €), jäi täitmata.

IDEE JA MEESKONNA SÜND

Idee sai alguse sellest, et meie koolis on kõigil gümnasistidel võimalik läbida valikaine praktiline ettevõtlus. Seal anti meile ülesanne moodustada rühmad ja mõelda välja äriidee. Tulenevalt meie varasemast lähedasest suhtlusest moodustasime mõistagi grupi omavahel. Esitlesime kõik grupile oma tugevusi ja saime üsna kiiresti aru, et me saaks päris edukalt kokku panna firma, mis tegeleb digiturundusega. Seega, juba esimese tunni lõpuks oli meil olemas äriidee, väga laias plaanis tööülesanded jagatud ja isegi nime jõudsimel valmis mõelda. Nimeni jõudsimel pakutavate teenuste kaudu: RND lahtiseletatuna RouND, mis tuleneb sellest, et suudame pakkuda mitmeid erinevaid teenuseid (*all around agency*). Õnneks jõudis käesoleval õppeaastal ka meie kooli õpilasfirma kursus. Otsustasime võimalust kasutada, sest ei pidanud riskima eriti suures mahus oma rahaga ja lisaks on õpilasfirmana rohkem võimalusi kellegi käest nõu küsida, kui vajadus peaks tekkima.

MEESKOND

RND Digital meeskonnas on neli liiget. Igahel on oma ametinimetusele vastav valdkond, mille eest ta vastutab, igapäevaselt osalevad reaalses tööprotsessis kõik.

Karl Mattias Pärloja - tegevjuht

ÕF RND Digital tegevjuhi kohale kandideerisime küll kõik, aga hääletuse ja

ühise arutelu tulemusena jõudsimel järeldusele, et just Karl on tegevjuhi kohale parim valik. Otsuse ajendiks olid tema positiivsus ja võime erinevatesse teemadesse väga sügavalt keskenduda. Tänu Karlile sai meie õpilasfirma sügisel hoo sisse ja see hoog ei ole siiani raugenud. Kui kellelgi meist on vaja motivatsiooni või “maa peale toomist”, siis oskab tema alati midagi õiget juttu sisse poetada. Tulenevalt tõsiasiast, et Karl on meie meeskonnas ainuke, kes suudab veebilehti luua ja lisaks neid nullist alates valmis programmeerida, on just tema ka üsna tihedalt seotud ÕF RND Digital veebiarendusteenusega.

Madis Jaagup Laurson - finantsjuht

Arvestades Madise huvisid ja oskusi majanduse ning matemaatika vallas, ei vajanud finantsjuhi ameti jaoks õige inimese leidmine meie seast eriti pikka arutamist. Kui kellelgi tuleb idee seoses mõne arengusuuna või investeeringuga, siis vaatab tema asja arvude poole pealt üle, ning selgitab välja, kas väljamõeldut on võimalik ka realselt ning kasumlikult ellu viia. Madise abiga hoiame kokku väärtuslikku aega, sest kui teha lihtsalt valmis suured plaanid ja alles lõpus avastada, et rahaliselt ei ole kogu tegevus sissetoov, oleks see iga alustava firma jaoks suur probleem. Veebiarenduse osas on Madis võimeline tegutsema laiemalt kasutusel olevatel platvormidel. Tema teadmised aitavad kaasa ka vajalike tekstide loomisel.

Martin Erik Vallaste - müügijuht

Kuna Martinil oli juba enne RND asutamist olemas pooleteise aasta pikkune kogemus digiturundusteenuste pakkumise vallas, oli igati loogiline, et ta tahab sel suunal jätkata ka koos sõpradega. Müügijuhiks arvasime Martinit sobivat eelkõige tema varasema kogemuse tõttu ning ka põhjusel, et tegevjuhile sarnaselt jookseb temalgi jutt väga ladusalt ning soravalt. Martini eelnevad kogemused teevad temast hinnatud tiimiliikme nii sotsiaalmeediaturunduse kui ka digireklaamide haldamise osas.

Carl Oscar Richard Valgus - turundusjuht

Carli oskused sisuloome vallas suunasid teda nii müügi- kui ka turundusjuhi ametikoha poole, kuid arvestades tema varasemaid kogemusi tekstide kirjutamisel, sai otsustatud, et suurima osa reklaami, veebilehe ning muu turundusega seotud tekstid kirjutab just Carl. Ta on hea kuulaja ja omab originaalseid ideid ning lähenemisviise probleemidele. Tema on see, kes tuletab meelde, et asju tuleb alati jälgida pikemas perspektiivis ning see on aidanud meie õpilasfirmal palju peavalu ja pahandust vältida.



Vasakul finantsjuht (Madis Laurson), tagant paistab müügijuht (Martin Vallaste), paremal tegevjuht (Karl Pärloja) ning pilti tegi turnudusjuht (Carl Valgus).

MEIE TEEKOND

Nagu Silicon Valley?

Pärast esimesi nädalaid koos töötamist ja mõtete mõlgutamist, jõudsimme järeldusele, et meil on vaja ühist tööruumi. Aga miks? Tiimina ühises ruumis viibides, suudame vägagi töökad ja produktiivsed olla, kuid samal ajal üksi kodus olles tunneme ennast liiga mugavalt ning tööprotsess aeglustub märgatavalt. Tänapäevaks oleme suutnud enesedistsipliini paika saada ning kiire uuringu tulemusena leidsime, et Tallinnas on olemas võimalused erinevate tööruumide rentimiseks (*“workspace’id”*), kus on võimalik ka tasuta päeva proovida. Ega see liiga ei tee, kui võimalus on. Meie valikuks sai UMA Workspace Maakri kvartalis. Kohale saabudes jõime tasuta kohvid ära ning asusime tööle. Pärast mõnda tundi, mis tundusid nagu minutid, tegime tehtust ülevaate. Olime üllatunud, sest mõne tunniga oli paika pandud tegevuskava, tehtud selgeks tööjaotus, suudetud helistada ligi 30-le inimesele, valmis oli meie esimene veebileht ning olime leidnud meie esimese potentsiaalse kliendi. Päeva lõpuks sai selgeks, kui produktiivsed suudame olla ühe katuse all töötades. Kontori rentimine tundus vältimatu. Nüüd aga tekkis meie esimene suurem probleem. Tasuta päev oli läbi ning soovides päriselt samamoodi jätkata,

peaksime olema valmis tegelikult raha kulutama. Lõime numbrid kokku ning saime aru, et selle plaani võib nurka visata, kuid me ei andnud veel alla. Tuli meelde, et tiimikaaslasel Martinil on juhuslikult garaaž tühi. Meil lõi kollektiivselt pirn põlema. Kuidas alustasid näiteks Apple, HP ja paljud teised idufirmad? Samamoodi garaažist. Motivatsioon oli seega lakke löödud ning seadsime ennast oma esimesse kontorisse Martini garaažis sisse.

Laat ja meie strateegia

Me osalesime 8. veebruaril Rocca al Mare Keskuses toimuval laadal. Olles digiagentuur, kes haldab ning loob ettevõtetele reklaame ja veebilehti, teadsime, et peab seda meie laadaboksi kujundus ja presentatsioon väljendama. Mõtlemise läbi mitmeid erinevaid variante, kus ostame suured bännerid, teeme oma boksi nii uhkeks, kui võimalik. Alles arutlemise lõpus tuli meile meelde, et esimene klient pole oma rahagi veel üle kandnud ning tegelikult oli meie õpilasfirma üldsegi miinuses. Nüüd hakkas päris mõtlemine pihta, sest laada osalustasu oli makstud ning soov minna oli suur. Lõpuks tõi keegi meie meeskonnast välja idee, mis alguses tundus täielik jama, aga mida rohkem selle üle mõtlemise, seda rohkem hakkas see ka jumet võtma. Idee järgmine: unustatagu need uhked plakatid, sajad flaietid ning boksikujundus. Meie boksil ei olegi kujundust. On vaid meie läpakad ning meie naerusuised näod. Idee poolest võiks inimesed ise meiega rääkima tulla puhtast huvist, kes me üldse oleme kui boks infot ise edasi ei anna. Mõtlesime, et vahet pole, kaotada pole

meil midagi ning üldsegi oleks see väga huvitav eksperiment. Nii me siis sammusime laadale, number teada, läpakad lauale ja meie ise seisma. Kohale jõudes saime teada, et meie tiimikaaslane Karl ei saanud kahjuks meiega liituda. Olukord tundus nukker. Kolmest läpakast oli näha meie esimese kliendi näidis veebileht, meie enda veebileht ning soovitusprogramm. Laat algas ning rahvas hakkas liikuma. Me ei olnud absoluutselt valmis selleks, mis järgnes. Pea iga kolmanda inimesega, kes bokstist mööda kõndis, saime pikemale jutule. Kohapeal aru saades, kui hästi meie strateegia tegelikult toimis, valdas meid adrenaliini, mida oli raske sõnadega kirjeldada. Ei olnud ühtegi küsimust, millele me selget vastust anda ei suutnud. Küsimustele vastasime kordamööda, et kõik saaksid praktikat. Pälvisime suure üllatusena ka endale “Evelatuse eripremia”. Päeva lõppedes tegime juhtunust kokkuvõtte ning tegutsesime vastavalt sellele edasi.

Turuseisu muutumine õpilasfirma tegevusaja jooksul

RND Digital sai alguse hetkel, kus majandus oli kasvanud kauem kui peaks ja palju suuremaks kui peaks. Ühelt poolt oli see meie jaoks kindlasti positiivne, sest ettevõtetel oli palju vaba raha ja võimalus digiturunduse poole vaatama hakata, kui seda varem ei oldud tehtud. Teiselt poolt tegi majanduse ebanormaalselt hea seis kindlasti paljusid murelikuks, hoiti pigem kokku kulutuste pealt, mis ei olnud firmale hädavajalikud, valmistuti kriisiks. Sattusimegi läbirääkimistesse Eesti mastaabis väga suurte ettevõtetega, kelle

jaoks digipoolle parendamine ei ole selles mahus, mida meie oleme võimelised pakkuma, eriti suur väljaminek. Vestlused olid isegi välismaiste ettevõtete, kuid mingil hetkel katkes suhtlus nendepoolset. Täpsemalt siis, kui olime juba valmis käed lööma ja lepingud olid meie poolt saadetud. Tänapäevani ei oska me täpset põhjust välja tuua, miks nii läks, aga arvame, et neil puudus lihtsalt enesekindlus teha tööd nii noortega nagu meie, kellel polnud veel suures mahus tulemusi näidata. Kui pöörduda tagasi Eesti ettevõtete poole, siis ühe ehitusettevõttega, täpsemalt Mitt & Perlebach tegime me lepingu ära ja koostöö sujus ilusti. Teise suureettevõttega (1Partner Kinnisvara) hakkasime just plaane pidama, aga siis tuli vahele viirus, nii et loogilise sammuna loobusid nad meie teenustest. Kusjuures, kui nendega oleks koostöö sujuma hakanud, oleks see just Rocca al Mare Keskuses toimunud laadalt alguse saanud tutvuse põhjal loodud. Tülles nüüd hiljutiste sündmuste juurde, siis praegune eriolukord on meie firmale ja ilmselt paljudele sama valdkonna esindajatele mõjunud positiivselt. See tuleneb sellest, et väga suur osa inimestest kas on sunnitud või püsivad ise kohusetundest kodus. Mingi aeg on küll tore kodus olla, aga varsti on toitu ja muid igapäevaseid kaupu juurde vaja. Kui tahtagi ainult kodus olla ja vältida inimkontakte maksimaalselt, tuleks ka igapäevane toit ja tarbeesemed koju tellida. Samuti hakkab kodus mingi aja möödudes lihtsalt igav ja tekib soov hankida näiteks mõni raamat või miks mitte mängukonsool või muud sarnast.

Kuidas küll neid toiminguid teha? Kahtlemata on üks mugavamaid viise neid asju tellida just e-poodidest. Praegu on väga palju ettevõtteid, kes soovivad luua või täiendada oma e-poodi ja me püüame võimalikult palju selliseid projekte endale saada, sest varsti on ettevõtetal e-pood olemas, aga haiguspuhang ei pruugi veel niipea mööduda ja siis pole meil enam lihtsalt midagi teha. Isegi kui ettevõtte ei tegele millegi sellisega, mida saab internetis müüa, on siiski mõtet pildis püsida, sest kriis saab mingil hetkel läbi ja siis teavad inimesed, kelle poole pöörduda.

Soovitusprogramm ja kriisi enda heaks pööramine

Alustades meie õpilasfirmaga oli kõige suuremaks katsumuseks leida esimene klient. Raskeks tegi olukorra ka see, et konkurents oli suur ning erinevalt paljudest teistest õpilasfirmadest pakkusime teenust, mitte toodet. Järsku tabas meid arusaam, et meie kooli kogukonnas on palju suureettevõtjaid. Sellest tulenevalt on meie suhtlusringkondades palju nende lapsi. Tulime mõttele, et just viimaste kaudu on suurepärane saada ühendust väga suurte tegijatega. Töötasime välja programmi, mis oma olemuselt ei ole midagi uut. Nimelt soovitusprogramm, mis tähendab seda, et meile kliendi tooja saab selle eest tasu. Iva oli aga selles, et kuna lepingud töötaksid tulla üsna mahukad, teeniks soovitaja selle pealt päris korraliku summa, sest selle arvestamine käib protsendipõhiselt. Sellest plaanist ei tulnud kahjuks midagi välja, aga me ei matnud seda lõplikult maha. Ei tulnudki eriti kaua

oodata, kuni ilmus perfektne hetk programm uuesti päevakorda võtta. Vaatasime varem tehtud plaani üle, parandasime seda pisut, kohandasime majanduslikule olukorrale sobivamaks ja tegime pisut professionaalsemaks koos eraldi veebileheküljega, et usaldusväärsus tõsta. Meie uueks plaaniks oligi rõhuda peamiselt majanduslangusele ja sellele, et inimestel on suurem vajadus lisaraha järele, mis peaks neid idee poolest rohkem pingutama panema, et meile klient tuua. Eks näis, kas see ka tulemusi toob.

Meie osalus üritusel sTARTUp Day 2020

2020. aasta jaanuaris käisime tiimiga üritusel sTARTUp Day, kus osalesime noorte pitchimise võistlusel. Seal pidime tunnistama endast paremaks eelmise aasta õpilasfirmade võistluse finalistit ÕF Tahpoon, kes müüsid tahket šampooni. See kogemus oli meeletult arendav. Rääkisime laval suure hulga inimeste ees ja seda inglise keeles. Selline avaliku esinemise kogemus juba mööda külgi maha ei jookse. Lisaks esinemisele töötas tulla meile ka finantsilises mõttes see üritus väga kasulik. Seal sai kasutada äppi brella.io, mille abil saime tublisti networkida ja uusi kliente püüda. Pärast üritust sujus jutt meil viie ettevõttega, kellest kahega läksime ka nii kaugele, et saatsime juba allkirjastamiseks lepingud, aga mõlemaga lõppes suhtlus ka seal maal. Sellegipoolest ei ole me neid kui kliente nõ. maha matnud. Samas, võis asi olla lepingutes, ehkki lasime tuttavatel juristidel need üle vaadata ja vajalikud parandused teha. Üldiselt näitas meile üritus,

start-up'ide kultuuri ja kuidas rahvusvaheline äritegemine toimib.



sTARTUp Day pitchimine. Paremalt vasakule: Martin Vallaste, Karl Pärloja, võistluse moderaator

Meie tehtud tööd ja kliendid

Reaalselt oleme tänaseks koos töötanud viie erineva kliendiga. Enamasti on olnud töö veebiarenduse vallas, aga oleme natuke katsetanud ka brändi identiteedi loomise ja digidisainiga. Meie kliendid:

- Mitt & Perlebach - Meie esimene päris klient. Vaatasime, et nende tolelaegne leht oli kahtlemata päevinäinud ja pakkusime nendele uut veebilehte. Meie koostöö nendega oli meile väga suureks õpetuseks, sest reaalselt tegime valmis 3 erinevat veebilehte: koodi põhjal, rakenduses Squarespace ja lõplik leht tuli WordPressis. Imestasime alguses isegi, et nad otsustasid teenuse sisse osta õpilasfirmalt, kes pole ennast tõestanud.
- Kerdi Talu - umbes nädal enne aruande kirjutamist tuli meile juurde meie mentori Argo Sildvee ja ütles, et tema tuttavatel, Kerdil, oleks vaja veebilehte oma maasikatalule. Niisiis hakkas töö pihta. Rakendasime kõike, mida õppisime Mitt & Perlebachile lehte arendades ja töö saime tehtud nädalaga. Veebilehte arendas meie

tegevjuht ja veebiarendaja Karl kasutades koodi.

- ÕF Wesi - Nemad olid meie esimene klient, aga kuna nemadki on õpilasfirma, siis saime kaubale, et nemad saavad enda brändile disainid ja meie saame endale kogemuse. Kaubale saime ühes esimestest õpilasfirma tundidest, mis meil koolis toimus, kus kõik oma ideid tutvustasid. Nende äri seisneb selles, et nad teevad loodussõbralikke veepudeleid ja meie tegime sinna peale 3 erinevat disaini.

- ÕF Akupank - Nemad olid teine õpilasfirma, kellega me koostööd tegime. Mõte koostööd teha tuli siis, kui me koos nendega sTARTUp Day üritusel käisime. Täpsemalt tegime me neile e-poe, kus nad oma rahakotte, kus on sees väike akupank, müüma hakkavad.

- Nele Catering - Nemad tulid meie juurde just sellel hetkel, kui kriis ettevõtetele rõhuma hakkas. Neid aitasime me sellega, et lisasime nende veebilehele juurde e-poe mooduli.

Selle nimekirja põhjal julgeme väita, et meie teenuse vastu on huvi. Lisaks on vajadus praegusel hetkel pidevalt kasvav.

Ebaõnnestumised ja meie õppetunnid

Nagu igal alustaval ettevõttel, tuleb enne õnnestumisi ka ohtralt ebaõnnestumisi. Ka meie ei olnud erandiks. Kõige suuremad ebaõnnestumised olid meil klientidega, õigemini kaotatud klientidega, aga nendest rääkisime me lähemalt lõigus: [“Meie osalus üritusel sTARTUp Day 2020”](#). Sellegipoolest pole me alla andnud ja töötame selle kallal, et nad klientideks saada. Lisaks sellele saime head õppetunnid ka selle kohta, kuidas tiimitöö

täpsemalt toimima peaks. Nimelt, oleme oma firmasisest mudelit klientide *on-board*imise ja nendega töötamisega seoses lugematul arvul kordi üle käinud ja parandusi loonud. Tänapäevaks oleme sellega üsna heas positsioonis, kus töö saab kiirelt ja efektiivselt tehtud, aga otsime kõik siiski aktiivselt uusi infokilde selle teema kohta, kuna alati saab kõike paremini teha. Alguses oli meile suureks mureks ka enesedistsipliin ja ajaplaneerimine, aga tänapäevaks oleme selle mure ka ära lahendanud ja meie “edu” saladus on see, et kõik tiimiliikmed hoiavad ülejäänusid rajal ega lase neil laiselda. Sellegipoolest on enesedistsipliini koha pealt suurim kitsaskoht see, et tänu Martini probleemidele dokumentidega ei ole meie õpilasfirmal aruande kirjutamise ajal ikka veel pangakontot, aga sellegi tunneli lõpus paistab valgus ja varsti on meil konto olemas. Lisaks, nagu mainisime ka üldhinnangus tegevusele, ebaõnnestusime me ka oma sekundaarse eesmärgi ehk 16000 € käibe teenimisel.

FINANTSTULEMUSED

Firma algkapitaliks otsustasime võtta 40 eurot. Osalus jaotus võrdselt nelja liikme vahel. Otsuse tegime põhimõtteliselt olematute püsikulude põhjal. Praeguseks hetkeks oleme suutnud kulud nulli viia. Hetkel oleme ametlikult miinuses, sest raha tehtud tööde eest ei ole veel laekunud. Sellegipoolest oleme saavutanud üsna kopsaka kasumi, tingimusel, et saame klientidelt raha kätte. Täpsemalt, oleks sellisel juhul meie teenitud kasum aruande kirjutamise ajal 2513,61€. Kui

hetkeseisuga kaotatud kliendid oleksime suutnud kohe kinni püüda, oleks meie kasum tänaseks suurusjärgus 10000 €. Kulude poolest on need aruande kirjutamise hetkel 56,39€, aga püsikulud oleme suutnud tänaseks nulli viia. Seda tänu meie partnerlusele ettevõttega [Veebimajutus.ee](http://veebimajutus.ee), kes pakuvad meile tasuta veebimajutust ja igale meie kliendile, kelle me nende platvormi kasutama suuname, kuus kuud tasuta veebimajutust. Aktsiakapital on sisse maksmata, sest ühel meeskonnaliikmel oli probleeme pangakonto taotluse allkirjastamisega, aga see protsess on juba lõpusirgel. Kui see on tehtud, saame algkapitali sisse makse sooritada ja ka kliendid saavad oma lepingujärgse tasu tehtud töö eest meile üle kanda. Hetkel on dokumentides tulud tinglikud, sest raha ei ole realselt meile laekunud. Kuid ei ole mingit põhjust, miks seda ei peaks toimuma. Kui kõik oleks läinud plaanipäraselt, ei oleks meil isegi tulnud hetke, kus me oleks miinuses olnud, aga eks see ongi õppimise koht.

Kasumiaruanne 28.10.2019 - 04.04.2020

1. Tulud	2570 €
2. Kulud	
2.1 Turundus	51,39 €
2.2 Muud kulud	5 €
Kulud kokku	56,39 €
3. Aruandeperioodi kasum	2513,61 €

Tabel 1. Kasumiaruanne

Bilanss 04.04.2020

AKTIVA		PASSIV A	
	€		€
Raha	0	Võlad	56,39
Nõuded ostjate vastu	2570	Sisse maksmata aktsia-kapital	40
Nõue aktsionäride vastu	40	Kasum	2513,61
KOKKU	2610	KOKKU	2610

Tabel 2. Bilanss

TEGEVUSE ANALÜÜS JA ARENG

Tegevus

Üldiselt võime oma tegevusega rahule jääda, sest digiagentuuri alustamisel tulebki arvestada väljakutsetega. Kuigi meil on siiamaani olnud vähe kliente, ei pea me seda negatiivseks, sest rõhume pigem kvaliteedile, kui kvantiteedile. Finantspoole pealt oleksime pidanud arvestama natuke ka sellega, et võib tulla ette ootamatusi, nagu näiteks konto loomise viibimine.

Areng

Meeskond: saime paremini aru üksteise tugevustest ja nõrkustest, õppisime, et kui ülesanded ära jagada, saavad probleemid väga kiiresti lahendatud. Arendasime oma oskuseid vastavalt vajadusele, et meeskonna peale oleks meil kokku

võimalikult lai oskustepagas. Nende kaheksa kuu jooksul õppisime me oma asju süsteemsemalt ajama. See, mis meil alguses võttis nädalaid saame tänaseks tehtud vaid mõne päevaga.

Karl Mattias Pärloja: *“Olen isa eeskujul alati soovinud tegeleda ettevõtlusega. Enne õpilasfirma asutamist teenisin taskuraha platvormil Fiverr. Just tänu sellele sain hea praktika omas vallas ning olen täna kindel oma võimes pakkuda teenust. Eelmise aasta keskpaigas viis elu mind kokku Martiniga, kes oli juba eelnevalt tegelema turunduse ning reklaamidega. Sealt hakkasimegi veeretama mõtet uue firma asutamiseks mis pakuks teenuseid meie mõlema eelmistest tegevusvaldkondadest. Tunnen, et olen arenenud suuremahulisi projekte haldama ja juhtima, ning teistega rohkem arvestama/koostööd tegema. Olen saanud palju uusi kogemusi seoses oma tegevusvaldkonnaga. Lisaks olen kogunud palju väärtuslike kontakte tulevaseks eluks.”*

Madis Jaagup Laurson: *“Varem tahtsin ma pigem ise kõigel silma peal hoida ja võtsin väga palju vastutust enda peale. Varsti pärast õpilasfirma tegevuse algust sai mulle aga selgeks, et firma puhul ei ole see enamasti võimalik. Varasemalt ei olnud ma harjunud suhtlema võõraste inimestega, õpilasfirma raames ei olnud sellest eriti võimalik pääseda. Tegelikult oleks ma mingi mooduse selleks ilmselt leidnud, aga tahtsin endas seda poolt arendada. Konkreetsemate oskuste poole pealt oskan nüüd paremini kasutada*

WordPress’i ja Wix’i, kirjutada tekste ja kasutada MS Excel’it.”

Martin Erik Vallaste: *“Isikliku arengu puhul saan ilmselt välja tuua kõige paremini suhtlusoskuse arengu. Varasem ettevõtluskogemus oli mul täielik sooloüritus ja õpilasfirma vältel pidin õppima asju lödvemalt võtma ja oma tiimi usaldama hakkama. Lisaks sellele arenes mul ka üldine suhtlusoskus. See oli tänu minu rollile müügidirektorina. Siiski, mis kõige tähtsam... ma sain aru, et vahet pole mis ka ei juhtuks, tahan ma tulevikus ettevõtjaks hakata.”*

Carl Oscar Richard Valgus: *“Alustades seda õpilasfirmat, ei teadnud majandusest ega ettevõtlusest väga midagi. Teadsin, et on olemas mingisugused maksud ning ettevõttes on juhatus ja töötajad. See, kuidas tegelikult see kõik käib, on lihtsalt vapustav. Pärast esimese kliendiga kohtumist ning oma müügisoskusi harjutades Tartu “sTARTUp Day’l” ja õpilasfirma laadal, sain teada, et see on see, mida ma oma elus teha tahan. Kõik see meeleolu ning õhkkond, mis ettevõtlusmaailma ümbritseb, on kuidagi nii eriline ja sõltuvust tekitav. Võrreldes programmi algust ning praegust hetke, on minu sihid tuleviku osas muutnud ikka korralikult.”*

TULEVIK

Õpilasfirma raames

Seni, kuni me saame ennast veel õpilasfirmaks kutsuda, plaanime me jätkata samamoodi, nagu me oleme siiani

teinud. Tänu majanduskriisile plaanime jätkata suurema entusiasmi ja energiaga kui varem, sest majanduskriisi ajal on mõned kindlad teenused, mida on igal ettevõttel vaja olenemata valdkonnast. Lisaks saame me praegu veel müüa erinevaid teenusepakette, mis aitaksid ettevõtetel kriisist välja tulla. Nagu näiteks: “E-poe seadistamine ja turundus” ja “Tulus reklaam kriisi ajal”. Meie kasuks mängib ka see, et meie hinnastamismudel põhineb meie võimel tulemusi tuua. See tähendab, et ettevõtetel tekib tänu meie abile suurem rahavoog, et teenuse eest tasuda.

Tulevik pärast õpilasfirmat

Pärast seda, kui RND oma tegevuse õpilasfirmana lõpetama peab, on plaan siiski teenuste pakkumist jätkata, aga edaspidiselt päris osatühinguna. Siinkohal tekib probleem, et me kõik oleme alaealised, seega kuidas saaksime me oma nimesid kasutades ettevõtte asutada. Õnneks on meie probleemile lahenduse pakkunud Eesti riik. Nimelt, on alaealistel võimalus oma teovõimet laiendada, mis lubab neil olla ettevõtte juhatuses ja viia läbi pangatoiminguid. Meie teada on seda kasutatud korra ka just nimelt ettevõtte asutamiseks. Seda tegi tänaseks kurikuulus ettevõtja Henry Kallas. Esimesel võimalusel plaanime alustada tsiviilmenetlust, et enda teovõimed laiendada, sest usume, et meie ideel on kasvupotentsiaali. Lisaks, arendame hetkel veebimoodulit, kus klient saab reaalselt näha projekti arengut seoses meie koostööga – kuhu raha on läinud ja kuhu seda plaanitakse suunata. Veebiarenduse

puhul näeb klient reaalselt oma veebi hetkeseisu. Igale asjale saab klient juurde lisada kommentaare ja enda mõtteid.

Potentsiaalne koht ärimaailmas

Me näeme ennast täitmas kohta suure kasvupotentsiaaliga ettevõtte usaldusväärse koostööpartnerina. Seda just sellepärast, et meie hinnastamismudel särab just sellises keskkonnas, kus mahud on suured ja iga ost on meie kliendile palju väärt, just sellepärast olid algselt meie ideaalsed kliendid finants- ja kinnisvaraettevõtted. Pärast kriisi tahame aidata neil taastuda ja uuesti jalad alla saada, kindlasti sünnivad nendes valdkondades ka uued ettevõtted ja nendel saame praktiliselt asutamise hetkest kõrval olla.

TÄNUSÕNAD

Suureks toeks oli meie juhendaja Signe Ventsel. Ilma temata ei oleks me suutnud pooltki sellest, mis me tänaseks saavutanud oleme. Lisaks temale täname ka Rocca al Mare Kooli valikaine “Praktiline ettevõtlus” õpetajaid: Tauno Loodus, Eero Kookla ja Kadi Asmer, tänu kellele meie tiim kokku pandi ja kes meie idee vastu esimesena huvi tundsid ja meid tegutsema ärgitasid. Suureks abiks oli ka Argo Sildvee agentuurist Velvet oma kuldaväärt nõuannetega. Ei saa ka mainimata jätta sugulasi ja tuttavaid, kes meile nõu ja jõuga abiks on olnud. Aitäh!