



Õpilafirma Kiir

Hugo Treffneri Gümnaasium

Juhendaja: Ülle Seevri

Mentorid: Hanna Anepaio, Sander Aukust

2020/2021

SISUKORD

Üldiselt.....	2
Teekonna algus.....	3
Toote loomine.....	4
Tootmine.....	5
KIIR turul.....	6
Kliendini jõudmine.....	7
Väljakutsed.....	8
Finantstulemused.....	9
Mis edasi?.....	10

PROBLEEM

Näonahka on aastaringselt oluline **päikesekiirguse eest kaitsta**, nii põletuse kui tõsisemate haiguste tõttu. Küll aga on see samm tihtipeale ebamugav, kuna suurem osa päikesekaitsekreeme jätavad näonaha kleepuma, ummistavad poore ega sobi aknele kalduvale nahale. Seetõttu jäetakse tähtis etapp nahahoolduses tihti vahele. Samuti kasutatakse igapäevaselt meigi tegemisel näol puudrit, mis koostise poolest eriti nahasõbralik ei pruugi olla – nii saab näonahk kahjustada.

LAHENDUS

KIIRe mineraalpuudri abil saab **kaks sammu, päikesekaitsekreemi ja meigipuudri, mugavalt ühega asendada**. Mineraalsed koostisained tagavad kaitse päikese eest, lisaks on elimineeritud päikesekreemide kasutamise ebamugavad küljed.

Looduslikest koostisosadest valmistatud puuder on nahasõbralik – tänu tsinkoksiidi sisaldusele aknesele nahale eriti soovitatav. Toode ei ummista poore ega jäta nahka läikima, seega täidab ka tavalise meigipuudri ülesande suurepäraselt.



KIIR mineraalpuuder. Foto: L. Härma.

FINANTSTULEMUSED

Finantstulemused 28.04.2021 seisuga

Müügitulud	319.70 €
Kulud	527.80 €
Varud	303.07 €
Kasum/kahjum	-208.10 €

HINNANG TEGEVUSELE

Lisaks firma enda saavutustele, nagu panus tarbijate naha tervise parendamisesse, oleme ka ise teekonna käigus märkimisväärselt arenenud. Tunneme uhkust oma lõpliku toote üle, sest tegu oli vaevanõudva tootearendusprotsessiga, mis ennast tänu heale tulemusele kuhjaga ära tasus. Raske töö kõrvalt ei unustanud me ka kunagi kogemust täiel rinnal nautida ja sellest viimast võtta. Meeskonnaga oleme samuti kasvanud üha lähedasemaks, üksteist veelgi rohkem tundma saanud ja julgeksime iga kell koos lahingusse minna. Kindlasti plaanime vastu võtta veel uusi väljakutseid!

MEESKOND

KIIRE mugava ning lihtsa toote taga on tegelikult palju keerukaid ülesandeid, mis nõuavad mitmekülgset ja pealehakkajat meeskonda. Just sellised õpilased meie firmas ongi! Kogu karusselli organiseerib, hoiab koos ja motiveerib **tegev- ja tootearendusjuht Katarina Kukk**. Selleks, et ka kliendid näeks meie toodet sama entusiasmiga kui me ise, tegeleb **turundusjuht Lisete Härma** kõige kunstilisega – ta kujundab ja loob KIIRE visuaalse maailma, millele lisaks suhtleb klientidega. Et firma rahaasjad ja logistika kontrolli all oleksid, hoiab KIIREl silma peal **finantsjuht Helena Varjas** – meie elav kalkulaator.



KIIRE meeskond. (Katarina Kukk, Lisete Härma, Helena Varjas). Foto: H. Truu.

VÕTAME HOOGU

Uskusime kõik kohe algusest peale sügavalt oma ideesse. Küll aga ei teadnud me, kas ka teised inimesed näevad sellise toote järele vajadust, sest teadlikkus päikese kahjulikkusest on üllatavalt madal – eestlane näeb ilmselt lauspäikest piisavalt harva, et regulaarseks kaitsmiseks suurt põhjust ei tunne! Selguse saamiseks viisime läbi **turu-uuringu**, mida jagasime

nii koolisisesele kui muude tuttavate seas. Kuigi valdav enamus vastajatest oli vanuses 16-25, siis tegelikult saime igast vanusegrupist arvamusi. **401 inimese** seast tunnistas 39,7%, et nad päikesekaitset ei kasuta ning **63,2%** arvas, et päikesekaitse kasutamine on kas **ebamugav või natuke ebamugav**. Kusjuures enamasti toodi vastajate poolt välja, et ebamugavus seisneb kreemide rasvases ja kleepuvas koostises. Mõistsime selgelt, et inimesed tunnevad tegelikku vajadust meie toote järele ning saaksime nende mure lahendada!

ESIMESED SAMMUD

2020. aastal oktoobris hakkasime aktiivsemalt tegelema puudri koostise väljatöötamisega. Esialgu otsisime infot peamiselt internetist ning võrdlesime paljude turul müüdavate mineraalpuudrite koostiseid. Tundsime, et vajaksime veidi lisajõude ja abi spetsialistidelt, seega võtsime ühendust Tartu Ülikooli farmaatsia instituudiga. Sealsed õppejõud olid väga vastutulelikud – saime nende kaudu erialast kirjandust ning praktilisest kogemusest tulenevat nõu, mis tõesti marjaks ära kulus. Ei pidanudki ise kõiki ämbreid läbi kolistama! Lisaks küsisime kosmeetikatööstuse alal tegelevate tuttavate käest nende isiklike kogemuste kohta. Nii saime ennetada probleeme, mis neil olid ette tulnud, ja teiste vigadest õppida. Kuna üheks oluliseks osaks meie toote juures on päikesekaitse, siis uurisime erinevaid mineraalseid aineid, mis kaitseks päikesekiirguse eest ning seejuures oleks ohutud ka nahale. Eelnevaid tingimusi arvesse võttes otsustasime **tsinkoksiidi** kasuks. Terviseameti ja Euroopa tervisenõuete määrasid arvestades panime

oktoobri lõpuks paika esialgse retsepti ning tellisime Suurbritanniast toorained meie esimeste prototüüpide katsetuste jaoks.

TOOTEARENDUS

Novembris sai meie toote väljatöötamise protsess hoo sisse — **Tartu Ülikooli farmaatsia instituudi laboris** alustasime prototüüpide valmistamisega. Esimeseks eesmärgiks seadsime võimalikult **universaalse tooni** saamise, mis toimiks kõigil heledamatel nahatoonidel. Suutsime selle saavutada, kuid nägime, et puuder ise oli liiga sädelev ning võis jääda mulje, et puudri kasutaja asemel sisenen tuppä päike ise! Niisiis pidime toote koostist muutma, aga selgus, et sobiva mahuaine leidmine nii lihtne polnudki. Katsetasime erinevate variantidega ja lõpuks otsustasime magneesiumstearaati kasutada. Kuna uue aine lisamisega muutusid ka kõigi teiste ainete osakaalud, pidime veel hulgaliselt prototüüpe tegema, et saada just see kõige õigem toon.

Jaanuari alguses saavutasime suurepäraselt töötava koostisega puudri, mille toimivusega ise lõpuks täiesti rahule jäime. Selleks ajaks olime teinud **12 erinevat prototüüpi**. Tootearenduse ajal katsetasime pidevalt juba olemasolevaid puudreid, et näha, kuidas puuder igapäevase kandmise ajal toimib ning saime selle põhjal toodet veel paremaks muuta.

Pikk tootearendus oli kohati küll veidi üksluine, kuid nii õppisime vaatama suuremat pilti - tähtis on ju jõuda imelise tooteni! Keskendusime sellele, mida olime juba korda saatnud ja õppisime end ka rasketel hetkedel motiveerima. Samuti

arenesime väga palju keemiaalaselt, sest saime panna varem koolis omandatud teoreetilised teadmised lõpuks käiku, et luua midagi reaalselt!

NAHALE PAI

Teame omast kogemusest, et tihti võivad erinevad meigi- ja nahahoodustooted tundlikku nahka ärritada, ummistada poore või soodustada põletiku teket. KIIRe mineraalpuudri koostise juures pidasime silmas, et toorained oleksid võimalikult kvaliteetsed ning nahasõbralikud. Ka koostisainete nimekirja hoidsime võimalikult lühikese – kokku vaid **5 erinevat ainet**.

Tootes sisalduval tsinkoksiidil on lisaks päikesekaitsefunktsioonile ka aknest nahka tervendav mõju. Selle omadusteks on näiteks punetuse ja põletiku vähendamine ning pooride ahendamine.

TEADUS-TEADUS-TEADUS

Suurima osakaaluga on meie tootes **magneesiumstearaat**. Tegu on mahuainega, mis boonuseks muudab puudri nahal ühtlaseks ja siidiseks. Neljandiku koostisest moodustab **tsinkoksiid**. Just see blokeerib UVA ja UVB kiirguse nahalt eemale ning lisaomadusena aitab punetuse ja põletiku vastu. Oleme tootele lisanud ka väikese koguse **seritsiit micat** ehk vilgukivi, et nahk kaunitult särama panna. Puudrile annavad tooni punast ja kollast tooni **raudoksiidid**.

Kõik koostisained on ainete puhtuse ja ohutuse osas **sertifitseeritud** ja eraldi säilivad aasta aega. Saime farmaatsia instituudist teada, et meie toote teoreetiline säilivusaeg oleks 60 päeva. Kuna aga meie

puudri suurimaks ohuks võib olla niiskus, mis tsinkoksiidi tükki ajab, siis on toote säilitamisse võimalik panustada ka kliendil endal. Soovitame klientidel alati hoida purki kuivas toas ja kasutamise vahel kaas peale keerata, siis püsib toode pikalt!

KINDLUSTUNNE MEILE JA KLIENDILE

Pidasime alati hoolsalt silmas puudri koostise osas seatud piiranguid. Näiteks ei tohi Euroopa Liidu määrade järgi olla puudri koostises tsinkoksiidi rohkem kui 25%. Vastupidisel juhul võib suur kogus ainet sattuda hingamisteedesse.

Kui olime sobiva koostise saavutanud, lasime Terviseameti Tartu laboris läbi viia **kosmeetikatoodete mikrobioloogilised analüüsid**. Kuigi see osutus üpris kulukaks, pidasime antud etappi väga oluliseks, et teha kindlaks, kas puuder on kasutajale saajaprotsendiliselt turvaline. Nii saame anda kliendile toote osas täieliku kindlustunde. Analüüside tulemused olid meie jaoks positiivsed — **puudrid tunnistati labori poolt igati puhtaks ja ohutuks**. Seega saime pärast kolme kuu pikkust tootearendusprotsessi alustada nüüd ka päriselt tootmise ja müügi.

TOOTMINE KÄIMA!

Otsustasime ka tootmisega jätkata Tartu Ülikooli farmaatsia instituudis, mis oli meile saanud pika tootearenduse jooksul nagu teiseks koduks. Tootmisprotsessi moodustavad koostisainete kaalumine, uhmriga peenestamine, kokkusegamine ning viimasena purkide täitmine. Labori steriilses keskkonnas kasutame ka vajalikke kaitsevahendeid nagu näiteks kummikindad ja kaitsemaskid, et

koostisained enne purki jõudmist ei saastuks.

Mineraalpuudrite tootmine on üsna aeganõudev, sest tähelepanu tuleb pöörata eelkõige pigmentide ühtlasele segunemisele muude koostisosadega. Suudame praegu toota 4 puudrit tunnis. See on ka kindlasti meie jaoks arenemise koht. Suve lähenemise ning sellega seoses loodetavasti ka tellimuste suurenemisega mõtleme juba praegu, kuidas muuta tootmist efektiivsemaks.



Puuder in action. Foto: M. Laurend.

PUUDRITOOSID

Teadsime, et meie firma põhilise väärtuse kõrval, milleks on naha kaitsmine, tahame pöörata tähelepanu ka **loodussõbralikkusele**. Toote pakendi valikul langetasimegi otsuse nii, et puuder oleks võimalikult hästi kaitstud, kuid plastikut oleks minimaalselt. Seega on KIRe mineraalpuudrid pakendatud klaaspurkidesse, kaaned ja puudrit kaitsvad eraldusseinad on plastikust.

Esialgseid pakendeid ja kleepse vaadates pidasime vajalikuks lisada tootele ka eraldi kaant ja purki ühendava perforibaga kleepsu – toodet esimest korda avades läheb kleeps ühenduskohast katki. Nii näeb ka klient, et tema puudrit pole varem avatud ega kellegi ahned sõrmed seal läbi käinud! Lisaks on see vajalik meile, kui klient peaks mingil põhjusel tahtma puudrit tagastada, sest saame nii tõestada, et toode on kasutamata.

VISUAALID

Disaini osas soovisime algusest peale hoida suhteliselt **minimalistlikku, modernset** joont — alustades logoga ja lõpetades pakendiga. Stiililiselt annab see edasi meie tiimi ja ideede värskust ning uudsete lähenemiste pooldamist. Valitud must-kuldne värvipalett on klassikaliselt šikk ning sobitus hästi ka meie päikeselise temaatikaga. Tervikuna mõjumiseks on ühtviisi olulised nii veebileht, pakendid kui ka tellimuste tänukaardid. Kogu disaini tegimegi otsast lõpuni ise, õppisime põhjalikult tundma graafilise disaini tarkvara, märkama detaile ning nägema üldpilti.

TURUPOSITSIOON

Eesti turul on müügil meie tootega sarnased näiteks Lily Lolo ja Sampure Minerals mineraalpuudrid ning lisaks on olemas erinevaid päikesekaitsefaktoriga puudreid, kuid need ei koosne ainult nahasõbralikest mineraalidest. Müügil olevate tolmpuudrite hinnad algavad väga heal juhul 17€-st, kvaliteetse presspuudri eest tuleks lausa üle 50€ maksta. Lisaks on toodete pakend enamasti täielikult

plastikust, niisiis annab meie pakend kliendile võimaluse teha natukene keskkonnasõbralikum valik. Seega näeme, et KIIRe mineraalpuudrile on turul koht olemas ning tulevikus plaanime laiendada oma müüki ka kosmeetikapoodidesse.

KIIR võrreldes teiste tootjatega

	Maybel-line	KIIR	Lily Lolo
Mine-raalne	Ei	Jah	Jah
Päikse-kaitse	Ei	Jah	Jah
Hind	7,99 €	12 €	18,60 €

KIIR.EU

Sügisel õpilasfirmaga alustades ei olnud liiga palju lootustandvaid märke, et koroonaviirus lähiajal taanduks, seega teadsime, et me ei saa olla kindlad, et kõik laadad toimuvad. Nägime lahendusena oma e-poe loomist, et KIIRe puudrid jõuaksid klientideni olenemata maailmas valitsevast olukorrast. Niisiis oli meil siht silme ees. Reaalsuses läks toimiva e-poe loomisega veidi kauem kui arvanud olime. Detsembri alguses osalesime meeskonnaga ka veebipoe loomise koolitusel, mis oli väga heaks alustalaks, sest keegi meist varem sellise valdkonnaga tegelenud ei olnud. Kuna toote väljatöötamine oli ka alles käsil, saime võtta endale rohkem aega ja ennast teemaga paremini kurssi viia. Protsessi jooksul saime väga palju uusi teadmisi ja oskuseid ning suutsimegi lõpuks täitsa ise oma toimiva e-poe luua. Veebruari keskel õpilasfirmade laada

hommikul otsinguribale “kiir.eu” trükkides ilmuski meie vastvalminud veebipood ekraanile.

Praegu toimub **peaaegu kogu müük just e-poe kaudu**, seega tasus sellesse aja panustamine end küllaga ära. E-poest tellides saab klient valida transpordi, kas DPD või Omniva pakiautomaati, lisaks on võimalus ise tootele järele tulla. Meie e-pood on nagu Tallinna linn — ei saa kunagi lõplikult valmis, sest IT-maailm areneb pidevalt ning täiendamise võimalusi lisandub pidevalt!

PEALE TELLIMIST

Mis saab peale tellimuse esitamist? Oleme mõelnud kõigile detailidele, et iga meie klient tunneks end erilise ja väärtustatuna. Kõik purgid peseme hoolikalt laboris steriliseeritud keskkonnas puhtaks. Pärast puudri valmistamist täidame need ja kaunistame toote informatiivsete kleepsudega ning pakendame tooted **transpordiks mõeldud kaitsvatesse ümbriksse**. Ümbrikud on vooderdatud mullikilega, et hoida kõik tooted terved ja puhtad. Igale kliendile väljendame oma tänulikkust armsa kaardiga, mille paneme tellimustega kaasa. Praegusel ajal tarnime üha enam tooteid just pakiautomaatidesse, et vältida liigseid kontakte ja teha kliendi jaoks puudri kättesaamine nii mugavaks kui võimalik, kuid soovi korral pakume võimalust puuder ka käest kätte endale saada.

Hiljem uurime klientidelt huviga alati nende arvamust toote osas. Ka meie veebilehel on kõigil võimalik jätta tagasisidet. Kuulame igat klienti hoolega ning võtame saadud kommentaarid arvesse.



KIIRe tänukaardid ja ümbrikud. Foto: H.Varjas.

MEIE KLIENT

Uskusime, et meie sihtgrupiks on pigem **naised** — igapäevaselt meiki kandes, on meie puudrit sellevõrra lihtsam oma rutiini sobitada. Tegu oli täiesti õige oletusega. Seni ongi tooteid soetanud vaid naised. Arvasime huviliste keskmiseks vanuseks 20-25. Kuigi ka see sihtgrupp oli õigesti arvestatud, on keskmiselt praegused kliendid jäänud vahemiku alampoolle. Toodet sotsiaalmeedias reklaamides talitasime samade eelduste kohaselt ja tulemus kinnitas meie oletusi. Kõige aktiivsemad vaatajad olid 16-35 aastased eestlased, kellest 81% naissoost.

EESTI ÕPILASFIRMADE LAAT 2021

Veebruaris ei seadnud me samme Tallinnasse Rocca al Mare keskusesse, nagu igal aastal traditsiooniks on, vaid suhtlesime klientide ja žüriiga hoopis interneti kaudu, sest Eesti õpilASFirmade laat toimus seekord **virtuaalselt**. Laada jaoks tegime ka lühikese tutvustava video, mida klient esimese asjana nägi, kui laadaplatvormil meie õpilASFirma nimele klikkis. Laadapäev oli esimene kord, kui oma tootega turule tulime, seega ei olnud

meie toode kliendile varem tuttav. See võis olla põhjuseks, miks päeva lõpuks müüginumbrid tohutult suured polnud – müüsimine kokku **6 toodet**. Siiski pidasime päeva edukaks, sest saime oma toodet tutvustada paljudele inimestele ning seetõttu oli järgmised paar päeva pärast laata meie e-poes aktiivne müük. Laadalt jäi kõrvu ka klientide kiitus meie õpilasfirma professionaalse esmamulje osas.

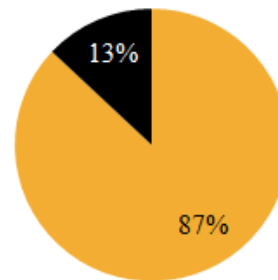
TOODE KLIENDINI

Idee võib suurepärase olla, kuid kui see kliendini ei jõua, pole heast tootest üldse nii palju kasu, kui võiks. Otsustasime seepärast kasutada kõikvõimsa interneti jõudu, et võimalikult paljud inimesed KIIRE puudrist kuuleksid. Kohe algusest saati tegime nii **Instagrami, Facebooki kui ka kodulehe**. Meie sotsiaalmeedias andsime teada KIIRE missioonist, mineraalpuudri eelistest, sooduskoodidest ja ka uudistest tootearenduse osas. Kasutasime Instagrami ja Facebooki reklaame, millest edukamaks osutusid siiski tavapärased postitused. Hetkel on KIIRE tegemistega pidevalt kursis **üle 300 jälgija**.

Firma konto kaudu ühinesime mitme **Facebooki kogukonnaga**, üheks neist näiteks “Vegan kosmeetika” grupp. Nii saime reklaami suunata inimestele, kes juba on sarnastest toodetest huvitatud.

Kasutasime ka erinevaid **sooduskoo**de, et tuua esimestel kuudel tootele rohkem tähelepanu. Suurema allahindluse tegime kalendri järgi kevade esimesel päeval, 20. märtsil, et tähistada päikeseliste ilmade saabumist. Väiksemad allahindlused suunasime Facebooki gruppidesse.

■ täishind ■ 15%kood



Joonis 1. Sooduskood meelitas kohale 13% meie klientidest.

KÕIK EI LÄHE ALATI PLAANIPÄRASELT

Nagu igal aega väärt projektil ikka, tuli ka meil ette palju takistusi, mida ületada. Suurimaks mureks osutus tõsiasi, et Eestis ei saa testida SPF taset tootes – lihtsalt pole sellist laborit. Päikesekaitse oli aga meie puudri põhiargument. Leidsime, et peame looma **uue kuvandi** ja panustama võrdsest palju ka oma puudri ülejäänud tugevustele. Nimetasime toote ümber „mineraalpuudriks“, selle asemel, et kutsuda seda „päikesekaitsepuudriks“. Sellega andsime juba nime enda abil märku, et kuigi puudril on lisaväärtused, on see samal ajal ka igapäevaselt kasutatav meigitoode.

Teine suurem mure tulenes praegusest keerulisest olukorrast. Algust tegime ju nii koroonaviiruse kui ka Brexiti ajal, kusjuures lõviosa meie toorainest pärineb just Suurbritanniast. Seetõttu oli toorainete transport aeglasem, kui endale lubada saime. Selle probleemi juures oli kõige muserdavam see, et ükskõik kui palju pealehakkamist meil ka polnud, ei saanud me ise sinna eriti midagi parata. Väikeste lahendustena valisime veidi **kallima ja kiirema tarne** ning tellisime kohe üsna

suure koguse toorainet. Risk tasus ennast õnneks ära — materjalid olid korralikud ja sertifitseeritud ning pigmendid kvaliteetsed. Õppisime tegema kiireid, kuid siiski kaalutletud otsuseid, et tulla toime meie teele jooksvalt tekkinud probleemidega.

MEESKONNATÖÖ VÕTI

Õpilasfirmaga alustades alahindasime mingil määral meeskonnatöö keerukust. Nii mõnelgi korral tuli ette olukordi, kui olime üksteist valesti mõistnud ning seetõttu kujunes vahel tiimisisene õhkkond üpris pingeliseks.

Kontaktõppe ajal nägime üksteist vähemalt viis korda nädalas, ei olnud haruldane, kui ka nädalavahetused möödusid kõikvõimalikke probleeme lahendades ning uusi eesmärke seades. Seega, kui ühel hetkel pandi koolid jälle kinni ning pidi kontakte vähendama, oli muutus meie jaoks suur. Esialgu oli tunda, et üksi kodus olles langes motivatsioon ning oli raskem õpilasfirma ülesannetega graafikus püsida. Kuigi niigi möödusid enamik päevad videokõnede ja -tundide seltsis, hakkasime **iganädalaselt tegema veebikoosolekuid**, kus tegime kokkuvõtteid ning jagasime järgmiseks nädalaks igale liikmele kindlad ülesanded. Leidsime, et sellised regulaarsed “kohtumised” toimisid meie jaoks väga hästi ning oleme siiaaani nendega jätkanud.

Õppisime igaüks nii enda kui ka teiste kohta väga palju. Saime aru, et kõigil on veidi erinevad töötamisharjumused ja leidsime lahendusi, et need meie õpilasfirma kasuks tööle panna. Usume, et meeskonnatöö edu saladus peitubki kõigi

liikmete tugevuste tööle panemises ning nõrgemate külgede täiustamises.

KOGEMUSTE JAGAMINE

Terve õppeaasta vältel osalesime Tartus regulaarselt toimuvates **mentorklubides**, kust saime nii kasulikke nõuandeid kui ka lisamotivatsiooni raskematel hetkedel. Oli hea suhelda teiste Tartu noortega, kes meiega sama teekonna ette olid võtnud ning kuulata, kuidas nemad erinevate katsumustega toime tulevad.

Lisaks otsustasime võtta osa Eesti, Läti ja Soome Junior Achievementi poolt korraldatavas **GOALS projektis**, mis kestis jaanuarist aprillini. Kuulates erinevate ettevõtjate lugusid ja õpetussõnu ning täites mitmekülgeid ülesandeid, analüüsisime oma senist tegevust ja leidsime nüansse, mida oma firma juures parandada. Vaatamata olukorrale maailmas, saime siiski jagada kogemusi ka **naaberriikide õpilasfirmadega**, sest kogu projekt toimus virtuaalselt.

FINANTSTULEMUSED

Algkapitali 270 eurosse panustasid kõik liikmed võrdselt **90 eurot** isiklikust rahast. Finantspoolelt oli algus künklik – kosmeetikatööstus on väga reguleeritud, seega oli palju väljaminekuid, näiteks kosmeetikatoodete mikrobioloogilised analüüsid, piisavalt õhutihedad pakendid ning pandeemia tõttu ka kallim tarne, et kõik vajaminev üldse meieni jõuaks. Üsna pea leidsime, et olime algkapitali valides oma vajadusi alahinnanud ning otsustasime võtta **laenu 90 euro** väärtuses. Raske olukord oli aga oluliseks õppetunniks – peale seda käisime firma

rahaga hoolsamalt ringi. Panime kõik energia mängu ja saimegi esimeseks laadaks nii tooted kui veebilehe täielikult valmis. Müük sai hoo sisse ja meie jalad alla. Meie **kasumimarginaaliks sai 57%**. Praeguseks oleme müünud 23 toodet. Kuigi oleme teinud suuri väljaminekuid, mis on tinginud kahjumi, siis vaatame asja positiivselt küljelt. Kogu senine raha on läinud otse firma edasisse arendusse - uute toodete välja töötamise ja olemasolevate pidevasse lihvimisse. Seega on meil varuks korralik kogus kvaliteetseid tooteid, mille tulemusena saame edaspidi keskenduda just müügitööle.

Bilanss 28.04.2021 seisuga.

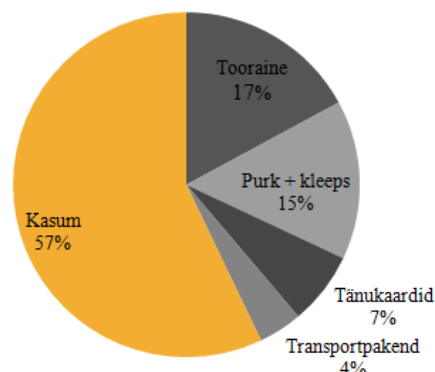
Aktiva	€	Passiva	€
Raha	151.9	Võlad	90
Materjal	0	Oma-kapital	270
Põhivara	0	Kahjum	-208.1
Kokku	151.90	Kokku	151.90

Kasumiaruanne 01.11.20 - 28.04.21.

1. Müügitulud	319.70 €
2. Kulud	527.80 €
2.1 Tootmiskulud	407.25 €
2.2 Turundus	10 €
2.3 Muud kulud	110.55 €
3. Kahjum	-208.10 €

HIND

Turu-uuringus eelistatud päikesekaitse hinnaks osutus 10-15 eurot. Võtsime kohe eesmärgiks seda tagada ja samal ajal konkureerida kosmeetikatoote poole pealt teiste puudrite hinnaklassiga. Omahinnast moodustas suurima osa puuder ise ning selles osas me järeleandmisi teha ei suutnud. Küll aga vaatasime läbi palju erinevaid võimalusi toote pakendamiseks. Leidsime lõpuks purgid, mis sobisid hinna poolest ning osutusid ka üsna keskkonnasõbralikeks — igas mõttes võit. Suutsimegi oma eesmärgid täita. Valisime **toote hinnaks 12 eurot**, mis võimaldas meil konkureerida *low-end* kosmeetika hinnaga, pakkudes ikkagi samu lisaväärtusi, mis paljud *high-end* firmad.



Joonis 2. Toote hinna kujunemine.

SÄRAV TULEVIK

Miks aga piirduda oma meigirutiinis vaid ühe mineraaltootega? Naha tervisele mõeldes on kõige mõistlikum kasutada mineraalse koostisega meigitarbeid. Siinkohal soovimegi KIIRE nahasõbralike meigitoodete missiooniga jätkata. Mineraalpuudri toote väljatöötamise protsessist jäi meile alles liiga sädelevaid

koostisosi, mis puudri koostises ei toiminud. Seega leidsime nendele kasutust, et mitte raha ja toorainet raisku lasta ning oleme nüüdseks välja töötanud ka täiesti silmipimestavalt kauni ja kumava **särapuudri** (*highlighter*), millega lähiajal turule tulla saame. Veel viimased detailid kindlaks määrata ja pakendite saabudes oleme meie valmis ning e-pood uue tootega täiendatud!

RIIULITÄIS KIIRT

Lisaks mineraal- ja särapuudrile saab meigi tegemises nahasõbralikuks muuta veel hulgaliselt samme. KIIRes soovimegi klientide naha parendamisse veel rohkem panustada. Lisaks olemasolevale valikule saab tugevama pigmendi puhul toota peitepuudrit väikeste ebatäiuste katmiseks, virsikutooni pigmentidega põsepuna kevadise roosaka sära jaoks ning jumestuskreemi asendusena samuti praegusest veidi katvamat puudrit. Nii saame asendada aina rohkem kahjulikke tooteid nahka hoidvate mineraalsete alternatiividega.

Seega usume, et ÕF KIIRel on veel palju potentsiaali ning kui laiendame oma tootevalikut, vaatavad kliendi meigikotist varsti vastu just suures osas KIIRe tooted.

SUVE OOTUSES

Oleme oma senise tegevusega rahul — isegi sellel külmal ja keerulisel ajal saime võrdlemisi hooajalise kaubaga tegelevale firmale jalad alla. Aga usume, et on veel palju saavutada ning et soojemate ja päikeseliste ilmade saabumisega muutub meie toote olemasolu kliendile päev-päevalt järjest olulisemaks.

Loodame, et koroonaviirus taandub ning saame vähemalt suvel lõpuks klientidega ka näost näkku suhelda. Oleme praegu registreerunud **Tallinna Vanalinna Päevadele** ning kindlasti tahame osaleda nii mõnelgi laadal veel.

EDASISED PLAANID

Tunneme, et tegelikult oleme meie oma teekonnaga alles poole peal, sest suure osa praegusest tegevusest võttis ajamahukas tootearendus ning müügivõimalusi liiga palju olnud ei ole. Kavatsime võtta järgmistest päikeselistest kuudest ettevõtluse mõttes viimast ning jõuda rohkemate klientideni.

Suviseid müügitulemusi analüüsid saame paika panna täpsed plaanid jätkamise osas. Ettevõtlusisik on nüüdseks meie kõigi sees veel visam ja vastupidavam: KIIRega pikemas perspektiivis jätkamine ning ettevõtte kasvatamine on muutunud aina ahvatlevamaks plaaniks!

AITÄH!

Juhendaja: **Ülle Seevri**

Mentorid: **Hanna Anepaio, Sander Aukust**

Fotograafid: **Mirel Laurend, Helis Truu**

