Gustav Adolfi Gümnaasium

Õpilasfirma Notest aastaaruanne

Mentor: Kaspar Kuus

Tallinn 2017/2018

Sisukord

Põhiandmed……...…1
Firma lugu…….2
Turu-uuring……...2
Konkurentide analüüs……....3
Sihtrühm……....3
Turundus…….....3
Tooted…….....3
Tootmisprotsess……...…..4
Toodete müügikohad……...…..4
Tootearendus ……5
SWOT analüüs……..5
Tiimi kirjeldus……...…5
Eneseanalüüs……7
Tiimi areng……8
Õnnestumised ja raskused…….9
Majandustegevuse analüüs…….....10
Potentsiaalne koht ärimaailmas……...10

Firma nimi

Õpilasfirma nimi "Notest" sisaldab endas ingliskeelset sõna *notes*, mis tähendab märkmeid ning tagaliide EST viitab eestimaisele päritolule.

Missioon

Pakkuda turul koolivihikut, mis sobib kasutamiseks kõigis õppeainetes, muutes õpilaste ja lapsevanemate ostuvaliku lihtsamaks.

Toote kirjeldus

Eesti esimene kaks ühes ruudu-jooneline vihik, mida saab kasutada igas õppeaines.

Üldhinnang

Õpilasfirma loomise algul toimus tegutsemine kiiresti, sest kõigil oli tuhin sees ning taheti näha ja katsetada esimest prototüüpi. Firma loomine sai alguse oktoobris ja eesmärk oli tootega turule jõuda juba detsembrikuus toimuvatel laatadel, siis jäi toote disaini loomise, tellimise ja kogu müügi- ning turundustegevuse planeerimiseks vähe aega. Vaatamata kõigele tuldi hästi toime ja esimene laat läks üllatavalt edukalt, mis andis edaspidiseks lisamotivatsiooni. Samal ajal tegeleti ka veebilehe loomise, läbirääkimiste pidamisega erinevate poodidega, ning välja tuldi uue disainiga. Oma ettevõtmistega ollakse rahul ja nüüdseks on müüdud juba üle 1200 vihiku. Kõige väärtuslikemaks peetakse sellega protsessi käigus saadud uusi kogemusi ja teadmisi.

Finantsid
Tulud: 2388,33€
Kulud: 2203,71€
Tootmiskulud: 1924,94€
Muud kulud: 278,77€
Kasum: 184,62€

1. Firma lugu

30. septembril osalesid Getlin, Elina ja Victoria Youth Empowered Eesti avaseminaril. Ürituse lõpus toimus *häkaton*, mille käigus tuli grupil idee lahendada igasügisene õpilaste ja vanemate probleem: **teadmatus kui palju osta ruudulisi ja kui palju joonelisi vihikuid**. Victoria esitles algset ideed žüriile ja suureks üllatuseks võitis enda grupile peaauhinna. See tunnustus andis nii palju motivatsiooni ja usku juurde, et juba samal päeval otsustati idee teoks teha. Mõistes, et protsess tuleb mahukas, võeti kampa veel üks liige - Liisi Mari.

Õpilasfirma nime valimine ei olnud lihtne. Potentsiaalsete variantidena kaaluti Notely, Noted, Noty ja Notest. Kõigi poolehoiu sai Notest, mis viitab kõige paremini tootele ja märkmete tegemisele ning annab edasi ka Eesti päritolu.

Rollid jaotati järgnevalt:

1. Victoria Villig - tegevjuht
2. Getlin Meetua - finantsjuht
3. Liisi Mari Nurmetalo - müügijuht
4. Elina Meier - disainer ja tootearendusjuht

Järgmise sammuna registreeriti õpilasfirma Notest ametlikult. Õpilasfirma algkapitaliks määrati 200€. Seejärel alustati toote disaini arendamise, trükikodadega läbirääkimiste pidamise ning materjalide valimisega.

1.1 Turu-uuring

Turu-uuringu eesmärgiks oli jõuda selgusele klientide ostuharjumuste ja soovide osas. Küsimustik, mis koosnes 24-st küsimusest, viidi läbi Google Form keskkonnas. Turu-uuringus keskenduti peamiselt klientide eelistuste kindlaks määramisele vihiku detailide (kaas, sisu, paksus, värv) osas. Kolme päeva jooksul koguti üle **4000 vastuse**, mis võimaldas teha arvestatavaid järeldusi:

1. Õpilasfirma Notest sihtgrupi moodustavad põhikoolis ja gümnaasiumis õppivad neiud;
2. **Kõige olulisem faktor vihikute valimisel on disain**;
3. Üle 2000 õpilase väitis, et kõige keerulisemaks teeb vihikute valimise teadmatus, kui palju osta ruudulisi ja kui palju joonelisi vihikuid;
4. Kaks ühes ruudu-jooneliste vihikute järele on nõudlust, sest 64% vastanutest ütlesid, et nad on kirjeldatud tootest huvitatud.

Turu-uuring osutus edukaks ning kogutud informatsiooni võeti arvesse toodete välja arendamisel.

1.2 Konkurendid

Notest'i peamine konkurent on õpilasfirma Roonik, kelle tegevjuht osales ka Youth Empowered avaseminari häkatonil. Kuna edasised mõtteid seal ei kattunud, otsustati minna oma teed. ÖF Roonik toodab samalaadseid kaks ühes ruudu-joonelisi vihikuid.
Notest'i eristab Roonikust:

- laiem tootevalik: neli erinevat disaini ja kaks suurust
- vihikute kõrge kvaliteet ning vastupidavus;
- personaalne avaleht õppeaine ja nime kirjutamiseks koos positiivse sõnumiga;
- noortepärane ning trendikas disain.

Eesti turul samalaadset toodet pakkuvaid ettevõtteid rohkem ei ole. Ülejäänud konkurendid müüvad standardseid vihikuid (nt: Valemivihik). Nende eeliseks on masstoodangule omane madal müügihind ja pikaajaline tuntus turul.

1.3 Sihtrühm

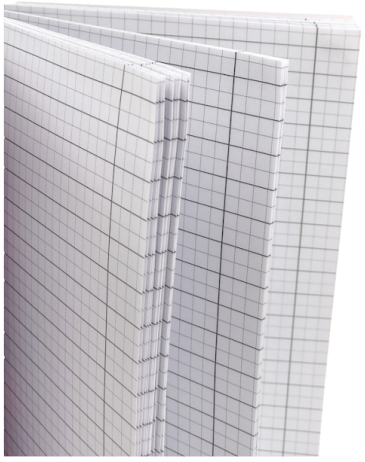
Õpilasfirma Notest'i peamine fookus on **põhikooli ja gümnaasiumi tüdrukutel**. Laiemasse sihtgruppi kuuluvad ka tudengid ja õpilaste vanemad. Notest'i vihiku ostjad on korraarmastajad ning kiire elutempoga inimesed, kes vajavad märkmete tegemiseks paberkandjal märkmikku.

1.4 Turundus

- Instagram kui peamine sotsiaalmeediakanal
- Victoria Villig, eesti vaadatuim *youtuber,* jagab jälgijaskonnaga õpilasfirma tegemisi
- Sooduskampaania meetodid (nt: sõbrapäeval kõigil toodetel -20%)
- Notest käis tooteid tuvustamas MyHits raadios

2. Tooted

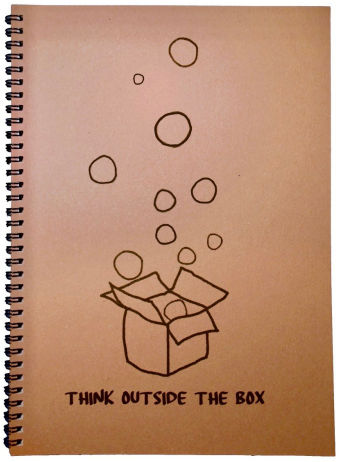
Õpilasfirma Notest toodab **kaks ühes ruudu-joonelisi vihikuid**. Tegu on ruuduliste vihikutega, mille iga kahe joone tagant olev horisontaalne joon on trükitud tumedamalt, tekitades ka joonelise vihiku efekti. Toodet saab kasutada igas õppeaines ning sinna on mugav teha jooniseid.



Esimesed kolm toodet, millega detsembris turule siseneti, olid A5 suuruses klamberköitega 36-leheküljelised vihikud. Igal tootel on oma nimi ja disain mis muudab ta unikaalseks ning personaalseks.

1. **CTRL Vicky** - Vihiku sõnum on "*I am taking control*", mis annab motivatsiooni enda elu üle kontrolli võtmiseks ning sobib suurepäraselt asjade organiseerimiseks.

2. ***Double Trouble*** - Toote kaanel on mägede pilt, mis tekitab rahustava tunde ja sobib eriti hästi loodusearmastajatele.
3. ***Ocean Wavy*** - Vihiku disain on minimalistlik ja trendikas enda paksude siniste pintslitõmmetega, mis vahelduvad peenikeste kuldsete triipudega. Toode on suunatud eelkõige moehuvilistele ja blogijatele.



Veebruari alguses tuldi välja uue tootega: A4 suuruses spiraalköitega 50-leheküljeline pappkaantega kaustik. Selle konkreetse toote järele avaldasid kliendid, eriti gümnaasiumiõpilased, tungivat soovi.

4. ***Outsider*** - Kaustiku kaanel on sõnum "*Think outside the box*", mille eesmärk on julgustada inimesi suurelt ehk „kastist välja" mõtlema ja teistest erinema.

2.1 Tootmisprotsess

Tootearendus sai alguse pärast turu-uuringu analüüsi, millest saadi vajalikud andmed potentsiaalsete klientide eelistustest. Võttes arvesse saadud tagasisidet, valmisid Notest'i esimesed tooted.

Esialgu koostati iga toote jaoks "*vision board*" ehk kollaaž disainidest, toonidest ja tsitaatidest. Prioriteet oli jääda sooneutraalseks. Elina tegi kollaažide põhjal kümneid visandeid, mille hulgast valiti esikolmik. CTRL Vicky disaini pildi joonistas koolikaaslane Johanna Muriel Sermat. *Double Trouble*'i kaanedisaini pilt on võetud internetileheküljelt, kus on antud vaba voli fotode kasutamiseks. *Ocean wavy* ja *Outsider*'i disain on Notest'i disaineri Elina poolt kujundatud.

Järgmise sammuna saadeti hinnapäringud rohkem kui 20-le trükikojale üle Eesti. Hinnapakkumiste alusel kõige parema hinna ja kvaliteedi suhte alusel telliti trükikojast Paar lõplik kogus: 2500 vihikut. Toodete suurepärane lõppkvaliteet ületas ootusi.

2.2 Toodete müügikohad

Toode jõuab tarbijani erinevate laatade/messide ja kaupluste kaudu. Hetkel on võimalik Notest'i vihikuid osta **Kalamaja Paberipoest KAPA** ning **Büroomaailma** ja **Rahva Raamatu** kauplustest. Läbirääkimised on veel pooleli Prisma ja Selveriga. Samuti saab tooteid tellida notest.ee **veebipoest**.

2.3 Tootearendus

Kohe alguses oli Notest'i tiimil soov lisada vihiku tagakaanele **läbipaistev kiletasku**, kuhu oleks mugav koguda õppeaine töölehti/lisamaterjale. Idee jäi teostamata, sest vähesed trükikojad võimaldasid soovitud taskut teha ning see osutuks klientidele liiga kulukaks..
Hetkel otsitakse võimalikke lahendusi selle idee realiseerimiseks (nt. käsitsi kilekaante kleepimine).
Teine võimalik arendus on **sektsioonidega vihik**, kus vahelduksid teatud sektsioonide tagant ruudulised ja joonelised lehed. See oleks mugav versioon gümnaasiumiõpilastele, kes kasutavad mitme erineva õppeaine jaoks sama kaustikut.

3. SWOT analüüs

TUGEVUSED

- Unikaalne toode
- Tugev tiim
- Varajane müügikogemus
- Tiimisisene disainer
- Tegevjuhi tuntus

NÕRKUSED

- Vähene vene keele oskus
- Puudulikkus aja planeerimises

VÕIMALUSED

- Esinemiskutse projekti "Pandivere ettevõtlikud noored" raames
- Pakkumine laieneda välisturule

OHUD

- Ajapuudus
- Õpilaste tarbimisharjuste muutus: nutiseaded asendavad vihikud

4. Tiim

Õpilasfirma Notest koosneb neljast päikselisest ja tegusast neiust, kes tunnevad üksteist juba esimesest klassist saadik. 2014. aastal osalesid Victoria, Elina ja Getlin tiimiga Kolm Sidrunit Tallinna Limonaadipäeval, kus nad pälvisid esimese koha. Kuni põhikooli alguseni õpiti koos Tallinna 21. Koolis. Põhikoolis vahetas Victoria kooli. Tänu püsima jäänud lähedasele sõprusele ja ühisele koostöökogemusele, otsustati koos õpilasfirma luua.

(Getlin Meetua, Elina Meier, Victoria Villig, Liisi Mari Nurmetalo)

4.1 Victoria Villig

Ühise hääletuse tulemusel valiti tegevjuhiks Victoria Villig, kellel on ettevõtlusvaldkonnas kõige rohkem kogemust ja teadmisi. Ta on läbinud 2016. aastal koolinoorte äriideede konkursi programmi Bright Minds, 2017. aastal Eesti 2.0 poolt korraldatud suvekooli "Hüppelaud", osalenud JA Alumni Estonia ning Eesti Youth Empowered häkatonil. Victoria on üks vaadatuimaid Eesti *youtuber*'eid omadesYouTube'is kolm aktiivset kanalit ning üle 31 000 *subscriber*'i.

Tegevjuht vastutab õpilasfirma protsessi töötavuse ning eesmärkidest kinnipidamise eest. Tema rolliks on jaotada ülesanded, nõustada raskuste korral tiimiliikmeid, lahendada jooksvaid probleeme, hoida kogu tiimi oma kohustustega graafikus ja hoida õpilasfirmat arengus.

Tugevused: algatus- ja koostöövõimeline, loov, pöörab tähelepanu detailidele, hea suhtleja ja müüginaine, selge eneseväljendus- ja esinemisoskusega

Nõrkused: ajapuudus ning otsuste langetamisel soov leida kompromiss kõigi tiimiliikmete vahel

4.2 Getlin Meetua

Algselt valiti turundus-ja müügijuhiks, aga õpilasfirma tegevuse käigus võttis ta üle finantsjuhi positsiooni kommunikatsioonijuhi liigse koormuse tõttu. Ta on osalenud Youth Empowered hakkatonil ning läbinud iseseisvalt Tartu Ülikooli teaduskooli ettevõtluskursuse. Getlin harib end pidevalt erinevatelt teemadel: ettevõtlus ja äri, mood, sotsiaalmeedia ning turundus.

Neiu igapäevane tegevus on Notest'i sotsiaalmeedia haldamine. Getlini vastutuse all on nähtavus sotsiaalmeedias (Instagramis, Facebookis, kodulehel), turundus, kampaaniate väljatöötamine (sooduspakkumised) ja õpilasfirma raamatupidamine.

Tugevused: kohusetundlik, teeb rohkem kui palutakse, hea kuulaja, kindlameelne
Nõrkused: ei suuda leida kompromisse

4.3 Liisi Mari Nurmetalo

Liisi Mari oli algselt kommunikatsiooni- ja finantsjuht, kuna tal on varasemalt kogemust klientidega suhtlemise ning probleemide lahendamisega. Kommunikatsioonijuht vastutab sisseostjatega kontakteerumisega ning suhtluse eest tootjate ja tarbijatega. Neiu igapäevaülesanneteks on kõnede vastu võtmine, emailidele vastamine, hinnapäringutega tegelemine ja suhtlemine trükikodadega. Töökoormuse suurenedes võttis finantsilise poole üle Getlin Meetua.
Tugevused: leiab pidevalt potentsiaalseid müügivõimalusi, aktiivne suhtleja (nii klientide, kui ka partneritega), pühendab õpilasfirmale palju aega.
Nõrkused: kohustustest kõrvale kaldumine, hajameelsus

4.4 Elina Meier

Ühise hääleotsusega valiti Elina tootearendusjuhiks, sest ta on loov ja valdab hästi pilditöötlusporgramme. Elina on samuti osalenud mitmetel ettevõtlusega seotud ja ennast arendavatel üritustel, praegugi on ta aktiivne rahvusvahelises programmis StartUp Passion. Lisaks on ta, sarnaselt Getlinile, läbinud Tartu Ülikooli teaduskooli ettevõtluskursuse. Graafilise disainini jõudis ta oma kooli poolt pakutava veebidisaini kursuse lõpetades ning tänu sellele loob ta kooli erinevate ürituste jaoks pidevalt uusi plakateid. Vabal ajal tegeleb neiu spordi ja fotograafiaga, sest Elinale meeldib ennast mitmel rindel arendada.
Tootearendusjuhi vastutustel on kõigi õpilasfirma jaoks vajalike asjade disain: tooted, T-särgid, visiitkaardid, slaidid jne.
Tugevused: loov, valdab Pixelmator pilditöötlusprogrammi
Nõrkused: peab kinni tähtaegadest

5. Eneseanalüüs

5.1 Victoria

Olles juba aastaid varasemalt kokku puutunud ettevõtlusega läbi erinevate ürituste, konkursside, laagrite ja häkatonide, oli mul kindel soov teha oma õpilasfirma. Valisin juhi positsiooni, sest soovisin rolli, mis oleks ka mulle endale paras väljakutse. Poole aastaga olen õppinud palju toote turule toomise protsessist. Laatadelt omandasin müügikogemust, mis andis juurde enesekindlust ja julgust ka tulevikus enda ideed või toodet võõrale maha müüa. Samuti sain praktiseerida enda eneseväljendus- ja esinemisoskust, millest on igapäevaelus palju kasu. Firma juhtimise juures osutus kõige katsumusrohkemaks tiimi motiveerimine tähtaegadest kinni pidamiseks. Tänu sellele arenes tohutult aga minu ajaplaneerimisoskus. Läbi õpilasfirma protsessi leidsin kinnitust, et soovin ka tulevikus tegeleda ettevõtlusega ja luua oma äri.

5.2 Getlin

Juba gümnaasiumisse astudes teadsin, et 11. klassis on kindel soov läbida õpilasfirmade programm, kuna pidasin vajalikuks saada algbaas firma loomisest ning kogemusi tulevikuks. Turunduse enda peale võtmine polnud minu jaoks raske kuna sotsiaalmeediaga tegelemise kogemus oli mul eelnevalt olemas. Finantsjuhi kohustuste ülevõtmine pani aga õlgadele suure vastustuse. Pidin raamatupidamise põhitõdedele rohkelt aega pühendama.. Võin kindlalt öelda, et see oli hea otsus, sest õppisin selgeks uue valdkonna ning arendasin endas uusi oskusi. Leian, et koos juhendaja abiga ja ise õppides sain firma raamatupidamisega hästi hakkama. Tean nüüd, et äri loomine on tulevikus suund, kuhu poole tahan pürgida.

5.3 Liisi Mari

Õpilasfirma programm tundus minu jaoks õige valik kuna soovin ka tulevikus ettevõtlusega tegeleda. Kogu selle aasta jooksul olen suutnud end arendada nii äri-, kui ka teistes valdkondades. Olen õppinud suhtlema klientide ja koostööpartneritega, sõlmima kokkuleppeid, koostama arveid, lahendama konflikte ja teistega arvestama.
Hoolimata raskustest, suutsime me vastu võtta ratsionaalseid otsuseid ning jõuda kokkulepetele. Pingelistest olukordadest õppisin, et tuleb nii ise panustada kui ka teha koostööd tiimiga, sest just nii jõuab elus kõige kaugemale. Olen uhke tehtud töö üle ning soovitan ka teistel noortel selline väljakutse vastu võtta.

5.4 Elina

Mulle meeldib tegeleda ettevõtlusega, sest tunnen, et see annab mulle vabaduse teha, mida tahan ja saan ise mõjutada tulemust. Õpilasfirma programm olnud hea viis ärivaldkonna baasteadmiste ja oskuste omandamiseks. Tean rohkem, kuidas jõuda ideest reaalse tooteni ning kuidas müüa oma toodet klientidele. Tunnen, et tohutult on arenenud minu ajaplaneerimsie oskus. Suurt arengut näen ka tiimitöös, sest meeskonnasiseselt on meil vaja olnud leida palju kompromisse. Probleemide lahendamine on ka muutnud lihtsamaks ning see ei ole minu jaoks enam nii stressirohke. Tootearandusjuhi rollist olen ma kaasa võtnud teadmisi fototöötlusprogrammidest, kliendi soovide täitmisest ning disainifaili koostamisest.

5.5 Tiimi areng

Programmi jooksul kogus tiim juurde palju **uusi kogemusi**: müügi-, toote esitlemise ja klientidega suhtlemise vallas. Kõige olulisem teadmine, mis endaga kaasa võetakse on see, et igaüks **peab panustama maksimumi**. Kui üks liige teeb poolikult või ei täida üldse enda tööülesandeid, siis kogu firma tegevus kannatab selle all.
Firmas esines jooksvaid probleeme, kuid need said peagi lahendatud. Kõige rohkem pinget tekita puudulikkus ajaplaneerimises: tihti jäädi oma tegemistega viimasele minutile, mis tekitas kogu tiimis stressi.

Üks viga, millest õppida: ei tasu tellida ühe disainiga vihikuid kaks korda rohkem kui teisi, sest see ei pruugi osutuda kõige populaarsemaks tooteks.

6. Analüüs

6.1 Õnnestumised ja raskused

Õppeaasta algus oli Notest'i jaoks edukas. Septembrikuus võideti Youth Empowered Eesti avaseminari peaauhind. Pärast seda oli kõigi tiimiliikmete motivatsioon laes ning kõik täitsid enda ülesandeid kohusetundlikult.

Esimene katsumus ilmnes toodete varajase turule sisenemisega. Disainide osas kompromissile jõudmine osutus planeeritust aeganõudvamaks, mille tõttu jäädi tellimuse esitamisega viimase hetke peale. Aasta lõpp on trükikodades tellimusterohke aeg. Notest'i ähvardas oht, et vihikud ei saa valmis Teeviit 2017 noorte infomessi ajaks. Riskantne olukord sai aga edukalt lahendatud: vihikuid telliti juurde väiksemas koguses Tallinnas asuvast trükikojast.
Teeviidal müüdi kogu esmaselt trükitud 157 vihikut. Tartu laadal esines möödarääkimine ning kaasa võeti liiga vähe vihikuid (150tk), mis müüdi juba esimese 1,5h jooksul.
Detsembris osaleti Tallinna koolinoorte loovuse ja innovatsiooni konkursil, kus pälviti teine koht 500 euroga. Võidetud summa eest otsustati tellida uue disainiga kaustikuid, mille järele olid kliendid tungivalt soovi avaldanud.

Jaanuaris avasime veebipoe, mille kaudu oli võimalik Notest'i tooteid tellida kogu Eestis. Aasta esimene pool oli müügis raskem, kuna mõlemad koolitarvete ostmise tipphooajad olid möödunud - august/september ja detsember. Läbi oli viidud erinevaid kampaaniaid: sõbrapäeva puhul soodustus -25% ning Victoria jälgijaskonnale kuuajane soodukood -10% soodustusega. Samal kuul läksid Notest'i tooted müügile Kalamaja Paberipoodi KAPA ning järgneval kuul Rahva Raamatu ja Büroomaailma kauplustesse. Veebruaris osaleti Tallinna õpilasfirmade laadal, kus ei jõutud soovitud eesmärgini. Aasta teisel kuul täideti kevadeks seatud eesmärk müüa 1000 toodet.
Kevadel kui kooliaasta lõpul valitseb vihikute ostmisel mõõn. Hetkel käivad läbirääkimised Selveriga ning lisaks edasimüüjaga, kes viiks Notest'i tooted välisturule.

6.2 Majandustegevuse analüüs

Iga Notest'i liige panustas õpilasfirma loomisesse 50€ ehk algkapitaliks oli kokku 200€. Algse summaga kaeti pisikulud: vormiriietus (T-särgid), visiitkaardid, transpordikulud, erinevad osalustasud jne. Algkapitalist ei piisanud 2500 vihiku tellimiseks, mistõttu võeti Liisi Marilt 1230€ laenu. Tellisime suure koguse kuna vihikute omahind tuli sealjuures madal. Detsembris kasutati Tallinna koolinoorte loovuse ja innovatsiooni konkursil võidetud auhinnaraha 500€ uute toodete trükkimisele. Aprillikuus ületasid tulud kulud ning hakati teenima kasumit. Juuni lõpuks on plaanis kõik tooted maha müüa.

1. TULUD	eurot	**2. KULUD**	eurot
1.1 Müügitulu	1888,33	2.1 Tootmiskulud	1924,94
1.2 Muud tulud	500	2.2 Töötasu	0
KOKKU	2388,33	2.3 Turunduskulud	131,74
		2.4 Muud kulud	147,03
		KOKKU	2203,71
KASUM	184,62		

Tabel 1. Koondkasumiaruanne

AKTIVA	eurot	**PASSIVA**	eurot
1. Raha (Pearaamatu kassasaldo)	395,80	**1. Võlad**	11,18
2. Materjal ja varud	0	**2. Aktsiakapital**	200
3. Põhivara	0	**3. Kasum**	184,62
KOKKU	395,80	**KOKKU**	395,80

Tabel 2. Bilanss

6.3 Potentsiaalne koht tegelikus ärimaailmas

Hoolimata tehnoloogia arengust on füüsiline vihik kooliõpilase elust siiski lahtutamatu osa. Õpetajad pooldavad käsitsi konspekteerimist, et noorte käeline areng ei taanduks. Notest'i tehtud turu-uuringust, millele vastas üle 4000-de noore, selgus, et üle 2500 noore olid ruudu-joonelistest vihikutest huvitatud.

Vihik on nii tunnis/loengus konspekteerimiseks kui ka hiljem väärtuslikuks õppematerjaliks. Seega on vihikute järele nõudlus olemas. Meie koostatud turu-uuringust saab näha, et õpilased peavad oluliseks vihiku väljanägemist ja disaini, sest kui õppevahendid on ilusad, on ka õppimine toredam. Notest vihikud pakuvad hea väljanägemisega ja praktilise väärtusega toodet. Notest toode ja tiim saaksid hästi hakkama ka tegelikus ärimaalimas.

Notest tiim tänab oma partnereid ja toetajaid: