

Gustav Adolfi Gümnaasium

P+KILINE

ÕPILASFIRMA PAKILINE

Aruanne

Meeskond:

Maribel Arge

Henri Nõulik

Karoli Vahemets

Margaret Liiv

Juhendaja: Kristel Rannaääre

Mentor: Ester Eomois

Tallinn 2023

SISUKORD

TEE IDEAALSE ESMAABIKOTINI.....	3
TURUNDUS JA MÜÜK.....	4
SUURIMAD TAKISTUSED TEEL.....	6
FINANTSTULEMUSED.....	7
ISIKLIK ARENG.....	8
LÕPPSÕNA JA TÄNUAVALDUS.....	9

MISSIOON

Õpilasfirma PAKILISE missioon on leevendada ja ennetada argielus ettetulevaid ebamugavusi ning luua turvalisem ühiskond. Tahame ühendada kasutajasõbralikkuse ning silmapaistva disaini.

TOODE

PAKILINE valmistab ainulaadseid kaasaskantavaid esmaabi- ja peokotte, mis on õmmeldud diivanifirmade tootmisjääkidest ning toodetud koostöös SA Hea Hoog õmbletajega. SA Hea Hoog seisab ühtsema ühiskonna eest ja loob töövõimalusi erivajadustega inimestele. **Põhirõhk** läheb meil **esmaabikottidele**, mis esindab meid kui eraldiseisvat brändi.



PAKILISE esmaabikott. Pilt: Martin Liiskmaa

FINANTSTULEMUSED

Tulud kokku	1668.67€
Kulud kokku	1632.78€
Kasum	35.89€
Tooteid müüdud	70tk
Laovarud	99tk

HINNANG ÕPILASFIRMA TEGEVUSELE

Teekond tänaseni on olnud väljakutseterohke ja aeganõudev, kuid kohe kindlasti ka tohutult põnev ja õpetlik! Oma tegevuse käigus oleme tundnud tõuse ja mõõnasid, aga **kustutamatu kirg** tootesse ja **kokkuhoidev meeskond** on alati püsima jäänud, mistõttu **oleme suutnud luua toote enda visiooni järgi oma parimas võimalikus vormis**. PAKILINE on **keskkonnasõbralik** ning ka **sotsiaalselt vastutustundlik** – seame esiplaanile ühiskonna heaolu ning ühtlasi teeme tihedalt koostööd erivajadustega inimestega. Tänapäevaks on PAKILISE tooted jõudnud ligi 70 inimeseni, kuid näeme vaeva ja unistame sellest, et rohkemad inimesed kannaksid väljasõitudel ja/või igapäevaselt kaasas kompaktset esmaabikotti, et leida kiiresti ja mugavalt lahendused oma igapäevastele väikestele probleemidele. Meie tiim on võitleja hingega, seetõttu teadvustame endale, et arenguruumi leiab alati, kuid iga komistuskivi on aluseks sellele, et olla tulevikus veelgi paremad!

TEE IDEAALSE ESMAABIKOTINI

PROBLEEM=LAHENDUS

Kõik sai alguse meie isiklikust murest ja tahtest midagi suurejoonelist teha. Viibides väljaspool kodu, tekkis tihtipeale olukordi, kus **polnud käeulatuses elementaarseid abivahendeid**. Reisides oli heal juhul kaasas minigrip kott, milles olid teatud ravimid, kuid mis oma olemuselt ei näinud üldse esteetiline välja ning kippus kiiresti kuluma. PAKILINE on loodud, et ettearvamatuid ebameeldivaid olukordi kiirelt ja mugavalt lahendada.

ESMAABIKOTT

Mõõtmelt on esmaabikott nii kompaktne kui võimalik, et seda oleks mugav kõikjal kaasas kanda. Vaatamata väikestele mõõtmetele, sisaldab kott kõike vajalikku: haavatampoonid, haavapuhastuslapid, marlirull, põletust leevendav geel, plaastrid, glükoositabletid. Toote ostuga tuleb kaasa ka soovituslike ravimite infoleht, millega komplekti täiustada. Nimekiri on kooskõlastatud Ravimiameti ja Tartu Ülikooli Kliinikumi proviisoriga. Meile on äärmiselt tähtis klientide usaldus, mistõttu konsulteerisime esmaabikoti sisu kokkupanekul ka Põhja-Eesti Regionaalhaigla erakorralise meditsiiniosakonna arstiga, et kotis olevad esmaabivahendid oleksid võimalikult otstarbekad. Esmaabikotte on kahes eri värvuses: punane ja beež.

TOOTEARENDUS

Nägime turul vajadust ka spetsiaalselt noortele mõeldud komplekti jaoks, mistõttu hakkasime pärast esmaabikoti väljatulekut tegema ettevalmistusi uue

toote jaoks, milleks oli **peokott**. Kott sisaldab endas nii plaastreid ja haavapuhastuslappe kui ka tarbed meeolelukal üritusel vägagi harilike ettetulevate probleemide lahendamiseks nagu näiteks pudeli avamine, hingeõhu värskendamine või turvaline seksuaalvahekord.

PEOKOTT

Üks suurimaid murekohti seoses peokotiga oli eelarve piirides püsimine – soovisime, et see oleks taskukohane noortele. Tooteid, mida kotti panna tahtsime oli mitu tosin, kuid peale pikki arutelusid jõudsime kuldse keskteeni, mis teeb koti sisu tasakaalukalt kasulikuks kui ka natukene ulakaks. Peokotis sisaldab endas: kondoomi, korduvkasutatavat topsi, närimiskummi, pudeliavajat, alkoholi kiirtesti, plaastreid, haavapuhastuslappe, kätepuhastuslappe. Peokotte on 11 erinevas värvis.

ETTEVALMISTUSED

Koosolekust koosolekusse oli teemaks esmaabikoti disain. Teadsime, et meie toote puhul mängib suurt rolli just selle väljanägemine, kuid seejuures pidime kindlasti silmas pidama enda jaoks olulisi märksõnu: kompaktsus ja jätkusuutlikkus. Murdsime päid, et leida vastus küsimusele: „Kuidas küll kokku panna üks hästi kompaktne, kuid samas funktsionaalne esmaabikott, mis sisaldaks kõiki elementaarseid abivahendeid?” Pidasime nõu erinevate spetsialistidega nii meditsiinivaldkonnast kui ka kujunduskunstist. **PAKILISE lõpptulemuseni jõudsime läbi paljude kavandite ja mitmete prototüüpidega.**

PROTOTÜÜBID JA ÕMBLEJAD

Saime oma esimese kontakti õmblejatega tänu disainer Monika Randloole, kellele näitasime enda disainitud kavandeid ning kellega kaalusime parimaid võimalikke materjalivalikuid, üritades **ühendada silmapaistev väljanägemine ja jätkusuutlikkus**.

Esimesed prototüübid valmistasid meile ühed rätsepaks õppivad õmblejad. Saime aga kohe aru, et vajame uut koostööpartnerit, sest töötempo ja -kvaliteet polnud see, mida ootasime. Kuigi meie koostöö jäi lühikeseks, saime kogemusest palju kasulikke õppetunde edasiseks.

Uue õmbleja leidmine polnud aga lihtne, sest olime täiesti kindlad, et soovime esmaabikotte teha kunstnahast, mis valmistab paljudele õmblejatele raskusi. Leidsime peagi uue potentsiaalse koostööpartneri Tartust, kellega leppisime kokku kohtumise juba järgmisel nädalal. Kahjuks ei sobinud neile ei pakutud hind ega ka materjal.

Lonkisime siis pead norgus kõik koos tagasi rongijaama, et sõita tagasi Tallinnasse. Võtsime istet ning asusime hooga võimalikke õmblusteenuse pakkujaid läbi helistama, kuniks peale paari telefonikõne jäi meile silma SA Hea Hoog, kes oli meelsasti valmis kohe esimesi prototüüpe valmistama. Tunneli lõpus paistis jälle valgus!

Prototüübid olid väga kaunid, kuid õmblemine osutus oodatust keerulisemaks, just materjalide tõttu. Pärast mitmeid kompromisse ja nõupidamisi, jõudsime kokkuleppele hinna osas, mis sobis

mõlemale osapoolale. Töö oli kiire ja korralik ning omavaheline suhtlus sujus suurepäraselt. Seejärel olime lõpuks valmis müügiks!

JÄTKUSUUTLIKKUS

PAKILISE meeskonna jaoks on olnud juba algusest peale tähtsal kohal jätkusuutlikkus. Meie kotid on valmistatud **taasringlusesse toodud kunstnaha materjalijääkidest**. Pärast pikki otsinguid, leidsime omale koostööpartneriks mööblifirma Softrend Group OÜ, kelle materjalid peavad vastama väga kõrgetele vastupidavusstandarditele, mistõttu on ka meie kotid väga kvaliteetsed ja vastupidavad. Külastasime nende ladu, kus valisime välja meile sobivad värvid ja materjalid.

MEESKOND

Liikmeid on ÕF PAKILISE tiimis neli ning rollid jaotasime iseloomuomaduste, oskuste ja isiklike huvide põhjal sääraselt: tegevjuhiks valisime Maribel Arge, müügijuhiks Henri Nõuliku, finantsjuhiks Karoli Vahemetsa ja turundusjuhiks sai Margaret Liiv.



Õpilasfirma PAKILINE meeskond. Pilt: A. Kägu

TURUNDUS JA MÜÜK

SIHTRÜHM

Kuna oleme siiani välja tulnud kahe erinevat tootega, siis on meil ka kaks sihtgruppi. Õppeaasta alguses määrasime oma **esmaabikottide** sihtrühmaks 12-60 aastased liikuva eluviisiga inimesed, kes hoolivad oma tervisest. Müügi käigus saime aru, et kuigi meie tooteid ostavad tõepoolest igas vanuses ja erinevate taustadega inimesed, siis kaks kindlat sihtgruppi jäi meile silma: naised vanuses 25-45 ning ka meditsiini- ja matkahuvilised. **Peokoti** sihtrühmaks oleme määratlenud 18-25 aastased pidutsevad noored, kes soetavad toote endale või siis mõnele sõbrale kingitusena.

TURUNDUS

Meie peamisteks turunduskanaliteks on **Facebook** ja **Instagram**. Eriti hästi on meie müügile mõjunud erinevates Facebooki gruppides toote reklaamimine, kuna teame oma sihtrühma ning oskame vastavatele kogukondadele reklaamida. Siiaamaani on meie kõige suuremaks turundussaavutuseks osutunud reklaamvideo, mis valmis koostöös kahe väga andeka videograafiga. Video eesmärk on näidata meie esmaabikottides olevaid tooteid igapäevastes olukordades ning viise, kuidas neid kasutada.

Aprillikuu alguse seisuga on meil Instagramis 253 jälgijat ning meie menukaim postitus on saanud üle 140 meeldimise. Katsetasime ka tasulist reklaami samal platvormil, tänu millele jõudis meie postitus üle 4000 inimeseni ning suunas ka 60 inimest meie veebilehele. Alles hiljuti jäime silma ka **Eesti Tervisemuuseumile, kellega**

hakkame arutama võimalikku koostööd. PAKILISE kaks toodet on küllaltki erinevad, kuid oleme läbi teooria ja praktika teinud endale mõlema toote sihtgrupid selgeks, seega usume, et teame, kuhu ja kuidas turundada. Tulevikus on meil **kindel eesmärk jõuda ka massimeediasse, et jõuda oma loo ja tegemistega rohkemate inimesteni ning julgustada ühiskonda oma tervise peale veelgi rohkem mõtlema.**

PAKILINE kasutab enda **visiitkaardina QR-koodiga kleepse**, mis viivad otse meie veebilehele – www.pakiline.ee.

KUIDAS SÜNDIS NIMI PAKILINE?

Olime juba natukene üle kuu oma ideega tegelenud ning tuli aeg luua visuaalne identiteet. Käis läbi palju nimesid, mis olid kõik seotud märksõnadega meditsiin, kott, esmaabi, tervis, näiteks Famulus või MediSakk, aga kõikide nimeideedega tekkisid tiimisiseselt lahkarvamused ning mitte ükski ei tundunud nagu see õige. Otsustasime teha ühe pikema ajurünnaku. Peale paari tunni möödumist olid ideed otsas ja istusime vaikus, kuniks Maribel lausus vaid ühe sõna – PAKILINE. Ideaalne nimi, mis iseloomustab meie toodet – **väike pakikene, mida vajame kõige pakilisemates olukordades.** Otsustasime sellel samal koosolekul üheskoos, et õpilasfirma hakkab kandma nime PAKILINE.

POSITSIOON TURUL

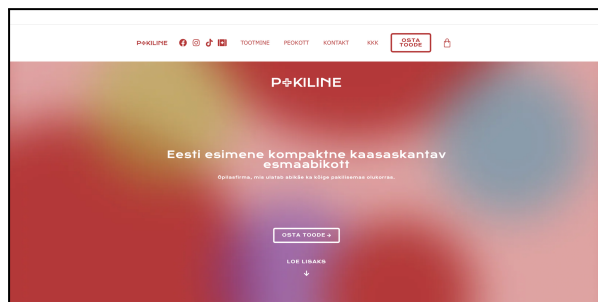
Kompaktne kaasaskantav kunstnaha tootmisjääkidest valmistatud esmaabikott – **toode, mida Eesti turul varem nähtud pole.** Võrreldes teiste levinud esmaabikottidega, eristab meie toodet selgelt koti **kompaktsus**, tänu millele saab

seda kõikjal endaga kaasas kanda (sh reisides ja matkates), lisaks annab tootele palju juurde ka selle **silmapaistev disain, vastupidavus** ja **jätkusuutlik tootmisprotsess**. Tahame lisaks ägedale tootele **anda ühiskonda ka lisandväärtust, levitades esmaabi osutamise põhimõtteid sotsiaalmeedia postitustes**. Samuti erineb meie sihtgrupp teistest esmaabikottide müüjate omast – meie tarbijad hoolivad tihtipeale ka koti välimusest ning soovivad, et see meeldiks neile ka välimuselt.

MÜÜK

Oleme kolossaalselt arendanud oma müügioskuseid läbi **praktika** laatadel kui ka **teooria** müügikoolitustena ning oskame nüüd ostjaid oluliselt paremini haarata laatadel kui ka igapäevaelus. Tänapäeval on PAKILISE tooted jõudnud ligi 70 inimeseni.

Meie üks tugevustest on ka tiptasemel **veebileht** – www.pakiline.ee, mille eesmärk on muuta toote info kättesaadavamaks ja ostmine võimalikult mugavaks.



PAKILISE veebilehe esileht.

Tänapäeval on PAKILISE esmaabikotid **müügil ka rattapoe Velomarketi lettidel**, kuid oleme endiselt suuremate koostööpartnerite otsingul, et jõuda suurtelt töölauani, eesmärgiga müüa

oma tooteid suuremas koguses ning haarata laiemat klientuuri, pidades muidugi silmas mitte ainult müüginumbreid, kuid ka meie missiooni – **luua turvalisem ühiskond**.

LAADAD

PAKILISEL on laatadega head suhted. Meile meeldib ostjaid haarata silmast silma suheldes, sel viisil saame anda täpse ülevaate oma tootest. Seetõttu käis PAKILISE meeskond nii mitmel laadal, kuhu vähegi jõudis ning kus nägime enda sihtrühma liikumas. PAKILINE jõudis MEKA laadale Ülemistes, Port Arturi õpilasfirmade laadale Pärnus, Rapla õpilasfirmade laadale ning Eesti õpilasfirmade laadale Kristiine Keskuses. **Esimesel laadal olid meie kõigi müügioskused suhteliselt algtasemel**. Lämmatasime potentsiaalsed ostjad oma jutuga ning ei lasknud neil ise kaasa rääkida, seetõttu olid meie müüginumbrid oodatust madalamad. Otsustasime tiimiga, et nüüd on vaja jõuliselt hakata **müügioskusi lihvima** – rääkisime eelmise õppeaasta õpilasfirmadega, lugesime müügitehnika kohta ning tegime valmis müügikõne, mis jäi silma Pärnu õpilasfirmade laada žüriile, kes tunnustas meid **parima meeskonnatöö** tiitliga. Otsustasime võimaluse avanemisel minna ka müügikoolitusele, et saada veelgi paremaks ja tänu millele saime enesekindluse Eesti õpilasfirmade laada jaoks. Pingutamine kandis vilja - meie müüginumbrid tõusid laadal 600% võrra! **Aruannet kirjutades ei ole meie laadaosalus veel lõppenud, vaid teeme ettevalmistusi uuteks laatadeks.**

SUURIMAD TAKISTUSED TEEL

PUUDUS ÕIGUS RAVIMITE EDASIMÜÜGIKS

Esimene ja kõige suurem tagasilöökk tuli juba maikuus ehk enne, kui olime jõudnud õpilasfirmaga isegi algust teha. Meeskond oli koos, idee paigas, plaanid suured. Kiiresti saime aga teada, et igasuguste ravimite edasimüük on Eestis seadusega väga-väga rangelt reguleeritud ning meil puudub selleks õigus. Edasi olid pead mõtteid täis ning õhus oli küsimus „Mis nüüd?”. Tiimis tekkisid lahkarvamused – üks osa arvas, et targem oleks esmaabikottide idee nurka visata ning teha hoopis midagi täiesti uut, teine pool jäi aga kindlaks, et suudame vaatamata näiteks valu- ja palavikualandaja puudusele luua praktiline toode ning läheneda probleemile loominguliselt, sest kõik teised trumbid olid meil ju käes. Pärast mitut pikka ja kurnavat koosolekut, olime lõpuks jõudnud koos ühisele otsusele, et kompaktsed kaasaskantavad esmaabikotid on meie uus tulevik ning siit saab küll ainult ülesmäge ronida! Nüüd tuleb iga ostuga kaasa soovituslike ravimite nimekiri, millega iga ostja võiks enda komplekti täiustada. Loetelu on eelnevalt kooskõlastatud proviisori ja Ravimiametiga.

ÕMBLEJATE PUUDUS

Järgmine komistuskivi oli sügisel õmblejate puudus. Käisime erinevate õmblejate juures nii Tallinnas kui ka Tartus, kuid paljudele pakkus liiga suurt väljakutset meie kunstnähk. Meil oli aga kindel visioon tootest silme ees ning me ei olnud valmis tegema järeleandmiseid

materjalide osas, seega pidime ühendust võtma väga paljude õmblusteenuseid pakkuvate asutusega, kuni leidsime selle õige. Õmblejat otsides tahtsime olla mingil moel ka sotsiaalselt vastutustundlikud. Silma jäi SA Hea Hoog, kus töötavad õmblejatena erivajadustega inimesed, kes muidu suurte ettevõtetega koostöölepinguid väikese töömahu pärast sõlmida ei saaks. Ilma nendeta poleks meie toodet füüsiliselt olemas ning oleme ääretult tänulikud, et saame nendega koostööd teha.

LASERGRAVEERIJA KASUTAMINE

Üheks suureks takistuseks meie teel oli veel lasergraveeriya, millega laserdame esmaabi- ja peokottidele PAKILISE logo. Läbi katse-eksituse meetodi õppisime seda masinat tundma, kuid selle käigus tuli kas logo viltu peale, liiga suurelt või liiga õrnalt ning ligi 10% meie kogutoodangust on selle tõttu müügikõlbmatud. Et mitte raisata kvaliteetselt õmmeldud kotte, müüme ka praake, kuid oluliselt odavamalt. Kui oleksime kohe küsinud abi kelleltki, kes oskab lasergraveerimismasinat kasutada, oleks meil müügikõlblikke kotte praegu rohkem.

FINANTSTULEMUSED

Õpilasfirmale aluse panemiseks investeerisime neljakesi PAKILISSE 500€, igaüks 125€. Kuigi olime teinud põhjalikku eeltööd ning analüüsinud kõiki võimalusi koti valmistamiseks, kulus algne investeering üsna kiiresti esmaabikottide õmblusele, sisuks vajalikele esmaabivahenditele, õpilasfirma kleebistele ning pappkarpidele. Olime aga väga aktiivsed müügitimehed ning täitsime üsnagi kiirelt enda tasuvuspunkti, milleks oli 11 kotti. Tagasi teenitud summa investeerisime peokottidesse. **Ühe koti** õmbluse hinnaks on esimesest tootest saadik olnud 4,2€ ning see moodustab ka kõige suurema osa hinnakujundustest – **43,7%** esmaabikoti ja **37,7%** peokoti omast. Sisu kokku panemisel arvestasime samuti enda finantsiliste võimalustega ning pidasime meeles kasumit, mida soovisime koti pealt teenida. Pärast arutelusid otsustasime müügihinnaks **25€**, millest **60%** on kasum, mille investeerime tagasi õpilasfirmasse. Vaatamata ühiskonnas toimuvale inflatsioonile, pole meie koti oma- ega müügihind pidanud aasta jooksul tõusma, ent **oleme kõikunud kasumi ja kahjumi piiril**. Praeguseks oleme müünud kokku 70 kotti, millest 61 on esmaabikotid ning 9 peokotid.

BILANSS

25.10.2022-09.04.2023

Aktiva		Passiva	
	€		€
Raha	535.89	Võlad	0
Materjal	0	Omakapital	500
Põhivara	0	Kasum	35.89
Kokku	535.89	Kokku	535.89

KASUMIARUANNE (€)

25.10.2022-09.04.2023

1. Tulud	1668.67
2. Kulud	
2.1 Tootmiskulud	1582.69
2.2 Turunduskulud	12
2.3 Muud kulud	38.09
Kulud kokku	1632.78
3. Kasum	35.89

ISIKLIK ARENG

Maribel Arge (tegevjuht)

Õpilasfirma tegemine on pakkunud väljakutseid kolossaalselt erinevates valdkondades, tänu millele olen arenenud inimesena rohkem kui kunagi varem. Vaja on läinud kiiret pealehakkamist, ratsionaalset mõtlemist ja head organiseerimisoskust. Tunnen, et olen saanud kordades paremaks läbirääkijaks ja ka kuulajaks, kes oskab hoida meeskonda õigel rajal ning jääb tugevaks lüliks ka aegadel, mil tiimil on raske. Olen mõistnud, kui oluline on delegeerimisoskus, enda mõtete selge edastamine ja konstruktiivse kriitika andmine, sest igaüks näeb ideid tihtipeale oma vaatenurgast. Tean, et kõiki neid oskusi saan endas veelgi rohkem arendada. Võtan kogemusest kindlasti kaasa põhimõtte – kui mitte kuidagi ei saa, siis kuidagi ikka saab, mis on saatnud meie õpilasfirma tegemisi terve tegutsemise vältel.

Margaret Liiv (turundusjuht)

Turundusjuhina olen õpilasfirma tegemise käigus tegelenud palju meie brändi visuaalse poolega: Instagrami postitused, tootefotod ja reklaamvideod. Läbi selle on arenenud mu tehnilised oskused tohutult. Olen õppinud kasutama Adobe Photoshop'i ning Lightroomi piltide monteerimiseks. Teine väga kasulik programm, mille olen selgeks saanud on Adobe Premiere Pro, mis on mõeldud videomontaaži jaoks. Samuti on minu suhtlemis- ning müügioskused suuresti arenenud. Enne esimest laata ei suutnud ette kujutada, et lähenen täiesti võõrale inimesele eesmärgiga müüa toodet, aga mida aega edasi, seda lihtsamaks ja loomulikumaks see muutus. Nüüd võin kas

või une pealt kellelegi PAKILISE maha müüa!

Karoli Vahemets (finantsjuht)

Nagu iga teine ettevõtja mõnes muus õpilasfirmas on õppinud aja planeerimist, teistega arvestamist ning tingimustest kinnipidamist, pean ka mina nendega samastuma. Kui aasta algul võtsin enda tööülesandeid üsnagi vabalt ning mõnikord oli tahe suurem tegeleda isiklike huvidega, kui minna koosolekule, tuli alati endale meelde tuletada, miks ma selle teekonna üldse ette võtsin. Mitte ju selleks, et jalgu sirgu lasta, mitte midagi uut õppida ning lihtsalt aasta kuidagi üle elada, vaid selleks, et saada osaks ühest uuest kogemusi täis teekonnast, mis annab võimaluse muuta maailma paremaks, viib üle kivide ja kändude, läbi naeru ja pisarate, läbi raske töö ja unetute tundide ning samas loob justkui uue perekonna.

Henri Nõulik (müügijuht ja veebiarendaja)

Õpilasfirmat alustades, ei oodanud ma kohe kindlasti, et nii palju uusi kogemusi ja tarkusi omandan. Meie teekonnal on olnud mitmeid väljakutseid, isegi selliseid, kust välja tulemine tundus pea võimatu, kuid just tänu meie sihikindlusele saime neist jagu. Õppisin suuresti inimestega läbi rääkima, olgu selleks siis rattapoed või õmblejad. Leian, et olen nüüd ka inimesena enese- ja sihikindlam. Veebiarendajana õppisin palju uut ka lehekülje loomisest – alates maksesüsteemide ülesseadmisest kuni kasutajaliidese mugavdamiseni. Teiseks kõige suuremaks arenguaspektiks loen kindlasti müügioskuse. Minu oskused võrreldes esimese ning kõige hilisema laadaga on olnud hüppelised. Mitmed müügikoolitused ning reaalne praktika

laatadel on teinud mind enesekindlaks ning pannud mõistma, milliseid nuppe tuleb vajutada, et kliendi südamesse jõuda.

LÕPPSÕNA JA TÄNUAVALDUS

MIKS USUME, ET SAAME HAKKAMA?

Tahame muuta rohkemate inimeste igapäevaelu turvalisemaks ja mugavamaks kompaktsete kaasaskantavate esmaabikottidega. Lahendame praegu lünka Eesti turul, kus ei ole sääraseid tooteid. Teistest õpilasfirmadest eristab meid eelkõige toote **innovaatilisus** ja **kokkuhoidev** meeskond. Me ei karda teha vigu ning võtta riske, sest ainult nende abil areneme, õpime ning saavutame soovitud tulemused.

MIS EDASI?

PAKILINE soovib jõudsalt **kasvatada brändi** ning jõuda **suurte poekettide töölauari**, eesmärgiga müüa oma tooteid suuremas koguses ning haarata laiemat klientuuri, pidades muidugi silmas mitte ainult müüginumbreid, kuid ka meie missiooni – **luua turvalisem ühiskond**. Oleme otsustanud, et õpilasfirma programmi lõpp ei määra meie tegemistele piire ja kui õpilasfirma tegutsemisaeg läbi saab, on aeg õpitut rakendada ja abistada rohkemaid inimesi. Panustame edaspidi kindlasti rohkem ka *business to business* müügile, mis võiks tuua suurema tulu. Muidugi ei saa mainimata jätta ka kõige olulisemat – rakendada kõike õpilasfirma teekonnal õpitut oma edasises elus!

SUUR AITÄH JA KUMMARDUS!

Oleme südamepõhjani tänulikud võimaluste eest, mis meile on antud ning tunneme uhkust oma teekonna ja seniste saavutuste üle. Ilma toetuseta poleks me ilmselt jõudnud nii kaugemale, kus täna oleme.

Suur aitäh!

Juhendaja: Kristel Rannaääre

Mentor: Ester Eomois

Õpilasmentor: Mathilda Salum

Teised: Karl Erik Lillo, Monika Randloo, Kristiina Sepp

Õnnetus ei hüüa tulles, aga koos saame selle tagajärgi leevendada!



BESTVENDOR

