



European Union  
European Regional  
Development Fund



# Noorte ettevõtlikkuse toetamise õppemoodul



# Sisu

SISSEJUHATUS.....	4
-------------------	---

## I. IDEEDE GENEREERIMISE OSA

Ülesanne 1 / Küsimused Aruteluks .....	6
Ülesanne 2 / Iga Laps, Kellel "Ette"!	6
Ülesanne 3 / "Anybelly" Lugu: Hõiva Vaba Turuosa!	9
Ülesanne 4 / Lilleärisaaga .....	11
Ülesanne 5 / Ideede Genereerimise Tehnikad .....	20
Ülesanne 6 / Lentsius - Keskkonnasõbralik Kaubamärk.....	21
Ülesanne 7 / Muud - Vältige Kahjulikke Kemikaale .....	22
Ülesanne 8 / Loo Suur Äriidee!.....	24
Ülesanne 9 / Otsi Ärivõimaluse Head Ja Vead .....	26

## II. IDEE HINDAMINE

Ülesanne 1 / Äriideede Hindamise Kontrollnimekiri .....	27
Ülesanne 2 / Rahastuse Saamise Võimalus	
Tõestab Äriidee Paikapidavust.....	32
Ülesanne 3 / Finantseeritud Ettevõtted .....	34
Ülesanne 4 / Kulud, Kulud Ja... Kulud .....	36
Ülesanne 5 / Sama Mündi Kaks Külge.	
Optimistid Skeptikute Vastu .....	38
Ülesanne 6.....	40
Ülesanne 7 / Äri Käib .....	41

# Sisu

## III. HÄKATON

Ülesanne 1 / Arutelüküsimused .....	42
Ülesanne 2 / Häkaton Lühidalt.....	42
Ülesanne 3 / Hea Häkatoni Korraldamine .....	44
Ülesanne 4 / Päästa Algaja Ettevõtja Läbipõlemisest.....	45
Ülesanne 5 / Probleem On Võti .....	46
Ülesanne 6 / Probleemist Äriideeks, Äriideest Õpilasfirmani .....	47
Ülesanne 7 / Unistuste Tiim.....	48
Ülesanne 8 / Tutvustage Maailmale Oma Õpilasfirmat.....	50

## IV. SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: PROTOTÜÜPIMINE

Ülesanne 1 / Võimalused Kulukate Vigade Vältimiseks.....	52
----------------------------------------------------------	----

## V. SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: URUNDUS JA MÜÜK

Ülesanne 1 / Turundus: Mis See On?.....	56
Ülesanne 2 / Turundusspetsialisti Kohustused .....	57
Ülesanne 3 / Turundus-Mix Või 4 P-D.....	58
Ülesanne 4 / Reklaami Jõud.....	60
Ülesanne 5 / Müügilehter.....	64

## VI. SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: PITCHIMINE

Ülesanne 1 / 3-Minutilise Pitchimise Anatoomia .....	74
Ülesanne 2 / See, Kuidas Sa Räägid, On Oluline.....	84

## SISSEJUHATUS

Noorte ettevõtlikkuse toetamise õppemoodul töötati välja projekti „Girl Power – peenhäälestatud ettevõtlusõpe 15-18 aastastele tüdrukutele Lätis ja Eestis“ (projekti GirlPower) käigus. Projekt toimus Interreg Kesk-Läänemere programmi 2014-2020 raames. Projekti partneriteks olid Läti Maaülikooli ja Tehnoloogiad (juhtpartner, Läti) ja Tartu Ülikool (Eesti), kes tegid 26 kuud aktiivset koostööd: novembrist 2020 kuni detsembrini 2022. aastal.

Projekti sihtrühmaks valiti 15-18-aastased keskhariduse tasemel õppivad tüdrukud, kuid õppemoodul on sobilik kasutamiseks kõikidele keskkooliõpilastele nii aines „Ettevõtluse alused“ kui ka mitteformaalse ettevõtlusõppena koolis või karjäärinädalate tegevuste raames. Mooduli ülesandeid saab kasutada ka sotsiaalainete või inglise keele tundides.

Õppemoodul koosneb 30 õppetunnist ja see on keskendunud Läti ning Eesti ettevõtluskeskkonnale. Moodul tutvustab kahe Balti riigi äritegevust, ettevõtluskeskkonna eripärasid ning näiteid ettevõtetest.

Õppemoodul töötati välja GirlPower projektis korraldatud viit tüüpi ürituste, projekti sihtrühma esindajate poolt üritustevahelisel ajal iseseisvalt

tehtud koduülesannete, õpilaste tagasiside ning ekspertide ja sidusrühmade kommentaaride, ettepanekute ja soovitude põhjal.

Korraldatud üritused olid:

- Ideede genereerimise töötuba „Tule niisama, lahku eesmärgiga“
- Idee hindamise töötoad „Kas sinu idee lendab?“
- Kahepäevane piiriülene häkaton „Tee oma idee teoks“
- Kolm piiriülest suutlikkuse arendamise ja meeskonna loomise üritust prototüüpide loomise, müügi ja turunduse ning tutvustamise teemadel
- Lõppkonverents

Õppemoodul koosneb järgmistest osadest:

- Ideede genereerimine
- Idee hindamine
- Häkaton
- Suutlikkuse suurendamise seminarid

Iga sektsioon pakub mitmekülgset materjali noorte sisenemiseks ettevõtluskeskkonda ja nende ettevõtluspädevuste arendamiseks, sisaldab teooriat ühendavaid ülesandeid, ärijuhtumite kirjeldusi, videoid ja erinevaid



harjutusi ning illustratsioone. Materjalide koostamisel pöörati erilist tähelepanu ärisimulatsiooni tehnikatele ja mängupõhisele õppele.

Õppemooduliga on kaasas juhend, mis kirjeldab selle kasutamise võimalusi ning annab samm-sammult infot, kuidas seda parimal viisil teha. Samuti kirjeldatakse, kuidas suhelda potentsiaalsete esinejate/ekspertidega, kutsuda neid üritustele, kuidas suhelda õpilastega, milliseid materjale koostada jne. Õppeprotsessis kasutatakse ka erinevaid IKT-ga seotud meetodeid.

Õppemooduli sisu põhineb võimalikult reaalsel näidatel. Selle elluviimiseks on oodatud kaasa lööma ettevõtjad, ettevõtlust toetavate asutuste esindajad, riskikapitalistid jt.

Õpetajad ja teised huvitatud osapooled saavad õppemooduli lihtsalt ja kiirelt integreerida formaal- ja mitteformaalõppe tegevustesse. Õppemooduli kasutatavuse ja kasulikkuse tagamiseks tehakse tihedat koostööd õpetajatega.



# I.

## IDEEDE GENEREERIMISE OSA

### ÜLESANNE 1 KÜSIMUSED ARUTELUKS

---

1. Mis vahe on ettevõtlusel ja palgatööl?
2. Millisena kujutate ette eduka ettevõtja elu?
3. Kas ettevõtlusega on võimalik alustada kohe pärast kooli või on parem kõigepealt omandada kogemusi kellegi teise ettevõttes?
4. Mis on ettevõtluse eelised?
5. Kust tulevad äriideed?
6. Millised ideed muudaksid ühiskonda lisaks ettevõtete omanikele kasumi teenimisele?
7. Kuidas käituksite, kui avastaksite, et teie äriidee on juba kellegi poolt välja töötatud?

### ÜLESANNE 2 IGA LAPS, KELLEL "ETTE"!

---

#### **Uurige ärijuhtumit ja tehke allolevad harjutused.**

**Ärivaldkond:** lastemööbel

**Idee päritolu:** vajadus lahendada isiklik probleem

**Ettevõtte asutamisriik:** Läti

Brändi "Ette Tete" lõi 2016. aastal abielupaar Linda Riekstiņa-Šnore ja Krišjānis Šnore, kes on praegu õnnelikud kolme lapse vanemad. Nagu paljud kuulsad garaažis äri alustanud firmad nagu Apple, Facebook ja Google, sai ka "Ette Tete"

tegevus alguse keldris. Linda ja Krišjānise pere kasvades tundsid nad vajadust sellise lastemööbli järele, mis oleks praktiline, multifunktsionaalne, hõlpsasti kasutatav ja silmailu pakkuv. Samuti pidid tooted soodustama lapse loomuliku arengut, pakkuma liikumisvabadust ja arendama olulisi motoorseid oskusi. Midagi sellist turult leida pole lihtne ülesanne!

"Kui te seda ei leia, siis tehke see ise!" - ütlevad mõned ärigurud. Ühel päeval, kui Linda ülemisel korrusel lapsi valvas, hakkas tema abikaasa keldris meisterdama. Ärijuhtimise bakalaureusekraadiga

Krišjāniseļ, kes on varem tegelenud reklaamesemete tootmisega, puudus puidutöö alane haridus ja kogemus. Sellegipoollest oli ta piisavalt motiveeritud ja julge, et jätkata! Nii sündis maailma esimene abitorņ. Tänapäeval on võimalik osta lahtikäivat mudelit ja muuta torn lihtsal moel lastelauaks. Saadaval on mitut värvi tooteid, sealhulgas trendikas piparmünditoon.

Hetkel on "Ette Tete" sortimendis 9 toodet, mis valmivad lkšķķiles asuvas 860 m2 suuruses tsehhis. Ettevõttes töötab 30 töötajat. Kaupu eksporditakse edukalt üle maailma, esikolmikusse kuuluvad Korea Vabariik (20% kogumüügist), Holland (20%) ja Eesti (12%). Need on üsna populaarsed ka Saksamaal, Šveitsis ja Itaalias, kus kumbki moodustab 9% kogumüügist.

Pereettevõtet hindas kõrgelt riiklik arenduste finantseerimisega tegelev asutus "Altum", mis investeeris ettevõttesse aastatel 2019-2021 1 160 000 eurot. Varem on "Ette Tete" saanud EL-i raha seadmete ostmiseks.

### Huvitav fakt

Brändinimi Ette Tete sai alguse meie esimesest lapsest. Kui me oma firmat käivitasime, oli ta kõigest 2-aastane ja kutsus kõike "ette, ette, ette". See sõna jäi meile lihtsalt külge. Tete on viide lätikeelsele sõnale "tētis" - isa, kes valmistas mööblit oma kätega. Nime on lastel lihtne hääldada ja meie lapsed kutsuvad kõiki meie tooteid siiani "ette"!



Muudetav ronimisraam FIPITRI



Muudetav ronimisraam MOTITRI

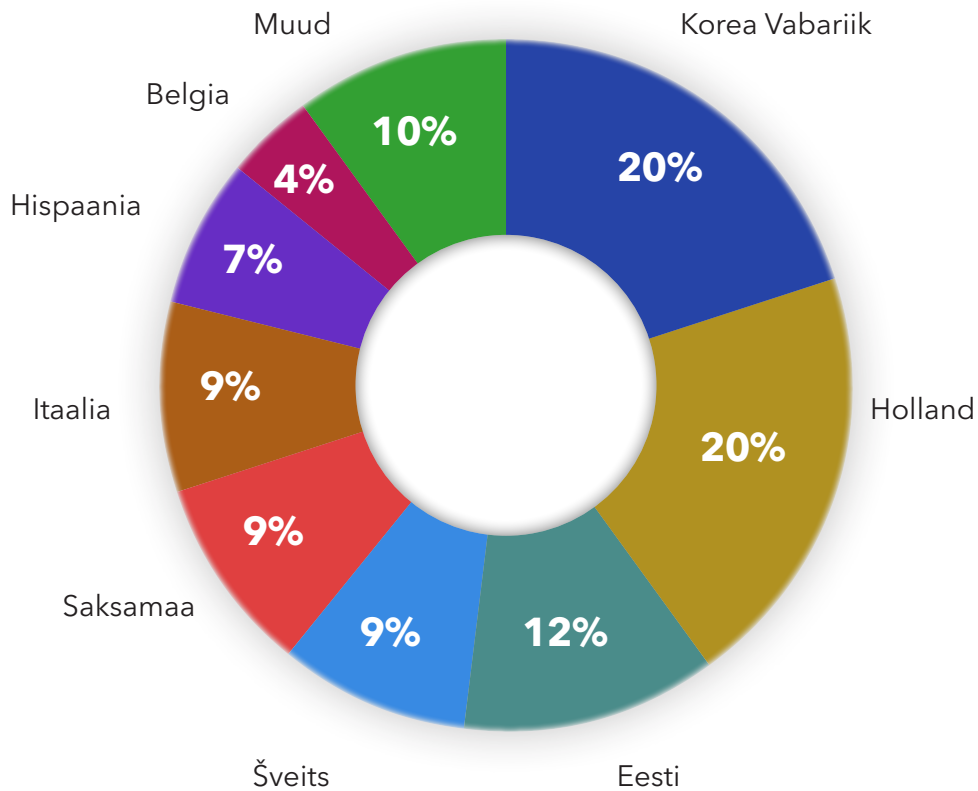


Lahtikäiv abitorņ / laud STEP'n'SIT



Mängutelk Fipitrile

## PEAMISED EKSPORDIRIIGID 2021. AASTA 1.-3. KVARTALIS



## HARJUTUSED

A. Arutage 4-6-liikmelistes rühmades, mis teile "Ette Tete" loo juures kõige rohkem muljet avaldas. Kas mõnel teie pereliikmel on probleem, mida ta ei suuda hetkel lahendada? Kas saate pakkuda sellele lahendust? Ajurünnak meeskonnas.

B. Jaotage osalejad 4-6-liikmelisteks meeskondadeks, kus vähemalt ühel meeskonnaliikmel oleks noorem vend või õde. Arutage ühiselt selle venna või õe igapäevategevusi ja pakkuge välja tooteidee, mida nad hindaks. Soovi korral võite arutada ka mitme lapse tegevusi, kuid

pidage meeles, et mõelda tuleb kastist välja! Idee peaks olema uuenduslik.

C. "Ette Tete" tegutseb väga nutikalt, pakkudes lisaks muudetavale ronimisraamile ka tekstiilist telki, mis on võimeline võtma erinevaid vorme. Kombineerituna saab esemetega luua lapsele pisikesse hubase maja. Sellist tehnikat nimetatakse „upselling“ ehk lisatulu teenimine põhitoote juurde käivate lisavahendite müümisega. Analüüsige "Ette Tete" tootevalikut ja otsustage, milliseid lisavahendeid võiks ettevõtte veel pakkuda.



## ÜLESANNE 3

### “ANYBELLY” LUGU: HÕIVA VABA TURUOSA!

**Uurige ärijuhtumit ja tehke allolevad harjutused.**

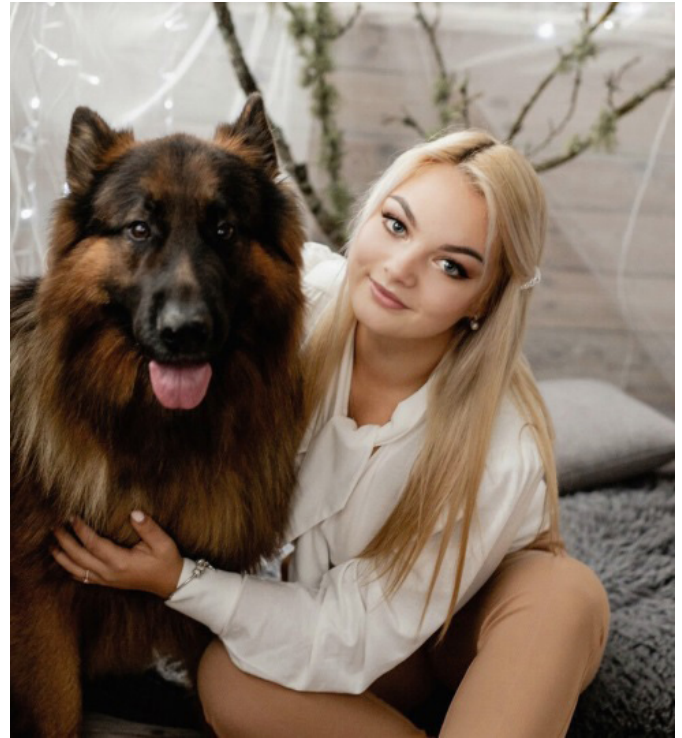
**Ärivaldkond:** tooted lemmikloomadele  
**Idee päritolu:** vajadus lahendada isiklik probleem

**Ettevõtte asutamisriik:** Läti

Võiks ju arvata, et ettevõtjaks saamiseks on vaja aastatepikkust elu- ja töökogemust. Ei! Saate äris edu saavutada kahekümnendates eluaastates või isegi enne seda. Seda väidet tõestab “Anybelly” kaasasutaja ja tegevdirektori Arta Latiša lugu. Riga Graduate School of Law tudeng Arta käivitas oma ettevõtte vaid kolm aastat tagasi, kuid on juba pälvinud auhinna “Aasta parim uus ettevõtja Lätis 2020” ning saanud Läti Kaubandus- ja Tööstuskoja liikmeks. Ta iseloomustab end tsitaadiga: „Ma sündisin millegagi, mis keeldub leppimast keskmisega. Ma ei tea, mis see on, aga olen tänulik, et see mul on.”

Kuidas see kõik alguse sai ja millist probleemi “Anybelly” lahendab? Arta, keda terve elu on ümbritsenud lemmikloomad, on suur loomasõber. Ühel päeval diagnoositi tema koeral lülisambaprobleemid, mis tähendas, et ta vajab uut kõrgendatud söögikaussi. Soovitud toodet otsides avastas Arta, et turul napib kvaliteetseid kausse lemmikloomadele. Suurem osa neist olid odavad, ebamugavad kasutada ning mõned plastikust ja metallist variandid tekitasid isegi allergilisi reaktsioone, rääkimata sellest, et need nägid üsna koldade välja.

Kui näete turul vaba nišši, siis võtke see endale! Täpselt seda Arta tegigi. Ta leiutas ja tootis alternatiivi – ergonoomilised söögilauad koertele ja kassidele, mis on valmistatud veekindla vahaga kaetud tammepuust koos stilsete keraamiliste kaussidega. Tema ettevõtte pakub lemmikloomaomanike eelistustele vastavat värvi- ja vormivalikut, sealhulgas luu- ja hiirekujulisi laudu. Looduslikest ja



jätksuutlikest materjalidest valmistatud elegantsed tooted on ka suurepärased sisekujunduselemendid!

Täna ekspordib "Anybelly" kaupu enam kui 10 riiki EL-is, USA-s ja mujal. Edu saavutamise põhjustena nimetab Arta töökust, pühendumust ja usku oma toodetesse.



## HARJUTUSED

---

A. Edukas ideede väljamõtlemine on esimene samm ettevõtte poole. Idee ei eksisteeri aga eraldi kõigest muust. Oluline mõista, kellele ja kuidas toodet pakutakse. Palun jagunege 4-6-liikmelisteks meeskondadeks ja nimetage 8-10 müügikanalit, mida Arta saaks oma toidulaudade müümiseks kasutada.

B. Sule silmad ja kujuta ette, et seisad laval. Vaid ühe minuti pärast võidate auhinna

"Aasta parim uus ettevõtja 2023". Millist äriideed tahaksite esitada? Mis teeks sind enda üle uhkeks?

C. Kui Arta müüb söödalaudu, siis teised ettevõtjad pakuvad Amazonis koortele päikesepriile. (See pole nali!) Kas see on teie arvates hea äriidee? Või siiski mitte? Arutage 4-6-liikmelistes meeskondades ja koostage nimekiri 5 põhjendusest sellise ärimudeli poolt või vastu.

# ÜLESANNE 4

## LILLEÄRISAAGA

**Uurige ärijuhtumit ja tehke pärast iga peatükki harjutusi.**

### 1. PEATÜKK

Nagu paljudele lastele, meeldis mulle lapsepõlves joonistamine, õmblemine ja voolimine. Kooli- ja ülikooliajal olid need tegevused minu elus peaaegu olematud. Loomingulised valdkonnad tundusid mulle kauged ja kättesaamatud. Ainus, mida ma aeg-ajalt mõnuga tegin, oli ostetud kleitide, teksade ja jakkide tuunimine. Kinnitasin neile kivikesi, kette ja aplikatsioone... Õppides RISEBAs (Riia Rahvusvaheline Majandus- ja Ärijuhtimiskõrgkool) ettevõtluse bakalaureuse- ja seejärel magistriõppes, ei osanud ma isegi ette kujutada, et minu äris on nii palju loovust!

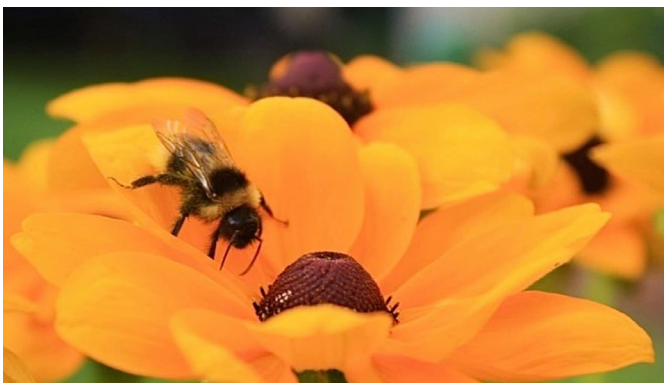
2008. aastal olin juba kaks aastat töötanud Riia rahvusvahelises merendusettevõttes direktori abina. Stabiilne ja hästi tasustatud töö, toredad kolleegid. Järsku mõistsin, et eelistaksin teha midagi muud, kuid mul oli raske aru saada, mis see on. Mitu aastat järjest esitasin vana-aastaõhtul soovi: "Leia oma lemmikamet või las see mind leiab!" Jah, ma usun mõtte jõusse!

Sõbranna nõuandeid järgides hakkasin tähelepanu pöörama asjadele, mida mul oli lõbus teha. Ma täitsin seda ülesannet iga päev ikka ja

jälle. Mõne kuuga jõudsin järeldusele, et võin veeta tunde ilusaid fotosid vaadates. Järgmise sammuna ostsin oma esimese kaamera. Lilled, sealhulgas need, mis mu vanemate aias õitsevad, olid minu armastatud "modellid".

Internetis kunstifoorumites surfates märkasid kord tõeliselt uhket lillekimpu. Minu üllatus oli suur, kui sain aru, et see oli leht-lehe haaval valmistatud polümeersavist. Mul oli kange soov selline asi osta, kuid ma ei leidnud kedagi, kes mulle sellise lillekimbu valmistaks. Avastasin seejärel puht juhuslikult, et sellist materjali kasutamist lillemodelite valmistamiseks on võimalik õppida. Sellest sai mu unistus!

Lähim kool, kus Jaapani DECO Clay Craft Academy programmi järgi lilleloomingut õppida sai minna, osutus Venemaal Peterburis. Võtsin kõhklemata tööl kahenädalase puhkuse ja suundusin oma armsa juhendaja Yuliya juurde, kellest sai hiljem mu suur sõber. Saatuse tahtel asus mu nõbu korter, kus ma ööbisin, koolist vaid 15-minutilise jalutuskäigu kaugusel. Pidasin seda heaks märgiks, ja et oli õige otsus! Juba pärast esimest tundi olin valmis lilli nikerdama nii päeval kui öösel. Magasin neli tundi ja kasutasin iga puhkuseminutit uute teadmiste saamiseks. Riiga tagasi lennates sain selgelt aru, et mu elu ei saa enam kunagi olema endine.



## HARJUTUSED

A. Reisi vaimselt oma lapsepõlve. Kelleks sa suureks saades saada tahtsid? Kirjuta üles üks või mitu ametit. Räägi ümbritsevate inimestega ja proovi leida mõttekaaslasid. Arutage rühmas, kas on hea mõte valida selline elutee.

B. Tee nimekiri tegevustest, mida sulle teha meeldib. See peaks olema nii pikk kui võimalik! Mainige kõike - isegi seda, et teile meeldib magada.



## 2. PEATÜKK

Lisaks uutele oskustele tõin koju oma lilledest "meistriteosed", mis võtsid enda alla poole kohvrist, ja meisterdamistarbed. Tundsin end nii õnnelikuna kui ei kunagi varem! Sõbrad-tuttavad nägid mu lillekimpe ja - vau! - tellimusi hakkas tulema! Tänu hea sõna levikule sain tellimusi ka inimestelt, keda ma ise ei tundnudki. Otsustasin siit edasi liikuda ja oma tooteid välismaal müüma hakata.

2010. aasta septembris avasin maailma populaarseimal käsitöömüügiplatvormil etsy.com oma esimese veebipoe "Marissa Fleur". Sel ajal oli seal väga vähe polümeersavist lilli müüvaid käsitöölisi. Vaid ühe aasta jooksul ja minu suureks üllatuseks sain umbes 100 tellimust Ameerikast, Skandinaaviast, Lõuna-Koreast, Austraaliast ja Mehhikost. Nende hulgas oli nii pisiasju, nagu juuksenõelad ja prossid kui ka

massiivseid pulmatooteid - kimbud pruutidele ja pruutneitsitele, lilleseaded lauakaunistuseks, lillekingid külalistele.

Algaja ettevõtjana oli mul hea meel igasugu eritellimuste üle. Olgugi et see oli üsna riskantne, õnnestus mul suhtlus klientidega üles ehitada nii, et see tagaks lõppkokkuvõttes nende rahulolu. Ühtegi minu toodet ei lükatud tagasi ega kritiseeritud! Mulle ei meeldinud alati klientide eelistused, kuid eritellimused võimaldasid mul paremini mõista sihtrühma eelistusi ja luua esemeid, mida paljud tulevikus tahavad. Sellise lähenemise tulemusena lõin muljetavaldava ülevaate oma töödest, mis meelitas üha uusi ostjaid.

Oma äritegevuse kõrvalt töötasin endiselt direktori abina. Minu õhtud, ööd ja nädalavahetused olid pühendatud lilledele, klientidele ja minu etsy poele. Sageli asendasin

lõunasöögi postkontori külastusega, et klientidele pakke saata, lahkusin pidudelt ja koosviibimistelt varakult, et tellimusi õigeks ajaks täita. Päikesepaistelisel suvenädalavahetustel sain endale mereäärset jalutuskäiku lubada alles hilisõhtul.

Ühe aastaga jõudsin järeldusele, et selline töötempo on pikemalt toimetulemiseks minu jaoks liiga karm. Tuli langetada oluline otsus - kas peaksin jääma kontorisse ja vastu võtma ainult nii palju tellimusi, mis ei mõjuta mu ööund või peaksin hakkama täiskohaga ettevõtjaks?

2012. aasta algust iseloomustasid finantskriisi tagajärjed, ebastabiilne majandus ja muud demotiveerivad tegurid, mis minus erilist kindlustunnet ei tekitanud. Valiku tegemisel aitas mind aga pere ja sõprade toetus ning klientide pidev kasv. Lõpetasin oma päevatöö!

Mäletan siiani, kui üllatav oli hommikul ärgata ja mitte kuhugi kiirustada. Nüüd võisin tellimuste valmistamise asemel õhtuti raamatut lugeda või telekat vaadata. Alustasin täiesti uut elu! Mul oli aega nii paljude asjade jaoks, mida ma varem teha ei saanud. Käisin sageli näitustel ja loengutel ning mul tekkis sügavam huvi loomemaailma vastu.

Kuulsin millalgi, et Riit külastab loenguga kuulust moeajaloolane, kolleksionäär ja telesaatejuht Alexandr Vassiljev. Ma lihtsalt ei saanud sellest sündmusest ilma jääda! Tühjade kätega ma sinna minna ei tahtnud ja olenemata kahtlustest, tekkis mul idee kinkida talle üks oma pross. Vaid pooleteise kuu pärast nägin populaarses telesaates "Modny prigovor" Aleksandrit kandmas minu prossi. See oli uskumatu tunne! Vaatasin rõõmupisarate ja kõrvusi naeratusega ekraani. Uskumatu!

## HARJUTUSED

---

A. Mine tagasi tegevuste loendisse sellest, mida sulle meeldib teha (vt 1. peatükk). Moodustage 4-6-liikmeline meeskond ja arutage oma tulemusi. Valige 3 tegevust, mida saaks müüa. Milliseid müügikanaleid te alguses kasutaksite?

B. Eritellimuste puhul peate teadma kõiki kliendi soovitud piasasju. Vastasel juhul raiskate aega ja saate lõpuks rahulolematu kliendi ja negatiivse tagasiside. Kujutage ette, et olete Marina ja koostage nimekiri küsimustest, mille esitaksite inimesele, kes soovib tellida lauale lilledest pulmaseadet.



### 3. PEATÜKK

Minu prossi näitamine televisioonis tõi mulle uusi kliente. Nii nagu mina mõni aeg tagasi, tahtsid paljud neist õppida kaunite lillede vormimist. Pakkisin kohvri ja läksin uuesti Peterburi, et jätkata haridusteed ja saada DECO Clay Craft Academy juhendaja tunnistus.

Üürisin 2012. aasta oktoobris väikese, kuid hubase panoraamakendega stuudio büroohoones. Köhklesin, et kas mu tunnid saavad ikka piisavalt populaarseks, et katta korteri renditasu ja muud kulud. Küll aga teadsin, et läbikukkumise korral kaotan maksimaalselt kahe kuu üüritasu. See mõte muutis mind rahulikumaks. Õnneks stuudio remonti ei vajanud. Mu armsad vanemad aitasid mind mööbliga. Lauad ja toolid saabusid otse mu isa kabinetist. Kapp ja diivan olid pikka aega seisnud nende garaažis kasutamata ja kolisid samuti minu juurde. Minu tulevaste õpilaste jaoks oli kõik valmis!

Pärast kontoris töölt lahkumist suhtlesin klientidega peamiselt kirjalikult, kuna enamik neist elas välismaal. Tundsime väga puudust näost-näku suhtlusest. Nüüd saaksin seda oma tundides palju! Minu esimesed õpilased olid inimesed, kes mind hästi tundsid ja usaldasid: sõbrad, tuttavad ja kliendid, kes olid varem minu käest lilli ostnud.

Mõne kuu pärast sain üllatava telefonikõne. Meeldiva häälega naine tutvustas end telekanali korrespondendina ja pakkus, et filmib õhtuste uudiste jaoks minu stuudiost lugu. Ma olin nii üllatunud ja eelil, et suutsin vaevalt öelda: "Olen nõus!"

Filmimine algas juba järgmisel päeval. Mu süda peksis uskumatult kiiresti ja mul oli raskusi sõnade lausesse panemisega. Sellest hoolimata läks kõik

hästi ja nägin end samal päeval telerist. Minu tundeid oli keeruline kirjeldada! Olin segaduses ja samal ajal eelil. Ma tuln teadvusele, kui sõbrad hakkasid mulle lakkamatult helistama.

Kuid sellega oli seotud ka kurb hetk. Telesaate tõttu oli võimatu minu kodulehte googeldada. Mõned mu õpilased, kes olid minu loost eriti lummatud, ütlesid mulle hiljem: "Otsisime teid terve öö internetist!" Püsivamad neist leidsid mu järgmisel päeval siiski üles, kui veebileht taas töötas.

Telesaates olemine põhjustas rohkemaid töötunde stuudios. Sel hetkel olin kindel, et minu äri kestab kaua.

## HARJUTUS

Nagu näete, märkas Marina kiiresti nõudlust lilleskulptuuritundide järele ja lisas oma portfelli uue teenuse. Milliseid muid teenuseid või tooteid võiks ta selles etapis pakkuda? Ajurünnak 4-6-liikmelistes meeskondades.

#### 4. PEATÜKK

Veel üks naine, kes mängis minu elus olulist rolli, oli Jevgenija Safraneka, kuulus ajakirjanik Lätis. Õnneks olime tuttavad juba lapsepõlvest saati. Tänu temale avaldati minu esimesed meistriklassid portaalis brunch.lv ja ajakirja „Ljublu” lehekülgedel ilmus minu studio kohta artikkel. Toimetusele meeldis üks mu fotodest nii väga, et nad otsustasid selle kaanele panna. Kui ma seda uudist kuulsin, olin ma õnne tipul! Sel hetkel ei osanud ma lihtsalt ette kujutada, et see on alles algus. Hiljem avaldati minu ettevõtte kohta infot ajakirjades „Müsmājas”, „Praktikas latvietis” ja „Amber Style” ning seda näidati LTV7 hommikusaates.

Selle tulemusena oli mul studios veelgi rohkem tunde ja administratiivtööd. Lisaks õpilastele, kes saabusid minu juurde kõikjalt Lätist, oli mul õppijaid ka teistest riikidest. Saksamaa, Inglismaa, Iirimaa ja Moldova on neist vaid mõned näited. Vahepeal oli mul kliente, kes soovisid saada valmistooteid ja mul ei jäänud muud üle, kui õhtuti ja öösiti lilli voolida. Jällegi.

Pärast esimest osalemist heategevuslaadal, mis mulle väga meeldis, hakkasin osalema erinevatel näitustel. Pidin kiirkorras müügiks asju valmistama, hommikul kell 6 ärkama, asju pakkima, stende paigaldama ja lahti võtma. Oli päevi, mil olin väsimusest maha kukkumas, kuid armastasin kogu seda tegevust siiski kogu südamest! Inimestega suhtlemine andis mulle nii palju positiivseid emotsioone: avastasin inimeste eelistusi, võtsin vastu tellimusi ja sain uusi õpilasi.

Samuti laiendasin ma oma sortimenti ema loodud helmestest ja looduskividest ehetega. Paljud näitusekülastajad soovisid õppida sarnaseid esemeid valmistama. Seetõttu hakkas minu studio pakkuma lisatunde ning minust ja mu emast said kolleegid. See oli suurepärase äriotsus! Ta saaks täita ka administratiivseid ülesandeid ja mina saaksin vältida ametialast läbipõlemist.



## HARJUTUSED

---

A. Moodustage 4-6-liikmeline meeskond ja arutage, mida igaüks teist oskab oma kätega valmistada. Seejärel valige üks inimene, nn käsitööttevõtja, kes võiks oma esemeid Arts & Crafts messil eksponeerida ja saada maksimaalset kasumit.

B. Tehke ajurünnak ja otsustage, missuguseid tooteid võiks veel käsitööttevõtja stendil esitleda ja mis täiendaksid tema tooteid. Joonistage stendi skeem, et näidata, mida kuhu paigutaksite.

### 5. PEATÜKK

Ühel hetkel tekkis tunne, et meie väikesest stuudiost meile enam ei piisa. Lilleseaded, ehted ja käsitöötarbed ei hõivanud mitte ainult kõiki kappe ja karpe, vaid need olid kogu ruumis laiali. Meie tundides päris palju inimesi ja tihti pidin kliente ootenimekirja panema. Oli aeg otsida midagi uut ja ma leidsin selle! Studio majas nimega "Pink Elephant" selle rõõmsa värvi tõttu. See oli ilus, kuid vajas renoveerimistööid. Selline väljakutse mind ei hirmutanud, kuna olin alati püüdnud osa oma sissetulekust ettenägematuteks kuludeks säästa. See raha, mis mul oli, kulus selleks hästi ära. Vaid ühe kuu pärast saime korraldada uue maja peo.

Kasvava nõudluse rahuldamiseks tuli teha veel üks samm - palgata juhendaja. Mul vedas, et leidsin ta oma õpilaste hulgast. Lilleskulptuuride valmistamiseks kiindunud Aija oli nõus jätkama haridusteed ja asuma minu ateljees õpetama. Sellest ajast alates on ta olnud mu suurepärase kolleeg, kes on mind tohutult toetanud ja aidanud mu ideid ellu viia.

Aeg-ajalt võis meie õpilaste seas näha lapsi. Mulle meeldis nendega suhelda, kuid tundsin muret, et meie programm oli mõeldud peamiselt täiskasvanutele. Lisaks ei tundnud lapsed end alati täiskasvanutest ümbritsetuna mugavalt ja ka vastupidi. Otsustasime selle probleemiga tegeleda.

Lahendus oli üsna ilmne - mu ema töötas ka oma ehtetundides lastega ja leidis nendega kergesti ühise keele. Otsustati, et ta viib läbi spetsiaalselt lastele suunatud kursusi. Aga enne oli vaja temalgi erialaseid oskusi Peterburis täiendada. Mina tõstsin seal samal ajal oma kvalifikatsiooni ja meil oli koos tore! Päeval käisime koolis ja õhtud olid pühendatud kodutöödele. See oli väsitav, kuid tundsim end suurepäraselt! Reisi lõpus külastasime inspiratsiooni saamiseks kaks päeva suurejoonelisi Peterburi muuseume.

2015. aasta novembris saime välja kuulutada uue ärisuuna - voolimine lastele. Sellest ajast alates on minu ema juhendamisel tehtud palju armsaid kujukesi. Praeguseks teevad tema õpilased saadud oskustega muljetavaldavaid asju kooliürituste, näituste ja konkursside raames.





## HARJUTUSED

---

A. Mõttele oma hobidele: kas saaksid mõnda neist äriks muuta? Kas selleks oleks vaja lisaharidust? Kirjuta oma vastused üles ja arutage neid seejärel järjest 3 inimesega.

B. Kas vajaksid eduka ettevõtte juhtimiseks partnereid ja/või töötajaid? Kes nad oleksid? Mida sa neilt ootad? Esita oma unistuste meeskond A4 paberilehel.

## PEATÜKK 6

2016. aastal alustasin oma elus uut peatükki... Aasta alguses ootasin juba last. Samas ei saanud ma oma õpilasi maha jätta. Nad vajasisid tunde sellises formaadis ja mahus, millega nad olid harjunud ning palkasin juurde ühe juhendaja, Olesja. Viimase tunni viisin läbi nädal enne sünnitust ja sain siis veidi puhata.

Kodus olles saatsid Aija ja Olesya mulle fotoreportaaže meie õpilaste saavutustest. Väikestel pausidel, kui mu poeg magas, vastasin telefonikõnedele, tellisin käsitöötarbeid, koostasid ajakavasid ja avaldasin postitusi sotsiaalvõrgustikes. Kui ta ärkvel oli, pidin ka mina luttide, mähkmete ja kõristidega žongleerima.

Minu poeg osutus aktiivseks ja nõudlikuks lapseks. Minul ja mu abikaasal polnud palju aega lõõgastumiseks. Otsisin pidevalt tasakaalu töö ja emaksolemise vahel, kuid ei suutnud päeva ja öö vahel vahet teha. Nelja kuu möödudes võtsin vastu otsuse lisada oma ellu mitmekesisust ja hakkasin taas tunde läbi viima. Pärast kolme tundi oma õpilastega tulid koju värsked ja inspireerituna. Võrreldes emaks olemisega tundus töö mulle puhkusena Šveitsi spaas.

Kuna meie meeskond oli nüüd suurem, siis suutsime korraldada meistrikursusi isegi mujal

seitsmes Lätis linnas: Liepajas, Daugavpilsis, Valmieras, Siguldas, Salduses, Kokneses ja Talsis. Sellega läks väga hästi! Siiski, vaid vähesed ettevõtjad võivad öelda, et neil pole kunagi ebaõnnestumisi olnud.

Kunagi tekkis meil idee korraldada pruutidele tunde, kes saaksid luua lilleksessuaare oma pulmadeks klaasidele, küünla- ja salvrätikuhoidjatele. Tegime kõik nädal aega kõvasti tööd, et luua moekas lillas ja kahvaturohelises värvitoonis näidiseid. Meie jaoks üllatuslikult ei näidanud tulevased abielunaised meie pakkumise vastu erilist huvi. Tundsimine, et oleme oma aega ja energiat raisanud. Järsku saime aga palveid pruutneitsidelt, kes soovisid sellise tegevuse tüdrukuteõhtu päevakorda võtta. Ehk et kõik sujus hästi, kuid lihtsalt mitte nii, nagu ootasime.

Lisaks omandas üha rohkem õpilasi juhendaja tunnistusi ja alustas äritegevust mitte ainult Lätis, vaid ka välismaal: Suurbritannias, Itaalias, Leedus... Kõik nad vajasisid materjale ja tööriistu. Minu ettevõtte sai ClayCraft by DECO toodete ametlikuks edasimüüjaks Euroopas. Varsti pärast seda mõistsin, et on vaja oma internetipoodi. Kahe nädala jooksul, tegin lapse magamise ajal meie esimese poe [www.myhobbyshop.eu](http://www.myhobbyshop.eu). Vahepeal aga lähenes mu studio 5. aastapäev...



## HARJUTUSED

A. Millistele järeldustele jõudsite pärast Marina loo lugemist? Näiteks: on äärmiselt oluline jälgida pidevalt keskkonda, et õigeaegselt tuvastada ärivõimalused ja probleemsed valdkonnad.

B. Joonista Marina ettevõtlustee, märgi sellele äriideede ilmumine ja täpsusta, mis

neist igaühe käivitajaks oli. Märgi ka tema olulisemad äriotsused.

C. Paljudel noortel ettevõtjatel puudub ettevõtlusega alustamisel enesekindlus. Milliseid küsimusi esitaksid sellisele kogenud äridaamile nagu Marina?



*Daugavpils*



# ÜLESANNE 5

## IDEEDE GENEREERIMISE TEHNIKAD

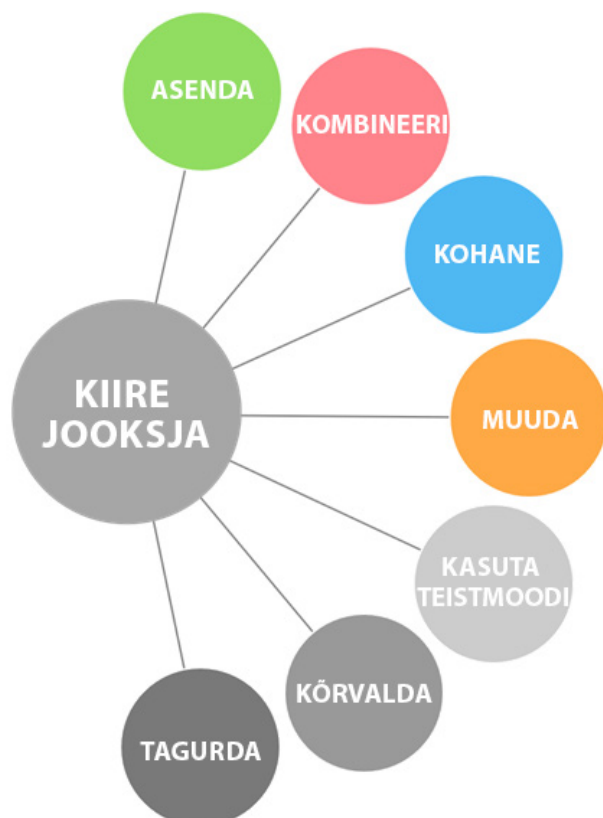
Lugege allpool lühikest infot populaarseimate ideede genereerimise tehnikate kohta. Valige 4-6-liikmelistes meeskondades üks tehnika, tehke selle osas üksikasjalik uurimus ja koostage konkreetsete näidetega esitlus, mis tutvustab kuulajatele tehnika olemust. Olge valmis küsimustele vastama.

### 1. Esimesed mõtlemise põhimõtted

Olukorra jagamine põhilisteks osadeks ja seejärel tõhusamal viisil uuesti kokku panemine. Dekonstrueerige ja seejärel rekonstrueerige.

### 2. Kiire jooksja

Olemasoleva äriidee või protsessi mõnes osas korrigeerimine parema lahenduseni jõudmiseks.



### 3. Ajurünnak

Maksimaalse arvu, sealhulgas ulmeliste äriideede genereerimine ilma midagi või kedagi kritiseerimata. Valige saadud ideedest parim.

### 4. Tagurpidi ajurünnak

Ajurünnaku pahupidi pööramine. Looge ideid, mis mõjutavad protsessi negatiivselt või muudavad eesmärgi saavutamise võimatuks.

### 5. Analoogiline mõtlemine

Analüüsige edukat ettevõtet, tehke kindlaks, mis selle suurepäraseks teeb, ja seejärel rakendage samu põhimõtteid oma ettevõttele.

### 6. Mõttekaardistus

Kirjutage probleem tahvlile ja ümbritsege see sõnadega, mis näitavad asju, mida teie arvates võib probleemi lahendamiseks vaja minna.

### 7. Loo asetamine tahvlile

Piltide, sõnade või ideede joonistamine ja kirjutamine tahvlile ning nendest loo loomine.

## ÜLESANNE 6

# LENTSIUS – KESKKONNASÕBRALIK KAUBAMÄRK

**Ärivaldkond:** mood ja disain

**Idee päritolu:** isiklikud kunstilised vajadused ja väärtused, mis hõlmavad keskkonnasõbralikku käitumist

**Ettevõtte asutamisriik:** Eesti

Lentsiuse brändi lõi Eesti disainer Kairi Lentsius. Kairil on tekstiili- ja moedisaini eriala taust. Ta juhib Lentsiuse kaubamärki 2013. aastast ning on töötanud ka Tartu rakenduskõrgkoolis Pallas moedisaini õppejõuna.

Kairi soovib oma klientidele pakkuda keskkonnasõbralikumat alternatiivi tänapäevastele igapäevaehele ja -rõivastele. Selle elluviimiseks teeb ta iga päev disainiga seotud otsuseid, mis aitavad liikuda rohelisema

tuleviku poole. Uute toodete loomiseks taaskasutab ta metalli- ja puidutööstuse jäätmeid ning kasutuselt kõrvaldatud militaartekstiile, näiteks telke. Ajatud ja hooajatud kujundused on tema esteetika tuum ning peaaegu kõik ehted on valmistatud ainult ühest materjalist, et tekitada vähem jäätmeid ja vähendada töötlemisetappe.

Disainer Kairi Lentsius armastab oma töödes jääda truuks põhimõttele “Less is more” ning uurida uute materjalide, tehnoloogiate ja kujundite kombinatsioone. Kõik Lentsiuse Lentsius’ Scandinavian Chic tooted on toodetud Tartus. Kairi ehtekollektsioon valmib koostöös tema isa Mardiga, kes on andekas käsitöömeister. Tema riided on õmmelnud rätsep Annika.



## HARJUTUSED

---

A. Arutage 3-4-liikmelistes rühmades järgmisi küsimusi:

- Milliseid teadmisi tootmisest on vaja keskkonnasõbralikumate alternatiivide valmistamiseks? Millised koolitunnid aitaksid sul neid teadmisi omandada?
- Milliseid keskkonnasõbralikke tooteid tuleks välja töötada alternatiivina olemasolevatele toodetele? Milliseid materjale ja oskusi oleks selleks vaja?

B. Koostage joonis toodetest ja/või teenustest, mis pole olnud keskkonnale nii head, kuid on hiljem muudetud keskkonnasõbralikumaks. Valige oma lemmik, uurige guugeldades tausta ja selgitage oma avastusi teistele.

## ÜLESANNE 7

### MUUD - VÄLTIGE KAHJULIKKE KEMIKAALE

---

**Ärivaldkond:** tervishoid ja hügieen

**Idee päritolu:** vastus kasvavale nõudlusele keskkonnasõbralike toodete järele

**Ettevõtte asutamisriik:** Eesti

Others alustasid nime Münt all 2019. aastal Marilyn Bergi ja tema koolikaaslaste asutatud õpilasfirma. Täna toodab Others hambapastatablette ja järgib lihtsat ideed - kui igapäevaseid tooteid saab valmistada ilma kahjulike kemikaalideta ja pakendada vastutustundlikumalt, siis peaks seda ka tegema.

Praegu jõuab igal aastal prügilatesse või ookeanidesse umbes 1 miljard plastikut hambapastatuubi. See ei ole uudis, kuid see on siiski meeletu kogus. Parema alternatiivi leidmine ja plastmassirohke hambapasta turust osa haaramine tundus loogiline koht, kust alustada. Hambapastatabletid on lihtsalt loogilised - võttes

hambapasta idee, eemaldades karmid toksiidid ja plasttoru, lisades puhtaid koostisosi, mis on sama tõhusad, muutes selle mugavaks ja ilusaks ning pakkides see taastäidetavasse klaaspurki. Täpselt nii Marilyn ja tema klassikaaslased tegidki.

Järgmisel aastal olid nad tooteturu testimise faasis, kui said roheliste ideede konkursil eriauhinna ning kutsuti ettevõtluskonkursile Ajujaht TOP100 ideed. Toote esialgne prototüüp oli olemas, kuid kindlat ärimudelit polnud. 2021. aastal võttis Others osa ja võitis telesaate Ajujaht - mille järel kasvas ettevõtte kiiresti ja kaasas lisafinantseeringut.

Eesmärgile orienteeritud planeerimine ja tahe kirglikult ka öösiti töötada aitas Others meeskonnal läbida edukalt Ajujunnaku ärivõistluse erinevad etapis. Kolmeks kõige väärtuslikumaks Ajujahilt saadud boonuseks peab

Marilyn kontakte, ärimudelit ja lavaarmastust. „Kuigi kõik ettevõtjad teavad oma ettevõttest palju, tuleks kindlasti kuulata sulle määratud mentorite nõuandeid, kelle ülesandeks on vaadata meeskondi ilma roosade prillideta. Ja kui on takistusi või tagasilööke, soovitaksin neist pigem kiiresti õppida ja moraaliga alla lasta. Mõnikord kaotate, kuid alati siiski võidate!”



## HARJUTUS

Kas teil on äriidee? Kui jah, siis suurepärane! Kujutage ette, et teid kutsutakse Marilynile sarnaselt telesaatesse. Mida sa kindlasti oma toote või teenuse kohta laval olles räägiksid? Kuidas seletaksite selle päritolu ehk kuidas see tekkis?

Kui teil pole äriideed, rääkige ümbritsevate inimestega ja leidke keegi, kellel on. Esitlege oma ühist ideed üheskoos.

## ÜLESANNE 8

### LOO SUUR ÄRIIDEE!

**Uurige allpool 6 inimese profiili. Valige 4-6-liikmelises meeskonnas üks profiilidest ja pakkuge sellele inimesele välja äriidee. Ole valmis oma ideed põhjendama.**



#### **OLGA**

Olga on 52-aastane keskklassi naine. Ta on terve elu raamatupidajana töötanud, kuid numbrid polnud tema kirg. Tal polnud isegi võimalust aru saada, mida ta tõeliselt naudib, kuna ta investeeris suurema osa oma energiast oma perekonda - kahte lapsesse ja abikaasasse. Olga on absoluutne meister laste nimel pirukate küpsetamises, särkide triikimises ja kodutööde tegemises. Aeg jookseb kiirelt... Sel aastal kolisid tema tütar ja poeg kodust välja ning Olgal on lõpuks ometi vaba aega iseenda jaoks. Siiski tunneb ta vaid tühjust ja segadust.



#### **ALEX**

Alex on atraktiivne 35-aastane mees ja ta on töönarkomaan. Igal hommikul paneb ta kalli ülikonna kontorisse minekuks selga, kus ta teeb hiliste õhtutundideni olulisi otsuseid ja täidab keerulisi ülesandeid. Nädalavahetustel käib ta

baarides ja klubides: Alex usub, et see on parim viis lõõgastumiseks ja tööl tekkiva stressiga võitlemiseks. Tõeline peoloom! Ärimees on naiste seas populaarne, kuid tõsistes suhetes ta hetkel ei ole. Isegi kaktus ei jäänud tema kodus ellu! Suvel meeldib talle sõpradega koos jahiga sõita.



#### **PILLE**

Pille on 27-aastane ja tal on bakalaureusekraad eesti filoloogias. Noor naine on vaimustuses kunstist ja loometööst. Ta oskab oma meelt hästi lahutada: kirjutab luulet, osaleb amatööride stand-up showdes, külastab moodsa kunsti näitusi ning tikib rõivastele paljutäenduslikke kujundeid ja tsitaate. Tal vedas, et ta leidis partneri, kes jagab tema kirgesid ja on temaga samal lainepikkusel. Meil kõigil on aga elus raskusi... Arvukad hobide tõttu ei ole Pillel muljetavaldavat tööalast karjääri ja tema sissetulek on üsna piiratud.

#### **ULDIS**

Suurema osa ajast vaatab äsja 30-aastaseks saanud Uldis musta ekraani, millel on valged tähemärgid. Ta on tarkvaraarendaja ja oma töös väga tugev. Ta ei kujuta oma elu ette ilma arvutita! Tema kolleegid on ka tema parimad sõbrad. Reede õhtul arutatakse jookide taga tavaliselt seda, kui lahe oleks edukas idufirma käivitada. Omaette olles mõtleb Uldis sellest, kas häkkeriks saada oleks tore. Teda ei huvita mida ta sööb,





kus elab ja kuidas välja näeb. Vabal ajal tulistab ta võrgumängudes koletisi ja loeb IT-foorumeid.



### TOOMAS

Toomas on 40-aastane fitnessitreener. Veel paar aastat tagasi võis teda kohata 24/7 spordiklubis. Aga siis muutus kõik. Tema abikaasal sündis tüdruk - võluv printsess Jaana. Nüüd on Toomas armastav isa, kes pühendab poole oma ajast

perele. Ta on endiselt oma ala professionaal. Ta annab eratunde ja salvestab YouTube'i videoid. Mõnel neist võib märgata väikest Jaanat. Toomas tunneb end üdini õnnelikuna, kuid vahel igatseb ta oma välisreise, kus ta käis vaatamas kuulsaid sporditurniire ja poisteõhtuid veetmas.



### FRIDA

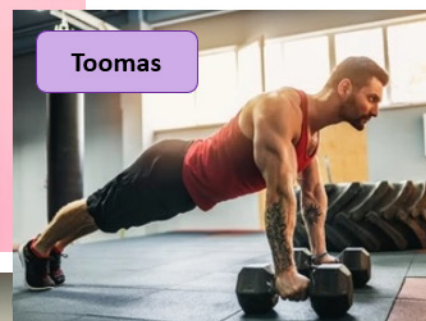
Frida on 19-aastane neiu, kes tuli Riiga vahetusõpilasena kaugest ja ilusast Mehhikost. Ta õpib majandust ja jääb üheks aastaks Läti pealinna. Ta on Euroopa vastu äärmiselt uudishimulik ja soovib järgmise 12 kuu jooksul külastada võimalikult paljusid linnu ja riike. Frida on optimistlik, suhtlemisaldis, armastab tantsida ja traditsioonilisi toite valmistada. Ta usub, et Riia on hämmastav, kuid tal pole külma ilmaga kerge toime tulla. Ta ärritub ka siis, kui kohalikud tunduvad talle liiga reserveeritud ja nendega on raske sidet luua.



Olga



Pille



Toomas



Alex



Uldis



Frida

# ÜLESANNE 9

## OTSI ÄRIVÕIMALUSE HEAD JA VEAD

Entrepreneurs must be able to use all bits of information to earn profit. In this task, you are invited to extract valuable details from an interview and make assumptions, which will allow you to come to viable business decisions.

### HARJUTUS

**1. SAMM:** vaadake intervjuud ühega järgmistest naiseettevõtjatest, olenevalt sellest, millist ettevõtet eelistate. Vaadake iseseisvalt üle tema ettevõtte veebisait. Tehke olulistest asjadest märkmeid.

#### **Marilyn Berg**

“Others” asutaja ja tegevjuht, äriideede konkursi “Ajujaht 2021” võitja

**Äri:** kahjulike kemikaalideta hambapastatabletid ja pakendid

**Veebisait:** <https://joinothers.com/en/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=52CAyXADZWs&t=327s](http://www.youtube.com/watch?v=52CAyXADZWs&t=327s)

#### **Ingel Udeküll**

“Ingel Drinks” asutaja ja tegevjuht

**Äri:** kehasõbralikud karastusjoogid ilma kunstlike koostisosadeta

**Veebisait:** <https://ingeldrinks.com/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=ZBGnd709owU&t=54s](http://www.youtube.com/watch?v=ZBGnd709owU&t=54s)

#### **Kati Orav**

Creativity Catcher asutaja ja tegevjuht

**Ettevõtlus:** uuenduslik haridus visualiseerimise kaudu

**Veebisait:** <https://creativitycatcher.com/en/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=0TiT2QZpZtU&t=1455s](http://www.youtube.com/watch?v=0TiT2QZpZtU&t=1455s)

**2. SAMM:** leidke oma grupist 3–4 inimest, kes vaatasid sama intervjuud. Tehke nendega koostööd – püüdke ühiselt aru saada, kes on see ettevõtja isiksusena. Leia vastused nendele küsimustele:

- Mida ta tõeliselt hindab? / Mis on tema jaoks oluline?
- Mis teda motiveerib?
- Mis sa arvad, mida ta vajab?
- Mida ta teeb, kui tahab lõõgastuda?
- Mis teda inspireerib?
- Mis võib teda ärritada?
- Kelle arvamus on tema jaoks oluline?
- Millised probleemid tal võivad olla?

**3. SAMM:** Tooge tehtud analüüsi põhjal välja 3 toodet ja/või teenust, mida see ettevõtja hindaks ja teie käest ostaks.

## II.

# IDEE HINDAMINE

## ÜLESANNE 1 ÄRIIDEEDE HINDAMISE KONTROLLNIMEKIRI

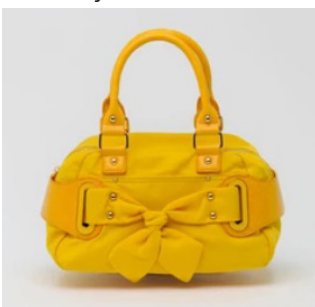
### 1. Idee on realistlik ja teostatav.

Kindlasti on ahvatlev luua igiliikur või kosmoselaev, mis viib reisijaid teise galaktikasse. Siiski on ebatõenäoline, et need ideed saaksid teoks ainult seetõttu, et praegu pole saadaval vajalikke tehnoloogiaid. Loomulikult tuleb enamasti ette maalähedasemaid ideid, mille elluviimist takistavad proosalised takistused, nagu toorainepuudus, ebapiisav arv kvalifitseeritud töötajaid või halb juurdepääs rahastamisele.



### 2. Toote või teenuse järele on nõudlus.

Teie toode või teenus peaks ideaalis lahendama ühiskonna pakilise probleemi ja tegema seda paremini kui teie konkurendid. Esitage endale küsimus: millist kitsaskohta äriidee parandab? Kirjeldage täpselt, mida potentsiaalsed kliendid teilt ostes võivad, miks teie pakkumine on nende jaoks väärtuslik.



## HARJUTUS

On aeg mõelda kastist välja! Mõelge 4-6-liikmelistes meeskondades välja 3 äriideed, mida Läti ja Eesti elanikud sooviksid, kuid mida on hetkel peaaegu võimatu ellu viia.

## HARJUTUS

Mõelgem natuke kottidele. Milliseid probleeme lahendavad järgmised üksused? Millist väärtust need klientidele toovad?

- Tavalises kaubamajas müüdav keskmine naistekott
- Luksuslik naiste- või meestekott hinnaga 3000 eurot
- Unikaalne käsitsi valmistatud kott, millel on originaaltekst
- Riidest poekott toidukaupade ostmiseks

### 3. Sihtrühmast on selge arusaam

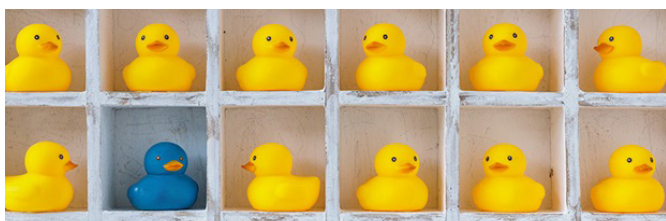
Oluline väide, mida meeles pidada: pole olemas universaalset kontseptsiooni, mis sobiks kõikidele turgudele ja kõikidele tarbijatele. Samas, paljud ettevõtjad sihtrühma määratlemisel vigu. Isegi maailmakuulsad tegijad, nagu McDonald's ja Procter&Gamble, kogesid probleeme turu omandamise etapis, kui oli vaja täpset visiooni uuest piirkonnast. Näiteks McDonald's ei mõistnud, et klaasike veini lõunasöögi ajal on prantslaste jaoks kohustuslik. Sama lugu juhtus ka Disneylandiga. Mõlemad gigandid alustasid tegevust alkoholi pakkumata, mis tõi kaasa märkimisväärse kahju.

Algajad ettevõtjad usuvad sageli, et nende toode või teenus on ihaldusväärne kõigile. Oma sihtrühma kirjeldavad nad järgmiselt: "Mehed ja naised vanuses 20-65 aastat". Selline lähenemine on vastuvõetamatu.



### 4. Idee konkurentsieelised.

Ülioluline on hinnata äriideede konkurentsivõimet. Miks sa oled konkurentidest parem? Miks sa neist erinev oled? Nendele küsimustele on vastuste omamine eriti oluline, kui plaanite tegutseda populaarses ärisegmendis, kuid loodate mõne eripära või idee esitluse tõttu silma paista. Te ei üllata kedagi kauplusega, mis näeb välja sarnane teiste sadade teie linnas eksisteerivate poodidega. Sa ei tee hitti toodetega, mis on juba turu üle ujutanud. Peate omama põhimõttelist erinevust, midagi erilist, ainulaadset, mis tarbijatele muljet avaldab ja neid veenab.



## HARJUTUSED

A. Valige 4-6-liikmelistes meeskondades ettevõtte, mille äriidee teid inspireerib. Kes on need inimesed, kes ostavad selle tooteid või teenuseid? Olge täpne ja täpsustage nende omadusi, nagu sugu, vanusevahemik, amet, sissetuleku tase, haridus, perekonnaseis ja geograafiline asukoht. Mida te veel teate selle (nende) sihtrühma(de) kohta? Kas olete teadlik selle (nende) töökspidamistest, prioriteetidest, hoiakutest, väärtustest, püüdlustest, motivatsioonist ja käitumisest?

B. Kujutage ette, et olete kogunud ja kuulnud ärikonsultant. Teid palkab Disneyland, mis plaanib avada Baltikumis lõbustuspargi. Andke nõu, mis on eriti oluline lätlastele, eestlastele ja leedulastele.

## HARJUTUS

Valige 4-6-liikmelistes meeskondades 3 konkureerivat kauplust, mis tegutsevad samas turusegmnendis. Need võivad müüa absoluutselt kõike: riideid, raamatuid, spordivarustust, elektroonikat jne. Teil on valikuvabadus! Seejärel külastage poode, võrrelge neid ja määratlege iga koha konkurentsieelised. Valmistage ette oma ettepanekud selle kohta, mida iga kauplus saaks teha oma positsiooni tugevdamiseks turul.

## 5. Turu suurus

Teil võib olla suurepärase äriidee, kuid te ei teeni raha, kui teil pole kellelegi oma toodet müüa. Mida sa teed? Otsige uusi müügiturge või pakkuge välja mõni muu äriidee.



## 6. Idee potentsiaal ja skaleerimisvõimalused

Huvitav ärikontseptsioon on tore, kuid oluline on ka see, kas suudate oma ettevõtet veelgi laiendada. Näiteks võite alustada ühest kauplusest ja seejärel kasvada kümnete ja sadade kauplustega ketiks, vallutada välisurge või hakata pakkuma frantsiisi. Selline lähenemine võimaldab teil hõlsalt leida nii kliente kui ka investoreid.



## HARJUTUS

Läti ja Eesti ettevõtjad puutuvad sageli kokku raskustega, mille põhjuseks on elanike väike arv riigis. Ilmselgelt on suurte riikide ettevõtetel suuremad arenguvõimalused. Milliste toodete või teenuste järele oleks teie arvates suurematel turgudel suur nõudlus, mille järele Lätis või Eestis aga nõudlust poleks? Arutage, 4-6-liikmelistes meeskondades, miks see on nii.

## HARJUTUSED

A. Lastega koju jäävad Läti ja Eesti naised loovad sageli erinevaid esemeid oma kätega. Nad koovad, õmblevad, tikivad, värvivad, vormivad... Seejärel müüvad nad oma esemeid veebiplatvormidel käsitööna, aga ka sõpradele ja laatadel. Siiski võitlevad nad sellega, et saada korralikku sissetulekut. Arutage 4-6-liikmelistes meeskondades selle põhjuseid. Miks see niimoodi juhtub? Seejärel valige 2 käsitöölise ja mõelge, kuidas ta saaks oma ettevõtet laiendada.

B. Kui oleksite ettevõtja, siis millistele välisurgudele ekspordiksite ja miks?

## 7. Algkulu ja hinnalagi

Kulude arvestamine on hädavajalik algusest peale ehk hetkel, kui hindad äriideed. Samuti peate määratlema hinna, mida potentsiaalsed kliendid on valmis teie toote või teenuse eest maksma. Näiteks saate müüa käsitsi valmistatud mobiiltelefoni ümbrist kõrgema hinnaga kui Hiinas masstoodetud ümbrist. Mida lähemal on omahind hinnalaele, seda rohkem riske võtate.



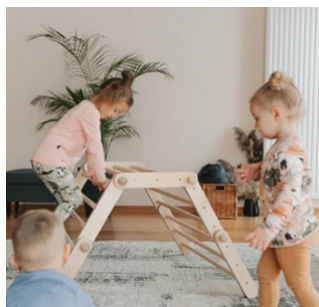
## HARJUTUS

Määrake oma hinnalagi all nimekrjas olevatele toodetele/teenustele ehk kui palju oleksite nõus nende eest maksma. Seejärel uurige turgu ja tehke kindlaks, kas on müüjaid, kes vastavad teie ootustele või isegi ületavad neid. Kas olete valmis hinna osas järeleandmisi tegema, kui näete enda jaoks selgeid eeliseid?

- Tahvelarvuti
- Nädalavahetus Veneetsias
- Haruldased tossud
- Šokolaadikarp (200 gr.)
- Raamat parimatest looduspaikadest
- Pilet Robbie Williamsi kontserdile

## 8. Lisapakkumine

Põhitoote või -teenuse müümisest ei piisa. Peate sellele lisaks pakkuma mõningaid tasuta lisandmooduleid. Suurepärane näide antud juhul on firma Gillette. Kuigi selle põhitoode on habemenuga, moodustab suurem osa selle tulust terade täitmine.



## HARJUTUS

Tehke all olevatele toodetele lisapakkumisi. Tähelepanu! On aeg olla lõbus ja pakkuda igasuguseid pööraseid ideid! Näiteks kui põhitoode on raamat, võib tasuta lisand olla peavalutablett.

- Padi
- T-särk
- Munad
- Vitamiinid
- Kassipoeg

## 9. Idee miinused / negatiivsed tegurid

Ole äriideede puuduste hindamisel aus ja erapooletu. Kui igakülgne hindamine paljastas mitmeid ebasoodsaid tegureid või võimalikke probleeme, peaksite idee tagasi lükkama. Siiski on midagi hullemat - puuduste puudumine! Võtad juba äri alustades riski ja viimased asjad, mida soovid, on ebameeldivad üllatused. Eelteadmised võimalikest ohtudest tulevad kasuks!



## HARJUTUS

Tõenäoliselt olete märganud, et teie linnas on hiljuti tööd alustanud uus ettevõte. Määrake 4-6-liikmelistes meeskondades 3 uustulnukat ja arutage, kas nende äriideedel on puudusi. Kas neil on teie arvates võimalus edu saavutada? Miks või miks mitte?



## ÜLESANNE 2

# RAHASTUSE SAAMISE VÕIMALUS TÕESTAB ÄRIIDEE PAIKAPIDAVUST

### Uurige infot Eesti EASi rahastamisvõimaluste kohta.

Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus (EAS) eesmärgiks on:

- aidata kaasa Eesti kui parima ning kestliku elu- ja ettevõtluskeskkonnaga riigi kujunemisele
- tõsta ettevõtjate konkurentsivõimet;
- kasvatada ettevõtjate teadus-, arendus- ja innovatsioonivõimekust;
- luua kapitalile ligipääsu parandamise ning riskide maandamise, toetuste ja teenuste abil võimalusi ettevõtluse ja ekspordi arenguks, kui finantsteenuste piisav pakkumine erasektori poolt ei ole tagatud;
- kaasata välismaiseid otseinvesteeringuid Eestisse ja edendada välismaiste ettevõtjatega osalust ja koostööd Eesti majandusega;
- arendada ja toetada Eesti iduettevõtluse valdkonda;

EAS pöörab erilist tähelepanu äritegevust alustavatele ettevõtetele, tutvustab võimalusi ettevõtte ja ärimudeli arendamiseks, uutele turgudele sisenemiseks ning lisandväärtuse kasvatamiseks. Lisaks aitab EAS arendada erinevaid pädevusi, jagab praktilisi näpunäiteid ja aitab leida sobivad partnerid äri arendamiseks, toetab ambitsioonikaid projekte ning tutvustab rahvusvahelisi rahastusvõimalusi.

Millistele küsimustele pead mõtlema, kui kavatsed taotleda Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuselt rahalist toetust?

- Mõttele läbi, millised on sinu ettevõtte arenguvajadused ja kitsaskohad ja kas toetus aitab sul mõne kitsaskoha lahendada.
- Tutvu toetuse info ja hindamiskriteeriumitega ning tule eelnõustamisele, kui see on toetuse saamise eeltingimus või kui tahad saada toetuse kohta täpsemat infot.
- Kontrolli üle, milliseid tegevusi saab konkreetse toetuse abil rahastada ja veendu, et sul on projekti elluviimiseks vajalik omafinantseering. Palun arvesta, et toetus makstakse välja alles tagantjärele.

- Tutvu taotlemiseks vajalike dokumentidega ning vaata, kas taotluse koostamiseks on vaja teha mingeid eeltegevusi, näiteks võtta hinnapakumisi.
- Pane taotlus kokku, küsi vajadusel lisainfot ja jälgi, et kõik taotlusvormis ja selle lisades olevad küsimused ja lahtrid oleksid täidetud.

### Uurige infot Läti ALTUMi rahastamisvõimaluste kohta ja tehke allolev harjutus.

„Kust ma saan oma ettevõttele rahastuse? Kuidas saada raha ettevõtte käivitamiseks ja selle edasiseks arendamiseks? Need on olulised küsimused paljudele ettevõtjatele ja eriti algajatele ja osade jaoks muutuvad need valusateks probleemideks. Samas on Läti ettevõtjad oodatud esitama taotlusi riiklikule asutusele ALTUM, mis toetab ettevõtete arengut erinevate finantsinstrumentide, näiteks laenude ja krediidigarantiide abil. Eeltingimuseks on, et ALTUMi spetsialistid peavad hindama sinu äriidee edukaks. See on kindlasti hea märk, kui asutus annab sulle rohelist tule, sest sinu idee peab olema sel juhul midagi väärt!

ALTUM paneb erilist rõhku tööle ettevõtetele, mis alles alustavad äritegevust. Selle põhjus on lihtne – sellistel ettevõtjatel on raskem saada klassikalist finantseeringut, näiteks pangast. Rahastust saab taodelda ka siis, kui juriidiline isik ei ole veel registreeritud. Sel juhul antakse raha tingimusel, et ettevõtte suudab alustada tegevust mõistliku aja jooksul. ALTUMi spetsialistid on alati valmis aitama äriplaani koostamisel ja vajalike dokumentide vormistamisel.

ALTUM on avatud ka kogenumatele ettevõtjatele. Laenu saab, kui ettevõtte tegutseb kuni 5 aastat. Selle aja jooksul võib ettevõtte endiselt otsida oma kohta ärimaailmas.



**ALTUMi pädevused:**

- Ettevõtluse alustamise toetamine ja füüsilisest isikust ettevõtjana tegutsemise soodustamine
- Ettevõtluse stimuleerimise toetus - ettevõtluse arendamine ja konkurentsivõime tõstmine, tehnoloogiate ja innovatsiooni juurutamine
- Maaettevõtluse ja regionaalarengu toetamine
- Ekspordi hõlbustamine
- Riskikapitali valdkonna arendamine
- Alustava ökosüsteemi tugi

**4 aspekti, millele ALTUM tähelepanu pöörab:**

**#1  
IDEE  
ELUJÕULISUS**

**#2  
MEESKOND**

**#3  
ISIKUOMADUSED**

**#4  
IRAHVUSVAHELINE  
PERSPEKTIIV**

1. Äriplaan realistlike kuludega, mis tõestab idee elujõulisust. Dokumentide koostamisel soovitab ALTUM abi otsida ettevõtlusinkubaatoritest.

2. Tugev meeskond. Meeskonnaliikmetel peavad olema asjakohased oskused kõigis ärivaldkondades. Ettevõtte teatud arenguetapini saab kaasata ka väliseid ressursse.

3. Ettevõtja profiil, mis hõlmab tema isikuomadusi, teadmisi, suhtumist ja mainet.

4. Rahvusvahelise äri võimalused. Ettevõtjad peavad mõtlema globaalselt ja selgelt määratlema turu, mille põhjal tulu arvutatakse.

## HARJUTUS

---

Kujutage oma 4-6-liikmelistes meeskondades ette, et taotlete sihtasutuselt rahastamist. Milliseid nõudeid on teil kõige raskem täita? Millised on kõige lihtsamad?

## ÜLESANNE 3

# FINANTSEERITUD ETTEVÕTTED

**Uurige infot 4 rahastatud ettevõtte kohta ja tehke allolev harjutus (näited ei pärine Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutusele esitatud projektide seast)**

### MARUPE JÕUSAAL



Marupe jõusaal on esimene professionaalne välijõusaal väikeses Marupe linnas Riia lähedal. See mitte ainult ei paku kõike, mida üks korralik jõusaal peab pakkuma, vaid seal on ka füsioteraapia seadmed ja isegi poksiring. Idee sellise ettevõtte käivitamiseks tekkis keerulistel Covid-19 aegadel ja oli vastus sporditegevuste pakkujatele kehtestatud karmidele piirangutele.

Rahastajale esitatud taotlus rahuldati ja raha laekus peagi pärast seda. 2021. aasta mais avas jõusaal oma uksed esimestele küllastajatele. Karmides tingimustes tegutsedes kasutasid ettevõtjad iga võimalust spordisõprade meelitamiseks. Nad tegid pikki tööpäevi, annetuse eest koolitusi kuulsate treeneritega, suvelaagreid lastele jne. Lisaks kasutati lähedalasuvaid võimalusi, nagu kaubanduskeskuste parklad ja tualetid.

### ETTE TETE

Ettevõtte toodab praktilist ja multifunktsionaalset puitmööblit lastele kaubamärgi Ette Tete all. 2016. aastal tegid



ettevõtjad oma esimesi samme brändiloomes ja tootearenduses. Seejärel said nad kaks toetust Euroopa Liidu fondidest ja liikusid järjekindlalt oma äriga edasi. 2019. aastal pöördus ettevõtte rahastaja poole ja sai 400 000 eurot tootmisvõimsuse suurendamiseks, mis sisaldas nii ruumide remonti kui ka seadmete ostmist. Sel ajal oli ettevõttes 20 töötajat.

Ette Tete kohta lisateabe saamiseks vaadake Ideede genereerimise jaotist, ülesanne 2.

### KARAMEĻU DARBNĪCA (KARAMELLI TÖÖTUBA)/ „BAA BAA MAIUSTUSED“ EKSPORDITURGUDELE



Karameļu darbnīca on üks paindlikumaid maiustuste tootjaid Lätis ja pakub nii tavalis- kui eritooteid. Ettevõtte asutati 2014. aastal Jelgavas. Täna rõõmustab see lapsi ja täiskasvanuid oma laia valikuga: karamellid, vahukommid, tarretiskommid, šerbett, halvaa ja suhkruvabad maiustused. Laialdaselt kasutatakse looduslikku toorainet ja käsitööd. 2018. aastal pälvis ettevõtte auhinna "Zemgale

aasta ettevõtte". Maiustusi saab osta tehases, supermarketitest ja erinevatest ökopoodidest.

2015. ja 2016. aastal sai ettevõtte väikeettevõttena ALTUM-lt toetust tootmisvõimsuse laiendamiseks, seadmete ja koostisosade ostmiseks. 2016. aastal saadud vahenditest investeeriti 30 000 eurot töökoja avamisse Tallinnas. Seejärel oli ettevõttel võimalik pangalt rahastust taotleda. Küll aga kasutas see ALTUM-i laenutagatisi, et jõulueelsel perioodil saada Luminor pangast 16 000 eurot tooraine ostmiseks.

## PÕHUGRAANULITE MÜÜJA

Põhugraanuleid toota soovinud ettevõtja koostas äriplaani, sai sellele rahastuse ja ostis vajalikud seadmed. Aeg tähistada? Mitte päris. Nii mõnigi asi läks nii, nagu üldse ei oodanud ja ettevõtte oli sunnitud tegevuse kiiresti lõpetama.

Millised olid vead? Esiteks ei olnud tootmisprotsessi piisavalt uuritud. Ettevõtja lootis, et põllumehed toovad õled tehasesse ja annavad selle omahinna eest ära. Talupidajad



eelistasid aga põhku lihtsalt kohapeal jahvatada ja mitte kuhugi kanda, mis tooks neile lisakulutusi.

Teiseks ei olnud läbi mõeldud, kuidas kliendid põhugraanuleid utiliseerivad. Plaanis oli need süütamiseks maha müüa. Hiljem selgus, et pelletid jätavad maha suure tuhajäägi ja potentsiaalsed kliendid ei hinda neid.

Kolmandaks ei kaalunud ettevõtja oma toote jaoks alternatiivseid turge ja kasutusviise.

Need tegurid on oluliselt suurendanud vajadust lisainvesteeringute järele, mis on viinud ettevõtte ebaõnnestumiseni.

## HARJUTUS

Valige üks ettevõtte, mis jätkas edukalt tegevust pärast ALTUMi rahastuse saamist, viige läbi selle kohta uuring ja koostage nimekiri tugevustest, mis võimaldasid tal rahastuse saada. Tehke harjutust 4-6-liikmelistes meeskondades.

## ÜLESANNE 4

### KULUD, KULUD JA... KULUD

**Nagu äriideede hindamise kontrollnimekirjas (ülesanne 1) on kirjas, on ettevõtte kasumlikkuse realistlikuks hindamiseks väga oluline algusest peale arvutada kulused.**

Selleks, et tuluprognosis oleks saavutatav, tuleb tegelikus elus olukorda analüüsida ja hinnata. Kuid enne kõike muud andke aus vastus küsimusele: "Millal saan soovitud kasumi?" Tõenäoliselt ei juhtu see esimestel kuudel ja kui teie projekt on keeruline, siis isegi mitte esimesel aastal.

#### Järgmisena vältige levinumaid vigu.

- Prognoosid põhinevad ainult teie enda oletustel või kogemustel.
- Te ei küsinud potentsiaalsetelt klientidelt otse nende vajaduste kohta.
- Te ei teinud uuringut selle kohta, kuidas potentsiaalsed kliendid tänapäeval raha kulutavad (konkurentsikeskkond).
- Te ei võrrelnud hindu selles valdkonnas.
- Te ei võtnud arvesse hooajalisust.

#### Algajad ettevõtjad unustavad sageli erinevad kulud:

- Tööjõukulud - palgad, maksud, koolitused, kindlustus jne. Kui töötaja teenib 700 eurot neto kuus, läheb see ettevõttele maksma 987 eurot (Eesti andmed, 2023).
- Ruumid - üür, kommunaalmaksud, remont (ka planeerimata), koristamine jne.
- Seadmed - elekter, kulumaterjalid, hooldus, jooksvad ja plaanivälised remondid.
- Transport - bensiin, kindlustus, maksud, hooldus, remont.
- Halduskulud - kontoritehnika, kulumaterjalid (paber, toonerid jne), telekommunikatsioonikulud
- Müügikulud - turundus ja reklaam
- Allhange - näiteks raamatupidamisteenused.

**Lugege kõige levinumatest vigadest, mida algajad ettevõtjad tulude ja kulude osas teevad ning tehke ära alloleva harjutus.**



#### Õppige näite varal "Kohvik väikelinna keskuses - võimalused ebaõnnestumiseks"

*Hooajalisust ei arvestata.*

Talvel on märgata väiksemat sissetulekut.

*Personali oskusi ei hinnata.*

Odavamalt tööjõudu kasutades tuleb kulutada aega ja raha nende koolitamisele. Võib-olla on mõistlik palgata kallimaid, kuid professionaalseid töötajaid.

*Vajalike töötajate arv on valesti arvatud.*

Ärge oodake, et üks inimene suudab töötada 12 tundi päevas, 6-7 päeva nädalas. Selle asemel võiksite planeerida liiga palju töötajaid talveks, kui tulud on väiksemad.

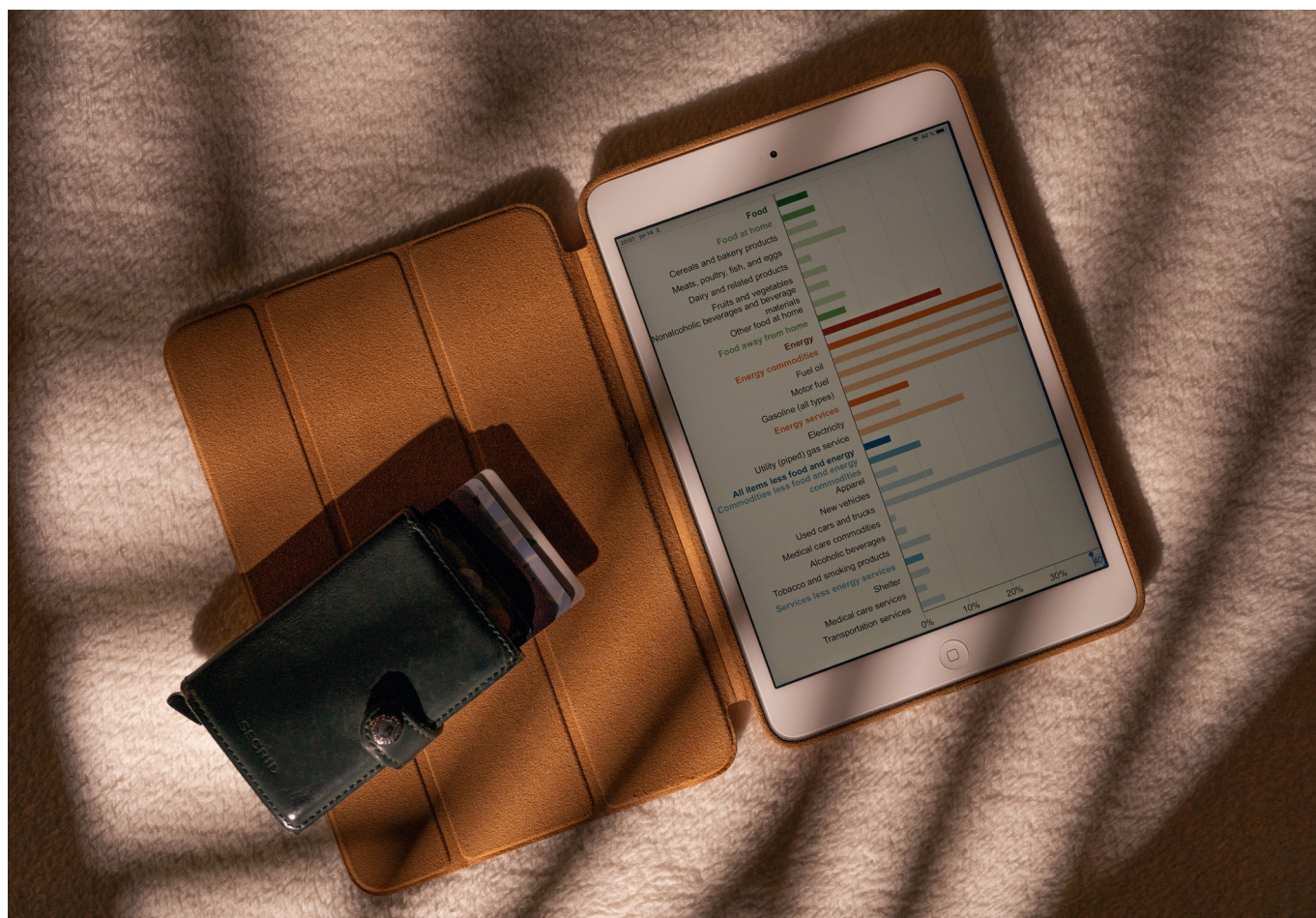
*Valitud ei ole kõige parem palgaskeem.*

Ettevõtjad alustavad sageli oma töötajate suure ja muutumatu palgaga, samas on võimalik pakkuda väiksemat põhipalka ja saavutatud tulust sõltuvaid lisatasusid. Ärge unustage määrata endale töötasu!

## HARJUTUS

Arvutage 4-6-liikmelistes meeskondades täpselt välja igakuised kulud 50-kohalisele kohvikule Tallinnas või Riias. Tehke kõik vajalikud eeluuringud. Võib-olla soovite isegi rääkida inimestega, kes töötavad kohvikus!

Mitu tassi kohvi ja kooke peaksite kuus müüma, et kulud katta?



# ÜLESANNE 5

## SAMA MÜNDI KAKS KÜLGE.

### OPTIMISTID SKEPTIKUTE VASTU

Paljudel äriotsustel ja ideedel on nagu mündil kaks tahku. Ideed võib olla uuenduslik ja põnev, kuid riskantne teostada; tavaline, kuid teenib suurt tulu; murranguline, kuid nõuab tohutut uurimis- ja arendustööd. Peagi veendute, et kui vaatleme neid

erinevate nurkade alt, on ka isiklikus elus ettetulevatel olukordadel kaks poolt. Riskid ja võimalikud takistused ei tohiks teid kohe heidutada. Kui leiad viise nende vältimiseks või leevendamiseks ja jätkad, saab sinust suurepärase ettevõtja!

## HARJUTUS

Valige tegevuse juht, kes loeb ühelauselisi olukordi. Pärast lühikest paarisvestlust iga olukorra järel peavad 3 inimest nimetama põhjus(ed), miks see on hea ja 3 inimest miks see on halb.

### REIS PARIISI

1. Ma kavatsen Pariisis uut aastat vastu võtta.  
See on hea, sest...  
See on halb, sest ...



2. Sõbrunen oma reisi jooksul toredate prantsuse giidiga.  
See on hea, sest...  
See on halb, sest ...



3. Taskuvaras tõmbab metroos mu rahakoti välja.  
See on hea, sest...  
See on halb, sest ...



4. Louvre'i külastus avaldab mulle nii suurt muljet, et otsustan saada kunstikriitikuks.  
See on hea, sest...  
See on halb, sest ...



5. Mul tuleb nii sündmusterohke teekond, et unustan perele suveniire osta.  
See on hea, sest...  
See on halb, sest ...



### KOER KINGITUSEKS

1. Sinu vend on alati olnud koeraarmastaja, kuid sinu vanemad kinkisid sulle sünnipäevaks corgi.

See on hea, sest...

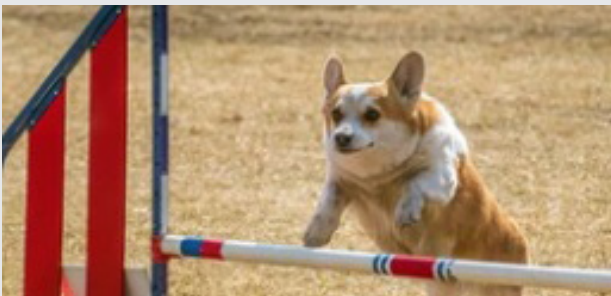
Aga see on halb, sest...



2. Teie lemmikut koolitas pool aastat professionaalne koerajuht, kuid siiski ei pääsenud koer koertevõistlusel 3 parema hulka.

See on hea, sest...

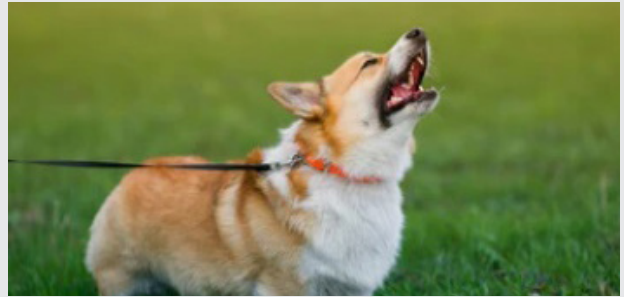
Aga see on halb, sest...



3. Corgile ei meeldi üks teie parfüüm ja ta haugub alati teie naabri peale, kes kannab sama lõhna.

See on hea, sest...

Aga see on halb, sest...



4. Kui pärast filmi koju jõudsid, võttis koer sind ukse vastu, hambus su lemmikkingade skelett.

See on hea, sest...

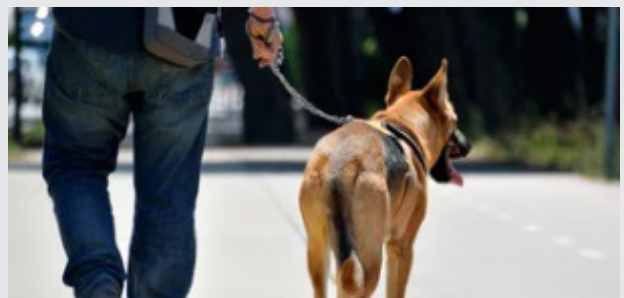
Aga see on halb, sest...



5. Sinu koer sõbrunes saksa lambakoeraga, kelle omanik näeb välja nagu kurjategija.

See on hea, sest...

Aga see on halb, sest...



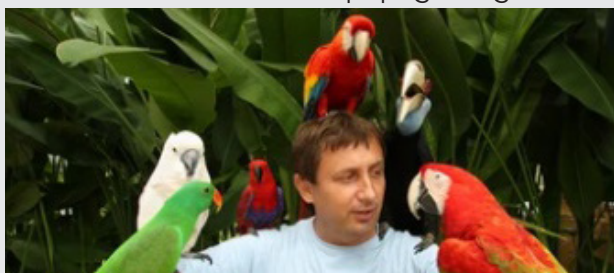
## ÜLESANNE 6

Nüüd olete teadlik mitmetest ideede hindamise tehnikatest! On aeg värskendada oma teadmisi ja liikuda edasi äriideede arendamisse. See saab olema põnev samm!

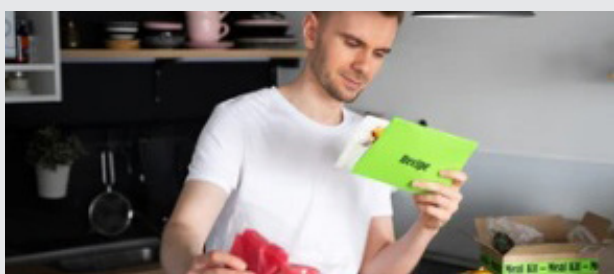
A. Valige 4-6-liikmelistes meeskondades allpool esitatud ideede hulgast idee, mis teile kõige rohkem meeldib. Arutage ühiselt selle tugevaid ja nõrku külgi, samal ajal kui pool teie meeskonnast esindab skeptikuid ja pool optimiste. Kui see on tehtud, minge ideede hindamiseks tagasi kontrollnimekirja (ülesanne 1) ja hinnake ideed punktide kaupa.

Äriideed

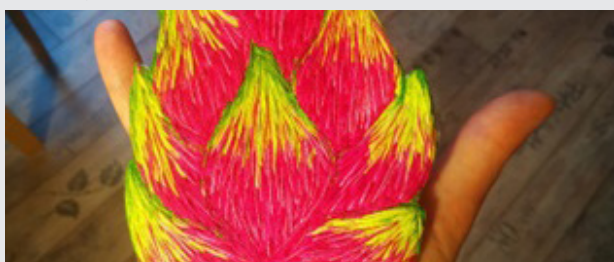
1. Loomaaed eksootiliste papagoidega



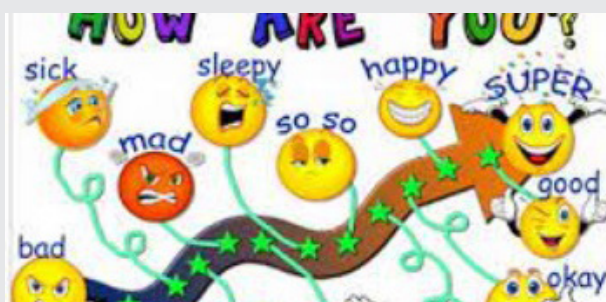
2. Toidukaupade regulaarne kohaletoimetamine koos retseptidega kogu maailmast



3. Magnetite abil riitele kinnitatavad tikandid



4. Online- ja trükitud mäng inglise keele õppimiseks assotsiatsioonide alusel



5. Teraapiaseansid, mis võitlevad stressiga



B. Jätkake töötamist samas meeskonnas ja sama ideega. Jätkake selle arendamist, pakkudes vastuseid allolevatele küsimustele.

- Kuidas näeb välja terviklik toote-/teenusesari?
- Kuidas selgitate väärtust, mida teie toode/teenus tarbijale annab? Mida sa rõhutaksid?
- Milliseid kanaleid kasutate toote/teenuse reklaamimiseks? Milliseid lähenemisviise kasutate? (Kui plaanite meelitada blogijaid/mõjutajaid, kirjeldage nende omadusi.)
- Kus te oma toodet/teenust müüte?



# ÜLESANNE 7

## ÄRI KÄIB

---

### HARJUTUS

---

Valige allpool esitatud kolme hulgast ettevõtte ja uurige põhjalikult selle veebisaiti. Täiustage oma nägemust ettevõttest, vaadates intervjuud ettevõtte asutaja ja tegevjuhiga. Kasutage 4-6-liikmelistes meeskondades kõiki selles osas omandatud teadmisi ja viige läbi ettevõttele aluse pannud idee hindamine.

#### **MARILIN BERG**

“Others” asutaja ja tegevjuht, äriideede konkursi “Ajujaht 2021” võitja

**Äri:** kahjulike kemikaalideta hambapastatabletid ja pakendid

**Veebisait:** <https://joinothers.com/en/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=52CAyXADZWs&t=327s](http://www.youtube.com/watch?v=52CAyXADZWs&t=327s)

#### **INGEL UDEKÜLL**

„Ingel Drinks“ asutaja ja tegevjuht  
**Äri:** kehasõbralikud karastusjoogid ilma kunstlike koostisosadeta

**Veebisait:** <https://ingeldrinks.com/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=ZBGnd709owU&t=54s](http://www.youtube.com/watch?v=ZBGnd709owU&t=54s)

#### **KATI ORAV**

Creativity Catcheri asutaja ja tegevjuht

**Ettevõtlus:** uuenduslik haridus visualiseerimise kaudu

**Veebisait:** <https://creativitycatcher.com/en/>

**Link intervjuule:** [www.youtube.com/watch?v=0TiT2QZpZtU&t=1455s](http://www.youtube.com/watch?v=0TiT2QZpZtU&t=1455s)

# III.

## HÄKATON

### ÜLESANNE 1

#### ARUTELUKÜSIMUSED

---

Püüdke leida paarides vastuseid allolevatele küsimustele. Kui vastust ei tea, siis tehke oletus, kuid ärge guugeldage ega kasutage muid allikaid. Toetuge selle asemel oma teadmistele ja intuitsioonile. Märkige oma vastused üles.

1. Mis on häkaton lühidalt öeldes?
2. Kust tuleb sõna "hackathon"?
3. Miks inimesed käivad häkatonidel?

4. Häkatonidest rääkides mainitakse sageli üht müütilist looma – üksarvikut. Mis on selle põhjuseks?
5. Kas tahaksid osaleda häkatonil? Miks jah või miks mitte?
6. Kas sul oleks võimalik häkatonil osaleda? Miks või miks mitte?

### ÜLESANNE 2

#### HÄKATON LÜHIDALT

---

##### Uurige teksti ja tehke allolevad harjutused.

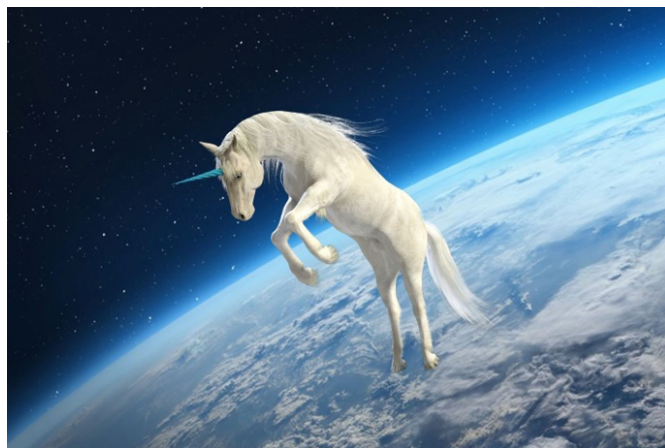
Häkaton on üritus, kus meeskonnad peavad suhteliselt lühikese aja jooksul – mitmest tunnist nädalani – välja töötama toote või teenuse prototüübi. Häkatoni nimi tuleneb kahe sõna kombinatsioonist: häkker ja maraton. Vastupidiselt levinud arvamusele ei meelita häkatonid tänapäeval mitte ainult programmeerijaid. Seal võib kohata kõikvõimalikke ambitsioonikaid professionaale: disainereid, analüütikuid, turundus- ja finantseksperthe, juhte. Kõik teavad, et üksinda pole võimalik õike saavutada, võitmiseks on vaja mõttekaaslast. Mõnikord luuakse meeskonnad otse üritusel. Mõned osalejad reklaamivad publikule oma äriideed publikule, teised aga oma oskusi ja teadmisi. Tavaliselt koosneb tugev meeskond 3-5 inimesest.



Esimene häkaton viidi läbi 1999. aastal Kanadas. Varsti pärast seda muutusid nad Silicon Valleys väga populaarseks. Kuna häkatonide kestus oli üsna piiratud, võtsid osalejad sageli kaasa magamiskotid ega lahkunud toimumiskohast kuni see lõppes. Selline suhtumine tasus end ära! Non-stop töö, koostöö erinevate inimestega ja annus adrenaliini viivad ootamatute ja turul esmakordsete lahendusteni.

Häkatonide kontseptsioon laienes kiiresti IT-valdkonnast kaugemale. Tänapäeval korraldatakse häkatonid mitmes valdkonnas, sealhulgas reklaamis ja turunduses, meditsiinis, linnaplaneerimises, sotsiaalprojektides, kultuuris, heategevuses, tootmises ja mujal. Neid saab korraldada ka väiksemas mastaabis, näiteks koolis või ettevõttes. Põhjused, miks inimesed selles tegevuses osalevad, on samuti erinevad. Allpool on mõned neist.

Et märgataks  
Investorite leidmiseks  
Et saada väljakutseid pakkuv ja loominguiline töö  
Et kohtuda kirglike ja inspireerivate inimestega, oma ala tõeliste professionaalidega  
Et testida nende piire  
Auhinna võitmiseks  
Et oleks lõbus, kui emotsioonid tõusevad lakke



PROTOTÜÜP ON TOOTE VARAJANE NÄIDIS, MUDEL VÕI VÄLJALASE, MIS ON LOODUD KONTSEPTSIOONI VÕI PROTSESSI TESTIMISEKS.

Paljud häkatonil osalejad unistavad üksisarvik ehk erakapitalil põhineva idufirma, mille väärtus on üle 1 miljardi USA dollari, loomisest. Seda terminit populariseeris esmakordselt 2013. aastal riskikapitalist Aileen Lee, valides müütilise looma esindama haruldaselt edukaid ettevõtteid.

## HARJUTUSED

A. Mine tagasi ülesande 1 juures antud vastuste juurde. Kui paljud neist olid õiged või õige vastuse lähedal? Analüüsige oma teadmisi. Mida oleks võimalik teha enesearengu protsessi kiirendamiseks?

B. Arutage oma kaaslastega, mis häkatoni kirjelduses teid kõige rohkem inspireeris või üllatas. Kas olete nüüd motiveeritud sellisel üritusel osalema?

## ÜLESANNE 3

# HEA HÄKATONI KORRALDAMINE

### Lugege häkatonide kohta kahte lühikest kokkuvõtet ja tehke allolevad harjutused.

2018. aastal viisid Läti ja Valgevene läbi ühise häkatoni, mis sai alguse Minskist ja toimus Riiga suunduv rongis. Ürituse eesmärk oli uurida ja lähendada kahe riigi startup-ja äriökosüsteeme. Spetsiaalselt selleks otstarbeks lasid korraldajad rongi külge haakida lisavaguni, mis mahutas osalejad ja nende juhendajad. Riia raudteeplatvormil tervitas neid Läti majandusminister. Osalejad said osa meistriklassidest ja mentorlusest, õppisid looma ärimudelit, tuvastama nõudlust ja leidma investoreid. Külastati Riia Tehnikaülikooli innovatsiooniklastrit, koostöötamise ruume "Töötavad inimesed" ja Swedbanka.

See, et mängus on raha, ei tähenda, et ei peaks olema lõbus! Seda on uskunud USA Comedy Hack Day korraldajad juba kümme aastat. Sündmus, mis on hübriid häkatonist ja avatud mikrofonist koondab kahte aktiivset internetikogukonda - koomikud ja programmeerijad. Siiski on ka siin keerulisi kohti. Koomikud peaksid tehnoloogiad tundma õppima ja programmeerijatelt oodatakse tegelemist naervas keskkonnas. Pärast kahepäevast pingelist tööd esitlevad meeskonnad mobiilirakenduste prototüüpe stand-up-etendusele omasel viisil. Üks võiduprojektidest oli rakendus, mis aitas jagada inimeste grupi restoraniarvet, võttes aluseks soolisest ja rassilisest diskrimineerimisest tingitud sissetulekute ebavõrdsuse.



## HARJUTUSED

A. Mõelge 4-6 liikmelistes meeskondades välja kolm ebatavalist häkatoni. Millistele teemadele/valdkondadele sa need pühendaksid? Lihtsalt näitena - võiksite korraldada Niilusel ujuval paadil häkatoni krokodillide heaolu teemal ELi loomaaedades.

B. Viige 4-6 liikmelistes meeskondades läbi uurimus viimase kahe aasta jooksul Lätis või Eestis toimunud häkatonide kohta. Tehke kindlaks edukad ja/või võidukad ideed. Valige üks, mis teile kõige rohkem meeldib ja esitlege seda teistele nii, et kuulajad oleksid sellest sama põnevil kui sa ise.

# ÜLESANNE 4

## PÄÄSTA ALGAJA ETTEVÕTJA LÄBIPÕLEMISEST

### Lugege tekst läbi ja tehke allolev harjutus.

Anna on noor ettevõtja, kes omab sisekujundusagentuuri. Ta armastab oma tööd väga, kuid pidi viimased 6 kuud kõvasti vaeva nägema, et turuosa võita. Ta veetis iga päev 12 tundi kontoris, et pakkuda paremat teenust kui tema konkurendid. Anna on viimasel ajal märganud, et tema energiatase läheb järjest madalamaks ja ta on kaotanud võime elu nautida. See näeb välja nagu läbipõlemine..



## HARJUTUS

**1. samm:** Pakkuge 4–6 liikmelistes meeskondades ajurünnaku vormis välja, milliseid tooteid või teenuseid saaksite Annale tema probleemi lahendamiseks ja elu paremaks muutmiseks pakkuda. Olge loomingulised ja mõelge kastist välja. Seejärel esitage oma ideed publikule. Et asi oleks põnevam, siis on ka õpetajal on ka vastusevariant. Kontrollige, kas keegi teist saab temaga sama tulemuse.

**2. samm:** teate nüüd, et teie õpetaja müüks Annale 30-päevase väljakutse nimega „Võta rahulikumalt ja naudi elu“. See on paberil põhinev mäng, mis koosneb 30 üllatuskaardist ja kirjeldab tegevusi, mis aitavad lõõgastuda ja end hästi tunda. Iga päev tõmbate korbist välja uue kaardi ja järgite juhiseid.

Mida selle teadmise peale hakata? Liigume edasi ja proovime kätt prototüüpimises. Koostage 4-6 liikmelistes meeskondades



kaks sellist kaarti suurtele paberilehtedele, eelistatavalt A1 formaadis. Kaardi ühele küljele kirjuta soovitus üheks päevaks ja teisele poole joonista asjakohane ja meelde jääv illustratsioon. Näidake neid ka teistele osalejatele.

## ÜLESANNE 5

### PROBLEEM ON VÕTI

#### Lugege tekst läbi ja tehke allolev harjutus.

Inimesed kipuvad probleeme vältima, kuid ärikeskkonnas tähendab probleem võimalust ja on sageli eduka ettevõtluse käivitamise ajendiks. Seetõttu on ülioluline märgata probleeme enda ümber ja osata neile lahendust pakkuda toote või teenuse kujul. Aitab ka isiklik probleem. Teatavasti alustasid paljud ettevõtjad ettevõtlusega seetõttu, et nad polnud leidnud pakkumist, mis oleks nende vajadusi rahuldanud. Nii leidsid nad turul

vaba niši, tuvastasid tarbijate piisava huvi ja lõid ise pakkumise. Sina saad sama teha!

Allpool on teile infoks mõned probleemid, mida noored sageli nimetavad.

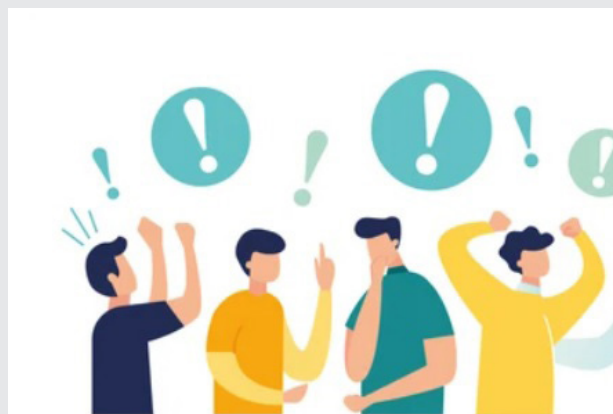
- Stress koolis / vaimse tervise probleemid
- Kehvad ajaplaneerimise oskused / võimetus aega tõhusalt organiseerida
- Rasused juuksed
- Arusaamatused peresuhetes
- Igav ja korduv vaba aeg

## HARJUTUS

**1. samm:** mõelge probleemile, millega praegu silmitsi seisate, mida olete varem kogenud või ühiskonnas tajute. Kirjutage see paberilehele. Valige üks inimene ja arutage temaga probleemi. Kas ta arvab, et see on oluline? Kas teie vestluspartner näeb seda samamoodi kui teie? Kas selle probleemiga puutuvad kokku paljud inimesed?

**2. samm:** selles tegevuses tõusevad kõik püsti ja hakkavad mööda tuba ringi kõndima ja rääkima erinevate inimestega. Võtke oma paberileht, valige suvaline inimene ja rääkige talle probleemist, mille olete sellele märkinud. Inimene hindab selle olulisust skaalal 1-5, kus 1 on täiesti ebaoluline ja 5 on äärmiselt oluline. Kirjutage number paberile.

Seejärel kuulake vestluskaaslase valitud probleemi ja hinnake selle olulisust. Pärast vestlust vahetage paberilehed. Nüüd pöörduge teise inimeste poole ja rääkige



neile probleemist, millest just kuulsite. Korrake ülalkirjeldatud tegevusi, kuni räägite vähemalt 5 inimesega.

**3. samm:** kui olete lõpetanud, arvutage viimasele probleemile antud punktide koguskoor. Esitage paber tegevusjuhile/õpetajale, kes tutvustab teile hiljem kõige olusiemaid tõstatatud probleeme.

## ÜLESANNE 6

# PROBLEEMIST ÄRIIDEEKS, ÄRIIDEEST ÕPILASFIRMANI

### Lugege tekst läbi ja tehke allolev harjutus.

Oled teel õpilasfirma loomise poole. "Mis see on?" - võite küsida. See on rühm inimesi, kes kogunesid kokku, sest nad on inspireeritud samast ideest ja nende oskused täiendavad üksteist. Ühiste jõupingutuste tulemusena õpilasfirma liikmed koolituse lõpuks selleni, kuidas teha ideest edukas äri. Kujutage ette - põhimõtteliselt on võimalik selle ideega päris oma ettevõtte asutada ja raha teenima hakata!

Oma koha leidmine õpilasfirmas on ülioluline samm! Sellest hetkest alates pühendute ühele äriideele ja töötate edasiste ülesannete täitmisel koos teiste tiimiliikmetega. Õpilasfirmaga liitumiseks on kaks võimalust. Esimene: võite otsustada saada juhiks, reklaamida oma ideed publikule ja värvata partnereid nende seast, kes on sinu ideest huvitatud. Teine: valige kellegi teise idee ja reklaamige oma oskusi ja teadmisi sellele inimesele, et saada tema meeskonda.

Aga enne seda veel viimane harjutus, mida saab eha mistahes meeskonnas.

## HARJUTUS

Valige juhuslikes 4-6 liikmelistes meeskondades üks ülesanne ülalt. Mõelge ühiselt välja äriidee, mis lahendaks probleemi, kuid mis oleks turul konkurentsivõimeline. Kas olete sellest vaimustuses? Kui ei, siis vaadake edasi. Kui teie meeskond on välja selgitanud suurepärase äriidee, otsustage, kellest saab juht ja esitage oma ideed teistele. Tehke üheskoos oma tootele või teenusele esitlus, mis sisaldaks allolevat infot ja mida kirjeldaks A1 paberilehele tehtud kujundus/ visuaalid. Esitlus ei tohiks kesta kauem kui 3 minutit! Hoi a ajal silm peal!

Esitluse põhipunktid:

1. **Ettevõtte nimi**
2. **Pakkumine:** mis on teie toode või teenus?
3. **Sihtrühm:** keda te aitate? Kes ostab teie toote?
4. **Probleemi lahendus:** miks sa teed seda, mida teed? Kuidas parandate oma klientide elu?
5. **Salajane koostisosa:** kuidas sa erined teistest? Miks on teie toode eriline?



Näpunäiteid edukaks esitluseks:

- Mõelge välja meelde jääv esimene fraas.
- Ole veenev. Peate äratama kuulajates huvi oma idee vastu.
- Ärge kalduge teemast kõrvale. Te ju ei soovi, et esitluses oleks fookuseta või ebaselgeid lauseid ja et mõte läheks lippama.
- Ärge rääkige monotoonselt. Hoidke oma energiataset kõrgel, rääkige enesekindla ja entusiastlikuna.
- Muutke oma hääletooni, et hoida publiku huvi, hoidke oma näoilmed sõbralikuna.
- Harjuta. Parim improvisatsioon on ettevalmistatud improvisatsioon.

## ÜLESANNE 7

### UNISTUSTE TIIM

#### Lugege tekst läbi ja tehke allolev harjutus.

Tasakaalustatud meeskond on äriidee arendamiseks hädavajalik. Edukas meeskond koosneb inimestest, kellel on üksteist täiendavad teadmised, oskused ja kogemused. Näiteks võib see hõlmata juhti, turundusspetsialiste, finantseksperiti, analüütikut, programmeerijat ja disainerit. Teisisõnu on ülioluline jagada meeskonnas erinevad rollid ja ülesanded vastavalt selle liikmete omadustele ja võimetele.

Üks inimene organiseerida äriprotsesse ja luua sidemeid õigete inimestega, teine võib teie projekti investoritele ja meediale atraktiivsel viisil tutvustada. Kõik tootmisega seotud tööd saab



teha kolmas meeskonnaliige. Keegi võib vajaduse korral luua palju uuenduslikke ideid, samal ajal kui teine viib läbi turu-uuringut. IT-mees või -tüdruk tegeleb nähtavusega internetis. Võim peitubki mitmekesisuses!

## HARJUTUS

Täitke allolev enesehinnangu küsimustik ja mõelge:

Mis on sinu supervõime?

Mida sa oskad?

Mida sulle meeldib teha?

Milliseid ülesandeid saaksid täita, et meeskonnale väärtust tuua?



## ENESEHINNANGU KÜSIMUSTIK

### 1. Hinda oma oskusi ja pädevusi skaalal 1-5

(1 - madalaim punktisumma, 5 - kõrgeim).

Algatusvõime

1  2  3  4  5

Analüütilised oskused

1  2  3  4  5

Võime pidevalt õppida

1  2  3  4  5

Vastupidavus stressile

1  2  3  4  5

Juhtimine

1  2  3  4  5

Organiseerimisoskused

1  2  3  4  5

Probleemide lahendamise oskused

1  2  3  4  5

Loovus ja võime mõelda kastist välja

1  2  3  4  5

Püsivus

1  2  3  4  5

Aja juhtimise oskused

1  2  3  4  5

Läbirääkimisoskused

1  2  3  4  5

Otsuse tegemise oskused

1  2  3  4  5

Paindlikkus

1  2  3  4  5

Suhtlemisoskused

1  2  3  4  5

### 2. Hinnake oma huvi järgmiste valdkondade vastu skaalal 1-5

(1 - madalaim punktisumma, 5 - kõrgeim).

Üldine juhtimine

1  2  3  4  5

Rahandus, raamatupidamine

1  2  3  4  5

Turundus ja reklaam

1  2  3  4  5

Personalijuhtimine

1  2  3  4  5

Müük

1  2  3  4  5

Infotehnoloogia

1  2  3  4  5

Seadused

1  2  3  4  5

Tootmine

1  2  3  4  5

Kui oled meeskonnajuht, siis tee küsimustik ikkagi ära ja mõtle, milliseid teadmisi, oskusi ja kogemusi sa otsid.

# ÜLESANNE 8

## TUTVUSTAGE MAAILMALE OMA ÕPILASFIRMAT

---

### HARJUTUS

---

Olete nüüd osa õpilasfirmast! Palju õnne!  
Andke oma võimaliku ettevõtte käivitamiseks  
ühiselt vastused alloleval vormil. Mõtisklege,

mõelge välja ideid, arutlege, põhjendage  
oma arvamust ja nautige! Lähme!

#### RÄÄGI MEILE OMA ETTEVÕTTEST...

##### **1. Õpilasfirma nimi.**

Ideaalis peaks nimi olema kergesti  
meeldejääv ning võimalusel kajastama seda,  
mida teete.

Sinu vastus algab siit...

##### **2. Ettevõtte tunnuslause.**

Kuidas väljendaksite lühikese fraasiga  
oma ettevõtte olemust? Allpool on mõned  
loosungid inspiratsiooni saamiseks.  
Nike - Just Do It!. Apple - mõtle teisiti. L'Oreal  
- sest sa oled seda väärt. M&Ms - sulab suus,  
mitte kätes. IKEA - muudame teie kodu  
eriliseks. Toyota - Let's Go Places.

Sinu vastus algab siit...

**3. Teie toote või teenuse kirjeldus.**

Mida te tarbijatele müüte?

Sinu vastus algab siit...

**4. Probleem mille lahendate või kasu, mida tarbijatele pakute.**

Miks tarbijad teie toodet/teenust peaksid ostma? Kuidas see nende elu paremaks muudab?

Sinu vastus algab siit...

**5. Sinu sihtrühm(ad).**

Kes on need inimesed, kes on kõige rohkem valmis teie toodet/teenust ostma? Olge täpne ja täpsustage nende omadused, nagu sugu, vanusekategooria, amet, sissetuleku tase, haridus, perekonnaseis ja geograafiline asukoht. Mida sa veel oma sihtrühma(de) kohta tead? Kas olete teadlik nende tõekspidamistest, prioriteetidest, hoiakutest, väärtustest, püüdlustest, motivatsioonist ja käitumisest?

Sinu vastus algab siit...

**6. Meeskonnaliikmete kirjeldus.**

Mõelge iga meeskonnaliikme oskustele ja teadmistele. Mis võiks olla iga inimese roll? Näiteks kui meeskonnaliige oskab hästi joonistada, võiks ta teha turundusmaterjalidele illustratsioone. Kes on praegu meeskonna kapten? Seda saab hiljem muuta, et te kõik saaksite juhtimist harjutada.

Sinu vastus algab siit...

**7. Meeskonna kui ühtse organismi kirjeldus.**

Kirjeldage oma meeskonda tervikuna. Millised supervõimed teil on? Millised pädevused ja võimed tuleks koondada, et oma koostööst maksimum võtta?

Sinu vastus algab siit...

**8. Foto oma meeskonnast.**

Tee oma meeskonnast ürituse ajal ilus foto. Paneme selle oma kodulehele. Ärge tehke tavalist grupipilti. Ole loominguline ja tee kaamera ees midagi ebatavalist! Miks mitte kujutada mõnda tantsuliigutust või jooga-asendit (lihtsalt näitena)?

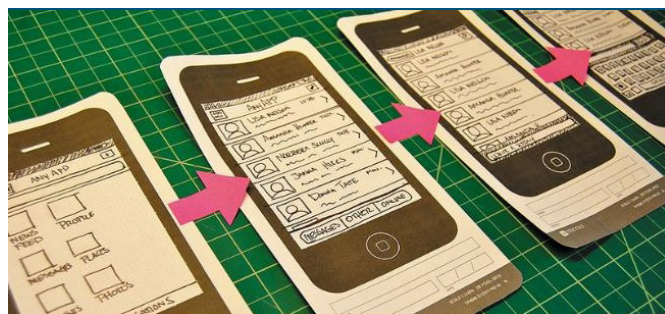
## IV.

# SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: PROTOTÜÜPIMINE

## ÜLESANNE 1 VÕIMALUSED KULUKATE VIGADE VÄLTIMISEKS

**Ettevõtluses on prototüüp toote või teenuse esialgne versioon või mudel, mis luuakse selle disaini, funktsionaalsuse ja teostatavuse testimiseks ja kinnitamiseks enne selle täielikku väljatöötamist ja turule toomist.**

Prototüüpimine on esialgsete versioonide või mudelite loomise protsess. See hõlmab toote või teenuse vähendatud või lihtsustatud versiooni väljatöötamist, mis võib ulatuda umbkaudsest visandist või joonisest kuni üksikasjalikuma mudeli või simulatsioonini. See on ettevõtluses hädavajalik tegevus, kuna see võimaldab ettevõtjatel varakult oma ideid ja kontseptsioone katsetada ja viimistleda. Tänu prototüüpimisele saavad ettevõtjad tuvastada oma toote või teenuse puudused, piirangud või valdkonnad, milles neid paremaks teha ning sisse viia vajalikke muudatusi. Potentsiaalsete klientide tagasiside, mis on prototüüpide loomise lahutamatu osa, annab väärtuslikku teavet ja aitab teha teadlikke otsuseid edasise ärisuuna kohta. Selle tulemusena riskid vähenevad ja eduvõimalused suurenevad.



Prototüüpimise etapid hõlmavad toote või teenuse idestamist, disaini ja prototüübi loomist, testimist, parandusi ja juurutamist.

### 1. etapp. Idee loomine

See on esimene etapp, kus ettevõtjad pakuvad ideid toote või teenuse kohta, mida nad soovivad arendada. Mida selgem nägemus neil on, seda parem. Suurepäraseks lähtekohaks on meeleolutahvel, mis kujutab endast füüsilist või digitaalset kollaaži, mis koondab pilte, materjale, tekste ja muid ideega seotud kujunduselemente.



# HARJUTUS

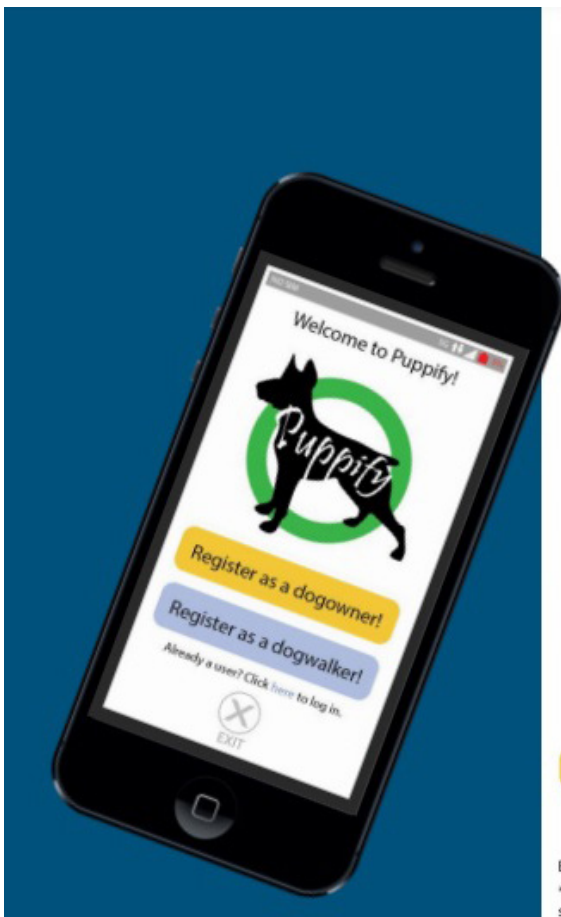
Looge oma õpilasfirmaga meeleolutahvel. Koguge pilte, värve ja tekstuure, mis inspireerivad teid ja esindavad seda tüüpi toodet või teenust, mida soovite luua.

Kasutage neid visuaale oma idee olemuse tabamiseks. Selline lähenemine aitab teil järgmisesse faasi liikudes oma kontseptsiooni visualiseerida ja täpsustada.

## 2. etapp. Disain ja prototüübi loomine

Selles etapis koostavad ettevõtjad toote või teenuse varase prototüübi kiire ja lihtsa disaini. Tulemus ei ole siiski lõplik, kuna see vajab muudatusi ja täiustamist vastavalt edasisele testimisele ja klientide tagasisidele. Kui plaanite pakkuda füüsilist toodet, võiksite teha visandeid, jooniseid või 3D-mudeleid, et näidata, kuidas

see välja näeb. Kui kaalute digiteenuse, näiteks mobiilirakenduse käivitamist, võite selle funktsioone visualiseerida mõttekaardi abil, mis näitab selle toimimist samm-sammult. Traditsioonilise teenuse puhul kujutage ja kirjeldage kogemusi, mida lõppkasutajad teie ettevõttega suhtlemisel saavad.



## Puppify - an app that brings together dogowners and dogwalkers!



Example of a mindmap. Arrows detail possible user experiences.

\*This mindmap explains the functionality of an app for two different types of users. Does your product (or your application, service, game etc.) have many different potential users? Do they all follow the same path while using your product?

## HARJUTUSED

A. Looge õpilasfirmas oma toote või teenuse disain, valides varem tehtute seast sobivaima. Võite kasutada joonistamiseks digitaalseid vahendeid ja võrgutarkvara, aga ka füüsilisi materjale nagu paber, papp, savi ja vaht. See võimaldab teil näha disaini selle päris kujul ja teha vajalikke muudatusi veel enne, kui annate selle kasutajatele testida.

B. Kujundage oma õpilasfirma logo, mis kajastaks teie kontseptsiooni olemust parimal võimalikul viisil ning mida saaks kasutada pakenditel ja turundusmaterjalidel. Valige kõige sobivamad värvid, fondid ja pildid.



C. Tehke individuaalselt internetis uurimustöö ning määratlege ja analüüsige vähemalt 5 tasuta veebisaiti mille abil saaksite luua oma ettevõtte jaoks lihtsa lehe. Jagage oma leide teiste meeskonnaliikmetega, kes on sama ülesande läbi teinud. Valige ühiselt parim variant, mida tulevikus kasutaksite.

### 3. etapp. Testimine

Kui soovite arendada toodet või teenust, mis vastab tõeliselt klientide vajadustele, on põhjalikud kasutajauuringud äärmiselt olulised. Prototüübi testimine sisaldab selle jagamist sihtrühma esindajatega ja tagasiside kogumist. See etapp aitab ideede õigsust kontrollida, probleemseid kohti tuvastada ja parandada, kasutatavust testida ja raha säästa, vähendades samas ümbertöötamise riski. Testimine võib olla vahendatud, distantsilt või otse tehtud, kvantitatiivne või kvalitatiivne.



## HARJUTUSED

A. Esitage oma prototüüp hindamiseks ja tagasiside saamiseks teisele õpilasfirmale. Tehke oma õpilasfirmas nimekiri 5-10 tunnusest, mida tuleb hinnata skaalal 1-5, kus 5 on kõrgeim punktisumma ja 1 madalaim. Lisaks koostage 5 avatud küsimust, mis nõuavad vastuseid vabas vormingus.

B. Ülioluline on kaasata oma sihtrühm(ad) prototüübi testimisse. Kas teil oleks sihtrühma esindajateni lihtne või raske jõuda? Koosta oma õpilasfirmas plaan, kuidas neid leida ja motiveerida hindamisprotsessis osalema.

### 4. etapp. Parandused

Testimise käigus saadud tagasiside põhjal teevad ettevõtjad prototüüpi vajalikke parandusi. See sisaldab toote suuruse või kuju muutmist, värvide või kasutatud materjalide kohandamist, digiteenuse kasutajaliideses muudatuste tegemist, uute funktsioonide lisamist või olemasolevate muutmist - kõik selleks, et see vastaks paremini kasutajate vajadustele. Protsessi korratakse kuni lõpliku prototüübi loomiseni.



## HARJUTUS

Analüüsige oma õpilasfirmas oma prototüübile saadud tagasisidet. Koostage loend muudatustest, mis tuleb teie tootes või

teenuses enne väljalaskmist teha. Jah, sa oled peaaegu kohal!

### 5. etapp. Toote või teenuse juurutamine

Lõpptoode või -teenus töötatakse välja viimase prototüübi mudeli järgi ja seda testitakse põhjalikult. Näiteks, kui teie toode on mõeldud kasutamiseks välitingimustes, katsetage seda erineva ilmaga, nagu vihm või tuul. Kui teie idee on uut tüüpi seljakott, siis võtke see matkale kaasa, et näha, kuidas see toimib. Kui kõik muudatused on sisse viidud, on aeg valmistuda ettevõtte käivitamiseks ning tekitada oma pakkumise osas kõmu ja põnevust!



## V.

# SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: TURUNDUS JA MÜÜK

## ÜLESANNE 1

### TURUNDUS: MIS SEE ON?

#### Lugege turunduse tutvustust ja tehke allolevad harjutused.

Turundusel pole ühest definitsiooni. Ärikoolitajad, valdkonnaekspertid, erialaajakirjad ja õpikud selgitavad seda kõik omal moel. Philip Kotler, kes püüdis 1960. aastatel muuta turunduse omaette valdkonnaks, ja kes on tuntud kui selle isa ja ka enam kui 80 raamatu autor, väidab, et turundus on "teadus ja kunst, mis uurib, loob ja pakub väärtust selleks, et rahuldada sihturu vajadusi kasumlikult". On ka muid määratlusi:

- Turundus viitab tegevustele, mida ettevõtte teeb selleks, et edendada toote või teenuse müüki.
- Turundus on tava tekitada huvi toote või teenuse vastu ja veenda potentsiaalseid kliente seda ostma.

- Turundus viitab mis tahes sõnumit edastavale tegevusele, mida ettevõtte levitab inimeste meelitamiseks ettevõtte toodete või teenuste juurde. Turunduse eesmärk on pakkuda potentsiaalsetele klientidele ja tarbijatele pakutava sisu kaudu midagi, mille pikaajaline eesmärk on esile tuua toote väärtus, tugevdada kaubamärgilojaalsust ja suurendada müüki.
- Turundus ei seisne ainult reklaamis või müügis. See on ka juhtimisvaldkond, mis aitab kaupade ja teenuste tootjatel mõista tarbija soove ning nendele vasta ühtida või neid soove ületada.

Karikaturistidel on samuti turundusest oma nägemus. Siin on sellest üks näide:





## HARJUTUSED

A. Millega sa oma elukogemuse põhjal pigem nõustuksid - ülaltoodud definitsioonide või karikatuuriga? Põhjendage oma vastust vähemalt 3 argumendiga.

B. Nüüd, kui olete tutvunud turundusega, koostage 4-6-liikmelistes meeskondades nimekiri kohustustest, mida turundusspetsialist võib tööl täita. Ärge otsige vastust googeldades - saate selle niikuinii peagi oma juhendajalt teada. Toetuge oma analüüsivõimele ja kujutlusvõimele ning ajurünnakute võimalustele.

## ÜLESANNE 2 TURUNDUSSPETSIALISTI KOHUSTUSED

**Näete allpool turundusspetsialisti tüüpilisi tööülesandeid. Olenevalt ettevõtte suurusest, valdkonnast ja struktuurist võib ta täita kõiki või ainult mõnda neist. Uurige hoolikalt kohustusi ja tehke allolevad harjutused.**

- Turundusstrateegia väljatöötamine
- Turgude analüüsimine, turuolukordade prognoosimine
- Klientide vajaduste ja nõudmiste analüüsimine
- Õige hinna määratlemine
- Toote täiustamiseks/muutmiseks analüüsi tegemine ja muutuste soovitamise
- Toote kaubamärgi/ asetuse muutmine
- Tootesortiment kavandamine, müügi juhtimine
- Konkurentidest eristumise tegevuskava väljatöötamine
- Lojaalsusprogrammide/ boonussüsteemide tutvustamine
- Reklamikampaaniade kavandamine ja läbiviimine
- Avaliku arvamuse mõjutamine



## HARJUTUSED

A. Tehke koostööd samade inimestega, kellega töötasite 1. ülesandes. Minge tagasi varem koostatud turundusspetsialisti kohustuste loendi juurde ja loendage, kui paljud te neist ära arvasite. Kõigil meeskonnaliikmetel on 5 minutit aega, et analüüsida individuaalselt, kas iga kohustuse sisu on arusaadav. Jagage üksteisega seda, mis jäi selgusetuks ja laske teistel neid teile selgitada.

B. Võtke omale 10 minutit aega ja mõelge, milliseid kohustusi peate neist kõige huvitavamaks ja miks. Jagage meeskonnaga, mida teile meeldiks teha, põhjendage seda ja laske teistel sama teha.

C. Võtke omale 10 minutit aega ja mõelge, millised ülesanded tunduvad teile kõige keerulisemad ja missuguseid neist oleks teil raske täita. Jagage oma nägemust meeskonnaga ja kuulake teisi. Analüüsige, kas teie arvamus on pärast kõigi argumentide ärakuulamist muutunud.

## ÜLESANNE 3 TURUNDUS-MIX VÕI 4 P-D

### Lugege tekst läbi ja tehke allolev harjutus.

Mõiste "turundus-mix/ marketing mix" on ettevõtete alusmudel, mis on ajalooliselt keskendunud neljale p-le: product/toode, price/hind, promotion/reklaam ja place/koht. Seda kontseptsiooni populariseeriti 1950. aastatel ja see põhines uuringul, milles ettevõtete juhid võrdsustati "kunstnikega" või "koostisosade segajatega". Tänapäeval, aastakümneid hiljem, kasutavad ettevõtted seda mudelit endiselt laialdaselt turundusstrateegiate ja -plaanide väljatöötamiseks. Toote või teenuse edukaks turundamiseks tuleb neli põhielementi läbimõeldult kavandada ja targalt rakendada.





#### Product/Toode

Müüdav kaup või teenus peab rahuldama tarbija vajaduse või soovi.



#### Price/ Hind

Toode tuleb müüa tarbija ootustele vastava hinnaga, st mitte liiga madala ega ka mitte liiga kõrge hinnaga.



#### Promotion/ Reklaam

Avalikkusele tuleb tootest ja selle omadustest teada anda, selleks et mõista, kuidas see nende vajadusi või soove täidab.



#### Place/ Koht

Toote ostmise koht on selle müügiedu tagamiseks väga oluline.

Ülesanne tundub esmapilgul lihtne. Peate lihtsalt välja mõtlema toote, mida konkreetne rühm inimesi soovib, müüma seda kohas, mida need inimesed regulaarselt külastavad, panema sellele hinna, mida on võimalik toote eest saada ja andma pakkumisest sihtrühmale teada.

Kui te aga teete ainult ühe osa valesti, võib see põhjustada katastroofi! Võite jääda reklaamima hämmastava kütusesäästlikkusega autot

riigis, kus kütus on väga odav või pärast uue kooliaasta algust õpiku väljaandmist või eseme müümist liiga kõrge või liiga madala hinnaga, et oma sihtrühma ligi.

Iga turundusstrateegia tuleks - isegi väga tõhus - aeg-ajalt üle vaadata. Teie loodud turundussegu ei ole mõeldud staatiliseks, seda tuleb kohandada ja täiustada, kui teie toode kasvab ja kliendibaas muutub.

## HARJUTUS

Kirjeldage oma õpilasfirmas oma toote või teenuse turundust (4 P-d). Millised on selle omadused? Kui palju te selle eest küsite? Kuidas ja kus oma pakkumist reklaamite? Kus veebis või väljaspool saavad kliendid seda osta?

Olge võimalikult konkreetne ja ärge unustage konkurente! Kuidas te nesit paremad olete?

## ÜLESANNE 4 REKLAAMI JÕUD

### Uurige infot, nautige näiteid ja tehke allolev harjutus.

Reklaam on iga ettevõtte jaoks ülioluline osa, kuna see võimaldab meelitada ligi uusi kliente ja paneb vanu kliente tagasi tulema, mis kõik on seotud müügitulemustega. Me kõik teame, et reklaam võib olla igav, tüütu ja midagi sellist, mida me tõesti tahame vältida, näiteks YouTube'is

videoid vaadates. Samal ajal võivad teatud reklaamid olla kunstiteosed, mis üllatavad, inspireerivad ja mõjutavad inimesi aastakümneid pärast avaldamist. Pole ime, et kõige muljetavaldavamad neist osalevad konkurssidel ja kandideerivad kõigi aegade suurimateks reklaamideks. Allpool on kaks võimalust, kuidas reklaamida süsteemi, mis aitab teil oma autot parkida. Kumb on mõjuvam?



Hämmastavaid reklaame, mis jäävad kauaks mällu, on veelgi:

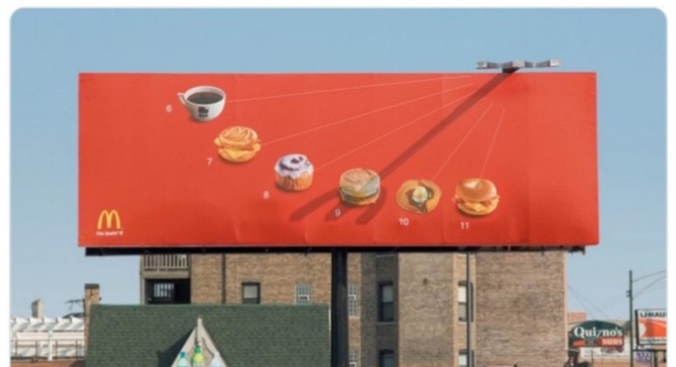
Hambakliinik kaasab meid väikesesse mängu ja laseb meil endal otsustada, mis on oluline. Noh, ilmselgelt hambad.



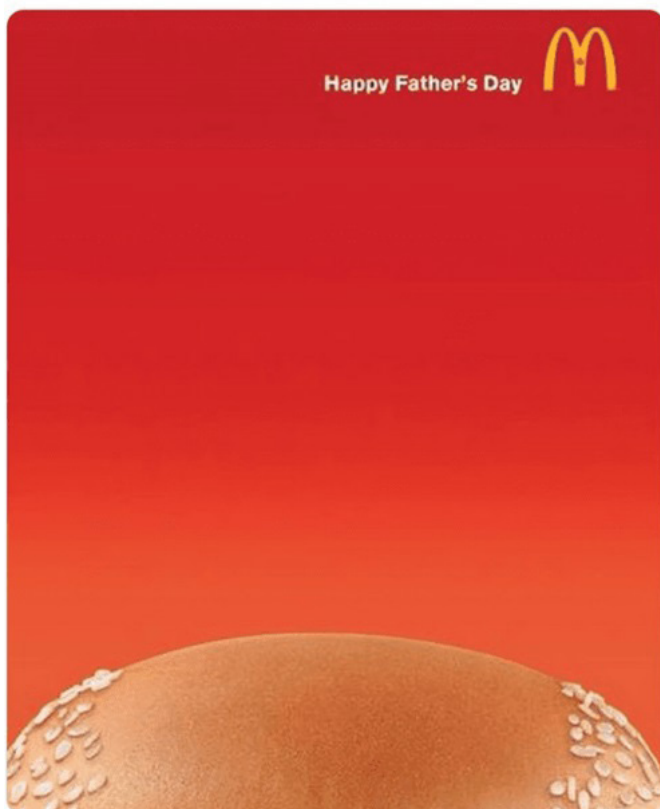
### MIKS ON HAMBARAVI OLULINE?

Sest kuigi tal puudub kulm, on esimene asi, mida märkate, tema naeratus.

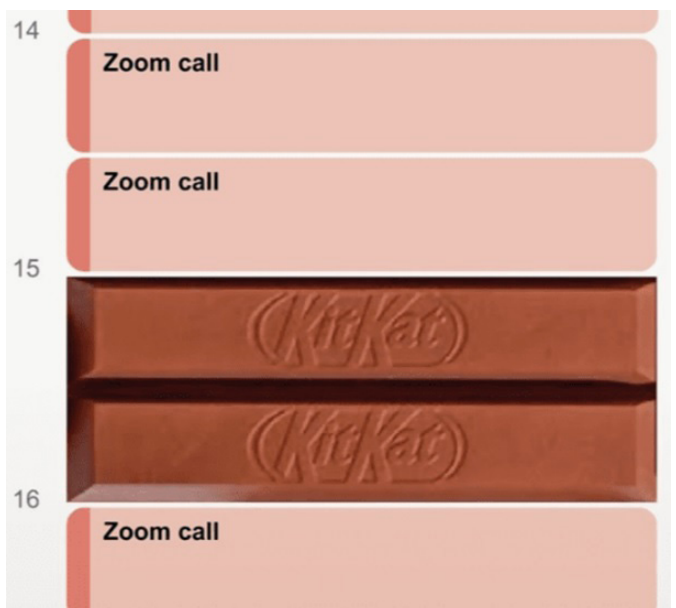
McDonaldsil õnnestus oma reklaamid loominguviselt linnaruumi integreerida ning oma tootevalik siduda kellaaja ja välistemperatuuriga. (Temperatuuri väljendatakse Fahrenheiti kraadides, mis võrdub 39 kraadiga Celsiuse skaalal).



Kes oleks teadnud, et hamburgeri kukkel meenutab nii palju kiilaspead?



KitKati tootja on kohanenud Covid-19-st tingitud uue reaalsusega.



# HARJUTUS

Looge oma õpilasfirmas võimsaid reklaame, mis köidavad vaatajate tähelepanu järgmistel teemadel:

*mahtuniversaal*



*kiire auto*



*laia juuksevärivalikuga  
juuksehooldusfirma*



*loomaaed*



*terav nuga*



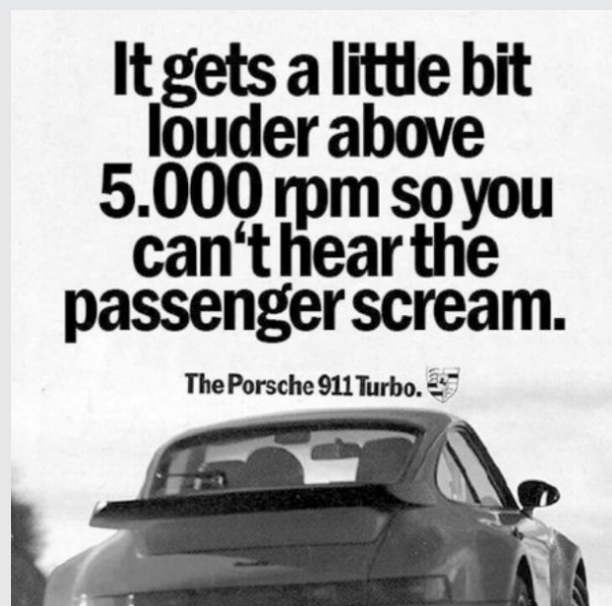
Palun kirjeldage neid sõnadega või joonistage pabertahvlile. Pidage meeles: vajate ebatavalisi, vaimustavaid, "vau-" ja isegi šokeerivaid ideid! Näete pärastpoole, kuidas selle ülesande lahendamisele lähenesid professionaalsed reklaamijad.

## Professionaalsete reklaamijate lahendused

Väikebussi kuulutus



Kiire auto kuulutus



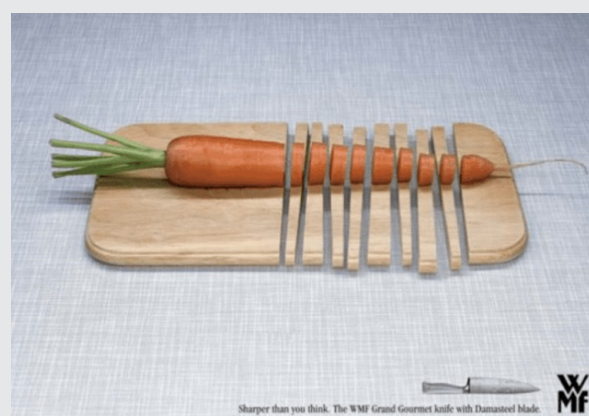
Laia juuksevärivivalikuga juuksehooldusfirma kuulutus



Loomaia reklaam



Terava noa reklaam



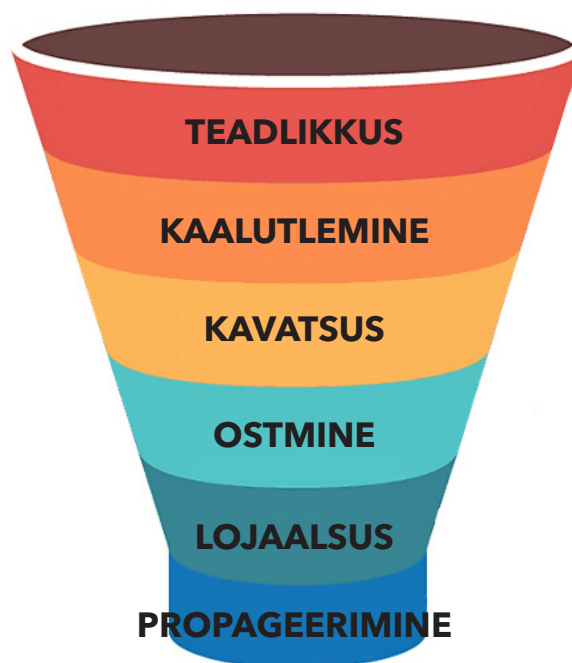
## ÜLESANNE 5 MÜÜGILEHTER

### Uurige teavet müügilehtri kohta ja tehke alltoodud harjutused.

Müük võib olla raske. Selge on, et enamikul juhtudel ei torma kliendid teie juurde lihtsalt sellepärast, et pakute suurepärasest toodet või teenust. Müügilehter näitab teekonda, mille potentsiaalsed kliendid läbivad enne ostu sooritamist või muu toimingut sooritamist, näiteks teistele teie ettevõttest rääkimist. Seda nimetatakse laialdaselt ka müügilehtri protsessi olemuse tõttu: sinna siseneb suur hulk inimesi, kuid lõppfaasi jõuavad vaid vähesed. Kui potentsiaalsed kliendid liiguvad järgmisele tasemele, tähendab see tavaliselt, et nende pühendumus teilt osta kasvab.



Müügilehtri kontseptsioon aitab teil mõista, mida potentsiaalsed kliendid ostuteekonna igas etapis mõtleavad ja teevad ning millal ja miks nad ostuteekonnast välja kukuvad. Oluline on see, et see võimaldab teil valida kõikidel tasanditel õiged turundustegevused ja -kanalid.





## 1. ETAPP: TEADLIKKUS

Selles etapis töstavad inimesed teadlikkust teie ettevõttest ja õpivad, mida see pakub. On ülioluline, et teie bränd oleks tuntud, kui teie potentsiaalsed kliendid otsivad teie müüdavat toodet või teenust. Näiteks, kui te oleksite pagariäri, kas potentsiaalsed kliendid mõtleksid teie peale värsket sarvesaia soovides?

Turundustegevused:

- Sotsiaalmeedias kohalolek
- Meedias kohalolek
- Otsingumootorid (*märksõnade sihtimine, mida kliendid juba otsivad ja optimeerivad teie saidi lehti nende terminitega*)
- Geriljaturundus, sealhulgas kiiresti leviva sisu loomine (*üllatus- ja/või ebatavaliste meetodite kasutamine toote reklaamimiseks, mis on sageli madalad või tasuta ja mida kasutatakse kohapeal*)
- Reklaamid väljaspool internetti
- Arvustused
- Tööstusaruanded

**Näide 1:** artikkel 24-tunnisest automatiseeritud pitsabaarist, millel on patenteeritud ahi, mis võimaldab teil oma pizza kätte saada vaid 3 minutiga. Teavet avaldab Läti mainekas ettevõtlusele keskendunud portaal "Dienas bizness". Baltikumi väljaanded teatavad sageli hea meelega uute, värskete kontseptsiooniga ettevõtete käivitamisest tasuta. Saatke neile lihtsalt pressiteade.

**dienas  
bizness**

DB HUB KONFERENCES ROKASGRĀMATAS



ABONĒT

Ekonomika Nekustamais ipašums Finances Mazais Bizness Tehnoloģijas Dzīvesstils Viedokļi Video Q ≡

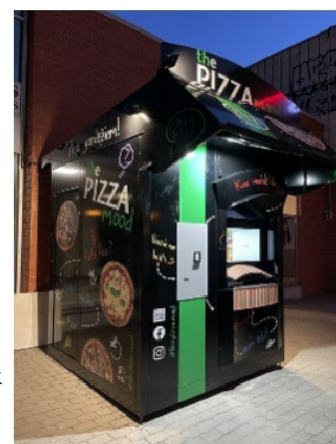
### Jaunākais izdevums



ABONĒT

No septembra vidus Rīgā ir atvērta pirmā automatizētā diennakts picērija, informē "The Pizza Mood" idejas autors un realizētājs Andris Pētersons.

"Pirmajā automatizētajā picērijā apvienojam visas modernā rīdzinieka vēlmes, proti, iespēju baudīt restorāna cienīgu, uz vietas gatavotu, augstas kvalitātes picu, vienlaikus netērējot daudz laiku ēdiena pasūtīšanas un piegādes procesam. Mēs izmantojam viedo tehnoloģiju sniegtās iespējas, tai skaitā patentētu picas pagatavošanas krāsni. Apmaksas brīdī picērijas automāts ievieto izvēlēto picu krāsni. Kad tā ir gatava, pica tiek ievietota kartona kastē un izsniegta klientam. Viss process kopā aizņem trīs minūtes," stāsta A. Pētersons.



**Näide 2 :**

Ortodontiakliiniku humoorikas välireklaam Covid-19 pandeemia ajal. Tõenäoliselt tõmbab see palju tähelepanu ja muutub kiirelt levivaks.



**Näide 3:** Inglise keele veebitundide varjatud reklaam. Artiklis antakse üldisi soovitusi keeleoskuse parandamiseks kodus, samas kui üks punkt juhatab teid info avaldajani – inglise keele kui teise keele koolini. Selline lähenemine näib potentsiaalsetele klientidele usaldusväärsem kui tavaline pealetükkiv reklaam.

## STUDY TIPS

**10 TOP TIPS FOR LEARNING ENGLISH AT HOME**

WIL

**1. Surround yourself with English**

You don't need to be in an English-speaking country to surround yourself with English. Find ways to make English part of your everyday life at home, like writing your shopping list, reading the newspaper, listening to the radio, writing a diary in English, or listening to English on your cellphone while traveling to work.

**2. Make English friends**

Even if you don't live in an English-speaking country, there are probably many foreigners living nearby. Find ways to meet native English-speakers: going to foreign bars and restaurants, joining sport and social clubs, or arranging language exchanges. You could even volunteer as a guide at a local tourist attraction to meet English-speakers from all over the world.



## 2. ETAPP: KAALUTLEMINE

Kaalutlemise etapis otsivad potentsiaalsed kliendid aktiivselt oma probleemile lahendust. Nad näevad, millised võimalused on neile kättesaadavad, võrrelda mitme erineva ettevõtte tooteid või teha uuringuid. Näiteks võib ostjal olla vaja vana sülearvuti välja vahetada ja ta otsib teatud eelarve piires uut seadet. Nüüd on aeg panna oma toode või teenus konkurentide ees tähelepanu püüdma. Teavet teie ettevõtte kohta saate luua nii teie ise kui ka kolmandad osapooled.

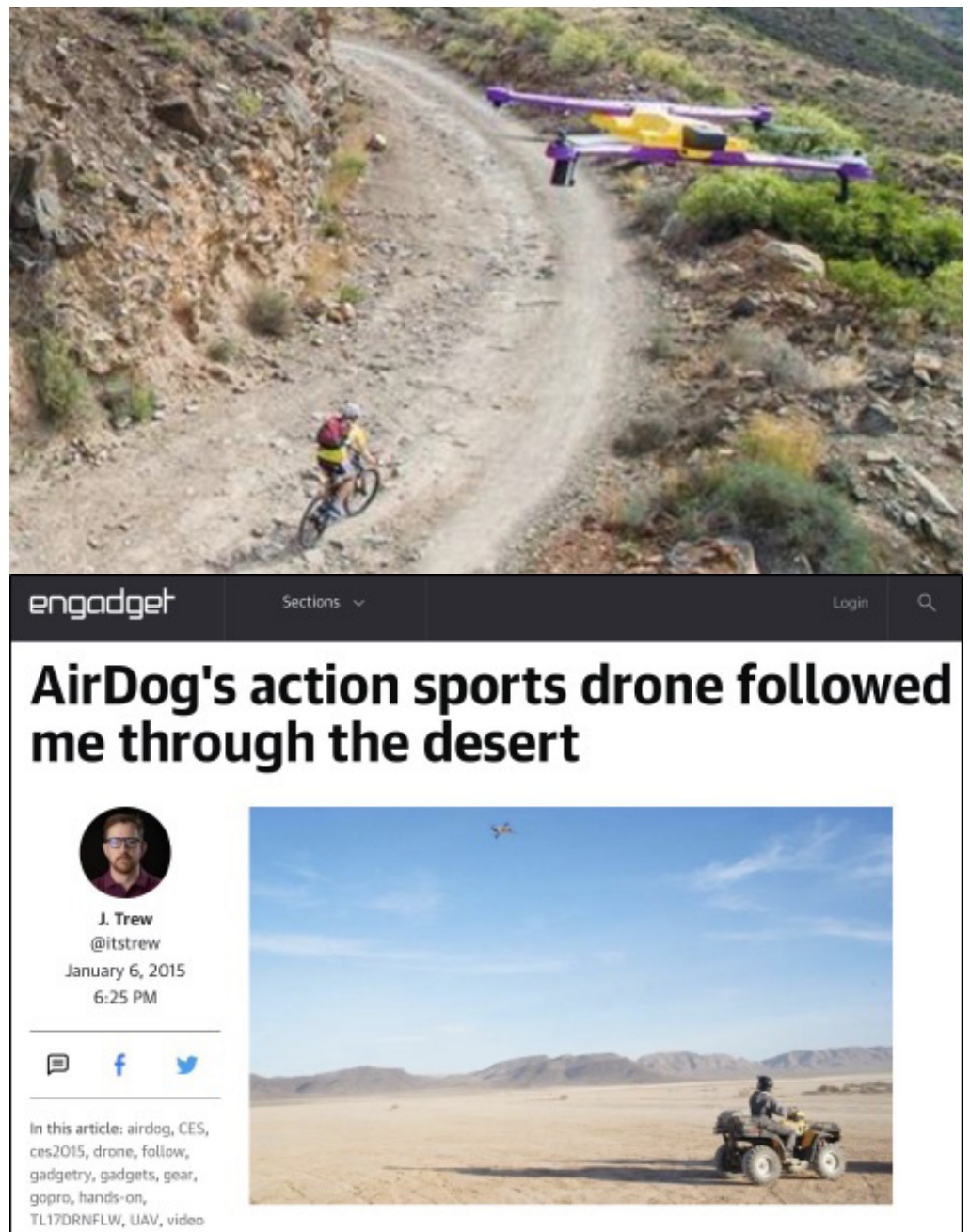
### Turundustegevused: Kolmandate osapoolte tehtud

- Meedia ülevaated
- Erasisikute ülevaated
- Eksperdi/meedia nopped
- Juhtumiuuringud

### Teie tehtud

- Sotsiaalmeedia postitused
- Artiklid/blogid toote eelistest
- Videod
- Infolehed

**Näide:** Läti idufirma AirDog toodetud uuendusliku ja automaatselt jälgitava drooni ekspertülevaade. Artikkel on avaldatud Engadgetis, ajaveebis, mis sisaldab uusimaid tehnoloogiaudiseid, kus igapäevaselt kajastatakse vidinaid ja olmeelektroonikat.



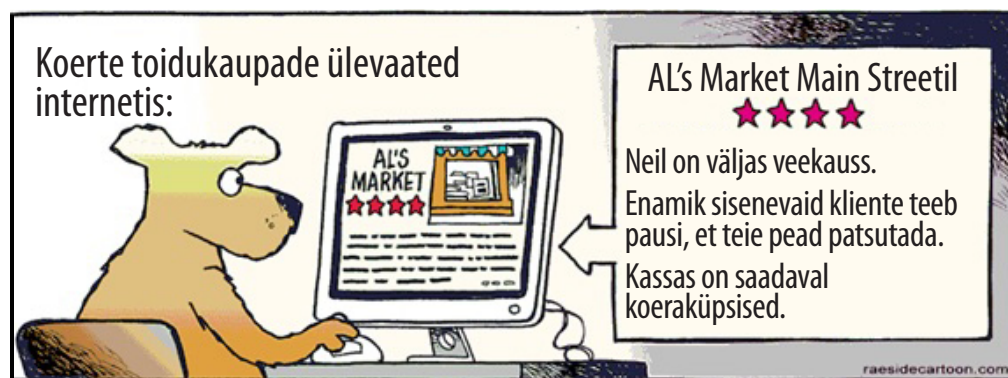
engadget Sections Login

## AirDog's action sports drone followed me through the desert

**J. Trew**  
@itstrew  
January 6, 2015  
6:25 PM

In this article: airdog, CES, ces2015, drone, follow, gadgetry, gadgets, gear, gopro, hands-on, TL17DRNFLW, UAV, video

Tarbijad peavad kolmandate isikute arvustusi usaldusväärsemaks. Tehke nende saamiseks kõik võimalik: andke oma klientidele allahindlusi, tehke kingitusi või määrake neile esmaklassilise ostja staatus. Toimivad ka eripakkumised!



### 3. ETAPP: KAVATSUS

Kavatsusetapis näitavad potentsiaalsed kliendid signaale, et nad valmistuvad ostma. Nad võivad esitada küsimuse teie klienditoele või panna toote lihtsalt ostukorvi. See aga ei tähenda, et nad lähevad kohe ostu ära tegema. Nad võivad teie pakkumise mõneks ajaks unustada või minna tagasi kaalumisfaasi.

#### Turundustegevused:

- Sihitud kampaaniad
- E-kirjade saatmise kampaaniad (*Drip-turundus viitab e-kirjade ahelale, mis saadetakse vaatajaskonnale automaatselt, mis põhineb nende tegevustel või oleku muutumisel. Sisu kirjutatakse üldiselt ette ja saadetakse eelseadistatud ajakava järgi. Näiteks saab kampaania sihtida kellelgi, kes registreerus veebisaate jaoks, registreerus veebisaidil, hülgas ostukorvi, tegeles klienditeenindusega või ei esitanud mõnda aega tellimust.*)
- Uuesti turundamine (*uuesti turundamine on reklaamide esitamine kasutajatele, kes on külastanud veebisaiti või kindlat veebilehte ja kes on teinud või ei ole teinud teatud toimingut.*)
- Tasuta prooviversioonid
- Raha tagasi garantii

Looge oma e-posti nimekiri niipea kui võimalik ja kasutage analüütilisi vahendeid, et mõista oma klientide käitumist! Analüütilised tööriistad on tavaliselt integreeritud e-posti turundusplatvormidesse, näiteks "Mailchimp".



"Peame olema meililistis."

**Näide 1:** sihitud e-kiri Interneti-rõivapoest potentsiaalsele kliendile, kes paneb toote ostukorvi.

Jelena, your desired items Inbox x

**GIGLIO.COM**

WOMEN

MEN

KIDS

OUTLET

DESIGNERS

Hello **Jelena**,  
have you **forgot** something?

Unfortunately, your purchase has not been completed. If you've had difficulties during your order process or you need our assistance, we are at your disposal.

Unfortunately, due to the large number of transactions that we receive, we cannot hold active your cart for more than 48 hours. So, **if you wouldn't miss the items you desire**, we suggest to complete the order process as soon as possible!

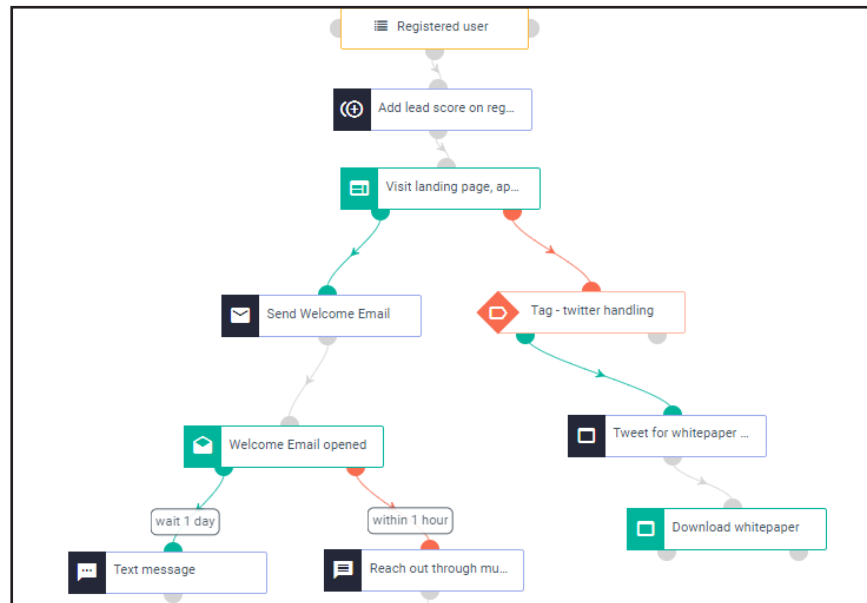


**Complete the order** ▶

————— *Your cart* —————



**Näide 2:** Drop-turunduskampaaniade võimalik struktuur.



**Näide 3:** tasuta 1-kuuline prooviperiood Shutterstocki pildipanga veebisaidil.

**Get 10 free images now**

- Try the Shutterstock 10 images/month plan for free.
- Pay nothing if you cancel within the first month.
- After that, only USD29/month for the rest of the year.
- Use code **PICK10FREE** at checkout.

**Free 1-month trial.**

After the first month:

10 images/month - annual plan €2.90 per image  
€29

**Start your free trial**

#### 4. ETAPP: OSTMINE

Sel hetkel tegi potentsiaalne klient otsuse teie tootega liituda. Teie prioriteet on muuta ostuprotsess võimalikult lihtsaks - nii veebis kui ka väljaspool seda - ja pakkuda meeldivat ostukogemust. Näiteks kui potentsiaalsele kliendile ei sobi makseviis, võib ta ikkagi müügilehtrist välja kukkuda. See on ka etapp, mil proovite uusi kliente hoida, tehes pakkumise, mis paneb nad tagasi tulema.



**Näide 1:** Läti ettevõttel on Riias kaks armsat kingapoodi, mis asuvad üksteisest 15-minutilise jalutuskäigu kaugusel. Mõnikord on klientidel soovitud mudel või suurus teises poes ja nad on nõus sinna minema. Firma juhtkonnal on aga pakkuda turvalisem variant! Nad teavad, et kui klient läheb teise müügipunkti, võib kõike juhtuda: ta võib keskenduda millelegi muule, kulutada raha teises poes või põrkuda konkurentide müüdava uhke kingapaariga. Neil on töötajad, kes viivad vajalikud tooted kiiresti ühest poest teise rattaga, tõukerattaga või lihtsalt joostes.



**Näide 2:** Rõivabrändi saadetud sihitud e-meil eripakkumisega olemasolevale kliendile.

We miss you! For you, 15% off our new Fall Winter collection > Inbox x



## Miss You

Come back to see us on Twinset.com: we will be delighted to welcome you back with 15%\* off your purchases from our new collection. The ideal opportunity to update your Fall Winter looks with our signature Twinset style.

Shop Now

## 5. ETAPP: LOJAALSUS

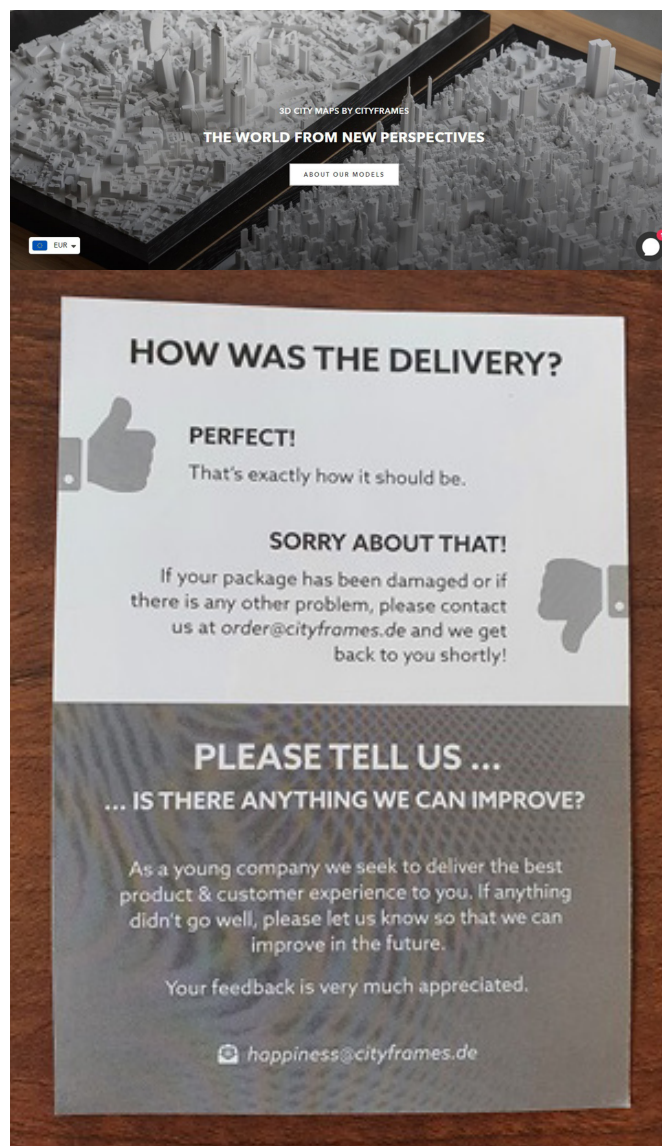
Klientide lojaalsus keskendub kliendi muutmisele korduvostjaks. Meelespidamine on tõhusa müügistrateegia põhikomponent. Kuni kliendid on teie toodete või teenustega rahul ja vajavad endiselt teie pakkumist, võivad nad ostmist jätkata.

### Turundustegevused:

- Klientide tagasiside hindamine ja selle järgi tegutsemine
- Preemiaprogrammid püsiklientidele
- Edasimüügi kampaaniad
- Uuesti kaasamise meilikampaaniad



**Näide:** Infoleht, mis kutsub kliente üles andma tagasisidet ja soovitusi võimalike täiustuste kohta, mis sisalduvad igas CityFramesi pakendis - uuenduslik idufirma, mis toodab täpseid 3D-linnamudeleid.



## 6. ETAPP: PROPAGEERIMINE

Edukad strateegiad hoiavad kliendid rahulolevana ja võivad muuta nad brändi pooldajateks. Klientide rahulolu on ka see, mis tekitab suusõnalist reklaami. Selle asemel, et suurendada oma turunduseelarvet lehtri teadlikkuse etapis, on tõhusam, kui teie olemasolevad kliendid soovivad teie ettevõtet teistele.

### Turundustegevused:

- "Liige saab liikmeks" kampaaniad
- Soodustused uute klientide saamiseks
- Antud ülevaadete ülevaatamine

*"Meie prioriteet on klientide rahulolu... välja arvatud siis, kui see on raske... või kahjumlik... või kui me oleme hõivatud."*



*"Kliendi rahulolu võib olla lihtne!"*

## ÜLESANNE 6 MÜÜ KOHE!





## HARJUTUS

Õpilasfirmades vali üks toode, mis teie rühmale neljast allpool esitatud tootest kõige rohkem meeldib. Peate selle nüüd maha müüma! Koostage nimekiri turundustegevustest, mida teeksite, ja kanalitest, mida kasutaksite müügilehtri igas etapis. Proovige olla

võimalikult täpne! Näiteks, kui reklaamikssite toodet kuulsate influentserite blogides Teadlikkuse faasis, täpsustage, kes nad täpselt oleksid. Millise sõnumi saadaksite potentsiaalsetele klientidele? Milliseid toote eeliseid rõhutaksite?

3D tossude pusle



Vanadest ajakirjadest valmistatud jäätmevabad ümbrikud



Tikitud aju vs südamebarett



Pisikesed lamedad vaasid, mille saab lauale panna või seinale kinnitada



# VI.

## SUUTLIKKUSE SUURENDAMINE: PITCHIMINE

### ÜLESANNE 1 3-MINUTILISE PITCHIMISE ANATOOMIA

Pitchimine on teie äriidee, toote või teenuse tutvustamine publikule, et veenda neid teie ettevõtmisse investeerima või seda toetama. See võimaldab teil jagada oma nägemust ja veenda potentsiaalseid investoreid, partnereid, kliente või ettevõtluskogukonna liikmeid tegutsema. Pitchimine on eriti populaarne idufirmade ja organisatsioonide seas, kes soovivad endale rahastust leida.

Pitchimine on ajaliselt piiratud – tavaliselt mitte kauem kui 3 minutit! – selleks, et kõita publiku tähelepanu ja edastada oma peamisi ideis. Oma väidete illustreerimiseks ja esitluse kaasahaaravamaks muutmiseks võite kasutada visuaalseid abivahendeid, nagu slaidid või demo.

Pitchimine võib olla närvesööv, kuid seda on väga oluline osata. Ettevalmistus ja harjutamine on veenva esitluse tegemiseks määrava tähtsusega – see annab teile suurema võimaluse saavutada oma eesmärgid ja edendada äriideed, toodet või teenust.



#### 3-MINUTISE PITCHIMISE ANATOOMIA

1. "Konks" / Probleem
2. Sihtkliendid
3. Lahendus / toode
4. Võistlus
5. Ärimudel
6. Hetkeseis
7. Eesmärgid / Kuidas edasi
8. Meeskond
9. "Küsi"

## 1. "Konks" / Probleem

Alustage probleemist, mille teie toode või teenus sihtklientide jaoks lahendab, ja tehke seda põneval viisil! Pidage meeles, et teie kuulajate tähelepanu võib hajuda, nad võivad mõelda hiljutisele kodus toimunud riivile või kirjutada esitluse ajal oma telefonis töömeili. Nii et püüdke nende tähelepanu saavutada algusest peale ja pange nad teie jutu vastu suurt huvi tundma! Selleks vajate "konksu".



Publiku meelitamiseks on mitu võimalust:

### Üllatage neid

- + Ootamatu fakt
- + Vastuoluline väide
- + "Kas teadsite, et ..."

### Lõbustage neid

- + Rääkige lugu
- + Alustage naljaga

### Suhelge isiklikul tasandil

- + Rääkige oma vaatenurgast
- + Olge empaatiline nende vaatenurga suhtes

## 2. Sihtkliendid

Kirjeldage inimesi, kes teie käest ostavad. Kirjeldage lühidalt nende tunnuseid, nagu sugu, vanus, amet, haridus ja sissetulekutase, aga ka vajadused, ootused, uskumused ja väärtused.

## 3. Lahendus / toode

Näidake neile, mis teil olemas on! Keskenduge oma klientidele: selgitage, kuidas muudate

nende elu paremaks, mida nad võivad, kui valivad teie toote, või mida nad kaotavad, kui nad seda ei tee. Võite kaaluda "salajase koostisosa" mainimist, st miks teie toode on eriline ja teistest erinev.

## 4. Võistlus

Nimetage need ettevõtted, millega te kas konkureerite juba praegu või hakkate konkureerima. Ei ole hea mõte öelda, et neid ettevõtteid ei ole! Tõenäoliselt tähendab see, et te pole lihtsalt oma kodutööd hästi teinud. Selgitage, mis on teie koht valdkonnas laiemalt.



## 5. Ärimudel

Peaksite kindlasti andma infot, kuidas te praegu raha teenite või või kavatsete seda edaspidi teha. Kui näiteks plaanite käivitada mobiilirakenduse, siis kas võtate kasutajatelt tellimustasu või on teil on tasulised lisateenused? Kui arendate veebiturgu, siis kas võtate iga ostja ja müüja vahelise tehingu pealt tasu?

## 6. Hetkeseis

Rääkige, mida te praeguse hetkeni teinud olete. Võimalik, et olete oma idees juba väga kindel, loonud lõpliku prototüübi, värvanud väärtuslikke spetsialiste või teeninud oma esimese kasumi.

## 7. Eesmärgid / Kuidas edasi

Edukaks ettevõtjaks saamisel on konkreetsed tulevikuplaanid kohustuslik osa. Näiteks, teil on plaan kaasata rahalisi vahendeid 3 kuu jooksul ja alustada ulatuslikku reklaamikampaaniat 5 kuu pärast. Saate oma pitchis kasutada fraasi, mille eesmärk on jõuda eesmärgini X, Y kuu või aasta jooksul. Paljud ettevõtted kasutavad teekaarte või muid visuaalseid võimalusi, et kirjeldada oma senist ja eesseisvat teekonda.

## 8. Meeskond

Esimese etapi investorid peavad rahastamise või mitterahastamise otsustamisel kõige olulisemaks kriteeriumiks meeskonda. Kui teie meeskond on kirklik ja ühistest väärtustest lähtuv, siis saate neilt tõenäoliselt soodsa vastuse. Meeskonda peetakse väärtuspõhiseks, kui selle liikmed hindavad koostööd, täiendavad pidevalt ennast, oma meeskonda, keskkonda ja tööriistu ning püüavad elada seatud väärtuste järgi.

Näidake oma pitchis, et teil on meeskonnas teineist täiendavaid oskusi ja kogemusi ning tõestage, et olete üksteisega koostööd teinud ja saate ka raskustest koos üle. Jääge samal ajal inimlikuks ja lõbusaks. Lisage esitlusele foto, kus te olete koos!

## 9. "Küsi"

Ärge jätke kasutamata võimalust oma pitchi käigus midagi uut teada saada! Võite küsida rahastust, sidemeid, talente, tagasisidet või nõu. Ja ärge olge häbelik: seda kõike on täiesti OK teha!



## HARJUTUSED

A. Peate enne oma idee tutvustamist peate end põhjalikult ette valmistama. Kujutage näiteks ette, et teil on ainulaadne võimalus rääkida kuulsale investorile ees, kes külastab Baltikumi vaid paariks päevaks!

Kirjutage iga ülalkirjeldatud 9 punkti alla, mida te ütleksite. Ärge unustage, et teil on esitluse jaoks väga vähe aega - nii et olge võimalikult täpne ja sisutihe! Iga teie õpilasfirma liige võiks teha eraldi läbi sama ülesande.



Kui kõik on valmis saanud, arutlege punkthaaval, mida igaüks teist on kirja pannud. Valige parim versioon välja või leidke ühiselt alternatiivne variant. Koostage vastused üheks kirjatööks.

B. Jagage oma õpilasfirma sees 9 esitluse teemat kõigi liikmete vahel. Iga tiimiliige vastutab ühe teemaslaidi teksti ja visuaalse poole eest. Arutlege tulemuste üle, andke ise ja ka võtke vastu tagasisidet võimalike täienduste osas ning koostage ühine esitlus ehk pitch.

C. Vaadake ja analüüsige iseseisvalt „Hobby Finder“ esitlust - see on paljutöötav IT-startup, mis ühendab kvaliteetset ja arendavat vaba aega otsivad inimesed ning neid, kes soovivad neile tutvustada oma hobi. Slaidid leiate allpool.

## Hobiotsija/ Hobby Finder

Läti



1

## TOODE

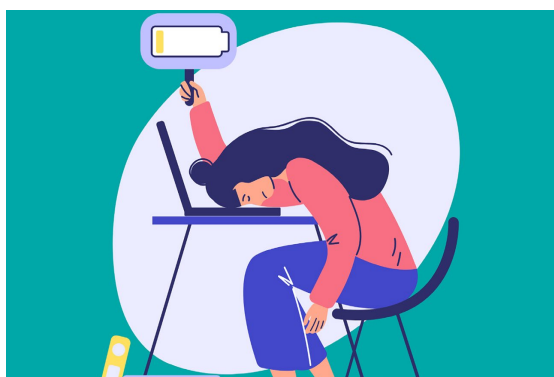
**Hobiotsija/ Hobby Finder** – platvorm, mis toob kokku need, kes otsivad kvaliteetseid ja põnevaid vaba aja veetmise võimalusi ning need, kes soovivad neile oma hobi tutvustada



2

## PROBLEEM

- Paljud inimesed kannatavad tänapäeval kohustuste üleküllusest ja survest põhjustatud stressi, ärevuse ja väsimuse all.
- + Elukvaliteet ja töö ning eraelu on aktuaalseteks teemadeks nii Euroopas kui USA-s!



3

## LAHENDUS: HOBI KAUDU PARANEMINE!

Tehes ühe tunni jookusl päevas seda, mida armastad, tõstab oluliselt rahulolulaset, maandab pingeid ja avaldab positiivset mõju vaimsele tervisele.

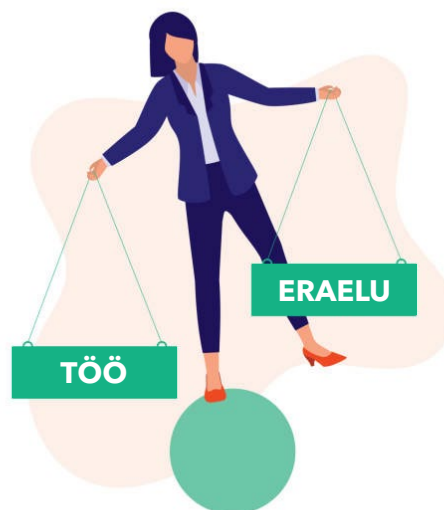


4

## SIHTKLIENDID

Kesk- ja kõrgtaseme professionaalid

- 30-50 aastat vana
- kõrgharidus
- edukad oma karjääris
- soov veeta tõhusalt aega



5

## Miks nüüd?

Covid-19 puhang ja selle tagajärjed, samuti ebastabiilne poliitiline ja majanduslik keskkond tõstavad pidevalt stressi ja ärevuse taset.

**Turg anub meie toote järele!**



6

## HOBID

**Erinevate hobide valik on tohutu! \***

\* Alustades tavalistest ja lõpetades kõige pöörasematega (näiteks keskaegsete maalide varjatud tähenduste otsimine)



7

## Võistlus

Kaudseteks konkurentideks on meistriklasse, kursuste ja koolitusprogrammide korraldajad.



Udemy

**AGA !**

- Nende teenused on **vaid osaliselt** sarnased.

“Hobby Finder” pakub oma sessioonide ajal **ainulaadset ülevaadet väga paljudest hobidest.**

8



## Ärimudel

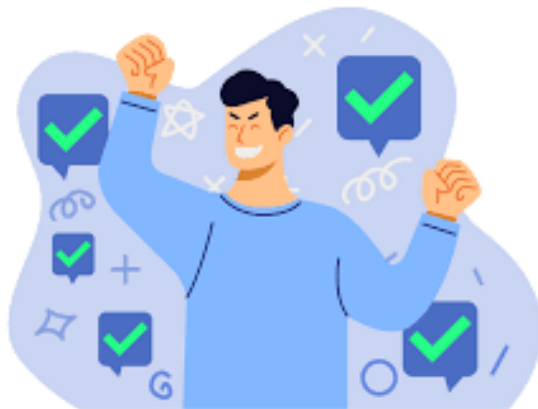
- Tasu iga "hobijuhi" ja tema kliendi vahel toimunud tehingu eest
- Tasu premium-kontode eest
- B2B reklaam (lepingud õppekursuste pakkujatega)



9

## Tõmbejõud/ Staatus

- Idee sai kinnituse. Selgitati välja kõige tulusam turusegment!
- Meelitati ligi suur hulk "hobijuhte", kes loovad platvormile sisu.



10

## Mis on järgmine



11

## Meeskond



**Inga Petersone ,**  
tegevjuht  
7 aastat juhtimises  
*Kirglik vanade*  
*postkaartide koguja*



**Anna Smirnova ,**  
finantsjuht  
5 aastat rahanduses  
*Hull zumba järele*



**Jaana Andersone,**  
müük ja turundus  
10 aastat turunduses  
*Armunud*  
*geopeitusesse*



**Arturs Ozolins,**  
tehnikajuht  
5 aastat  
programmeerimises  
*Sõltuvus ratsutamisest*

12

## Küsi

- 20 000 euro suurust rahastust prototüübi arendamiseks
- Ükskõik kelle tagasisidet kõige kohta, mis on seotud meie start-upiga



13

Arutlege esitluse tugevuste ja nõrkuste üle oma õpilasfirma teiste liikmetega. Muutke ühiselt pitchi teksti, et muuta see veelgi paremaks.

## ÜLESANNE 2

# SEE, KUIDAS SA RÄÄGID, ON OLULINE

### Lugege infot ja tehke allolevad harjutused.

Kui esitate oma pitchi, siis peate rääkima enesekindlalt ja veenvalt. See ei ole ainult see, mida sa ütled, vaid ka see, kuidas sa seda teed. Mõnikord on pitch nagu lavaline esinemine. Mõned näpunäited, mis teid selles edukaks teevad:

- Vältige ekslemist. Te ju ei soovi, et teie pitchis oleks fokuseerimata ja selgusetu lauseid, või et selle sisu kalduks eesmärgist kõrvale.
- Ärge rääkige monotoonselt. Hoidke oma energiataset kõrgel ja olge entusiastlik.
- Kuulajas huvi hoidmiseks muutke oma hääletooni ja hoidke oma näoilme sõbralik.
- Looge oma kuulajaga silmside ja kasutage põhipunktide rõhutamiseks kehakeelt.
- Emotsioonid töötavad.
- Efekti saavutamiseks kasutage pause.

## HARJUTUSED

A. Salvestage video sellest, kuidas te oma õpilasfirma pitchi teete. Vaadake see üle ja leidke võimalikke kohti mida parandada. Püüdke tähele panna takerdumisi, kõhklemist, või sobimatut kehakeele kasutust ja tegelege nende asjadega eraldi. Harjutamine on eduka pitchi edu aluseks - tehke seda korduvalt, kuni olete oma sooritusega rahul.



B. Valige oma õpilasfirmast üks inimene, kes teie toodet või teenust klassi ees pitchib. Esitluse ajal võiksid teised tiimiliikmed üles kirjutada tugevad ja nõrgad küljed. Publik võiks käituda investoritena, kellele meeldib esitada trikiga ja raskeid küsimusi.



# Noorte ettevõtlikkuse toetamise õppemoodul



European Union  
European Regional  
Development Fund



ROHKEM PROJEKTIST:  
[WWW.GIRLPOWER.SPACE](http://WWW.GIRLPOWER.SPACE) | [f /GIRLPOWERCENTRALBALTIC](https://www.facebook.com/GIRLPOWERCENTRALBALTIC)