

RAPORT NARATIV ANUAL

privind activitatea desfășurată în cadrul proiectului

„TOUCHED COLLECTION – BIJUTERII CU POVESTE” 2012

Motto:

Trateaza-i pe oameni ca si cand ar fi ceea ce trebuie sa fie si ii ajuti astfel sa devina ceea ce sunt in stare sa devina.

Daruirea binecuvanteaza atat pe cel ce primeste, cat si pe cel ce daruieste.

I. INTRODUCERE

a. SCOPUL PROIECTULUI

TC oferă consiliere, orientare, formare și reintegrare profesională pentru independența financiară a mamelor aflate în dificultate.

b. SCURTA PREZENTARE A TINTELOR PROPUSE ANUL TRECUT

1. Pătrunderea pe piețe noi: ne-am propus să abordăm 6 SEGMENTE DE PIATA
2. Crearea / îmbunătățirea strategiilor de a obține mai multe informații legate de competiție
3. Crearea / implementarea strategiei de marketing.
4. Achiziționarea de echipament suplimentar și implementare infrastructurii / sistemelor / proceselor necesare.
5. Îmbunătățirea/Menținerea calității produsului sau serviciului
6. Crearea/Îmbunătățirea sistemului de management financiar al întreprinderii.
7. Recrutarea de personal nou pentru întreprindere.
8. Dezvoltarea capacității în elemente specifice întreprinderii.
9. Atingerea / depășirea obiectivelor financiare.
 - 9.1 Creșterea veniturilor
 - 9.2 Creșterea vânzărilor
10. Contrabalansarea/ Atenuarea riscurilor interne și externe prin care întreprinderea trece/va trece.

II. SITUAȚIE ACTUALIZATĂ ÎN CADRUL PROIECTULUI

2. 1. Up-date

2.1.1. Pătrunderea pe piețe noi: ne-am propus să abordăm 6 SEGMENTE NOI DE PIATA

a) 20 Targurile de Sezon: Craciun, Paste, 1-8 Martie, 1 Iunie, targuri de vara (majoritatea din aceste targuri sunt in locatiile de la Craciun si la Paste).Resurse umane pt. aceste targuri: echipa ATR (minim 4 si maxim 9), voluntarii TC (minim 2 si maxim in fc.de cerere) si 4 mame(2 actuale si 2 foste rezidente).

b) 5 Workshopuri pentru companii (am propus la companiile RBS si la HP sa organizam un Workshop si speram ca vom mai colabora cu L`Oreal, Avone, IWA).Resurse umane: Luminita, Ellena si Mihaela(3 treneri actuali si 1 trainer voluntar).

c) 15 Ateliere handmade (pentru persoane fizice)

Vom introduce o noua varianta de promovare a acestor ateliere prin vouchere.

Vom avea doua valori de vouchere (ambele sunt cadouri pt. ocazii speciale - ex. pentru ziua de nastere) dar cu valori diferite, unul va costa 300 Lei (workshop pt 6 pers cu materialele folosite gablonturi), iar al doilea voucher va costa 500 Lei (pt 6 pers cu materialele folosite Swarovski).Resurse umane: Luminita, Ellena si Mihaela (3 treneri).

d) 15 Distribuitori (resurse : 8 mame si 7 voluntari).

e) 30 Vanzari ocazionale (diferite institutii, companii, tari, orase).Resurse umane: Luminita, Anca.

f) 8 Vanzari on-line (Vodafone, www.bijuteriicristaleswarovski.ro, pravaliadeacasa.ro, site intern RBS, CharityGift.ro, site de cadouri IEBN si alte 2 noi).Persoana responsabila de comenzile on-line: Luminita

2.1.2. Crearea / îmbunătățirea strategiilor de a obține mai multe informații legate de competiție

- a) cercetarea trimestrială a cererii vis-a-vis oferta pe piață;
- b) monitorizarea trimestrială a nr. concurenților;
- c) cerem feedback clienților în special la târguri;
- d) aplicam 2 chestionare /an privind calitatea produselor TC

2.1.3. Crearea / implementarea strategiei de marketing:

Punctul de pornire în 2012 este networkingul atât prin membershipul la IEBN, cât și în afara lui.

Ne-am propus:

- creșterea portofoliului de clienți atât persoane fizice de la 20 la 30 persoane fizice,
- cât și creșterea nr. clienților persoane juridice de la 10 la 20 Companii ?
- obținerea de la pers juridice a 7 contracte pt. comenzi pers juridice (Martie, Paste, Craciun)

Abordarea: prin participarea la Institutul de Networking cunoaștem alte pers.juridice, prin oferte trimise pe mail colaboratorilor și celor din baza noastră de date, prin recomandari.

- promovarea și distribuirea voucherelor (în special pt lunile slabe: ianuarie, iulie, august, septembrie, noiembrie), cel puțin 3 /luna x 5 luni slabe (În cele 15 workshopuri întra și promovarea cu voucher. Promovarea voucherelor se va face atât direct de către noi pe site-ul nostru, pe facebook, către baza noastră de date clienți, dar și prin alta firmă, dacă se merita costul cu comisionul lor).

promovare și distribuție a bijuteriilor on line atât prin site-ul nostru, cât și prin identificarea a altor 2 site-uri noi .

- creșterea nr. distribuitori mame de la 4 la 7 mame.

2.1.4. Crearea / implementarea strategiei de marketing:

Punctul de pornire este networkingul atât prin membershipul la IEBN, cât și în afara lui.

Ne propunem:

- creșterea portofoliului de clienți atât persoane fizice de la 20 la 30 persoane fizice,
 - cât și creșterea nr. clienților persoane juridice de la 10 la 20 Companii ?
 - obținerea de la pers juridice a 7 contracte pt. comenzi pers juridice (Martie, Paste, Craciun)
- Cum abordam?- prin participarea la Institutul de Networking cunoaștem alte pers.juridice, prin oferte trimise pe mail colaboratorilor și celor din baza noastră de date, prin recomandari.
- promovarea și distribuirea voucherelor (în special pt lunile slabe: ianuarie, iulie, august,

septembrie, noiembrie), cel puțin 3 /luna x 5 luni slabe (In cele 15 workshopuri intra si promovarea cu voucher. Promovarea voucherelor se va face atat direct de catre noi pe site-ul nostru, pe facebook, catre baza noastra de date clienti, dar si prin alta firma, daca se merita costul cu comisionul lor).

promovare si distributie a bijuteriilor on line atat prin site-ul nostru, cat si prin identificarea a altor 2 site-uri noi .

- cresterea nr. distribuitori mame de la 4 la 7 mame.

2.1.5. Achiziționarea de echipament suplimentar și implementare infrastructurii / sistemelor / proceselor necesare.

In 2012 vom achizitiona:

- 1 dulap cu multiple compartimente pentru bijuterii (cand ne mutam la un alt punct d elucru, vom avea nevoie si de mobilier de birou sau poate il primim ca donatie)

- ambalaje pentru bijuterii (cutii si saculeti negri pt colectia Lux, saculeti pt gablonturi)

- 6 buc.Catalog (2 in engleza si 4 in romana)

- 500 pliante cu colectia de vara

10 truse de manufacturare

- materie prima (cristale Swarovski) si accesorii (incuietori, lanturi, tortite cercei), cantitatea in functie de comenzi si cereri.

2.1.6. Îmbunătățirea/Menținerea calității produsului sau serviciului

-vom aplica 2 chestionare sondaj /an despre calitatea produselor și recomandări pt îmbunătățire.

- trimestrial aplicam o analiza/ cercetare de piața a cererii clienților

- vom dezvolta un portofoliu de testimoniale si recomandari din partea clientilor TC

- vom dezvolta linia de brose, ajutate de un voluntar creator in acesta linie de brose.

2.1.7. Crearea/Îmbunătățirea sistemului de management financiar al întreprinderii

Si in anul 2011 TC a avut contabilitate separata de ATR, dar in anul 2012 am identificat si ne propunem contractarea din aprilie/mai a serviciilor part time a unui expert contabil specializat pe contabilitate de productie.

2.1.8. Recrutarea de personal nou pentru întreprindere

Echipa TC 2012:

- 1 Supervizor (angajat part time)

- 1 Manager proiect TC (angajat full time)

- 4 trainerii interni (Mihaela -angajat part time, Ellena -voluntar angajat part time, Violeta voluntar angajat part time, Luminita- angajat full time)

- 8 manufacturieri mame

- 5 manufacturieri voluntari

- 7-8 mame distribuitori

- 1 fotograf cu colaborare (Sandra- contract de colaborare/ part time)

- angajarea a 2 mame /an pt asigurarea productiei si /sau a distributiei la targuri

- dezvoltarea echipei de voluntari (pt productie, distributie, organizarea workshopuri, participarea la targuri, dezvoltarea de idei noi etc.)

2.1.9. Dezvoltarea capacității în elemente specifice întreprinderii

- Managerul TC va urma un curs de formator (de 7 zile). In urma absolvirii cursului se obtine un certificat de initiere in ocupatia de "Lucrator prin arte combinate" (cod COR 513905), recunoscut la nivel national de catre Ministerul Muncii si Ministerul Educatiei si Cercetarii.

- Rezidentele vor urma saptamanal formare in manufacturare prin "atelierele de terapie ocupationala" si au ocazia sa isi manufactureze bijuterii pentru uz personal gratuit lunar.
- Beneficiarele noi implicate in distributie vor urma un curs de vanzari si vor beneficia de consiliere pe parcursul procesului de distributie.
- Voluntarii vor urma cursuri de manufacturare si distributie.

2.1.10. Atingerea / depășirea obiectivelor financiare:

- 1) Atingerea pragului de rentabilitate lunar 1350 euro (5800 Lei)
- 2) Mentinerea cifrei de afaceri.
- 3) Monitorizarea Cash-Flow pozitiv.

- Creșterea veniturilor

Prag rentabilitate: 1350 euro /lună (5800 Lei /lună-7800). (Total venituri/ propuse 2012 este 90.000 Lei).

- Creșterea vânzărilor

2012: mix de vânzare 80% Sw, si 20% gablonturi.

Nr. unitatilor estimate a fi vandute in 2012 - 3500 bucati /total.

Ne propunem si lansarea: - unei noi linii de accesorii - brose manufacturate prin combinarea de lantisoare, material textil si bile/margele/cristale sw.,

- in aprilie - mai a 2 tipuri de vouchere a) pentru o zi de nastere altfel si b) pentru a oferi cadou bijuterii, voucherul acopera valoarea lor (cercei /bratara /colier sau set), iar persoana si o poate alege ulterior de la TC.

2.1.11. Contrabalansarea/ Atenuarea riscurilor interne și externe prin care întreprinderea trece/va trece.

Am urmărit atenuarea riscurilor interne si externe astfel: a) INTERN: comunicare clara, constanta, punctuala, întâlniri săptămânale și monitorizare financiară lunară a Planului de Afaceri. EXTERN: Dezvoltarea strategiei de marketing și promovare, identificând și implementând alte noi strategii de marketing (alte vânzari la nivel local /în provincie /străinătate).

2.2. STRÂNGERE DE FONDURI

Principalele noastre fonduri 2012 au venit de la NESsT (13.000 usd) și din vânzările realizate.

III.EVENIMENTE organizate în anul 2012

4.1. Workshopuri

- 2 Workshopuri organizate pentru alte ONG-uri: World Vision si Fundatia Solwodi (Iulie și August)
- 6 workshopuri organizate pentru Vodafone (Septembrie),
- 1 workshop organizat în Septembrie pentru Șc. Americana (pentru 80 copii din clasele primare). Resurse umane implicate: Luminita, Ellena.

III.2. Targuri

- 10 Targuri sezoniere: în Mai de Paste și de 1-8 Martie: 2 Scoli Internationale (Scoala Britanica si Scoala Americana), UW, Abbott, Kinstellar, GSK, HP, Accenture, Danone, BRD.
 - 2 Targuri de vara în Iunie (2 Scoli Internationale).
 - 26 Targuri de iarna în Decembrie (14 targuri in colaborare cu UW, nu mai enumeram locatiile, dar 5 au fost in locatii noi si 13 targuri identificate de noi: Ursus, Unicredit, Ambasada Germaniei, Targ Vintage, Vodafone, 4 gradinite si 2 scoli particulare, Pharma - Sandoz si PR. comunicare Grayling, Pharma - Actavis.
- Resurse umane implicate pt. aceste targuri: 5 persoane: 1 mama, Luminita si Anca, Mihaela si Marta.

4.3. Competiții /Conferinte/ Cursuri/ Colaborari

- In luna Mai am aplicat pentru Competitia Prometeus - FDSC si am fost admisi. In Iunie - Iulie am participat la primul nivel de formare in cadrul Competitiei si am finalizat cu brio atat la testul scris, cat si la tema prezentata Studiul de Fezabilitate. Pentru rezultatele bune obtinute, am promovat la nivelul urmator Consultanță pentru 36 ore. Pe 2 Septembrie am aplicat pentru nivelul urmator in vederea Planului de Afacere și am fost admiși.

- Suntem membri Asociati in Reteaua romana a intreprinderilor sociale prin activitati economice, propunandu-ne ca obiective initiere si dezvoltare proiecte legislative in economia sociala si promovarea formelor de economie sociala si a produselor lor.

- Colaborarea privind economia sociala in Romania prin prezentari la conferinte, parteneriate, bune colaborari cu FDSC, FDP, ADV, Min Muncii.

- Rezultate membership IEBN:

- avantajul de a fi parte a unei echipe de oameni de business, de 2 ori /an ne vine rândul la brainstorming /business, dezvoltare personala, impartasim experiente de business etc., networking etc.

- alte beneficii: Centru Maternal primeste cina in fiecare seara de la un Restaurant, dulapurile din bucatarie CM au fost renovate gratuit de unul din Asociatii ce are business de mobila, deseori vin persoane si doneaza hainute si dulciuri pentru copiii din CM, dar chiar si in cantitati mai mari, voluntari care se implica etc.

V. CONCLUZII

a. Care sunt **2 sau 3 lucruri foarte bune** care crezi că s-au întâmplat anul acesta și de ce?

- am angajat 2 mame cu Contract de Muncă: Raluca (manufacturare) și Nicoleta (distribuție),

- pentru activitatea economică am dezvoltat o entitate separată de cea care furnizează serviciile sociale, cu un nou sediu și un nou punct de lucru,

- am menținut parteneriatele cele mai importante: cu NESsT România, L'Oreal, United Way, Kinstellar, Abbot, Ursus și am dezvoltat noi parteneriate cu FDSC, Unicredit, Pharma, Țiriac Bank.

b. Cum s-a dezvoltat echipa (personalul) din cadrul proiectului in acest an.

Echipa s-a îmbogățit cu 2 beneficiare angajate și a unui contabil.

c. Ce evolutii/schimbari in cadrul echipei preconizati in anul urmator?

Ne propunem să extindem echipa cu încă doua - patru beneficiare angajate.

- d. Care sunt principalele probleme/obstacole in derularea proiectului?
- putine oportunitati de aplicare a proiectelor pe economie sociala, iar pentru cei care analizeaza aplicatiile conteaza numarul mare de beneficiari “salvati”, iar TC nu prea salveaza un numar mare /an.
- e. Care au fost tendințele in ce priveste bugetul (venituri si cheltuieli) proiectului?
- am previzionat 90.000 Lei și am realizat 60.000 Lei,
 - *partea buna e ca nu avem datorii.*