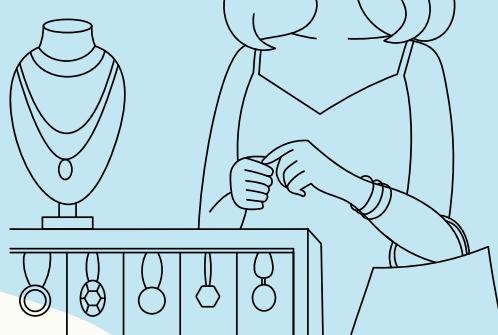


REVISTË

Punuar nga nxënësit e klasës së 12-B.
Gjimnazi: “Sadik Stavileci”.



TRADITA I ME ARTIZANALE



Përbledhja Ekzekutive

Biznesi ynë synon të prodhojë dhe shesë produkte të punuara me dorë, ku kombinohet artizanati tradicional me dizajnin modern. Ne fokusohemi në përdorimin e materialeve të qëndrueshme dhe të riciklueshme, përtë mbështetur praktikat e qëndrueshme dhe përtë promovuar artizanatin lokal.

Misioni:

Qëllimi ynë është të ofrojmë produkte me cilësi të lartë që përfaqësojnë pasionin, kulturën dhe kujdesin përmjet mjeshtërisë së punësimit, që zhvillimë mundësi punësimi dhe zhvillimi përkohës të komunitetit lokal.

Vizioni:

Ne synojmë të bëhem i marka lider përmes produkteve artizanale me materiale të riciklueshme, duke inspiruar një ndërlidhje globale përmes produkteve që reflektojnë kulturën, qëndrueshmërinë dhe artizanatin e lartë.

Objektivat e Biznesit

- Rritja e Shitjeve: Të rrisim shitjet tona vjetore për 20% çdo vit duke zgjeruar kanalet tona të shpërndarjes dhe duke tërhequr më shumë klientë përmes marketingut efektiv dhe përbajtjeve tërheqëse.
- Rritja e Ndërgjegjësimit për Markën: Të arrijmë një ndërgjegjësim më të lartë për markën tonë në tregun kombëtar dhe ndërkombëtar përmes përpjekjeve të marketingut digjital dhe partneriteteve me influencues që ndajnë vlerat tona.
- Përmirësimi i Praktikave të Qëndrueshmërisë: Të përdorim materialet 100% të ricikluara dhe të qëndrueshme brenda tre viteve të ardhshme për të minimizuar ndikimin mjedisor të produkteve tona

PREZANTIMI I GRUPIT TË DIZAJNIT DHE PRODHIMIT

Qëllimi: Ne do të prezantojmë procesin e krijimit të produkteve, materialet e përdorura, teknikat e punës, sfidat gjatë prodhimit dhe cilësinë e produkteve të përfunduara.



Anëtarët:
Mexhedie Ahmeti
Ajla Fucija
Leon Begaj
Fabio Leka
Mirsa Zogaj
Romina Almeta
Klevis Dalaci

Hyrja dhe rëndësia e dizajnit dhe prodhimit

Ne jemi grupei i Dizajnit dhe Prodhimit dhe kemi pasur përgjegjësinë për të krijuar produktet tona handmade.

Dizajni dhe prodhimi janë zemra e biznesit tonë. Nëse produktet tona nuk janë cilësore dhe tërheqëse, marketingu dhe shitjet nuk do të funksionojnë.

Në këtë prezantim, do t'ju tregojmë:
Si kemi ideuar dhe dizajnuar
produktet.

Cilët materiale dhe teknika kemi
përdorur.

Si kemi përballuar sfidat e
prodhimit.

Si kemi garantuar cilësinë e
produkteve tona.

Le të fillojム me procesin e
dizajnimit!



2. Procesi i ideimit dhe dizajnjimit

Si kemi zgjedhur produktet që do të krijonim

Kemi bërë hulumtim tregu për të kuptuar çfarë pëlqejnë klientët.

Kemi analizuar materialet në dispozicion dhe aftësitë tona si artizanë.

Cilat produkte kemi krijuar?

Bizhuteri (varëse, byzylykë, vathë).

Çanta dhe aksesorë të personalizuar.

Korniza dhe telajo me punime artistike.

Qëndisje në gjergjef dhe punime në dru.

Lule të bëra vetë si dekor.

Si kemi krijuar dizajnet?

Secili prej nesh ka skicuar ide dhe më pas kemi zgjedhur më të mirat.

Kemi përdorur aplikacione për modelimin e bizhuterive dhe aksesorëve.

Kemi eksperimentuar me ngjyra dhe forma për të krijuar një koleksion unik.





3. Materialet dhe teknikat e përdorura

Materialet kryesore:

Fije, perla, rruaza për bizhuteri.

Copë dhe lëkurë sintetike për çantat dhe aksesorët.

Dru për kornizat dhe dekoracionet.

Lule artificiale dhe materiale të riciklueshme për dekore.

Teknikat e punës:

Gërshtimi dhe kombinimi i perlave për bizhuteri unike.

Qepja me dorë dhe me makinë për çantat dhe aksesorët.

Punimi me dru dhe gdhendje me dorë për kornizat dhe telajo.

Qëndisja tradicionale në gjergjef për të ruajtur një stil klasik dhe elegant.

Krijimi i luleve artizanale me letra dhe pëlhura të veçanta.





4. Sfida gjatë prodhimit dhe si i kemi zgjidhur

Cilat ishin sfidat më të mëdha? Mungesa e disa materialeve të veçanta.

Procesi i gjatë i prodhimit, veçanërisht për qëndisjet dhe punimet në dru.

Disa dizajne rezultuan të vështira për t'u realizuar siç i kishim menduar fillimisht.

Si i kemi zgjidhur këto sfida?

Gjetëm alternativa për materialet e munguar, duke përdorur materialet e ricikluara.

Ndamë punën në fazat e prodhimit për të kursyer kohë.

Bëmë testime për të përshtatur dizajnet në mënyrë që të ishin më të lehta për t'u realizuar.



5. Cilësia e produkteve dhe personalizimi

Si e sigurojmë cilësinë e produkteve tona?

Çdo produkt kalon një kontroll për detajet dhe përfundimin e punës.

Përdorim materiale cilësore dhe teknika të sakta për të rritur qëndrueshmërinë e produkteve.

Kemi krijuar një sistem ku secili produkt vlerësohet nga një anëtar tjetër i grupit para se të dalë në shitje.

Si e bëjmë secilin produkt unik?

Klientët mund të kërkojnë emra, data apo mesazhe të personalizuara në aksesorët dhe qëndisjet tona.

Përdorim ngjyra dhe motive sipas kërkesave të klientëve.



6. Prezantimi i disa produktave të përfunduara

Ja disa nga produktet tona më të veçanta:

Një byzylyk me fije të punuar me dorë, ku secili nyjë përfaqëson një dëshirë.

Një çantë e vogël artizanale, me punim të hollësishëm që mund të personalizohet me iniciale.

Një kornizë druri me punim të gdhendur, perfekte për një dhuratë speciale.

Një gjergjef me qëndisje, ku çdo dizajn është punuar me orë të tëra me shumë kujdes.

Një set lulesh artizanale që duket si i vërtetë dhe nuk fishket kurri.

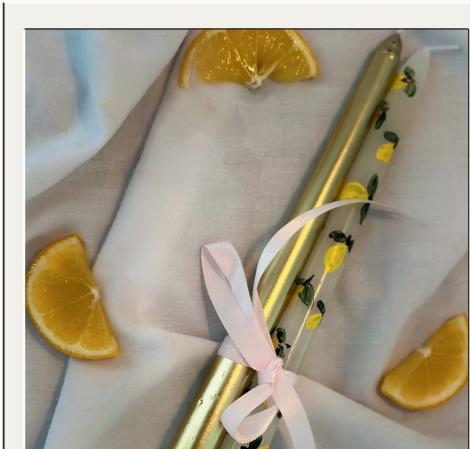




7. Kemi krijuar produkte të dizajnuara me kujdes dhe të realizuara me cilësi të lartë.

Kemi zgjidhur sfida të ndryshme gjatë prodhimit dhe kemi gjetur mënyra kreative për të optimizuar punën tonë. Personalizimi i produkteve është një nga avantazhet tona kryesore në krahasim me konkurrencën.

"Arti nuk është thjesht ajo që shohim por ajo që rofëjmë kur e krijojmë"



PREZANTIMI I GRUPIT TË MARKETINGUT DHE SHITJEVË

Qëllimi: ne do të prezantojmë strategjinë e marketingut, promovimin, faqen e internetit, aplikacionin, mënyrat e shitjes dhe planet për të térhequr më shumë klientë.



Anëtarët:
Kledti Kapaj
Entela Murati
Luna Rroshi
Xhilka Muca
Esmeralda Muca
Danjela Bruka
Ismail Mata

1. Hyrja dhe rëndësia e marketingut

Ne jemi grupei i Marketingut dhe Shitjeve dhe kemi pasur rolin kryesor në promovimin dhe shitjen e produkteve tona.

Marketingu është çelësi i suksesit të një biznesi. Nuk mjafton të krijosh produkte të bukura – ato duhet të arrijnë tek njerëzit e duhur.

Në këtë prezantim, do t'ju tregojmë:
Si kemi ndërtuar strategjinë tonë të marketingut.

Si kemi krijuar faqen e internetit dhe aplikacionin për të arritur më shumë klientë.

Si kemi organizuar shitjet në shkollë dhe online.

Le të fillojมë me strategjinë tonë të marketingut!



2. Strategjia e marketingut

- Si tërheqim klientët?
- Fokusimi tek produktet unike dhe të personalizuara.
- Përdorimi i historisë pas çdo produkti për të krijuar lidhje emocionale me klientët.
- Marketing me anë të rrjeteve sociale dhe fjalës së mirë nga klientët e kënaqur.
- Ku e kemi promovuar biznesin tonë?
- Në shkollë: Krijuam një hapësirë ekspozimi për produktet.
- Online: Përdorëm Instagram dhe TikTok për të postuar foto dhe video të produkteve.
- Me rekomandime: Nxënësit dhe mësuesit ndihmuat në shpërndarjen e informacionit.



WEB, INSTAGRAM, TIKTOK

3. Faqja e internetit dhe aplikacioni

Pse krijuam një faqe interneti dhe një aplikacion?

Për të rritur besueshmërinë e biznesit dhe për të qenë më të lehtë përtu gjetur online.

Për të ofruar porosi të personalizuara përklientët.

Çfarë përmban faqja e internetit? Katalogun e produkteve me foto dhe përshkrime.

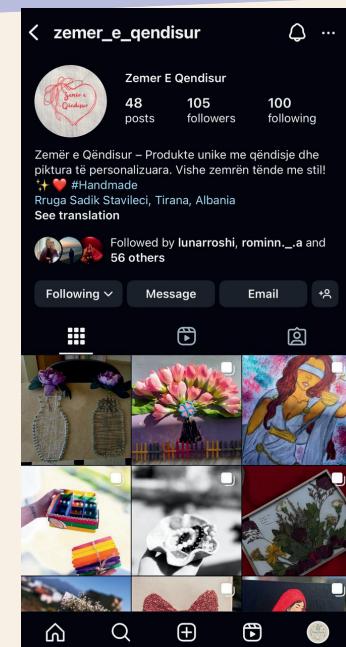
Mënyrat e kontaktit dhe opzionin për porosi.

Blog me histori përkrijimin e produkteve tona.

Si funksionon aplikacioni?

Klientët mund të shfletojnë produktet dhe të bëjnë porosi me disa klikime.

Përditësimet për produkte të reja dhe oferta speciale.



Produkte të reja



Piktura herbariumi

[POROSIT NË INSTAGRAM](#)



Pikturë Stich femër

[POROSIT NË INSTAGRAM](#)



Topa të qëndisur me drithë

[POROSIT NË INSTAGRAM](#)



Pikturë me gjarpër 3D

[POROSIT NË INSTAGRAM](#)

4. Marketingu në rrjetet sociale

Si i përdorëm rrjetet sociale për të promovuar produktet?

Postuam foto dhe video të procesit të punës dhe produkteve përfundimtare.

Krijuam një fushatë me hashtag për të rritur ndërveprimin.

Përdorëm “Instagram Stories” dhe “TikTok Reels” për të treguar prapaskenat e krijimit të produkteve.

Çfarë rezultatesh patëm?

Mbi 100 ndjekës brenda muajit të parë.

10+ porosi online në javën e parë të hapjes së shitjeve.

Klientët ndanë përvojën e tyre në rrjetet e tyre sociale, duke na sjellë më shumë shitje.

The image consists of two parts. The top part shows a screenshot of a social media profile for 'Zemer e Qendis...'. The profile bio reads: 'Artizanat që tregojnë histori | Çanta unike & qirinj me bizhuteri'. Below the bio is a grid of nine smaller images showing various handcrafts like leather goods and embroidery. The bottom part is a promotional landing page with a dark blue header containing the text 'Ofertë Speciale!' and 'Beni një blerje mbi 2000 leke dhe merrni një gift box falas'. A red 'SHOP NOW' button is visible. The main content area features the text 'Produkte të disponueshme' above two small product images: 'Kartolina sipas dëshires' and 'Kornizë me aparenç vere'. At the bottom are two red buttons labeled 'POROSIT NË INSTAGRAM'.

5. Organizimi i shitjeve në shkollë dhe online

Si i organizuam shitjet në shkollë?

Krijuam një stendë ku ekspozuam produktet.

Organizuam një ditë speciale shitjesh ku

nxënësit dhe mësuesit mund të blinin produkte direkt.

Përdorëm katalogë fizikë për të prezantuar produktet që nuk ishin në dispozicion në atë moment.

Si i organizuam shitjet online?

Klientët mund të bënin porosi nëpërmjet faqes së internetit dhe aplikacionit.

Pranuam porosi në Instagram dhe WhatsApp për të qenë më fleksibël.



6.Strategjia për të ardhmen dhe rritja e shitjeve

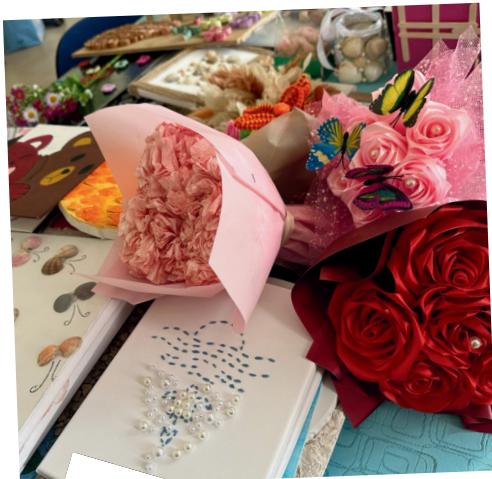
Si do të vazhdojmë ta rrisim biznesin?

Do të përdorim një pjesë të fitimeve për reklama të paguara në rrjetet sociale. Do të bashkëpunojmë me ndikues lokalë për të promovuar produktet tona.

Do të marrim pjesë në evenete artizanale dhe panaire për të zgjeruar klientelën.

Si do të përmirësojmë shërbimin tonë?

Do të shtojmë opsione si paketime dhuratash dhe dërgime me personalizim. Do të ftojmë klientët të japid sugjerime dhe të ndajnë përvojën e tyre me ne.



7. Kemi përdorur faqen e internetit, rrjetet sociale dhe marketingun e drejtpërdrejtë për të promovuar produktet tona.

Kemi organizuar shitje në shkollë dhe online, duke krijuar një eksperiencë blerjeje të lehtë për klientët tanë. Kemi plane për zgjerimin e biznesit dhe përmirësimin e shërbimeve.

"Marketingu i mirë nuk është të shesësh, por të tregosh se produksi j ka vlerë."



GRUPI I MENAXHIMIT DHE I FINANCAVE

Qëllimi: Ne do të prezantojmë menaxhimin, kërkimin e tregut, financat dhe mënyrën sesi do të përdoren fitimet për bamirësi dhe rritjen e biznesit.



Anëtarët:
Orgito Sinani
Belkisa Fucia
Alisja Rroshi
Ilda Keci
Uerda Locka
Vjosel Daja
Ersa Qinami

1. Hyrja dhe rëndësia e menaxhimit dhe financave

Ne jemi grupi i Menaxhimit dhe Financave, dhe kemi pasur rolin kryesor në organizimin strategjik të këtij biznesi.

Menaxhimi i mirë është themel i çdo biznesi të suksesshëm. Nuk mjafton vetëm të krijosh produkte të bukura, por duhet të dish si t'i shesësh, si të kuqtoш klientët dhe si të mbash financat në rregull.

Në këtë prezantim, do t'ju tregojmë:

Si kemi studiuar tregun dhe konkurrencën.

Si kemi menaxhuar financat pa një buxhet fillestar.

Si planifikojmë të përdorim fitimet, fillimi shpërbërësi dhe më pas përzgjerimin e biznesit.

Le të fillojmë me kërkimin në treg!



2. Kërkimi në treg:

Pse bëmë kërkime në treg?

Çdo biznes duhet të dijë çfarë duan klientët e tij. Prandaj, ne zhvilluam një anketë online dhe fizike për të kuptuar se çfarë preferojnë njerëzit.

Çfarë mësuam nga anketat?

80% e të anketuarve thanë se duan produkte handmade që janë unike dhe të personalizuara.

60% thanë se janë të gatshëm të paguajnë më shumë për një produkt që ka një histori pas tij.

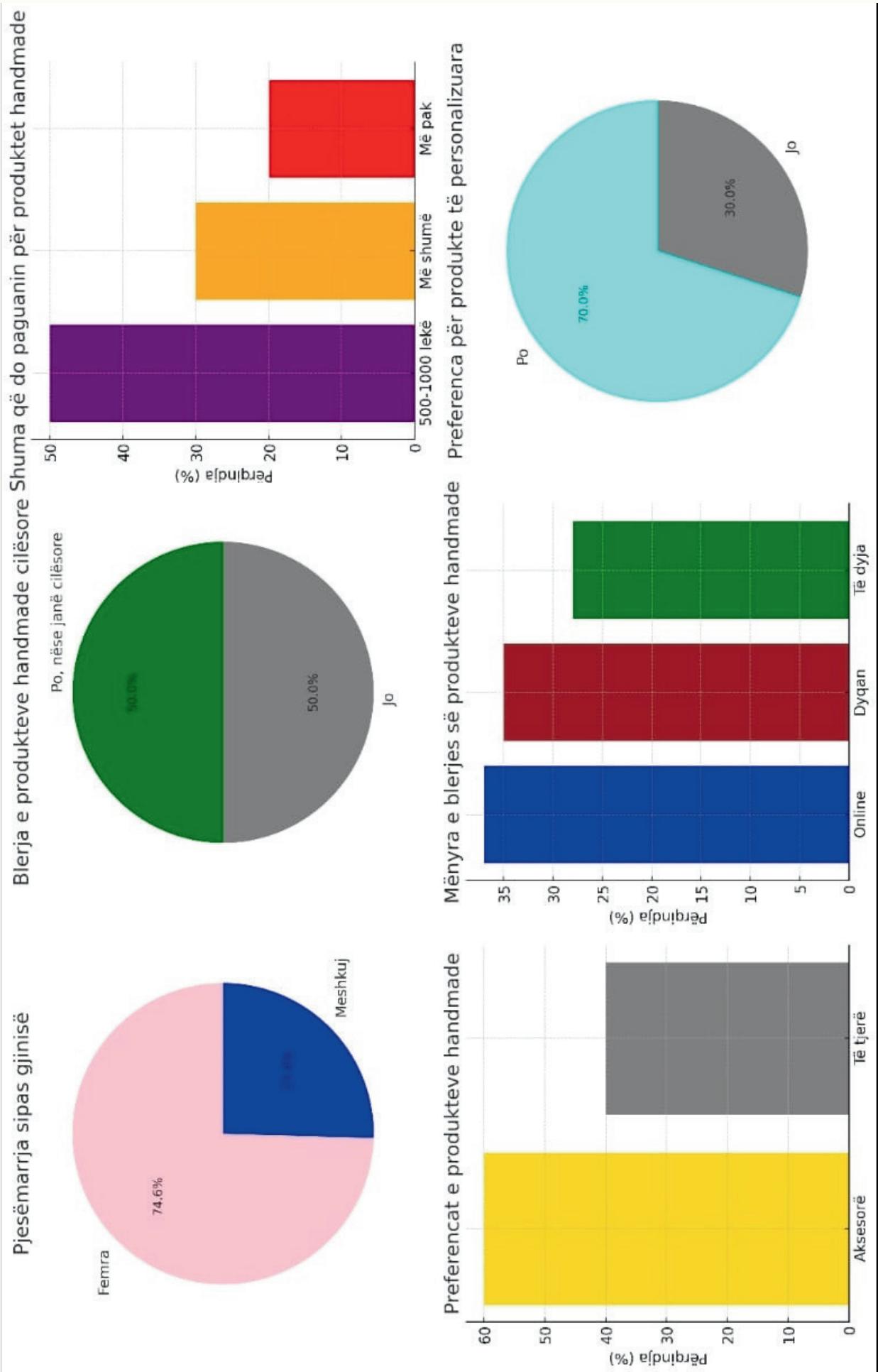
50% shprehën interes për produktet tona nëse shiten online.

Intervistat me artizanë

Folem me dy artizanë lokalë për të kuptuar sfidat e tregut dhe çmimet më të përshtatshme.

Mësuam se reklamimi online dhe pjesëmarrja në evenete lokale janë çelësi i suksesit për një biznes handmade.





3. Analiza e konkurrencës

Pse bëmë analizë të konkurrencës?

Duhej të kuptonim çfarë po ofrojnë të tjerët dhe si mund të diferencohemi.

Çfarë zbuluam?

Bizneset e tjera në zonë shesin produkte të ngjashme, por shumica e tyre nuk kanë personalizim dhe nuk kanë faqe webi.

Ata kanë çmime mesatare 5-10% më të larta se çmimet që planifikojmë ne.

Disa artizanë kanë mungesë promovimi, ndërsa ne kemi avantazhin e një faqeje webi dhe aplikacioni.

Si do të veçohemi ne?

Produkte të personalizuara sipas kërkesave të klientit.

Më shumë prani online dhe reklamim përmes rrjeteve sociale.

Çmime më konkurruese dhe ofertë speciale për klientët e parë.



4. Sfida finanziare dhe buxheti

Sfidë kryesore: Nuk kishim një buxhet fillestar, prandaj duhej të ishim kreativë në mënyrën si e nisëm biznesin.

Si e zgjidhëm këtë problem?

Përdorëm materiale të ricikluara dhe donacione nga nxënësit dhe mësuesit. Nuk bëmë shpenzime të panevojshme si paketimi luksoz ose reklamat me pagesë.

Puna e ndarë në grupe na ndihmoi të maksimizonim produktivitetin pa rritur kostot.



5. Menaxhimi i materialeve dhe shpenzimeve

Si i menaxhuam materialet?

U siguruam që asnjë material të mos shkojë dëm.

Në vend që të blinim shumë materiale menjëherë, punuam me porosi për të shhangur mbetjet.

Gjetëm furnizues me çmime të ulëta dhe cilësi të mirë për materialet e bizhuterive, luleve dhe drurit.

Si optimizuam shpenzimet?

Organizimi i një furnizimi të përbashkët për të kursyer në transport dhe blerje me shumicë.

Ripërdorimi i materialeve për të krijuar produkte të reja (p.sh., përdorimi i copave të mbeturë për aksesorë të vegjël).



Buxheti:

Tabela permblehdhese: kosto, cmimet e shitjes dhe fitimi.

Produkti	Sasia	Kostot (totali)	Cmimi i shtitjes per njesi	Te ardhurat totale	Fitimi total
Bizhuteri	86 cope	1500	50-100	4300	2800
Canta me rruaza	3	1000	1000	3000	2000
Canta me thurje	7	200	200	1400	1200
Canta me cope	38	1000	200-400	7600	6600
Telajo	48	3000	200-500	9600	6600
Korniza dhe dekore	10	0	100-200	1000	1000
Punime artizanale	22	500	100-200	2200	1700
Aksesore flokesh	17	0	50	850	850
Mbajtese qirinjsh	15	400	100	1500	1100
Organizues	10	0	100	1000	1000
Qirinj	45	500	100-150		
Buqeta me lule	4	500	300-800	1200	700
Bookmakers	15	0	30	450	410
Varese celsash	5	200	100	2000	1800
Giftbox	7	100	300	3000	2900
Punime me argjile	7	300	100	700	600
Dekore	17	400	100	1700	1300
Kompozime	22	200	100	2200	2000
Gjergjef	9	1000	300-400	2700	1700
Totali	387	10800		46400	35600

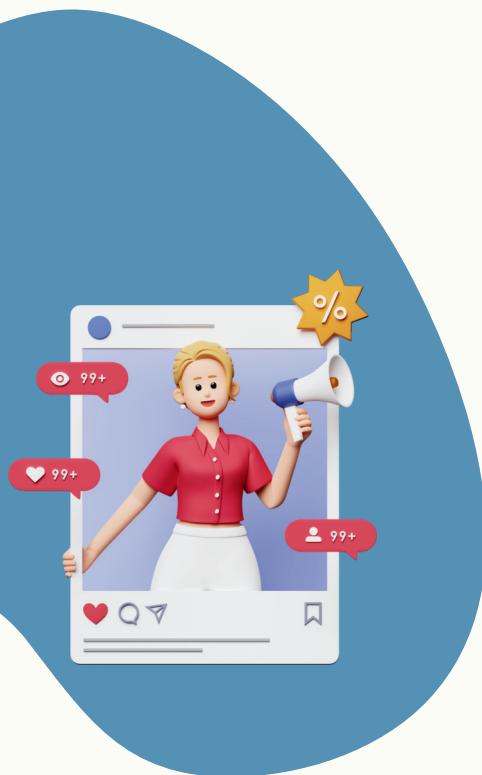
6. Plani finansiar dhe strategjia për të ardhmen

Si do të përdoren fitimet?

Faza e parë: Fitimet e para do të shkojnë për bamirësi, si një mënyrë për të kthyer diçka komunitetit.

Faza e dytë: Fitimet do të investohen për të blerë materiale më cilësore dhe për të zgjeruar gamën e produkteve.

Faza e tretë: Me kalimin e kohës, do të përdorim një pjesë të fitimeve për të promovuar biznesin online dhe për të marrë pjesë në evente artizanale.

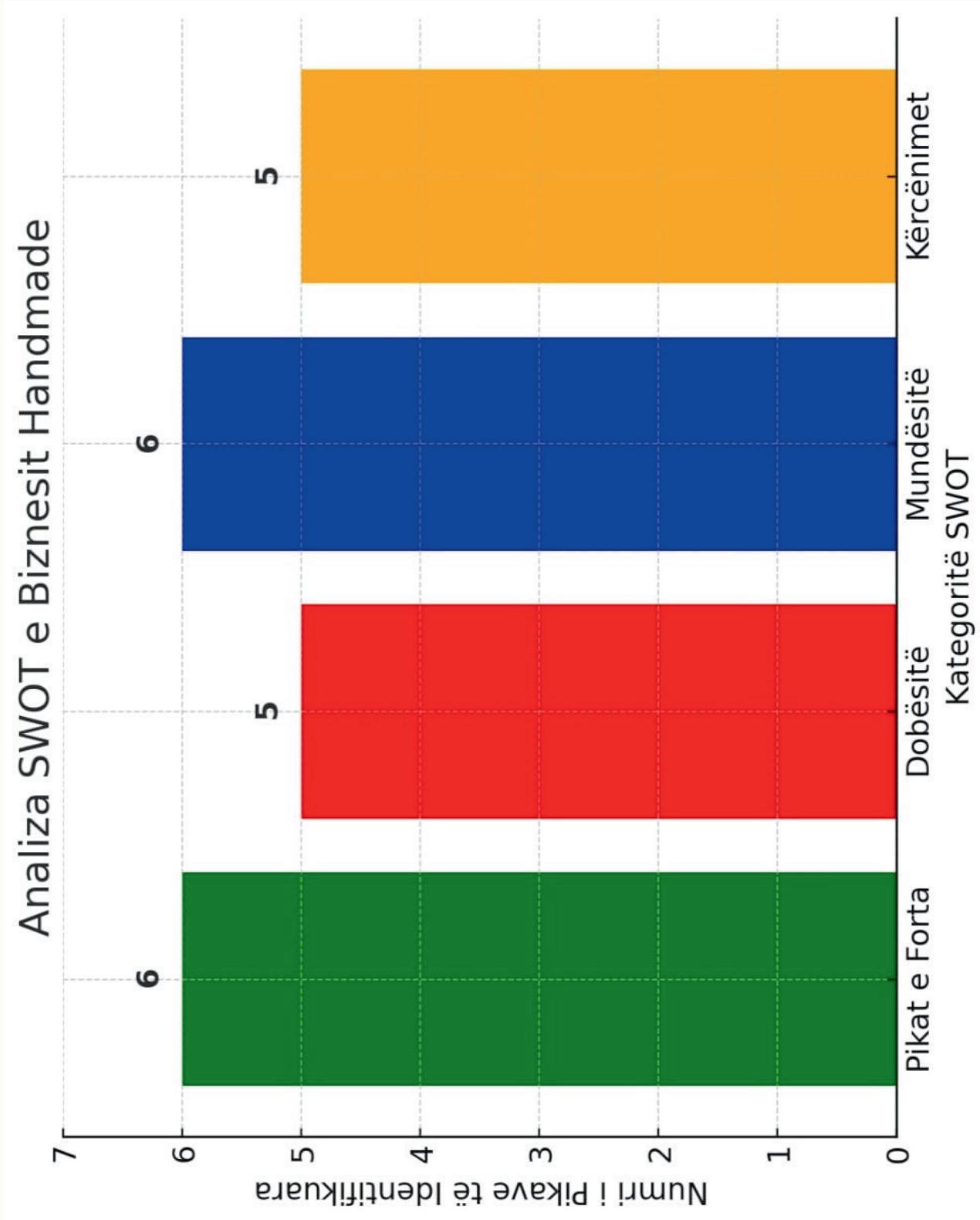


7. Kemi bërë kërkime për tregun dhe konkurrencën.

Kemi ndërtuar një model biznesi pa buxhet fillestar duke menaxhuar mirë burimet.

Fitimet fillimisht do të shkojnë për bamirësi, dhe më pas për zhvillimin e mëtejshëm të biznesit.

”Biznesi ynë nuk matet vetëm me shifra, por edhe me ndikimin që lë tek njerëzit.”





FALEMINDERIT