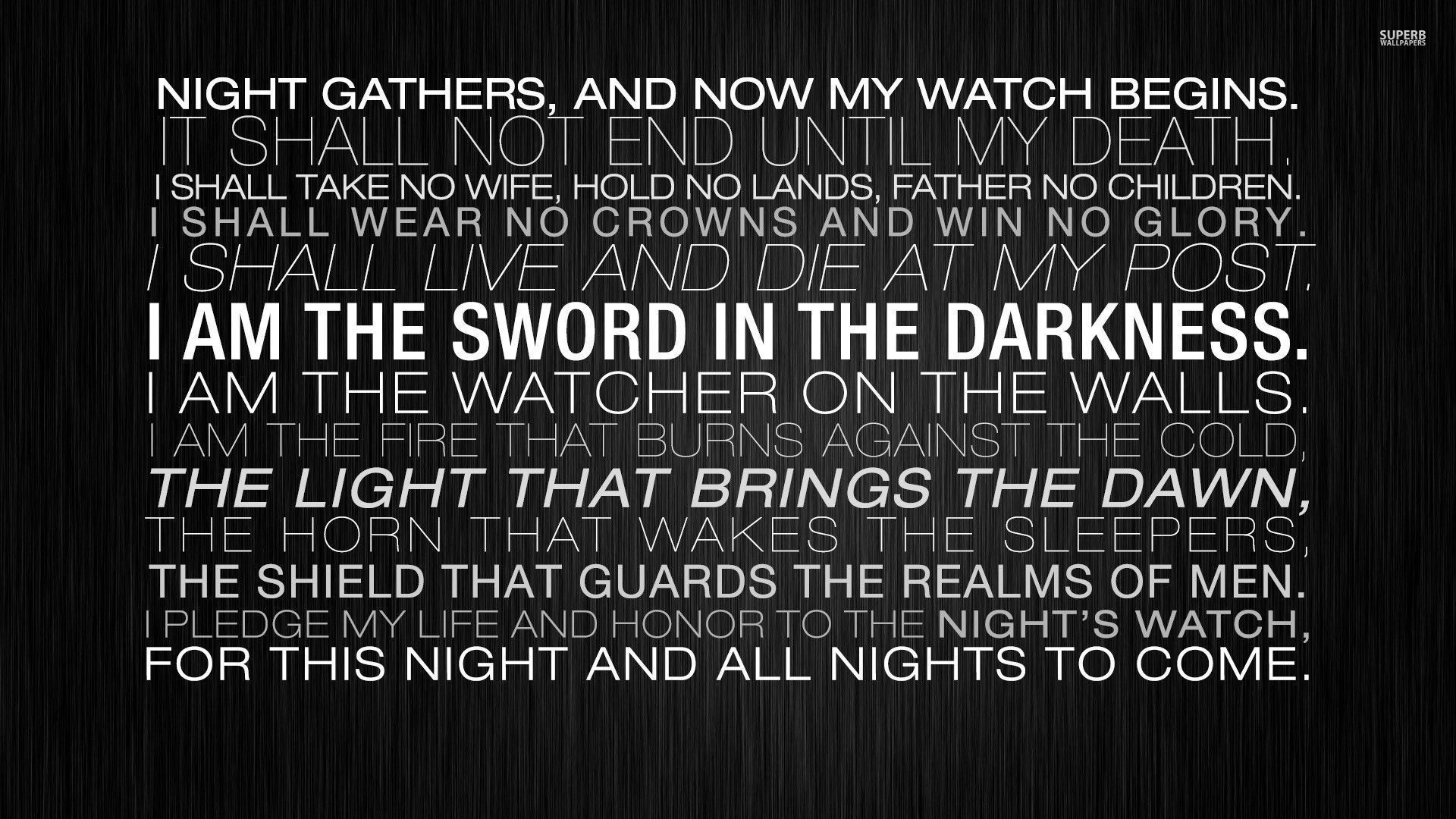


**Biznis plan**



Sadržaj

[1. O kompaniji 2](#_Toc512178688)

[1.1 Vlasnička struktura 2](#_Toc512178689)

[1.2 Lokacije poslovnica agencije 3](#_Toc512178690)

[2. Sažetak 3](#_Toc512178691)

[2.1 Glavni ciljevi 4](#_Toc512178692)

[2.2 Misija i vizija 4](#_Toc512178693)

[2.3 Ključni faktori za uspeh: 5](#_Toc512178694)

[3. Proizvodi i usluge 7](#_Toc512178695)

[3.1 Elektronska prodaja putem sajta 9](#_Toc512178696)

[4. Analiza tržišta 10](#_Toc512178697)

[4.1 SWOT analiza 10](#_Toc512178698)

[4.2 Ciljne grupe i krajnji korisnici 11](#_Toc512178699)

[4.3 Potencijal tržišta 12](#_Toc512178700)

[4.4 Konkurencija 13](#_Toc512178701)

[5. Dodatne usluge 13](#_Toc512178702)

[6. Zaposleni 15](#_Toc512178703)

[6.1 Organizaciona struktura 15](#_Toc512178704)

[6.2 Spisak radnih mesta sa opisom poslova 15](#_Toc512178705)

[7. Strategija 18](#_Toc512178706)

[7.1 Marketing 18](#_Toc512178707)

[7.2 Marketing plan 20](#_Toc512178708)

[7.3 Strategija prodaje 21](#_Toc512178709)

[7.4 Strategija proširenja 21](#_Toc512178710)

[7.5 Upravljanje odnosa sa klijentima (CRM) 22](#_Toc512178711)

[8. Finansijski pregled 22](#_Toc512178712)

[8.1 Proračun osnovnih resursa 22](#_Toc512178713)

[8.2 Obaveze prema finansijeru 23](#_Toc512178714)

[8.3 Bilans uspeha 23](#_Toc512178715)

[8.4 Break-even analiza 25](#_Toc512178716)

[9. Literatura 26](#_Toc512178717)

# O kompaniji

Kompanija "Ski-light" bavi se prodajom, isporukom, iznajmljivanjem i reparacijom skijaške opreme za sve uzraste. Postoji mogućnost obuke kao i usavršavanje tehnika skijanja.

Usled brzog razvoja informacionih tehnologija i zahteva tržišta, kompanija se odlučila za pokretanje online prodavnice, pomoću koje će, kako stalni, tako i novi kupci moći da brže i lakše isplaniraju i obave kupovinu. Priprema nove skijaške sezone će biti nikad lakša uz veliki izbor kvalitetnih proizvoda.

## Vlasnička struktura

Kompanija je osnovana 2015. godine. U privatnom je vlasništvu osnivača kompanije Stefana Nestorovića, Andrije Đonića, Marije Đorđević i Uroša Spasojevića. Osnivači su uložili jednaka sredstva i poseduju po 25% vlasništva nad kompanijom. Kao rezultat želje da pokrenu sopstveni posao, zahvaljujući stečenim veštinama, osnovali su zajedničku kompaniju za prodaju ski-opreme.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Identifikaciona karta | | |
| Naziv | Prodavnica za prodaju i iznajmljivanje ski-opreme “Ski-light” Kragujevac | |
| Skraćeni naziv | “Ski-light” | |
| Adresa | Karađorđeva 21, 34000 Kragujevac | |
| Telefon | 034 3546 354 | |
| E-mail | [ski-light@gmail.com](mailto:ski-light@gmail.com) | |
| Šifra delatnosti | 7539 | |
| Vlasnička struktura | Marija Đorđević | 25% |
| Stefan Nestorović | 25% |
| Andrija Đonić | 25% |
| Uroš Spasojević | 25% |
| PIB | 110135746 | |
| Matični broj | 18451368 | |

## Lokacije poslovnica agencije

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Naziv | Lokacija | Površina |
| Sedište “Ski-light” | Kragujevac | 250 m2 |
| Poslovnica 1 | Kruševac | 150 m2 |

# Sažetak

Kompanija *Ski-light* bavi se prodajom, isporukom, iznajmljivanjem i reparacijom ski-opreme, kao i organizacijom obuka za sve uzraste i usavršavanja za iskusnije skijaše. Kompanija trenutno raspolaže sa dve prodavnice, u kojima se direktno vrši prodaja i iznajmljivanje opreme. Visoka posvećenost i ljubaznost naših zaposlenih, kao i provereni kvalitet naše robe doveli su do sticanja poverenja naših kupaca i ugleda na tržištu.

Naše poslovanje izvodi se na prostoru Kragujevca, gde se nalazi veći prodajni objekat, u okviru koga se nalazi i glavna uprava kompanije. Postoji i drugi, manji prodajni objekat, koji se nalazi na prostoru Kruševca. U planu je otvaranje dodatnih poslovnica u skorijoj budućnosti, kako na prostoru Srbije, tako i u inostranstvu. Kako bismo prevazišli prostorne barijere i pridobili kupce i korisnike koji nisu u mogućnosti da lično pogledaju ili preuzmu robu, planiramo hitno otvaranje online prodavnice koja će imati odlike stvarne poslovnice. Kupci će moći da pogledaju celokupnu opremu koja je u ponudi, da naruče i preuzmu robu u vreme koji njima odgovara i da pored svega toga sakupljanju poene kako bi ostvarili dodatni popust na različite artikle.

Na godišnjem nivou **rashodi** **su** **12 miliona dinara**, od čega se:

* 4 miliona odnosi na isplatu zarada radnika (30 radnika u Kragujevcu, i 20 u Kruševcu... 65000 prosečna bruto plata \* 12 meseci \* 50 radnika = 3.900.000)
* 4 miliona odnosi na plaćanje računa, marketing, iznajmljivanje objekata i isplatu svih potrebnih resursa (eksterne usluge, gorivo za vozila, registracija, održavanje, kupovina papira....).
* 4 miliona odnosi na nabavku ski opreme za prodaju.

Na godišnjem nivou **prihod kompanije je 14 miliona dinara**, što čini dobit od 2 miliona godišnje (14%).

Planiran je razvoj i proširivanje prodaje na novim prostorima, kao i izrada Web servisa uz dobar marketing. Neki od vidova marketinga će biti putem velikog broja društvenih mreža, banner-a, reklama. Kako nam je najbitnije zadovoljstvo naših klijenata fokusiraćemo se na njihove želje, sugestije, ideje i predloge.

## Glavni ciljevi

Kompanija *Ski-light* postavila je cilj dostizanja liderske pozicije u oblasti prodaje ski-opreme. Primarni cilj kompanije je da internet marketingom promoviše prodaju i iznajmljivanje ski-opreme preko interneta, reparaciju skija kao i školu skijanja. Jedan od ciljeva je i otvaranje novih prodavnica ski-opreme na teritoriji Srbije, kao i šire. U planu je i otvaranje YouTube kanala, kako bi kupci dobili bolji prikaz opreme, kao i naloga na društvenim mrežama Facebook i Instagram, koje značajno utiču na odluke korisnika.

Takođe, jedan od planova za budućnost je ostvarivanje saradnje sa korisnicama putem interneta, čime bi se obezbedila veća produktivnost i manji troškovi. Još neki od planova u bliskoj budućnosti su:

* 2019. godine: Pokretanje Web aplikacije i otvaranje nove prodavnice u Beogradu
* 2020. godine: Otvaranje 5 prodavnica na teritoriji severne i zapadne Srbije
* 2021. godine: Otvaranje 6 prodavnica na Balkanu
* 2022. godine: Proširivanje na inostrano tržište

*Pružanjem veće ponude i usluga preko interneta* očekuje se povećanje profita za 50%, u odnosu na ovogodišnji profit, odnosno profit bi iznosio 21%, što je 3 miliona dinara godišnje.

## Misija i vizija

Kompanija *Ski-light* se bavi prodajom i iznajmljivanjem ski-opreme, kao i organizovanjem obuka za početnike i usavršavanjem tehnike za skijaše sa iskustvom. Takođe, kompanija se bavi i reparacijom istrošenih skija. Kompanija se u svom radu fokusira na pouzdanu i ljubaznu saradnju sa klijentima, odnosno kupcima. Proizvodi su izuzetnog kvaliteta, a usluge imaju odličan odnos cene i kvaliteta, što doprinosi stvaranju poverenja kod klijenata.

Naši proizvodi dostupni su svim kupcima u prodajnim objektima u Kragujevcu i Kruševcu, a časovi skijanja se organizuju na većim planinama u Srbiji. U daljem planu kompanije je pokretanje e-business-a. Planirano je uvođenje online prodavnice sa uključenom dostavom robe do kupca, kako bi se pridobili kupci koji nisu u mogućnosti da lično posete prodajne objekte. Takođe, planirano je i uvođenje online prijavljivanja polaznika na kurseve skijanja različitih nivoa.

Kompanija teži da obezbedi bržu, kvalitetniju i temeljniju saradnju sa svojim klijentima, da zadobije veći broj novih klijenata, a da stalne klijente zadrži i da ih na brojne načine nagradi za uspešnu saradnju. Uvođenjem web aplikacije, otvara se mogućnost praćenja aktivnosti klijenata i njihovih interesovanja što olakšava ciljani marketing novih proizvoda i novih usluga kompanije.

Planira se uvođenje internet marketinga što uključuje kreiranje stranica na društvenim mrežama poput Facebook-a, otvaranje YouTube kanala kompanije, kao i pojavljivanje na brojnim drugim kanalima koji su tagovani rečima poput: skijanje, skijaška oprema, zimski sportovi i tako dalje. Planirano je i praćenje korisnika putem njihove aktivnosti na samim društvenim mrežama i ciljno slanje e-mail-ova korisnicima, čime se promoviše rad kompanije i proširuje sveukupan broj klijenata.

Takođe, u planu kompanije je i razvoj **CRM** (Customer Relationship Management) sistema pomoći kog će biti omogućeno registrovanje svih korisnika i frormiranje različitih grupa korisnika na osnovu uzrasta, interesovanja, profesija i tako dalje, a potom će tim korisnicima ciljano biti slate odgovarajuće ponude. U planu je i uvođenje poboljšanog **informacionog sistema** koji će omogućiti bolje raspoređivanje rada po smenama zaposlenih, daleko bolje praćenje knjigovođstva i finansija, kao i povezivanje sa dobavljačima što će smanjiti troškove kompanije a direktno povećati prihode. Kompanija će na taj način poslovati mnogo efektivnije. Instruktori skijanja će koristiti **Microsoft booking** sistem za olakšano zakazivanje termina časova skijanja.

## Ključni faktori za uspeh:

* **Poslovanje preko Interneta** (prodaja, iznajmljivanje, marketing)
* **Pružanje različitih pogodnosti za stalne ili ozbiljne klijente** (popusti, akcije)
* **Pružanje dodatnih usluga** (reparacija i zamena opreme, zakazivanje obuke)
* **Proširivanje poslovanja** (otvaranje novih poslovnica, proširivanje mogućnosti online prodavnice).
* **Analiza tržišta i prodaje**
* **Mogućnost naručivanja opreme** koja nije u ponudi i to na korisnički zahtev.
* **Ciljni marketing** (reklamiranje artikala koji su popularni za određeni uzrast ili na određenom prostoru, slanje ponuda korisnicima putem e-mail-a).
* **Kontrola troškova praćenjem trenda kupovine kroz vreme**, kako bi mogla da se proceni količina za dobavljanje koja može da se proda.
* **Jaka veza sa dobavljačima** i eksternim kompanijama (kontrola troškova je moguća jedino ako ova veza postoji).
* **Vođenje cenovne politike** (rasprodaje i promocija artikala u ciljno vreme ili ciljnim korisnicima).
* **Vođenje statistike** (radi boljeg praćenja trenda i težnji ciljevima)
* **Sprovođenje anketa klijenata** (radi bližeg upoznavanja sa potrebama klijenata i njihovim zadovoljstvom).
* **Brzo vreme isporuke** proizvoda do korisnika koji su izvršili narudžbinu (bliska veza sa firmom koja je za to specijalizovana).
* **Da korisnik može brzo i jednostavno da se informiše i da izvrši kupovinu.**
* **Dobro optimizovan sajt za pretraživače** (SEO, visoko pozicioniranje pri pretragama).
* **Preporučivanje proizvoda** korisniku za koje može biti zainteresovan, na osnovu prethodnih kupovina ili pretraga (u vidu solidno istaknute slike tog proizvoda na strani).
* **Integracija online servisa sa offline informacionim sistemom** (usklađivanje brojčanog stanja proizvoda koji se traže online i njihovog stvarnog broja u prodavnici, ili izveštavanje o tome da je naglo porasla potražnja za nekim proizvodom online, kako bi moglo da se na vreme izvrši naručivanje offline).
* **Mogućnost upotrebe web aplikacije na mobilnim uređajima** (responsive design, laka pretraga i kupovina).
* **Aplikacija mora biti jednostavna i intuitivna za korišćenje.**

# Proizvodi i usluge

Osnovna usluga koju kompanija pruža jeste prodaja ski-opreme. Pod ski-opremom podrazumevaju se svi neophodni predmeti i sva pomagala potrebna svakom ljubitelju ski-sportova. Kategorije ski-opreme su: skije, pancerice, kacige, naočare, štapovi i jakne. Sve ove kategorije produkata sadrže više modela mnogih svetskih brendova, za oba pola. Kupci trenutno mogu da posete neku od naših poslovnica i da preuzmu robu na ruke ili da zatraže da im se roba dostavi u određeno vreme. Izradom online prodavnice omogući ćemo našim mušterijama da se opreme za novu sezonu, a da i ne posete našu zgradu. Uz jednostavan pregled produkata, izbor najprikladnije opreme nikada neće biti lakši, a sigurno online plaćanje i brza dostava, osiguraće zadovoljstvo naših klijenata.

Od dodatnih usluga kompanija pruža i mogućnost dostave robe na adresu kupca, pri čemu cena dostave ne ulazi u ukupnu cenu robe. Cena dostave direktno je srazmerna distanci od naše najbliže poslovnice do kupca.

Usluga iznajmljivanja opreme podrazumeva izdavanje opreme na revers uz avansnu uplatu, na određeni vremenski period. U slučaju oštećenja opreme, kupac je dužan da nadoknadi troškove. U slučaju da kupac ne vrati opremu u predviđenom roku, protiv njega će biti pokrenut sudski postupak.

Usluga reparacije opreme predstavlja proces u kome se vrši prijem robe, slanje robe firmi koja je zadužena za obavljanje usluge reparacije, prijem opravljene robe i izveštavanje kupca da je njegova roba spremna za preuzimanje. Prilikom preuzimanja opreme, kupac je dužan da isplati sumu koja je određena ozbiljnošću izvedene popravke.

Zamena opreme omogućava potrošačima da zamene svoju staru opremu za novu opremu slične vrednosti ili za opremu veće vrednosti, uz određenu doplatu. Mi vršimo reparaciju polovne opreme, dovodimo je do najboljeg mogućeg stanja i vršimo preprodaju te opreme u našem kutku za polovnu opremu.

Još jedna usluga koju imamo u ponudi jeste davanje značajnog popusta na mnoga zimovanja i obuka za skijanje, koje održavaju turističke agencije sa kojima imamo ugovor. Ti popusti se uglavnom odnose na cenu ski-pasa, sa obzirom na to koliko je potrošač ozbiljna ili stalna mušterija.

Cenovnik proizvoda:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rb | Naziv artikla | Jedinica mere | Količina | Cena po jedinici mere | Ukupno |
| 11 | DYNASTAR MY FIRST STARLETT 13/14 SKIJE | kom | 5 | 4.000,00 din. | 20.000,00 din. |
| 22 | SALOMON X-MAX X12 16/17 SKIJE | kom | 2 | 40.940,00 din. | 81.880,00 din. |
| 33 | ATOMIC REDSTER S9+X12 TL 17/18 SKIJE SA VEZOVIMA | kom | 1 | 104.390,00 din. | 104.390,00 din. |
| 44 | SALOMON X ACCESS 80 17/18 SKI CIPELE | kom | 5 | 17.990,00 din. | 89.950,00 din. |
| 55 | SALOMON X PRO 80 W 16/17 SKI CIPELE | kom | 2 | 30.360,00 din. | 60.720,00 din. |
| 66 | ATOMIC HAWX PRIME 120 17/18 SKI CIPELE | kom | 1 | 44.990,00 din. | 44.990,00 din. |
| 77 | SHRED MEGA BRAIN BUCKET SKI KACIGA | kom | 5 | 2.840,00 din. | 14.200,00 din. |
| 88 | SMITH MAZE SKI KACIGA | kom | 2 | 4.540,00 din. | 9.080,00 din. |
| 99 | CARRERA KARMA DEEP SKI KACIGA | kom | 1 | 13.960,00 din. | 13.960,00 din. |
| 110 | NGN TERA SKI NAOCARE | kom | 5 | 1.390,00 din. | 6.950,00 din. |
| 111 | CARRERA DAHLIA SPH SKI NAOCARE | kom | 2 | 5.870,00 din. | 11.740,00 din. |
| 112 | BURTON TEMP SET 17/18 | kom | 1 | 13.270,00 din. | 13.270,00 din. |
| 113 | NGN SKI POLE ŠTAPOVI | kom | 5 | 1.420,00 din. | 7.100,00 din. |
| 114 | LEKI RIDER SKI ŠTAP | kom | 2 | 3.590,00 din. | 7.180,00 din. |
| 115 | LEKI WORLDCUP LITE SKI ŠTAP | kom | 1 | 6.790,00 din. | 6.790,00 din. |
| 116 | KILPI KEIRA JAKNA | kom | 5 | 3.990,00 din. | 19.500,00 din. |
| 117 | KJUS FORMULA KJUS SKI JAKNA | kom | 2 | 52.790,00 din. | 105.580,00 din. |
| 118 | SPYDER MONTEROSA SKI JAKNA | kom | 1 | 70.840,00 din. | 70.840,00 din. |

Napomena: Za cenovnik su korišćena 3 uzorka iz svake kategorije proizvoda, čije su ukupne cene redom: najskuplje, srednje i najjeftinije.

## Elektronska prodaja putem sajta

Kao centralni deo poboljšanja rada naše kompanije, svakako se uzima uvođenje web sajta sa mogućnošću online kupovine proizvoda. Korisnici web aplikacije će imati na raspolaganju jako veliki broj web servisa koji će im omogućiti daleko pregledniju i lakšu kupovinu.

Svi korisnici web aplikacije će imati mogućnost da vide sve najnovije vesti vezano za rad naše kompanije, uključujući brojne nagradne ige, popuste, akcije, kao i reklame za najnovije proizvode koji će korisnicima biti dostupni u našoj kompaniji. Takođe, korisnici će imati pristup kompletnom katalogu proizvoda nad kojim će biti omogućene brojne funkcionalnosti. Korisnici će moći da vide sve informacije vezane za svaki od naših proizvida. Pored cene, moći će da vide i karakteristike, performanse, materijale od kojih je proizvod napravljen, imaće uputstvo za pravilno korišćenje proizvoda, za održavanje i čuvanje proizvoda. Biće omogućeni komentari za svaki proizvod koje će ostavljati korisnici koji su već imali prilike da koriste sličan ili isti proizvod, gde će moći da napišu svoje mišljenje o proizvodu, pohvale i primedbe i na taj način da pomognu drugim korisnicima da donesu ispravnu odluku o kupovini proizvoda.

Radi lakšeg pronalaska željenog proizvoda, korisnicima će biti omugućena pretraga celokupnog kataloga proizvoda po mnogim kriterijumima kao što su: naziv, tip, boja, veličina, cena, proizvođač i tako dalje. Za svaki proizvod će postojati mala galerija kvalitetnih slika koje će korisnici moći da zumiraju, uz izbor boje proizvoda i da vide kako tačno proizvod u određenoj boji i poziciji izgleda. Postojaće mogućnost za pristup **social bookmarking** – u. Korisnicima će biti omogućeno da proizvode dodaju u **listu željenih proizvoda.** Takođe, uvešće se i **mailing lista** uključivanjem Wordpress plugin-a **GoDaddy Email Marketing**.

# A close up of a sign Description generated with high confidenceAnaliza tržišta

Sa porastom popularnosti zimskih sportova u Srbiji, porasla je i potražnja za ski-opremom gde je Kompanija *Ski-light* pronašla svoju ulogu. Politika kompanije bazirana je na pouzdanosti, poverenju i podršci koja se pruža klijentima. Pored zadržavanja stalnih klijenata, planirano je sticanje poverenja novih klijenata, proširivanje već postojećih prodajnih objekata, kao i otvaranje novih modernih prodajnih objekata na području Srbije, a kasnije i u inostranim zemljama.

Ponudom visoko kvalitetnih usluga i proizvoda i profesionalnim radom, kompanije se ističe u odnosu na konkurenciju. Planiran je razvoj internet marketinga i internet servisa za klijente, što će omogućiti daleko bolju i lakšu komunikaciju i saradnju.

## SWOT analiza

Uz pomoć **SWOT (Strength, Weaknesss, Opportunity, Threat)** analize možemo jasno videti u čemu prednjačimo, u kojim oblastima nam je potrebna dodatna obuka i više iskustva, koje bi prilike na tržištu trebalo iskoristiti, kao i koje su moguće pretnje za naš uspeh i osvajanje tržista. Sa znanjem o tome koje su postojeće pretnje i slabosti može se više pažnje posvetiti njima, i dovesti do njihove eliminacije ili bar smanjenja njihovog uticaja.

**S** (snage) – raznovrsna ponuda, pouzdan, profesionalan i produktivan tim, dobro definisani uslovi poslovanja, lako i brzo prilagođavanje promenama, jaka i sigurna veza sa dobavljačima, dobar marketinški tim, dobro poznavanje lokalnog tržišta, nagrađivanje stalnih klijenata, kompanija je na dobrom glasu.

**W** (slabosti) – neprilagođenost prodavnice svetskim standardima, nedovoljno iskustva u radu sa inostranim klijentima, nedovoljna upotreba novih tehnologija, manjak investitora, nedostatak online servisa, mali broj poslovnica, niska sigurnost prodajnih objekata.

**O** (prilike) – implementacija i korišćenje novih tehnologija, efektivno korišćenje novih načina komunikacije (društvene mreže), marketing, izlazak na novo tržište, online prodaja, aplikacija namenjena korisnicima, nabavka proizvoda po specijalnim zahtevima, uvećanje prodaje i pristup većem broju klijenata putem internet servisa.

**T** (pretnje) – promene zakona, promena tima, napredovanje konkurencije na lokalnom tržištu, niže cene drugih prodavnica, skraćivanje zimske sezone usled globalnog zagrevanja, druge prodavnice koje takođe planiraju uvođenje online kupovine.

## Ciljne grupe i krajnji korisnici

Izlazak na tržište predstavlja izazov koji za cilj ima ostvarivanje uspeha na samom tržištu, kao i osvajanje istog. Jako bitan deo izlaska na tržište predstavlja ciljna grupa klijenata. Ponuda kompanije može da zadovolji potrebe nabavke ski-opreme visokog kvaliteta u jako širokom opsegu marki i veličina, obuke dece i odraslih koji žele da nauče da skijaju, kao i treninge usavršavanja skijaške veštine za skijaše sa iskustvom. Takođe, kompanija nudi mogućnost reparacije istrošenih skija i prodaju prateće opreme za održavanje same skijaške opreme.

Na osnovu svega navedenog, zaključuje se da glavnu ciljnu grupu predstavljaju ljudi koji žele da odu na zimovanje i oprobaju se u skijanju, kao i zaljubljenici u zimske sportove i avanturisti koji žele da nabave kvalitetnu skijašku opremu, ali i da usavrše svoje veštine skijanja ili da na pravi način repariraju svoje skije. Takođe, ciljnu grupu predstavljaju i porodični ljudi koji žele da njihova deca nauče da skijaju, a da pritom koriste pouzdanu opremu koja garantuje visoku bezbednost. Kompanija ima za cilj da za sve korisničke grupe obezbedi optimalne usluge kako bi se zadovoljile potrebe samoh korisnika. Posvećenost i angažovanost kompanije dovode do stvaranja poverenja kod klijenata i do toga da klijenti požele da nastave saradnju sa kompanijom. Bitna stavka je i činjenica da klijenti mogu ukazati na nedostatke u ponudi kompanije čime se ubrzava otklanjanje samih nedostataka.

## Potencijal tržišta

Zbog porasta popularnosti skijanja kao zimskog sporta u proteklih par godina, povećana je potražnja ski-opreme na našem tržištu u proseku za 15%.

## Konkurencija

Na našem tržištu prisutan je veliki broj konkurentskih kompanija što može dovesti do poteškoća u poslovanju prodavnice. Njihove prednosti su povoljnija ponudi ski-opreme, velika rasprostranjenost na domaćem tržištu, jeftinija usluga i bolji marketing. Zbog velikog obima posla mogu imati slabiju posvećenost kupcima, nedostatak ponude, nemogućnost izdavanja ski- opreme, reparacije skija, kao i obuke skijaša. Prema tome, našim kupcima nudimo mnoge povoljnosti, brzu realizaciju njihovih zahteva i pouzdanu saradnju.

Neke od konkurentskih firmi su:

* *Beosport*
* *INTERSPORT*
* *Ski-oprema Kragujevac*

Najveći broj konkurenata oslanja se na direktnu promociju unutar svojih prodajnih objekata, povremenu podelu promotivnih letaka, kao i na preporuke postojećih kupaca, dok se u manjoj meri koriste određeni vidovi unapređenja prodaje (akcije, popusti i sl.). Veoma malo se ulaže u oglašavanje i izgradnju marke proizvoda, dok se savremeni kanali komuniciranja (internet, društvene mreže i sl.), gotovo i ne koriste. Kompanija *Ski-light* imaće zvaničan sajt na kome će kupci i korisnici moći detaljno da se informišu.

# Dodatne usluge

Uz osnovnu uslugu prodaje ski-opreme, nudimo i dodatne usluge. Dodatne usluge su:

**Iznajmljivanje opreme**

Kupci mogu da rezervišu upotrebu opreme ili celog seta artikala na određeni vremenski period. Korisnik je trenutno u mogućnosti da uživo ili preko telefonskog poziva rezerviše svu opremu koja mu je potrebna. Razvojem online prodavnice omogućićemo kupcima da sami, na jednostavan i brz način obave ovu rezervaciju. Naravno, ukoliko korisnik iznajmi ceo jedan set opreme, dobija popust i dodatne poene na svojoj *Ski-light* kartici, za buduće kupovine.

**Dostava naručene opreme**

Sistem za dostavu opreme na ličnu adresu kupca već postoji. Dostavu vrši specijalizovana kompanija *Krstić i sin,* sa kojom imamo dugoročni ugovor. Kupac dobija popuste na dostavu proporcionalno sa količinom naručene robe.

**Reparacija opreme**

Nudimo i popravku ski-opreme. Popravku ne vršimo direktno mi, već za nas tu uslugu obavlja firma *Uglačano da ne može bolje.* Ta firma za nas obavlja usluge reparacije za nižu cenu, prema ugovoru, jer im naš superiorni marketing obezbeđuje stalan posao.

**Zamena opreme**

Dajemo mogućnost zamene stare opreme za novu, koja je slične cene ili uz potrebnu dopunu. Primer ove usluge je zamena zimske opreme koja je omalela detetu, za onu koja je odgovarajuća. Mi vršimo reparaciju stare opreme i prodajemo je u našem kutku za polovnu opremu prodavnice.

**Organizacija obuka i usavršavanja u skijanju**

Ugovorima sa raznim turističkim agencijama obezbeđujemo mogućnosti prijave naših kupaca na razne škole skijanja koje oni organizuju. Za svakog preporučenog kupca mi uzimamo procenat od turističke agencije. Ukoliko je preporučeni kupac i naša stalna mušterija, dobiće i dodatni bonus u vidu popusta na ski-pas.

**Organizacija zimovanja**

Slično kao i za obuke, preko turističke agencije nudimo i zimovanja za naše kupce. Kupac dobija značajan popust na ski pass. Ukoliko je korisnik stalna mušterija prodavnice ili ukoliko je izvršio nedavnu kupovinu nekih naših proizvoda, može dobiti čak i besplatan ski-pas za celo trajanje zimovanja.

**Oglašavanje upotrebom banner-a**

Sa razvojem web aplikacije uvešćemo i reklamiranje sadržaja drugih kompanija koje za to plate. Reklamiranje će se obavljati pomoću statičnih (JPG, PNG) i animiranih (GIF, FLASH, HTML5) banner-a. Reklamiranje će se naplaćivati 2.000 dinara na svakih 1000 pregleda reklame, tj. koristiće se CPM sistem naplaćivanja. Sa sve većom popularnošću našeg web servisa, očekuje se da će pružanje ove usluge donositi sve veći rast u profitu.

# Zaposleni

## Organizaciona struktura

## 

## Spisak radnih mesta sa opisom poslova

**Menadžer prodavnice ski-opreme**:

Opis posla:

* Kreiranje i koordiniranje zaposlenih u prodajnom delu
* Konstantno praćenje tržišta i formiranje cena
* Organizacija i odgovornost za sve procese u poslovnici
* Rukovođenje timom (delegiranje zadataka, kontrola, edukacije i razvoj, motivacija)
* Preuzimanje mera iz oblasti zaštite na radu, zakona o radu i zakona o zabrani pušenja
* Priprema periodičnih finansijskih izveštaja

Potrebne kvalifikacije:

* Visoka ili viša stručna sprema
* Znanje engleskog jezika
* Poznavanje rada na računaru
* Prethodno radno iskustvo na sličnim pozicijama minimum dve godine
* Vozačka dozvola B kategorije

**Marketing menadžer:**

Opis posla:

* Priprema i podnošenje izveštaja o marketinškim aktivnostima
* Istraživanje, analiziranje i nadgledanje finansijskih, tehnoloških i demografskih faktora koji utiču na tržišne šanse
* Planiranje i nadgledanje oglašavanja i promocija
* Komunikacija sa spoljnim propagandnim agencijama i procena reakcije tržišta
* Preporučivanje i predlaganje promena

Potrebne kvalifikacije:

* Smisao za timski rad
* Sposobnost samostalnog donošenja važnih odluka
* Komunikativnost, organizovanost, dinamičnost i snalažljivost
* Spremnost na stalno usavršavanje
* Veštine prezentacije, liderstva, vođenja kampanja
* Znanje engleskog jezika i rad na računaru
* Vozačka dozvola B kategorije

**ERP/CRM administrator:**

Opis posla:

* Odgovoran za održavanje i unapređenje ERP sistema i baze podataka
* Koordinira i optimizuje CRM sistem sa redovnim izveštajima
* Sprovodi online istraživanje i održava listu trenutnih i potencijalnih mušterija
* Unos novih kontakata u bazu podataka
* Kreiranje izveštaja kada se to zahteva

Potrebne kvalifikacije:

* VI stepen stručne spreme iz oblasti informatike
* Znanje i iskustvo u radu sa nekom od relacionih baza podataka

Najmanje 2 godine radnog iskustva u podršci ERP sistema

**Administrator sajta:**

Opis posla:

* Dizajn web sajta
* Obezbeđuje sigurnost Web sajta
* Stvaranje i ažuriranje e-commerce i sadržaja web strana

Potrebne kvalifikacije:

* Poznavanje rada sa WordPress CMS-om
* Poznavanje engleskog jezika
* Najmanje tri godine radnog iskustva u razvoju e-commerce rešenja
* Poznavanje HTML5, CSS3, PHP, ASP.NET, MySQL-a

**Prodavac:**

Opis posla:

* Briga o prijemu, skladištenju, održavanju i razvrstavanju proizvoda
* Izlaganje i pakovanje proizvoda
* Pomoć kupcima pri donošenju odluka ili pronalaženju proizvoda
* Blagajnički poslovi
* Direktno posluživanje kupca

Potrebne kvalifikacije:

* Komunikativne sposobnosti
* Ljubaznost i prijatan pristup kupcu
* Nenametljivost, spretnost i pažljivost
* Znanje stranog jezika
* Znanje rada na računaru
* Prethodno radno iskustvo na sličnim pozicijama minimum dve godine

**Knjigovođa:**

Opis posla:

* Knjiženje i kontrola poslovnih promena (izvodi, blagajna, računi troškova)
* Knjiženje ulazne i izlazne dokumentacije
* Evidentiranje i kontrola ulaznog i izlaznog PDV-a
* IOS obrasci (usaglašavanje sa kupcima i dobavljačima)
* Izrada poreskih prijava
* Praćenje stanja obaveza i potraživanja
* Učestvovanje u izradi periodičnih i godišnjih finansijskih izveštaja

Potrebne kvalifikacije:

* Viša ili visoka stručna sprema ekonomskog usmerenja
* Minimum tri godine prethodnog radnog iskustva na istoj poziciji
* Visoka organizaciona sposobnost i sistematičnost
* Poželjno znanje engleskog jezika
* Dobro znanje rada na računaru

# Strategija

## Marketing

Kako bi se planovi kompanije ostvarili, neophodno je napraviti dobru strategiju koja će obezbediti postepeni napredak i sigurno ostajanje tržišta.

Kako je ciljna grupa klijenata kompanije veoma široka i kreće se od dece, preko adolescenata i zrelih ljudi, pa sve do starijih ljudi željnih avanture, za promociju kompanije biće upotrebljeno mnoštvo vrsti marketinškog pristupa koji će uticajem pokriti čitavu ciljnu grupu.

Kao primarni i konzistentni vid marketinške promocije biće **web aplikacija** kompanije. Putem web aplikacije, korisnici će moći da se informišu o proizvodima i njihovim kompletnim karakteristikama. Moći će da vide preporuke drugih korisnika, kao i preporuke proizvođača. Sve proizvode iz kataloga, korisnici će moći da nađu u prodajnim objektima ili da naruče uz besplatnu dostavu. Korisnici web servisa će biti redovno obaveštavani i svim novostima i novim proizvodima koje će moći da kupe kako u prodajnim objektima, tako i preko online prodavnice. Takođe, korisnici će moći preko web aplikacije da se prijave za školu skijanja i da zakažu reparaciju svojih skija. Bitna stvka je i ta da će web aplikacija biti apsolutno **responsive** urađenja zbog činjenice da većina korisnika vrši pretragu sajtova za prodaju mobilnim uređajima.

Kako **društvene mreže** danas predstavljaju vid najjeftinijeg i najboljeg marketinga, kompanija će posedovati stranice na brojnim društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter...). Korisnici će na stranicama kompanije moći da prate reklame za najnovije proizvode, akcije, sniženja cena i sve te informacije dobijaće blagovremeno. Reklamiranje proizvoda kompanije će se vršiti **indirektno** slanjem reklama za naše proizvode. Nece biti ubacivanje korisnika u bilo kakve grupe na društvenim mrežama i direktnog reklamiranja proizvoda iz razloga što korisnicima takav vid reklamiranja proizvoda nije preterano drag. Takođe, korisnici će moći da prate veliki broj slika sa časova skijanja, da se uvere u kvalitet rada instruktora kompanije i da pročitaju komentare drugih korisnika koji su učestvovali na obukama i treninzima. Korisnici će moći da postave bilo kakva pitanja vezana za bilo koji vid saradnje sa kompanijom i da se na taj način informišu o svemu što ih interesuje.

Kompanija će posedovati svoj nalog na **YouTube-**u gde će kroz atraktivne snimke treninga skijaša i obuke početnika, korisnicima biti dočaran sistem rada instruktora kompanije, a zadovoljstvo polaznika kurseva će biti primetno. Korisnici će moći da se uvere u kvalitet usluge i moći će da vide kako izgledaju skijališta koja će biti korišćena za realizaciju treninga i kurseva skijanja. Takođe, kroz video snimke biće predstavljani najnoviji proizvodi iz prodajnih objekata i online prodavnice, kao i video uputstva za pravilno pripremanje, korišćenje i održavanje proizvoda koje kompanija prodaje. Biće objavljene i **video šetnje** kroz prodajne objekte tako da će korisnici moći da i pre dolaska u prodavnice kompanije, znati raspored artikala i polica. Takođe, video snimci naše kompanije će se pojavljivati i na drugim **YouTube** kanalima preko odgovarajućih ključnih reči vezanih za skijanje, sku-opremu, zimske sportove i slično.

Kada je u pitanju promocija putem web sajta, kompanija će se fokusirati na optimizaciju svog sajta kako bi se našao što bolje pozicioniran na pretraživačima. Cilj je da se optimizacijom dostigne što veći broj posetilaca sajta i dostizanje što više rangiranosti. Kompanija će to postići pomoću **SEO** (engl. *Search Engine Optimization*) tehnike. U wordpress sajt biće uključen **Yoast SEO wordpress plugin** koji će omogućiti optimizaciju web sajta. Cilj je pronaći se među prvih deset rezultata za neku ključnu reč, a zatim i među prvih pet, jer, prema istraživanjima, prvih pet mesta, donose 70% klikova, odnosno posetilaca.

Kako u ciljnu grupu korisnika ulaze i stariji ljudi koji u daleko manjoj meri koriste društvene mreže i internet uopšte, kompanija će kao vid marketinške promocije snimiti reklamu i objaviti je na brojnim **televizijskim** i **radio stanicama**, kako bi se pokrio i taj deo korisnika iz široke ciljne grupe. Takođe, po gradu će biti deljeni flajeri i postavljani posteri sa reklamama proizvoda i usluga kompanije, a u planu je i zakupljivanje bilborda u većim gradovima. Takođe, biće objavljivani članci u **sportskim i dnevnim novinama**. U planu je i uvođenje maskote kompanije.

Takođe, sprovodiće se **kampanje** preko **CRM** sistema, gde će u određenim vremenskim periodima, određenim korisničkim grupama biti slate odgovarajuće reklame. Jedna od planiranih kampanja je slanje kupona sa šifrom korisniku. Tu šifru sa kupona će korisnik moći da unese na našem sajtu i da ostvari automatski određeni popust da odgovarajuće proizvode.

Korišćenjem navedenih metoda, kompanija će steći veću popularnost, usluge kompanije biće ponuđene velikom broju ljudi što će direktno rezultirati povećanjem broja klijenata i većom potražnjom za uslugama kompanije, a samim tim i povećanjem prihoda kompanije.

## Marketing plan

Na osnovu analize široke ciljne grupe klijenata, doneta je odluka da se plan reklamiranja usluga kompanije odvija na nekoliko različitih načina kako bi se postigli odgovarajući rezultati.

**„Klasični“** marketing obuhvata deljenje flajera sa reklamama usluga kompanije, kao i postavljanje postera na prometnim mestima i na mestima gde ima sportski nastrojenih ljudi. Kompanija planira i ostvarivanje saradnje sa sportskim i dnevnim novinama, kao i sa novinama specijalizovanim za objavljivanje oglasa. Ovim vidom marketinga se pokriva jako širok deo ciljne grupe, jer je reklamni materijal tako lako dostupan. Sa sigurnošću se pokrivaju i stariji korisnici koji u manjoj meri koriste internet.

Kako bi se privuklo što više pažnje potencijalnih korisnika, kompanija se mora reklamirati i korišćenjem **radio i televizijskih stanica.** Na radio stanicama, planira se emitovanje reklama kompanije, iznošenjem osnovnih informacija o vrsti usluga koje kompanija pruža, načinu za korišćenje tih usluga, kao i načinu za stupanje u kontakt sa kompanijom kako bi korisnici mogli dobiti sve detaljne informacije koje ih interesuju. Na televizijskim stanicama će se emitovati snimljene reklame, prikazati izgled prodajnih objekata i samih proizvoda, prikazaće se neki delovi treninga skijanja koji su u ponudi kompanije i slične stvari. Snimljene reklame će biti zanimljive, razumljive i osmišljene da privuku pažnju.

Poslednji deo plana za marketing, koji je dostupan jako širokom skupu potencijalnih korisnika je svakako **internet**. Glavni deo predstavlja uvođenje **web aplikacije** pomoću koje će biti jako olakšan pregled proizvoda za prodaju, problem udaljenosti kupaca od prodajnih objekata biće potpuno rešen s obzirom na mogućnost besplatne dostave robe. Korišćenjem web aplikacije, novi klijenti će moći na lak način da se upoznaju sa uslugama koje kompanija nudi. Takođe, olakšano je stupanje u kontakt sa kompanijom. Klijenti mogu da postavljaju pitanja i da u kratkom vremenskom roku budu obavešteni o svemu što ih interesuje, kao i da razmenjuju sopstvena iskustva i preporuke o svojoj saradnji sa kompanijom postavljanjem komentara.

Drugi deo internet marketinga jeste korišćenje **banner**-a koji predstavljaju grafički prikaz na određenom delu sajta. Instaliraćemo wordpress plugin **Brinkin Banner Exchange**. Banner-i će biti postavljeni i na drugim sajtovima koje posećuju potencijalni klijenti naše kompanije i na taj način će se pridobiti novi klijenti. Reklamiranje će se vršiti i korišćenjem popularnih društvenih mreža, čemu u prilog ide činjenica da, posebno mlađi potencijalni korisnici, provode dosta vremena upravo na društvenim mrežama.

Pažnja će biti posvećena i **optimizaciji sajta**, takozvanoj **SEO** (*Search Engine Optimization*), što podrazumeva kreiranje sadržaja vodeći računa o svim elementima potrebnim za kvalitetnije pozicioniranje na pretraživačima. Omogućićemo ga uključivanjem **Yoast SEO** wordpress plugin-a.

## Strategija prodaje

Na osnovu podataka o prodaji artikala i korišćenju usluga naše kompanije, analiza će biti vršena i donosiće se pravovremene poslovne odluke. Prema strategiji kompanije, klijenti će biti podeljeni prema različitim kriterijumima kao što su obrazovanje, starosna struktura, bračni status, interesovanje i tako dalje, a onda će se na osnovu rezultata analize vršiti ciljno reklamiranje usluga naše kompanije. Na taj način će se privući i klijenti koji nisu bili korisnici usluga naše kompanije a dele interesovanja sa klijentima koji su već koristili naše usluge.

Korišćenje marketinga na već navedeni način omogućiće povećavanje broja klijenata kompanije dovođenjem novih klijenata i zadržavanjem starih. Takođe, biće iskorišćeno i **upravljanje odnosima sa klijentima** **– CRM** o kome će biti reči u nastavku. Opisana strategija će za rezultat imati osvajanje ciljnog tržišta kompanije, odakle održavanje odnosa sa klijentima preuzima kompanija svojim kvalitetom usluga i ljubaznošću svojih zaposlenih.

## Strategija proširenja

Trenutno, kompanija poseduje dva prodajna objekta od kojih je glavni u Kragujevcu, u koji je uključena i uprava, dok se drugi, manji objekat nalazi na području Kruševca. Kako za glavni cilj kompanija ima osvajanje većeg dela tržišta, proširenja će se odvijati postupno.

Planirano je da se do kraja 2019. godine u potpunosti pokrenu web servisi, gde glavnu stavku predstavlja kreiranje web aplikacije sa **online prodavnicom**. Korisnici online prodavnice će na jednostavan način imati pregledan uvid u čitav katalog ponuđenih proizvoda, moći će da vide sve karakteristike proizvoda koji žele da kupe, kao i da prate komentare, pohvala i primedbe drugih kupaca na taj proizvod. Prijave na kurseve skijanja će biti olakšane i klijenti će imati bolji uvid u rad naše kompanije. Web servisi će nam omogućiti praćenje aktivnosti klijenata i olakšaće reklamiranje svih usluga kompanije i komunikaciju sa klijentima. Uključivanje internet servisa u rad kompanije bi trebalo, prema predviđanjima, da donese povećanje profita kompanije za približno 33% u odnosu na dosadašnji prosečni prihod na godišnjem nivou.

Za narednu, 2020. godinu, planirano je, pored daljeg usavršavanja web servisa, otvaranje još 5 prodajnih objekata na teritoriji Srbije. Ovakvo povećanje broja prodajnih mesta kompanije će doneti značajno povećanje prihoda kompanije. Planirano je da objekti budu otvoreni u većim gradovima, kao i u blizini zimskih turističkih lokacija, kako bi se usluge kompanije ponudile na mestu na kom se očekuje veliki broj potencijalnih klijenata.

Za period nakon toga, 2021. i 2022. godina, planirano je proširivanje i osvajanje inostranog tržišta otvaranjem novih prodajnih objekata van granica naše zemlje na odabranim mestima na kojima se očekuje dobar broj novih potencijalnih klijenata kojima bi se mogle uspešno ponuditi usluge naše kompanije.

## Upravljanje odnosa sa klijentima (CRM)

Upravljanje odnosima sa klijentima ili skraćeno **CRM** (engl. *Customer Relationship Managment*) se odnosi na brigu o kupcu, njegovim željama i potrebama kao strategija uvećanja prodaje. Prvenstveno naši zaposleni moraju obratiti pažnju na to šta kupac želi i da mu pomognu, predlože i istraže da li postoje bolje opcije i mogućnosti. Klijent ne treba da stekne utisak da želimo što pre da završimo sa njim ili da mu nudimo nešto zbog veće dobiti, zato svi predlozi moraju biti dobro razmotreni pre nego što se predlože. U slučaju reklamacija, vreme razrešenja treba biti što kraće i mora da se evidentira. Ako se kontaktira kupac, zaključak razgovora mora biti zabeležen, da ne bi se zvao isti kupac više puto, jer to je odlika neorganizovanosti.

Kako bi postigli što bolju brigu i odnos sa kupcem potrebno je voditi evidenciju u bazi. Podaci koji bi nama služili jesu šta je klijent kupio, koja su njegova interesovanja, njegov email itd. Na ovaj način ako se pojavi nešto što spada u interesovanje našeg kupca možemo ga obavestiti, ili obaveštenje o novoj lokaciji, novoj usluzi, popustima, čestitati praznike i rođendane. Ovakav način rada pruža bolju prodaju i lakše ostvarenje planova.

Takođe postoje softveri koji se bave CRM-om i koje u nekoj daljoj budućnosti planiramo koristiti u našem radu.

# Finansijski pregled

## Proračun osnovnih resursa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rb** | **Vrsta sredstava** | **Postojeća sredstva (din)** |
| **1.** | Poslovni objekti i eksterne usluge | 3.000.000 |
| **2.** | Zaposleni | 4.000.000 |
| **3.** | Ski-oprema | 4.000.000 |
| **4.** | Web resursi | 1.000.000 |

## Obaveze prema finansijeru

Kompanija posluje rentabilno, bez kreditnih zaduženja.

## Bilans uspeha

Prikaz prihoda, rashoda i dobiti u naredne 4 godine, u dinarima.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1. godina** | **2. godina** | **3. godina** | **4. godine** |
| **Prihod** | 14.000.000 | 17.000.000 | 18.000.000 | 18.000.000 |
| **Rashod** | 12.000.000 | 14.000.000 | 14.600.000 | 14.600.000 |
| **Dobit** | 2.000.000 | 3.000.000 | 3.400.000 | 3.400.000 |
| **Porez na dobit** | 200.000 | 300.000 | 340.000 | 340.000 |
| **Neto dobit** | 1.800.000 | 2.700.000 | 3.060.000 | 3.060.000 |

U sledećoj tabeli prikazani su očekivani prihodi od svih usluga koje pružamo, i rashodi od svih potreba u prvoj godini, nakon uvođenja online prodavnice. Svi iznosi su izraženi u dinarima.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Red. br.** | **Opis** | **Iznos** |
|  | **PRIHODI OD POSLOVANJA** |  |
| 1. | Prihodi od prodaje ski opreme | 8.000.000 din. |
| 2. | Prihodi od iznajmljivanja ski opreme | 3.000.000 din. |
| 3. | Prihodi od reparacije ski opreme | 1.500.000 din. |
| 4. | Prihodi od organizacije ski-škola i zimovanja | 1.000.000 din. |
| 5. | Prihodi od reklamiranja kompanija upotrebom banner-a | 500.000 din. |
|  |  |  |
|  | **RASHODI** |  |
| 6. | Nabavna vrednost robe | 4.000.000 din. |
| 7. | Zarade, naknade i ostali lični rashodi | 4.000.000 din. |
| 8. | Troškovi komunalija | 1.500.000 din. |
| 9. | Potrošni materijali (gorivo, kancelarijski materijal,...) | 1.500.000 din. |
| 10. | Web hosting | 23.000 din. |
| 11. | Cloud servisi | 15.000 din. |
| 12. | Naziv domena | 3.000 din. |
| 13. | Google AdWords | 144.000 din. |
| 14. | YouTube oglašavanje | 547.500 din. |
| 15. | Facebook oglašavanje | 219.000 din. |
| 16. | Banner na *skijanje.com* | 48.500 din. |
|  |  |  |
|  | **FINANSIJSKI REZULTATI POSLOVANJA** |  |
| 17. | Prihod | 14.000.000 din. |
| 18. | Rashod | 12.000.000 din. |

Objašnjenje nekih stavki prema rednom broju u tabeli:

* 10. **Web hosting**

Koristićemo web hosting koji pruža kompanija *Hetzner online,* i to njihov premium paket LEVEL 19, čija je cena 16 € na mesec dana. Specifikacije ovog paketa su: 200GB prostora na disku, 384MB RAM-a, neograničen broj poddomena, uptime 99.99%, propusni opseg 2.76 Tbit-a.

* 11. **Cloud servisi**

Koristićemo cloud servise koje takođe pruža kompanija *Hetzner online*, i to njihov paket CX32, čija je cena 10 € na mesec dana. Specifikacije ovog paketa su: 2 vCPU, 8GB RAM-a, 80GB prostora na disku, 20TB maksimalnog saobraćaja.

* 12. **Naziv domena**

Naziv domena *skilight.com*, zakupićemo od kompanije GoDaddy INC, po ceni od 2.1 € mesečno.

* 13. **Google AdWords**

Za izradu i održavanje naših reklama na Google-u, angažovaćemo kompaniju *Internacional Web Studio*, koja će nama po ceni od 100 € mesečno: kreirati tri kampanje sa po najviše 15 ključnih reči, količina klikova na reklami će biti po ceni od 80 €, a pritom će izvršiti i detaljnu analizu konkurencije tako da će znati da tačno procene najbolji prostor za reklamiranje našeg sadržaja.

* 14. **YouTube oglašavanje**

Odlučili smo se za oglašavanje na YouTube-u iz želje da našim kupcima približimo pre svega postojanje i izgled nove online prodavnice, a zatim i određene kadrove naših offline poslovnica, kao i za opštu popularizaciju zimskih sportova, što nam takođe donosi dobit. Koristićemo *non-skippable* reklame po ceni od 0.3 dolara po pregledu (CPV, cost-per-view), i to sa maksimalnih 50 pregleda na dan.

* 15. **Facebook oglašavanje**

Upotrebili bismo oglase na fejsbuku za ciljano predstavljanje naših usluga i nove online prodavnice korisnicima koji su pretraživali informacije o zimovanjima, zimskim sportovima, zimskoj opremi i to ciljano za korisnike na široj oblasti Balkana. Plaćali bismo po ceni od 0.3 dolara po kliku (CPC, cost-per-click), i to sa maksimalnih 20 klikova na dan.

## Break-even analiza

# Literatura

1. <https://imipmf.sharepoint.com/sites/Elektronskoposlovanje-2018/Materijali/Primer%20biznis%20plana.pdf>
2. <https://imipmf.sharepoint.com/sites/Elektronskoposlovanje-2018/Materijali/Business%20Plan.pdf>
3. B. Radenković, M. Despotović-Zarkić, Z. Bogdanović, D. Barać, A. Labus, *Elektronsko poslovanje*, Beograd: Fakultet organizacionih nauka, 2015.
4. <https://en.wikipedia.org/wiki/Business_plan>