

100 DAYS

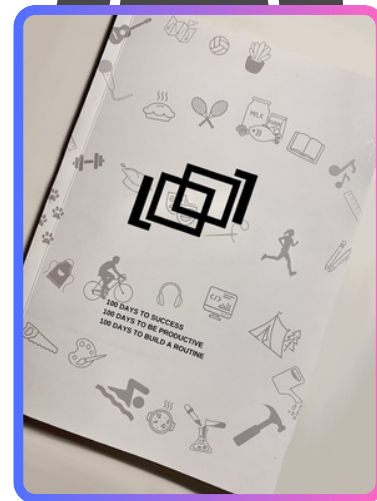
Výroční zpráva

2023-2024

Kdo jsme?

Jsme studentská firma šesti členů, která vznikla ku příležitosti studentských firem na školách, spravovaných nadací JA. Když náš původní nápad na produkt vznikl, rychle se našli další lidé, kteří se našeho nápadu uchytili a měli nadšení ho uskutečnit s námi. Společně jsme poté začali realizovat naši myšlenku o vytvoření produktu, který bude doopravdy lidem pomáhat s problémem prokrastinace.

Naše cesta ale nebyla jednoduchá a již od počátku jsme se potýkali s mnoha problémy zejména finančními. Žádná komplikace nás ovšem nezastavila v tom uskutečnit náš nápad a výsledkem je náš deník 100days. I nadále pracujeme na rozvoji našeho produktu a i nadále se budeme snažit pomáhat s problémem prokrastinace!



Kde nás najdete?

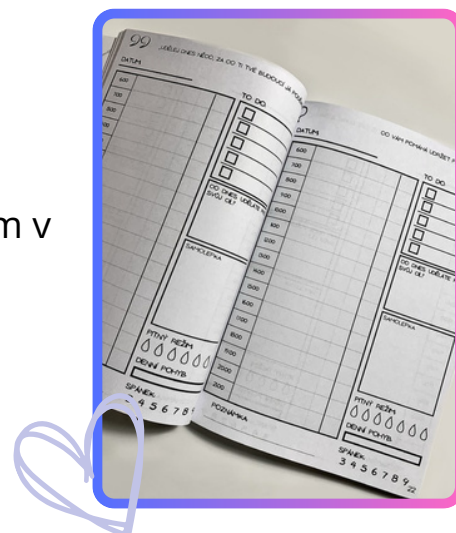
Instagram:	@the100days_
Facebook:	100 days
TikTok:	@_100days_
Web:	100days.cz

Profil společnosti:

NÁZEV:	100 DAYS
PRÁVNÍ FORMA:	společnost
VZNIK:	24. 11. 2023
POČET ČLENŮ:	5
PRODUKT:	motivační diář
SÍDLO:	Boží Hora 1670/37, Ivančice
VUČUJÍCÍ:	Mgr. Tobiáš Štěpánek
EMAIL:	info@100days.cz

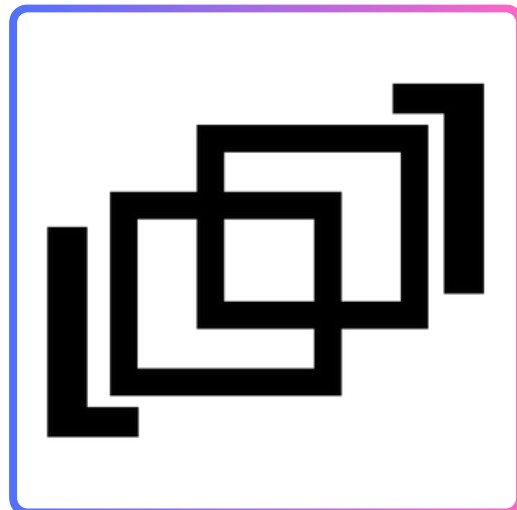
Náš produkt:

Naším produktem je motivační diář, který pomáhá lidem v boji s prokrastinací. Obsahuje sto stránek, které symbolizují sto dnů cesty k dosažení zvoleného cíle.



Příběh našeho loga:

Naše logo bylo inspirováno číslem sto, podle začátku názvu naší firmy. Číslo se graficky upravilo v minimalistickém úhledném stylu zvaném notepads, který symbolizuje jednoduchost a přehlednost i následného produktu.



Náš tým:

Náš tým se skládá z šesti pilně pracujících členů, připravených bojovat s prokrastinací.



Tomáš Maša

Formální ředitel, zástupce
finančního oddělení



Veronika Čížková

zástupce marketingového
oddělení



Tereza Dolečková

zástupce ředitele, zástupce
designového oddělení



Petr Gross

zástupce marketingového
oddělení



Milan Stojar

zástupce IT oddělení

Design



Hlavní funkcí designového oddělení je především navrhnout celkový produkt a poté také logo a webové stránky. Dále se zabývá vytvářením atraktivních fotografií a videí na sociální sítě.

- Tereza Dolečková,

IT



V naší firmě se IT oddělení stará o správu webových stránek a e-mailů, na které aktivně odpovídá. Řeší problémy zaměstnanců s technikou a vytváří grafy financí.

- Milan Stojar

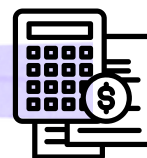
Marketing



Náplní marketingového oddělení je efektivní využívání sociálních sítí k propagaci produktu. Naše strategie zahrnuje tvorbu a publikaci atraktivních příspěvků a videí, které představují výhody našeho produktu a oslovují tak cílové skupiny.

- Veronika Čížková, Petr Gross

Finance



Náplní finančního oddělení je kontrola nad celkovým cash flow firmy, nezapomínat na break even point a dbát na finanční budoucnosti firmy. Plánují se i rozpočty pro ostatní oddíly, aby firemní rozpočet fungoval efektivně.

- Tomáš Maša

Pár slov od zakladatele:

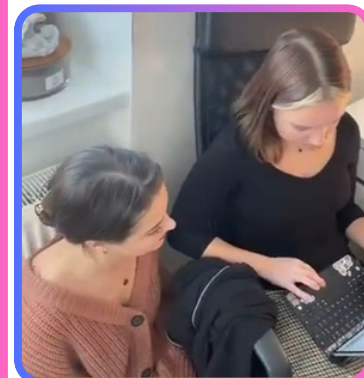
Dlouho jsem přemýšlela, jak bych já jakožto student mohla přispět nápadem do studentských firem. Když nás s Terkou napadlo, že bychom chtěly něco dělat s naší prokrastinací, hned jsme věděly, že tohle je ta správná cesta pro naši budoucí firmu. Jsem neuvěřitelně ráda, že jsme společně s mojí kamarádkou mohly vytvořit něco, co může potenciálně pomoci i dalším studentům a moc se těším i na naši budoucí aktivitu.

- Veronika Čížková

Jsem nadšená, že jsem společně s kamarádkou Verčou zrealizovala náš sen a založila firmu zaměřenou na boj proti prokrastinaci. Společně jsme se chopily výzvy a rozhodly se aktivně přispět k zlepšení produktivity a osobního rozvoje našich klientů. Deník, který jsme vytvořily, je pro nás obě způsobem, jak sdílet naši vášeň a pomáhat ostatním překonávat jejich překážky. Vidět, jak naše myšlenky a nápady přetváříme do reálného produktu, je neuvěřitelně motivující. Těší mě, že můžeme být inspirací pro ostatní, kteří chtějí změnit svůj život k lepšímu a překonat svou tendenci k odkládání.

- Tereza Dolečková

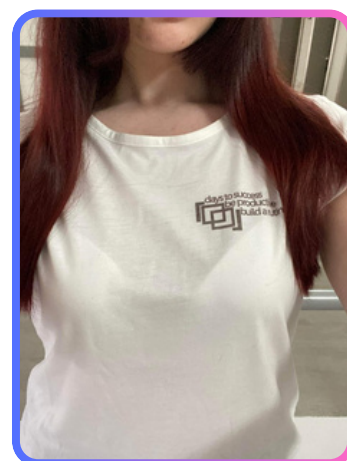
Obchodní úspěchy nejsou zdaleka všechno. Naše firma tudíž mimo jiné klade důraz na kultivaci vztahů a vzájemnou podporu. Veškeré konflikty a nejasnosti řešíme zavčas a v přátelské atmosféře. V případech nejvyšší nouze se náš tým zatím pokaždé dokázal semknout a dát věci do pořádku. Věříme, že naše pouta zůstávají velmi pevná, v minulosti totiž byla jejich stabilita hned několikrát ověřena.



- celý tým se podílel na návrhu diáře

Jak probíhají naše schůzky?

Nezbytným předpokladem pro správné fungování každé společnosti jsou pravidelné schůzky a přesně stanovené úkoly. Preferujeme osobní schůzky, často se však musíme scházet kombinovaně. Část členů se v tomto případě dostaví prezenčně a ostatní se připojí k videohovoru přes Discord. Všechny úkoly bývají zaznamenávány do Ganttova diagramu, který nám poskytuje přehled o tom, na čem kdo aktuálně pracuje, kdo toho má moc a kdo má naopak rezervy a může pomoci ostatním. Maximální efektivita a transparentnost ve spolupráci je v našem projektu naprosto nezbytná.



- týmová trička

Plánovač projektu

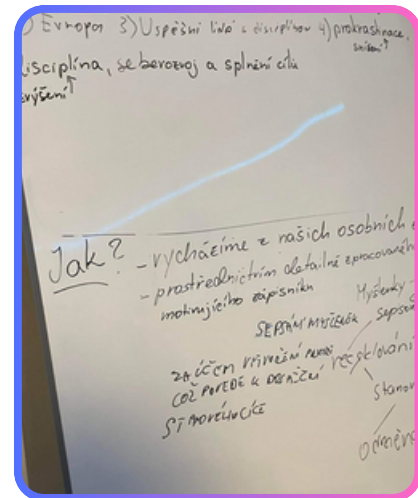


- Ganttův diagram

Září: všichni jsme usilovně přemýšleli o tom, čím se naše budoucí firma bude zabývat. Následně Terezu a Veroniku napadlo pomoci lidem v boji s prokrastinací, a tak vznikl náš prvotní nápad vytvořit motivační diář. Rychle se našli ostatní lidé, co měli zájem s námi tento nápad realizovat a došlo k předběžnému založení naší firmy.

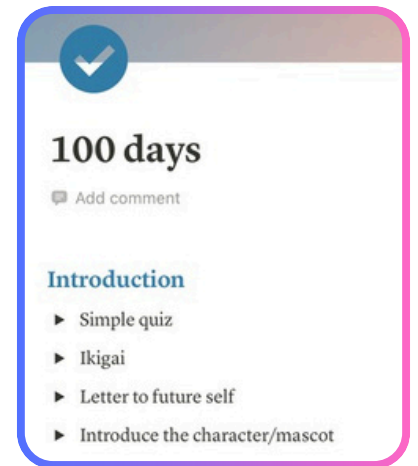


Říjen: všichni jsme pečlivě pracovali na designu budoucího produktu. Mimo jiné jsme i založili sociální síť, naprogramovali webové stránky a spočítali break event point.



Listopad: už se rýsoval finální návrh produktu, dodělávaly se poslední úpravy a celý se znovu zkontroloval. Mimo jiné byla i oficiálně založena naše firma.

Prosinec: objednali jsme 200 výtisků našich motivačních deníků. Na konci měsíce nám přišli deníčky. Bohužel bylo pár vadných kusů, které jsme museli reklamovat.



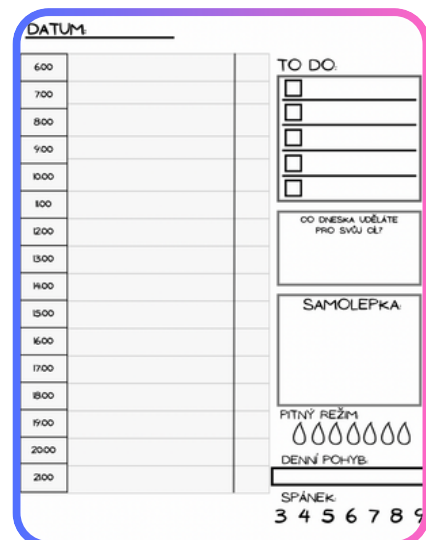
Leden: pomalu jsme začínali prodávat první kopie.

Únor: naším hlavním cílem byl především prodej a propagace naší firmy. Nafotili jsme fotky produktu a začali je zveřejňovat na sociálních sítích.

Březen: prodávali jsme náš produkt ve škole a propagovali jsme projekt studentské firmy. Zúčastnili jsme se akce Social Innovation Camp.

Duben: zúčastnili jsme se soutěže JA Expo 2024 v Praze. Prodali jsme několik kusů a celkově nás tato akce velmi posunula.

Květen: zúčastnili jsme se Chřestových slavností v Ivančicích a prodali jsme několik kusů deníků.



Červen: snažíme se doprodat zbylé kusy a oficiálně uzavřít firmu.

Diář 100 days obsahuje sto stránek se šablonou pro zaznamenání každého dne. Je lehký a skladný, aby vždy mohl být po ruce od rána až do večera.

Hned na začátku se nachází test osobnosti, který pomůže s lepším určením cíle, kterého za sto dní dosáhnete. Také je zde možnost napsat dopis Vašemu já za sto dní. V průběhu této doby Vám pomůže k lepší efektivitě práce a snížení prokrastinace.


Na každé stránce na čeká překvapení v podobě užitečného QR kódu, citátů, nebo jednoduchých úkolu či otázek pro motivaci. A to nejlepší na našem deníku? **Začít můžete kdykoliv!** Je totiž nedatovaný.



Jak náš deník správně používat?

★ NAPIŠTE SI SEZNAM 10 VĚCÍ, ZA KTERÉ JSTE VDĚČNÍ

DATUM 11.11. ▾

TO DO	
<input checked="" type="checkbox"/> kadeřnice!	6:00 vstát ✓
<input checked="" type="checkbox"/> učení	7:00 Snídaně + yoga ✓
<input checked="" type="checkbox"/> jít nakoupit	8:00 přečíst 50 stránek ✓
<input checked="" type="checkbox"/> cvičit	9:00 učít se ✓
<input checked="" type="checkbox"/> jít na procházku	9:00 pauza ✓
	10:00 kadeřnice ✓
CO DNES UDĚLÁTE PRO SVŮJ CÍL? bude se učít 10. maturitní otázku	11:00 nakoupit ✓
	12:00 uvařit oběd ✓
SAMOLEPKA	13:00 učít se ✓
	14:00 zacvičit si ✓
	15:00 pauza + kafe ✓
	16:00 sprcha ✓
	17:00 večere + serial ✓
	18:00 zopakovat učivo ✓
	19:00 jít spát ✓
	20:00
	21:00

POZNÁMKA
Kup: jablka, mounku, vajíčka

SPÁNEK
3 4 5 6 7 8 9

Prvním krokem v diáři je to-do list. Zde si můžete vypsát nejdůležitější věci, které Vás v daný den čekají. Pak následuje políčko, kde si napíšete, jakou danou věc chcete udělat pro bližší dosažení Vašeho cíle.

Teď si můžete podrobně uspořádat den v hodinovém plánovači. Když danou část splníte, můžete si ji odškrtnout.

Do políčka určeného pro samolepku se dá nalepit například samolepka odpočinkového dne či nakreslit malý obrázek.

Vpravo dole se nachází zaznamenávání pitného režimu, pohybu a také spánku.

Sociální sítě:

Nejsnazší cestu k zákazníkům představují sociální sítě. Právě pro tyto účely máme založený jak Instagram, tak i Facebook a TikTok. Prostřednictvím těchto sítí informujeme zákazníky a příznivce našeho projektu o pokrocích, inovacích a akcích. Představujeme zde blíže náš produkt a zakládáme komunitu lidí, kteří se rozhodli během 100 dní docílit vybraného cíle.



Ostatní formy propagace:

Kromě sociálních sítí jsme náš produkt prezentovali v naší škole. Obcházeli jsme jednotlivé třídy a přibližovali jsme studentům i koncept studentské firmy.

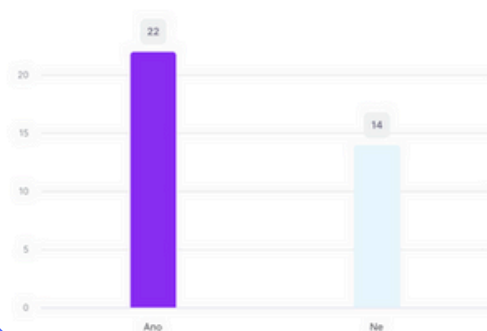
Naši cíloví zákazníci:

- lidé trpící na prokrastinaci
- osoby se zájmem o seberozvoj
- lidé s konkrétním cílem

Marketingový průzkum:

Marketingový průzkum se stal velmi významnou metodou, která nám pomohla již v rané fázi projektu odhalit potenciální nedostatky, a zjistit, zda by byl o náš produkt vůbec zájem. Mimo jiné nám respondenti měli možnost navrhnout nějaké možnosti optimalizace obsahu diáře, které jsme následně mohli při tvorbě produktu zohlednit. Dotazník byl rozeslán širokému okolí v elektronické podobě.

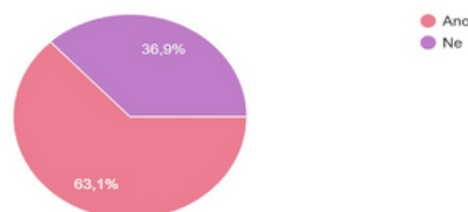
4. Omezuje Vás prokrastinace ve Vašich každodenních činnostech?



- Anketa na Instagramu

4) Kdo by si produkt koupil

Koupili byste si náš produkt
5 odpovědí



Sledující:  59

Tato kapitola shrnuje všechny finanční rozpočty, důležité pro naši firmu.

Jak jsme zaplatili výrobu?

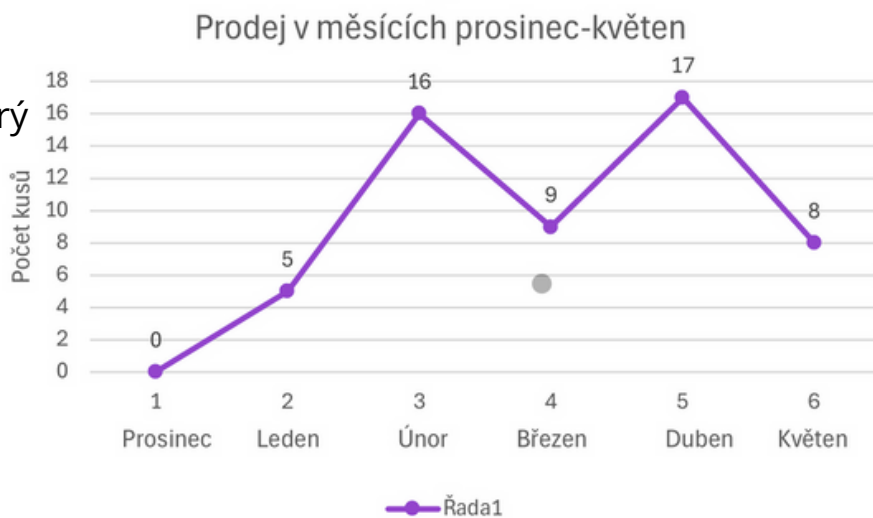
Každý člen týmu zaplatil svůj podíl, který dále šel na tisk deníků. U jednotlivých členů se částka lišila, podle jejich možností.

Výrobní cena jednoho kusu:

- 105 Kč

Prodejní cena jednoho kusu:

- 300 Kč



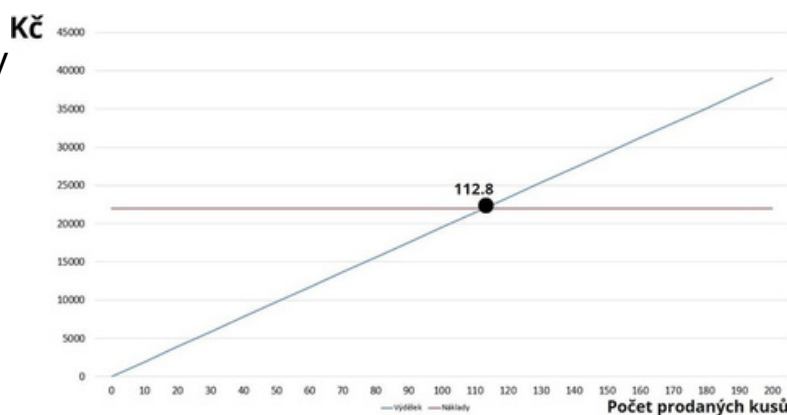
Roky	Prodané ks	Náklady (Kč)	Výnosy (Kč)	Zisk/ztráta (Kč)
2024	200	21 000	60 000	39 000
2025	400	42 000	120 000	78 000
2026	700	73 500	210 000	136 500

V budoucnosti bychom se měli dočkat rostoucího trendu prodejů. Z toho vyplývá, že se navýší i celkový zisk. Díky rostoucímu prodeji a zájmu bychom mohli nakupovat diáře za nižší cenu, protože budeme objednávat větší množství. Tudíž se sníží výrobní cena jednoho kusu a to dále způsobí ještě větší nárůst zisků.

Na začátku byla pro nás nejnáročnější investice první objednávky diářů. Vzhledem k budoucím předpokladům by už ale tento problém nebyl komplikací.

Break event point:

Při současném trendu prodejů by jsme měli dosáhnout break event pointu ke konci roku 2024. Poté budou už všechny další prodané kusy pouze ziskové. Naším největším zájmem bude investovat tuto částku zpět do tisku diářů. Plánujeme dále vylepšovat náš produkt a brát ohled na zpětnou vazbu zákazníků. Tudíž bude nová dávka kvalitnější a ještě lepší.



- stále se nacházíme v mínusu, ale plánujeme dosáhnout break event pointu ke konci měsíce červen, kdy firma projde likvidací

1. rok:

Cíle:

- Doprodej první objednávky: Cílem je prodat všech 200 kusů motivačních diářů, které jsme objednali.
- Optimalizace marketingu na sociálních sítích: Zlepšení a pravidelná aktualizace obsahu na našich sociálních sítích (Instagram, Facebook, TikTok) pro zvýšení povědomí o našem produktu a zapojení zákazníků.

Aktivity:

- Marketingové kampaně: Plánování a realizace marketingových kampaní na sociálních sítích a ve škole, včetně speciálních nabídek.
- Průzkum spokojenosti: Provádění průzkumu spokojenosti mezi prvními zákazníky a sbírání zpětné vazby pro budoucí vylepšení produktu.
- Účast na školních akcích a trzích: Prezentace produktu na školních akcích a lokálních trzích pro zvýšení viditelnosti a přímého prodeje.

2. rok:

Cíle:

- Upevnění spolupráce s tiskárnou: Navázání a upevnění spolupráce s firmou, která tiskne naše diáře, s cílem zlepšit kvalitu a snížit náklady na výrobu.
- Rozšíření prodejních kanálů: Zahájení prodeje našich diářů v kamenných obchodech a na e-shopu, rozšíření distribučních kanálů.
- Zvýšení produkce: Plánování druhé a větší objednávky diářů na základě předchozích prodejních dat a poptávky.

Aktivity:

- Vývoj a implementace vylepšené verze diáře: Na základě zpětné vazby zákazníků implementovat vylepšení do nových verzí diáře.
- Marketingové spolupráce: Navázání spolupráce s influencery a blogery v oblasti osobního rozvoje pro propagaci našeho produktu.

3. rok:

Cíle:

- Mezinárodní expanze: Překlad a vydání anglické verze diáře, s cílem rozšířit prodej do dalších zemí.
- Vstup do zahraničních kamenných obchodů: Navázání spolupráce s obchody v blízkých státech a distribuce našeho produktu na mezinárodní úrovni.
- Rozšíření produktové řady: Vývoj nových produktů a doplňků k našemu diáři, například samolepky, kalendáře, sešity apod.

Aktivity:

- Účast na mezinárodních veletrzích: Prezentace našeho produktu na mezinárodních veletrzích a konferencích zaměřených na osobní rozvoj a produktivitu.
- Optimalizace e-shopu: Vylepšení a optimalizace našeho e-shopu pro mezinárodní zákazníky, včetně vícejazyčné podpory a mezinárodních platebních možností.

Finanční Plán:

- **1. rok:** Investice do marketingových kampaní a tvorby komunity, prodej prvních 200 kusů diářů, zisk z prodeje reinvestovat do dalšího rozvoje a výroby.
- **2. rok:** Zvýšení výroby na základě poptávky, náklady na marketingové spolupráce a vývoj nové verze diáře, průběžná optimalizace nákladů.
- **3. rok:** Investice do překladu a mezinárodní expanze, náklady na účast na mezinárodních veletrzích, rozšíření produktové řady a marketingové kampaně v zahraničí.

O BUDOUCNOSTI

Naše plány do konce roku:

1. Zlepšení Kvality a Designu

- Zpětná vazba: Pravidelné sbírání a implementace zpětné vazby od zákazníků.

2. Marketing a Propagace

- Sociální sítě: Zvýšení aktivity a kvalitního obsahu.

3. Prodejní Kanály

- E-shop: Optimalizace a rozšíření pro případné zákazníky.
- Kamenné obchody: Spolupráce s obchody v Ivančicích.

4. Podpora a Komunita

- Online komunita: Vytvoření a rozšíření podpůrné komunity.

5. Finanční Plán

- Investice do růstu: Reinvestice zisku do vývoje a marketingu.

