

Denumirea activității

POTTER SRL

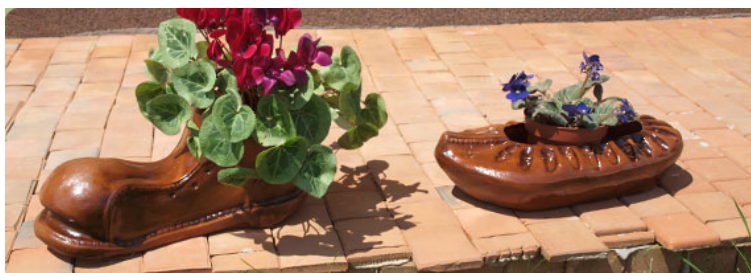


1) Contextul

Țara de origine a afacerii: Romania, Sâncrăieni

Sectorul de activitate (arhitectură, artă și cultură, meserii, design și arte vizuale, media, publicitate, multimedia, jocuri online, divertisment, tipărire și publicare, traducere și interpretare, muzică și spectacole, film & tv & radio)

Artizanat - Producția de ceramică



Obiectiv:

Obiectivul principal al lui Berci, proprietarul firmei Potter Srl, a fost să devină propriul său șef și să producă produse ceramice frumoase pentru cei interesați.

Servicii/Produse: ornamente pentru grădină: pitici de grădina, ciuperci și alte decorații ceramice.

Potter Srl a început în 1998, ca întreprindere de o singură persoană, care produce produse de ceramică de dimensiuni mici, cum ar fi suporturi pentru panouri, lămpi, vaporizatoare și vase. De atunci au reușit să-și dezvolte afacerea și au început să producă numai decorațiuni de grădină, cum ar fi: pitici, ciuperci și ghivece de flori mai mari.





Clienții vizați:

Toți cei cărora le place ceramica. În prezent, au clienți locali, magazine mari și mici, magazine mari din România, precum Dedeman, Auchan.

Modelul de afaceri / Inovarea:

Berci, proprietarul, nu avusese niciodată un plan de afaceri, dar dorea să își înceapă propria afacere. A lucrat timp de 5 ani pentru un antreprenor local - într-o olărie, și a învățat multe lucruri despre ceramică și produse ceramice în acești ani. A făcut o mulțime de mici inovații în acea olărie, dar a vrut mai mult. După aceea, a decis să-și facă propria olărie. Nu avea nicio bază financiară când și-a început mica afacere, dar nu a renunțat, a început cu puținul pe care l-a avut în acel moment.

Finanțarea, tipurile de finanțare

Au solicitat împrumuturi pentru IMM-uri și, puțin câte puțin, au reușit să crească pentru a-și putea susține afacerea.

Scurtă descriere a cazului:

Cum s-a născut ideea, motivația pentru înființarea afacerii, planificarea timpului pentru implementarea ideii, mediul extern și factorii care influențează (de ex. Programele de sprijin extern, criza, schimbările în legislație, localizarea geografică, cererea, originalitatea ideii etc.)

Așa cum am menționat deja, Berci, a început cu o întreprindere de o singură persoană, numită A.I. SIKO ALBERT, în 1998, fără fonduri financiare, la domiciliu, făcând produse mici. În 1999 a mutat olăria într-un loc mai mare, într-o fabrică veche, pe care o închiriasse.

În 2003 a cumpărat un loc mare de 1000 m² în Sâncărieni, un sat din apropierea orașului Miercurea-Ciuc.

În 2007 a scris un proiect, a solicitat o finanțare, care s-a aprobat și din care a reușit să cumpere mașini noi de care avea nevoie.

În 2004 lucra cu 2 angajați, dar acum în 2019 cererea pentru produse a crescut, motiv pentru care acum lucrează cu o echipă de 7 angajați.

2) Impactul

În această parte a Transilvaniei viața este dificilă. Mulți oameni, lucrează în străinătate, este greu să găsești angajați calificați sau angajați care doresc să muncească. Angajații din olărie sunt din Sâncrăieni, și sunt foarte fericiți, pentru că nu trebuie să călătorească pentru a avea un service.

Provocări (preocupări care au apărut, perspective diferite)

În fiecare zi trebuie să se concentreze asupra muncii, trebuie să inoveze, să schimbe

produsele în funcție de cererea clienților și să-și îmbunătățească produsele, deoarece există o concurență destul de mare pe piață și este vital să se țină cont de așteptări.

Cum se identifică clienții (tehnici creative folosite de strategia de marketing)

Strategia de marketing a Potter este de a face produse mai bune la prețuri accesibile. În plus, inovarea continuă și realizarea de noi produse fac, de asemenea, parte din strategia lor. Oferirea de reduceri în lunile de iarnă, când puterea de cumpărare este mai mică, alături de oferirea de prețuri preferențiale clienților fideli, este de asemenea o idee pe care se bazează. Nu în ultimul rând, aceștia încearcă să ofere furnizorilor lor o perioadă de plată mai mare (30 de zile).

Impactul social (dacă este cazul)

-

3) Soluții

Lecții învățate:

Dacă sunteți antreprenor, trebuie să iubiți ceea ce faceți și, în acest fel, niciodată nu simțiți că lucrați. Nu vă temeți de provocări și de eșec, acestea vă vor face mai puternici.



Soluții

Referințe



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.