

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

MATEJ DRAŠLER

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

POSLOVNI NAČRT PODJETJA SOLUTIO AD D.O.O.

Ljubljana, september 2013

MATEJ DRAŠLER

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani(-a) Matej Drašler, študent(-ka) Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor(-ica) zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije z naslovom Poslovni načrt podjetja Solution ad d. o. o., pripravljene(-ga) v sodelovanju s svetovalcem/svetovalko dr. Patricijo Kotnik in sosvetovalcem/sosvetovalko

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil(-a) vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal(-a);
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja(-ice): _____

KAZALO

UVOD	1
1 POVZETEK	2
1.1 Kratak opis poslovne priložnosti	2
1.2 Konkurenčna prednost in strategija	3
1.3 Ciljni trgi in tržni segmenti	3
1.4 Ekonomika in dobičkonosnost	3
2 ANALIZA TRGA	4
2.1 Opredelitev potrebe, ki jo podjetje zadovoljuje	4
2.2 Kupci	5
2.3 Konkurenca	7
2.4 Opredelitev in obseg trga ter trendi	8
3 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI IN OPIS PODJETJA	9
3.1 Utemeljitev priložnosti.....	9
3.2 Proizvodi oziroma storitve podjetja	9
3.3 Ime podjetja in blagovne znamke	11
3.4 Poslovni model podjetja in konkurenčna prednost	11
3.5 Velikost tržnih deležev	13
4 NAČRT TRŽENJA	14
4.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu).....	14
4.2 Cenovna strategija.....	14
4.3 Tržne poti	15
4.4 Trženjsko komuniciranje	16
4.5 Trženje storitev – trije p-ji	16
4.5.1 Ljudje.....	16
4.5.2 Proces	17
4.5.3 Fizični dokaz	17
5 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA	17
5.1 Ključni faktorji poslovnega procesa	17
5.2 Izvedbeni proces	19
5.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas	19
5.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja.....	20
6 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA	20
6.1 Vizija in poslanstvo.....	20
6.2 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja.....	21
6.3 Identificiranje priložnosti za rast podjetja.....	21
7 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN	21
7.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu	21
7.2 Terminski načrt	21
8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI	22
8.1 Vodstvo podjetja	22

8.2	Ključni kadri	22
8.3	Načrt zaposlovanja.....	22
8.4	Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju	23
8.5	Organizacijska struktura	23
9	FINANČNI NAČRT.....	23
9.1	Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina	23
9.2	Variabilni stroški	24
9.3	Fiksni stroški.....	24
9.4	Točka preloma	24
9.5	Dobiček.....	24
9.6	Oprelitev opreme ter denarja, potrebnega za zagon poslovanja	25
9.7	Viri financiranja in deleži v podjetju	25
9.8	Analiza donosnosti.....	26
10	ANALIZA OBČUTLJIVOSTI	26
10.1	Kritična tveganja in problemi	26
10.2	Občutljivost dobička s spreminjanjem ključnega ali reprezentativnega proizvoda (simulacije)	27
	SKLEP.....	27
	LITERATURA IN VIRI.....	28
	PRILOGE	

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Dobički po letih.....</i>	25
<i>Tabela 2: Dobičkonosnost kapitala po letih</i>	26

UVOD

Avtogeni trening je relativno nepoznana sprostitutvena tehnika, ki ima ob rednem in vestnem izvajanju, lahko veliko pozitivnih učinkov na naše zdravje. Običajno se jo poučuje individualno, v nekaterih primerih pa tudi preko telefona. S pojavom video vsebin preko spleta se je razvilo tudi t. i. "e-učenje" (angl. *e-learning*), ki pri poučevanju uporablja elektronske medije in informacijsko-telekomunikacijske tehnologije. E-učenje na področju sprostitutvenih tehnik je še v povojih in zahteva več ustvarjalnosti pri implementaciji načina poučevanja. Ta način poučevanja avtogenega treninga tako predstavlja vrzel, ki je zanimiva za potencialne investitorje.

Z razmahom svetovnega spleta je dostop do informacij postal samoumeven. Danes informacije namesto v knjigah pogosteje iščemo kar na svetovnem spletu, pri tem se pa poslužujemo pregledovanja različni spletnih strani, ki ponujajo svoje vsebine. Oglaševanje na teh spletnih straneh je postal globalen posel in v ZDA je oglaševanje preko spleta v letu 2011 skoraj preseglo oglaševanje preko televizije (Bureau, 2013). Od leta 2003 pa do leta 2012 je oglaševanje v ZDA beležilo povprečno letno rast skoraj 20 % (Bureau, 2013). Oglaševanje preko spleta na angleško govorečih straneh je tako zanimiva priložnost za podjetja, vendar je, tako kot na vsakem področju, konkurenca dejavna in fleksibilna.

Namen diplomskega dela je preučiti konkurenco na področju poučevanja sprostitutvenih tehnik preko svetovnega spleta in dobiti informacije za smiselnost implementacije podjetja Solutio ad d. o. o. Namenjeno je potencialnim vlagateljem kapitala, da se bodo lažje odločili investirati v to podjetje. Poleg tega želimo tudi raziskati, kaj želijo uporabniki avtogenega treninga ter pripraviti terminski načrt za izvedbo projekta.

Cilj diplomskega dela je oceniti smiselnosti implementacije poslovne ideje. S poslovnim načrtom želimo oceniti stopnje donosa, ki bodo odločitev oštevilčile.

Diplomsko delo je strukturirano na način, ki je običajen za poslovne načrte in je sestavljeno na podlagi predloge in priročnika, ki se uporablja pri podjetniških predmetih (Drnovšek, Stritar & Vahčič, 2005).

Najprej je v povzetku opisana okvirna poslovna ideja, nato je v tržni analizi pokazano, kakšen bo trženjski načrt. Sledi predstavitev produktov in opredelitev konkurenčne prednosti našega bodočega podjetja. Za tem je pojasnjen načrt prodaje in opisan potek trženja. V naslednji točki so predstavljeni še podjetniški kader in zunanji sodelavci. Sledi vizija podjetja ter terminski načrt, na koncu so opisana še kritična tveganja in predstavljen je finančni načrt.

1 POVZETEK

1.1 Kratek opis poslovne priložnosti

Naše podjetje bo pripravilo spletni tečaj avtogenega treninga v obliki video vsebin. Avtogeni trening je poznan kot zahodna meditacija in spada med najučinkovitejše in preverjene sprostitvene tehnike. Z njegovo pomočjo se že v 10 minutah popolnoma sprostimo in odpravimo posledice stresa, ki se nam dnevno nabira po napornem delovniku. Avtogeni trening se uporablja za zmanjševanje stresa in pripomore k boljšemu počutju. Zaradi učinkovitosti sproščanja ga uporabljajo tudi pri odpravljanju depresije, anksioznosti, nespečnosti, glavobolih in pri drugih težavah, ki so povezane s stresom.

Tečaj bo posnet v obliki video vsebin, ki bodo simulirale skupinski tečaj avtogenega treninga. Posneti skupinski tečaji bodo imeli prednost, saj bodo tečajniki vmes lahko zastavljali najpogostejša vprašanja, nazaj pa bodo dobili odgovor v obliki video vsebin. Tečaj bo posnet na način, ki bo omogočal, da bodo posamezniki med tedenskimi srečanji sami in brez težav vadili avtogeni trening. Med srečanji bodo pisali tudi avtogeni dnevnik, ki ga bodo v ozadju pregledovali trenerji in enkrat tedensko pripravili poročilo o njihovi vadbi. V poročilu jim bodo svetovali, kako izboljšati vadbo, jih motivirali, popravljali in usmerjali k pravilni vadbi. Tečaj bo tako interaktiven in približan tečaju v živo.

Za pridobitev kupcev bomo izdelali portala s področja sproščanja (www.relaxation-online.com) in področja depresije, nespečnosti, anksioznosti in stresa (www.solution-to.com). Omenjena portala bosta vsebovala bogato vsebino z naštetih področij in bosta tržila našo spletno stran www.autogenic-training-online.com, kjer bodo potekali tečaji avtogenega treninga. Oba portala bosta imela tudi dovolj ogledov, da bosta poleg avtogenega treninga tržila tudi oglasni prostor za zainteresirane oglaševalske agencije.

Na trgu, ki je za nas svetovni splet v angleško govorečem jeziku, ni razgibane ponudbe tečajev avtogenega treninga, čeprav je povpraševanje po sprostitvi (angl. *relaxation*, angl. *how to relax*) na spletu številčno (glej Prilogo 1). Poleg ljudi, ki iščejo sprostitve, je avtogeni trening primeren tudi za tiste, ki imajo težave s stresom ali so težave posledica stresa (anksioznost, nespečnost, depresija, glavoboli ...). Vsem tem poizvedovalcem je potrebno predstaviti avtogeni trening in jim ponuditi kakovosten tečaj, ki jim bo lahko predstavljal rešitev pri reševanju težav, ki jih imajo. Prav za te bomo izdelali spletni tečaj avtogenega treninga, ki bo delno avtomatiziran. Ljudi, ki mesečno poizvedujejo po informacijah s področja anksioznosti, stresa, sprostitve, je kar 27,52 milijona (glej Prilogo 1). Na podlagi tega bomo pripravili dve podporni spletni strani (www.solution-to.com in www.relaxation-online.com), ki bosta pokrivali široko vsebino, prva s področja anksioznosti, depresije, nespečnosti in stresa in druga s področja sprostitve. Na teh dveh portalih bomo nato usmerjali ljudi na stran, kjer bomo ponujali delno avtomatizirane tečaje avtogenega treninga (www.autogenic-training-online.com).

1.2 Konkurenčna prednost in strategija

Spletni tečaj avtogenega treninga bo na trgu sprostitev tehnik na spletu edinstven. Ponujal bo tečaj v video obliki, ki bo simulirala skupinski tečaj avtogenega treninga, kjer bodo lahko tečajniki zastavljali vprašanja in dobivali odgovore v obliki video ter tekstovnih vsebin. Glavna konkurenčna prednost bo v tem, da bodo tečajniki med tedenskimi srečanji morali pisati avtogeni dnevnik, ki ga bodo trenerji skrbno pregledovali. Vsakemu tečajniku bodo svetovali, kako spremeniti in izpopolniti vadbo, ter jim tako pripravili tedensko poročilo pred naslednjim srečanjem. To poročilo bodo tečajniki prebrali in pregledali preden bodo začeli z naslednjim srečanjem v obliki vnaprej posnetih video vsebin. Video vsebine se bodo na podlagi potreb tečajnikov in njihovih vprašanj bogatile vsake 3 mesece in tako bomo zadržali konkurenčno prednost pred morebitnimi novimi vstopi na trg. Prav ta bogata dvosmerna komunikacija je naša največja konkurenčna prednost, saj tega še nihče ne ponuja v taki obliki.

Vsebina podpornih portalov, ki bosta tržila storitev avtogenega treninga (www.solution-to.com in www.relaxation-online.com), se bo vsak mesec širila in ponujala vse bogatejše informacije. Tako se bo naša konkurenčnost, v primerjavi z močno konkurenco, ki je prisotna pri tematikah, ki ju portala pokrivata, sčasoma povečevala.

1.3 Ciljni trgi in tržni segmenti

Ciljni trg bodo angleško govoreči uporabniki spleta, ki iščejo informacije s področja avtogenega treninga, sprostitev tehnik, anksioznosti, depresije, nespečnosti, stresa itd. Okvirno je na mesečni ravni naštetih okoli 27,5 milijona poizvedb. Vsi ti uporabniki ali iščejo informacije ali pa iščejo rešitve za svoje težave. Prvim bomo ponudili informacije o njihovih težavah in jim predstavili eno od možnih rešitev, torej avtogeni trening. Tistim, ki pa že iščejo sprostitev, bomo predstavili avtogeni trening kot eno boljših možnosti za sprostitev in osebno rast. V začetku računamo, da bomo pridobili 1 od 100 iskalcev informacij, kar bi zneslo približno 275.000 obiskov spletnih strani na mesec. Vsi obiskovalci naših spletnih strani pa ne bodo samo potencialni kupci avtogenega treninga, ampak bodo hkrati tudi posredni vir prihodka, saj bomo služili tudi z oglaševanjem, glede na število ogledov naše spletne strani. Ciljni kupci bodo v tem primeru oglaševalske agencije, katere bomo izbrali tudi glede na našo vsebino (kakovostna vsebina s področja zdravja in farmacije).

1.4 Ekonomika in dobičkonosnost

Naše podjetje bo imelo ustanovni kapital v višini 20.000 €, ki ga bomo priskrbeli 4 družbeniki. Kapital bomo porabili za vzpostavitev spletnih strani, snemanje video vsebin za tečaj avtogenega treninga in za nakup aplikacije spletnega dnevnika. V prvem letu bi

imeli čisti dobiček v višini 4.347 €, naslednje leto pričakujemo dobiček v višini 6.225 €. Peto leto bi dobiček znašal 39.757 €, interna stopnja donosa pa bi bila 45,9 %.

2 ANALIZA TRGA

2.1 Opredelitev potrebe, ki jo podjetje zadovoljuje

Glede na to, da bo podjetje Solutio ad d. o. o. delovalo na treh področjih, ki so med seboj povezana in prepletena, zadovoljuje več potreb. S področja tečajev avtogenega treninga izhaja izrazita potreba po odpravi stresa na naraven način, v obliki sprostitvene tehnike. Povpraševanje po sproščanju je relativno veliko, kajti v svetu je preko spletnega iskalnika Google mesečno mogoče zaslediti 1.420.000 poizvedb po besedi angl. *relaxation* (sproščanje). Po besedi angl. *how to relax* (kako se sprostiti) pa kar 4.000.000. Ponudba spletnega (angl. *online*) tečaja na tematiko sprostitve ima tako velik potencial, saj omogoča udoben, preprost in učinkovit način sproščanja in tako zmanjševanja stresa.

Druga je potreba po zdravju (npr. zdravljenje depresije ali migren) na alternativen način ali kot dodatek k obstoječi terapiji (z zdravili, psihoterapija). Sproščanje lahko odpravi določene anksiozne motnje, nespečnost, visok krvni tlak, blago depresijo, jezo, pomaga pri neplodnosti ter pri simptomih zdravljenja raka (Benson, 1975). Tako posamezniki s sproščanjem zadovoljijo potrebo po bolj zdravem načinu življenja, saj znižujejo dnevno raven stresa. Nekateri lahko z avtogenim treningom pozdravijo tudi nespečnost, anksioznost, blage depresije, glavobole, zmanjšajo migrene (Arntz, 2003; Mitch & McGrady, 1976; Nicasso & Bootzin, 1974; Pilkington, Rampes & Richards, 2006; Roth & Conrad, 2007).

Ena izmed naših treh spletnih strani (www.solution-to.com) bo zadovoljevala potrebe po informacijah o depresiji, anksioznosti, nespečnosti in stresu. Ponujala bo široke informacije z omenjenih področij in tako pridobivala obiskovalce spletne strani. Osredotočila se bo tudi na področje informacij o zdravilih in alternativnih oblikah zdravljenja. S temi informacijami bo ustvarjala potrebe po sprostitvenih tehnikah in s tem tudi po avtogenem treningu. Na ta način bo tržila spletno storitev Autogenic Training Online. Spletna skupnost bo ponujala tudi plačljivi spletni dnevnik in beleženje dogodkov ter s tem zadovoljila potrebo po urejenih informacijah pri športu, zdravju ali zgolj pri dnevnikih zapisih.

Stran www.relaxation-online.com bo zadovoljevala potrebo po informacijah o različnih načinih sprostitve in med drugim tudi o avtogenem treningu. Vse spletne strani podjetja Solutio ad d. o. o. bodo zadovoljevale potrebo po oglaševanju na svetovnem spletu. Oddajale bodo oglasni prostor zainteresiranim podjetjem, večinoma mednarodnim oglaševalskim agencijam.

2.2 Kupci

Podjetje Solutio ad d. o. o. bo prodajalo spletni tečaj avtogenega treninga v angleščini v obliki video tečajev, spletni dnevnik in oglasni prostor na vseh svojih spletnih straneh. Kupci za oglasni prostor bodo mednarodne spletne oglaševalske agencije, ki oglašujejo po spletu ter spletni iskalnik Google s storitvijo AdSense. Ko bodo strani bolj uveljavljene oziroma visoko uvrščene v spletnih iskalnikih, bomo lahko pridobili višje cene za naš oglasni prostor.

Potencialne kupce tečaja avtogenega treninga lahko razdelimo na tri skupine. V prvi skupini so kupci, ki že poznajo avtogeni trening in jim ga je predstavil prijatelj, zdravnik ali pa so kje drugje zasledili to tehniko sproščanja. Ti kupci iščejo tečaj avtogenega treninga oziroma se ga želijo naučiti preko knjige, interneta ali osebnega tečaja. Iskalci avtogenega treninga globalno predstavljajo 6.600 poizvedb v angleščini na mesec in tako predstavljajo relativno majhen delež poizvedb, na katere cilja podjetje Solutio ad d. o. o. Pomembno je poudariti, da so ti morebitni kupci bolj nagnjeni k nakupu tečaja avtogenega treninga kot kupci, ki v iskalnikih poizvedujejo na primer o depresiji in jih je potrebno še prepričati o smiselnosti sproščanja in jim kasneje še prodati našo storitev Autogenic Training Online (glej Prilogo 7).

Druga skupina kupcev so iskalci kakršne koli sprostitev in po spletu poizvedujejo s ključnimi besedami kot so angl. *how to relax*, angl. *relaxation*, angl. *relaxation techniques* in angl. *relaxation exercises*. Ti kupci v večini še ne poznajo avtogenega treninga, vendar iščejo sprostitev ali sprostitveno tehniko. Mesečnih poizvedb po teh ključnih besedah v angleškem jeziku, na katere se bomo osredotočili, je okoli 5.310.000 (glej Prilogo 1). Ti kupci so se pripravljani naučiti tehnike sproščanja, vendar jim je še potrebno predstaviti avtogeni trening kot uspešno rešitev za potrebo po sproščanju. Za pridobitev teh kupcev bo vzpostavljena stran (www.relaxation-online.com) z bogato vsebino na temo sproščanja.

Tretja skupina kupcev avtogenega treninga ima težave, ki so povezane z zdravjem, na primer depresija, anksioznost, nespečnost ali prekomeren stres. Ti kupci še ne vedo za obstoj avtogenega treninga ali ne vedo, da je to lahko ena izmed rešitev njihovih težav. Preko spletne strani www.solution-to.com bodo kupci dobili informacije o svojih zdravstvenih težavah, zdravilih ter alternativnih načinih zdravljenja. Potencialni kupci bodo tudi izvedeli, da jim avtogeni trening lahko pomaga pri reševanju težav in bodo preusmerjeni na spletno stran, kjer bomo ponujali tečaje v obliki video vsebin. Po anketi sodeč (eden od 3400 kupcev) so najmanj naklonjeni nakupu avtogenega treninga, vendar bodo predstavljali velik delež kupcev tečaja, saj jih bo preko naše strani www.solution-to.com največ preusmerjenih na stran www.autogenic-training-online.com.

Solutio ad d. o. o. bo prodajal tudi dnevnik, ki bo že vključen v ceno tečaja avtogenega treninga ali pa ga bo posameznik lahko kupil kot samostojno storitev na www.solution-to.com.

to.com. Kupci tega dnevnika bodo, poleg tečajnikov avtogenega treninga, vsi, ki želijo spremljati svoje zdravje, športne rezultate, hujšanje, počutje.

Velikosti segmenta, na katerega se bo osredotočilo podjetje Solutio ad d. o. o., ni moč z natančnostjo opredeliti. Glede na to, da je storitev v angleščini v celoti dostopna na svetovnem spletu, smo si lahko pomagali s podatki, zabeleženimi pri spletnem iskalniku Google. Le-ta hrani vse poizvedbe po ključnih besedah, na katerih bo delovalo naše podjetje (glej Prilogo 20).

Vseh uporabnikov svetovnega spleta, ki poizvedujejo v angleščini (Internet world users by language, 2010), je 536,6 milijona. Na mesečni ravni je povpraševanje po ključnih besedah angl. *relaxation*, angl. *anxiety*, angl. *stress*, angl. *depression*, angl. *how to relax*, angl. *insomnia* veliko in znaša kar 27,52 milijona poizvedb (glej Prilogo 1).

Vse te osebe imajo zdravstvene težave ali se želijo sprostiti in iščejo informacije, da podrobneje spoznajo svoje možnosti za zdravljenje ali sprostitev. Od 7,48 milijona oseb, ki poizvedujejo po depresiji, jih okoli 12.000 išče alternativno zdravljenje depresije brez zdravil, naraven način. Naše podjetje vsebine spletne strani ne bo prilagodilo samo osebam, ki poizvedujejo le po ključni besedi depresija (7,48 milijona), ampak se bo osredotočilo predvsem na tiste, ki že iščejo alternativne oblike zdravljenja anksioznosti, depresije ali nespečnosti. Vsebina strani www.solution-to.com bo široka in ne bo usmerjena samo v najpogostejše ključne besede, ki jih posamezniki iščejo, ampak bo bogata tudi z manj pogostimi iskanji, ki jih je prav tako veliko.

Anketo, ki je vir naslednjih podatkov o kupcih, je izpolnilo 26 tečajnikov. Teh 26 tečajnikov je tečaj avtogenega treninga po protokolu British Autogenic Society opravilo osebno (v obliki individualnega ali skupinskega tečaja), in sicer v obdobju od novembra 2011 do aprila 2013. Protokol je identičen tečaju, ki ga bomo preko svetovnega spleta ponujali v obliki video vsebin.

Rezultati ankete kažejo na izredno pomembnost strokovne usposobljenosti učiteljev avtogenega treninga (glej Prilogo 11). Naši trenerji v ozadju so vsi diplomirali iz avtogenega treninga v Londonu na British Autogenic Society, kar bomo uporabili pri trženju naše storitve. Najpogostejši kupci so bili stari od 31 do 40 let in so imeli visokošolsko izobrazbo (glej Prilogo 5). Tečajniki so se o delovanju avtogenega treninga prepričali sami in niso dali toliko na mnenje drugih (glej Prilogo 13). Rezultati so tudi pokazali, da so ljudje za zdravje pripravljene investirati čas in denar. Velik delež tečajnikov, kar 75 %, pred odločitvijo za tečaj ni preučilo konkurence (glej Prilogo 9). Podrobnejša analiza je v Prilogi 2.

2.3 Konkurenca

Med primarno konkurenco smo uvrstili vse ponudnike tečajev avtogenega treninga. Avtogenega treninga se najboljše naučimo na tečaju s trenerjem, ki je usposobljen za poučevanje te sprostitvene tehnike, vendar se lahko usvajanja določenih novih znanj lotimo tudi sami, s pomočjo knjig, danes pa predvsem tudi preko spleta. Avtogeni trening je metoda, ki se je z veliko mero vztrajnosti lahko naučimo tudi sami. Težava, ki se pojavi pri samoukih, je v tem, da posameznik pogosto opusti vadbo, ko se pojavijo težave, ki jih sam ne zna rešiti. Pogosto je problem tudi motivacija, saj je pri usvojitvi tehnike, ki se jo vadi trikrat dnevno, potrebna tudi zunanja motivacija (obisk tečaja) in to predvsem na začetku, ko še ni pozitivnih rezultatov te sprostitvene tehnike.

Primarno konkurenco smo razdelili na štiri skupine ponudnikov tečajev avtogenega treninga:

- V prvi skupini so spletne strani, ki ponujajo tečaje avtogenega treninga zgolj z opisom tečaja in opisom gesel, ki jih ponavljamo med samim treningom. Ta skupina konkurentov predstavlja brezplačni način učenja avtogenega treninga in ima tako prednosti predvsem z vidika dostopnosti in cene. Kakovost tečaja omenjene skupine je najslabša, saj tečaj ne vključuje nadzora nad vadbo in motivacijskih dejavnikov vadbe, ni dvosmerne komunikacije pri poučevanju, ni strukturiranega urnika vadbe, posameznik nima možnosti konzultacij o vadbi, hkrati pa tečajnik tudi ne ve, ali vadi pravilno ali ne.
- Druga skupina v primarni konkurenci so video posnetki tečajev avtogenega treninga, ki so prosto dostopni, predvsem na Youtubu. Ta skupina se pri poizvedbah v iskalnikih (Google) uvršča visoko in nudi vodeno vadbo avtogenega treninga v obliki videov. Prednost te skupine konkurentov je v tem, da posamezniku ni potrebno brati dolgih razlag preko spleta, ampak zgolj posluša učitelja avtogenega treninga. Na ta način lažje in hitreje dojame, kako izvajati avtogeni trening. Kljub temu pa še vedno ni dvosmerne komunikacije med trenerjem in tečajnikom in tako tečajnik, ko ima težave, ne more nikogar vprašati za nasvet. Ta način vadbe je na prvi pogled boljši od strani z opisi tečajev, vendar z dobrimi opisi na spletu včasih ponujajo boljša navodila za kakovostno vadbo avtogenega treninga.
- Tretja skupina primarne konkurence so plačljivi spletni tečaji avtogenega treninga. Ta skupina je neposredni konkurent naši storitvi Autogenic Training Online in je pogosto v obliki avdio in video posnetkov. Prednost te skupine je v pedagoškem pristopu učenja avtogenega treninga, vendar kljub temu ne vsebuje dvosmerne komunikacije in nadzora nad vadbo.
- Četrta skupina primarne konkurence so tečaji avtogenega treninga pri terapevtu v živo. Ta skupina je lahko v obliki individualnega ali skupinskega tečaja. To je najkakovostnejša oblika poučevanja avtogenega treninga in ima vrsto prednosti pred tečaji preko spleta. Trener nadzoruje napredek posameznika pri tečaju; je na voljo pri

težavah, ki jih tečajnik ima pri vadbi; tečajnik ima urnik treninga, ki je potreben pri motivaciji; trener natanko razloži, kako se vadi in tečajniku pojasni morebitne skrbi in vprašanja. Slabost tečaja v živo pa je v dostopnosti storitve, saj mora tečajnik obiskati terapevta, ki je lahko oddaljen tudi več kot 100 km. Druga slabost je cena tečaja, ki se giblje od 300 do 700 € na tečaj.

Na spletu obstajajo brezplačne spletne strani, ki ponujajo tečaje avtogenega treninga zgolj v obliki besedil. Slabost tovrstnih spletnih strani je, da posameznik vadbo običajno opusti v nekaj tednih. Tedenska srečanja na tečajih, kontrola pisanja dnevnika, usmerjanje, motiviranje, popravljanje vadbe so jedro tečaja in uspeha posameznika pri usvojitvi te sprostivne tehnike. Ravno nadzor, spremljanje posameznika in motivacija so, v primerjavi z ostalimi ponudniki na trgu, prednosti našega tečaja.

Podrobnejši opis konkurence se nahaja v Prilogi 14.

Če povzamemo:

- Konkurenta s tako kakovostnim in inovativnim programom, kot bo naš, trenutno ni na trgu.
- Primarna konkurenca ni pretirano razvita, zato je bolj pomembna sekundarna konkurenca (ne avtogeni trening, pač pa tečaji sprostive).
- Pri spletnem portalu www.solution-to.com (depresija, nespečnost, anksioznost, stres) je konkurenca izjemna in bo trajalo vsaj dobro leto, da se stran uveljavi.
- Konkurenčni bomo z večjo stopnjo kakovosti storitve.
- Konkurenca ponuja več storitev ali tečajev naenkrat, kar je njihova prednost in slabost. Slabost je v tem, da je kakovost posameznega tečaja nižja, saj niso specializirani v eno smer. Prednost se pa kaže v večjem naboru storitev.

2.4 Opredelitev in obseg trga ter trendi

Ciljni trg so ljudje, ki lahko spremljajo tečaj avtogenega treninga v angleščini in iščejo na eni strani avtogeni trening ali na drugi strani sprostitev, lahko pa imajo tudi težave z zdravjem (stres, anksioznost, depresija, nespečnost) ter želijo najti informacije in napotke, kako se s temi težavami soočiti. Prodajali bomo tudi oglasni prostor in sodelovali z oglaševalskimi agencijami, ki plačujejo za oglasni prostor na dobro obiskanih spletnih straneh. Ljudi, ki iščejo omenjene tematike je mesečno okoli 27,52 milijona in vsi predstavljajo velik potencialni trg za naše storitve (glej Prilogo 1).

Podatki o konkurentih in njihovih prihodkih žal niso na voljo, saj so to premajhna podjetja v tujih državah in dostop do tovrstnih podatkov tam ni tak kot v Sloveniji. Težko je tudi pridobiti podatke, kdo je lastnik strani in iz katere države prihaja.

Podrobnejši opis trenda najdete v Prilogi 21.

3 UTEMELJITEV PRILOŽNOSTI IN OPIS PODJETJA

3.1 Utemeljitev priložnosti

Obseg poizvedb za katere bomo ponujali vsebino naših spletnih strani je velik (27,52 milijona) in obstajajo vrzeli predvsem s področja kakovostne vsebine na straneh s tematiko sproščanja. Povečuje se tudi število ljudi, ki imajo prej omenjene težave (anksioznost, stres, nespečnost itd.) in ti bodo iskali rešitve za svoje probleme. Konkurenca na trgu je prisotna in je na področju spletne strani www.solution-to.com precej razvita, medtem ko na področju tehnik sproščanja konkurenca ni tako intenzivna, če pogledamo prvih 20 zadetkov na Googlu. Potreba po avtogenem treningu je široka in bo s pomočjo podpornih strani (www.soltuion-to.com, www.relaxation-online.com) širšemu krogu ljudi predstavljena kot konkurenčna storitev sproščanja. Konkurenca ni podprta z vsebinskimi stranmi (angl. *content pages*), ki bi z bogato vsebino o težavah, ki jih imajo, vodile do njihovih storitev, pač pa mora uporabnik že sam iskati npr. tečaj sprostitve (angl. *relaxation course*). Naše podporne vsebinske strani bodo odpravljale prav to pomanjkljivost.

Anketa je pokazala, da so kupci pripravljeni plačati visoko ceno tečaja, če gre za njihovo zdravje (glej Prilogo 12) in je storitev strokovna (glej Prilogo 11) ter vredna zaupanja. Priložnost na trgu obstaja, saj podobne storitve podajanja tečaja še ni. Rezultati ankete so tudi pokazali, da se velik del tečajnikov ob primerni predstavitvi tehnike odloči za tečaj brez preučitve konkurence (glej Prilogo 9). Stran s kakovostno vsebino in močno optimizacijo (visoka uvrstitev v Googlu) ima veliko obiskov in se posledično dobro prodaja.

3.2 Proizvodi oziroma storitve podjetja

Podjetje Solutio ad d.o.o. bo ponujalo tečaje sprostitvene tehnike avtogeni trening na svetovnem spletu, in sicer na domeni www.autogenic-training-online.com. Storitve bo v angleščini, v obliki video tečaja s tržnim imenom Autogenic Training Online. Poleg video tečaja bo podjetje upravljalo tudi spletni portal (www.solution-to.com) s področja anksioznih motenj, depresije, nespečnosti in stresa ter podporno spletno stran (www.relaxation-online.com). S portalom www.solution-to.com in podporno stranjo bo podjetje tržilo storitve Autogenic Training Online, hkrati pa tudi oglasni prostor na omenjenih domenah.

Avtogeni trening je metoda sproščanja, ki jo najpogosteje poučujejo psihologi, pedagogi, oz. formalno izobraženi trenerji v obliki individualnih ali skupinskih tečajev. Uporablja se

ga pri zdravstvenih težavah, ki so povezane s stresom, ali zgolj kot orodje za zmanjšanje napetosti in izboljšanje splošnega počutja. Tako se običajno zanimajo za tovrstne tečaje posamezniki, ki so pod močnim stresom, imajo anksiozne motnje, blage depresije, jih muči nespečnost, imajo migrene, glavobole, visok krvni tlak. Kljub široki možnosti uporabe opisane sprostivne tehnike se za avtogeni trening najpogosteje odločajo ljudje, ki imajo psihične težave (anksioznost, depresija), saj je tu stres pogosto generator težav (Cox, 1978). Podrobnejši opis avtogenega treninga najdete v Prilogi 22.

Autogenic Training Online bo storitev, ki bo delno avtomatizirana, delno pa jo bodo v ozadju vodili trenerji avtogenega treninga. Tečaj bo sestavljen iz devetih srečanj, kjer si bodo tečajniki vsak teden ogledali vnaprej posnet skupinski tečaj avtogenega treninga. Da bo tečaj interaktiven in dvosmeren bodo tečajniki med tečajem lahko postavljali vprašanja, vnaprej posneti video posnetki pa bodo odgovarjali na najpogosteje zastavljena vprašanja. V primeru unikatnih vprašanj bodo imeli tečajniki možnost zastaviti vprašanje, na katerega bo trener v ozadju odgovoril v roku 24 ur. Tu je potrebno omeniti, da bodo posamezniki vse potrebno za samostojno izvedbo tečaja izvedeli že preko skupinskega video tečaja, ki bo posnet na tak način, da bo podal vse ključne pedagoške napotke za samostojno vadbo.

Po opravljenem video tečaju (srečanju) bodo morali tečajniki vaditi trikrat dnevno en teden in pisati dnevnik vadbe, ki je vzvod za trenerje v ozadju, da bodo videli, kako posameznik napreduje pri vadbi. Dnevnik bo najpomembnejši element, ki bo povezoval tečajnike in trenerje v ozadju in hkrati tudi predstavlja največjo dodano vrednost našega tečaja, saj bo omogočal nadzor nad kakovostjo in načinom vadbe vsakega tečajnika. Dan pred naslednjim tedenskim srečanjem (ogledom novega posnetka) bo trener prebral šest dni dnevnika posameznikovega individualnega treninga in mu podal napotke za nadaljnjo vadbo, popravil njegove morebitne napake ter ga motiviral pri nadaljnji vadbi.

Ob nakupu storitve bo imel tečajnik deset video srečanj (devet rednih vaj in eno ponovitevno vajo), kjer se bo naučil samostojne vadbe avtogenega treninga. Ves čas ga bodo spremljali terapevti, ki mu bodo desetkrat v obdobju tečaja svetovali in ga spodbujali pri vadbi. Tečaj bo imel prednost tudi v tem, da bo posnet v obliki skupinskega tečaja, kjer bodo tečajniki v videu zastavljali najpomembnejša vprašanja, da bodo lahko samostojno izvajali tečaj tekom tedna do naslednjega posnetka video tečaja.

Drugo področje, kjer bo podjetje delovalo, je spletna skupnost za ljudi z anksioznostjo, depresijo, nespečnostjo in prekomernim stresom (www.solution-to.com). Ta spletna stran bo nudila informacije o naštetih področjih in bo vsebovala opise bolezni in stanj. Poleg tega bo vsebovala informacije, kako si lahko posamezniki sami pomagajo in informacije o zdravilih, ki so na voljo za omenjene težave. Posamezniki bodo lahko tudi ocenjevali zdravila in si pisali vsakodnevni dnevnik (to je drug dnevnik kot pri avtogenem treningu). V dnevnik bodo lahko beležili, kako se počutijo, podatke o morebitni športni vadbi (razdalja, čas, intenzivnost, srčni utrip) ter koliko in katera zdravila jemljejo. Vpisovali

bodo lahko tudi, kakšna je njihova telesna teža, koliko kalorij so pojedli in kakšna prehranska dopolnila so zaužili ter ali so izvajali avtogeni trening ali katero drugo relaksacijsko metodo. Vse te podatke bodo lahko kasneje pregledovali in ugotavljali, kaj jim pomaga pri njihovem zdravju. Spletna skupnost bo imela forum, posamezniki bodo lahko pisali tudi bloge in objavljali fotografije. Namen te strani bo čim večja obiskanost spletne strani ter posledično trženje oglasnega prostora in trženje tečaja avtogenega treninga.

Stran www.relaxation-online.com bo namenjena oglaševanju avtogenega treninga, saj imata poizvedbi angl. *relaxation* in angl. *how to relax*, ki sta neposredno povezani s tematiko avtogenega treninga, skupaj 5 milijonov poizvedb na mesec. Stran bo ponujala vsebino s področja sproščanja (sprostitvene tehnike in različne vrste meditacije, različni članki o pomembnosti sprostitve, zdravilnih učinkih sprostitve ipd), hkrati bo tudi oglaševala Autogenic Training Online kot eno boljših poti do globoke sprostitve.

3.3 Ime podjetja in blagovne znamke

Spletna skupnost, ki bo bogata z vsebino in bo oglaševala avtogeni trening, bo na domeni www.solution-to.com (blagovna znamka Solution To). Ker v Sloveniji ne moremo uporabljati angleških besed v imenu podjetja (Solution to), smo se odločili za ime podjetja v mrtvem jeziku, v latinščini. Solutio ad d. o. o. bo preko ustreznih podatkov ponujalo rešitve za težave, ki jih imajo posamezniki s stresom, anksioznostjo, nespečnostjo in depresijo.

Storitev in druga blagovna znamka (Autogenic Training Online), ki bo ponujala tečaje avtogenega treninga, bo na domeni www.autogenic-training-online.com, ki bo na nek način blagovna znamka podjetja Solutio ad d. o. o. Imeni smo namenoma ločili, saj Solution To ponuja številne rešitve in informacije, druga pa storitev avtogeni trening (Autogenic Training Online).

Stran www.relaxation-online.com bo podporna stran, ki bo ločena od www.solution-to.com, vendar bo pod isto blagovno znamko Solution To. Drugo domeno bo imela zaradi optimizacije spletnih strani in širjenja oglaševanja za tečaj avtogenega treninga.

3.4 Poslovni model podjetja in konkurenčna prednost

Prihodke podjetja Solutio ad d. o. o. bodo predstavljala vplačila tečajnikov za 10-tedenski tečaj avtogenega treninga ter prihodki iz oglaševanja na spletni skupnosti (Solution to) in na podporni strani (www.relaxation-online.com).

Prednost tečaja avtogenega treninga, ki ga bo ponujalo podjetje Solutio ad d. o. o., je v približanju treninga skupinskemu tečaju v živo. Tečajnik bo imel namreč na voljo podporo

v ozadju, ki ga bo spremljala vsak teden in ga bo popravljala ter nadzorovala. Stranke bodo tako imele dejavnik motivacije, nadzora, napredka pri tečaju ter občutek varnosti, ki so bistveni, da tečajniki zberejo voljo in da usvojijo avtogeni trening. Pravilna vadba avtogenega treninga sama po sebi prinese rezultate, tako da ima podjetje motivacijo, da se tečajniki naučijo te tehnike in da po svetovnem spletu, po forumih, klepetalnicah ipd. širijo dobre rezultate. Cilj podjetja je uspešno zaključen tečaj vsakega posameznika.

Problem oglaševanja naše storitve bomo deloma rešili z vzpostavitvijo spletne skupnosti in podpornih strani, ki bodo vsebovale informacije s področja anksioznih motenj, depresije, stresa, nespečnosti in sproščanja. S pomočjo teh strani bomo lahko osveščali uporabnike o obstoju avtogenega treninga, hkrati pa bomo tudi oglaševali avtogeni trening ter oddajali oglaševalski prostor drugim zainteresiranim oglaševalcem.

Podjetje bo tudi prodajalo spletni osebni dnevnik (ločeno od avtogenega dnevnika), kamor si bodo posamezniki zapisovali športne treninge, spremljali svoj napredek pri športu ipd. Lahko bodo zapisovali, ali so opravili vadbo avtogenega treninga, koliko tehtajo, katera zdravila jemljejo, kako se počutijo, katere prehranske dodatke jemljejo, ali pa bodo preprosto napisali klasičen dnevnik. Podatke bodo lahko kasneje statistično obdelovali in ugotavljali, kaj vpliva na njihovo počutje, kaj jim pomaga pri obvladovanju stresa.

Kakovost spletnega tečaja (www.autogenic-training-online.com), ki ga bo podjetje ponujalo, bo neprimerno boljša od ponudnikov na trgu, saj bo vključevala tečaj, kjer posameznika ves čas spremljajo trenerji v ozadju, ga nadzorujejo in motivirajo. Tu je tudi razlog, da večino ljudi, ki se poskušajo sami naučiti te tehnike, preneha z vadbo. Prednost našega tečaja bo tudi v tem, da bodo tečaji oponašali skupinski tečaj avtogenega treninga v živo, tečajnik pa bo lahko kadar koli med tednom zastavil vprašanje trenerju, ki ga bo spremljal. Tako bodo naši tečaji interaktivni, preprosti za uporabo in tečajnik bo vse potrebno za samostojno vadbo izvedel preko posnetih video tečajev, kjer bo trener poučeval tehniko in pojasnjeval težave, ki se pojavljajo pri učenju avtogenega treninga. Vsa morebitna dodatna vprašanja, ki se bodo porodila tečajnikom, bo podjetje shranjevalo in odgovore objavilo ali jih posnelo v obliki video vsebin in tako še olajšalo uporabo tečaja. Tako bo obstajala pomembna dvosmerna komunikacija in nadzor nad vadbo tečajnikov. Tečaj avtogenega treninga bo tudi tehnološko napreden in izvedljiv preko pametnih telefonov, ki so vedno bolj v uporabi. Tečaj bo potekal po protokolu BAS (British Autogenic Society), ki izobražuje vse trenerje avtogenega treninga v Veliki Britaniji. Pri BAS so diplomirali tudi vsi trenerji, ki bodo sodelovali s podjetjem Solutio ad d. o. o.

Pri podpornih straneh, ki bodo zelo pomembne za dohodke podjetja Solutio ad d. o. o., bodo konkurenčne prednosti v tem, da bodo strani imele razširjeno vsebino, kar pomeni, da bodo pokrivalo večino proizvodov, ki jih uporabniki iščejo, in so povezane na primer z

besedo depresija (primer: depresija zdravila dojenje ali pa anksioznost zdravila vožnja z avtomobilom) (glej Prilogo 23).

3.5 Velikost tržnih deležev

Natančne ocene o povpraševanju po naših storitvah ne moremo podati, saj je odvisna od uvrstitve v Googlu, ki bo določena šele nekaj časa po nastanku strani. Uvrstitev v Googlu je odvisna od vsebine strani, ki bo široka, vendar je odvisna tudi od tega, koliko in kakšne strani imajo povezavo na našo spletno stran. Te podatke bomo lahko pridobili šele po daljšem času delovanja na svetovnem spletu in s spretno optimizacijo spletne strani. Povpraševanje po ključnih besedah depresija, anksioznost, nespečnost, stres, kako se sprostiti in sproščanje zavzemajo v angleškem jeziku 27,52 milijona poizvedb na mesec. Vsekakor je poizvedb, ki so izpeljane ali sorodne s temi poizvedbami, še enkrat toliko. Potrebno je tudi omeniti, da ista oseba lahko naredi več poizvedb. Opomba za oceno povpraševanja je v Prilogi 24.

- Vzeli smo oceno, da bo dve leti po obstoju naših spletnih strani, vsak stoti, ki bo iskal besedo povezano s spletnima stranema www.solution-to.com in www.relaxation-online.com, obiskal naši spletni strani. To bo pomenilo, da bo celotnih poizvedb veliko več (270.520 obiskov na mesec, tj. 8.877 na dan). Če se ob teh obiskih spletnih strani odloči za tečaj tolikšen delež, kot se je v anketi (eden na 3.400), bo to pomenilo 79 novih tečajnikov na mesec. Ta ocena predpostavlja, da je spletna stran že v polnem teku, tako bodo prvi dve leti rezultati najverjetneje nižji. Vse to zneso 14.420,00 € (180 € * 78 tečajnikov) prihodka na mesec s področja avtogenega treninga.
- S to oceno je povezano tudi oglaševanje na podpornih straneh in na strani avtogeni trening. Če imajo spletne strani 275.200 obiskov na mesec, bo to približno 800.000 ogledov strani (vsak v povprečju pogleda 3 strani ali več), kar bo prineslo dodatnih 7.200,00 € prihodka (3 pozicije oglasov * 3 € na oglas na 1000 prikazov).
- Poizvedb v iskalnikih po besedi »Autogenic Training« je 6.600 na mesec. Od tega pričakujemo vsaj 1.320 (20 % tržni delež glede na število ogledov strani) ogledov strani, kar bo pomenilo 4 nove kupce tečaja avtogenega treninga (v anketi je vsak 300 kupil tečaj avtogenega treninga) iz naslova te ključne besede, kar bo zneslo dodatnih 720 € prihodka na mesec.
- Aplikacija dnevnik bo na voljo za 60 € na leto. Oceno, koliko oseb se bo odločilo opraviti nakup te storitve, je zelo težko določiti, saj nismo opravili nobene ankete, ki bi zagotovila ta podatek. To je dodatna obstranska storitev in bo brezplačno na voljo vsakemu, ki bo kupil tečaj avtogenega treninga.

4 NAČRT TRŽENJA

4.1 Izdelki in storitve (s poudarkom na trženjskem delu)

Spletna storitev avtogeni trening (www.autogenic-training-online.com) bo ponujala tečaje omenjene sprostivne tehnike. Ta tečaj bo v obliki video posnetkov, ki bodo simulirali skupinski tečaj avtogenega treninga. Ti posnetki bodo drugačni od konkurenčnih, saj bodo s pomočjo simulacije skupinskega tečaja skušali približati tečaj avtogenega treninga resničnemu skupinskemu tečaju. Da bo izkušnja naših strank še bolj podobna tečaju v živo, bodo imeli tečajniki možnosti že med video tečajem zastaviti najpogostejša vprašanja, katerih odgovori bodo vnaprej posneti. Na vsa na novo zastavljena vprašanja bodo trenerji odgovorili v roku 24 ur in ti odgovori se bodo objavili na spletu za naslednje tečajnike. Tako bomo ves čas skrbeli za izpopolnjevanje naše storitve in zadovoljstvo strank. Širši opis najdete v Prilogi 25.

Spletna stran www.autogenic-training-online.com bo ponujala bogato vsebino o avtogenem treningu, saj spada tečaj med neiskane izdelke in kupci opravijo nakup šele po preudarnem razmisleku. Zato mora spletna stran objektivno podati vse možne informacije o avtogenem treningu tako, da se bo lahko potencialni tečajnik prepričal o pozitivnih učinkih te tehnike.

Podporni spletni strani, ki bosta tudi vir prihodkov, in sicer s področja trženja spletnega prostora, bosta prav tako imeli vsebino, po kateri bodo povpraševali obiskovalci spletnih strani. Pri www.solution-to.com bo poleg bogate vsebine namreč na voljo tudi forum, kjer bodo obiskovalci zastavljali vprašanja, na katera bodo odgovarjali drugi obiskovalci ali naša psihiatrinja. Vse primerne odgovore bomo nato zbrali, uredili po tematikah in ponudili na spletni strani ter tako bogatili vsebino spletne strani. Pri strani www.relaxation-online.com bo na voljo tudi forum v sklopu strani www.solution-to.com, kjer bodo iskalci informacij prav tako dobili odgovore na svoja vprašanja. Strukturirani odgovori s foruma bodo na voljo na spletni strani (www.relaxation-online.com).

4.2 Cenovna strategija

Postavitev prodajnih cen je za podjetje zelo pomembna, saj določa povpraševanje po storitvi in posledično višino dohodka in dobička. Pri oblikovanju cen smo si pomagali z anketo, cenami drugih konkurenčnih podjetji, upoštevali smo tudi psihološke dejavnike, ki vplivajo na nakup naše storitve.

Tečaj avtogenega treninga stane pri terapevtu v živo približno od 400,00 € do 800,00 € in več. Tečaj preko spleta ima, kljub temu da je lahko podoben tečaju v živo, v očeh kupca cenovno manjšo vrednost. Poleg tega kupec na spletu zlahka poišče konkurenta z nižjo

ceno in se tako ne bo odločil za nakup našega tečaja. Čeprav bi bil naš tečaj lahko bolj kakovosten, bi z visoko ceno lahko izgubili velik delež kupcev. Prenizka cena (na primer 90,00 €) bi pomenila, da bi morali prodati veliko več tečajev, kar pa pomeni, da bi se stroški za terapevte v ozadju bistveno povečali in tako bi ostalo malo prostora za dobiček podjetja. Hkrati lahko v očeh kupca prenizka cena pomeni, da se tečajnik ne bi lotil tečaja s tako resnostjo kot ob višji ceni in bi tako tečaj opustil. Vsaka stranka, ki opusti tečaj in ni zadovoljna z njim, lahko podjetju naredi veliko škode na forumih ali klepetalnicah. Tako moramo postaviti tako ceno, ki bo v očeh kupca imela vrednost in bo »prisilila« tečajnika, da opravi tečaj od prve vaje do zadnje. Motivacija za končanje avtogenega treninga je bistvena, da bo tečajnik uspel doseči pozitivne učinke avtogenega treninga. Zadovoljna stranka, ki bo uspešno opravila tečaj, bo skoraj zagotovo pustila pozitivne izkušnje nekje na svetovnem spletu in pomagala k dobremu trženju naše storitve.

Plačilo tečaja bo možno izključno v treh mesečnih obrokih, in sicer bo cena znašala 59,90 € za obrok, kar zneso skupaj 179,70 € za celoten tečaj. Z obročnim načinom odplačevanja skušamo olajšati nakup tečaja in še vedno obdržati ceno, ki bo podobna konkurentom. Pomembno je poudariti, da se tečajnik ob nakupu tečaja zaveže, da bo kupil celoten tečaj in ne samo prvega obroka. Možnost prekinitve bo seveda možna v upravičenih primerih, ki jih bomo obravnavali z največjim razumevanjem (zdravstvene težave, izguba vira dohodka ipd.).

V začetnem obdobju, kjer bomo testirali našo spletno stran in celoten tečaj, bo tečaj na voljo samo za 100 €. V tem obdobju bomo s pomočjo tečajnikov popravljali prve napake in odpravljali težave. Vse to bo ob razumevanju tečajnikov omogočalo gladek prehod v polno delovanje naše spletne strani.

Cena spletnega dnevnika, ki ga bomo ponujali na www.solution-to.com bo nizka, da bo pritegnila čim več uporabnikov, ki se bodo vračali na našo spletno stran prav zaradi dnevnika. Cena dnevnika za en mesec bo znašala 5 €, kar zneso 60,00 € na leto. Dnevnik bomo zaračunavali mesečno, vendar bo pogodba sklenjena najmanj za eno leto. Cene ne bomo nižali, lahko pa bomo ob povečanem povpraševanju ceno dvignili, da bomo pokrili stroške vzdrževanja te storitve.

Cene spletnega oglaševanja se po svetu razlikujejo. Na straneh s kakovostno vsebino se gibljejo od 5 €/€ do 25 €/€ na 1000 prikazov na spletnih straneh (Markgraf, 2013).

4.3 Tržne poti

Kupci avtogenega treninga in dnevnika bodo storitve kupili neposredno na naših spletnih straneh, kjer ne bo nobenega posrednika in bo šlo za poslovanje od podjetja do strank (angl. *B2C*). V primeru oglaševanja spletnega prostora se bomo kasneje, ko bo obisk večji, odločili za sodelovanje z oglaševalskimi agencijami, ki bodo za nas tržile naš oglasni

prostor. Možnost je tudi, da bodo podjetja kupovala storitve Autogenic Training Online, vendar bodo le-ta končni uporabnik in storitve ne bodo prodajala naprej, pač pa jo bodo uporabila za svoje delavce.

4.4 Trženjsko komuniciranje

S trgom bomo komunicirali preko naših spletnih strani, ki bodo naše oglaševalsko orodje. Tržili bomo oglasni prostor in storitvi dnevnika ter Autogenic Training Online.

Prvo leto pred obratovanjem podjetja se bodo izdelovale spletne strani www.solution-to.com, www.relaxation-online.com in www.autogenic-training-online.com. Te strani bodo ob primerni količini vsebine začele objavljati članke s področij, ki jih pokrivajo. Prvi način komuniciranja s trgom bo optimizacija treh spletnih strani (visoko uvrščanje v iskalnikih). Več o optimizaciji v Prilogi 26.

Poleg lastnih virov oglaševanja se bomo posluževali tudi socialnih omrežji kot so Facebook, Twitter in Google plus. Pri Facebooku bomo imeli spletne strani, ki bodo predstavljale vsebine naših spletnih strani in bodo tržile opcijo »Všeč mi je«. Facebook ima namreč zanimivo možnost trženja z opcijo »Všeč mi je«. Pri tej opciji si podjetja lahko zagotovijo široko bazo obiskovalcev, poleg tega objave na Facebooku vidijo tudi tisti, ki so prijatelji tistih, ki so izbrali opcijo »Všeč mi je«. Facebook ima tudi ugodno oglaševanje na 1.000 prikazov, ki je edino pri katerem se nam bo še splačalo oglaševati.

4.5 Trženje storitev – trije p-ji

4.5.1 Ljudje

V podjetju Solutio ad d. o. o. bomo največ dela opravili družbeniki podjetja. Za vsebino strani (pisanje člankov) bomo skrbeli psihiatrinja Anja K., psihologinja Anja B. ter direktor podjetja in trener avtogenega treninga Matej D. Vsak bo pokrival tematiko s svojega področja. Za vsebino najobsežnejše strani www.solution-to.com bomo skrbeli vsi trije, medtem ko bova za www.relaxation-online.com in www.autogeni-training-online.com skrbela psihologinja in trener avtogenega treninga. Vsi, razen direktorja, ki bo zaposlen za 8-urni delovnik, bodo ob načrtovani prihodkih zaposleni za največ 4-urni delovnik. Za lektoriranje angleških besedil bo pogodbeno skrbel Yuri Barron, Američan živeč v Sloveniji.

Za izvajanje tečaja avtogenega treninga bodo skrbeli diplomirani trenerji iz Velike Britanije, ki so bili sošolci Mateja Drašlerja na študiju v Londonu. Vsi trenerji bodo imeli neposreden stik s tečajniki in bo zato še toliko bolj pomembno, da bodo profesionalni, prijazni, sposobni in pripravljeni pomagati.

Trenerji bodo morali ravnati v skladu s kodeksom etike, ki so ga prejeli ob dokončanju študija, in usmeritvami, ki jih bo narekovalo podjetje. Trenerji bodo prebirali dnevnik in dajali napotke za prihodnjo vadbo in bodo tako neposredno odgovorni za napredek tečajnikov. Tečajniki se bodo lahko pritožili nad delom trenerja, ki bo moral izboljšati in upravičiti svoje napotke, zato se bo trudil opravljati delo vestno in kvalitetno.

Za vsebino foruma, ki bo na www.solution-to.com, bomo skrbeli Anja B. (psihologinja), Anja K. (psihiatrinja) ter Matej D.. Upravljali bomo forum in imeli stik z uporabniki le-tega.

4.5.2 Proces

Vsaka stranka, ki se bo odločila za tečaj avtogenega treninga, bo prejela tečaj v obliki video vsebin, ki bodo narejene na način, da simulirajo skupinski tečaj avtogenega treninga. Poleg tega bodo lahko brskali po različnih odgovorih na vprašanja v obliki video ali pisnih vsebin, lahko pa bodo zastavljali vprašanja, če bodo le-ta unikatna. Po vsaki uri tečaja bodo stranke doma same izvajale avtogeni trening in zapisovale svoje težave, opažanja in vprašanja. Dan pred naslednjim tečajem bodo naši trenerji pregledali njihove dnevnik in jim svetovali, kako morajo vaditi v prihodnje. To je ključni del tečaja, saj tečajniku pove, kako mora vaditi v prihodnje. Temu bo sledila nova vaja v obliki video vsebin, ki bodo prilagojena na način, kot bi tečajnik šel skozi skupinski tečaj v živo.

4.5.3 Fizični dokaz

Tečajniki bodo po koncu tečaja dobili diplomo s svojimi podatki, ki si jo bodo lahko natisnili. Ta tečaj bo potekal po protokolu British Autogenic Society (BAS) in bo osnova za morebitno izobraževanje za trenerja avtogenega treninga v Veliki Britaniji, ki ga BAS omogoča vsaki dve leti.

5 NAČRT PROIZVODNEGA ALI STORITVENEGA PROCESA

5.1 Ključni faktorji poslovnega procesa

Ključni faktorji poslovnega procesa pri podjetju Solutio ad d. o. o. bodo spletne strani in programi (dnevnik) ter video vsebine (tečaj avtogenega treninga), ki bodo delovale na spletnih straneh v angleškem jeziku. Našteti faktorji so vir prihodka. Vse spletne strani bodo upravljali zaposleni ali pogodbeni delavci. Oboji bodo skrbeli za vsebino strani, za potek tečaja avtogenega treninga, optimizacijo vsebine (visoko uvrščanje v iskalnikih), komunikacijo s strankami in za nemoteno obratovanje strani (upravljanje z Joomla, objavljanje člankov, struktura strani idr.).

Najpomembnejša programska oprema je brezplačni CMS za vzpostavitev spletnih strani Joomla. Z Joomla se postavi, oblikuje in nadgrajuje spletno stran. Joomla smo izbrali, ker je primernejša od Wordpressa, saj je namenjena večjim spletnim stranem. Z Joomla je potrebno znati upravljati in pomembno je, da tudi zaposleni obvladajo osnove upravljanje tega CMS sistema. Tako je pomembna tudi naročnina na JoomlaShak University, ki je video učilnica za upravljanje z Joomla. CMS Joomla bodo namreč morali znati uporabljati vsi zaposleni v podjetju in s to naročnino na šolanje bo poskrbljeno za nenehno izobraževanje. Poleg programske opreme je pomemben tudi strežnik, ki ga bomo imeli pri Hostgatorju, ki je svetovni ponudnik za strežnike.

Poleg Joomla je potrebno imeti tudi računalniške programe, kot so Open office za pisanje besedil in Filezilla odprtokodni FTP program za prenos datotek iz računalnikov na strežnik, kjer bodo spletne strani. Vsa programska oprema, ki jo bomo potrebovali bo torej brezplačna in je ključna za vzpostavitev spletne strani in vodenje tečaja avtogenega treninga.

Ključni faktorji poslovnega procesa bodo seveda tudi video vsebine, ki jih bo posnelo podjetje Info TV d. d. Z leti se bodo video vsebine dopolnjevale in bogatile z namenom čim večje avtomatizacije tečaja in zmanjšanjem vloge trenerjev v ozadju. Video vsebine bodo jedro avtogenega treninga in bodo poleg spletnih strani najpomembnejši faktor poslovnega procesa.

Potrebovali bomo tudi računalnike, ki bodo na začetku delovanja podjetja last vsakega posameznika in jih bo podjetje kupilo zaposlenemu šele, ko bo finančno stabilizirano. Brez računalnika poslovni proces ne more potekati, saj ga ne bomo mogli nadzorovati in posodabljati.

Brez produkcijskega faktorja delo poslovni proces ne more delovati. Kot je omenjeno, bo potrebno skrbeti za pisanje vsebine spletnih strani, kar bomo počeli večinoma lastniki podjetja Solutio ad d. o. o. Poleg vzdrževanja spletnih strani in vsebine bodo ključni tudi trenerji v ozadju, ki bodo skrbeli za nemoten potek delovanja spletnega tečaja. Vsi trenerji bodo imeli formalno izobrazbo za poučevanje avtogenega treninga pri British Autogenic Society in bodo usposobljeni za delo s tečajniki.

Vso angleško vsebino spletnih strani bo potrebno lektorirati, za kar bo skrbel Yuri Barron. Vsi pisci besedil imamo izvrstno znanje angleščine in smo usposobljeni za pisanje besedil angleščini (več na www.autogenic-training-online.com, kjer si lahko ogledate besedila).

5.2 Izvedbeni proces

Podjetje Solutio ad d. o. o. bo imelo tri vire finančnega priliva. Prvi vir je prodaja oglasnega prostora na vseh spletnih straneh. Drugi vir je prodaja spletnega dnevnika, tretji pa prodaja tečajev avtogenega treninga.

Za vse te poslovne procese bo potrebno pisanje člankov, optimizacija spletnih strani, lektoriranje in objava člankov. Pri avtogenem treningu bo potrebna še priprava video vsebin in njihovo urejanje ter vodenje tečajev, ki vključuje tudi odgovarjanje trenerjev na dnevnik tečajnikov. Vsem tem pripravam je skupno urejanje spletnih strani, kar je predpogoj, da sploh pride do prodaje. Pri viru prihodkov s področja prodaje spletnega prostora bo potrebno trženje le-tega, preden se bo zgodila prodaja pri potencialnih oglaševalcih.

Pri našem dnevniku (www.solution-to.com) bo po trženju te storitve sledila tudi prodaja in urejanje podatkov po nakupu. Večina tega procesa bo avtomatizirana, tako da bo z dnevnikom manj dela.

Avtogeni trening kot tretji vir prihodka bo predstavljal največ dela po nakupu storitve in ne na koncu. Po uspešnem trženju in prodaji te storitve bo potrebno spremljati tečajnike, jim pisati navodila za vadbo, urejati video posnetke in skrbeti za odnose s strankami. Ta proces bo potekal vsakodnevno. Za to bodo vsak dan skrbeli trenerji avtogenega treninga, in sicer 5 ur na dan (vsak na tri dni po pet ur).

5.3 Potrebe po zaposlenih in delovni čas

Lastniki podjetja bodo štirje, in sicer Anja K in Anja B, Tomi D. in Matej D. Vsi se bomo zaposlili v podjetju šele, ko bodo strani dobro optimizirane in bodo vidni prilivi iz naslova oglaševanja spletnih strani. Predvidoma bo to dve leti po pričetku pisanja člankov.

Anja K. bo poleg tega, da bo primarno zaposlena kot psihiatrinja, pri Solutio ad d. o. o. zaposlena še za 4 ure. Skrbela bo za pisanje člankov, optimizacijo teh člankov in odgovarjanje na vprašanja na forumu. Pisanje člankov ne bo tako intenzivno kot prvi dve leti pisanja in optimizacije, zato bodo štiri ure na dan dovolj za potrebno delo. Neto plača za polovični delovni čas bo približno 1.040 € in bruto plača približno 2080 €. Natanko ista opravila bodo veljala za psihologinjo Anjo B., ki bo prav tako zaposlena za štiri ure in bo opravljala podobna opravila kot Anja K. Tomi D. bo skrbel za največji del optimizacije spletnih strani in bo prav tako delal štiri ure dnevno ter prejemal enako plačo kot Anja K. in Anja B. Vsak dan bo objavljajal povezave, skrbel za dobro optimizacijo vsebine in dober ugled strani na forumih, kjer se bodo pojavljale debate o naših spletnih straneh. Pred redno zaposlitvijo bodo vsi delali pogodbeno, tako da bom v podjetju sprva zaposlen le Matej Drašler.

Matej Drašler bom zaposlen za polni delovni čas in bom, poleg v tem razdelku naštetih nalog, skrbel še za trženje oglasne vsebine, odgovarjanje na posebna vprašanja tečajnikov avtogenega treninga, urejanje dnevnika in vsa opravila, ki se bodo pojavila sproti. Moja bruto plača bo znašala 3.750 € oz. neto 1.850 €. Redno se bom zaposlil, ko bo zagotovljenih dovolj prihodkov iz naslova avtogenega treninga.

5.4 Zunanji sodelavci in zunaj najeta podjetja

Osnovno spletno stran bomo izdelali sami, vendar bomo potrebovali pomoč pri implementaciji video vsebin in izdelavi dnevnika. Za to bomo najeli podjetje preko Elance.com, ki je locirano v Indiji in ima dobre povratne ocene od podjetij, s katerimi je sodelovalo v preteklosti. Cena avtogenega dnevnika in opcije ocenjevanja zdravil bo stala 2.000 €.

Podjetje INFO TV d. d. bo izdelalo video tečaj avtogenega treninga in ga v ustrezni obliki vključilo na našo spletno stran. Cena režije, snemanja, montaže in spletnih storitev znaša 10.000 €. Potrebno je tudi plačati tečajnike, ki bodo snemali tečaj avtogenega treninga, kar bo stalo še dodatnih 2.000 €.

Največji strošek zunanjih sodelavcev na dolgi rok bodo predstavljali trenerji avtogenega treninga. Potrebe po trenerjih bodo sprva manjše in bodo stale 40 € na uro pomoči. Pri obsegu 78 tečajnikov na mesec bo strošek trenerjev avtogenega treninga znašal približno 4.000 € na mesec. Trenerje bomo pridobivali sproti, po potrebi. Glede na grobo oceno povpraševanja bomo podpisali pogodbe s štirimi trenerji avtogenega treninga. V primeru povečanega obsega dela bomo lahko pridobili še dodatne trenerje. Pogodbe bodo podpisane na način, da se bomo ob pomanjkanju dela prilagodili manjši potrebi po trenerjih.

Zunanji sodelavci bodo tudi podjetja, kjer bomo imeli strežnike, oglaševalci (npr. Facebook) in druga podjetja, kjer bomo potencialno oglaševali.

6 DOLGOROČNA STRATEGIJA PODJETJA

6.1 Vizija in poslanstvo

– Vizija:

Podjetje Solutio ad d. o. o. bo postalo glavni ponudnik spletnih tečajev avtogenega treninga preko spleta na svetu. Ponašalo se bo s kakovostnimi trenerji in visokimi standardi zadovoljstva kupcev. Z dejavnostmi na svojih portalih pa bo nudilo kakovostno in fleksibilno zbirko znanja ter rešitve, ki bodo pripomogle k manj stresnemu življenju.

– Poslanstvo:

Podjetje Solutio ad d. o. o. bo ponujalo video tečaje sprostitvene tehnike, avtogeni trening in informacije s področja težav, ki jih povzroča stres. S svojim delovanjem želimo pokazati, da si posamezniki sami lahko pomagamo pri s stresom povezanimi težavami.

6.2 Opredelitev merljivih ciljev za prvih 5 let poslovanja

Podjetje bo že v prvem letu ob predvidenih prihodkih doseglo dobiček v višini 4.347 € (glej Prilogo 29). Naslednje leto bodo prihodki bistveno višji, saj bodo spletne strani delovale že več kot eno leto in bodo imele zadosten obisk za tako skokovite prihodke. Tretje leto se bo rast prihodkov upočasnila. Ob koncu petega leta poslovanja bomo dosegli dobiček v višini 39.757 € in 4,58 % rast prihodkov. Ves čas bomo imeli v povprečju zaposlena 2,5 delavca, prvo leto na pogodbi, kasneje pa bodo trije zaposleni za polovični delovni čas, sam bom pa zaposlen za polni delovni čas, saj se bom ukvarjal samo s podjetjem Solutio ad d. o. o.

6.3 Identificiranje priložnosti za rast podjetja

V prvih 10 letih poslovanja bo podjetje v prvih štirih letih izpopolnjevalo storitve, ki jih bo nudilo, s posredovanjem kakovostnih besedil na spletne strani in z dopolnjevanjem video tečajev avtogenega treninga. Od petega do šestega leta bo sledil prehod vseh storitev tudi na nemški jezik, kar bo pomenilo potrebo po prevodu vseh spletnih strani. Dva trenerja s katerima bomo sodelovali že v angleškem jeziku sta iz Nemčije, tako da bo prehod bistveno lažji. Ob povečanju potrebe po nemško govorečih trenerjih, bomo šolali nove trenerje avtogenega treninga iz Nemčije. Ob primernem uspehu prehoda na nemški jezik, bomo od sedmega do desetega leta vpeljali tudi španski jezik. S to uvedbo bo potrebno na usposabljanje v London poslati še trenerje iz Španije.

7 SPLOŠNI TERMINSKI PLAN

7.1 Ključne aktivnosti v prvem poslovnem letu

Glej Prilogo 27.

7.2 Terminski načrt

Glej Prilogo 15.

8 VODSTVENA SKUPINA IN KADRI

8.1 Vodstvo podjetja

Direktor podjetja bom Matej Drašler in bom, skupaj s še tremi lastniki, 40 % lastnik podjetja. Vsak od vodstvenih delavcev (Anja B., Tomi D. in Anja K.) bo imel 20 % delež v podjetju. Anja B., Anja K. in Tomi D. bodo zaposleni za štiri ure ves čas delovanja. Za svoje delo bomo dobivali plače, poleg plač pa bomo letno izplačevali tudi dobiček. Za to strukturo smo se odločili zato, da bo vsak motiviran za svoje delo, saj bosta predvsem od njega odvisna uspešnost podjetja in delež njegovega dobička.

8.2 Ključni kadri

Najpomembnejši kadri za uspeh v podjetju so, poleg naštetih v prejšnji točki, tudi trenerji avtogenega treninga, saj brez njih storitev Autogenic Training Onlinene bo mogla delovati. Trenerji avtogenega treninga bodo dnevno odgovarjali na vprašanja, ki jih bodo zastavljali tečajniki, pregledovali dnevnike tečajnikov in jim svetovali kako naprej. Kakovost dela trenerjev je dolgoročno najpomembnejša za podjetje, saj bodo zadovoljni kupci največja garancija za uspeh storitve tečaja avtogenega treninga na dolgi rok. Trenerje avtogenega treninga bomo pridobili iz Velike Britanije in bodo delali od doma. Vsi trenerji so diplomirali pri British Autogenic Society in so usposobljeni za poučevanje avtogenega treninga. Vsi trenerji imajo tudi lastno prakso in bodo delali maksimalno pet ur na vsake tri do štiri dni, odvisno od tega, kakšna bo potreba po njih, kar bo na mesec zneslo 50 delovnih ur. V primeru prevelikega povpraševanja imamo na voljo preko 50 trenerjev v Veliki Britaniji. S trenerji bomo poslovali pogodbeno.

8.3 Načrt zaposlovanja

Vsi družbeniki se bomo pogodbeno zaposlili prvi mesec poslovanja, vendar bomo prejeli plačilo šele v petem mesecu poslovanja, in sicer zaradi prenizkih prihodkov v prvih mesecih poslovanja. Vsi se bomo redno zaposlili šele v desetem mesecu poslovanja, ko bo prihodek od prodanih storitev zadosten. Sam bom zaposlen za 8 ur, medtem ko bodo ostali družbeniki zaposleni za polovični delovni čas.

Trenerji avtogenega treninga bodo z nami sodelovali pogodbeno. Peti, šesti in sedmi mesec poslovanja bomo sodelovali z dvema trenerjema, nato do decembra samo z enim, saj bo premalo dela. V drugem in tretjem letu poslovanja načrtujemo sodelovanje s tremi trenerji avtogenega treninga, nato v četrtem letu s štirimi in v petem letu s petimi trenerji. Pri tem je treba omeniti, da bom tudi sam opravljal delo trenerja v ozadju, če bo to potrebno. Delo trenerjev se bo lahko z leti bistveno zmanjšalo, saj se bo proces dodatno avtomatiziral na

podlagi predhodnih vprašanj, na katere bodo trenerju že odgovorili in jih bodo zgolj posredovali tečajnikom še enkrat.

8.4 Politika zaposlovanja in nagrajevanja v podjetju

Prvi trenerji, s katerimi bomo poslovali, so bili moji sošolci v Veliki Britaniji. Ti trenerji že imajo lastno prakso v Veliki Britaniji in so izkušeni terapevti avtogenega treninga. Dnevno bodo delali do pet ur, oziroma dokler delo ne bo opravljeno. Ob povpraševanju 79 tečajnikov na mesec vsak delal vsake tri dni, saj bomo imeli pogodbeno zaposlene tri trenerje. Dela ne bo potrebno opraviti v enem kosu, ampak v 24 urah, tako da bo delo fleksibilno. Vsak tečajnik bo lahko tedensko podal oceno, kako je zadovoljen s trenerjem, ki je odgovarjal na njegova vprašanja oz. dajal napotke za naprej. Ob pretiranem nezadovoljstvu s trenerjem se bomo z njim pogovorili, ob izjemnem zadovoljstvu pa bomo trenerje nagrajevali z dodatnimi 5 oz. 10 € dodatka na uro.

8.5 Organizacijska struktura

V podjetju bodo štirje lastniki, kjer bo vsak pokrival določeno strokovno področje. Tomi D. ima široko znanje s področja optimizacije spletnih strani. Tako bo sam skrbel za optimizacijo strani (visoko uvrščanje v Googlu), hkrati pa bo nadzoroval delo optimizacije indijskega podjetja in nas izobraževal pri optimizaciji besedil, ki jih bomo pisali pisci člankov. Anja B. in Anja K. sta psihologinja in psihiatrinja, kar pomeni, da imata znanje s področja vsebine strani www.solution-to.com. Obe bosta pisali članke s področja stresa, depresije, anksioznosti, nespečnosti ipd. Sam sem terapevt avtogenega treninga in imam znanja s področja avtogenega treninga in poučevanja le-tega. Imam pa tudi znanja osnov s področja optimizacije in področij, ki jih obvladata Anji. Tako bom lahko usklajeval in nadzoroval delo vseh zaposlenih v podjetju. Trenerji avtogenega treninga bodo z nami sodelovali pogodbeno, sam pa bom njihovo delo nadzoroval.

9 FINANČNI NAČRT

9.1 Prihodki in predpostavke za izračun: cena, količina

Pri prodaji oglasnega prostora smo ocenili, da bo peti mesec stran obiskalo približno 20.083 obiskovalcev. Vsak obiskovalec si bo v povprečju ogledal 4 strani, kjer bodo na vsaki strani po 3 oglasi po ceni 3 € na 1000 prikazov. Peti mesec bi to zneslo približno 672 prikazov oglasa po 3 €. Konec leta je predviden obisk približno 58.300 obiskovalcev v enem mesecu in prihodek iz tega naslova za 2.100 €. V sledečih letih bi se obiskanost naše spletne strani vsako leto povečevala in ob koncu petega leta znašala približno 200.000 obiskov na mesec, kar znese približno 800.000 prikazov treh oglasov po 3 €. V enem letu to pomeni 84.000 € prihodka z naslova oglaševanja.

Spletni tečaj avtogenega treninga se bo pričel peti mesec poslovanja in bo prve tri mesece delovanje zaradi poskusne dobe na voljo po znižani ceni 100. Ob polni ceni 180 € za tečaj pričakujemo najprej 17 tečajnikov na mesec in nato ob koncu leta 28 tečajnikov na mesec. Prihodki iz naslova tečaja avtogenega treninga bodo prvo leto znašali 32.160 €, drugo leto pa že 144.000 €, saj bomo v povprečju pričakovali malo več kot dva nova (2,15) tečajnika na dan, konec petega leta pa 2,68 novega tečajnika na dan.

Pri dnevniku smo predpostavili, da bomo vsak mesec pridobili 10 novih zapisovalcev dnevnika. Na koncu leta bi jih bilo na 12-mesečno obdobje naročenih 200, kar v povprečju pomeni 16 novih strank vsak mesec oz. 1 nov vsak drugi dan. Konec petega leta pričakujemo 2000 naročnikov na dnevnik, od katerih predvidevamo, da bo veliko starih strank.

9.2 Variabilni stroški

Podjetje ima samo ene variabilne stroške in to so stroški trenerjev avtogenega treninga, ki jih bomo potrebovali glede na prodajo tečajev avtogenega treninga. Vsak trener bo na enega tečajnika v povprečju porabil 20 minut na teden. Tako bo en trener na dan v povprečju svetoval 15 tečajnikom (5 ur x 3 tečajniki na uro). Vsak trener bo na vsake 4 dni delal tako, da bomo potrebovali 3–4 trenerje ob predvidenem povpraševanju.

9.3 Fiksni stroški

Fiksni stroški podjetja so: plače zaposlenih, stroški obratovanja spletnih strani (domene, serverji), stroški izobraževanja (Joomla University), stroški oglaševanja (Facebook, Google), stroški računovodstva in stroški optimizacije.

9.4 Točka preloma

Imamo tri proizvode, ki imajo skupne fiksne stroške. Tako smo najprej porazdelil stroške glede na posamezni proizvod, nato izračunali točko preloma glede na proizvod v dvanajstem mesecu poslovanja, ko so bili prisotni že vsi fiksni stroški. Točka preloma za najbolj prodajan proizvod je pri 23,46 tečajnikih na mesec oz. pri 24 tečajnikih. Če bi želeli pokriti vse stroške samo s tečajem avtogenega treninga, bi potrebovali prodati 41,22 tečajev avtogenega treninga v dvanajstem mesecu poslovanja (glej Prilogo 16).

9.5 Dobiček

Dnevni dobiček v prvem mesecu je negativen, tako da izguba znaša 21 €. Konec leta oz. v dvanajstem mesecu poslovanja je dnevni dobiček pozitiven in znaša 43,48 €. Mesečna

izguba v prvem mesecu poslovanja znaša 637,00 € in dobiček konec dvanajstega meseca 1348,00 €. Dobički po letih so naslednji:

Tabela 1: Dobički po letih

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Dobiček (v €)	4.347	6.225	16.401	30.793	39.757

9.6 Opredelitev opreme ter denarja, potrebnega za zagon poslovanja

Naša oprema bodo neopredmetena sredstva, in sicer spletne strani, video vsebine in njihova implementacija na spletne strani ter spletni dnevnik. Računalniško opremo bo imel vsak sam, prav tako ne bo poslovnih prostorov, ker bo delo potekalo od doma. Za zagon podjetja bomo potrebovali 20.000 €, 16.000 € bodo stala neopredmetena osnovna sredstva ostalo bomo potrebovali za tekoče poslovanje:

- 10.000 € za video vsebine in implementacija na spletne strani (INFO TV d.o.o.). Amortizacijska stopnja znaša 20 % letno.
- 3.000 € za pomoč pri izgradnji spletnih strani (Elance). Amortizacijska stopnja znaša 20 % letno.
- 3.000 € izdelava dnevnika (Elance). Amortizacijska stopnja znaša 20 % letno.

9.7 Viri financiranja in deleži v podjetju

Podjetje se bo sprva financiralo iz kapitalskih vložkov, ki bodo znašali skupaj 20.000 €. Namenjeni bodo zagonu spletnih strani in video vsebin, ki bodo potrebne za opravljanje dejavnosti. Podjetje bo imelo 4 družbenike z naslednjimi deleži:

- Anja B. 3.600 €
- Anja K. 3.600 €
- Tomi D. 3.600 €
- Matej D. 7.200 €

Kapitalski vložek bo vsak priskrbel sam.

9.8 Analiza donosnosti

Dobičkonosnost kapitala je po letih naslednja:

Tabela 2: Dobičkonosnost kapitala po letih

	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto	5. leto
Dobičkonosnost kapitala (v %)	22	26	62	93	80

Dobičkonosnost kapitala je precej visoka, vendar je celotni kapital glede na prihodke relativno majhen in je zato donosnost kapitala lahko večja. V primeru večjih vlaganj v osnovna sredstva s povečanjem kapitalskih vložkov (dokapitalizacija) bi bil tudi ta kazalec nižji ob podobno visokih prihodkih.

Tudi neto sedanja vrednost podjetja je visoka ob dokaj nizkih vlaganjih in znaša ob diskontni stopnji 10 % kar 121.840 €. Glej Prilogo 28.

Tudi interna stopnja donosa je visoka in znaša kar 45,9 %. Izenačeni donosi in vlaganja v sedanji vrednosti prinesejo kar 45 % donosa, kar je izjemno dober kazalec. Ta kazalec je visok, ker je malo vložka glede na dobiček, zato se investicija s tega vidika obrestuje.

10 ANALIZA OBČUTLJIVOSTI

10.1 Kritična tveganja in problemi

Največje tveganje za naše podjetje je okolje na spletu. Popolnoma bomo odvisni od spletnega podjetja Google in njegovega iskalnika. Če Google naše spletne strani ne bo zaznal kot verodostojne in kakovostne na dolgi rok, se bomo soočali z velikimi težavami. Ne bomo imeli obiskovalcev strani in s tem prihodka od oglaševanja in tudi avtogenega treninga.

Ta scenarij smo že upoštevali pri ocenjevanju obiskov spletnih strani, kjer smo vzeli konzervativno oceno prvega obiska na 100 iskanj v Googlu, in sicer na področju, ki ga naša spletna stran ponuja. Poleg te ocene bomo veliko časa in denarja namenili optimizaciji spletne strani. To pomeni, da bomo ves čas vlagali napore v to, da nas bo Google prepoznal kot verodostojno spletno stran s kakovostno vsebino. Tako bomo na dolgi rok visoko uvrščeni v iskalnikih in posledično bo naša obiskanost precej višja od ocene, ki smo jo zastavili. Naš družbenik Tomi D. se poklicno ukvarja z optimizacijo spletnih strani, poučil pa nas bo tudi o pravilnem pisanju člankov in pravilni uporabi povezav (angl. *backlink*) na našo spletno stran. V optimizacijo bo vključeno tudi tuje podjetje, ki bo dodatno skrbelo za visoko uvrščanje v Googlu. To podjetje bo usmerjal Tomi D., saj Google napačno »trženje« spletnih strani kaznuje s slabšimi uvrstitvami v iskalnikih.

10.2 Občutljivost dobička s spreminjanjem ključnega ali reprezentativnega proizvoda (simulacije)

Glej Prilogo 17 in 18.

SKLEP

Namen diplomskega dela je bil pripraviti dokument s katerim bi lahko pridobili potencialne investitorje kapitala in pokazali smiselnost te naložbe.

Neposredna konkurenca za spletni tečaj avtogenega treninga ni velika, vendar je po drugi strani avtogeni trening relativno manj poznana tehnika sproščanja kot npr. različne oblike meditacij. Na trgu je tako veliko prostora za naše podjetje, vendar bomo morali ponuditi kakovostno izdelano storitev. Storitve bomo tržili s pomočjo portalov, ki bodo opisovali zdravstvene težave, katere lahko avtogeni trening uspešno odpravi. Strokovni sodelavci, ki bodo vodili tečaje avtogenega treninga, bodo visoko izkušeni in izobraženi, kakovost njihovega dela pa bomo tedensko preverjali.

Podporne spletne strani bodo ob načrtovani obiskanosti tudi priložnost za njihovo trženje in dodaten zaslužek, ki bo predstavljal kar 20 % vseh prihodkov. Strani bomo sproti širili in posodabljali, in sicer z namenom večje prepoznavnosti in obiskanosti.

Začetna investicija v podjetje bo znašala 20.000 €, za kar bomo preskrbeli družbeniki. Podjetje bo že konec prvega leta poslovanja zabeležilo dobiček, ki se bo z leti povečeval in že tretje leto si bomo lahko izplačali dobiček. Podjetje bo imelo interno stopnjo donosa 45,9 %. Na podlagi te ocene, ki temelji na izdelani tržni analizi in ostalih relevantnih podatkih, pridobljenih v procesu izdelave diplomskega dela, je poslovno priložnost smiselno udejanjiti.

Ob primernih izvedbenih korakih in kakovosti storitve tečaja avtogenega treninga ter kakovosti vseh podpornih strani, ki bodo tržile celotno storitev, je možnost za uspeh podjetja velika. Potrebno pa je omeniti, da je preboj na vrh vedno težaven in ima tudi dejavnike tveganja, ki so vedno prisotni in jih je lahko preseči tudi z vztrajnostjo in predanostjo.

LITERATURA IN VIRI

1. *Adwords*. (2013). Najdeno 20. maja 2013 na spletnem naslovu <https://adwords.google.com>
2. *A guide to psychology and its practice* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.guidetopsychology.com/autogen.htm>
3. *All about depression* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.allaboutdepression.com/relax>
4. *Art* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.teklakosa.com/contact>
5. Arntz, A. (2003). Cognitive therapy versus applied relaxation as treatment of generalized anxiety disorder. *Behaviour and Research Therapy*, 41(6), 633-646.
6. Benson, H. (1975). The relaxation response. *The International Journal of Psychiatry in Medicine*, 6(1-2), 87-98.
7. Bureau, I. A. (2013). *IAB internet advertising revenue report: 2012 full year results*. New York: PricewaterhouseCoopers.
8. *Relaxation* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.come-alive.co.uk/relaxation-course.htm>
9. Cox, T. (1978). *Stress*. Hampshire: Macmillan Education.
10. *Depression in children and teenagers*. (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu http://www.health.harvard.edu/newsweek/Depression_in_Children_and_Teenagers.htm
11. *Desktop Top Browser Share Trend*. (2013). Najdeno 13. junija 2013 na spletnem naslovu <http://marketshare.hitslink.com/>
12. Drnovšek, M., Stritar, R., & Vahčič, A. (2005). *Osnove podjetništva: priročnik za pripravo poslovnega načrta 2005-2006*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
13. Gray, P. (2010, 26. januar). The Decline of Play and Rise in Children's Mental Disorders. *Psychology Today*. Najdeno 21. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.psychologytoday.com/blog/freedom-learn/201001/the-decline-play-and-rise-in-childrens-mental-disorders>
14. *Autogenic relaxation training* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.goodmedicine.org.uk/goodknowledge/autogenic-relaxation-training>
15. *Internet world users by language*. (2010). Najdeno 20. junija 2013 iz <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
16. Markgraf, B. (2013). What Is an Average Banner CPM? *Ehow*. Najdeno 20. maj 2013 na spletnem naslovu http://www.ehow.com/info_12200588_average-banner-cpm.html

17. Mitch, P. S., & McGrady, A. (1976). Autogenic feedback training in migraine: A treatment report. *Headache: The Journal of Head and Face Pain*, 15(4), 267-270.
18. Nicasso, P., & Bootzin, R. (1974). A comparison of progressive relaxation and autogenic training as treatments for insomnia. *Journal of Abnormal Psychology*, 83(3), 253-260.
19. Oliver, M. I., Pearson, N., Coe, N., & Gunnell, D. (2005). Help-seeking behaviour in men and women with common mental health problems: cross-sectional study. *The British Journal of Psychiatry* *The British Journal of Psychiatry*, 4(186), 297-301.
20. Pilkington, K., Rampes, H., & Richards, J. (2006). Complementary medicine for depression. *Expert Review of Neurotherapeutics*, 6(11), 1741-1751.
21. Roth, T. W., & Conrad, A. (2007). Muscle relaxation therapy for anxiety disorders: It works but how? *Journal of Anxiety Disorders*, 21(3), 243-264.
22. *School Of Natural Health Sciences* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu http://www.naturalhealthcourses.com/prof_relax.htm
23. Steele, L. S., Dewa, C. S., Lin, E., & Lee, K. L. (2007). Education Level, Income Level and Mental Health Services Use in Canada: Associations and Policy Implications. *Healthc Policy*, 3(1), 96-106.
24. *Stress levels are rising worldwide*. (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <http://www.gostress.com/stress-levels-are-rising-worldwide>
25. *Stonebridge* (2013). Najdeno 20. junija 2013 na spletnem naslovu <https://www.stonebridge.uk.com/course/autogenic-training>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Število poizvedb v angleščini	1
Priloga 2: Rezultati ankete.....	1
Priloga 3: Razlogi zakaj so tečajniki potrebovali tečaj avtogenega treninga (anketa)	3
Priloga 4: Zaradi česa ste potrebovali avtogeni trening? (anketa).....	4
Priloga 5: Število tečajnikov avtogenega treninga po stopnjah izobrazbe (anketa)	4
Priloga 6: Kje ste izvedeli za avtogeni trening?	5
Priloga 7: Poizvedbe in rezultati na strani www.avtogeni-trening.si	5
Priloga 8: Odgovori na vprašanje ali ste se odločili za nakup tečaja spontano?	6
Priloga 9: Odgovori na vprašanja ali so tečajniki preučili konkurenco.....	6
Priloga 10: Odgovori na vprašanje o pomembnosti odločitve pri nakupu zaradi bližine tečaja.....	7
Priloga 11: Odgovori na vprašanje v anketi: “Pri odločitvi mi je bila pomembna usposobljenost trenerja.”	7
Priloga 12: Odgovori na vprašanje v anketi: “Je bilo pri odločitvi za tečaj zdravje pred ceno tečaja?”	8
Priloga 13: Odgovori na vprašanje ali je bilo pri nakupni odločitvi pomembno mnenje drugih.....	8
Priloga 14: Podrobnejši opis konkurence	9
Priloga 15: Terminski načrt	11
Priloga 16: Točka preloma	12
Priloga 17: Simulacije dobička ob spremembah stroškov	13
Priloga 18: Simulacije dobička ob spremembah prihodkov	14
Priloga 19: Projekcije	15
Priloga 20: Pojasnila o ključnih besedah na katere se bo osredotočilo podjetje	23
Priloga 21: Trendi trga.....	23
Priloga 22: Podrobnejši opis avtogenega treninga	24
Priloga 23: Podrobnejši opis podpornih strani	24
Priloga 24: Opomba pri ocenjevanju obiska spletnih strani	24
Priloga 25: Širši opis poteka avtogenega treninga	25
Priloga 26: Dodatna pojasnila o optimiziaciji	25
Priloga 27: Terminski plan	26
Priloga 28: Izračun neto sedanje vrednosti.....	26
Priloga 29: Merljivi cilji za prvih 5 let poslovanja.....	26

Priloga 1: Število poizvedb v angleščini

Tabela 1: Število poizvedb v angleščini*

Poizvedba v angleščini	Število poizvedb v milijonih
Stress	9,14
Depression	7,48
Anxiety	4,09
How to relax	4,09
Insomnia	1,50
Relaxation	1,22
Skupaj	27,52

Legenda: * Število mesečnih poizvedb v angleščini pri iskalniku Google.

Vir: Adwords, 2013.

Priloga 2: Rezultati ankete

Anketo, ki je vir naslednjih podatkov o kupcih, je izpolnilo 26 tečajnikov, ki so opravili tečaj avtogenega po protokolu British Autogenic Society pri meni, in sicer v obdobju od novembra 2011 do aprila 2013. Protokol je identičen tečaju, ki ga bomo preko svetovnega spleta ponujali v obliki video vsebin. Tečaj so tečajniki opravili osebno, v obliki individualnega ali skupinskega tečaja.

V omenjenem času je spletno stran www.avtogeni-trening.si (edini vir oglaševanja tečaja) obiskalo 16.140 edinstvenih obiskovalcev. Spletna stran vsebuje informacije s področja nespečnosti, anksioznih motenj, stresa ter seveda avtogenega treninga. Stran je izredno dobro optimizirana in obišče jo veliko ljudi, ki išče omenjene tematike. Vsi so prišli na tečaj preko te spletne strani, bodisi preko iskanja avtogenega treninga bodisi preko iskanja težav povezanih s stresom ali katero drugo težavo.

Za tečaj se je odločilo več žensk (65 %) kot moških (35 %), kar lahko pojasnimo tudi z dejstvom, da se po pomoč, ko gre za težave, povezane z mentalnim zdravjem, odloči več žensk kot moških (Oliver, Pearson, Coe & Gunnell, 2005). Razlogi, zakaj so se posamezniki odločili za tečaj avtogenega treninga so bili v anketi v 65,96 % povezani z mentalnim zdravjem (anksioznost, depresija, panični napadi) in stresom ter nespečnostjo. Ostalih 34,04 % vprašanih se je za tečaj odločilo zaradi drugih razlogov, kot so glavoboli, migrene, duhovna rast (glej Prilogo 3,4).

Zanimiv je podatek o izobrazbi, kjer prevladuje visoka stopnja izobrazbe, saj je imelo kar 69,23 % (18) vprašanih visoko izobrazbo in kar 11,54 % (3) vprašanih je imelo doktorat (glej Prilogo 5). Če sklepamo, da bodo gimnazijci pridobili fakultetno izobrazbo

(gimnazijci bodo kasneje študentje), so bili s srednješolsko izobrazbo le 4 tečajniki (15,38 %). Eden izmed vprašanih ima končano samo osnovno šolo, trenutno pa obiskuje gimnazijo. Le-to je skladno z raziskavo, kjer so ugotovili, da se z višanjem stopnje izobrazbe viša tudi verjetnost, da posamezniki iščejo pomoč zaradi mentalnih težav (Steele, Dewa, Lin & Lee, 2007). Iz vsega je razvidno, da bodo iskalci informaciji o temah, ki jih bodo ponujale naše strani in interesenti avtogenega treninga, v povprečju bolje izobraženi. Iz tega sklepamo, da mora biti vsebina spletnih strani napisana na primernem nivoju, za v povprečju bolj izobražene posameznike.

Štirje od šestindvajsetih kupcev so avtogeni trening spoznali preko naše spletne strani, medtem ko so ga ostali že poznali ali bili nanj usmerjeni. 23,08 % od slednjih je na trening napotil zdravnik, ostali pa so zanj izvedeli preko spleta (6) ali preko prijateljev (6) ostali pa preko knjig in revij (glej Prilogo 6). Besedo avtogeni trening in njene izpeljanke je na spletni strani v času od novembra 2011 do aprila 2013 iskalo okoli 6600 različnih posameznikov na naši spletni strani. To pomeni, da je približno vsak 300., ki je poznal avtogeni trening in obiskal našo stran, kupil storitev avtogenega treninga. To je velik odstotek, ki je pojasnjen s tem, da je kupec dejansko iskal tečaj avtogenega treninga (glej Prilogo 7).

Od 20.240 ogledov spletne strani v času od novembra 2011 do aprila 2013 jih je približno 13.600 poizvedovalo po anksioznosti, depresiji, stresu ali nespečnosti ali drugih zdravstvenih težavah. Od teh so 4 kupili avtogeni trening, kar pomeni, da se je v povprečju vsak 3400., ki je imel težave z zdravjem in obiskal našo spletno stran ter zvedel za avtogeni trening, odločil za nakup avtogenega treninga (glej Prilogo 7).

Rezultati ankete kažejo, da nakup avtogenega treninga ni spontan nakup, vendar tudi ni tipičen nakup po preudarku. To govori v prid temu, da kupca ni potrebno v nedogled prepričevati v nakup tečaja. Ob pravi ceni ter primerni predstavitvi tečaja, se ta odločitev še olajša (glej Prilogo 8).

Pri odločitvi, ali je bilo pomembno, da je tečaj v bližini, kjer tečajniki živijo, se jih je 56 % opredelilo, da je bila pomembna bližina tečaja. To govori, da se je bil velik odstotek ljudi (44 %), ki so se odločili za tečaj, pripravljene voziti tudi npr. iz Celja (glej Prilogo 10). Tukaj je potrebno poudariti, da ti tečajniki niso imeli možnosti izbiranja med spletnim tečajem in tečajem v živo. Npr. v ZDA so razdalje med kraji in terapevti lahko velike in bi udobnost spletnega tečaja, ki ga bi opravili od doma, predstavljala konkurenčno prednost.

Pri vprašanju glede strokovne usposobljenosti trenerja so tečajniki soglasno odgovorili, da je bila pri odločitvi za tečaj strokovna usposobljenost zelo pomembna (glej Prilogo 11). To govori v prid naši storitvi spletnega avtogenega treninga (Autogenic Training Online), saj bo imela v ozadju visoko usposobljene trenerje avtogenega treninga, ki so vsi diplomirali na British Autogenic Society v Londonu in vodijo svojo prakso.

Kar 75 % ljudi, ki se je odločilo za tečaj, se je opredelilo, da pred odločitvijo za tečaj niso preverili konkurence. To nam sporoča, da bo zelo pomembna vsebina spletne strani in predstavitev tečaja ter privlačnost ponudbe, saj bomo ob kakovostni vsebini pritegnili nove stranke, ne da bi si le-te ogledale konkurenco (glej Prilogo 9).

Zelo pomembna in intuitivna ugotovitev, ki jo prinaša anketa, je ta, da je veliko ljudi predpostavilo, da je zdravje pomembnejše od cene tečaja (glej Prilogo 12). Cena tečaja bo morala biti nastavljena ne prenizko in ne previsoko. Prenizka cena bi lahko povzročila, da se tečajnik ne bi lotil tečaja tako resno. Ob neuspehu zaradi upadle motivacije za dokončanje tečaja, bi na spletnih forumih povzročil veliko škode, kar bi lahko pomenilo morebitno zmanjšanje nakupa naše storitve pri novih strankah.

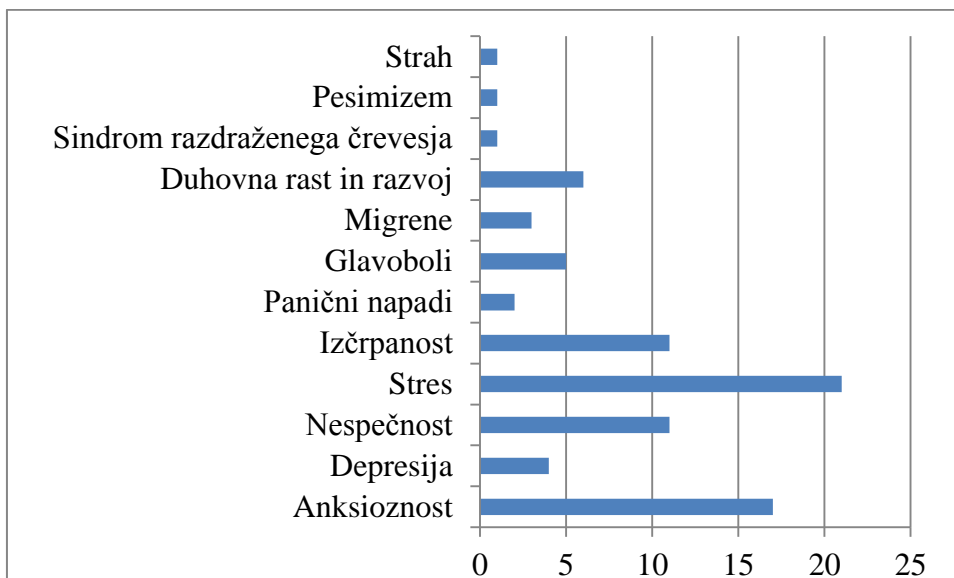
Priloga 3: Razlogi zakaj so tečajniki potrebovali tečaj avtogenega treninga (anketa)

Tabela 1: Razlogi zakaj so tečajniki potrebovali tečaj avtogenega treninga (anketa, N=26, možnih je bilo več odgovorov)

Razlog za udeležbo tečaja	Število tečajnikov, ki so navedli ta razlog	(v %)
Anksioznost	17	20,48
Depresija	4	4,82
Nespečnost	11	13,25
Stres	21	25,30
Izčrpanost	11	13,25
Panični napadi	2	2,41
Glavoboli	5	6,02
Migrene	3	3,61
Duhovna rast in razvoj	6	7,23
Sindrom razdraženega črevesja	1	1,20
Pesimizem	1	1,20
Strah	1	1,20
Število vseh odzivov	83	

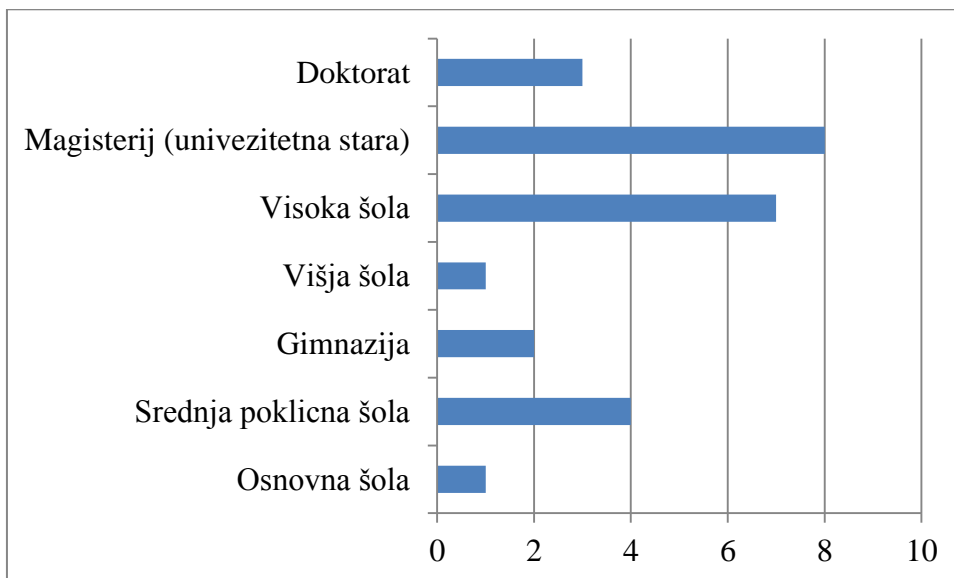
Priloga 4: Zaradi česa ste potrebovali avtogeni trening? (anketa)

Slika: Zaradi česa ste potrebovali avtogeni trening? (anketa, N=26)



Priloga 5: Število tečajnikov avtogenega treninga po stopnjah izobrazbe (anketa)

Slika 1: Število tečajnikov avtogenega treninga po stopnjah izobrazbe (anketa, N=26)



Priloga 6: Kje ste izvedeli za avtogeni trening?

Tabela 1: Kje ste izvedeli za avtogeni trening? (N=26)

Zdravnik	6
Iskal sem informacije za zdravje na vaši spletni strani	4
Splet (članki, forumi, blogi...)	6
TV	0
Revije	1
Radio	0
Facebook	0
Prijatelj/ica	6
Mož	1
Knjiga	2

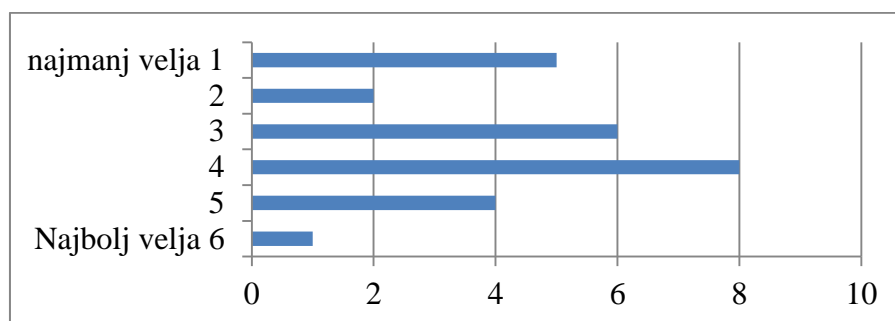
Priloga 7: Poizvedbe in rezultati na strani www.avtogeni-trening.si

Tabela 1: Poizvedbe in rezultati na strani www.avtogeni-trening.si

Poizvedbe na strani www.avtogeni-trening.si in število tečajnikov	Št poizvedb	Odstotki v %
Skupno število poizvedb	20240	100
Poizvedbe po avtogenem treningu	6615	32,68
Poizvedbe po zdravju (anksioznost, depresija, nespečnost ...)	13625	67,32
Število tečajnikov, ki so poizvedovali po zdravju in so na naši strani prvič izvedeli za AT	4	0,029 oz vsak 3406.
Število tečajnikov, ki so pred obiskom naše spletne strani poznali avtogeni trening	22	0,33 oz. vsak 300.

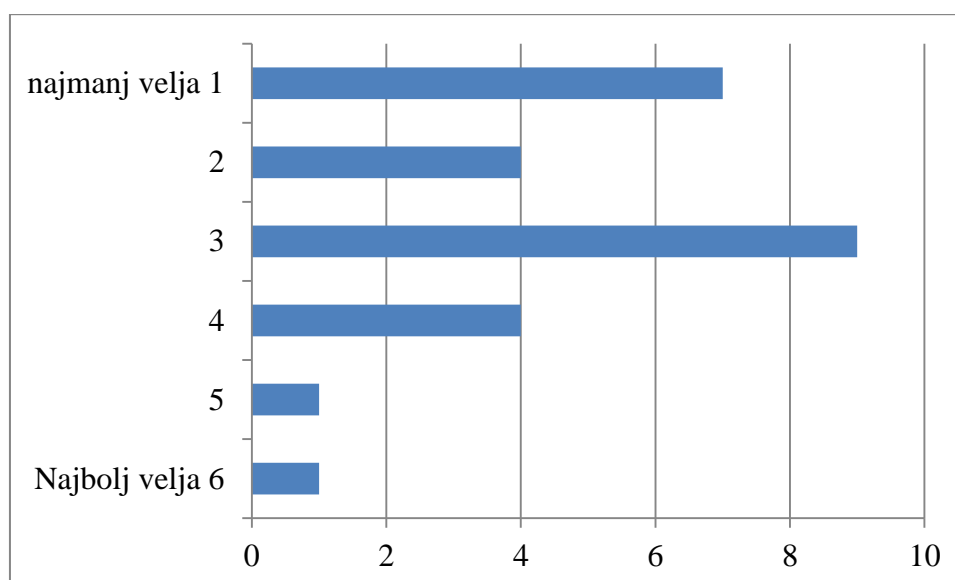
Priloga 8: Odgovori na vprašanje ali ste se odločili za nakup tečaja spontano?

Slika 1: Odgovori na vprašanje ali ste se odločili za nakup tečaja spontano? (N=26)



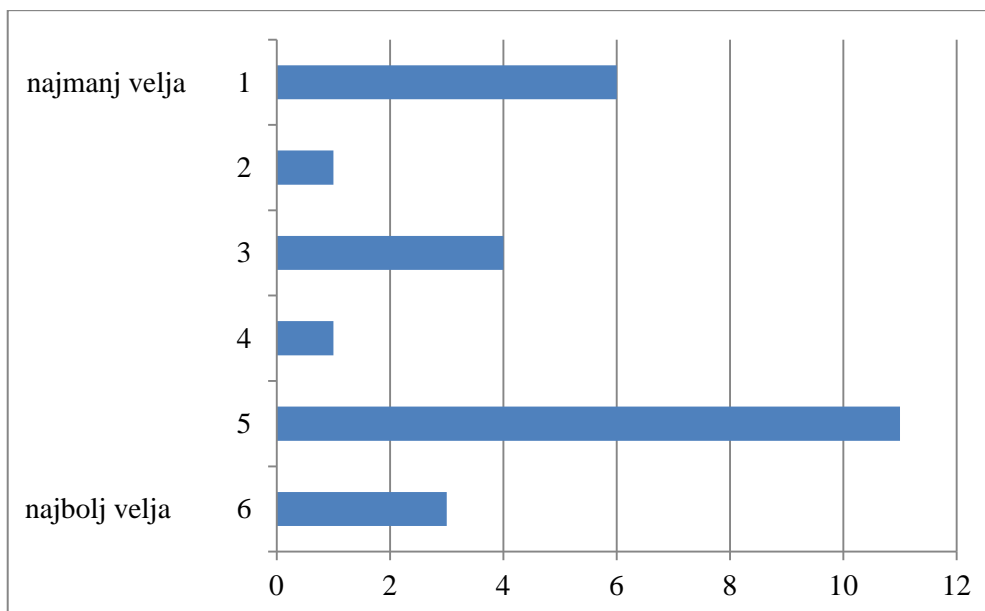
Priloga 9: Odgovori na vprašanja ali so tečajniki preučili konkurenco

Slika 1: Odgovori na vprašanja ali so tečajniki preučili konkurenco (N=26)



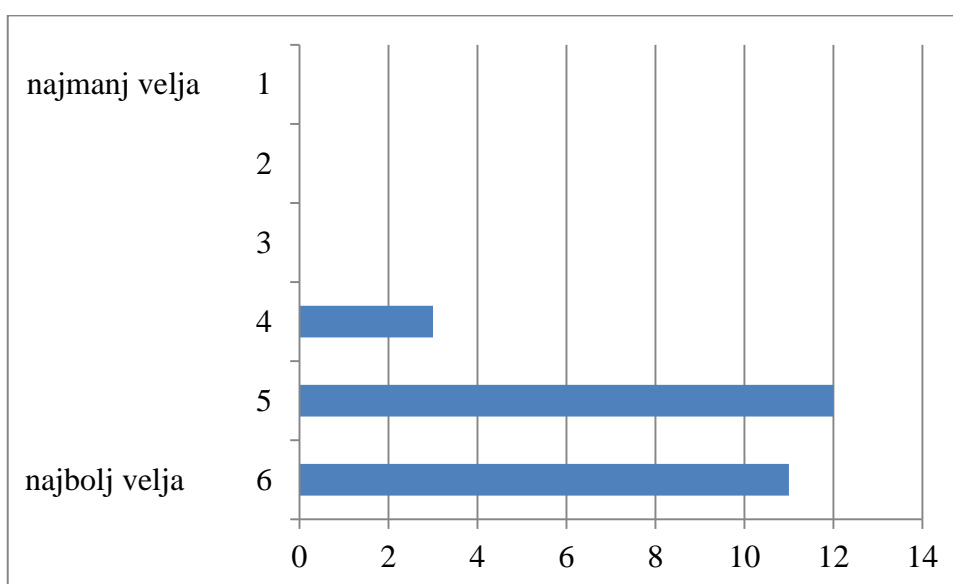
Priloga 10: Odgovori na vprašanje o pomembnosti odločitve pri nakupu zaradi bližine tečaja

Slika 1: Odgovori na vprašanje o pomembnosti odločitve pri nakupu zaradi bližine tečaja (N=26)



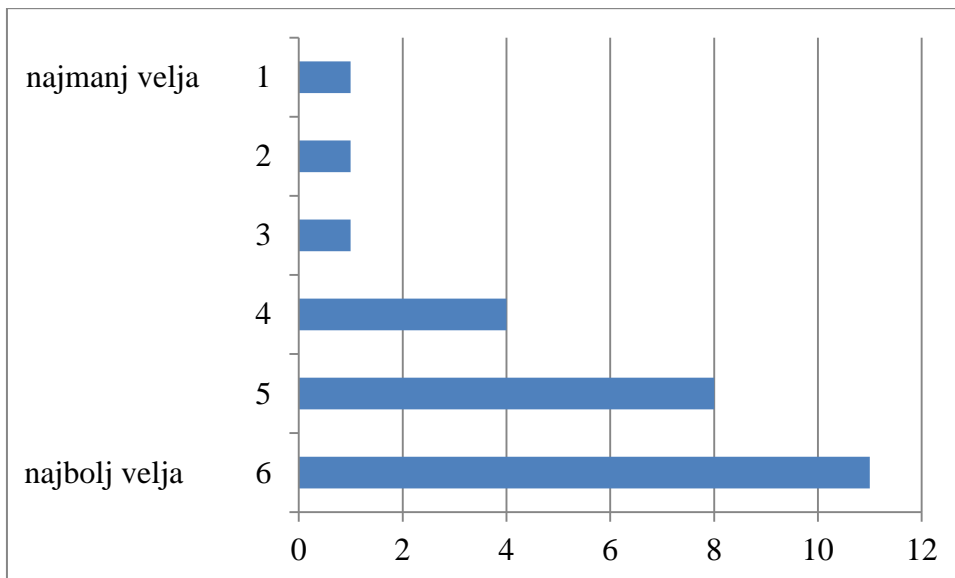
Priloga 11: Odgovori na vprašanje v anketi: “Pri odločitvi mi je bila pomembna usposobljenost trenerja.”

Slika 1: Odgovori na vprašanje v anketi: “Pri odločitvi mi je bila pomembna usposobljenost trenerja.” (N=26)



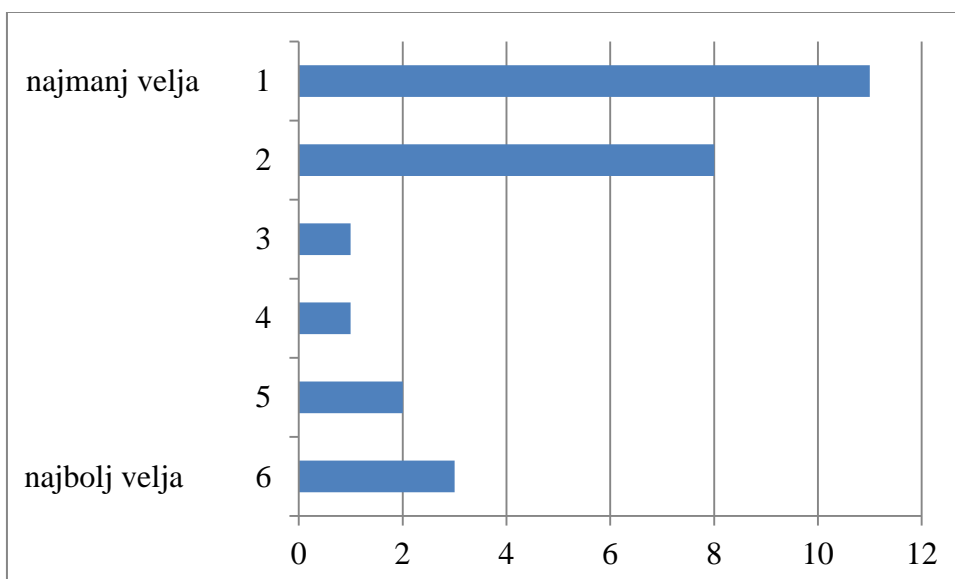
Priloga 12: Odgovori na vprašanje v anketi: “Je bilo pri odločitvi za tečaj zdravje pred ceno tečaja?”

Slika 1: Odgovori na vprašanje v anketi: “Je bilo pri odločitvi za tečaj zdravje pred ceno tečaja?” (N=26)



Priloga 13: Odgovori na vprašanje ali je bilo pri nakupni odločitvi pomembno mnenje drugih

Slika 1: Odgovori na vprašanje ali je bilo pri nakupni odločitvi pomembno mnenje drugih (N=26)



Priloga 14: Podrobnejši opis konkurence

Najpomembnejši konkurenti na področju avtogenega treninga (primarna konkurenca):

- Internetna stran A guide to psychology and its practice (A guide to psychology and its practice, 2013)

Ta konkurent spada v skupino, kjer je tečaj ponujen v obliki besedil. Ta priročnik ponuja, kot eno od psiholoških tem, tudi tečaj avtogenega treninga. Prednosti tega tečaja so v tem, da je dobro optimiziran (visoko v Googlu) in predstavlja zastonj tečaj v prijetno podanem tonu in opisu. Tečaj je dobro strukturiran, z dobrimi opisi in z zadostno količino informacij. Slabosti tega tečaja so v podobi spletne strani (stara in neprijetnega videza) in v dejstvu, da nima dvosmerne komunikacije, nadzora vadbe, možnosti popravkov vadbe in spremljanje napredka. Pri izvajanju tečaja si prepuščen samemu sebi in svoji motivaciji.

- Terapevtka Tekla Kósa (Art, 2013)

To je terapevtka, ki se je izobraževala na British Autogenic Society in je visoko uvrščena v iskalniku Google (med prvimi rezultati, ko vtipkamo avtogeni trening), saj ima dobro optimizirano spletno stran. Ta konkurent ima vse prednosti konkurentov v živo in ima tudi dobro spletno stran. Slabost te strani je samo v očeh tistih, ki si želijo tečaj opravljati z domačega naslonjača. Trener je na voljo samo malemu številu tečajnikov v bližini delovanja trenerja. Cena tečaja se giblje od 500 € do 1200 €.

- Good medicine (Autogenic relaxation training, 2013)

Ta spletna stran je resen konkurent naši spletni strani, saj poleg podrobnih opisov, kako vaditi avtogeni trening, vsebuje tudi koristne nasvete in rešitev težav, ki se pojavljajo pri izvajanju avtogenega treninga ter ima hkrati tudi avdio posnetke. Poleg tega je ta spletna stran zastonj, kar še dodatno poslabša položaj konkurentom, ki skušajo vstopiti na trg. Slabosti te strani sta v tem, da ima preveč besedila v premajhni pisavi, kar odvrne posameznika, da bi se sploh lotil tečaja (slaba uporabniška izkušnja), ter da je glas voditelja v avdio posnetku neprijeten za uho. Ta spletna stran tudi nima dvosmerne komunikacije, nadzora nad vadbo ali motivacije pri vadbi.

- Stonebridge – Tečaj avtogenega treninga (Stonebridge, 2013)

To je konkurent, ki poleg tečaja avtogenega treninga hkrati nudi tudi licenco za poučevanje le-tega. Verodostojnost te licence je seveda manjša v primerjavi z British Autogenic Society, vendar lahko pritegne marsikaterega kupca. Prednost je najverjetneje tudi v podajanju snovi in strukturiranosti tečaja, tudi cena je ugodna in obstaja dvosmerna komunikacija.

Pomembnejša konkurenca od primarne je v primeru avtogenega treninga sekundarna konkurenca, ki zadovoljuje potrebo po storitvi, vendar z drugimi tehnikami. Med to

konkurenci bi šteli vse konkurente, ki jih v Googlu najdemo pod besedno poizvedbo »relaxationcourse«.

– School Of Natural Health Sciences (School Of Natural Health Sciences, 2013)

Podjetje, ki upravlja to spletno stran, ponuja preko 40 tečajev različnih terapij, od joge do kognitivno vedenjske terapije, akupresure, tečaja kako nehati kaditi, meditacije, reiki, tako da pokrivajo dobesedno del tečajev na tematiko sprostitve. To je najpomembnejši konkurent v sekundarni konkurenci in ima številne prednosti pred ostalimi konkurenti. Cena tečajev je ugodna, za doplačilo se lahko dobi tudi svetovanje oz. vodenje. Tako obstaja tudi dvosmerna komunikacija, ki je pri tovrstnih tečajih pomembna, a hkrati tudi redka. Ponujajo širok spekter tečajev in imajo s tega stališča veliko konkurenčno prednost. Pri tem podjetju pa je pod vprašajem kakovost tečajev, ki jih ponujajo, saj videz spletne strani ne daje občutka, da bi jim zaupal vsak potrošnik.

– Come alive (Relaxation, 2013)

Come alive je spletna stran, ki ponuja različne tečaje, kot so čiščenje čakr, terapija s kristali, terapija z barvami, meditacija ipd. To je nedvomno sekundarna konkurenca, saj vsebuje nekaj metod, ki so z vidika kupca lahko zanimive, lahko pa so preveč alternativne. Prednost teh tečajev je v ugodni ceni, dobri predstavitvi spletne strani in široki ponudbi različnih tečajev. Slabost je v tem, da ni dvosmerne komunikacije in tečaji temeljijo zgolj na pisni obliki, tako da se v tem pogledu lahko primerjajo z zastojnimi tečaji, ki so na voljo preko spleta.

– All about depression (All about depression, 2013)

To je spletna stran, ki je konkurent tako naši strani www.solution-to.com, ki bo ponujala tudi informacije o depresiji, kot tudi tečajem avtogenega treninga. Stran ima detajlno pokritost informacij o depresiji, vzrokih zanjo, kako se jo zdravi, alternativnem zdravljenju itd. Med drugim ponuja tudi tečaje sprostitve, kot so vodene vizualizacije, progresivno mišično relaksacijo in druge. Vse to ponuja v obliki avdio posnetkov brez plačila.

Konkurentov, ki ponujajo različne tečaje sproščanja je veliko, vendar so lahko neopazni za iskalnike, tržijo se preko Googla, tj. spletnih oglaševalcev.

Določen del konkurence se osredotoča na več različnih tečajev in s tem na široko ponudbo. Na tak način je verjetneje, da bo dosegla prihodke od raznovrstnih tečajev, kot samo od enega samega tečaja. Vsekakor pa v očeh kupca številni tečaji lahko vzbujajo nezaupanje pri tako široki in včasih nesorodni ponudbi tečajev. Slabosti konkurence so večinoma v pomanjkanju dvosmerne komunikacije in v nadzoru nad izvajanjem tečajnika.

Drugi sklop konkurenčnih podjetij se navezuje na spletne strani www.solution-to.com in www.relaxation-online.com. Konkurenca pri teh podjetjih je izjemno močna, saj je veliko močnih spletnih strani z uveljavljenimi domenami, tako da bo s ključnimi besedami, ki so

sestavljene iz ene besede, težko konkurirati tem podjetjem. Tu se bo potrebno osredotočiti na sestavljene ključne besede, po katerih povprašuje veliko število iskalcev informacij. Najpomembnejši konkurenti so www.helpguide.org, www.medicinenet.com, <http://psychcentral.com>, www.webmd.com, www.mayoclinic.com idr. Na dolgi rok je mogoče konkurirati tudi tem podjetjem, in sicer s tem, da se omogoči kvalitetna vsebina, ki jo posamezniki dalj časa berejo na naši spletni strani. Če bodo posamezniki našli dovolj informacij na naših spletnih straneh, bodo dalj časa na naših domenah in s tem se bo dvigovala verodostojnost domen v očeh Googla.

Priloga 15: Terminski načrt

Tabela 1: Terminski načrt

	AKTIVNOST	mesec											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1.	Izdelava poslovnega načrta												
2.	Registracija podjetja												
3.	Nakup osnovnih sredstev												
4.	Oglaševanje na spletnih straneh												
5.	Objavljanje novih vsebin na spletu												
6.	Trženje oglasnega prostora												
7.	Pridobivanje tečajnikov za avtogeni trening												
8.	Zagon beta verzije video tečajev v petem mesecu poslovanja												
9.	Vpeljava trenerjev avtogenega treninga v storitev Autogenic Training Online												
10.	Polni zagon tečajev avtogenega treninga												
11.	Zagon spletnega dnevnika in njegovo trženje												
12.	Optimizacija vseh spletnih strani												

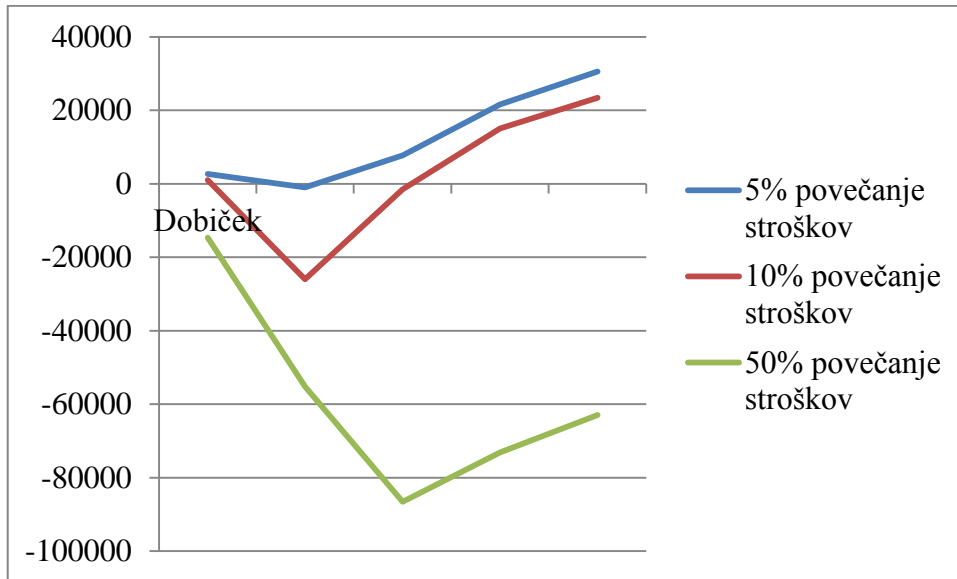
Priloga 16: Točka preloma

Tabela 1: Točka preloma

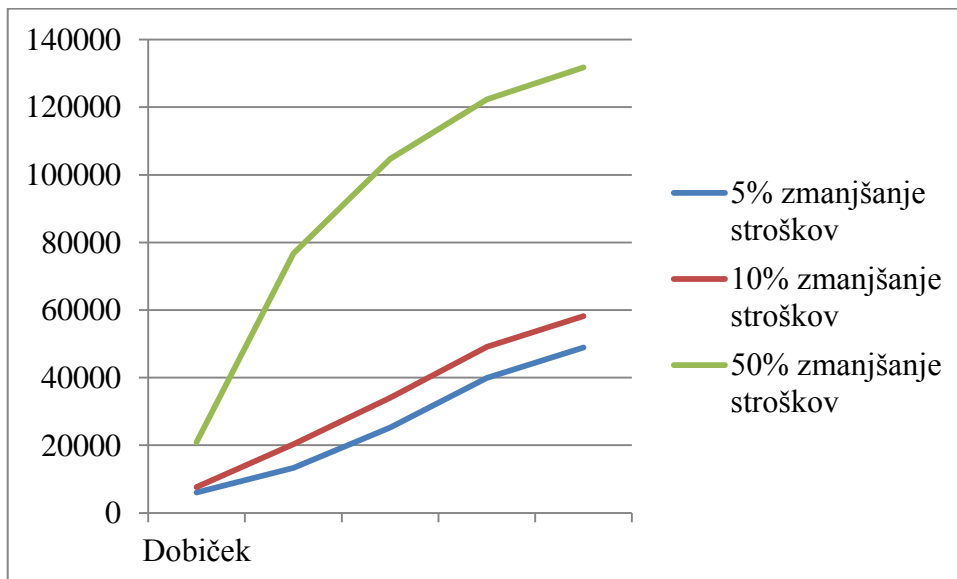
Vrsta stroška	Strošek (v €)	AT ONLINE (v €)	DNEVNIK (v €)	Oglasni prostor (v €)
Amortizacija	200,00	216,66	66,66	16,66
Računovodstvo	100,00	33,33	33,33	33,33
Domene, serverji	20,00	6,67	6,67	6,67
Optimizacija	100,00	33,33	33,33	33,33
Trenerji AT	2.400,00	2.400,00	0,00	0,00
Oglaševanje FB	100,00	33,33	33,33	33,33
Oglaševanje Adsense	100,00	33,33	33,33	33,33
Plača Tomi D.	1.000,00	333,33	333,33	333,33
Anja B	1.000,00	333,33	333,33	333,33
Anja k	1.000,00	333,33	333,33	333,33
Matej	1.400,00	466,67	466,67	466,67
Skupaj fiksni stroški	7.420,00	4.223,33	1.673,33	1.623,33
Cena na enoto		180,00	5,00	3,00
Točka preloma		23,46	334,67	541,11
		0,76 novega tečajnika na dan	334 naročnikov na 12-mesečno naročnino	45.000 obiskov strani na mesec
Samo AT	7.420,00			
Točka preloma	41,22			

Priloga 17: Simulacije dobička ob spremembah stroškov

Slika 1: Simulacije dobička ob spremembah stroškov

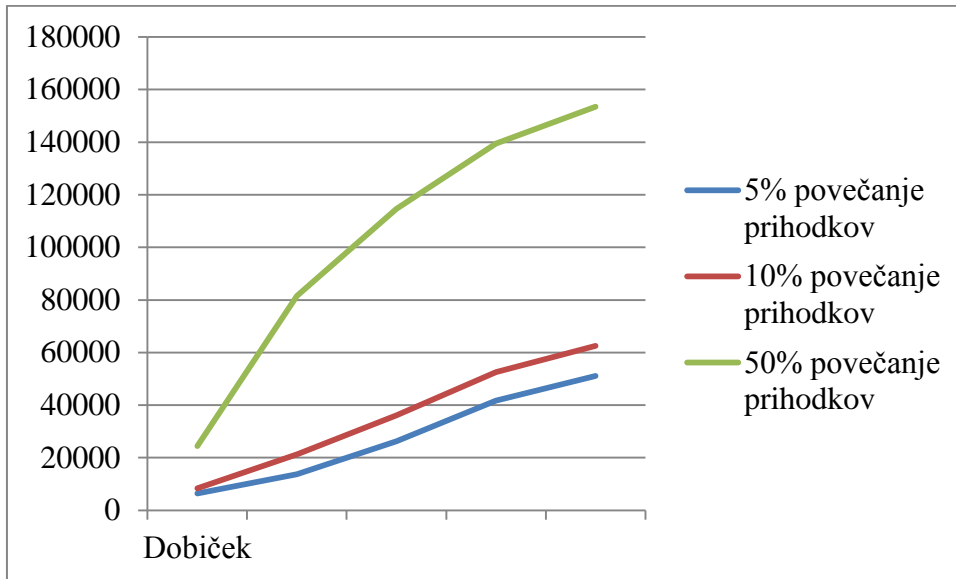


Slika 2: Simulacije dobička ob spremembah stroškov

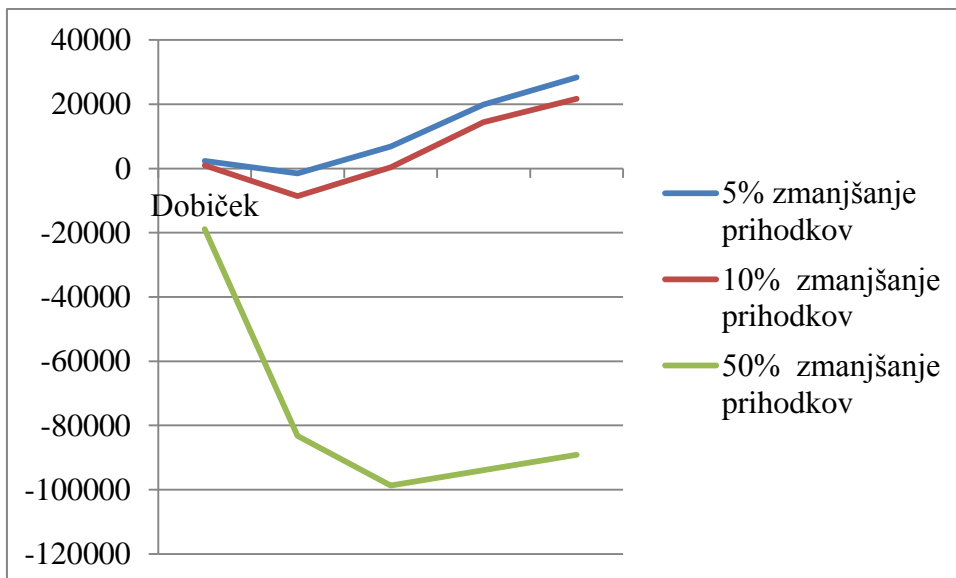


Priloga 18: Simulacije dobička ob spremembah prihodkov

Slika 1: Simulacije dobička ob spremembah prihodkov



Slika 1: Simulacije dobička ob spremembah prihodkov



Priloga 19: Projekcije

Slika 1: Projekcije

PROJEKCIJE 2007		Mesec												Leto				
		Simulacija: 1												I	II	III	IV	V
OBDOBJE: -1		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
BILANCE																		
BILANCA STANJA																		
SREDSTVA	20000	19363	18777	18240	17753	19634	19844	19846	21095	23188	23835	25199	26936	26936	34111	45201	65310	88153
SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	0	19335	15537	15259	14982	14667	14400	14133	13867	13600	15300	15000	14700	14700	12700	10300	5900	1500
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	15733	15467	15200	14933	14667	14400	14133	13867	13600	15300	15000	14700	14700	12700	10300	5900	1500
OPREDMETENA OSNOVNA SREDS'	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	3601	70	59	48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DENAR	20000	29	3240	2981	2772	4968	5444	5713	7229	9588	8535	10199	12236	12236	21411	34901	59410	86653
OBVEZNOSTI DO VIROV	20000	19363	18777	18240	17753	19634	19844	19846	21095	23188	23835	25199	26936	26936	34111	45201	65310	88153
SREDSTEV	20000	19363	18777	18240	17753	18329	18668	18816	19855	21528	22338	22999	24347	24347	30572	38973	57766	81523
KAPITAL	20000	19363	18777	18240	17753	18329	18668	18816	19855	21528	22338	22999	24347	24347	30572	38973	57766	81523
OSNOVNI KAPITAL	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-637	-1223	-1760	-2247	-1671	-1332	-1184	-145	1528	2338	2999	4347	4347	10572	18973	37766	61523
DOLG	0	0	0	0	0	1305	1175	1030	1241	1660	1497	2200	2589	2589	3539	6228	7544	6630
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	1305	1175	1030	1241	1660	1497	2200	2589	2589	3539	6228	7544	6630
IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA																		
PRIHODKI POSLOVANJA		50	100	150	200	6000	5200	4450	4770	5650	6410	7200	8140	48320	181500	236800	262000	274000
PROIZVAJALNI STROŠKI		220	220	220	220	2880	2348	1816	1124	1284	1390	1550	1710	14982	46400	51840	58500	58500
AMORTIZACIJA		267	267	267	267	267	267	267	267	267	300	300	300	3300	4000	4400	4400	4400
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE		-437	-387	-337	-287	2853	2585	2367	3379	4099	4720	5350	6130	30038	131100	180560	199100	211100
STROŠKI PRODAJE		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400	3600	4800	6000	7200
STROŠKI UPRAVE		0	0	0	0	2000	2000	2000	2000	2000	3600	4400	4400	22400	120000	156000	158000	156000
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		-637	-587	-537	-487	653	385	167	1179	1899	920	750	1530	5238	7500	19760	37100	47900
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		-637	-587	-537	-487	653	385	167	1179	1899	920	750	1530	5238	7500	19760	37100	47900
IZREDNI PRIHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK PRED DAVKI		-637	-587	-537	-487	653	385	167	1179	1899	920	750	1530	5238	7500	19760	37100	47900
DAVEK OD DOHODKA		0	0	0	0	78	46	20	140	226	109	89	182	890	1275	3359	6307	8143
ČISTI DOBIČEK		-637	-587	-537	-487	576	339	147	1039	1673	810	661	1348	4347	6225	16401	30793	39757
IZKAZ DENARNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	20000	29	3240	2981	2772	4968	5444	5713	7229	9588	8535	10199	12236	12236	21411	34901	59410	86653
ČISTI DOBIČEK		-637	-587	-537	-487	576	339	147	1039	1673	810	661	1348	4347	6225	16401	30793	39757
AMORTIZACIJA		267	267	267	267	267	267	267	267	267	300	300	300	3300	4000	4400	4400	4400
POVEČANJE DOLGA		0	0	0	0	1305	-130	-145	211	420	-163	703	389	2589	950	2689	1316	-914
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-8000	-12000	-16000

se nadaljuje

nadaljevanje

PROJEKCIJE 2007	Simulacija: 1												Leto					DRUGI PODATKI	
	Mesec													I	II	III	IV		V
	OBD OBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)	19601	-3531	-11	-11	-48	0	0	0	0	2000	0	0	0	18000	2000	2000	0	0	
DENARNI TOK	-19971	3211	-259	-209	2196	476	269	1516	2360	-1053	1664	2037	-7764	9175	13490	24509	27243		
PODATKI														IME PODJETJA: Vnesi firmo podjetja					
														SKUPINA: S 00.00					
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBD OBJU														2	3	3	3	3	
POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH V OBI	0	0	0	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3						
ANALIZA RAZMERIJ DO DRŽAVE IZ NASLOVA DDV																			
TERJATVE ZA DDV KONEC OBD OBJA	3612	92	92	92	92	92	92	92	92	532	92	92	92	173	197	207	229		
OBEVZNOSTI ZA DDV KONEC OBD OBJA	11	22	33	44	1320	1144	979	1049	1243	1410	1584	1791	1791	3328	4341	4803	5023		
SALDO IZ NASLOVA DDV	3601	70	59	48	-1228	-1052	-887	-957	-1151	-878	-1492	-1698	-1698	-3154	-4144	-4596	-4794		
NEOPREDMETENA SREDSTVA														Število enot: 1					
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	16000	16000	16000	16000	16000	16000	16000	16000	16000	18000	18000	18000	18000	20000	22000	22000	22000	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	267	267	267	267	267	267	267	267	267	300	300	300	3300	4000	4400	4400	4400	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	267	533	800	1067	1333	1600	1867	2133	2400	2700	3000	3300	3300	7300	11700	16100	20500	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	15733	15467	15200	14933	14667	14400	14133	13867	13600	15300	15000	14700	14700	12700	10300	5900	1500	
SKUPAJ NABAVE V OBD OBJU	0	16000	0	0	0	0	0	0	0	0	2000	0	0	18000	2000	2000	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	3520	0	0	0	0	0	0	0	0	440	0	0	3960	440	440	0	0	
NEOPREDMETENO SREDSTVO-Video vsebine Autogenic Training Online																			
NABAVNA VREDNOST	0	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	12000	12000	12000	12000	14000	16000	16000	16000	
AMORTIZACIJA	0	167	167	167	167	167	167	167	167	167	200	200	200	2100	2800	3200	3200	3200	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	167	333	500	667	833	1000	1167	1333	1500	1700	1900	2100	2100	4900	8100	11300	14500	
NEODPISANA VREDNOST	0	9833	9667	9500	9333	9167	9000	8833	8667	8500	10300	10100	9900	9900	9100	7900	4700	1500	
NABAVE V OBD OBJU	0	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	2000	0	0	12000	2000	2000	0	0	
NEOPREDMETENO SREDSTVO-Internetne strani																			
NABAVNA VREDNOST	0	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	
AMORTIZACIJA	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	50	100	150	200	250	300	350	400	450	500	550	600	600	1200	1800	2400	3000	
NEODPISANA VREDNOST	0	2950	2900	2850	2800	2750	2700	2650	2600	2550	2500	2450	2400	2400	1800	1200	600	0	
NABAVE V OBD OBJU	0	3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3000	0	0	0	0	
NEOPREDMETENO SREDSTVO-Dnevnik																			
NABAVNA VREDNOST	0	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	
AMORTIZACIJA	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	50	100	150	200	250	300	350	400	450	500	550	600	600	1200	1800	2400	3000	
NEODPISANA VREDNOST	0	2950	2900	2850	2800	2750	2700	2650	2600	2550	2500	2450	2400	2400	1800	1200	600	0	
NABAVE V OBD OBJU	0	3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3000	0	0	0	0	
NEOPREDMETENO SREDSTVO																			
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NABAVE V OBD OBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEPREMIČNINE																			
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NABAVE V OBD OBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEPREMIČNINA														Število enot: 1					
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NABAVE V OBD OBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OPREMA														Število enot: 1					
SKUPAJ NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ NABAVE V OBD OBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ VSTOPNI DDV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
OPREMA														Število enot: 1					
NABAVNA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AMORTIZACIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
POPRAVEK VREDNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NEODPISANA VREDNOST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NABAVE V OBD OBJU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
FINANČNE NALOŽBE														Število enot: 1					
SKUPAJ NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE NALOŽB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
NALOŽBA														Število enot: 1					
NALOŽBA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZMANJŠANJE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TERJATVE IZ POSLOVANJA														Število enot: 1					
SKUPAJ TERJATVE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ ZMANJŠANJE TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SKUPAJ PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TERJATEV														Število enot: 1					
TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZMANJŠANJE TERJATEV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PREJETE OBRESTI IPD.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA														Število enot: 1					
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

se nadaljuje

nadaljevanje

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
KAZALNIKI																		
CILJNE SPREMENLJIVKE																		
KAPITAL	20000	19363	18777	18240	17753	18329	18668	18816	19855	21528	22338	22999	24347	24347	30572	38973	57766	81523
DOBICEK	0	-637	-587	-537	-487	576	339	147	1039	1673	810	661	1348	4347	6225	16401	30793	39757
DENAR	20000	29	3240	2981	2772	4968	5444	5713	7229	9588	8535	10199	12236	12236	21411	34901	59410	86653
STRUKTURA PRIHODKOV (v %)																		
SKUPAJ PRIHODKI		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SKUPAJ PRIHODKI OD PRODAJE		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	17,3	23,6	23,3	23,9	25,7	25,0	25,8	22,2	16,5	27,4	27,5	30,7
PROIZVOD		100,0	100,0	100,0	100,0	4,2	5,8	9,0	12,6	12,4	12,5	12,5	12,3	11,3	4,1	4,2	3,8	3,8
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PROIZVOD		0,0	0,0	0,0	0,0	83,3	76,9	67,4	64,2	63,7	61,8	62,5	61,9	66,6	79,3	68,4	68,7	65,7
PRIHODKI FINANCIRANJA		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
IZREDNI PRIHODKI		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

STRUKTURA PRIHODKOV

The chart illustrates the percentage contribution of different income sources over time. Periods 1-4 are dominated by the purple 'PROIZVOD' category. From period 5 onwards, the orange 'PROIZVOD' category becomes the primary source, increasing its share significantly. The teal and dark blue 'PROIZVOD' categories also show varying contributions throughout the periods.

se nadaljuje

nadaljevanje

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU	
	Simulacija: 1																		
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV		V
STRUKTURA ODHODKOV (v %)																			
SKUPAJ PRIHODKI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
SKUPAJ STROŠKI STORITEV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
SKUPAJ STROŠKI DELA	0,0	0,0	0,0	0,0	44,3	40,9	35,9	19,0	18,8	18,3	18,5	18,3	25,5	23,4	20,2	20,3	19,4		
AMORTIZACIJA	533,3	266,7	177,8	133,3	4,4	5,1	6,0	5,6	4,7	4,7	4,2	3,7	6,8	2,2	1,9	1,7	1,6		
SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI	440,0	220,0	146,7	110,0	3,7	4,2	4,9	4,6	3,9	3,4	3,1	2,7	5,5	2,1	1,7	2,0	1,9		
SKUPAJ STROŠKI PRODAJE	400,0	200,0	133,3	100,0	3,3	3,8	4,5	4,2	3,5	3,1	2,8	2,5	5,0	2,0	2,0	2,3	2,6		
SKUPAJ STROŠKI UPRAVE	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	38,5	44,9	41,9	35,4	56,2	61,1	54,1	46,4	66,1	65,9	59,5	56,9		
ODHODKI FINANCIRANJA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
IZREDNI ODHODKI	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
DAVEK NA DOBIČEK	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,9	0,4	2,9	4,0	1,7	1,2	2,2	1,8	0,7	1,4	2,4	3,0		
ČISTI DOBIČEK	-1273,3	-586,7	-357,8	-243,3	9,6	6,5	3,3	21,8	29,6	12,6	9,2	16,6	9,0	3,4	6,9	11,8	14,5		

STRUKTURA ODHODKOV

OBDOBJE

- SKUPAJ STROŠKI MATERIALA
- SKUPAJ STROŠKI STORITEV
- SKUPAJ STROŠKI DELA
- AMORTIZACIJA
- SKUPAJ PROIZVAJALNI STALNI STROŠKI
- SKUPAJ STROŠKI PRODAJE
- SKUPAJ STROŠKI UPRAVE
- ODHODKI FINANCIRANJA
- IZREDNI ODHODKI
- DAVEK NA DOBIČEK
- ČISTI DOBIČEK

se nadaljuje

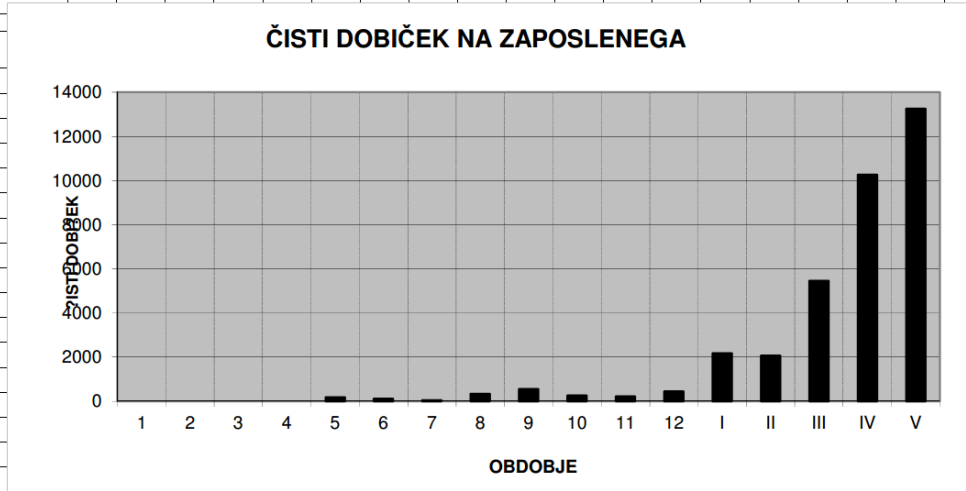
nadaljevanje

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU																												
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV		V																											
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA V OBDOBJU																																														
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA	#DELJ0!	#DELJ0!	#DELJ0!	#DELJ0!	6231	6580	6615	6824	7381	7837	8172	8689	13468	10175	13219	18419	25577																													
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA																																														
<table border="1"> <caption>Data for POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA</caption> <thead> <tr> <th>OBDOBJE</th> <th>Sredstva</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>5</td><td>6231</td></tr> <tr><td>6</td><td>6580</td></tr> <tr><td>7</td><td>6615</td></tr> <tr><td>8</td><td>6824</td></tr> <tr><td>9</td><td>7381</td></tr> <tr><td>10</td><td>7837</td></tr> <tr><td>11</td><td>8172</td></tr> <tr><td>12</td><td>8689</td></tr> <tr><td>I</td><td>13468</td></tr> <tr><td>II</td><td>10175</td></tr> <tr><td>III</td><td>13219</td></tr> <tr><td>IV</td><td>18419</td></tr> <tr><td>V</td><td>25577</td></tr> </tbody> </table>																			OBDOBJE	Sredstva	5	6231	6	6580	7	6615	8	6824	9	7381	10	7837	11	8172	12	8689	I	13468	II	10175	III	13219	IV	18419	V	25577
OBDOBJE	Sredstva																																													
5	6231																																													
6	6580																																													
7	6615																																													
8	6824																																													
9	7381																																													
10	7837																																													
11	8172																																													
12	8689																																													
I	13468																																													
II	10175																																													
III	13219																																													
IV	18419																																													
V	25577																																													
POVPREČNA SREDSTVA NA ZAPOSLENEGA																																														
<table border="1"> <caption>Data for PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA</caption> <thead> <tr> <th>OBDOBJE</th> <th>Prihodek</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>5</td><td>2000</td></tr> <tr><td>6</td><td>1733</td></tr> <tr><td>7</td><td>1483</td></tr> <tr><td>8</td><td>1590</td></tr> <tr><td>9</td><td>1883</td></tr> <tr><td>10</td><td>2137</td></tr> <tr><td>11</td><td>2400</td></tr> <tr><td>12</td><td>2713</td></tr> <tr><td>I</td><td>24160</td></tr> <tr><td>II</td><td>60500</td></tr> <tr><td>III</td><td>78933</td></tr> <tr><td>IV</td><td>87333</td></tr> <tr><td>V</td><td>91333</td></tr> </tbody> </table>																			OBDOBJE	Prihodek	5	2000	6	1733	7	1483	8	1590	9	1883	10	2137	11	2400	12	2713	I	24160	II	60500	III	78933	IV	87333	V	91333
OBDOBJE	Prihodek																																													
5	2000																																													
6	1733																																													
7	1483																																													
8	1590																																													
9	1883																																													
10	2137																																													
11	2400																																													
12	2713																																													
I	24160																																													
II	60500																																													
III	78933																																													
IV	87333																																													
V	91333																																													
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA																																														
PRIHODEK NA ZAPOSLENEGA	#DELJ0!	#DELJ0!	#DELJ0!	#DELJ0!	2000	1733	1483	1590	1883	2137	2400	2713	24160	60500	78933	87333	91333																													

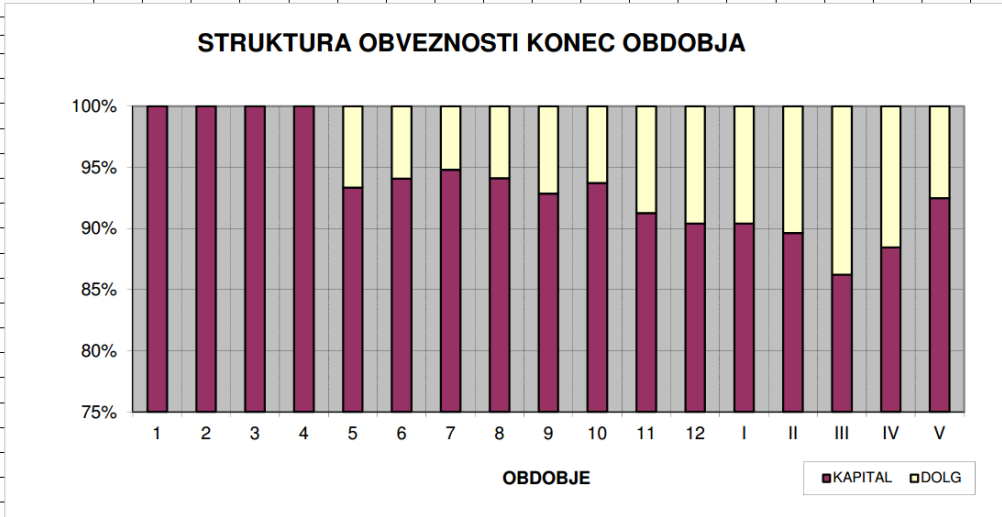
se nadaljuje

nadaljevanje

PROJEKCIJE 2007	Mesec												Leto					DRU	
	OBDOBJE: -1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV		V
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA																			
ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA		#DEL/01	#DEL/01	#DEL/01	#DEL/01	192	113	49	346	558	270	220	449	2174	2075	5467	10264	13252	



STRUKTURA OBVEZNOSTI KONEC OBDOBJA (V %)																		
CELOTNE OBVEZNOSTI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
KAPITAL	100,0	100,0	100,0	100,0	93,4	94,1	94,8	94,1	92,8	93,7	91,3	90,4	90,4	89,6	86,2	88,4	92,5	
DOLG	0,0	0,0	0,0	0,0	6,6	5,9	5,2	5,9	7,2	6,3	8,7	9,6	9,6	10,4	13,8	11,6	7,5	



Priloga 20: Pojasnila o ključnih besedah na katere se bo osredotočilo podjetje

Podjetje Solutio ad d. o. o. se bo osredotočilo na segmente ljudi, ki poizvedujejo po zdravju, in sicer po depresiji, anksioznosti, nespečnosti, stresu ali po sprostitvi. Treba je poudariti, da bodo naše spletne strani, ki bodo prilagojene tem poizvedbam, vsebovale tiste informacije, po katerih posamezniki poizvedujejo po spletu. Danes so tovrstne statistike lahko dostopne in natančno izmerjene. Podatki o tem, koliko in po katerih besedah posamezniki poizvedujejo, so pri Googlu javno dostopni za njihov iskalnik, katerega uporablja več kot 83 % uporabnikov spleta (Desktop Top Browser Share Trend, 2013). Posamezniki ne poizvedujejo zgolj po besedah, kot sta depresija ali anksioznost, pač pa tudi po besedah, ki so bolj povezane s storitvijo Autogenic Training Online, npr. angl. *anxiety treatment*, angl. *depression alternative treatment*, angl. *coping with stress*, angl. *stress management* ipd.

Poizvedbe v Googlu so lahko sestavljene iz ene besede, na primer angl. *anxiety*, ali pa iz treh in več besed, na primer angl. *symptoms of anxiety and stress*. Pomembno je poudariti, da lahko vsak posameznik poizveduje najprej po eni besedi (angl. *depression*), kasneje pa se odloči, da želi vedeti nekaj več o svojih težavah in poizveduje po bolj določeni besedni zvezi (angl. *depression alternative treatment*). Za opis segmenta smo se odločili za konzervativno oceno velikosti segmenta, in sicer samo po eni ključni besedi za vsako področje, na katero se bo podjetje osredotočilo (npr. samo »depresija« namesto »zdravljenje depresije«).

Priloga 21: Trendi trga

Trend potreb po sprostitvi bo najverjetneje naraščal, saj se je v zadnjih letih povečevala stopnja stresa (Stress levels are rising worldwide, 2013). Tako se bodo povečevale tudi s stresom povezane težave, med drugim predvsem te, na katere se bo osredotočala spletna stran www.solution-to.com. Povečuje se tudi stopnja ljudi, ki zbolevalo za depresijo ali anksioznostjo, hkrati pa se hitro povečuje še delež mladih, ki zbolevalo za omenjenima boleznima (Depression in children and teenagers, 2013). Vsi ti podatki kažejo na to, da so težave, ki jih lahko lajšamo z avtogenim treningom, v porastu in so povezane z modernim načinom življenja. V preteklosti so bile težave povezane z depresijo in anksioznostjo veliko manjše, nasproti večjim težavam, kot so bile na primer druga svetovna vojna in velika depresija v 30. letih prejšnjega stoletja (Gray, 2010). Kljub temu trend v prihodnosti ni nujno pozitiven za storitev avtogenega treninga in angleških strani, ki jih bo ponujalo podjetje Solutio ad d. o. o. Povečuje se namreč število spletnih strani v domačih jezikih (vsi, ki niso angleški) in ljudje raje iščejo vsebine v domačem jeziku, česar konkurenca ne bo spregledala. Kljub temu je angleško govorečih ljudi na spletu 365 milijonov, vendar se bo delež angleško govorečih iskalcev informacij najverjetneje zmanjšal. Z razširitvijo storitve na nemški in španski jezik bi bilo v potencialni trg vključenih še 480 milijonov nemško in špansko govorečih uporabnikov spleta.

Priloga 22: Podrobnejši opis avtogenega treninga

Avtogeni trening se izvaja trikrat na dan po 10 do 15 minut, kar nam omogoča globoko sprostitve in nam povrne moč, nas osveži ter odpravi napetosti, ki nam jih povzročajo stres. Težave s spanjem, simptomi stresa se običajno odpravijo z redno vadbo, še preden končamo z 9-tedenskim tečajem, ki je standard pri poučevanju avtogenega treninga.

Treninga se lahko naučimo na individualnem tečaju, skupinskem tečaju, iz knjig, video oz. avdio tečajev, ali pa preko spleta, kjer najdemo navodila za izvajanje le-tega. Najboljši način, da se naučimo avtogenega treninga, je individualni tečaj oz. skupinski tečaj pri trenerju. Prednost tečajev v živo je v tem, da trener oz. skupina motivirajo posameznika k vadbi, se tedensko snidejo in odpravljajo težave, ki nastanejo pri učenju te tehnike. Poučevanje avtogenega treninga iz knjig, spletnih strani oz. avdio tečajev ima veliko pomanjkljivosti, saj ni tedenskih srečanj, nadzora nad pravilnostjo vadbe in zunanje motivacije, ki je zelo pomembna pri učenju te tehnike. Vse te pomanjkljivosti bi odpravljala tečaj našega podjetja, ki bo ponujalo tečaje avtogenega treninga v obliki video tečajev in s podporo terapevtov v ozadju.

Priloga 23: Podrobnejši opis podpornih strani

Stran www.solution-to.com bo vsebovala tudi opise in ocene zdravil, povezanih z depresijo, stresom, nespečnostjo, katere bodo lahko posamezni uporabniki teh zdravil tudi ocenjevali. Stran bo vodila forum, kjer bodo uporabniki lahko komunicirali med seboj in zastavljali vprašanja, na katera bo med drugimi odgovarjala tudi naša psihiatrinja. Vsebinsko foruma bo prinesla še več uporabnikov in potencialnih strank za avtogeni trening. Stran www.solution-to.com bo prodajala opcijo dnevnika po nizki ceni, kjer bodo uporabniki lahko zapisovali svoje športne dosežke, počutje, odmerke zdravil, vnos prehranskih dodatkov in tako opazovali, kaj jim pomaga pri težavah ali kako uspešni so v športu in kako napredujejo.

Konkurenčna prednost strani www.relaxation-online.com bo v široki vsebini in povezavi s stranjo www.solution-to.com, ki bo med drugim nudila tudi informacije o stresu. Stran, ki je povezana s sproščanjem, bo imela na voljo vrsto povezav do sproščujoče glasbe in široke vsebine različnih relaksacijskih metod ter do vsega, kar pomaga pri sproščanju, od prehrane do savne in prehranskih dopolnil.

Priloga 24: Opomba pri ocenjevanju obiska spletnih strani

Vse prihodnje ocene so narejene na konservativnih predpostavkah, ki temeljijo na primarnih podatkih ankete, in konservativni oceni sekundarnih podatkov, ki ocenjujejo, koliko bi lahko bilo obiskov naše spletne strani. Obiska naše spletne strani ne more nihče natanko napovedati, saj je tukaj poleg vsebine ključni faktor Google, ki je končni sodnik,

koliko bo ogledov spletne strani. Šele po dveh letih delovanja strani, se bo videlo, koliko uporabnikov lahko pričakujemo na spletnih straneh. Tukaj je to tveganje zelo veliko, saj se nikoli ne ve, kaj bo rezultat Googla na kratek ali dolgi rok.

Priloga 25: Širši opis poteka avtogenega treninga

Med tedenskimi srečanji bodo tečajniki tudi pisali dnevnik, katerega bo naš trener skrbno prebral in podal napotke za naslednji teden. Tako bo tečaj še bolj podoben tistemu v živo. Prav tako bodo imel tečajniki v vmesnem času možnost postaviti zasilna vprašanja, če bodo naleteli na težave pri vadbi. Zadovoljstvo kupca bo za nas izredno pomembno, saj dober glas danes hitro potuje po socialnih omrežjih (npr. Facebook in Twitter). Tako bomo s kratkimi anketami po opravljenih dogodkih (konec tedenskega srečanja, pregled dnevnika, odziv trenerja) ves čas spremljali zadovoljstvo kupca. Kupce bomo tudi vključili v izpopolnjevanje naše storitve z njihovimi predlogi, pohvalami in grajo. Vsako spremembo na podlagi pritožbe ali predloga bomo objavili in se zahvalili za pomoč pri ohranjanju kakovosti tečaja in izpopolnjevanju naše storitve. Vse naše stranke, ki bodo kupile tečaj avtogenega treninga, bodo opravile nakup samo enkrat, zato je zelo pomembno, da bomo z vsako stranko vzpostavili dober odnos in ji dali občutek, da je pomembna. Vsaka stranka, ki bo na spletu pisala o slabih izkušnjah z našo storitvijo, bo hitro vplivala na naše prihodke. Tako bomo vzpostavili sistem pritožb in pohval, katere bodo pogledali vsi naši trenerji in vodstvo podjetja. Na podlagi tega pristopa bomo izboljševali naše storitve, da bodo kupcu prijazne.

Priloga 26: Dodatna pojasnila o optimizaciji

Strani se optimizirajo z objavami na forumih, blogih, vpisovanjih v iskalnike, pisanjem člankov, objavljanjem na socialnih omrežjih idr. Optimizacija teh strani je ključnega pomena za naše podjetje in ji bo namenjeno največ pozornosti, saj bomo z izbrano vsebino in dobro optimizacijo dobili obiskovalce spletnih strani in s tem tečajnike avtogenega treninga, hkrati pa bomo tržili oglasni prostor naših spletnih strani. Za optimizacijo bomo skrbeli vsi, ki bomo pisali članke za spletne strani, in sicer z dnevnimi objavami na forumih po ključnih besedah, ki se navezujejo na posamezno vsebino, ki jo bomo pisali. Za optimizacijo bosta skrbeli tudi dve podjetji iz Indije. Naš družbenik (Tomi D.) iz Slovenije bo skrbel za optimizacijo same vsebine (angl. *onsite optimization*) in ključnih besed ter za rang strani (angl. *offsite optimization*). Hkrati bo tudi nadziral optimizacijo, ki jo bomo izvajali pisci člankov in dve indijski podjetji. Glede na to, da bo vse potekalo v angleščini, bomo sodelovali tudi z omenjenima indijskima podjetjema, ki bosta skrbeli za (angl. *offsite*) optimizacijo strani. Vse naše spletne strani bodo naše najboljše in na dolgi rok najcenejše orodje za oglaševanje tečajev avtogenega treninga in prodajanje našega spletnega prostora.

Priloga 27: Terminski plan

- registracija podjetja
- nakup neopredmetenih osnovnih sredstev
 - video tečaji AT in implementacija na spletno stran
 - 3 spletne strani
 - dnevnik na strani www.solution-to.com
- oglaševanje na spletnih straneh
- objavljane novih vsebin na spletnih straneh
- trženje oglasnega prostora
- pridobivanje tečajnikov za avtogeni trening
- zagon beta verzije video tečajev v petem mesecu poslovanja
- vpeljava trenerjev avtogenega treninga v storitev Autogenic Training Online
- polni zagon tečajev avtogenega treninga
- zagon spletnega dnevnika in njegovo trženje
- optimizacija vseh spletnih strani

Priloga 28: Izračun neto sedanje vrednosti

Tabela 1: Izračun neto sedanje vrednosti

Leta	Donos	Vložek	diskontna stopnja	(1-R) ^t	NSV
1	4.347	20.000	0,1	0,90	-17.392,22
2	6.225	2000	0,1	0,81	5.216,05
3	16.401	2000	0,1	0,73	19.754,46
4	30.793	0	0,1	0,66	46.933,39
5	39.757	0	0,1	0,59	67.328,83
					121.840,51

Priloga 29: Merljivi cilji za prvih 5 let poslovanja

Tabela 1: Merljivi cilji za prvih 5 let poslovanja

PRIHODEK (v €)	48.320	181.500	236.800	262.000	274.000
ČISTI DOBIČEK (v €)	4.347	6.225	16.401	30.793	39.757
ŠTEVILO ZAPOSLENIH	0	3	3	3	3
RAST PRIHODKOV (v %)	0,00	275,62	30,47	10,64	4,58