

# Poslovni model

## **Naš poslovni model**

**Naši članovi naši su vlasnici.** Oni nam govore što im je važno, a mi ih slušamo i djelujemo u njihovom interesu.

Kao i svaka druga komercijalna organizacija, želimo osigurati natprosječan profit. Međutim, puno nam je važniji od toga način na koji naš profit ostvarujemo i način na koji ga koristimo.

Kao zadruga mi ostvarujemo profit za sve naše članove i to nas čini malo drugačijim.

Svi su naši članovi uključeni u demokratsko donošenje odluka. Mi zajedno odlučujemo - koliki dio profita ćemo ponovno uložiti u naše poslovanje i tako svim članovima povećavati vrijednost osobne imovine u zadruzi, a koliki dio dobiti ćemo podijeliti.

## **Pridružite nam se!**

Ako dijelite naše mišljenje i vjerujete u ono za što se zalažemo, pridružite nam se!

## **Naša vizija**

Djelovati na izgradnji boljeg društva kroz kvalitetno upravljanje osobnom imovinom pojedinca i obitelji.

## **Naša misija**

Povezati potrošače i ponuđače (prodavače) proizvoda i usluga u zajednicu u kojoj će svatko pronaći osobne interese i poboljšati svoju financijsku i materijalnu poziciju!

## **Naša svrha**

Služiti našim članovima za povećanje njihove imovine kroz osobnu potrošnju preko zadruge.

## **Naša motivacija**

Ekonomska sigurnost je osnova zadovoljstva, ljubavi, obitelji i sreće. Novac sam po sebi ne čini Vas sretnim. No novac omogućava sigurnost koja smiruje i omogućava Vam da uživate u životu.

## **Kako ?**

Kreirali smo jedinstven poslovni model nagrađivanja registriranih potrošača i članova te ga ozakonili u pravnom obliku zadruge.

## **Zašto zadruga?**

Zadruga je jedini gospodarski sustav koji se zasniva na univerzalnim civilizacijskim vrijednostima: slobodi udruživanja, demokratskom upravljanju, uzajamnom djelovanju i pravednoj raspodjeli dobiti.

Potrošačka Mreža 1 je zadruga osnovana u skladu sa zakonima i propisima Republike Hrvatske čija je osnovna djelatnost poslovno posredovanje u nabavci i prodaji roba i usluga.

## **Kako ostvarujemo korist za naše članove?**

Partnerske tvrtke se obavezuju da Potrošačkoj Mreži 1 za promociju roba/usluga u okviru Potrošačka Mreža 1 mreže članova plati naknadu koja se obračunava primjenom ugovorenog postotka na ostvaren promet između Partnerske tvrtke i članova Potrošačke Mreže1 u definiranom periodu.

## **Potrošač**

Svi smo mi svakodnevno potrošači i kupujemo različite proizvode i usluge, kao na primjer: hranu, gorivo, odjeću, obuću, aute, kuće, stanove, frizerske usluge... Nama kao potrošačima prvenstveni je cilj kupovati čim povoljnije i to ako je moguće kompletan asortiman iz cjelovite potrebe našeg kućanstva.

## **Trgovac**

Svi proizvodi i usluge namijenjeni su prodaji.

Trgovcu je cilj čim jeftinije kupiti neku robu i naravno, uspjeti je čim skuplje prodati kupcu i zaraditi na razlici kupovne i prodajne cijene. No on se danas susreće s interesantnim problemima. Sve veća konkurencija tjera ga da s jedne strane spušta cijenu proizvoda, a s druge strane da sve više novca investira u reklamu kako bismo mi potrošači u šumi ponuda čuli za njega. Tako za njega ostaje sve manje novaca.

## Potrošač

1. Promjena tokova novca – dio osobne potrošnje pretvara u dobit i imovinu
2. Mogućnost korištenja instrumenata i alata za kvalitetno upravljanje imovinom
3. Dodatni prihodi – kroz naš affiliate program nagrađivanja za preporuke i ugovor o trgovinskom zastupanju

Ostale prednosti: bez rizika – mogućnost potpuno besplatne registracije - široka paleta proizvoda i usluga –jednostavno korištenje – sudjelovanje u odlučivanju zadruge – povećanje dobiti kroz veću osobnu potrošnju - postati zadrugar kroz osobnu potrošnju

**Naši članovi (zadrugari) naši su vlasnici!**

## Partnerske tvrtke

1. Dobivaju lojalne kupce
2. Bolji imidž u društvu – sudjelovanjem u programu zadruge ne nude samo popust nego direktno utječu na povećanje imovine svojih kupaca što ima za posljedicu razvoj društva u cjelini
3. Ostvaruju veću dobit

Ostale prednosti: potpuna kontrola troškova za marketing - zadržavaju stare kupce - dobivaju nove kupce - povećavaju promet - mogu postati zadrugari - mogućnost zarađivanja kada kupci kupuju drugdje - zarada od svoje potrošnje kao član - razvoj vlastite mreže članova - mogućnost zarađivanja prilikom kupovine kod konkurentske partnerske tvrtke - kupci postaju poslovni partneri - konkurenti postaju poslovni partneri

## Projekcija za 31. 12. 2011. godine

Broj zadrugara: 500

Broj registriranih korisnika: 5000

Ukupni prihod:	5.500.000 kn
Troškovi (affiliate, trgovinsko zastupanje, upravljanje, outsourcing)	2.360.000 kn
Ostali troškovi (radni prostor, marketing, tisak, dostava...):	220.000 kn
Operativna dobit:	2.920.000 kn
Dobit nakon oporezivanja:	2.336.000 kn

Imovina na početku razdoblja: 1.500 kn

Imovina na kraju razdoblja: 250.000 kn

*Napomena: za projekciju je uzet primjer da svaki korisnik troši kod partnerskih tvrtki 2.000 kn mjesečno te da je prosječna odobrena naknada od strane partnerskih tvrtki 10%.*

*Imovinu zadruge čine članski ulozi zadrugara i imovina stečena poslovanjem zadruge!*

## Projekcija za 31.12. 2012. godinu

Broj zadrugara: 1500

Broj registriranih korisnika: 10000

Ukupni prihod:	19.800.000 kn
Troškovi (affiliate, trgovinsko zastupanje, upravljanje, outsourcing)	8.298.000 kn
Ostali troškovi (radni prostor, marketing, tisak, dostava...):	1.000.000 kn
Operativna dobit:	10.502.000 kn
Dobit nakon oporezivanja:	8.401.600 kn

Imovina na početku razdoblja: 250.000 kn

Imovina na kraju razdoblja: 1.750.000 kn

*Napomena: za projekciju je uzet primjer da svaki korisnik troši kod partnerskih tvrtki 2.000kn mjesečno te da je prosječna odobrena naknada od strane partnerskih tvrtki 10%.*

*Imovinu zadruge čine članski ulozi zadrugara i imovina stečena poslovanjem zadruge!*

## Projekcija za 31.12. 2013. godinu

Broj zadrugara: 3000

Broj registriranih korisnika: 20000

Ukupni prihod:	45.700.000 kn
Troškovi (affiliate, trgovinsko zastupanje, upravljanje, outsourcing)	18.917.000 kn
Ostali troškovi (radni prostor, marketing, tisak, dostava...):	2.000.000 kn
Operativna dobit:	24.783.000 kn
Dobit nakon oporezivanja:	19.826.400 kn

Imovina na početku razdoblja: 1.750.000 kn

Imovina na kraju razdoblja: 10.500.000 kn

*Napomena: za projekciju je uzet primjer da svaki korisnik troši kod partnerskih tvrtki 2.000kn mjesečno te da je prosječna odobrena naknada od strane partnerskih tvrtki 10%.*

*Imovinu zadruge čine članski ulozi zadrugara i imovina stečena poslovanjem zadruge!*

- Povećanje osobne potrošnje
- Povećanje baze registriranih korisnika i zadrugara
- Povećanje broja partnerskih tvrtki

# Povećanje osobne potrošnje

## Registrirani potrošač – korisnik

Akumuliranje prometa iz osobne potrošnje za DirektPlusPaket i osnovni članski udio u zadruzi- potreban promet od 50.000kn ukupno.

## Član – zadrugar

Koliki će iznos udjela u dobiti ostvariti zadrugar, te iznos vrijednosti njegove imovine ukoliko izlazi iz zadruge, ovisi isključivo o njegovoj osobnoj potrošnji.

### Moj udio u dobiti!

$$\frac{\text{Ukupna dobit za raspodjelu}}{\text{Ukupni promet zadruge}} = (f) \times \text{Moja potrošnja u godinu dana}$$

### Moj udio u vrijednosti imovine!

$$\frac{\text{Ukupna vrijednost imovine}}{\text{Ukupni promet zadruge}} = (f) \times \text{Moja potrošnja od dana članstva}$$

# Povećanje baze korisnika

## Affiliate program nagrađivanja za preporuke - primjer

Nivo	Broj osoba	Registrirani korisnik	Ukupno registrirani korisnik	Zadrugar	Ukupno zadrugar
1.	20	0,50%	200 kn	0,80%	320 kn
2.	100	1,00%	2.000 kn	1,60%	3.200 kn
3.	300	0,50%	3.000 kn	0,80%	4.800 kn
<b>Mjesečna bruto zarada</b>			<b>5.200 kn</b>		<b>8.320 kn</b>

### Napomena:

*za izradu primjera uzeli smo da svaka osoba troši mjesečno prosječno 2.000 kuna kod partnerskih tvrtki koje su odobrile naknadu u zadruzi u iznosu od 10% od prometa.*

### Instrumenti za razvoj mreže preporuka:

- Dodjela osobnog linka za slanje e-mailom
- Edukacije o pridobivanju korisnika
- Osobni razgovori
- Redovne prezentacije uživo
- Redovne prezentacije putem webinarera

*Podrška: marketinški plan zadruge.*

## **Naknada od trgovinskog zastupanja**

Svi zadrugari imaju mogućnost sklapanja ugovora s partnerskim tvrtkama i za to dobiti naknadu za trgovinsko zastupanje.

Visina naknade za trgovinsko zastupanje ovisi o visini popusta koji je odobrila partnerska tvrtka.

Primjer:

ukoliko ste Vi doveli novu partnerku tvrtku koja je odobrila popust od 15%, Vama pripada naknada u visini od 1,1% od ukupnog prometa ostvarenog kod te partnerske tvrtke. To predstavlja 10% od razlike odobrenog popusta umanjenog za 4% ( $15\% - 4\% = 11\%$ ).

## **Instrumenti za razvoj trgovinskog zastupnika**

Redovita edukacija i školovanje s temama:

prednosti za partnerske tvrtke, definiranje komunikacijskih sredstava, ovladavanje neformalnim pristupom, pisanje poslovnih materijala, izvođenje prezentacije, kako voditi djelotvorne sastanke, pregovaranje.

*Podrška: marketinški plan zadruge.*

## Naša neovisnost!

Naša neovisnost omogućuje nam da obuhvatimo cjelovite potrebe potrošača te da ponudimo široki izbor.

Naši su članovi naši vlasnici i oni nam govore što im je važno. Mi nismo dio nekog trgovinskog lanca niti smo trgovačko društvo.

Naši članovi kao naši vlasnici preporučuju nam partnerske tvrtke i ono što njima treba. To je jedina prava garancija da ćemo uspjeti obuhvatiti najveći dio svih potreba naših članova i registriranih korisnika.

## Razvoj u tri segmenta

- **Partnerske tvrtke za pružanje financijskih usluga**
- **Partnerske tvrtke za robu i usluge široke potrošnje**
- **Aktualne akcije** - osluškujući potrebe naših korisnika i zadrugara organizirat ćemo razne *super* popuste i akcije od 40% do 90% kako bismo dodatno uštedjeli novac našim članovima.

**Za informacije i učlanjenje, javite se: [porast@porast.hr](mailto:porast@porast.hr)**

**link za uključenje u Potrošačku Mrežu 1**

[www.potrosackamreza.com/default.php?ID=1000238](http://www.potrosackamreza.com/default.php?ID=1000238)