

Legal, accounting, sales

Legal

Wybrane aspekty

Różne rodzaje umów w obrocie gospodarczym

Umowy z dostawcami:

- ▶ Dostarczanie usług – telekom, sprzątanie, etc.
- ▶ Zakup towarów
- ▶ Pracownicy i podwykonawcy – nadzór nad realizacją lub realizacja naszych procesów biznesowych:
 - ▶ **Umowy o pracę** (kodeks pracy)
Pracownik zobowiązuje się do osobistego świadczenia pracy na rzecz pracodawcy pod jego kierownictwem, w miejscu i czasie określonym przez pracodawcę.
Pracodawca zobowiązuje się do wypłaty wynagrodzenia.

 - ▶ **Umowy zlecenie** (kodeks cywilny)
Zleceniodawca zleca a zleceniobiorca przyjmuje do wykonania określoną czynność za określone wynagrodzenie.
Nie ma gwarancji rezultatu, staranne działanie wystarcza do poprawnej realizacji.

 - ▶ **Umowy o dzieło** (kodeks cywilny)
Zleceniodawca zleca a zleceniobiorca przyjmuje do wykonania dzieło za określone wynagrodzenie.
Dzieło może mieć materialną i niematerialną (np. twórcza) postać.
Jest gwarancja rezultatu.

Zobaczmy przykłady.

<http://www.bankier.pl/narzedzia/kalkulator-placowy> - czy umowy cywilno-prawne są śmieciowe?

NDA – umowa o zachowaniu poufności

Umowa **NDA** (non-disclosure agreement) to umowa, którą najczęściej stosuje się przed rozpoczęciem zdarzenia gospodarczego między dwiema lub więcej stronami.

Określa ona, że:

- ▶ Strony wymienią się poufnymi materiałami (lub też jedna strona przekaże poufne materiały drugiej)
- ▶ Czym są materiały poufne
- ▶ Kto i jak może przekazać te materiały
- ▶ Ograniczenia poufności tych materiałów
- ▶ Strona otrzymująca ma obowiązek zachować poufność tych materiałów
- ▶ Opcjonalnie odpowiedzialność (kary)
- ▶ Dodatkowe ustalenia

Wymagania do podpisania dobrej umowy

Musimy określić:

1. czego klient **potrzebuje** (w odróżnieniu od tego co chce zamówić 😊)
2. jak mierzyć czy to **osiągnęliśmy**
3. Kto za co **odpowiada**
4. Jaki jest **plan prac**
5. Jak będziemy **dokumentować** postępy
6. Jakie **wynagrodzenie** i w jaki sposób powinniśmy otrzymać
7. Jakie **ryzyko** ponosimy (tj. co się może nie udać, jakie konsekwencje będziemy ponosili)
8. Jaka będzie **gwarancja** po realizacji umowy
9. Jak będziemy zarządzać **zmianą** do umowy

Jak wygląda proces zakupu w rzeczywistości (następny slajd)?

Proces zakupu (uproszczony)

Jak przebiega zazwyczaj proces sprzedaży:

1. Poznanie klienta i dostawcy
2. Identyfikacja potrzeb
3. Określenie sposobu realizacji i kosztów
4. Chęć nawiązania współpracy
5. Umowa
6. Negocjacje dot. umowy (parametrów współpracy)
7. Podpisanie umowy
8. Realizacja
9. Zakończenie

Najczęstszy błąd nowicjuszy:

- Etap 5-7 mogą wpłynąć na zmiany z etapu 3
- Braku planu zmian umowy w trakcie realizacji lub dopuszczanie drobnych zmian bez odpowiedniej dokumentacji

Umowa dostarczenia usługi

Przykładowa umowa:

- ▷ Informacje o **dacie** zawarcia i **stronach** umowy
- ▷ Opcjonalnie **preambuła**
- ▷ Opcjonalnie **Definicje**, interpretacje
- ▷ **Przedmiot** umowy
- ▷ **Zakres** umowy
- ▷ **Parametry** współpracy – gwarancja/serwis lub warunki SLA
- ▷ **Oświadczenia** stron
- ▷ **Obowiązki** stron
- ▷ Pozostałe
- ▷ **Odpowiedzialność**
- ▷ **Wynagrodzenie** i kary umowne
- ▷ **Czas** obowiązywania
- ▷ **Zawiadomienia** i osoby kontaktowe
- ▷ **Poufność**
- ▷ Prawo **autorskie**
- ▷ Postanowienia końcowe

Najtrudniejsze są zazwyczaj:

- ▷ Odpowiedzialność, kary, gwarancja.

Accounting

Podstawy 1-os DG

Nie wystarcza czas na zajęciach, więc tylko tyle 😊

- ▶ Jak wygląda faktura – omówienie budowy dokumentu.
- ▶ Książka przychodów i rozchodów – prezentacja i omówienie podstawowych zasad prowadzenia.
- ▶ Jak wyliczyć nasz dochód – prezentacja dokumentu.

- ▶ Jak wyliczyć koszty umów: UoP, UZ, UD: <http://www.bankier.pl/narzedzia/kalkulator-placowy>

Sales

Podstawy organizacji sprzedaży

Proces sprzedaży

Każda firma realizuje proces sprzedaży



Osiem czynników ZRUBRDKKd

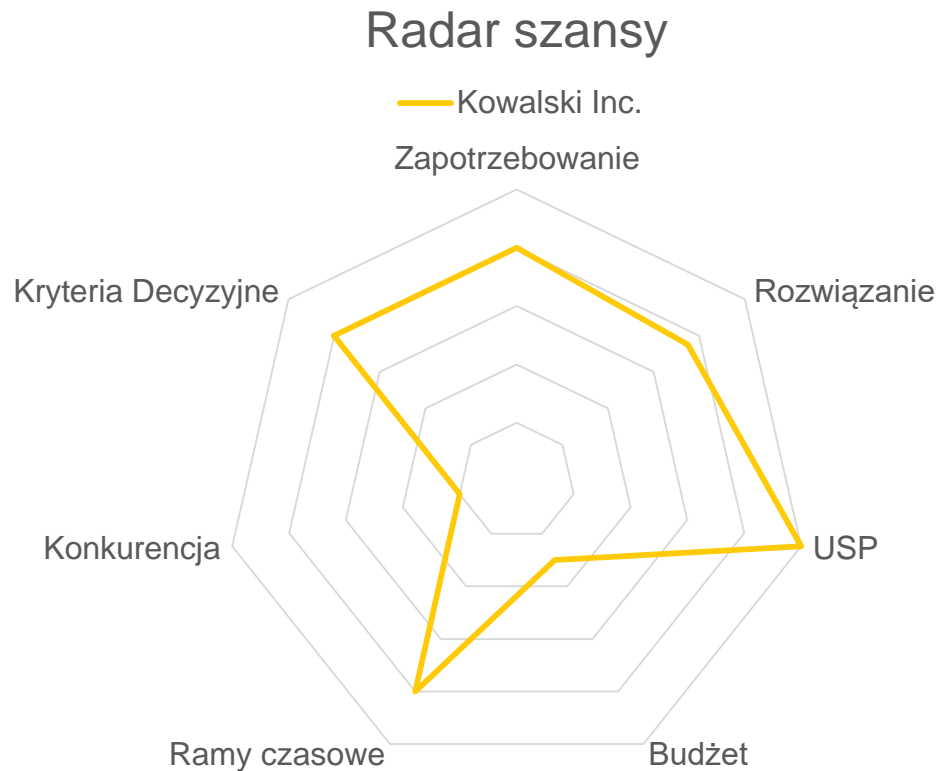
1. **Z = Zapotrzebowanie** - Wielkość, charakter ogólny-konkretny, opisane, znane?
2. **R = Rozwiązanie** - Realizacja własnymi rozwiązaniami? W całości czy częściowo? Czy mamy środki?
3. **U = USP** (Unique Sales Proposal - unikalna propozycja sprzedaży = cechy wyróżniające was spośród innych)

Czy w ofercie opisaliśmy USP? Klient ją zrozumiał i zaakceptował? Czy jest dla niego istotna?

1. **B = Budżet** - przejrzysty i ma odpowiednią wysokość?
2. **R = Ramy czasowe** - określono ramy czasowe? pilne? Horyzont - można liczyć na zamówienie?
3. **K = Konkurencja** - czy jest? Kto? ich pozycja rynkową?
4. **Kd = Kryteria decyzyjne** - kto jest użytkownikiem a kto decydującym? Jakimi kryteriami się posługują?

Wartość	0	1	2	3	4
Zapotrzebowanie	nie ma żadnych informacji	ogólne zainteresowanie	opis ustny	mało konkretne albo nieznanne szczegółowo	konkretne, pisemnie przedstawione, znane
Rozwiązanie	brak możliwości wypowiedzenia	spełnia w 100% wymagania obligatoryjne	dotąd dodatkowe wymagania mogą być częściowo spełnione	tak, ale inaczej	100% wymagań, środki własne wystarczające
UPS	nieznana	znana	zrozumiana przez klienta	zaakceptowana	ważna dla klienta
Budżet	brak informacji	posiada, wysokość nieznana	za niski	wystarczający, ale ogólny	jasno zdefiniowany, wystarczający
Ramy czasowe decyzji	brak informacji	niezidentyfikowane	12 miesięcy	3 miesiące	krótkotrwałe, pilne zapotrzebowanie
Decydent	brak informacji	jeden znany osobiście	wszyscy znani	wszyscy znani osobiście	osobista więź ze wszystkimi i znane motywy
Konkurencja	brak dokładnych informacji o konkurencji	konkurencja znana	kolejność znana	prawdziwy	brak konkurencji
Kryteria decyzyjne	brak informacji	znane kryteria użytkownika	znane kryteria użytkownika i decydenta	znane wagi poszczególnych kryteriów	znane kryteria i wagi wszystkich decydentów

Radar szansy - Osiem czynników ZRUBRDKKd



Proces sprzedaży

Każda firma realizuje proces sprzedaży



Closing techniques

Low involvement:

- ▶ **Podejście** "Ja nie będę Panu sprzedawał - pokażę tylko dlaczego inni klienci kupują i cenią produkt, a Pan mi powie czy te powody są ważne również na Pana"
- ▶ **Seria TAK** - zadawanie serii pytań na które klient odpowiada TAK
- ▶ **Siła sugestii** – „jak już serwer będzie chodził, to klienci będą bardziej zadowoleni z szybkiego działania serwisu”
- ▶ **Alternatywa** – woli Pan A czy B,
- ▶ **Kwestia drugorzędna** – podkreślanie systemu nagłośnienia w samochodzie.
- ▶ **Nagła śmierć** – omówiliśmy wszystko – podejmijmy decyzję. Jeśli Pan zamawia zaczynamy od razu.
- ▶ **Zamknięcie klamki** – dziękujemy za poświęcony czas, wychodząc zatrzymujemy się i pytamy – jak możemy poprawić naszą ofertę.

Higher involvement:

- ▶ **Próbne** – po każdym etapie pytania próbne – czy to co pokazałem jest OK?
- ▶ **Formularz** – wypełniamy w trakcie rozmowy formularz zamówienia i dajemy do akceptacji późniejszej.
- ▶ **Story** – opowiadanie historii, którą nasza firma przeszła, a jest ciekawa. Parametry klient zapomni, a historię zapamięta.
- ▶ **Podsumowanie** – na końcu spotkania podsumowujemy ustalenia.
- ▶ **Założenie** – w trakcie i na koniec spotkania zakładamy i działamy tak jak by klient zamówił.
- ▶ **Ostry kąt** – rozwiązywanie wszystkich drobnych kwestii dając klientowi do wyboru w trakcie spotkania.

Gry klienta

1. Rozpoznaj realne **potrzeby** klienta. Zrozum rozumowanie klienta.
2. Nie rób drugiemu co Tobie nie miłe. Nie wciskamy nie potrzebnego produktu. **Customer Eyes** – spójrz na swoje działania oczami klienta.
3. Parafrazuj wypowiedzi klienta – nie wprost, tylko interpretując jak rozumiesz interes klienta. To pozwoli na weryfikację czy się dobrze zrozumieliście.

Zagrania negocjacyjne:

- ▷ Klient: „Pana oferta mnie nie interesuje”
- ▷ Dostawca: „Co skłoniło Pana do spotkania ze mną?” „Jaki jest Pana cel – zobaczę czy jestem w stanie podjąć”

- ▷ Klient: „Nie mam czasu”
- ▷ Dostawca: „co się stało, że nie ma Pan czasu?”

- ▷ Klient: „Interesuje mnie tylko i wyłącznie” (cena?)
- ▷ Dostawca: „Jeśli dwie oferty złożą idealnie taką samą cenę to co Pan wybierze?”

Typy klienta

Analiza jak się zachować i jak zadziałają pomyłki.

1. Ja – Inni

1. Ja podejmuje samodzielnie decyzje
2. Inni podejmuje decyzje na podstawie doradcy

2. Cele – Problemy

1. Chce osiągnąć cele
2. Chce uniknąć problemów

3. Zgodny Negujący

1. Zgodny – tak samo szybko się godzi jak i rezygnuje
2. Negujący – neguje, Podkreślenie wartości uwag. Podziękowanie za wkład w nasz rozwój. Zapytanie czy coś jeszcze warto by było robić lepiej. Zaoferowanie ich rozwiązania/zmiany zaspokajającej uwagi.

4. Systematyczny – Chaotyczny

1. Systematyczny – wylicza wszystkie swoje potrzeby.
2. Chaotyczny – emocje są bardziej istotne w zaspokojeniu potrzeb

5. Osobisty i rzeczowy

1. Analizuje potrzeby osobiste klienta – chcę kupić piłkę dla syna. A z jakie okazji?
2. Rzeczowy – przychodzi załatwić konkretną sprawę.



Dziękuję!

Pytania?