



CIS and Baltic



Основные ошибки заказчика

- Имеет ли смысл работа в убыток?
- Какова расходная часть интегратора?
- Возможна ли полная занятость?
- Зачем это знать заказчику?

Основные ошибки заказчика

- Кроилово
- Переплата

Как это происходит?

- Никого не интересует реальная расходная часть

Реальные расходы

- Расходы конкретного объекта
- Расходы компании в целом

Расходы интегратора

- Расходы на содержание офиса. Это ежемесячная аренда, а если это частная собственность, то её выкуп так же ложится в расходную часть и размазывается на годы, иначе какой в этом смысл?

Расходы интегратора

- Коммунальные платежи, электричество, вода, ливневка и пр.

Расходы интегратора

- Расходы на офисных работников, секретари, менеджеры, бухгалтерия и пр. Зарплаты, налоги.
- При чем тут объект заказчика и расходы офиса интегратора?
- Без них организация не может существовать.
- Платить из какого бюджета?
- Только от выполненной работы интеграторов.

Расходы интегратора

- Мебель, орг. техника, канцелярия, кофе чай и пр, офисная принадлежность.
- Всё это ложится бременем на доходную часть инсталляционной компании.

Расходы интегратора

- Зарплата квалифицированных монтажников и программистов высокая.
- Премии.
- Налоги.

Расходы интегратора

- Расходы намного стабильнее доходов.
- Если баланс нарушился, то в бюджете компании образуется финансовая брешь, которую можно закрыть только всё с тех же доходов.
- Сделать за какой-то серьезный промежуток времени довольно сложно.

Расходы интегратора

- Специализированное измерительное оборудование и инструмент, стоит дорого. Оно постепенно устаревает, выходит из строя, теряется, воруют. Его эпизодическая закупка и амортизация отнимают весомый бюджет компании.
- Живя в современном мире, каждый из заказчиков хочет, чтобы работающие у него инсталляторы были экипированы по последнему слову техники.

Расходы интегратора

- Обучение специалистов. Изначальное обучение, и постоянное повышение квалификации.
- Обучение стоит денег, плюс сопутствующие ему траты: командировочные, проезд и пр. эти оплачиваются всё с тех же доходов.

Расходы интегратора

- Транспортные расходы.
- Сам автомобиль не появляется из воздуха, его нужно купить, сразу или в лизинг, эти расходы также ложатся на бремя компании и размываются на несколько лет.
- Эксплуатационные расходы на авто, ТО, страховки, топливо и пр.
- У небольшой компании в среднем 5-6 автомобилей для нужд компании. Пробег каждой от 75 до 150 тыс. км, в год.
- Средний путь до объекта примерно составляет 75-150 км в одну сторону. В обе 150-300 км в день. Плюс логистика.

Расходы интегратора

- Закупка образцов или макетов оборудования.

Расходы интегратора

- Рекламный бюджет. Интернет, полиграфия, выставки (часто далеко не одна выставка). Участие в каких-то проектах и пр.

Расходы интегратора

- В продуктовом магазине, в чеке нет ничего выше ста рублей, а общий счет на пять тысяч.

Расходы интегратора

- Усреднено небольшая инсталляционная компания имеет примерно 1 мл. руб. расходов в месяц. При должном внимании к своим заказчикам, персоналу, к самой работе, (к закупке приборов, обучению и пр.).

Баланс

- При средней маржинальности в 30%, необходимо иметь примерно 3,5 миллиона оборота в месяц чтобы выйти просто в нули.
- Инвесторов компании такой оборот не устроит, так как инвестиции делаются для того, чтобы получать прибыль.

Баланс

- Минимальный оборот в месяц относительно небольшой инсталляционной компании должен составлять хотя бы около 5 000 000 в месяц или 60 000 000 в год..

Планирование

- Объект стоимостью в \$1 000 000 или 60 000 000 руб.
- При ежемесячном планомерном финансировании, компании инсталлятору хватит этих средств ровно на 12 месяцев.
- На эти средства компания сможет работать на таком объекте, 12 месяцев полностью посвящая ему всё своё время.

Планирование

- Если стройка затягивается на срок до двух лет, инсталлятор вынужден снимать с работ интеграторов и отправлять их на другие объекты, чтобы уравновесить свои ежемесячные расходы.

Планирование

- Если стройка затянулась на три года, то количество работников на объекте падает в геометрической прогрессии, так как инсталляционная компания, к этому времени, уже начинает фактически вкладывать в этот объект свои деньги, что для неё убыточно.

Планирование

- Чтобы не обанкротиться, компания инсталлятор включает «дежурный режим».
- Может закончиться просто банкротством и к непредвиденным расходам самого заказчика.
- Инсталляционная компания вынуждена, даже при наличии такого уровня объектов, параллельно работать с другими заказчиками.

Глубочайшая ошибка

- Некоторые заказчики пребывают в иллюзии, что целая инсталляционная компания будет работать только на них очень длительное время. Это практически всегда приводит к разрыву партнёрских отношений и к дополнительным тратам заказчика. Кроме того, и с новыми инсталляционными компаниями, при такой организации работ, будет происходить всё тоже самое.

Приманка

- Неопытные компании могут повестись на сладкую морковку, типа: "закончите это, мы вам отдадим вот это", но итог все равно будет один и тот-же.

Баланс

- Объект с бюджетом в 30 000 000 руб. Срок с 12 месяцев падает до 6. Минимум 2 объекта в год.
- Шанс строительной готовности равен нулю.
- Если делать все по сценарию то небольшая инсталляционная компания, способна выполнить такую работу за очень короткий срок.
- Чем быстрее она это выполнит, тем ниже будет себестоимость этой работы и выше прибыль.
- По такому сценарию работают очень редкие заказчики.

Баланс

- Объект с бюджетной стоимостью 500 000 рублей.
- Не меньше 10-ти в месяц, чтобы оставаться на плаву и получать хоть какую-то прибыль. 100 объектов в год.
- Расходная часть растет, (больше количество разъездов), прибыль падает.

Основные ошибки заказчиков

- Не зависимо от суммы контракта, не стоит вмешиваться в организацию труда инсталляционной компании. Необходимо просто согласовывать время работ на взаимно удобных условиях. Нарушение этого правила очень часто приводит к отрицательному итоговому результату.

Основные ошибки заказчиков

- Не стоит думать, что инсталляционная компания будет работать только на одного заказчика, это противоречит здравому смыслу и приведет к банкротству компании инсталлятора, и как следствие к плохому итоговому результату для заказчика.

Основные ошибки заказчиков

- «Кроилово» всегда выходит боком.
- Если заказчик начинает сильно прессовать инсталлятора в отношении скидки, то он просто не понимает, что компания инсталлятор эти деньги сэкономит всё равно на этом же заказчике, как минимум на уровне и качестве предоставляемых ему работ, как максимум еще и на материалах, иначе инсталлятору просто не выжить.

Основные ошибки заказчиков

- Надо отдавать себе отчет в том, что на большие скидки идут компании у которых дела продвигаются очень плохо, чтобы хоть как-то выкрутиться из плохого финансового положения, такие компании идут на невыгодные им сделки. Естественно, что заканчивается такое «кроилово» «кроиловом» на самом же заказчике. Это «бумеранг», который всегда возвращается в исходную точку.
- Не стоит обманывать самих себя, «кроилово» всегда обойдется дороже.

Основные ошибки заказчиков

- Пример с операцией на сердце.
- При её необходимости, никто из здравых в уме людей не ищет хирурга, который просто дешевле, а ищет того, кто проведет эту операцию как можно качественней.

Основные ошибки заказчиков

- Если заказчику обозначили стоимость, то самым глупым с его стороны будет показывать, что другая компания предложила ему дешевле.
- Стоит ориентироваться на рекомендованный розничный ценник.
- Никто ничего не будет делать себе в ущерб, скорее всего заказчик окажется в той ситуации, когда в последствии будет предлагать большие деньги за то, чтобы теперь кто-нибудь это доделал или переделал.
- Переделка всегда дороже, это аксиома.



CIS and Baltic