

# Cégmegtartás egyszerű „útvonaltervvel”

Amit Ön sosem hitt volna az autószervezéről

Nagy László vagyok, a Nagy Gépműhely tulajdonosa. A cégem harmadik generációs, 1932 óta létezik. Ahhoz, hogy fennmaradjon és eltartsa a családját, minden korszakban kellett egy szisztéma, ami alapján működött. Így van ez ma is, a mai kornak is megvannak a maga kihívásai, nehézségei, amellyel fel kell venni a kesztyűt. Sokszor nem könnyű, de számos technika van arra, hogy mégis sikerrel járjunk, és ne kelljen lehúzni a cég roliját. Ilyen szisztéma a cégmegtartás „útvonalterve” is, amely nem is olyan bonyolult, mégis amilyen egyszerű, olyan nagyszerű dolgokat tud kihozni az Ön cégéből is.

Abban biztosan egyetértünk, hogy a világ egyre gyorsabban változik. A gyorsabb változás kihát a cégek működésére. Az ami ma még korszerűnek számít, az egy év múlva már megszokott lesz és két év múlva már elavulttá válik, és ez nemcsak műszaki, de gazdasági területen is igaz, ezért a megoldás a folyamatos fejlesztésben van.

Azonban nemcsak műszaki vonalon kell fejleszteni a cégünket, hanem a marketingre és a menedzsmentre is figyelmet kell fordítani. El kell felejteni azt az elképzelést, hogy most a nehéz időkben meghúzom magam, és majd csak túlélem valahogy, mert ennek az eredménye jobb esetben az egyre hosszabb munkaidő és az egyre kevesebb profit lesz, míg rosszabb esetben jön a végrehajtó.

Az üzleti modellt nem szabad összekeverni az üzleti gyakorlattal! Az üzleti gyakorlat a működés során folyamatosan alakul ki. Ilyen például, hogy mikor van nyitva a cég, milyen a cégben az iratkezelés stb.

Az üzleti modell olyan, mint egy útvonalterv, mint amikor utazás előtt Ön is megnézi a térképet, ha olyan helyre utazik, ahol még nem járt, vagy GPS-t használ és beállítja a célállomást, a GPS pedig végigvezeti Önt az úton. Az üzleti modell az Ön térképe, „útvonalterve” a cégéhez, ahol előre megtervezi, hogy a beérkező megrendeléseket miként veszi át, miként szolgáltatja le, hogyan adja át és miként keressen vele pénzt, és hogyan mozgósítsa a benne megbújó profitot. Pontosan mi az a megbújó profit? Az, amit a cége ki tudna termelni, de jelenleg nem teszi. Minél jobb az üzleti modell, annál jobban látsza-

nak a megbújó profitszerző lehetőségek, és annál több profitra tehetünk szert.

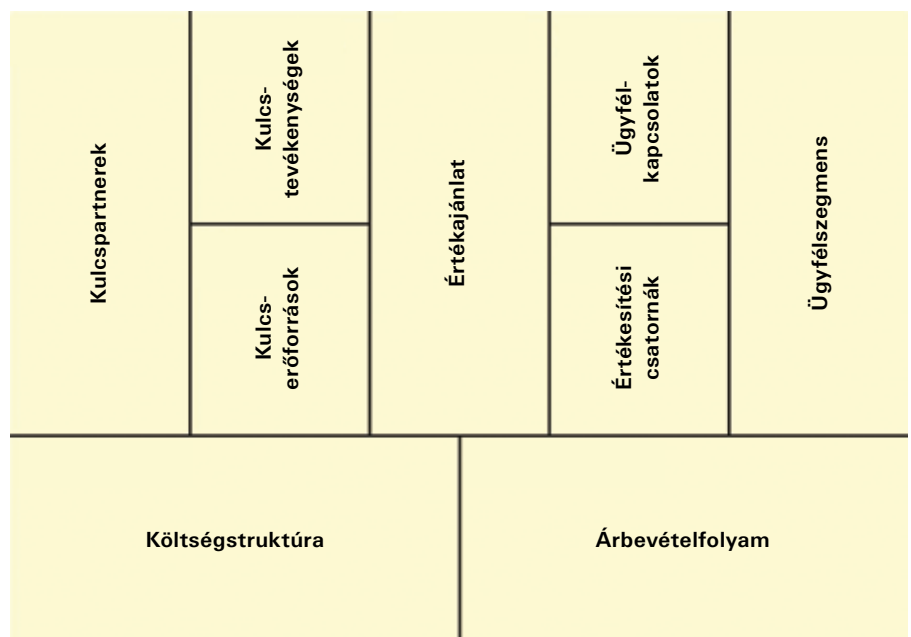
Az üzleti modell felépítését papíron a következőképpen lehet megjeleníteni. A modell bal oldalán van a bevételi oldal. Itt található az ügyfélszegmens. Ebbe a mezőbe kerülnek a cég profiljához passzoló ügyfélcsoportok. Mellette van az ügyfélkapcsolatok mező, ahová a kapcsolattartás formáit gyűjtjük. Az értékesítési csatornákon, melyeket itt láthat, fogjuk a cég értékeit eladni. Az eladásból keletkező árbevétel-folyam az, ami az egész jobb oldal alapja. Itt található az árbevétel formák, melyekből bevétel jöhet.

A bal oldalra került a kiadási oldal. Ide gyűjtjük a kulcspartnereket. Ők segítenek majd elvégezni a munkánkat. A kulcstevékenységek lesznek azok, melyeket a cégünk végezni fog. A kulcserőforrások mezőbe gyűjtünk

## Most jön az a kérdés, hogy miből fejlesszünk?

Kérhetünk kölcsön is, de mielőtt bárki adósságba hajtana a fejét, engedje meg, hogy mutassak egy egyszerű megoldást. Egy cég gyakran tele van megbújó profittal, lehetőségekkel, amit nem veszünk észre, vagy egyszerűen nem akarjuk elhinni, hogy ebből is szert tehetünk bevételre. Ezt könnyedén megmutatja az üzleti modell. Az Ön cégének nincs üzleti modellje? Mire elolvassa a cikksorozatomat, Önnek is lehet.

Az első lépés az, hogy pontosan és őszintén felmérjük a helyzetet, és megvizsgáljuk, hogy a cégünknek van-e valamilyen üzleti modellje. Lehet, hogy van, csak az alkalmazása nem tudatos. A felmérésnél elkél a külső segítség, akár tanácsadók, és/vagy néhány vállalkozó barát, de legfontosabb az őszinteség és a tárgyilagos hozzáállás.



mindent, ami segíti a cégünk tevékenységét a telephelytől a készpénzig. A költségstruktúra a bal oldal alapja, ami a felmerülő összes kiadást tartalmazza.

A két oldalt az értékajánlat köti össze. Ide kerül a legapróbb részletességgel minden érték, amit a cégünk elő tud állítani és az ügyfelek értékesnek tartanak.

Az üzleti modell készítése nem magányos feladat. Kellenek hozzá a munkatársak és nem árt egy-két iparágon kívül álló vállalkozó barát sem, hogy ne korlátozza a közös gondolkodást a megszokás. A feladat során mind a kilenc részt sorra kell venni, és a mezőkbe minden lehetőséget fel kell vezetni. Mivel a tervezés során folyamatosan változtatni kell, ezért a modell alapját célszerű egy nagy A1-es rajzlapra megrajzolni, és az egyes elemeket Post-itre felírni és utána a rajzlapra felragasztani.

Vegyük végig a mezőket. Először gyűjtsük össze a cég számára ideális ügyfelek csoportját az ügyfélszegmensbe. Majd vizsgáljuk meg, hogy ezekhez a csoportokhoz milyen kapcsolatokon keresztül tudunk eljutni. Az előbbieket ismeretében már könnyen össze tudjuk gyűjteni azokat az értékesítési csatornákat, ahol el tudjuk adni ezeknek az

ügyfeleknek a tevékenységünk végtermékeit. A bevételi oldal utolsó részében össze kell szedni minden lehetséges árbevételi forrást, ami elképzelhető a cég számára. Mire végzünk egy mezővel, tele lesz Post-it-tel, de a következő mező tervezésekor is vissza fogunk térni újabb ötletekkel.

Ugyanígy kell végighaladni a bal oldalon is. A kulcspartnerek közé be kell kerülni minden beszállítónak, aki segíti a cég működését, akár anyagot veszünk tőle, akár könyvelést. A kulcstevékenységekhez gyűjtsük össze mindent, amit meg tudunk csinálni a cégen belül. A kulcserőforrásokba kerül minden, ami segíti a tevékenységünket akár szellemi, akár anyagi, vagyis a szaktudás és a készpénz is. A költségstruktúra tartalmazza a cég összes kiadását. Ahogy megtelnek a mezők feljegyzésekkel, egyre jobban kirajzolódnak a cégen belüli lehetőségek. A két oldalt összeköti az értékajánlat, ami az egyik legfontosabb része lesz a modellnek, hiszen csak azt tudjuk majd jól és hatékonyan értékesíteni, amit értékesnek találnak az ügyfeleink. Ezen túlmenően a partnereink is akkor fognak szívesebben együttműködni velünk, ha megtaláljuk azokat a pontokat,

melyek számukra is értéket képviselnek. Ha összegyűjtöttük az elemeket, szinte kész is az üzleti modell. Már csak az összefüggéseket kell megtalálni az elemek közt és a helyes sorrendbe kell rendezni azokat.

Ez leírva nem is tűnik bonyolultnak, és valóban, a nagy dolgok sikerének a titka mindig az egyszerűségben rejlik. Kétkelkedik a módszerben? Olvassa el cikkem következő részét a következő hónapban, mutatok egy olyan megdöbbentő matematikai számítást, amely megmutatja, hogy mi történik, ha nincs céges „útvonalterve”!



NAGY LÁSZLÓ  
OKL. GÉPÉSZMÉRNÖK

## AUTÓTECHNIKA KALENDÁRIUM 2012



Az Autótechnika kalendárium olyan kiadvány, amely az autójavításban dolgozók napi munkáját segíti. A megszokott határidőnapló funkción túl a kalendárium az évre aktualizált naptári munkanap-átrendezéseket, az esemény napjára bejegyzett szakmai történéseket, a nemzetközi kiállítások dátumait is tartalmazza.

A kalendárium végén található, jelentős terjedelmű szakmai kisokos a munkánkat segítő hatósági, intézményi címjegyzékek, elérhetőségek széles köre mellett műszaki tartalommal is szolgál.

- Ha Ön előfizeti az Autótechnika folyóiratot a 2012-es évre, **Autótechnika kalendáriumot kap ajándékba!**

(Az ajándék kalendárium csak a 2011. december 31-ig beérkezett előfizetés esetén ingyenes.)

- Az Autótechnika kalendárium megvásárolható: **2000 Ft + áfa áron!**

(Postázás január közepén)

[www.autotechnika.hu](http://www.autotechnika.hu)