**CHYTRÉ AUTO - case**

Dobrý den,

obracím se na Vás jako experty v modelování. Jsem finanční ředitel nově vznikajícího start-up v oblasti automotive. Vytvořili jsme zajímavý produkt, který se chystáme v nejbližších měsících nabídnout na trh. Jedná se o krabičku, která pomocí GSM sítí bude informovat vlastníky aut o jejich stavu. Jak jistě chápete, před dobrou prezentací pro potenciální zákazníky musíme vyřešit otázku ceny a samotného business modelu. Tedy jaké peníze od našich zákazníků chtít a jak nastavit prodejní politiku.

Jaký je aktuální stav? Krabička má výrobní náklady ve výší 800 Kč za kus při objednávce 100 ks (minimum). Pokud bychom poptali k výrobě 1000 kusů výrobci umí nabídnout slevy, které krabičku zlevní na 750 Kč. Každá další tisícovka krabiček nám umí zlevnit výrobní náklady o 5 % z ceny. Dalším důležitým nákladem je pro nás zajištění datových simkaret. Do jedné krabičky dáváme 2. Cena dat za měsíc, kterou nám aktuálně nabídli operátoři je 70 Kč/měsíc.

Další náklady, které nás čekají je výstavba serveru – 300 tis Kč. Provozní náklady na správu pak představují 12 tis. Kč měsíčně. Pro zajištění hladkého provozu společnosti budeme dále potřebovat zpracování účetnictví. Tuto službu si budeme objednávat a cena za měsíc je 20 tis. Kč. Ve středně dobém plánu 5 let nám takto nastavený servis pokryje potřeby společnosti. Nemusíte proto uvažovat nárůst s větším množstvím prodejů. Naopak u call centra – které také musíme zřídit, budou náklady na osobu odviset od počtu zákazníků/prodejů. Každých 100 prodaných ks bude potřebovat 0,2 člověka (dva lidé na 0,1 s překryvem, aby fungovala zastupitelnost v době dovolených). Plat na pozici call centra je dnes 23 tis Kč + zdravotní a sociální.

Z dosavadních úvah zatím preferujeme model měsíčních plateb.

Úkoly:

1. Z dosavadních úvah zatím preferujeme model fixních měsíčních plateb. Je tento model vhodný a proč? Jaká by měla být naše cena, abychom dosáhli v horizontu 12 měsíců zisku?
2. Jak byste nastavili prodejní strategii v případě, že start-up nemá zatím k dispozici žádné větší financování provozu prvního roku?
3. Příští týden máme jednání s operátorem. O jakou slevu z ceny nabídky simkarty si máme říct? Jaký to bude mít dopad na náš plánovaný zisk?
4. Který náklad je ze střednědobého pohledu (2-3) roky klíčový? Je tam možné dosáhnout optimalizace?
5. Jak velkou úsporu by přinesla technologická inovace, která by zajistila provoz krabičky na 1 simkartě?
6. Aktuálně probíhá jednání se strategickým investorem, který by byl ochoten za přenechání části podílu ve společnosti přinést investici ve výši 5 mil Kč. Změnila by tato investice prodejní strategii? Jak?
7. Po dvou měsících provozu společnosti se ukázalo, že potřebujeme na instalaci najmout dva zaměstnance na servis krabičky. Co máme v této chvíli dělat?

**CHYTRÉ AUTO – case pokračování**

1. Dlouhou prací na vývoji se nám podařila technologická inovace, která zajistí provoz krabičky na 1 simkartě. Jaký je dopad této změny pro společnost?
2. Aktuálně probíhá jednání se strategickým investorem, který za přenechání části podílu ve společnosti přinese investici ve výši 5 mil Kč. Máme na základě toho změnit prodejní strategii? Jak? Kolik procent máme investorovi nabídnout? Proč?
3. Po spuštění provozu se ukazuje, že potřebujeme na instalaci najmout dva zaměstnance na servis krabičky. Jaký to má dopad do financí společnosti?