

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 sítě 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 výši 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 prodeje. Naopak u call centra – které také musíme zřídit, budou náklady na osobu odviset od počtu zákazníků/prodeje. 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?

