

המדריך המלא לניהול פיננסי והצלחה עסקית



רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.

כתובת אתרנו: www.nhcpa.co.il מייל: Nissim@nhcpa.co.il

תוכן

3.....	דברי פתיחה :	1.
3.....	התוכנית העסקית - הציר המרכזי לתכנון מוצלח :	2.
4.....	בניית תקציב לעסקים	3.
6.....	נקודת האיזון	4.
7.....	תזרים מזומנים :	5.
8.....	הון התחלתי :	6.
9.....	משא ומתן מול ספקים	7.
10.....	ניהול המלאי	8.
11.....	הון חוזר	9.
11.....	מימון ובקשת אשראי	10.
12.....	בידול	11.
13.....	סוג ההתאגדות	12.
14.....	שיווק ודרכי מכירה	13.
16.....	סיכום	14.



1. דברי פתיחה:

ראשית עלי לברכך על רצונך להתחיל בדרכך העצמאית (ראוי לציין כי מדריך זה מתאים ויעיל באותה מידה לבעלי עסק קיים), החלטה זו הינה החלטה ברת גורל על עתידך ועתיד משפחתך. אני מאמין באמת ובתמים כי בעזרת כוח הרצון, עבודת הכנה נכונה וניהול מבוקר תוכל/י להגיע ליעדך ורצונותיך.

הכנתי עבורך מדריך יעיל ואפקטיבי לעזור לך לבסס את דרכך העצמאית והינו מכיל מידע חיוני אשר נאסף בקפידה מתוך ניסיוני ורצוני להעניק.

2. התוכנית העסקית - הציר המרכזי לתכנון מוצלח:

כדי שהעסק שלכם יבנה כראוי ויניב רווחים, יש לתכנן עד לפרטי פרטים מהם הוצאותיו הצפויות, המחזור והפדיון הצפוי, מהם מחירי השוק, כמה מתחרים יש בענף וכו'. את כל זה חובה לדעת לפני שפותחים את העסק וזאת על מנת לענות על השאלה הפשוטה ביותר - האם כדאי לפתוח את העסק? את התשובה הזאת תספק לכם בדיוק תוכנית עסקית טובה ונכונה.

2.2 תכנית עסקית טובה מאפשרת השגת מספר מטרות בו זמנית:

- משמשת כ"ספר התקציב" של בעל העסק בתהליך ההקמה או בפיתוח העסק.
- משמשת את הבנקים ו/או הקרנות למיניהן, כבסיס להערכה בדבר הפוטנציאל העסקי של התוכנית המוצגת להם ויכולת עמידה בהחזר ההלוואות.
- משמשת, במקרים רבים, כלי הערכה, על פיו מחשבים את כדאיות ההשקעה, ועליה מתבססים משקיעים אשר מעוניינים להשקיע.
- לעתים, ניתן להציג את הנתונים אליהם הגיע העסק בדיעבד במתכונת של תכנית עסקית, ולהעריך על פיהם את שווי העסק היום ואת השווי הצפוי כתוצאה מביצוע תוכניות שטרם מומשו.
- סיבה נוספת וחשובה מאוד לצורך בתוכנית עסקית היא במקרה שמדובר בעסק הדורש השקעה כספית של שותפים חיצוניים או הלוואה מבנקים. במקרים כאלו הסיכוי שלכם לקבל הלוואה לעסק ללא תוכנית עסקית שואף לאפס. כל משקיע ירצה לראות בדיוק את התוכנית של העסק בצורה מפורטת ומסודרת לפני שיסכים להשקיע בו.

הצורך בכתיבת תוכנית עסקית לפני הקמת עסק היא בדיוק כמו כתיבת שרטוט של אדריכל לפני בניית בניין. ללא היסודות והבסיס לא תוכלו לתכנן ולארגן נכון את העסק שלכם ורוב הסיכויים שהעסק יישל די מהר.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



2.3 איך כותבים תוכנית עסקית?

כתיבת תוכנית עסקית היא תורה בפני עצמה ואין למעשה צורה אחידה של תוכנית. הסיבה לכך היא השוני והייחודיות בכל עסק שדורש התייחסות מיוחדת בצורה פרטנית. ישנם לעומת זאת כמה פרמטרים שכל תוכנית עסקית תכלול והם:

- תקציר התוכנית הסבר מתומצת על מהות העסק
- מוצר או שירות - הסבר על המוצר או השירות
- רווחים משוערים - מהם הרווחים העתידיים שהעסק אמור להכניס.
- הוצאות משוערות - מהן ההוצאות המשוערות שנדרש להוציא (שכ"ד, ארנונה, חשמל, משכורות וכו').
- פרסום ושיווק - כיצד העסק מתכוון לגייס לקוחות? מהי אסטרטגיית הפרסום וכמה זה עולה.
- מתחרים וייחודיות - מה הייחודיות של המוצר או השירות ומה סדר הגודל של המתחרים באותו ענף

אך רצוי להיעזר באנשי מקצוע בכתיבת התוכנית וזאת על מנת "לנצל" את ניסיונם והתמחותם. קיימות דוגמאות של תוכנית עסקית מוכנה באתרים שונים אשר ניתן להיעזר בהם, וכמו כן להשתמש בשלד של אותן תוכניות ולמלא את הסעיפים המתאימים לעסק שלכם.

3. בניית תקציב לעסקים**3.1 מה הוא תקציב ?**

תקציב הינו ביטוי מספרי לצפי ההכנסות וההוצאות של עסק. צפי זה משמש את המנהל לדעת מה המסגרת התקציבית בה הוא מתנהל. בניית תקציב שנתי מפורט ובצורה ריאלית מהווה לא רק כלי פיננסי אלא גם כלי ניהולי מהמעלה הראשונה. כלי, המאפשר חסכון ניכר בעלויות מימון, העדר צורך באיתור אשראי עסקי יקר ובעיקר פינוי משאבי ניהול וזמן לטובת השבחה מהותית של העסק והפיכתו לעסק מניב.

3.2 מטרת התקציב

היא לתכנן את עתידו של העסק מבחינת הכנסות, הוצאות ועוד. בתכנון התקציב אנו נבנה את סעיפיו ע"פ מידת הרלוונטיות שלהם לעסק. בעזרת בנייה נכונה של התקציב אנו נוכל לשלוט ולפקח על הפעולות הנעשות בעסק במהלך השנה. במידה ואנו נדע כמה הקצבנו לכל סעיף וסעיף מדי חודש, היכולות לפקח על ההכנסות וההוצאות תהיה רבה יותר. בעסקים גדולים הכנת התקציב היא פעולה משולבת של כל מחלקות העסק. כל אחראי מחלקה מכין תחזית לגבי תחום אחריותו, ולבסוף מאחדים את כל התחזיות לכדי תקציב אחד.

התקציב השנתי הוא הכלי הפיננסי העיקרי לתכנון המהלכים הפיננסיים במהלך השנה.

בשורה התחתונה, העדר בקרה תקציבית, תכנון מקדים ובניית תקציב שנתי המתייחס לתשומות ולתשואות יכול להעביר עסק מצליח למצב של עסק מפסיד.

3.3 בניית תקציב לעסק בהקמה

בניית תקציב לעסק בהקמה הכרחית. עסק שיוקם ללא תקציב יפעל במציאות בלתי ידועה שעלולה להביא את העסק למשבר לאחר מספר חודשים לא רב. כמו כן, תקציב נכון ייתן לבעל העסק אנדקציה לסך ההון הדרוש להתנהלות ההתחלתית בעסק.

הדרך הנכונה לבנות תקציב היא בטרם מוקם העסק, בשלבים בהם מחליט היזם על סוג העסק ועל אופיו השיווקי, על היזם לאסוף נתונים על ההוצאות הדרושות בהתנהלות היום יומית של העסק. בתקציב ייתן ביטויי לרמת ההכנסות הדרושות לעסק כדי לממן את ההוצאות ולאפשר לעסק להתנהל נכון.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



3.4 בניית תקציב לעסק וותיק

עסקים וחברות רבות מנוהלות במשך שנים ללא תכנון וללא מסגרת תקציבית. במציאות זו מתנהל העסק בהחלטות על בסיס צרכים מידיים כדי לפתור בעיות בווערות שצצות מדי יום. בהתנהלות ללא תקציב יתקשה המנהל לפעול בעיקר במצב בו יש שינוי לרעה בהכנסות שמצריך נקיטת מאמצים בשיווק, בגיוס עובדים וחסכון בעלויות וכו'.

ניהול לפי תקציב, משמעותו שמנהל העסק או החברה מתנהלים במסגרת בה לא ניתן לחרוג בהוצאות ללא תכנון מוקדם. במידה ויש צורך בחריגה מסיבות שונות יכול המנהל לראות מה השפעות על סעיפים אחרים בתקציב ולהחליט האם העסק יכול לבצע חריגה ומה ההשלכות על יתר סעיפי התקציב.

בשני המקרים, בעסק לקראת הקמה ובעסק וותיק יהיה על המנהל להשוות בתחילת כל חודש את התקציב מהחודש קודם לתוצאות בפועל ולעדכן את הטבלאות בהתאם. עדכונים אלו יביאו את המנהל לשליטה ובקרה על התנהלות העסק.

3.5 אופן בניית התקציב

בעל עסק, עליך לבנות את התקציב בצורה הבאה: בכדי להתחיל בבניית התקציב יש לערוך תחזית לגבי כל סעיף וסעיף באופן הבא:

- א. תחזית מכירות: יש לתכנן איזה מוצרים יש לנו, כמה אנחנו חוזים שנמכור מכל מוצר, ובאיזה מחיר הוא יימכר.
- ב. תקציב הוצאות ישירות: מהי העלות של כל מוצר אותו אנו מוכרים, מה תהיה העלות הכוללת בעקבות תחזית המכירות שערכנו.
- ג. תקציב שכר עבודה: ע"פ תחזית המכירות שערכנו, לכמה עובדים שכירים אנו זקוקים, מהי כמות שעות העבודה שלהם, מהי העלות שלהם.
- ד. תקציב מכירות: כמה יעלו לנו הוצאות הפרסום, באיזה מדיה נפרסם, מהי העלות של כל סוג מדיה.
- ה. תקציב הנהלה וכלליות: מהם שאר ההוצאות בעסק כגון, שכירות, מזכירה, צרכי משרד, רואה חשבון ועוד. לאחר שהכנו את הנתונים הללו, שהם למעשה מעין תחזית של דוח רווח והפסד, שמחולק ל-12 חודש, יש לבנות את תקציב ההשקעות ותקציב הוצאות המימון.
- ו. תקציב השקעות: איזה רכוש קבוע אתה מעוניין לרכוש במהלך השנה, ומהי עלותו, מחשבים, שיפוץ משרד ועוד.
- ז. תקציב הוצאות מימון: מהם הוצאות המימון שיהיו לעסק לאחר שהכנו את כל התחזיות, הוצאות מימון של הלוואה, הוצאות מימון שוטפות.
- ח. הבנייה הראשונה של התקציב היא בנייה של תקציב ראלי, מה הצפי האמיתי של הפעילות במהלך השנה הקרובה. לאחר שהכנו תקציב ראלי, נבנה שני תקציבים נוספים, תקציב שנובע מהתרחשות ביצוע של 80% מהתקציב הראלי שהכנו, בעקבות קיטון בצפי המכירות, וכן תקציב שנובע מהתרחשות ביצוע של 120% מהתקציב הראלי שהכנו בעקבות גידול בצפי המכירות. מטרתם של שני תקציבים נוספים אלו היא להתכונן לשינויים במהלך התקופה, הרי מדובר בתחזיות בלבד. ברגע שאנו מוכנים לשינויים, אנו לא מופתעים, ויכולים להכין פתרון לכל תרחיש שיהיה.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



4. נקודת האיזון

הנקודה החשובה ביותר בעסק בה אתה מתחיל להרוויח, היא **נקודת האיזון**. נקודת האיזון מראה באיזה היקף של מכירות, העסק מכסה את ההוצאות הקבועות והמשתנות שלו, ומתחיל להרוויח. בכדי למצוא את הנקודה החשובה הזו עליך להכיר שלושה מושגים נוספים :

הוצאה קבועה - הוצאה שבכל מקרה תצטרך להוציאה ללא שום קשר אם העסק הרוויח או הפסיד. לדוגמא : ארנונה, טלפון, חשמל, שכ"ד.

הוצאה משתנה - הוצאה הנוצרת בייצור הכנסה באופן ישיר ונקבעת על פי היקף המכירות של עסק. לדוגמא : חומרי עבודה, עמלות סוכנים, שכר עובדי יצור וכ"י .

רווח גולמי - ההפרש בין מחיר המכירה של המוצר לבין עלותו. מקובל לנקוב בו באחוזים.

4.1 אופן החישוב הרווח הגולמי :

הכנסות – הוצאות משתנות = רווח גולמי

4.2 היקף המכירות הדרוש לכיסוי הוצאות העסק :

הוצאות קבועות/ % רווח גולמי = נקודת האיזון.

4.3 דוגמא מספרית :

רווח גולמי מעורך בעסק יצרני 40%

עלות כל מכירה הינה 60% = הוצאות משתנות

סה"כ הוצאות קבועות 10,000 ש"ח לחודש

נקודת האיזון = $10,000 / 0.4 = 25,000$.

כלומר אם העסק ימכור 25,000 ₪ בחודש, יוכל העסק לכסות את כל הוצאותיו הקבועות. אם נחלק את נקודת האיזון במספר ימי העבודה בחודש, נוכל לדעת ולהעריך מה מצבו של העסק בכל זמן נתון.



5. תזרים מזומנים :

מזומנים הם האוויר של העסק. עסק ללא מזומנים זמינים לפעולותיו השוטפות והעתידיות, סופו להיכשל. תזרים מזומנים הוא ההפרש בין תקבולי העסק בפועל, לבין תשלומי העסק בפועל. בעלי עסקים רבים לא מבינים כיצד על פי הנתונים מרואי החשבון הם "רווחים" ובבנק אין כסף . יותר מדי עסקים נסגרים בשל חוסר יכולתם לנהל תזרים מזומנים כראוי

מטרת ניהול התזרים היא להראות לך בכל רגע נתון מה יתרות המזומנים של העסק, ומה היתרה הצפויה במהלך תקופת התכנון. ניהול הדוח בצורה נכונה ובאופן שיטתי ימנע הפתעות לא נעימות, כגון שיחה מהפקידה בבנק, שאומרת לך להפקיד כסף באופן מיידי, או שהיא מתחילה להחזיר לך שיקים.

זהו כלי בסיסי חיוני לניהול כל עסק ושימוש נכון בו ממקסם את היכולת להימנע מקשיי מזומנים. דוחות התזרים מצביעים על נקודות הזמן בהם ניתן לנצל את העודף (להשקעה, חסכון, פירעון הלוואות או דיווידנדים) או לגייס מימון נוסף בדרכים שונות (הלוואות, דחיית הוצאות או הקדמת תקבולים).

הדוח מתחלק למעשה לשלושה חלקים.

החלק הראשון הוא מעקב עבור כל תקבולי העסק. התקבולים כוללים את הכנסות העסק ממכירות בפועל ומכירות בהקפה, וכן הלוואות מגורמים שונים, את התקבולים אתה תכניס בדוח על פי מועד קבלתם.

החלק השני הוא צד התשלומים, פה תכלול כל הוצאה עתידית על פי תאריך פירעונה. התשלומים כוללים את התשלומים לספקים השונים, החזר הלוואה לבנק, תשלום משכורות תשלומים לחברת אשראי, וכל כל תשלום שהוא אשר משפיע על יתרת המזומנים של העסק. את התשלומים אתה תכניס בדוח על פי תאריך פירעונם. בעוד הטור של ההוצאות די קבוע ומוכר דווקא טור ההכנסות הוא די בעייתי. עסקים יכולים לצפות את המחזור המשוער של העסק אולם אף לא יודעים לדייק בכמות המזומנים שנכנסת לעסק ולכן יש לתקן את התחזית ולעבוד על פיה בצורה שוטפת.

החלק השלישי בדוח הוא הכנסת יתרת פתיחה של חשבון הבנק שלך. יתרת פתיחה היא למעשה יתרת החשבון הבנק שלך נכון למועד התחלת עריכת הדוח. דוח תזרים מזומנים שמנוהל בצורה מדויקת, הוא תמונת שיקוף עתידית של תדפיס הבנק שלך.

בניהול התזרים יש לבצע התאמת בנק על בסיס יומי/ שבועי (תלוי בתדירות הפעולות בחשבון הבנק). ניתן לבצע בקרה על פעילות חשבון הבנק, העדכון מאפשר לראות את התחזית המעודכנת ברמה יומית לאחר כל התאמה, לעלות על טעויות כגון הפקדת שיק של ספק טרם זמנו, שינוי במועדי חיוב החשבון בהוראות קבע, שגיאות בהפקדת שקים מלקוחות ומזומנים, עמלות גבוהות או שגויות של הבנק וכדומה וכמובן לפעול מיד על מנת לתקן את הדורש תיקון.

המלצתי היא להכין את דוח תזרים מזומנים על גבי גיליון אקסל. במידה ואתה מעוניין, ישנן תוכנות אשר מסונכרנות עם חשבון הבנק שלך. תוכנות אלו מומלצות לעסקים גדולים, אשר עובדים עם מספר חשבונות בנק.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



6. הון התחלתי:

אחד החסמים הגדולים של פתיחת עסק הוא ההון ההתחלתי- כמה כסף צריך כדי לפתוח עסק. זה כמובן תלוי בסוג העסק, במוצר ובהשקעה הדרושה.

גיוס הון התחלתי לעסק פירושו הגדלת ההון העצמי שבידי העסק. לרוב, עסקים חדשים הם שזקוקים לגיוס הון במקרים בהם ההון העצמי שבידיהם איננו מספיק לניהול השוטף או להתרחבות הנדרשת. ההון נועד לשמש את המנהלים למימון הפעילות הראשונית של החברה, לפני שהמוצרים או השירותים שהיא מציעה או מתעתדת להציע, מניבים רווחים.

ישנן מגוון אפשרויות מימון עבורכם, שיאפשרו לכם להשיג את המימון הראשוני כגון: הלוואות בנקאיות, הלוואות חוץ בנקאיות (משקיעים פרטיים), קרנות שונות שתומכות ביזמים ובעצמאים, ועוד.

כלל ראשון הוא שלא לפתוח עסק חדש מבלי שיש לך הון עצמי נדרש. להוט ככל שאתה לפתוח את העסק שלך, אם אין בידך הון עצמי אל תפנה לבנק כמקור ראשון, אלא למלווים נוחים יותר כדוגמת משפחה וחברים אשר סביר שלא יפעלו כנגדך אם, חלילה, העסק נפל.

אין גם כל פגם באיתור שותף המוכן להכניס את ההון העצמי הנדרש. המחשבה שחבל להעביר חלק מהבעלות (אקוויטי) לצד שלישי בשלבים הראשונים, בגלל מחיר הכניסה הנמוך, היא נכונה ואולם, בשלב זה, פיזור הסיכון עדיף על בסיס הון צר לעסק.

אני רוצה להתייחס ל- 3 סוגיות כלכליות שמטרידות את בעלי העסקים בתחילת דרכם, ולגלות לכם כיצד ניתן לחסוך כסף בשלב הראשוני, כאשר העסק עדיין לא מכניס סכומים גבוהים:

שכירת משרד – כמובן שתלוי מה העסק שלכם, אולם ככלל, בניגוד למה שמרבית העצמאים בתחילת דרכם חושבים, אין חובה לשכור משרדים מיד בהתחלה. בוודאי לא משרדים מפוארים. ישנם פתרונות רבים לעבודה ללא משרד בשלב הראשון – שכירת חדרי ישיבות לפי שעה בבנייני משרדים רבים, שכירת טרקליני אירוח בבתי מלון לפי שעה, פגישות בבתי קפה או במסעדות (תלוי בעסק) – במסעדות ובבתי קפה רבים ישנה קומת גלריה המיועדת לפגישות עסקיות. וכמובן, עבודה מהבית.

מלאי – במידה ואתם מייצרים מוצרים, מומלץ לא לצבור מלאי. מלאי מכניס אתכם להוצאות ייצור ואחסון גבוהות. גם אם התחזית שלכם למכירות אופטימית וגבוהה, עדיף לייצר כמות קטנה, ואז כשהמוצר "תופס", לייצר כל פעם לפי דרישה.

להשקיע רק איפה שצריך, ולא ב"תפאורה – יזמים רבים בתחילת דרכם רוכשים מיד "סמלי סטטוס", כמו מכונית יקרה וכו', כדי למתג את עצמם. אני מאד ממליץ להוציא כסף, אבל על השקעות. כלומר, על דברים שיחזירו את עצמם ולא על הוצאות.

טיפ חשוב – אם העסק שלכם זקוק להלוואות, ייעוץ איכותי יוכל להבטיח את התנאים הטובים ביותר עבורכם, בין אם מדובר בהלוואות מבנקים לעסק מתחיל או בהלוואות חוץ בנקאיות לעסק בקשיים.

7. משא ומתן מול ספקים

לכל עסק יש ספקים, ספקי מוצרים וספקי שירותים: על ספקי מוצרים נמנים ספקים, המספקים הן חומרי גלם והן מוצרים סופיים, המיועדים למכירה ללקוח הסופי, כמו גם ספקים המספקים מוצרים לצריכה עצמית של העסק, כמו, למשל, מכשירי כתיבה. ספקי השירותים יכולים להיות נותני שירותים, הנמכרים גם הם ללקוח סופי (לדוגמא: קבלן תשתיות, המספק שרות ללקוח של חברה העוסקת במחשוב) ויכולים להיות ספקי שירותים לעסק עצמו, כמו רואה החשבון.

כך או כך, בין שהספקים משרתים את הלקוחות שלנו או שהם משרתים אותנו באופן ישיר, הקשר עם הספקים הוא חשוב ואף קריטי לפעילות השוטפת של העסק, ולעיתים אף לשרידות שלו.

ההתנהלות מול ספק מתחילה, בעצם, בבחירה בו. ההחלטה לבחור בספק מסוים צריכה להיות החלטה מושכלת הנשענת על מספר מרכיבים:

- איכות הספק** - איכות חומרי הגלם, המוצרים או השירותים הניתנים על ידי הספק.
- אמינות הספק** - למרות, שאמינות הוא גם מדד איכותי, עדיין, הוא מדד חשוב מאוד בפני עצמו. אמינות הספק מתייחסת אף היא לכמה פרמטרים:
 - עמידה במועדי אספקה – ביום ובשעה שהובטחו.
 - שלמות - אספקת המוצרים והשירותים שהוזמנו באופן מלא.
 - זמינות - החזקת מלאי בכמות מספקת, המאפשר קבלת ההזמנה בטווח הקצר.
 - פגומים - הבטחת איכות אצל הספק, המונעת הגעת פגומים (לעיל). מאידך, במקרה של הגעת פגומים, מדיניות ברורה ומוסכמת של הספק להחלפתם המיידית באחרים.
 - עמידה במחיר המובטח למוצר או לשרות ללא כל תוספות, שלא נכללו, לכאורה, בהזמנה.
 - חשבוניות מפורטות - ישנם ספקים שנותנים חשבונית עם סכום אחד, למרות שקניתם שמונה מוצרים. חשוב להקפיד שהחשבוניות יהיו מפורטות, וניתן יהיה לבדוק את המחירים והכמויות.
- איתנות הספק** - לא רק איתנותם הפיננסית של הלקוחות מעניינת אותנו. איתנותו הפיננסית של הספק היא חשובה ביותר. על מנת לספק ללקוחות את השרות/ המוצר, שאנחנו רוצים לספק, אנחנו חייבים להיות בטוחים, שהספק שלנו אכן יספק לנו את ההזמנה.
- אחריות ושרות** - צריך לזכור ששירותיו של הספק אינם מסתיימים ברגע שקיבלנו ממנו את ההזמנה. הן למוצרים והן לשירותים ניתנת אחריות ע"י הספק. לעיתים מדובר בחוזה שרות ואחזקה לתקופה מוגבלת.
- תמחור ותנאי אשאי** - אין ספק שיש לבדוק ולהשוות מחירים בין ספקים, אולם המחיר הוא רק פרמטר אחד ולא העיקרי שבהם. אסור שמחיר מוצר/ שרות נמוך וזול יהיה המדד הקובע לעיתים, מחיר נמוך מידי יחסית לאחרים, צריך לעורר נורה אדומה. מעבר לכך, יש לנהל משא ומתן על תנאי האשאי. חשוב לזכור שמספר ימי האשאי שמקבלים מהספק יעלו על מספר ימי האשאי, הניתנים ללקוחות, על מנת לאפשר מרווח בטחון בתזרים המזומנים.
- בשום פנים ואופן אין לאפשר אשאי ספקים, הנמוך מאשאי לקוחות.** זה מתכון בטוח לתזרים מזומנים שלילי ולסגירת העסק. במשא ומתן מול ספקים יוצרים שילוב של מחיר המוצר/ השרות, ההנחה המבוקשת (למשל הנחת כמות בכסף או במוצרים) ותנאי האשאי.
- קבלני משנה** - בעולם של אוטוסורסינג וקבלני משנה, חשוב לוודא שהספק ממנו מזמינים מוצר/ שרות מספק בעצמו את ההזמנה. אם מדובר בקבלן משנה שלו, צריך לבצע בדיקה של קבלן המשנה.

כלל ברזל: בחירה בין ספקים אין פירושה לקחת ספק אחד בלבד לכל מוצר או שירות. תמיד צריכים לעמוד לרשותנו מספר ספקים, הן על מנת שנוכל להתמחר מולם ולהשיג מחירים טובים ויותר, והן על מנת שנוכל לספק ללקוחות שלנו בוודאות את הזמנותיהם. עסק המתבסס על ספק עיקרי אחד (כמו על לקוח עיקרי אחד)

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



הוא עסק בסיכון גבוה. לעיתים, יש לנו נטייה לעבוד עם ספק אחד מועדף ולהזניח את האחרים. חשוב לשמור על צבר של ספקים וקשר טוב ומתמשך עם כולם, גם אם לא נזמין מהם הזמנות גדולות. האיתנות הפיננסית שלנו, תלויה גם בכך שיש לנו מקורות אספקה מגוונים. במקרה של תקלה אצל ספק א', ספק ב' יוכל לתת לנו את מבוקשנו, ואם לא אז ספק ג'.

בקשו מהמוכרים והספקים מחירוניהם. בדקו האם המחירים עומדים למשא ומתן ומהם הקריטריונים למתן הנחות כגון, הנחת כמות, תשלום במזומן או דרך אספקה חלופית. היו לקוחות נפלאים. תנו לספק צ'ק מראש, שלמו בזמן וסלחו על טעויות כל עוד אינן קורות לעיתים תכופות מידי או מסכנות את העסק שלכם. אם לכם או למישהו מצוותכם יש זמן, עזרו בהטענת המוצרים המסופקים לכם. בנו קשר של רצון טוב עם הספקים בכל דרך שתוכלו כך שהם יטו להציע לכם תנאים מועדפים בעת משא ומתן. בקשו הנחת מזומן. בהרבה מקרים, הספקים שלכם יהיו מוכנים לתת הנחות משמעותיות במחיר תשמורת תשלום במזומן, כמובן בהנחה כי הדבר אינו פוגע בתזרים.

8. ניהול המלאי

מלאי = כסף

כל עסק (חברה או עצמאי) אשר במסגרת פעילותו עוסק במכירות של מוצרים מחויב לערוך ספירת מלאי בסוף שנה, אשר תוצאותיה ישמשו לצורך עריכת הדוח הכספי וחישוב הרווח השנתי של העסק.

על מנת לאפשר הערכת מלאי נכונה בסוף שנה, יש להקפיד על ניהול מלאי תקין וסדיר במהלך כל השנה.

יש לציין, כי ניהול מלאי בצורה סדירה, מאפשר ניהול מסודר ויעיל של רכישות מלאי, ללא צבירת מאגרים מיותרים אשר עלולים לאבד את ערכם, ומנגד, וללא הגעה למצב של מחסור במלאי.

כמו כן, ניהול מלאי בצורה יעילה ומבוקרת מאפשר מעקב אחר מלאי ישן אשר נותר במחסני החברה, ומאפשר קבלת החלטות לגביו: האם להחזירו לספק, למוכרו במבצע או כל טיפול אחר בו, לפני שמלאי זה יהפוך להיות "מלאי מת" אשר ישכב במחסני החברה כאבן שאין לה הפכין.

נוסף על האמור לעיל, הקפדה על ניהול מלאי נכון ועל ספירת מלאי על פי הכללים חשובה ביותר גם על מנת להציג רווח נכון בדוח השנתי, רווח אשר מושפע באופן ישיר מערך המלאי לסוף שנה: ככל שהמלאי הסופי גדל, רווחי החברה יגדלו אף הם, ולהיפך.

קיימים 4 סוגים עיקריים של מלאי, אשר לכל אחד מהם שיטת הערכה שונה ושיטת הצגה שונה, בהתאם לתקני החשבונאות:

- **מלאי חומרי גלם** - מלאי חומרים המיועדים לייצור. מלאי זה מאפשר רציפות בייצור, וגודלו נקבע על פי עלות, זמן ייצור וסדרי עדיפויות של הארגון.
- **מלאי בתהליך** - חומרים הנמצאים בתוך קו הייצור בהמתנה בין תחנות העבודה השונות. מלאי זה נובע מזמני עיבוד שונים של תחנות העבודה.
- **מלאי תוצרת גמורה** - מלאי מוצרים מוגמרים המיועדים למכירה וממתינים לאספקה ללקוחות.
- **מלאי חומרי עזר** - חומרים שאינם משתתפים באופן ישיר בייצור אבל נחוצים להשלמת התהליך. לדוגמה: צורכי משרד, חומרי אריזה ועוד.

ניהול מלאי נותן תשובות ל:

- גודל כמות המלאי המוחזקת במחסן.
- גודל הכמות שיש להזמין.
- מתי לבצע הזמנת רכש.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



- מלאי המינימום שיש להחזיק וגודלו.
- השקעה בפריטים נמכרים לעומת פריטים שלא נמכרים (מלאי מת).
- מניעת מחסור במלאי - בקרה על המלאי מאפשרת מניעת חוסר, רציפות בייצור, עמידה במועדי אספקה ושיפור רמת השירות ללקוח.
- חיסכון ומניעת בזבז - רצף ברצפת הייצור מנטרל עיכובים מיותרים ומונע המתנות מיותרות. תהליך הבקרה עוזר בשיפור העלויות של אחזקת מלאי על ידי צמצום רמת הפחת, מזעור נזקי אחסנה, הפחתת בלאי פיזי וטכנולוגי ומניעת צריכה לא מבוקרת של מלאי.

9. הון חוזר

הון חוזר, או הון חוזר נטו, הוא יחס פיננסי המתאר את הנזילות לטווח קצר הקיימת בעסק. יחד עם הנכסים הקבועים כגון מכונות וציוד, ההון החוזר נחשב כחלק מההון התפעולי. הוא מחושב כנכסים שוטפים פחות התחייבויות שוטפות. בדרך כלל המרכיבים המשמעותיים ביותר בהון החוזר הם לקוחות, מלאי וספקים. חשיבותו של יחס פיננסי זה משום שלהון החוזר השפעה מהותית על רמת הנזילות של העסק כאשר ניהול יעיל ומתוכנן של ההון החוזר עשוי להפחית את צרכי האשראי של העסק ממקורות חיצוניים. כלומר כל שיפור שיושג בניהול ההון החוזר יפחית את רמת החוב הקיימת (ברוב המקרים בעיקר חוב בנקאי), ישחרר מקורות מימון להזדמנויות עסקיות ולמטרות חשובות אחרות בעסק.

ניהול הון חוזר שאינו מיטבי יפגע בנזילות של החברה ויגדיל את עלויות המימון והריבית (עדיף וכמובן גם זול יותר להיות חייב יותר כסף לספקים מאשר לנצל את מסגרת האשראי הבנקאית). ניהול ההון החוזר הוא תהליך מתמשך ובכדי להשיג את התוצאות הרצויות יש ליישמו בנחישות לאורך זמן ולא על בסיס תקופתי או חד פעמי. את ההון החוזר יש לנהל בצורה שקולה ולהימנע מפגיעה בפעילותה השוטפת של החברה.

הון חוזר נטו חיובי פירושו שסך הנכסים השוטפים עולה על סך ההתחייבויות השוטפות; ואילו הון חוזר נטו שלילי פירושו כי סך כל ההתחייבויות השוטפות עולה על סך כל הנכסים השוטפים.

בכדי לשפר את ניהול ההון החוזר ואת נזילות העסק אנו נפעל בשלושה מישורים עיקריים:

1. **הקטנת יתרות הלקוחות** – בעיקר על ידי צמצום האשראי הניתן ללקוחות החברה ויעול תהליכי החיוב וגביית חובות. צמצום אשראי ללקוחות יקדים את כניסת המזומנים לחברה, ישפר את תזרים המזומנים ויפחית את צריכת האשראי הבנקאי בעסק.
2. **הקטנת יתרות המלאי** – בעיקר על ידי דחיית מועד האספקה של המוצרים ויעול תהליכי הייצור, הרכש, וניהול המלאי. החזקת רמות מלאי גבוהות מעבר לנדרש מרתקת סכומי כסף מיותרים להון החוזר, מעיבה על תזרים המזומנים ומצריכה הגדלה של האשראי הבנקאי.
3. **הגדלת יתרות הספקים** – בעיקר על ידי הגדלת האשראי המתקבל מספקים ותשלום במועד האחרון האפשרי. הגדלת האשראי מספקים תאפשר לעסק לדחות תשלומים ובכך למעשה נהנה העסק ממימון זול. גם הגדלת יתרות הספקים משפרת את תזרים המזומנים ומפחיתה את צריכת האשראי הבנקאי.

10. מימון ובקשת אשראי

רוב בתי העסק זקוקים למימון להתנעת הפעילות, להשקעה בהרחבות, לרכישת ציוד וכדומה. גיוס של אשראי לעסק יכול להיות משימה מאתגרת: יש לפנות אל הגוף המממן בבקשה מנומקת ובשפה מקצועית, על מנת להוכיח את החיוניות של ההלוואה ואת היכולות של העסק לפרוע אותה.

ברוב המקרים הבקשה למתן אשראי לעסק תוגש בבנקים. ברוב הבנקים מסגרת האשראי לעסק תהיה גבוהה יותר ובתנאים נוחים יותר מאשר אשראי לאנשים פרטיים. הבנק יציע לבית העסק מספר חלופות של סוגי ומסלולי ההלוואה. יחד עם זאת, אשראי לעסק איננו מוצר מדף: אופי ותנאי ההלוואה ניתנים לשינוי, לכן אל תהססו להתמקח עם הבנק במידה ואינכם מרוצים מההצעה. ניתן, למשל, לפנות בבקשה להלוואה למספר בנקים. בצורה כזאת תוכלו לקבל תמונת מצב וגם קלף מיקוח מול הפקידים.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



גיוס אשראי לעסק אפשרי גם בגופים ובמוסדות אחרים, מעבר למערכת הבנקאית. מספר חברות גדולות, ביניהן חברות ביטוח וקופות גמל, מעניקות הלוואות חוץ בנקאיות. מימון חוץ בנקאי יכול לבוא בצורות שונות, ולא רק בצורת הלוואה, כגון השקעות, מימון להון חוזר, הלוואות פקטורינג ועוד.

העולם הפיננסי עשוי להיות קשה ומבלבל לבעלי עסקים רבים. לכן מומלץ לפנות לייעוץ מקצועי בנושא של אשראי לעסק. אנשי מקצוע מומחים ילמדו את העסק, את הצרכים שלו ואת אפשרויות ההחזר שלו. הם יאתרו את מקורות המימון המתאימים באמצעות סקר שוק או באמצעות פנייה מקצועית לגורמים הרלוונטיים, בתוך ומחוץ למערכת הבנקאית. הם ידעו לבחור את מסלול המימון האופטימאלי, או לפצל את המימון למספר חלקים על מנת להקטין את הסיכונים ולהוזיל את עלויות האשראי. הם ידעו להתמקח עם נותני האשראי ולהשיג תנאים מועדפים עבור לקוחותיהם.

לסיכום, גיוס של אשראי לעסק הוא פעולה חיונית במצבים רבים, ובעיקר בשלבים הקריטיים של חיינו. פנייה למומחים בתחום גיוס האשראי תאפשר לכם לקבל את המימון האופטימאלי ותחסוך טרחה רבה.

11. בידול

בידול הוא למעשה מיקוד העסק. על מנת שהעסק שלך יתבלט באותו תחום שאתה עוסק עליך להיות מבודל משאר העסקים הדומים לך באותו הענף.

בידול יוצר ערך מוסף ללקוחות קיימים ופוטנציאלים. אם אנחנו לא נבדלים אך אחד לא ישים לב אלינו. אם אנחנו עוד רופא שיניים, עוד טכנאי מזגנים או עוד מנהל בית ספר – אף אחד לא יתייחס אלינו כאל משהו ששווה לספר עליו או לכתוב עליו הביתה.

הבידול יכול להיעשות בכמה דרכים:

1. ע"י עיצוב המוצרים- עיצוב מוצר שונה מהמקובל יכול להבליט את המוצר שלך כך לדוגמה בענף הסולר הייתה מגמה לייצר מכשירים סלולרים קטנים ומורכבים שהיו נוחים לשימוש ע"י הצעירים אבל באותה העת אנשים מבוגרים מאוד התקשו להשתמש במכשירים האלה. ולכן קמו חברות סולר שהתחילו לייצר מכשירים גדולים ופשוטים מאוד לשימוש, דבר אשר ייחד אותם מהמתחרים, הגדיל את המכירות ופנה לקהל לקוחות חדש.
2. ע"י המוצרים- הבידול יכול להיעשות ע"י איכות טובה של מוצרים, ע"י מבחר גדול של מוצרים וכדומה. כמו למשל איקאה היא החברה הראשונה שהעניקה מבחר עצום של רהיטים בעלי עיצוב עדכני ומגוון ובמחירים נוחים לכל כיס וכתוצאה מכך היא כמעט השתלטה באופן מיידי על כל פלח השוק של הריהוט הביתי בכל העולם.
3. ע"י שירות ותקשורת לקוחות- העולם שלנו תמיד מתקדם ומשתכלל ולכן מומלץ לראות איך אפשר לשפר את דרכי השירות וההתקשרות עם הלקוחות. כך לדוגמה פעם בשביל ליצור קשר עם הבנק היה צורך ממשי להגיע לאותו הסניף. במשך השנים השתפרו דרכי ההתקשרות עם הבנק כך שניתן היה לבצע פעולות באמצעות הטלפון ועד כיום שניתן לבצע אף פעולות באמצעות האינטרנט.
4. ע"י מחיר- המוצר או השירות אותו אתה מספק לא חייב להיות זול יותר לעומת המתחרים אבל יכול להיות בעל ערך מוסף יותר מאשר המוצר או השירות של המתחרים במחיר זול יותר.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



12. סוג ההתאגדות

לפני פתיחת עסק ברשויות רצוי להתייעץ עם אנשי מקצוע לגבי אופן ההתאגדות אשר תתאים לעסק ולאופי פעילותו.

12.1 עוסק פטור

הגדרתו של מושג זה בחוק מע"מ נועדה להקל על אנשים לפעול כעצמאים תוך הגמשת חלק מהביורוקרטיה הכרוכה בכך. עוסק פטור לא גובה מע"מ ולא מחויב בהגשת דוחות למע"מ (מקור השם "פטור") וכמו כן מוגבל נכון ל-2012 בתקרת הכנסות של 76,844 ש"ח לשנה.

עסקאותיו של עוסק פטור פטורות מחוק מס ערך מוסף (למעט עסקאות מקרקעין). משמעות הפטור ממע"מ היא שהעוסק הפטור אינו חייב בתשלום מע"מ על עסקאותיו ואין הוא מחייב את לקוחותיו במע"מ, מנגד הוא אינו רשאי לקזז ולדרוש את מס התשומות ששולם על ידיו. "עוסק פטור" הנו מעמד לעניין מע"מ בלבד.

כאשר מחזור העסקאות של העוסק הפטור עולה על סכום התקרה הקבוע, יהפוך לעוסק מורשה החייב בדיווח חודשי, או ישלם מע"מ על סכום העסקאות שמעל התקרה, אם המחזור החורג הוא חד-פעמי.

רישום העסק כעוסק פטור הינו צורת ההתאגדות הזולה ביותר מבחינת עלויות תפעול חשבונאיות.

ראוי לציין כי קיימים מקצועות אשר אינם יכולים להתאגד כעוסק פטור כגון רו"ח, עו"ד, שמאי, סוכן ביטוח ועוד.

12.2 עוסק מורשה

עוסק מורשה יכול להיות כל אדם שהחליט להיות עצמאי ונרשם ברשויות המס.

העוסק מקבל מספר תיק בזמן פתיחת העסק במשרדי מע"מ. לרוב, מספר תעודת הזהות של בעל העסק מהווה את מספר העוסק המורשה שלו וגם את מספר התיק שלו במס הכנסה.

רשאי להוציא חשבונית מס.

העוסק גובה מע"מ מלקוחותיו, כלומר הוא מוסיף עוד 17% לסכום העסקה (נקרא: מע"מ עסקאות), והוא רשאי לקזז מע"מ בגין תשלומים לספקים (מע"מ תשומות).

עוסק מורשה מדווח פעם בחודש או חודשיים למע"מ ופעם בשנה למס הכנסה. הכנסותיו חייבות במס לפי מדרגות מס המופיעות בפקודת מס הכנסה.

המיסוי המוטל על עוסק מורשה מחושב כהכנסה אישית וזהה לחישוב הכנסותיו של שכיר, רק שכאן ניתן לקזז הוצאות עסקיות.

12.3 חברה בע"מ

חברה בע"מ הינה ישות משפטית אשר התאגדה על מנת לבצע פעולות שונות למטרת רווח. החברה בע"מ הינה ישות עצמאית ונפרדת מבעליה, הנחשבים לבעלי מניות. האחריות המשפטית של החברה בע"מ נתונה בידי החברה עצמה ולא בידי בעליה, הנחשבים לבעלי מניות. פעילות עסקית בצורה של חברה משדרת בדרך כלל תדמית טובה יותר.

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.



הקמת חברה בע"מ דורשת מבעליה לשלם מספר תשלומים כגון אגרת הקמת חברה, אגרה שנתית, תשלום לעורך דין ותשלום לרואה חשבון. עלויות התפעול של חברה בע"מ יקרות יותר מתפעול עוסק מורשה.

היתרון הגדול של התארגנות עסקית במסגרת של חברה בע"מ הוא היתרון של תכנון מס. כעצמאי בעל העסק מחויב לשלם מיסים על כל רווחיו ושיעור המס יכול להגיע ל 47.5%.

בחברה בע"מ התהליך הוא קצת מורכב יותר. הבעלים של החברה מקבל משכורת מהחברה ועליה הוא משלם מיסים בתור עובד שכיר. השלב הבא הינו מיסוי החברה (במידה והיא מרוויחה), החברה משלמת מס חברות לאחר שנרשמה כהוצאה משכורתו של הבעלים. שיעור מס חברות ב 2012 הינו 25%. מס נוסף הינו מס על חלוקת דיבידנד לבעלי המניות בסך 30%. כל עוד אין חלוקה לא ישולם מס זה ובעל העסק ימשיך וישקיע את יתרת העודפים בעסק כגון: רכישת ציוד, השקעות ועוד.

12.4 ההבדלים בין סוגי ההתאגדות ברמה המשפטית

ההבדל העיקרי בין חברה לשאר ההרכבים זה עיקרון ההפרדה, הפרדה בין החברה ובין העומד או העומדים בראשה. הבדל זה מתקיים גם כאשר בחברה עובד בעלים יחיד והוא גם הבעלים וגם העובד היחיד. כלומר יש חברות שהן בעצם חברות של אדם אחד, כלומר ההבדל אינו נעוץ דווקא בהיקף (היה ניתן לחשוב אינטואיטיבית שחברה זה גוף שמעסיק עובדים וכיו"ב ועוסק מורשה לא וזה ההבדל העיקרי וזה טעות). הבדל נוסף הוא הסחירות של חברה. עוסק מורשה לא יכול למכור חלקים מתוכו (: חברה ניתן להנפיק, למכור וכד'.

ההפרדה הישורתית בין בעלי החברה כאדם פרטי לבין הישות חברה בע"מ היא הפרדה שבמקרים מסוימים עשויה להיות קריטית. נמחיש כאן את ההבדל בצורה בהירה ומוחשית יותר. ניקח לדוגמה עוסק מורשה או עוסק פטור שנכנס לחובות של 500,000 ש"ח ולא יכולים להחזיר אותם. נניח שבנכסיו של האדם בית ששווי 1,000,000 ש"ח, במקרה זה אם העוסק מורשה יהיה חדל פירעון יוכלו הרשויות לעקל לאדם את הבית ע"מ להחזיר את חובותיו שכן יש זהות מלאה בין העוסק מורשה לאדם הפרטי.

אם אותו עוסק מורשה היה מקים חברה והבית לא היה רשום על שם החברה, לא יוכלו הרשויות לעקל את הבית שכן יש את החוב, והחוב שייך לחברה ויש את הבית והבית שייך לאדם הפרטי למרות שהאדם ובעלי החברה זה אותו אחד יש הפרדה. הפרדה זו תהיה בתוקף גם אם האדם הוא העובד היחיד בחברה.

חשוב מאוד לציין שהפרדה זו תהיה בתוקף רק אם החברה נרשמה כחוק כחברה בע"מ ולא נעברה עבירה פלילית שגרמה לחובות, כמו כן קיימת על החברה להציג את עצמה תמיד כחברה בע"מ כך ידעו הספקים שלה שהם לא יוכלו לגעת בכסף או בנכסים הפרטיים של הבעלים במקרה והחברה תהיה חדלת פירעון. להפרדה זו קוראים עיקרון הגבלת האחריות.

13. שיווק ודרכי מכירה

שיווק עסק הינו מרכיב קריטי כחלק ממנגנון תכנון הקמת עסק, אשר מטרתו למתג נכון, להגדיר יעדים ריאליים, לבחור מיקום ומוצרים, לתמחר בצורה המתאימה לשוק, לקבוע נהלים ותהליכים ארגוניים ובסופו של דבר להגיע ללקוחות הקצה וכמובן להרוויח. לפניכם כמה נקודות חשובות אליהן יש להתייחס בעת כתיבת תוכנית שיווקית לעסק:

1. התמקדו בשירות או מוצר אחד ואז שווקו אותו, מכרו אותו, עשו לו קידום מכירות וכל מה שאתם יכולים על מנת להגביר את המכירות של מוצר או שירות יחיד זה. אמנם זה מפתה להתנדנד על הגדר ולנסות להיות הכול בשביל כולם, אך לעיתים, זה פחות מסוכן ויותר רווחי לבחור מוצר או שניים טובים ומהם לבנות בסיס יציב ורווחי.

2. הרחיבו את קו המוצרים שלכם והציעו מוצרים או שירותים משלימים. ברגע שהצלחתם עם מוצר או שרות שהלקוחות אוהבים, אל תפספסו את ההזדמנות להוציא מוצרים קשורים לגיוון קו המוצרים

רו"ח ניסים חמאוי

רחוב: מיקוניס 3 תל אביב 67772.

טלפון: 077-7858700 פקס: 077-7853001 נייד: 052-6450850.

- שלבם. לא רק שזה ייתן ללקוח שלכם מגוון רחב יותר, אלא זה גם יגרום למוצר שלכם להיות מושך יותר בעיני בעלי חנויות שמעדיפים להחזיק מלאי של קו מוצרים בניגוד למוצר יחיד.
3. מצאו דרכים להגדיל מכירות ללקוחות הקיימים שלכם. זה הרבה יותר זול מלמצוא לקוחות חדשים. אפילו אם אינכם יכולים להרחיב את קו המוצרים שלכם, מומלץ לתת תמריץ רציני להכנסה ע"י כך שתמכרו יותר מהמוצרים או השירותים הקיימים שלכם ללקוחות הקיימים שלכם. דרך אחת קלה לעשות זאת היא ע"י הנחה על קניה גדולה. במיוחד אם המוצר שלכם זול ליצור. הציעו ללקוחותיכם לקנות, נגיד, שתי חולצות במחיר אחד. זה יאפשר לכם לבצע מחזור מכירות גדול מבלי להקריב הרבה מהרווח. דרך נפוצה אחרת היא לגמול ללקוחות מועדפים ולתת להם כרטיס ניקוב המעניק להם מוצר חינם או שירות חינם על כל 10 פריטים או שירותים שהם רוכשים. טכניקה זו נפוצה במספרות, שטיפת מכוניות, חדרי כושר אבל גם עסקים מהבית יכולים להשתמש בה.
4. שלמו למישהו שיעזור לכם מפעם לפעם – עובד, פריילנר, מתמחה, קבלן עצמאי, אפילו הילדים שלכם. לא רק שתקלו בכך על תזרים המזומנים, אלא זה גם יאפשר לכם ליצור רשת קשרים ענפה עם אנשים מוכשרים שסביר להניח שלא הייתם יכולים להרשות לעצמכם לשכור לעבודה במשרה מלאה. בנוסף, הבאת עזרה מבחוץ, נותנת לך עוד מישהו להתייעץ איתו על רעיונות ואסטרטגיות, כך אתה לא מרגיש שאתה הולך לבד.
5. העלו אתר אינטרנט לפרסום העסק או למכירת מוצרים און-ליין. הודות לאינטרנט, אין צורך יותר לפתוח חנות כדי להגיע ללקוחות. למשווקים של מוצרים מיוחדים כמו ספרים נדירים, אוספים שונים וכלים ייחודיים, בוטיק אינטרנטי מאפשר להגיע למיליוני קונים בכל העולם מבלי לשלם על דמי שכירות, שירותים עירוניים כמו איסוף אשפה וכו'. בעוד שבעבר, העלאת אתר אינטרנט אילצה אותנו להיכנס להשקעה גדולה ולהיעזר במעצב אתרים מומחה, היום אתם יכולים לעשות זאת בעצמכם, במחיר סביר לחודש, וללא כל ידע טכני. בד"כ, החברות שעוזרות לרשום את הדומיין שלכם (כתובת האתר), יספקו לכם גם תבניות בהן תוכלו להשתמש כדי לבנות את האתר, יאפסנו את עמודי האתר שלכם על השרת שלהם ויספקו לכם כתובת אי-מייל. בד"כ, תוכלו גם לשלוח ניוולטר ללקוחותיכם באי-מייל, להשתמש בתבניות שנמצאות און-ליין ובמערכת דיוור אוטומטית.
6. אחדו כוחות עם עסק נוסף לקידום העסק שלכם. שיתוף פעולה עם עסק הקשור לתחום בו אתם עוסקים, זו אחת הדרכים הזולות והקלות לשיווק. עסק ביתי המייצר סבונים ומוצרי ספא, לדוגמא, יתכן ויוכל לשכנע מועדון בריאות מקומי להחזיק את מוצריו בחנות המועדון בתמורה להנחה על המוצרים ללקוחותיו. בדומה, העסק יכול לשלוח שובר כניסה חד פעמי למועדון הבריאות למי שקונה ממוצרי.
7. אתרו שווקים נוספים. אם אתם מוכרים לתלמידי תיכון, החלו לשווק גם לסטודנטים. אם אתם מוכרים לאימהות עובדות, אולי המוצר שלכם מתאים גם לאימהות הנשארות בבית, עם מספר התאמות במוצר. אסטרטגיה נוספת היא לקחת מוצר או שירות שנמכר ללקוחות פרטיים ולמכור אותו לחנויות. לדוגמא, עסק ביתי לקייטרינג שמתמחה בעוגות וקינוחים אחרים, יכול ליצור קשר עם מאפיה מקומית ולמכור את מוצריו על בסיס קמעונאי. בעוד שהמחיר שיקבל מהמאפיה יהיה נמוך יותר, הוא ימכור יותר מוצרים וייצר תזרים מזומנים יציב שהוא יכול להתבסס עליו.
8. מצאו דרכים חדשות ושונות לשווק את העסק. היכנסו לפורומים באינטרנט או תנו הרצאות מקצועיות. שיווק העסק הביתי שלכם לא צריך להיות מלווה הוצאה גדולה של כסף על מודעה בעיתון, בדפי זהב או ברדיו המקומי. יש אמצעי שיווק בסיסיים שעולים הרבה פחות ולעיתים הרבה יותר אפקטיביים. אם תיכנסו, למשל, לפורום באינטרנט העוסק בתחום התמחותכם ותייעצו שם לשאלות שעולות, תוך חתימת שמכם ושם העסק שלכם, תוכלו לפרסם את העסק בקלות וללקוחות פוטנציאליים רבים. יש גם קהילות וקבוצות שישמחו לקבל הרצאה ממומחה, למשל, מנגר הנותן הרצאה בחוגי בית על עבודות נגרות או צביעה לבית.
9. תנו מתנות חינם. שתפו את לקוחותיכם ולקוחות פוטנציאליים בידע שצברתם ובשירות נלווים ללא תשלום על מנת שיוכלו לאמוד את מקצועיותכם ולרכוש את אמנםם. זוהי דרך יעילה זולה ומבורכת למשוך לקוחות.

10. חישובו על הפיכת העסק שלכם לרשת מזכה או להזדמנות עסקית. בעוד שרוב העסקים הביתיים נשארים קטנים, יתכן ולשלכם יש את הפוטנציאל להתרחב בצורה משמעותית דרך זכיינות, או מפצים מורשים. שאלת המפתח כאן שאתם צריכים לשאול את עצמכם היא האם ניתן להמיר את העסק שלכם לפורמט עסקי שמישהו אחר יוכל לפעול על פיו (זכיינות) או האם יש לכם מוצר קבוע או שירות שמישהו יכול למכור לאורך זמן (הזדמנות עסקית). (הרחבת העסק דורשת גיוס הון, שכירת עובדים, קניית ציוד ושכירת משרד או מחסן, ואפשרות נוספת ולעיתים רווחית יותר, ופחות מסוכנת, היא לרשום את המוצר שלכם בחברה גדולה שיש לה יכולות ייצור וכוח מכירה קיים שיעשו עבורכם את העבודה.

14. סיכום

שמחתי להעניק ולתת מהידע שצברתי לכם כבעלי עסקים קיימים/ חדשים. אני סמוך ובטוח כי ברגע שתתחילו ליישם את הכתוב בחוברת זו. תתחילו להרגיש את השיפור והקידום בעסקכם. ראוי לציין כי חוברת זו אינה תחליף לייעוץ מקצועי ורצוי כי תתייעצו עם אנשי מקצוע.

אשמח לעמוד לרשותכם בכל שאלה ועניין. לתאום פגישה יעוץ חינוך אתם מוזמנים לפנות אליי בפרטים המופיעים בתחתית הדף.

