



Strategie i transakcje



Raport „OPCJE STRATEGICZNE” dla dealerskich biznesów

Scenariusze
Strategie
Transakcje



Kupować?
Sprzedawać?
Szukać nowych marek?

MUST HAVE

Każda firma musi mieć STRATEGIĘ



Budowanie strategii firmy:

PRZYKŁAD

1. **Określenie misji** i wizji przedsiębiorstwa
2. **Analiza otoczenia biznesowego:** analiza trendów, analiza rynku, analiza konkurencji, analiza klientów
3. **Analiza otoczenia makro:** gospodarcza, polityczna, społeczna, technologiczna
4. **Analiza zasobów organizacji:** audyt organizacyjny i analizy finansowe
5. Identyfikacja i **ocena dotychczasowych działań strategicznych:** analiza SWOT, analiza scenariuszowa
6. Wyznaczenie i opracowanie **kierunków strategicznych**

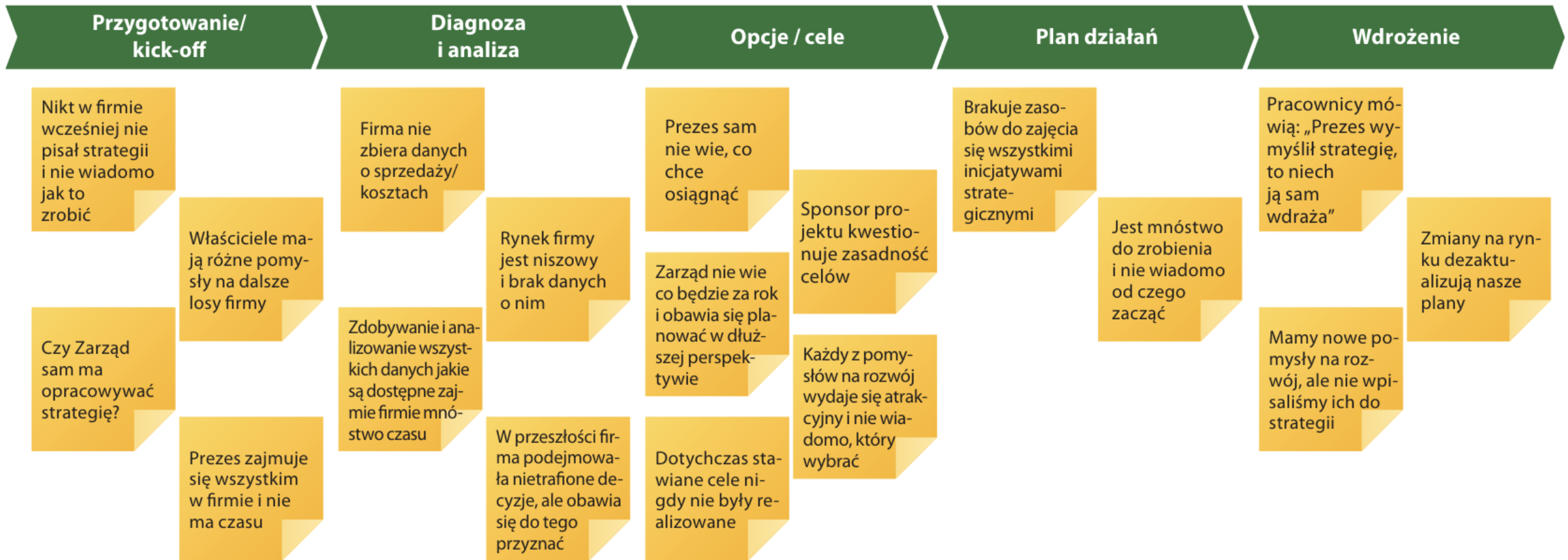
Budowanie strategii firmy:

PRZYKŁAD

7. **Zdefiniowanie strategii głównej** i strategii cząstkowych
8. **Zdefiniowanie modelu zarządzania** strategicznego
9. Opracowanie **docelowego modelu organizacji**: model organizacyjny i finansowy, model zarządzania, kluczowe zasoby, kluczowi kontrahenci
10. **Model pomiarów celów strategicznych**: m.in. karta KPI
11. **Sposób wdrożenia strategii** (zespół projektowy, harmonogram, monitorowanie wyników)

„Tego się nie da zrobić...”

Jakie wyzwania możesz napotkać w procesie budowania i wdrażania strategii?



DA SIĘ I TRZEBA

Strategia w firmie dealerskiej



TRENDY. BEZ ZMIAN, **tylko MOCNIEJ**

URBAN Duzi dealerzy

- ▶ „Przymus konsolidacji”
- ▶ Powrót modelu stand alone
- ▶ Centra serwisowe



URBAN Mali dealerzy

- ▶ „Inwestuj albo giń”
- ▶ Szanse wyjścia z biznesu



RURAL

- ▶ Stabilizacja i bezalternatywność
- ▶ Konieczność modelu wielomarkowego



MOTORYZACJA. Dziesiątki impulsów

Sukcesja

Reorganizacje sieci

**Brak
pracowników**

**Model
agencyjny**

Pokolenie Z

Zielony Ład

Internet

Ceny

Chińczycy

Nowa mobilność

Elektryki

Carsharing

Wojna

CFM



Pytania „strategiczne”. Przykład

Czy zostać „chińskim” dealerem?



Czy zostać „chińskim” dealerem?



1

Wg ankiety CarWow (2023) aż **38 % brytyjskich dealerów** chciałoby/bardzo by chciało **zostać sprzedawcą chińskiej marki**

2

33 % z nich przewiduje, że do roku 2028 chińskie marki opanują **ponad 20 procent** brytyjskiego rynku

3

Ponad **30 procent polskich dealerów** deklaruje zainteresowanie sprzedażą chińskich marek

TEZA WYJŚCIOWA



ROK 2030. POLSKA

Udział marek chińskich: **15 – 20 %**

Wolumen sprzedaży: **90 – 120.000 szt.**

Ilość marek na rynku: **10 -15**



Pytania do analizy



- **Jakie podstawowe argumenty decydują o wejściu w „chińskie” dealerstwo?**
- **Jaki poziom ryzyka inwestycyjnego jest akceptowalny?**
- **Na poważnie czy na próbę? Nowe projekty czy dokładka do tradycyjnych marek?**

Pytania do analizy



- Czy da się zbudować opłacalny biznesplan jedynie w oparciu o najmy?
- Ile aut musi sprzedawać pojedyncza lokalizacja?
- Czy na model „tylko najmy” będą zgadzali się importerzy?

Same, same but different

„STRATEGIA” a „opcje strategiczne”



„STRATEGIA FIRMY” a „Opcje Strategiczne”

1

Krótszy, prostszy, konkretny: Raport „Opcje strategiczne” dotyczy tylko **niewielkiego wycinka** strategii. Przedstawia **konkretne opcje rozwiązań**, a nie ogólne plany.

2

Niezależny od strategii firmy: Raport „Opcje strategiczne” jest opracowywany w nawiązaniu, ale **nie w pełnej zgodności do strategii**. Brak strategii nie przeszkadza w przygotowaniu Raportu „Opcje strategiczne”

3

Obiektywny: Raport „Opcje strategiczne” powinien oceniać i wskazywać **obiektywnie** możliwe rozwiązania/ bez wpływu władz DEALERA

Biznesowe MENU

Czym jest raport „Opcje strategiczne”?



Raport „OPCJE STRATEGICZNE”

KRÓTKI DOKUMENT (około 100 – 120 kart)
odpowiadający na:
3 PODSTAWOWE PYTANIA

1

CZY i GDZIE DEALER MA ORGANICZNE (wewnątrz organizacji) **POTENCJAŁY ROZWOJOWE?**

2

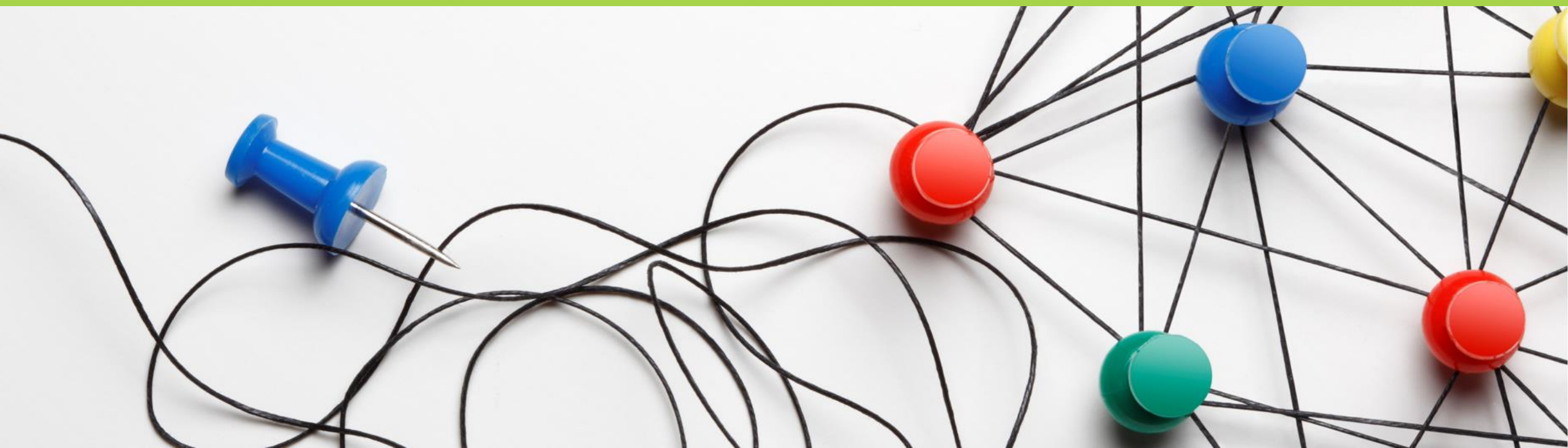
KOGO MOŻNA **KUPIĆ**/ JAKIE NOWE RYNKI I MARKI MOŻNA POZYSKAĆ?

3

KOMU MOŻNA SIĘ **SPRZEDAĆ** I ZA ILE?

SPEKTRUM możliwości

Co zawiera raport „Opcje strategiczne”?



RAPORT „OPCJE STRATEGICZNE”

Rozdziały:

OGÓLNA ANALIZA EKONOMICZNA

ANALIZA RYNKU LOKALNEGO I KONKURENCJI

POTENCJAŁ ROZWOJU ORGANICZNEGO

KIERUNKI CELÓW INWESTYCYJNYCH

POTENCJALNI INWESTORZY

SZACUNKOWA OCENA WARTOŚCI



AUTODEALER

ANALIZA EKONOMICZNA

DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA

ANALIZA FINANSOWA

ANALIZA PRZEWAG KONKURECYJNYCH

OGÓLNA analiza ekonomiczna

1

ANALIZA ekonomiczna: Podstawowa analiza z punktu widzenia wskaźników ogólnoeconomicznych. Bez specyfiki branży dealerskiej

2

PODSTAWOWE WSKAŹNIKI:

- 1) Rentowność i marże (benchmarki)
- 2) Płynność i zadłużenie
- 3) Kapitał obrotowy i struktura kosztów
- 4) Analiza rentowności aktywów i kapitałów
- 5) Analiza ROIC (zwrot na kapitale)
- 6) Sytuacja finansowa i poziom możliwości pozyskania kapitału dłużnego
- 7) Wyjściowa analiza SWOT



RYNEK DEALERSKI

ANALIZA RYNKU LOKALNEGO

Analiza RYNKU LOKALNEGO

1

OPIS i CHARAKTERYSTYKA rynku/rynków lokalnych DEALERA: wyniki, udziały poszczególnych marek, penetracja, cechy indywidualne

2

POZYCJA RYNKU/RYNKÓW NA TLE KRAJU:
Samochody nowe/ samochody używane.
Zagęszczenie sieci dealerskich. Open pointy

3

KONKURENCJA LOKALNA: opis największych najważniejszych grup dealerskich aktywnych na terenie rynku/rynków lokalnych DEALERA



RYNEK DEALERSKI

**KONKURENCJA
WEWNĄTRZSIECIOWA**

Analiza KONKURENCJI wewnętrznej

1

OPIS: Cechy istotne i charakterystyczne marki oraz sieci dealerskiej marki na rynku ogólnopolskim i lokalnym. **Polityka importera** i jej wpływ na rozwój i przyszłości sieci

2

PENETRACJA RYNKOWA: Opis **penetracji rynkowej marki** w stosunku do konkurencji na rynku ogólnopolskim i lokalnym.

3

DEALER NA TLE KONKURENCJI: Benchmarki pozycji DEALERA w stosunku do średniej penetracji rynkowej sieci oraz do **głównych konkurentów w sieci**



PRZEGLĄD OPCJI STRATEGICZNYCH

**IDENTYFIKACJA I ANALIZA POTENCJAŁU
ROZWOJU ORGANICZNEGO**

Analiza potencjału ROZWOJU ORGANICZNEGO

1

KWESTIONARIUSZ WYNIKÓW DEALERA. Na podstawie specjalnego kwestionariusza (kilkadziesiąt pytań i wskaźników)

2

ANALIZA BENCHMARKOWA poszczególnych działów. Wyniki/wskaźniki DEALERA na tle rynku i sieci

3

WNIOSKI I REKOMENDACJE. Wskazanie działów o wysokich **potencjałach rozwojowych** i działów do **działań naprawczych**. Podstawowe rekomendacje działań



PRZEGLĄD OPCJI STRATEGICZNYCH

**IDENTYFIKACJA I ANALIZA POTENCJALNYCH
KIERUNKÓW I CELÓW INWESTYCYJNYCH**

Analiza celów i kierunków INWESTYCYJNYCH

1

POTENCJALNE STRATEGIE ROZWOJOWE: Opis możliwych strategii inwestycyjnych w stosunku do aktualnej sytuacji sieci dealerskiej, potencjalnego multibrandingu i sytuacji na rynku lokalnym

2

STOPERY/BARIERY INWESTYCYJNE: Indywidualne, związane z marką, związane z terytorium

3

SZANSE INWESTYCYJNE: Indywidualne, związane z marką, związane z terytorium

Potencjalne kierunki INWESTYCYJNE



MARKA WŁASNA/AKWIZYCJE



DODATKOWE MARKI/AKWIZYCJE



DODATKOWE MARKI/GREENFIELD



NOWE MARKI CHIŃSKIE/AZJATYCKIE



INNE: np. centra blacharko-lakiernicze, sieci aut używanych, CFM itp.

MARKA WŁASNA/akwizycje/opis ogólny

1

POZIOM ZGODNOŚCI ze strategiami rozwoju

2

MOŻLIWOŚCI RYNKOWE: Wskazanie głównych, możliwych do pozyskania celów inwestycyjnych/akwizycja

3

SYNERGIE INWESTYCYJNE: Opis poziomu potencjalnych synergii w stosunku do możliwości rynkowych

4

BARIERY INWESTYCYJNE: Indywidualne i strukturalne/sieciowe

MARKA WŁASNA/akwizycje/karty indywidualne



Super DEALER sp. z o.o. MIRÓW



DEALER 2



DEALER 3



DEALER 4



DEALER 5

POTENCJALNE CELE INWESTYCYJNE/ MARKA AVIA

Pełna nazwa: **SUPER DEALER sp. z o.o.**

Adres: ul. Samochodowa 56, 07-432 MIRÓW

Forma prawna: spółka z o.o.

Posiadane autoryzacje: AVIA sprzedaż/ ASO

**KARTA INDYWIDUALNA
WZÓR**

	Sprzedaż aut nowych	Przychód (mln zł)	Zysk operacyjny (mln zł)	EBITDA (mln zł)	Marża podstawowa (%)	Zatrudnienie
2022	605	82,5	4,2	4,7	5,2	41
2023	690	87,3	3,9	4,1	5,1	40

Szacunkowa wartość transakcyjna (100% udziałów)*

* Bez korekty o realną/operacyjną wartość nieruchomości

16-18 mln pln

Potencjalne synergie/bariery transakcyjne

Przedsiębiorstwo trudne do pozyskania z powodu **silnej pozycji rynkowej**, dobrych rezultatów finansowych i posiadania **dodatkowych źródeł dochodu** (m.in. hurtownia części). Jednak w przypadku udanej akwizycji natychmiastowa możliwość opanowania całego rynku AVIA w Mirowie poprzez pozyskanie byłych obiektów marki AVIA w Mirowie i potencjalne przywrócenie im autoryzacji.

Ocena szans akwizycji (1-5)/ uzasadnienie

3

Osoba/osoby decyzyjne

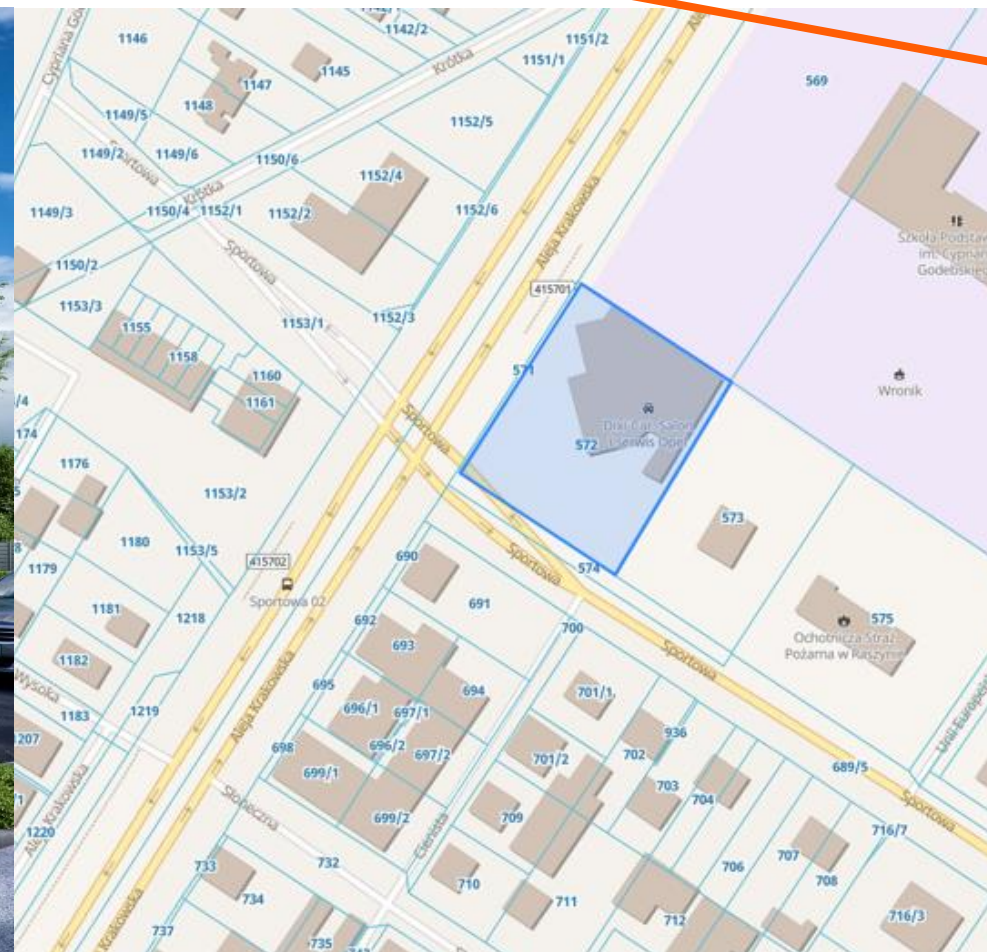
Jan Zieliński – prezes zarządu

POTENCJALNE CELE INWESTYCYJNE

SUPER DEALER sp. z o.o.

Obiekt w MIROWIE

**KARTA INDYWIDUALNA
WZÓR**



Potencjalne kierunki INWESTYCYJNE c.d.

MARKA WŁASNA/AKWIZYCJE

DODATKOWE MARKI/AKWIZYCJE

DODATKOWE MARKI/GREENFIELD

NOWE MARKI CHIŃSKIE/AZJATYCKIE

INNE: np. centra blacharko-lakiernicze, sieci aut używanych, CFM itp.

POTENCJALNE CELE INWESTYCYJNE/ NIERUCHOMOŚCI

Obiekt: MIRÓW, ul. Chińska 32

Właściciel/dysponent: BYŁY DEALER sp. o.o. / były dealer CMG

**KARTA INDYWIDUALNA
WZÓR**



Potencjalne kierunki INWESTYCYJNE c.d.



MARKA WŁASNA/AKWIZYCJE



DODATKOWE MARKI/AKWIZYCJE



DODATKOWE MARKI/GREENFIELD



NOWE MARKI CHIŃSKIE/AZJATYCKIE



INNE: np. centra blacharko-lakiernicze, sieci aut używanych, CFM itp.



PRZEGLĄD OPCJI STRATEGICZNYCH

IDENTYFIKACJA

POTENCJALNYCH INWESTORÓW

Identyfikacja potencjalnych INWESTORÓW

1

Analiza ATRAKCYJNOŚCI inwestycyjnej DEALERA w kontekście procesów konsolidacyjnych/marka/rynek

2

PROFILOWANIE grup potencjalnych inwestorów/ grupy ogólnopolskie/inwestorzy lokalni, inwestorzy sieciowi/ inwestorzy z innych marek

3

SYNERGIE INWESTYCYJNE: Opis poziomego potencjalnych synergii dla poszczególnych grup inwestorów

POTENCJALNI INWESTORZY/karty indywidualne

Auto INWESTOR S.A. KOSZALIN

INWESTOR 2

INWESTOR 3

INWESTOR 4

INWESTOR 5

POTENCJALNY INWESTOR 1 (potencjał inwestycyjny: bardzo wysoki)

AUTO INWESTOR sp. z o.o.

**KARTA INDYWIDUALNA
WZÓR**

Dane, wyniki, wskaźniki	Patrz tabela na kolejnej stronie Raportu
Opis strategii inwestycyjnych	1. Ogólnokrajowa grupa wielomarkowa oparta na grupie marek AVIA 2. W akwizycjach w ostatnim czasie sfokusowana głównie na pozyskiwaniu obiektów marki AVIA w Krakowie. 3. Otwarte strategie inwestycyjne. Otwarta na zakup udziałów, ZCP czy nawet nieruchomości w zależności od modelu transakcji. 4. Znakomity team transakcyjny i szybkie/zdecydowane decyzje inwestycyjne.
Potencjalne synergie transakcyjne	1. Zwiększenie udziału Grupy w rynku marki AVIA w Polsce i ugruntowanie pozycji w TOP10 całego rynku 2. Pozyskanie obiektów synergicznych do sieci AVIA w Krakowie/Tarnowie na stykowych obszarach oddziaływania.
Ocena potencjału inwestycyjnego (1-5)	1. Nieruchomości – 3 2. AVIA - 5
Osoba/osoby decyzyjne	Jan Wołczański - właściciel

KARTA INDYWIDUALNA WZÓR

NAZWA GRUPY DEALERSKIEJ

AUTO INWESTOR

Nazwa rejestrowa

Auto Inwestor sp. z o.o.

Główna siedziba Firmy:

ul. Motorowa 12

00-950 Kraków

Ilość lokalizacji

3

Ilość autoryzacji

4

Lokalizacje:

AVIA, Kelo, Kraków

AVIA, Kraków

AVIA, Tarnów

Miejsce TOP100 2023

- nowe



67

2019	2020	2021	2022
87	86	79	90

Miejsce TOP100 2023

- używane



40

2019	2020	2021	2022
23	25	29	30

Sprzedaż aut nowych 2023



1 456

2019	2020	2021	2022
1 756	1 234	1 278	1 302

Sprzedaż aut używanych 2023



1 021

2019	2020	2021	2022
1 362	1 106	1 350	814

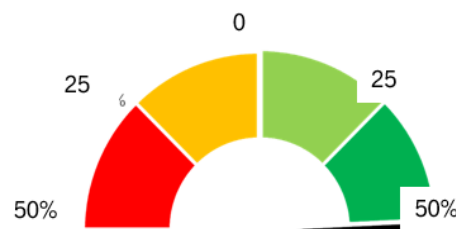
Używane/nowe 2023



0,82

2019	2020	2021	2022
0,75	0,93	0,97	0,66

Używane/Nowe: Odchylenie od średniej rynkowej



Informacje finansowe

	2022	2021	2020
Suma bilansowa (mln zł)	71,28	56,27	69,78
Przychody (mln zł)	154,05	179,92	146,63
Zysk netto (mln zł)	0,11	5,05	2,48
Rentowność netto (%)	0,07%	2,81%	1,70%
Marża podstawowa (%)	12,10%	10,20%	6,63%
EBITDA (mln zł)	1,93	6,28	3,96
Liczba pracowników	-	-	-
Sprzedaż nowych na pracownik	-	-	-
Przychód na pracownika (mln zł)	-	-	-
Zysk na pracownika (tys. zł)	-	-	-
Wynik netto na nowe auto (tys. zł)	0,09	3,86	2,09
Średnia cena auta nowego	88,84	75,65	68,05
Średnia cena auta używanego	47,54	46,64	46,40

* wszystkie dane finansowe pochodzą ze źródeł ogólnodostępnych

Dane szacunkowe na podstawie sprzedaży i obrotu dealerstwa

Ilość sprzedawanego oleju (w litrach)



28 770

Liczba aut w parku serwisowym



12 823

Sprzedaż polis ubezpieczeniowych (tys. szt.)



4,26 - 6,44

Liczba zleceń blacharsko-lak.



1 690

Lokalizacje





PRZEGLĄD OPCJI STRATEGICZNYCH

UPROSZCZONA OCENA WARTOŚCI SPÓŁKI

Uproszczona ocena WARTOŚCI SPÓŁKI z własnym obiektem

1

OCENA nie WYCENA. Szybka ocena wartości spółki w oparciu o metodę mnożnikową i wskaźnik brandowy DealerValue aktualny w momencie oceny

2

Wariant 1: Ocena wartości **działalności operacyjnej WRAZ z wartością operacyjną nieruchomości.**

3

Wariant 2: Ocena wartości **TYLKO działalności operacyjnej BEZ wartości operacyjnej nieruchomości.** Wartość z Wariantu 1 zmniejsza się o rynkową wartość pozyskania obiektu w wynajmie.

Uproszczona ocena wartości spółki AutoAuto sp. z o.o. (AVIA)

Wycena spółki obejmująca **100 procent udziałów w spółce** (z uwzględnieniem operacyjnej wartości nieruchomości w Mirowie na której operuje spółka) została przeprowadzona metodą mnożnikową według założeń zaprezentowanych w poniższej tabeli.



	Wyszczególnienie	Wartość mln PLN	Opis
A	Średnia znormalizowana EBITDA 2018-2022	5,22	Średnia z rocznych znormalizowanych wyników z działalności operacyjnej z lat 2020, 2021, 2022 i 2023 (estymacja) powiększonych o roczne amortyzacje z poszczególnych lat.
B	Mnożnik branżowy DealerVALUE	5,12	Wartość mnożnika branżowego wynika z wartości mnożnika DealerVALUE dla marki AVIA na polskim rynku motoryzacyjnym na rok 2022 (5,12) (zgodnie z raportem „DealerVALUE. Model mnożnika wycena na polskim rynku dealerskim” opracowanym przez DCG Dealer Consulting).
C	Enterprise Value (debt free cash free basis	26,73	
D (-)	Zadłużenie odsetkowe	-	Wartość zadłużenia odsetkowego krótkoterminowego i długoterminowego (suma salda kredytów, leasingów, pożyczek i innych instrumentów dłużnych) na datę zamknięcia Transakcji z wyłączeniem zadłużenia stoku.
E (+)	Gotówka nieoperacyjna	(-2)	Różnica pomiędzy stanem środków pieniężnych i ekwiwalentów na datę zamknięcia a poziomem gotówki niezbędnym do niezakłóconego prowadzenia działalności operacyjnej spółki. Wartość tego poziomu jest określana przez autorów Raportu na kwotę: 2.000.000 pln
F	Equity Value	24,73	

Uproszczona ocena wartość Spółki bez uwzględnienia zapasów (stok samochodowy/magazyn części), które będą podlegać odrębnej wycenie wynosi w modelu (debt free cash free basis) z uwzględnieniem operacyjnej wartości nieruchomości w MIROWIE na której operuje Spółka:

24,73 mln złotych (słownie dwadzieścia cztery miliony siedemset trzydzieści tysięcy złotych)

Uproszczona ocena wartości spółki AutoAuto sp. z o.o. (AVIA)

Wycena spółki obejmująca **100 procent udziałów w spółce (bez uwzględnienia wartości nieruchomości w Mirowie na której operuje spółka)** została przeprowadzona metodą mnożnikową według założeń zaprezentowanych w poniższej tabeli.

WARIANT
2

	Wyszczególnienie	Wartość mln PLN	Opis
A	Średnia znormalizowana EBITDA 2018-2022	4,31	Średnia z rocznych znormalizowanych wyników z działalności operacyjnej z lat 2020, 2021, 2022 i 2023 (estymacja) powiększonych o roczne amortyzacje z poszczególnych lat. Roczne wyniki z działalności operacyjnej powiększone o amortyzacje zostały poddane korektom o szacunkowe, uwzględniające inflację koszty potencjalnego wynajmu obiektu w Mirowie.
B	Mnożnik branżowy DealerVALUE	5,12	Wartość mnożnika branżowego wynika z wartości mnożnika DealerVALUE dla marki AVIA na polskim rynku motoryzacyjnym na rok 2022 (5,12) (zgodnie z raportem „DealerVALUE. Model mnożnika wycena na polskim rynku dealerskim” opracowanym przez DCG Dealer Consulting).
C	Enterprise Value (debt free cash free basis)	22,07	
D (-)	Zadłużenie odsetkowe	-	Wartość zadłużenia odsetkowego krótkoterminowego i długoterminowego (suma salda kredytów, leasingów, pożyczek i innych instrumentów dłużnych) na datę zamknięcia Transakcji z wyłączeniem zadłużenia stoku.
E (+)	Gotówka nieoperacyjna	(-2)	Różnica pomiędzy stanem środków pieniężnych i ekwiwalentów na datę zamknięcia a poziomem gotówki niezbędnym do niezakłóconego prowadzenia działalności operacyjnej spółki. Wartość tego poziomu jest określana przez autorów Raportu na kwotę: 2.000.000 pln
F	Equity Value	20,07	

Uproszczona ocena wartości Spółki bez uwzględnienia zapasów (stok samochodowy/magazyn części), które będą podlegać odrębnej wycenie wynosi w modelu (debt free cash free basis) bez uwzględnienia wartości nieruchomości w MIROWIE na której operuje Spółka:

20,07 mln złotych (słownie dwadzieścia milionów siedemdziesiąt tysięcy złotych)



PRZEGLĄD OPCJI STRATEGICZNYCH

**PRZYKŁADOWE INICJATYWY STRATEGICZNE
BENCHMARK**

INICJATYWA 1

Nabycie 100% udziałów w spółce AUTOMAK sp. z o.o. (CMG) przez spółkę RP Auto sp. z o.o. (CMG)

Realizator inicjatywy/cel inwestycyjny	
Opis inicjatywy	
Cel inicjatywy strategicznej	
Potencjalne kolejne działania	
Analiza benchmarkowa	

JAK to zrobić?

Z doradcą czy samemu?



Z doradcą czy samemu?

1

ZAKRES RAPORTU: Całościowy lub **poszczególne OPCJE** (akwizycje, sprzedaż biznesu, rozwój organiczny)

2

ZESPÓŁ: Do poprawnego wykonania raportu niezbędny jest zespół specjalistów: **doradcy ekonomiczni, specjaliści w zakresie biznesu dealerskiego, doradcy transakcyjni**

3

BEZ DORADCÓW?: Wykonanie raportu własnymi siłami DEALERA jest możliwe, ale zawsze **obarczone subiektywizmem.**

JAK pozyskać raport „Opcja strategiczne”

1

CZAS: przygotowanie raportu przez zespół doradców to **3-6 miesięcy** (w zależności od wielkości firmy dealerskiej)

2

ILE TO KOSZTUJE?: w zależności od wielkości firmy dealerskiej. **Minimalnie 50-60 tys. PLN**

3

JAK CZĘSTO: pełen raport **raz na 3-5 lat**, samodzielny update raportu **co roku**. Zwłaszcza w przypadku wiodącej opcji: sprzedaż biznesu

www.dealerszkolenia.pl/szkolenia-sellside

2. EDYCJA

Cykl szkoleń online



JAK DOBRZE PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO SPRZEDAŻY DEALERSKIEGO BIZNESU?

- Dowiedz się, jak zorganizować proces sprzedaży firmy lub nieruchomości dealerskiej
- Poznaj zasady i tajniki procesu transakcyjnego
- Naucz się właściwie szacować wartość swojej firmy
- Dowiedz się w jaki sposób skutecznie poszukiwać inwestorów

SZKOLENIA ONLINE/ 4 sesje x 3 h

28.05

Jak i gdzie szukać inwestorów? Strategie

4.06

Przygotowanie procesu. Wewnętrzne DD

11.06

Ile naprawdę jestem warty? Wyceny

18.06

Umowa sprzedaży. Prawo i podatki

”

**Strategia
jak mapa,
MUSI być
na
papierze**

DCG

DEALER CONSULTING GROUP



Strategie i transakcje



www.dealerszkolenia.pl/szkolenia-sellside

2. EDYCJA

Cykl szkoleń online



JAK DOBRZE PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO SPRZEDAŻY DEALERSKIEGO BIZNESU?

- Dowiedz się, jak zorganizować proces sprzedaży firmy lub nieruchomości dealerskiej
- Poznaj zasady i tajniki procesu transakcyjnego
- Naucz się właściwie szacować wartość swojej firmy
- Dowiedz się w jaki sposób skutecznie poszukiwać inwestorów