DIREKTORJI GOVORIJO O VPLIVU NA PRODAJO, RVC IN EBITDA – AMPAK KAKO?

B2B KONFERENCA

Optinion/CAPITAL

B2B KONFERENCA



Finance in marketing, pogosto dva svetova, ki se ukvarjata s popolnoma različnimi področji in velikokrat se ne razumeta

Marketing vs Finance



Optinion/CAPITAL

Finance in marketing, pogosto dva svetova, ki se ukvarjata s popolnoma različnimi področji in velikokrat se ne razumeta

Marketing vs Finance



Optinion/CAPITAL

Finance in marketing, pogosto dva svetova, ki se ukvarjata s popolnoma različnimi področji in velikokrat se ne razumeta

Marketing vs Finance



Optinion/CAPITAL

Finance in marketing, pogosto dva svetova, ki se ukvarjata s popolnoma različnimi področji in velikokrat se ne razumeta

Marketing vs Finance



Optinion/CAPITAL

Ampak pa imata več skupnega, kot izgleda na prvi pogled, v bistvu zasledujeta iste cilje, le da pri doseganju le teh skrbita za različne stvari

Marketing vs Finance



Ampak pa imata več skupnega, kot izgleda na prvi pogled, v bistvu zasledujeta iste cilje, le da pri doseganju le teh skrbita za različne stvari

Marketing vs Finance



Skupaj poznava strategijo družbe, uskladile sva, katere informacije si izmenjujeva in sedaj razumeva, kako marketing poroča vpliv na EBITDA.

Ampak pa imata več skupnega, kot izgleda na prvi pogled, v bistvu zasledujeta iste cilje, le da pri doseganju le teh skrbita za različne stvari

Marketing vs Finance



Optinion/CAPITAL

En stavek, ki takoj združi marekting in finance

Ključni namen marketinga

„Tukaj smo, da povečamo vrednost podjetja“

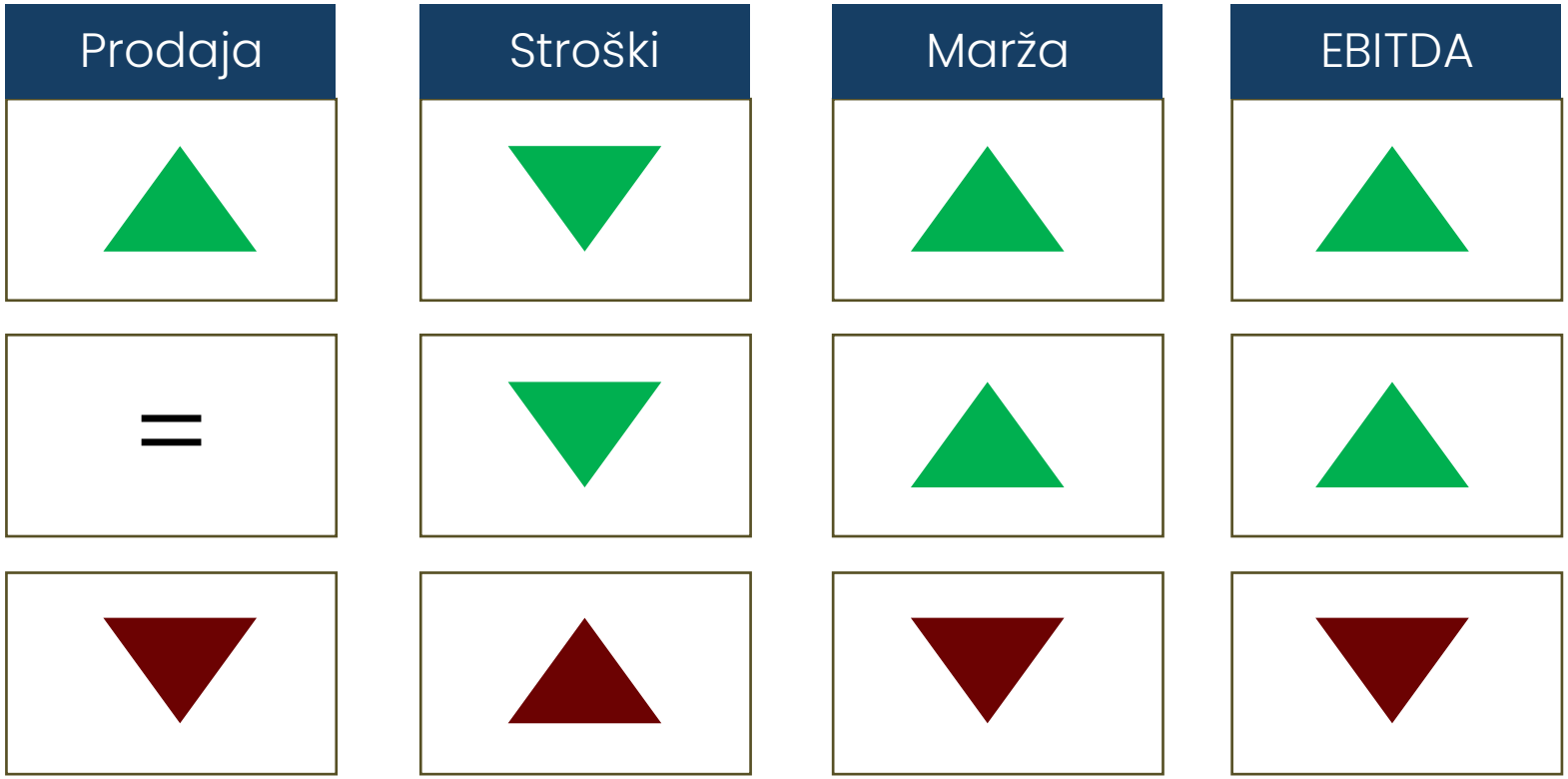
En stavek, ki takoj združi marekting in finance

Ključni namen marketinga

In vrednost podjetja se poveča na podlagi rasti prodaje in marže...

Poenostavljeni finančni cilji tipičnega podjetja

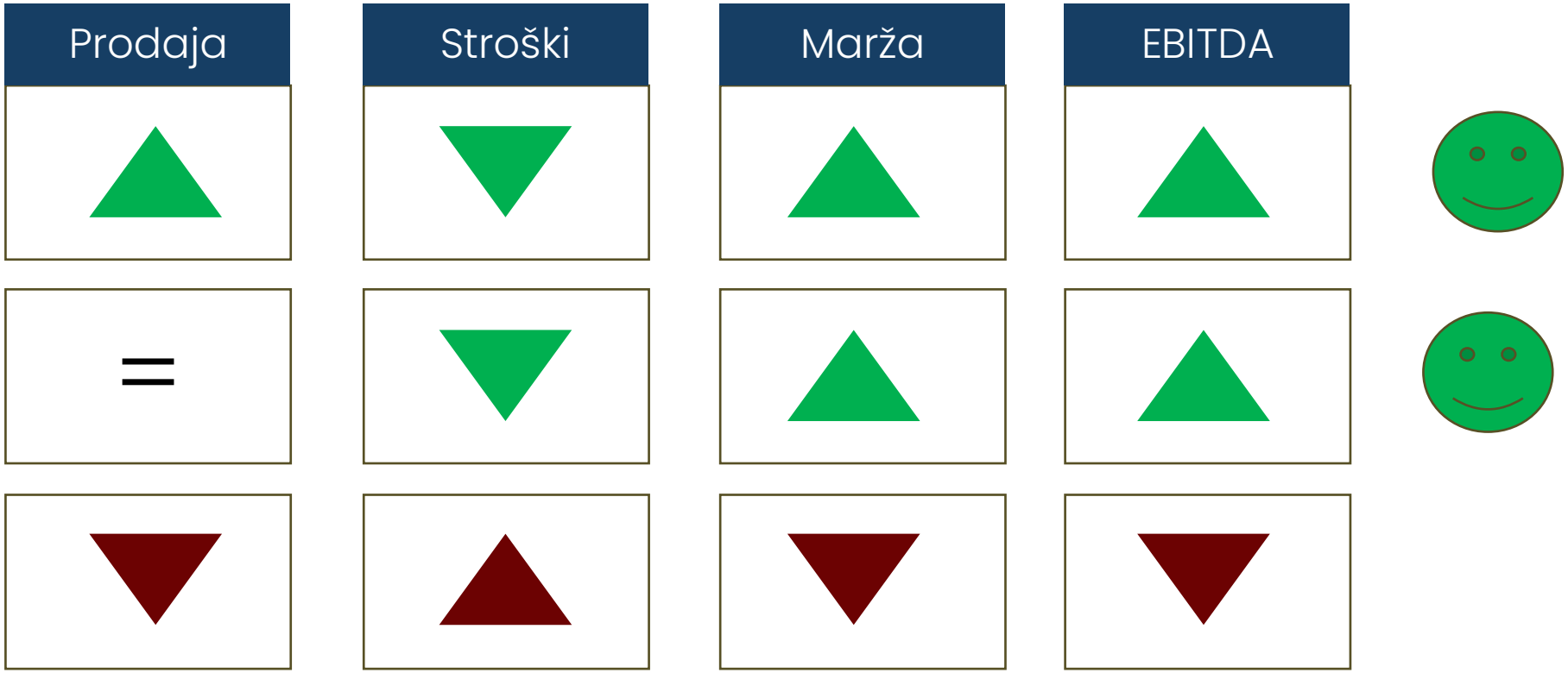
Finančni cilji



Optinion/CAPITAL

Poenostavljeni finančni cilji tipičnega podjetja

Finančni cilji



Optinion/CAPITAL

Kaj je EBITDA?

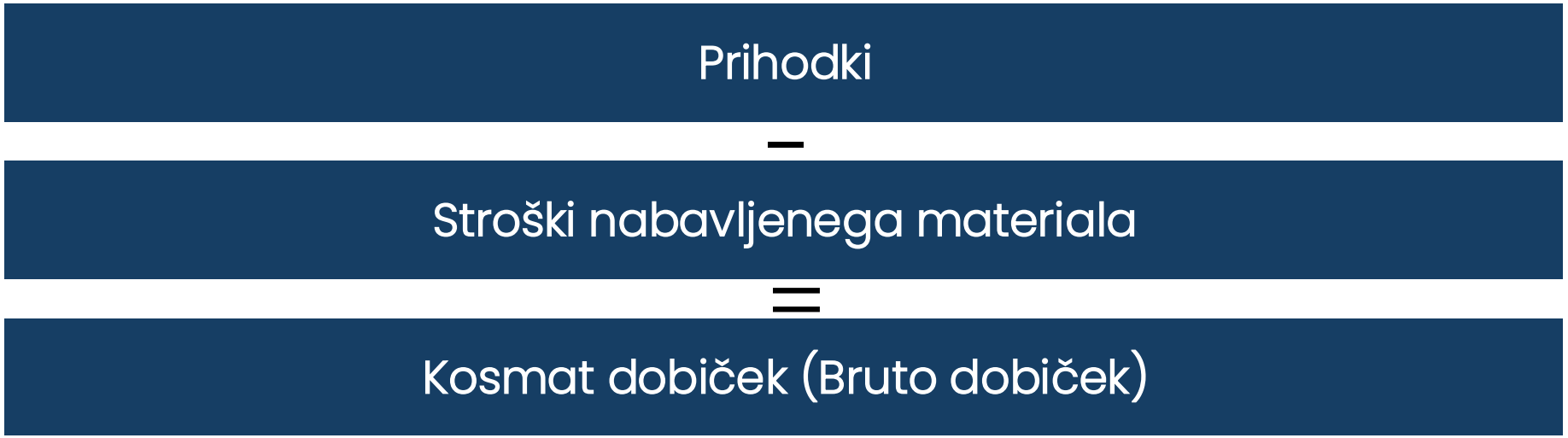
EBITDA



Optinion/CAPITAL

Kaj je EBITDA?

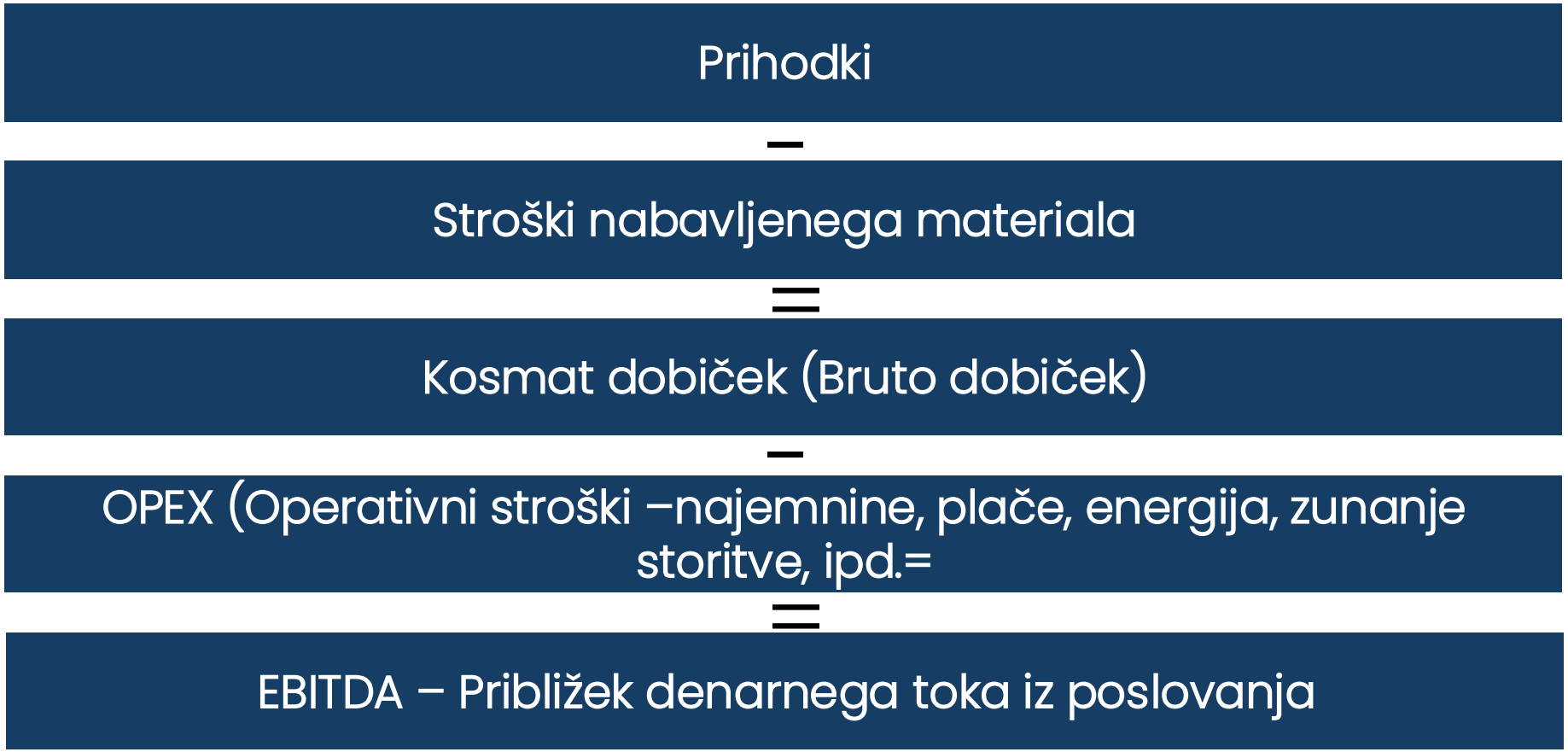
EBITDA



Optinion/CAPITAL

EBITDA odgovarja na vprašanje: Koliko denarja približno podjetje ustvari s prodajo svojih izdelkov in storitev?

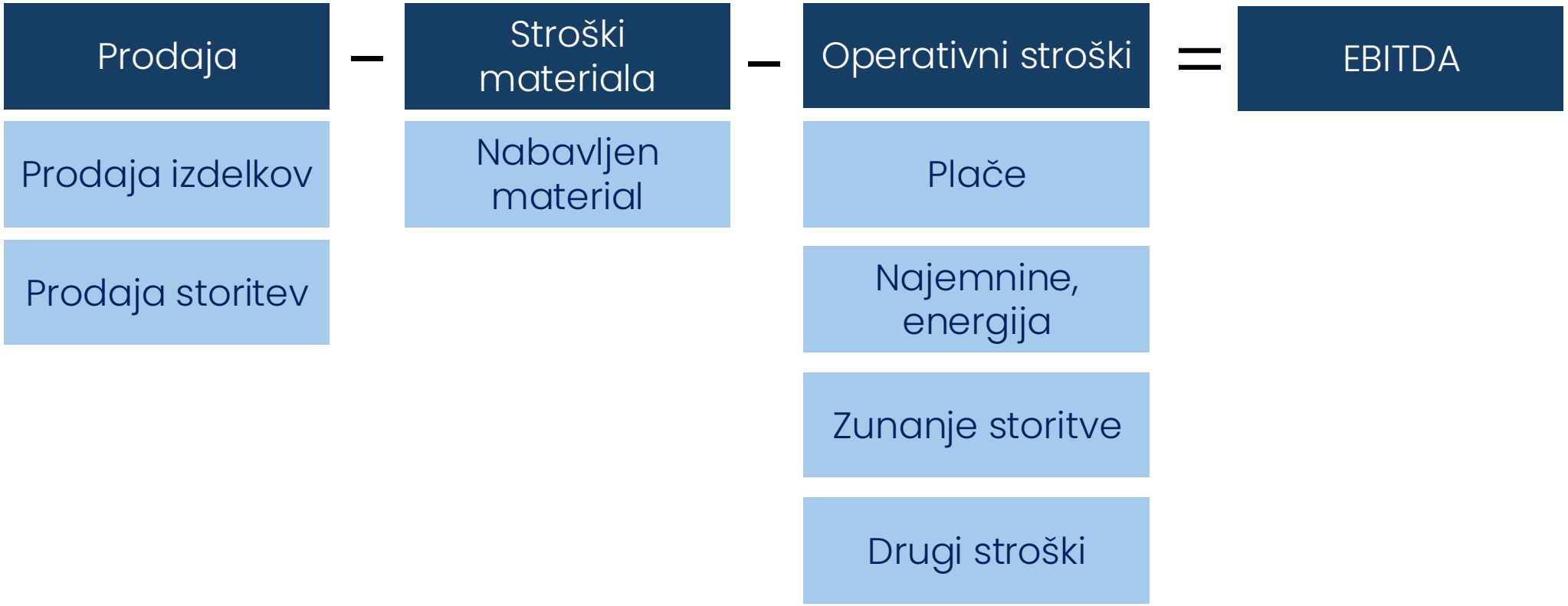
EBITDA



Optinion/CAPITAL

Prej smo rekli, da je EBITDA rezultat prodaje in dosežene marže, minus operativni stroški

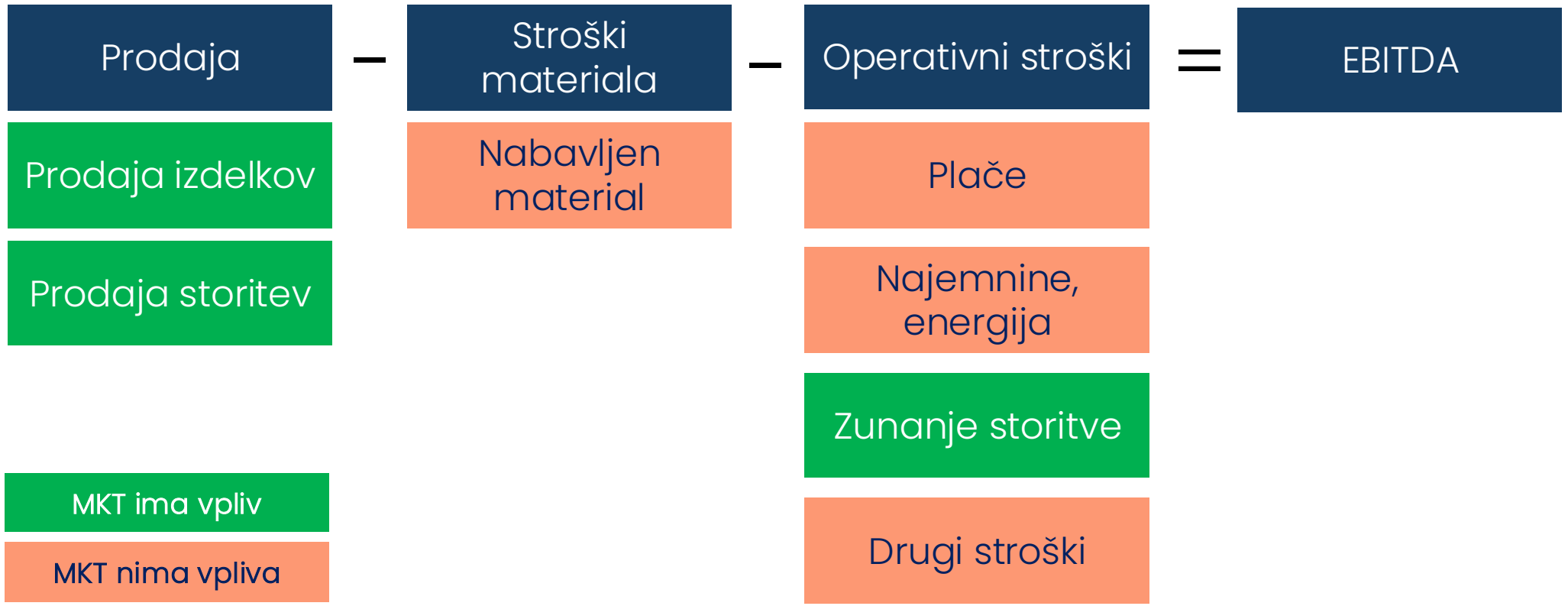
Vpliv marketinga na EBITDA



Optinion/CAPITAL

Prej smo rekli, da je EBITDA rezultat prodaje in dosežene marže, minus operativni stroški

Vpliv marketinga na EBITDA



Optinion/CAPITAL

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA

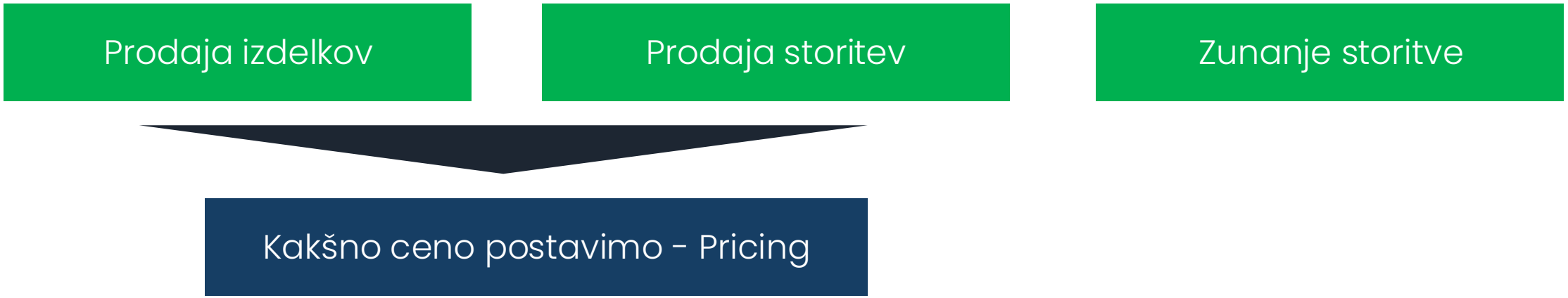
Prodaja izdelkov

Prodaja storitev

Zunanje storitve

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA



Optinion/CAPITAL

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA

Prodaja izdelkov

Prodaja storitev

Zunanje storitve

Kakšno ceno postavimo - Pricing

Kako hitro lansiramo nov izdelek ali storitev – go to market hitrost

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA

Prodaja izdelkov

Prodaja storitev

Zunanje storitve

Kakšno ceno postavimo - Pricing

Kako hitro lansiramo nov izdelek ali storitev – go to market hitrost

Količina prodanih izdelkov in storitev

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA

Prodaja izdelkov

Prodaja storitev

Zunanje storitve

Kakšno ceno postavimo - Pricing

Kako hitro lansiramo nov izdelek ali storitev – go to market hitrost

Količina prodanih izdelkov in storitev

Število kupcev, vrednost kupca, povprečna vrednost nakupa, ipd.

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA

Prodaja izdelkov

Prodaja storitev

Zunanje storitve

Kakšno ceno postavimo - Pricing

Kako hitro lansiramo nov izdelek ali storitev – go to market hitrost

Količina prodanih izdelkov in storitev

Število kupcev, vrednost kupca, povprečna vrednost nakupa, ipd.

Marketinška agencija

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA



Optinion/CAPITAL

Poglejmo bolj podrobno področja, na katera ima marketing zagotovo vpliv na EBITDA

Področja vpliva marketinga na EBITDA



Optinion/CAPITAL

Primer finančnega vpliva na marketinške odločitve

Primer finančnega vpliva

2025	
Dosežena cena izdelka	560 EUR + DDV
Število kupcev	100.000
Bruto marža izdelka	65%

2026	
Dosežena cena izdelka	640 EUR + DDV
Število kupcev	120.000
Bruto marža izdelka	70%

Primer finančnega vpliva na marketinške odločitve

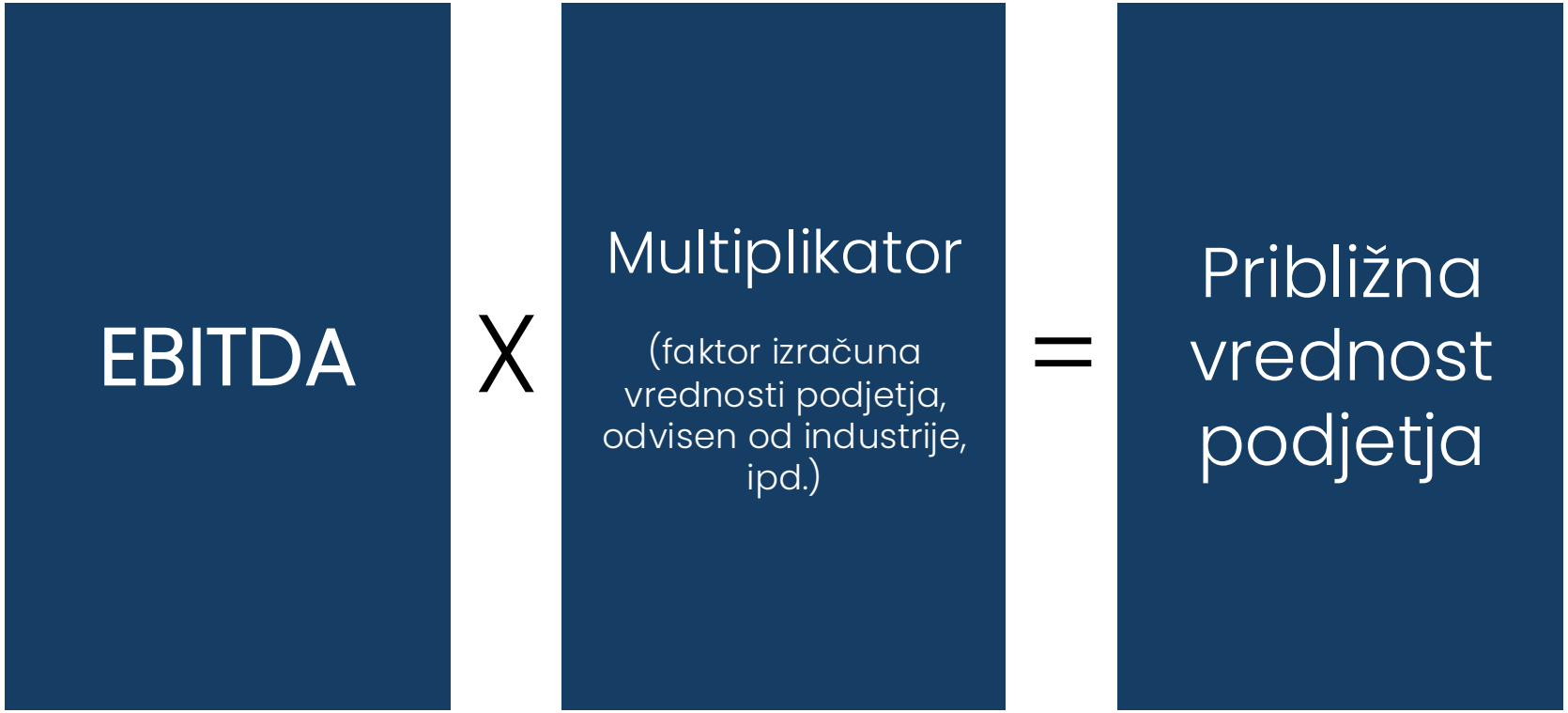
Primer finančnega vpliva

2025	
Dosežena cena izdelka	560 EUR + DDV
Število kupcev	100.000
Bruto marža izdelka	65%
Rezultat marže	19.600.000

2026	
Dosežena cena izdelka	640 EUR + DDV
Število kupcev	120.000
Bruto marža izdelka	70%
Rezultat marže	26.880.000

Zakaj je EBITDA tako pomembna? Ker je načeloma prvi znesek, s katerim skozi multiplikator izračunamo vrednost podjetja

EBITDA



Optinion/CAPITAL

Zakaj je EBITDA tako pomembna? Ker je načeloma prvi znesek, s katerim skozi multiplikator izračunamo vrednost podjetja

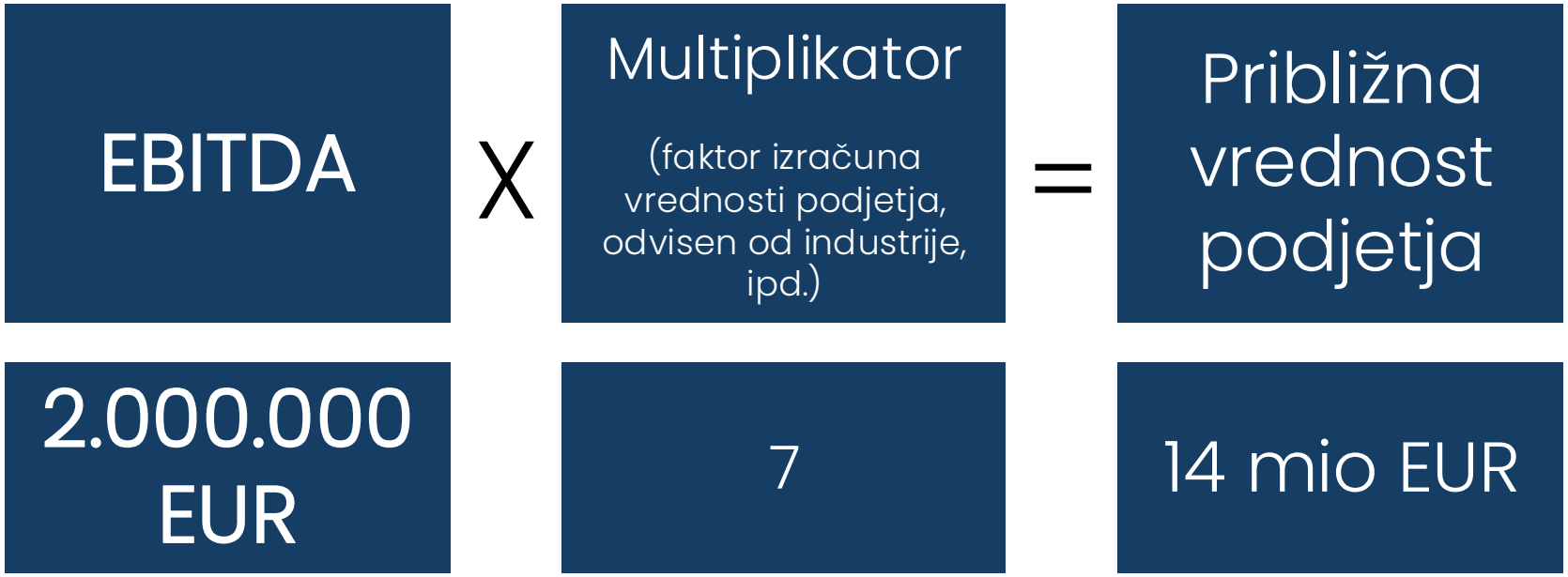
EBITDA



Optinion/CAPITAL

Zakaj je EBITDA tako pomembna? Ker je načeloma prvi znesek, s katerim skozi multiplikator izračunamo vrednost podjetja

EBITDA



Optinion/CAPITAL

Zakaj je EBITDA tako pomembna? Ker je načeloma prvi znesek, s katerim skozi multiplikator izračunamo vrednost podjetja

EBITDA

EBITDA	X	Multiplikator (faktor izračuna vrednosti podjetja, odvisen od industrije, ipd.)	=	Približna vrednost podjetja
2.000.000 EUR		7		14 mio EUR
2.500.000 EUR		7		17,5 mio EUR

Kazalniki, na katere podjetje vpliva skozi svoje marketinške aktivnosti, torej niso ne kompleksni, prav tako jih ni veliko

Ključni finančni kazalniki

Prodaja	Kaj se dogaja s prodajo z vidika njene višine in rasti prodaje?
Bruto marža	Koliko kosmatega donosa nam ostane od prodanih izdelkov ali storitev?
Operativni izid (EBITDA)	Koliko denarja ustvarimo, ko odštejemo vse stroške operativnega poslovanja (plače, najemnine, redni stroški, zunanji izvajalci in podobno)?
Vložek v marketing	Kakšne budžete imamo za marketinške aktivnosti in ali nam le ti omogočajo rast prodaje ali marže izdelkov ter storitev?
RVC izdelka ali storitve	Kakšno razliko v ceni ustvarjamo na posameznem produktu ali storitvi? Se ta spreminja zaradi izvedenih MKT aktivnosti? Povečujemo maržnost?

Gradniki uspešnega sodelovanja financ in marketinga so predvsem medsebojno poznavanje strategije podjetja in izmenjava informacij

Gradniki uspešnega sodelovanja

Skupno razumevanje strategije in finančnih ciljev	Uskladitev metodologije spremljanja rezulatatov	Izmenjava podatkov in in ključnih informacij
Tako finance kot marketing morata primarno razumeti, **kaj sploh je strategija podjetja?** Ali podjetje želi rasti z vidika prodaje, ali želi povečati profitabilnost kot celotno podjetje, ali samo na nekaterih produktih, ipd.?	**Kaj točno bomo merili in na kakšen način sploh lahko izvajamo analize finančne uspešnosti?** Ali **ima danes marketing dostop do finančnih podatkov?** **Ali smo uskladiti**, kakšen bo končna formula izračuna ključnih kazalnikov?	**Kje so danes informacije?** **Kdo upravlja z informacijami**, oziroma podatki? **Kako povežemo oddelek financ, kontrolinga in marketinga?** **Kako si bomo izmenjevali podatke** in v kakšnem časovnem intervalu?



HVALA

Optinion/CAPITAL