BIZMAPIO

Jak připravit firmu na prodej

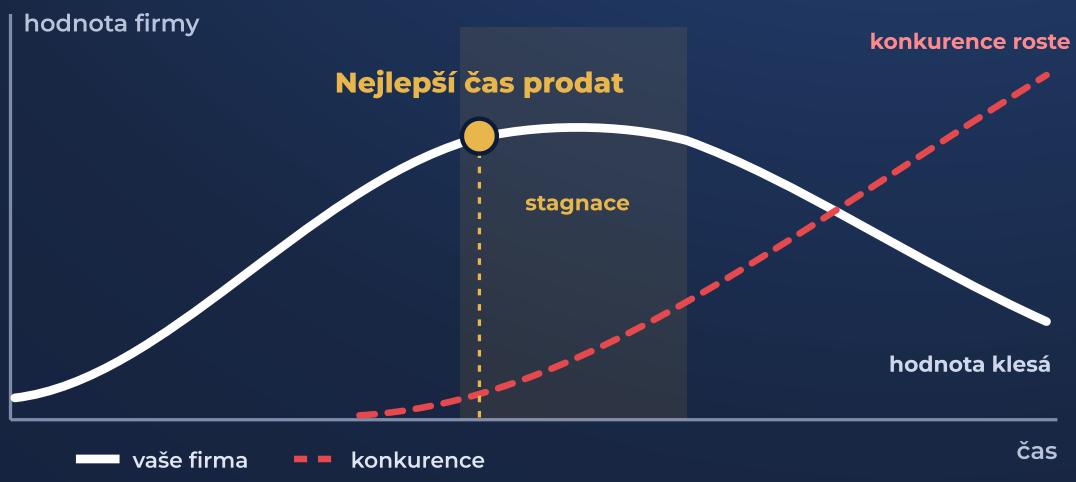
Praktický návod a kontrolní seznam pro majitele firem. Co si připravit, co investor prověří a kolik peněz můžete za firmu získat.

3–9
měsíců trvá prodej firmy, někdy až rok

5
oblastí, které si investor prověří

1–3×
roční zisk – obvyklý násobek u menších firem

Kdy prodat firmu?



Ve videu vám vysvětlíme, v jakém okamžiku je nejlepší firmu prodat, a řekneme vám, jak firmu připravit na prodej.

Celé video: Jak připravit firmu na prodej

Během 14 minut se dozvíte vše, co v tomto návodu najdete. Naskenujte QR kód nebo otevřete odkaz:

youtu.be/7yX56vzmCbY

NEŽ ZAČNETE

Proč se na prodej připravit dopředu

Prodej firmy trvá zhruba 3 až 9 měsíců a může se protáhnout i na rok. Čím lépe jste připravení, tím je prodej jednodušší, rychlejší a peníze máte na účtu dřív. A navíc dostanete vyšší cenu.

Jak uvažuje investor

Pravidlo číslo jedna Warrena Buffetta zní: **nikdy neprodělat peníze.** Investor proto bude velmi pečlivě zkoumat, jestli se mu peníze, které vám zaplatí, vrátí. Prověří každý detail. Vaším úkolem je ukázat mu, že riziko je malé a všechno, co tvrdíte, je doložené.

Firma musí „vonět“

Když v obchodě vybíráte zeleninu, berete tu čerstvou a šťavnatou, ne nahnilou. Stejně je to s firmou. Firma, která prodělává, má problémy nebo klesající trend, se prodává špatně. Buď se najde méně zájemců, nebo nabídnou výrazně nižší cenu.

Prodej je lepší než zánik

Když firmu necháte zaniknout, přijdete o všechno, co jste roky budovali, a za likvidaci ještě zaplatíte. Prodejem získáte peníze a vaše „dítě“ může dál žít a růst v rukou někoho jiného.

5 oblastí, které investor prověří

Na dalších stránkách najdete ke každé oblasti kontrolní seznam. Odškrtávejte, co už máte připravené.

1	**Finance**	účetnictví, EBITDA, pohledávky, cash flow
2	**Právo**	vlastnictví, smlouvy, spory, prostory
3	**Obchod a tržní pozice**	zákazníci, zakázky, konkurence, růst
4	**Lidé**	tým, klíčoví lidé, závislost na majiteli
5	**Majetek a duševní vlastnictví**	vybavení, licence, značka, goodwill

1 Finance

Čísla, která prezentujete, musí naprosto sedět a musíte je umět doložit.

- [ ] **Účetní závěrky, výsledovky a rozvahy** za poslední 3–5 let.
- [ ] **Doklady ke všem číslům**, která investorovi ukážete. Všechno si ověří.
- [ ] **Trend firmy:** rostou obraty a zisky, stagnují, nebo klesají? Rostoucí firma se prodává nejlépe.
- [ ] **Očištěná EBITDA:** zisk očištěný o soukromé náklady majitele (auto k soukromým účelům, chata na firmu, auto pro manželku, telefony pro celou rodinu).
- [ ] **U menších firem diskreční příjem majitele:** vše, co si z firmy vytáhnete (plat, dividendy, tantiémy, poukazy, služby, členství v klubech).
- [ ] **Struktura pohledávek a závazků:** kdo dluží firmě a komu dluží firma. Jsou pohledávky vymahatelné, nebo jsou to jen „pomníčky“ v účetnictví?
- [ ] **Cash flow:** kolik peněz do firmy skutečně přitéká. Zisk se dá ovlivnit, cash flow rozhoduje.
- [ ] **Kolik bude stát vedení firmy:** kupující potřebuje vědět, kolik zaplatí člověku, který firmu povede, a jestli se mu to vyplatí.

> **Proč:** kupující chce vědět, kolik peněz mu firma reálně vygeneruje a jestli v účetnictví nejsou schovaní kostlivci.

2 Právo a korporátní záležitosti

Musí být křišťálově čisté, že firma patří vám a nikdo jiný na ni nemá nárok.

- [ ] **Zakladatelské dokumenty a výpisy z obchodního rejstříku**, včetně historie převodů. Žádní skrytí spolumajitelé.
- [ ] **Klíčové obchodní smlouvy** se zákazníky, dodavateli a odběrateli. Musí být neprůstřelné.
- [ ] **Seznam soudních sporů a hrozících rizik.** I prohraný spor o reklamaci z roku 2019. Investor to stejně zjistí, a nic se nesmí vrátit jako bumerang.
- [ ] **Prostory, ve kterých podnikáte:** vlastní, nebo pronajaté? Jsou součástí prodeje? Jak je podnikání v nich právně zajištěné?
- [ ] **Smlouvy pro případ změny majitele:** nehrozí, že klíčový dodavatel nebo pronajímatel vypoví smlouvu jen proto, že se změnil majitel?

> **Proč:** kupující nechce po převzetí zjistit, že nemá kde podnikat nebo že o klíčového partnera přišel.

3 Obchod a tržní pozice

Jak odolná je firma vůči vnějším vlivům.

- [ ] **Koncentrace zákazníků:** pokud jeden zákazník dělá třeba 80 % obratu, je to pro investora obrovské riziko. Snižte ho.
- [ ] **Zákazníci z okruhu rodiny a přátel:** po prodeji tyto vazby nemusí platit.
- [ ] **Kolik máte zákazníků**, jak je získáváte a jak pevné jsou dlouhodobé vztahy.
- [ ] **Rozpracované zakázky** na dalšího půl roku až rok. Nebo každý měsíc začínáte od nuly?
- [ ] **Zajištění plateb:** nejde jen o to zboží dodat, ale hlavně mít ho zaplacené.
- [ ] **Konkurence:** proč zákazníci nakupují u vás, a ne u konkurence? Čím se odlišujete? Co se stane, až odejdete?
- [ ] **Potenciál růstu:** jak firmu zvětšit, za jakých podmínek, jaké marže a budoucí výnosy může nový majitel čekat.

4 Lidé

Firmu dělají lidé. Když odejdou, prodáváte prázdnou schránku.

- [ ] **Organizační struktura:** kolik máte lidí, co dělají a kolik stojí.
- [ ] **Klíčoví zaměstnanci:** na kom firma stojí, jestli mají konkurenční doložky a správně uzavřené smlouvy (zaměstnanci, nebo OSVČ).
- [ ] **Závislost na majiteli:** vydrží firma 14 dní bez vás, když jedete na dovolenou? Pokud ne, prodává se velmi špatně.
- [ ] **Know-how mimo vaši hlavu:** sepsané procesy, předaní zákazníci, vychovaný zástupce. Kupující chce fungující organismus, ne práci, ve které bude muset sám dřít.

5 Majetek a duševní vlastnictví

Co všechno fyzicky i digitálně prodáváte, protože za to investor platí.

- [ ] **Evidence majetku:** budovy, stroje, auta, zařízení, počítače, jejich stav a současná prodejní cena.
- [ ] **Leasingy:** co je na leasing a kolik je už splaceno.
- [ ] **Co je součástí prodeje:** movitý a nemovitý majetek, kanceláře, budovy. Co si chcete nechat a z firmy vyvést.
- [ ] **Licence a software:** podnikáte s legálním softwarem?
- [ ] **Marketing:** jak získáváte zákazníky a kolik investujete do reklamy.
- [ ] **Ochranné známky a patenty:** pokud duševní vlastnictví nevlastníte, může padat vaše konkurenční výhoda.

CENA A POSTUP

Kolik peněz můžete získat za vaši firmu při jejím prodeji

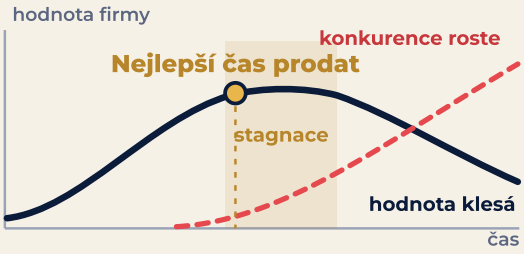
Výpočet je relativně jednoduchý. Roční zisk (EBITDA), u menších firem diskreční příjem majitele, se vynásobí **násobkem**. U menších firem se obvykle pohybuje od 1 do 3. Násobek vyjadřuje, za kolik let se kupujícímu investice vrátí.

Roční příjem z firmy		Násobek		Hodnota firmy
1 000 000 Kč	×	**2,5**	=	**2 500 000 Kč**

Kupující vám zaplatí 2,5 milionu a vy už do firmy chodit nemusíte. On bude 2,5 roku dostávat příjem, který jste dosud měli vy. Firma se mu splatí z příjmů za 2,5 roku.

Kdy je nejlepší čas prodat

Ve chvíli, kdy si řeknete „takhle mi to stačí, už nepotřebuju růst“. Konkurence nespí. Menší a agresivnější firmy vám začnou brát zákazníky, obrat klesá a s ním i hodnota firmy. Prodávejte na vrcholu, ne na sestupu, a vyberte si kupce, který bude firmu rozvíjet.



Jak začít s přípravou

1. Dejte si **14 dní až měsíc** na sběr podkladů.
2. Postupujte po oblastech: **1. týden finance**, 2. týden právo atd.
3. Vše ukládejte **elektronicky do online úložiště** (např. Google Disk), ne do papírových složek.
4. Zapojte **účetního, daňového poradce a právníka**.
5. Vážnému zájemci pak jen **pošlete odkaz** na připravené podklady pro due diligence.

Chcete firmu připravit na prodej?

Ozvěte se nám. Společně probereme, jak by celý proces mohl vypadat a co všechno je potřeba udělat.

Vítězslav Joura • BizMapio

Telefon: 704 819 951

E-mail: info@bizmapio.com

Web: www.bizmapio.cz

Celé video na YouTube
youtu.be/7yX56vzmCbY

© BizMapio · www.bizmapio.cz