

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	Τι μπορεί να κάνει η DEALMASTERS για ΣΑΣ
<p>Η ΑΠΟΦΑΣΗ ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΗ:</p> <p>Πέραν του ότι μπορεί να είναι μια δύσκολη απόφαση από συναισθηματικής άποψης, η πώληση της επιχείρησής σας απαιτεί συνεχή και συγκροτημένη προσπάθεια (βλέπε πιο κάτω). Δεν μπορείτε να κάνετε απλώς μια πρόχειρη δοκιμή για να δείτε τι ενδιαφέρον υπάρχει, ή να αρχίσετε τη διαδικασία πώλησης χωρίς προσεκτική προετοιμασία και χωρίς να το έχετε πάρει απόφαση.</p>	<p>Πρέπει να είμαστε πεπεισμένοι ότι υπάρχει από μέρος σας η δέσμευση για να πωλείσετε την επιχείρησή σας.</p> <p>Αν η δέσμευση αυτή δεν υπάρχει, δεν μπορούμε να αναλάβουμε την πώληση της επιχείρησής σας.</p>
<p>ΠΟΤΕ ΝΑ ΠΟΥΛΗΣΕΤΕ:</p> <p>Εάν έχετε επιλογή όσον αφορά την καλύτερη χρονική συγκυρία για πώληση της επιχείρησής σας, αυτή είναι η φάση που η επιχείρηση έχει ωριμάσει και αποδίδει σταθερά κέρδη, ενώ οι γενικές συνθήκες της αγοράς είναι ευνοϊκές. Είναι δυνατόν να πωληθεί και μια επιχείρηση που έχει αρχίσει να φθίνει (ακόμη και μία που να χάνει λεφτά) και σε δυσμενείς συνθήκες αγοράς - αλλά υπό τις συνθήκες αυτές, ο αγοραστής θα έχει το πάνω χέρι.</p> <p>Να θυμάστε ότι δεν υπάρχει "Γρήγορη πώληση" όταν πρόκειται για επιχειρήσεις – γι' αυτό είναι προτιμότερο να ξεκινήσετε το σχεδιασμό μιας αποεπένδυσης στη φάση που δεν <u>χρειάζεται</u> να πωλείσετε την επιχείρησή σας. Λάβετε υπόψη τις προσωπικές σας περιστάσεις, το στάδιο του κύκλου ζωής της επιχείρησής σας (να! και οι επιχειρήσεις έχουν προβλήματα γήρανσης) και το γενικό οικονομικό κλίμα. Σκεφθείτε στρατηγικά, προγραμματίστε για τα επόμενα δύο έως τρία χρόνια!</p>	<p>Η απόφαση για την πώληση μιας επιχείρησης επιβάλλεται συχνά από προβλήματα διαδοχής, για οικογενειακούς λόγους, οικονομικές ανάγκες ή προβλήματα υγείας. Σε άλλες περιπτώσεις, το κίνητρο μπορεί να είναι απλώς ότι κουραστήκατε, η συνταξιοδότηση, ότι χρειάζεστε μια αλλαγή τρόπου ζωής, ή ότι θα ξεκινήσετε μια άλλη επιχείρηση.</p> <p>Εμείς δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε για σας το χρονικό σημείο στο οποίο θα αποφασίσετε ότι πρέπει να πουλήσετε. Σας συμβουλεύουμε όμως να πάρετε την απόφαση πριν αυτή να επιβληθεί σε σας, διότι για να πωληθεί μια επιχείρηση μπορεί να χρειαστούν από μερικοί μήνες μέχρι και μερικά χρόνια.</p>
<p>ΑΙΤΙΑ/ΛΟΓΟΣ ΠΩΛΗΣΗΣ:</p> <p>Ποιοί είναι οι λόγοι για την πώληση της επιχείρησής σας και πώς τους εξηγάτε στους υποψήφιους αγοραστές; Αυτή είναι η πρώτη ερώτηση που θα σας ρωτήσουν πιθανοί αγοραστές! Μια λάθος φράση σε αυτό το στάδιο, μπορεί να αποξενώσει ένα κατά τα άλλα πρόθυμο αγοραστή.</p>	<p>Σας συμβουλεύουμε πώς να εξηγήσετε τα κίνητρα σας με καθαρό και θετικό τρόπο. Το <u>πώς</u> παρουσιάζετε την περίπτωση σας, είναι εξίσου σημαντικό με το να πείτε την αλήθεια. Έχετε πάντα υπ' όψη ότι το πρώτο εμπόδιο που πρέπει να ξεπεραστεί, είναι η προκατάληψη ότι για να πωλείται μια επιχείρηση, σημαίνει ότι είναι προβληματική.</p>
<p>Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ:</p> <p>Τι θέλετε να κάνετε μετά την πώληση της επιχείρησής σας; Είστε πρόθυμοι να παραμείνετε για ένα εύλογο μεταβατικό στάδιο; Να παραμείνετε μακροπρόθεσμα ως διαχειριστής ή ως διευθυντής; Να διατηρήσετε μια μειοψηφία στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης; Είστε πρόθυμοι να υπογράψετε συμφωνία μη-ανταγωνισμού; Θα θέλατε ίσως να ξεκινήσετε ή να αγοράσετε μια νέα επιχείρηση;</p>	<p>Θα σας εξηγήσουμε τις επιλογές σας, τα υπέρ και τα κατά κάθε περίπτωση και θα σας βοηθήσουμε να πάρετε οριστικές αποφάσεις.</p> <p>Το σίγουρο είναι ότι ο οποιοσδήποτε Αγοραστής, θα το θεωρήσει πολύ ύποπτο αν θέλετε να πληρωθείτε σε μετρητά με την υπογραφή του πωλητήριου και την επομένη να φύγετε για διακοπές!</p>

<p>ΟΡΟΙ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΠΩΛΗΣΗΣ:</p> <p>Προβληματιστείτε για το τι είδους Συμφωνία είστε διατεθειμένοι να αποδεχτείτε. Οι περισσότεροι πωλητές προτιμούν μια πώληση με 100% του αντίτιμου πληρωτέο σε μετρητά με την ολοκλήρωση της πράξης. Πρέπει όμως να είστε έτοιμοι να διαπραγματευτείτε, επειδή μια τέτοια πώληση είναι το τελευταίο πράγμα που θέλουν οι αγοραστές. Θα αποδεχτείτε μέρος της πληρωμής να εξαρτηθεί από μελλοντικά κέρδη, ή έστω και μια σταδιακή αποπληρωμή; Μέρος της πληρωμής σε είδος αντί σε μετρητά, π.χ. ανταλλαγή με ακίνητο; Είστε διατεθειμένοι να πωλείσετε την πλειοψηφία αντί του 100%; Εάν η επιχείρηση λειτουργεί σε ιδιόκτητο ακίνητο, θέλετε το ακίνητο να πωληθεί μαζί με την επιχείρηση, ή να το νοικιάσετε στους νέους ιδιοκτήτες της επιχείρησης;</p>	<p>Σας συμβουλεύουμε καθ' όλη τη διάρκεια της διαπραγμάτευσης και εξηγούμε τις συνέπειες της κάθε επιλογής.</p> <p>Ακόμη και όταν υπάρχει συμφωνία σχετικά με την τιμή πώλησης μιας επιχείρησης, πολλές φορές δεν ολοκληρώνεται η πράξη λόγω σημαντικών διαφορών στους επι μέρους όρους και στον τρόπο πληρωμής.</p>
<p>ΣΤΟΧΕΥΟΜΕΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ:</p> <p>Ξέρετε τι τύπου αγοραστές είναι πιθανότερο να ενδιαφερθούν για την <u>δική σας</u> επιχείρηση; Για παράδειγμα, κάποιος που θέλει μια μικρή επιχείρηση για να διαχειρίζεται ο ίδιος και να βγάζει τα πρὸς το ζείν, έχει διαφορετικές απαιτήσεις από ένα επενδυτή ο οποίος δεν θέλει να διαχειρίζεται προσωπικά τις επιχειρήσεις του. Επίσης, υπάρχουν αγοραστές τύπου «lifestyle», εταιρικοί αγοραστές, θεσμικοί επενδυτές. Όλοι αυτοί μπορεί να είναι ντόπιοι, από άλλη περιφέρεια στη χώρα σας, από ξένη χώρα, ή μετανάστες που θέλουν να επαναπατρισθούν.</p> <p>Σίγουρα, μια διεθνής προώθηση είναι συνήθως πάντα θεμιτή διότι έτσι στοχεύουμε σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό αγοραστών και καλύπτονται και αγορές όπου τα οικονομικά δεδομένα μπορεί να είναι πολύ καλύτερα από την δική σας περιοχή.</p>	<p>Εάν δεν γνωρίζετε τι είδους αγοραστές πρέπει να στοχεύετε (και πώς) μπορεί να σπαταλήσετε πολύ χρόνο και ενέργεια προς τη λανθασμένη κατεύθυνση – ή να πωλήσετε την επιχείρησή σας σε χαμηλότερη τιμή.</p> <p>Με τις γνώσεις μας στις εξαγορές/ πωλήσεις επιχειρήσεων και το διεθνές μας δίκτυο, ξέρουμε ποιού είδους αγοραστές να στοχεύσουμε, σε ποιες χώρες και με ποιά μέσα.</p>
<p>ΠΡΟΩΘΗΣΗ:</p> <p>Με βάση τον τύπο και χώρα προέλευσης των αγοραστών που στοχεύονται, εκπονείται και η κατάλληλη εκστρατεία προώθησης – για το κάθε είδος αγοραστή απαιτούνται διαφορετικές τακτικές προσέγγισης. Η κύρια πρόκληση είναι ποια μέσα να επιλέξετε, ειδικά εάν σκοπεύετε να προωθήσετε την πώληση της επιχείρησής σας στο εξωτερικό, όπου είναι και η μεγαλύτερη αγορά.</p> <p>Μπορεί επίσης να μειονεκτείτε στην περίπτωση των εταιρικών αγοραστών, με τους οποίους ο μόνος τρόπος να ανοίξει ένα κανάλι επικοινωνίας είναι μέσω προσώπων που έχουν πρόσβαση στους φορείς λήψης αποφάσεων.</p> <p>Θα πρέπει επίσης να αποφασίσετε σε αυτό το στάδιο, κατά πόσο θα προσεγγίσετε ανταγωνιστές, πελάτες ή προμηθευτές σας. Σε πολλές περιπτώσεις αυτοί είναι και πιθανοί αγοραστές, αλλά από την άλλη πλευρά το πώς τους προσεγγίζετε είναι ένα πολύ λεπτό θέμα.</p> <p>Γενικά, η προώθηση της πώλησης προσωπικά από τους ιδιοκτήτες ενδείκνυται αν ήδη υπάρχει στενή σχέση εμπιστοσύνης με τον πιθανό αγοραστή. Ακόμη και σε τέτοιες περιπτώσεις, μπορεί να είναι προτιμότερο να αναθέσετε σε εκπρόσωπο σας να κάνει μια πρώτη και ανώνυμη βολιδοσκόπηση.</p>	<p>Επιλέγουμε στρατηγικές προώθησης, τις συζητούμε μαζί σας και καταλήγουμε σε ένα ολοκληρωμένο πλάνο.</p> <p>Μπορούμε να απλώσουμε ένα πολύ μεγαλύτερο «δίχτυ» από εσάς, με διάφορα μέσα, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο (π.χ. αγοραστές που έχουν ήδη αποταθεί σε μας, η ιστοσελίδα μας, διαφημίσεις στο διαδίκτυο και στον τύπο, το διεθνές δίκτυο συνεργατών μας). Ή, μπορούμε να στοχεύσουμε συγκεκριμένους αγοραστές και να τους προσεγγίσουμε κατ' ευθεία. Ή, να εφαρμόσουμε ένα συνδυασμό μεθόδων.</p> <p>Ανεξάρτητα από τη μέθοδο προώθησης, <u>εμείς συνεχίζουμε να προωθούμε συνεχώς και για αόριστο χρονικό διάστημα, μέχρι να πωληθεί η επιχείρησή σας.</u></p> <p>Τέλος, σημειώστε ότι μπορούμε να προσεγγίσουμε οποιοδήποτε πιθανό αγοραστή και να διατηρήσουμε πλήρη εμπιστευτικότητα – κάτι που δεν μπορείτε να κάνετε εσείς αν προσεγγίσετε αγοραστές προσωπικά.</p>

<p>ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ:</p> <p>Ετοιμάστε λογαριασμούς της επιχείρησής σας για τουλάχιστον τα τρία τελευταία έτη. <u>Αυτό είναι απαραίτητο</u>. Καμιά επιχείρηση δεν μπορεί να πωληθεί χωρίς πρόσφατους λογαριασμούς.</p> <p>Επίσης, μαζέψτε άλλα λειτουργικά δεδομένα που θα σας βοηθήσουν να παρουσιάσετε μια πλήρη εικόνα της επιχείρησής σας, κυρίως δεδομένα που δείχνουν ότι η επιχείρησή σας έχει προοπτικές ανάπτυξης (π.χ. πλεονάζουσα παραγωγική δυναμικότητα, ραγδαία ανάπτυξη αγοράς, τακτικοί πελάτες, κ.λπ.).</p>	<p>Θα θέλαμε να μελετήσουμε τους λογαριασμούς σας από την πρώτη επίσκεψη για να κατανοήσουμε ποιοί είναι οι συντελεστές που δημιουργούν αξία καθώς και τις προοπτικές ανάπτυξης. Έτσι θα μπορούσαμε να παράσχουμε συμβουλές σχετικά με τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης που πρέπει να προβληθούν και να διαμορφώσουμε αντίληψη όσο αφορά το εύρος τιμής πώλησης.</p>
<p>ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΦΑΚΕΛΟΥ:</p> <p>Είναι προτιμότερο να προετοιμάσετε ένα φάκελο όπου θα έχετε μαζεμένα όλα τα έγγραφα που αφορούν την επιχείρηση: ο φάκελλος αυτός θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον τα ακόλουθα:</p> <p>Πρώτα, ένα προφίλ 1-2 σελίδες με μια σύντομη περιγραφή/ιστορικό της επιχείρησης και των κύριων δραστηριοτήτων της, τους κύριους πελάτες, προμηθευτές και ανταγωνιστές, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και προοπτικές ανάπτυξης, συνοπτικά οικονομικά στοιχεία για 3 χρόνια και κατάλογος κύριων περιουσιακών στοιχείων (ακίνητα, εξοπλισμός, μηχανήματα, οχήματα).</p> <p>Στη συνέχεια, ένα αρχείο με διευθύνσεις γραφείων και άλλων εγκαταστάσεων, ονόματα διευθυντών και μετόχων και αντίγραφα βασικών εγγράφων όπως: πιστοποιητικά του Εφόρου Εταιρειών, συμφωνίες ενοικίασης/εκμίσθωσης, ελεγμένοι λογαριασμοί, τίτλοι ιδιοκτησίας, άδειες οικοδομής, χρήσης, λειτουργίας, πιστοποιητικά προτύπων (π.χ. ISO, HACCP), εκτιμήσεις αξίας ακινήτων και/ή αποτίμηση της επιχείρησης.</p>	<p>Η επιτυχία στην προώθηση θα εξαρτηθεί, σε μεγάλο βαθμό, από την ποιότητα και ποσότητα των πληροφοριών που μας έχετε διαθέσει. Απλά, πρέπει να γνωρίζουμε τι πουλούμε.</p> <p>Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για ξένους αγοραστές που δεν θα μπουόν στον κόπο να μπουόν στο αεροπλάνο για να έρθουν να δούν την επιχείρησή σας, αν δεν εξαντλήσουν πρώτα όλα τα περιθώρια πληροφόρησης μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή αλληλογραφίας. Αν δεν έχετε ήδη ετοιμάσει ένα φάκελο με όλα τα σχετικά έγγραφα θα σας το ζητήσουμε.</p> <p>Δεν αποκαλύπτουμε εμπιστευτικές πληροφορίες αν δεν υπογραφεί πρώτα συμφωνία εμπιστευτικότητας και (όπου είναι δυνατόν) αν δεν ελεγχθεί πρώτα το προϊόν του ενδιαφερόμενου αγοραστή.</p>
<p>ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ:</p> <p>Το ερώτημα "πόσα αξίζει η επιχείρησή μου;" είναι συνήθως το πρώτο που προκύπτει. Ενώ κάθε επιχείρηση έχει τις ιδιαιτερότητες της και επομένως διαφορετική αξία, ακόμη και για την ίδια επιχείρηση η αξία για τον κάτοχο και η αξία για τον αγοραστή είναι διαφορετικές – και πάλι, η τελευταία κυμαίνεται ανάλογα με το είδος του αγοραστή. Έτσι, επειδή η αποτίμηση επιχειρήσεων δεν είναι μια ακριβής επιστήμη, συνιστάται πάντοτε να έχετε κατά νου ένα εύρος τιμών για διαπραγματευτικούς σκοπούς.</p> <p>Υπάρχουν πολλές εναλλακτικές μέθοδοι αποτίμησης αλλά τρεις είναι οι βασικές: Η μέθοδος των εισοδημάτων, που βασίζεται στις ταμειακές ροές ή άλλες παραμέτρους εισοδημάτων - η μέθοδος των περιουσιακών στοιχείων, που βασίζεται στην καθαρή αξία του ενεργητικού - και η μέθοδος αγοραίας αξίας που βασίζεται σε τιμές πώλησης συγκρίσιμων επιχειρήσεων. Υπάρχουν πολλές παραλλαγές στην μεθοδολογία και θεωρητικό υπόβαθρο των αποτιμήσεων, αλλά στο τέλος της ημέρας, το ζήτημα είναι σε ποιά τιμή θα δεχθείτε να πουλήσετε και σε ποιά τιμή είναι πρόθυμος να κλείσει ο αγοραστής σας.</p>	<p>Κατ' αρχάς, δεν μπορούμε να ασχοληθούμε με το θέμα της αποτίμησης πριν ολοκληρωθούν τα περισσότερα από τα παραπάνω στάδια – ιδίως τα στάδια «Στοχευόμενοι Αγοραστές» και «Λογαριαμοί και Λειτουργικά Δεδομένα». Εάν έχετε μια μεγάλη επιχείρηση, είναι σκόπιμο να γίνει μια ανάλυση & αποτίμηση αξίας για σκοπούς εξαγοράς, με την εφαρμογή πάντα τριών τουλάχιστον διαφορετικών μεθόδων.</p> <p>Συνήθως δεν προσφέρουμε υπηρεσίες αποτίμησης, εκτός αν πρόκειται για μεγάλη επιχείρηση.</p> <p>Αυτό που κάνουμε άτυπα για όλους τους πελάτες μας όμως, είναι να τους δώσουμε τη γνώμη μας σχετικά με τι θα ήταν ένα ρεαλιστικό εύρος τιμής με βάση τις πληροφορίες που παρέχονται από τους ίδιους, την εμπειρία μας και τις συνθήκες της αγοράς.</p>

<p>ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ:</p> <p>Η παρουσίαση επίσημων λογαριασμών (σε πρότυπα IFRS) είναι απαραίτητη, αλλά ανάλογα με τις απαιτήσεις του αγοραστή και το μέγεθος της επιχείρησής σας, ίσως χρειαστεί να παρέχετε πρόσθετες και λεπτομερέστερες οικονομικές καταστάσεις. Επίσης, μπορεί να χρειαστεί να προσαρμόσετε τους λογαριασμούς σας ώστε να πληρούν καλύτερα τις ανάγκες πληροφόρησης ενός αγοραστή ή επενδυτή και όχι των φορολογικών αρχών.</p>	<p>Προσφέρουμε συμβουλές και καθοδήγηση σχετικά με το είδος και τη μορφή πρόσθετων οικονομικών εκθέσεων ή επιχειρηματικών αναλύσεων που θα χρειασθείτε.</p> <p>Όσο αφορά την προσαρμογή των ελεγμένων λογαριασμών σας αυτό επιβάλλεται να γίνει από το λογιστή σας.</p>
<p>ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ/ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ:</p> <p>Όσο πιο μεγάλη η επιχείρηση, τόσο πιο επιτακτική η ανάγκη για ετοιμασία μιας ολοκληρωμένης, γραπτής Επενδυτικής Πρότασης και συνοδευτικού Περιληπτικού Σημειώματος.</p> <p>Επίσης, με βάση το Περιληπτικό Σημείωμα επιβάλλεται να ετοιμάζεται μια Εμπιστευτική Σύνοψη στην οποία δεν θα αναφέρεται το όνομα της επιχείρησης ή των μετόχων. Η Εμπιστευτική Σύνοψη καταρτίζεται με τρόπο που να μας βοηθά να διερευνήσουμε αν υπάρχει κατ' αρχήν ενδιαφέρον από κάποιο επενδυτή, χωρίς να αποκαλύπτουμε εμπιστευτικά δεδομένα.</p> <p>Η Εμπιστευτική Σύνοψη αποστέλλεται σε στοχευμένους πιθανούς αγοραστές, σε συνεργάτες μας στο εξωτερικό και καταχωρείται επίσης στην ιστοσελίδα μας.</p>	<p>Είμαστε στη διάθεση των πελατών μας για ετοιμασία όλων των εγγράφων που απαιτούνται για προώθηση και ολοκλήρωση μιας εξαγοράς.</p> <p>Εναλλακτικά, με την πολύχρονη εμπειρία μας, μπορούμε να συμβουλευόμαστε τους πελάτες μας σχετικά με τη δομή, το περιεχόμενο και το είδος εγγράφων που απαιτούνται ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της επιχείρησής τους. Επίσης να συντονίσουμε και εποπτεύσουμε την ετοιμασία τέτοιων εγγράφων από άλλους επαγγελματίες.</p>
<p>ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ:</p> <p>Οι πληροφορίες που αποκαλύπτονται δημόσια είναι πάντοτε μια πράξη εξισορρόπησης: όσο λιγότερες πληροφορίες δώσουμε σε τυχόν ενδιαφερόμενους, τόσο λιγότερη η πιθανότητα να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον κάποιου υποψήφιου αγοραστή, απλά επειδή η επενδυτική πρόταση δεν είναι σαφής ή επειδή δεν μπορούμε να αναδείξουμε τα θετικά στοιχεία της επιχείρησής σας. Από την άλλη πλευρά, μπορεί να μη θέλετε το προσωπικό, ανταγωνιστές, προμηθευτές, ή ακόμη φίλοι & συγγενείς, να μάθουν ότι πουλάτε την επιχείρησή σας. Επίσης σίγουρα δεν θέλετε να σας ενοχλούν συνεχώς διάφοροι που δεν έχουν καμμία πρόθεση (ή τις οικονομικές δυνατότητες) να αγοράσουν την επιχείρησή σας («χασομέρηδες!»).</p>	<p>Στοχεύουμε πάντα στο να παρέχουμε επαρκή πληροφόρηση που να προσελκύσει το σωστό είδος αγοραστή, χωρίς να αποκαλύπτεται η ταυτότητα της επιχείρησης. Φιλτράρουμε και ελέγχουμε όλους τους ενδιαφερόμενους και σας εμπλέκουμε μόνο όταν πεισθούμε ότι υπάρχει πραγματικό ενδιαφέρον για την αγορά.</p> <p>Πάντοτε συζητούμε θέματα εμπιστευτικότητας σε σχέση με τον τρόπο προώθησης σε πολύ πρώιμο στάδιο και συμφωνούμε μαζί σας για την κατάλληλη ισορροπία.</p>
<p>ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ:</p> <p>Μόλις έχετε την πρώτη επαφή με ενδιαφερόμενο αγοραστή, τότε αρχίζει και η διαδικασία αποκάλυψης εμπιστευτικών πληροφοριών. Το τι πληροφορίες θα δώσετε και σε ποια φάση, είναι πάντοτε ένα δύσκολο ζήτημα. Αφενός, ένας «καλή τη πίστει» ενδιαφερόμενος αγοραστής χρειάζεται λεπτομερείς πληροφορίες με βάση τις οποίες θα μπορέσει να πάρει μια σημαντική απόφαση – ευαίσθητες και εμπιστευτικές πληροφορίες. Από την άλλη πλευρά, δεν θέλετε να κάνετε οποιαδήποτε πρόωγη αποκάλυψη πριν να είστε εύλογα πεισμένοι ότι θα επιτευχθεί η πώληση.</p> <p>Ευτυχώς, υπάρχουν εμπεδωμένες και κοινώς αποδεκτές διαδικασίες που εφαρμόζονται σε περιπτώσεις εξαγορών. Συνεπάγονται τη χρήση Συμφωνιών Εμπιστευτικότητας, Μνημονίων Συναντίληψης, Δηλώσεων και Παραστάσεων, Εγγυήσεων, Λογαριασμών Escrow, Συμφωνιών Δέουσας Επιμέλειας και άλλα «εργαλεία» που είναι καλύτερο να αφήνονται στους επαγγελματίες του τομέα.</p>	<p>Μόλις ικανοποιηθούμε ότι έχουμε αυθεντικό ενδιαφέρον, ζητάμε πάντοτε να υπογραφεί Συμφωνία Εμπιστευτικότητας (σε αυτό το στάδιο, οι περισσότεροι «χασομέρηδες» εξαφανίζονται!). Μόνο τότε αποκαλύπτουμε ονόματα και οικονομικά δεδομένα. Εάν υπάρχει σοβαρό ενδιαφέρον για να ξεκινήσει η διαπραγμάτευση, διευθετούμε την πρώτη συνάντηση μεταξύ σας και του αγοραστή.</p> <p>Ακολούθως, αν συνεχίσετε με λεπτομερείς διαπραγματεύσεις, εμείς σας συμβουλεύουμε όσο αφορά τις διαδικασίες ανάλογα και με το μέγεθος ή την πολυπλοκότητα της συναλλαγής. Σε αυτό το στάδιο, ενδείκνυται να έχετε και τις υπηρεσίες νομικού συμβούλου, κατά προτίμηση κάποιου που να έχει εμπειρία σε εξαγορές επιχειρήσεων.</p>

<p>ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΞΑΓΟΡΑΣ:</p> <p>Τι μπορείτε να κάνετε εάν ο αγοραστής έχει συμφωνήσει να αγοράσει την επιχείρησή σας, αλλά χρειάζεται να χρηματοδοτήσει μέρος της αξίας εξαγοράς και δυσκολεύεται να εξασφαλίσει Τραπεζικό δανεισμό ή άλλο τύπο χρηματοδότησης;</p>	<p>Αυτή είναι η μόνη περίπτωση που μπορεί να συμβληθούμε και με τον αγοραστή. Η ικανότητά μας να εξασφαλίσουμε χρηματοδότηση για τον αγοραστή θα σας βοηθήσει να κλείσετε την πώληση και πιθανό να μεγιστοποιήσει το ποσοστό που θα πάρετε σε μετρητά με την υπογραφή της Συμφωνίας Εξαγοράς.</p>
<p>ΚΛΕΙΣΙΜΟ/ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ:</p> <p>Ορίζεται ως η ημερομηνία υπογραφής των τελικών και αμετάκλητων συμφωνιών για πώληση της επιχείρησης (όχι απαραίτητα η ημερομηνία κατα την οποία θα εισπράξετε όλο το ποσό από την πώληση).</p> <p>Συστήνουμε πάντα όπως όλες οι συμφωνίες συνταχθούν, ή τουλάχιστο ελεχθούν, από το νομικό σας σύμβουλο.</p>	<p>Μετά από πολλούς μήνες εργασίας που συνεπάγονται εκατοντάδες τηλεφωνήματα, email, επαφές, συναντήσεις, έρευνας αγοράς, αποτυχημένες προσεγγίσεις, κ.λπ., κ.λπ., εμείς σίγουρα δεν πρόκειται να λείψουμε από ένα τέλειο ευτυχές γεγονός. Επιπλέον, αυτή είναι και η μέρα που πληρωνόμαστε!</p>
<p>ΚΟΣΤΟΣ:</p> <p>Εάν το ζήτημα της αποτίμησης της επιχείρησης είναι το πρώτο που προκύπτει, τότε το δεύτερο είναι συνήθως "πόσα είναι η προμήθεια σας;" Λάθος ερώτηση!</p> <p>Το τι χρειάζεται να συγκριθεί είναι το κόστος της:</p> <p>A. Προσέγγισης «Do-it-Yourself» : Πόσο θα πληρώσω για διαφήμιση; Πόσο αποτελεσματική είναι η στρατηγική προώθησης; Μπορώ να εντοπίσω/προσεγγίσω πιθανούς αγοραστές από το εξωτερικό; Πόσο χρόνο θα σπαταλήσω με «χασομέρηδες»; Πόσο χρόνο θα αναλώσω σε προκαταρκτικές επαφές που δεν οδηγούν πουθενά; Τι είναι το κόστος μου αν ξοδεύω περισσότερο χρόνο να πωλήσω την επιχείρησή μου, αντί να την διευθύνω; Τι είναι μου κόστος μου αν προμηθευτές, πελάτες ή υπάλληλοι μάθουν ότι προσπαθώ να πωλήσω την επιχείρηση; Τι είναι το κόστος μου εάν κάνω λάθη στις διαπραγματεύσεις; Τι είναι το κόστος αν δεν επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή τιμή; Τελικά, τι είναι το κόστος της αποτυχίας;</p> <p>ENANTI του κόστους της προσέγγισης:</p> <p>B. «Ας το αφήσω στους ειδικούς» (βλέπε δεξιά στήλη): Δεν υπάρχει εγγύηση για το αποτέλεσμα, αλλά οι πιθανότητες <u>επίτευξης πώλησης γρηγορότερα και σε ψηλότερη τιμή</u>, είναι πολύ καλύτερες. Πιστεύουμε ακράδαντα ότι αυτό το καλύτερο και γρηγορότερο αποτέλεσμα κοστίζει λιγότερο από την προσέγγιση «Do-it-Yourself» .</p>	<p>Η Dealmasters παρέχει <u>όλες τις υπηρεσίες που αναφέρονται παραπάνω</u> έναντι ενός ονομαστικού, προκαταβολικού Τέλους Εγγραφής και μιας Αμοιβής Επιτυχίας την οποία εισπράτουμε όταν πωληθεί η επιχείρηση (κοινώς, «προμήθεια»).</p> <p>Το Τέλος Εγγραφής καλύπτει ένα μικρό μέρος του δικού μας κόστος και είναι πολύ λιγότερο από ότι θα χρέωνε ένας σύμβουλος (ή πολλοί σύμβουλοι) για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε στους πελάτες μας από την ημέρα που θα έχουμε την πρώτη συνομιλία, μέχρι την ημέρα που πωλείται η επιχείρηση. Δεν υπάρχει καμία άλλη επιβάρυνση ή χρέωση μέχρι να πωληθεί η επιχείρηση, ακόμη και αν η Σύμβαση μας ανανεωθεί.</p> <p>Η Αμοιβή Επιτυχίας ποικίλλει ανάλογα με διάφορες παραμέτρους, κυρίως τον τύπο της Σύμβασης μεταξύ μας (η Μή-Αποκλειστική Σύμβαση συνεπάγεται πιο ψηλή αμοιβή), το βαθμό εμπιστευτικότητας (περισσότερη εμπιστευτικότητα σημαίνει και ψηλότερη αμοιβή, δεδομένου ότι είναι πιο δύσκολη η προώθηση) και Ζητούμενη Τιμή (μη ρεαλιστικές τιμές επιβάλλουν πιο ψηλή αμοιβή, απλώς επειδή καθιστούν πολύ πιο δύσκολο το έργο μας).</p>