



Prodaja podjetja

Pregled postopka

Predstavitev

- I. Uvodni pogledi na prodajo podjetja
- II. Postopek prodaje podjetja (delnic, poslovnega deleža)

Uvodni pogledi na prodajo podjetja

Nekateri razlogi zaradi katerih pride do prodaje:

- V družinskem podjetju ni naslednikov, ki bi prevzeli vodenje poslov, upokožitev, nesoglasja....
- Podjetje ima težave pri:
 - Dostopu do novih tehnologij, razvoja, sredstev
 - Pri vstopanju na nova tržišča
 - Šibek položaj v odnosu do dobaviteljev in kupcev
 - Ne dosega kritične mase obsega
 - Ne more razvijati novih strateških dejavnosti
- Možnost, da se pri prodaji doseže ugodna cena

Uvodni pogledi na prodajo podjetja



Postopek prodaje

Faza I - priprave na prodajo

- Organizacija postopka
- Identifikacija, izbira in dostop do potencialnih kupcev
- Dokumentacija

Priprave na prodajo

Organizacija postopka

- Sestava ekipe, ki vodi postopek (notranji in zunanji člani)
- Določitev nalog in odgovornosti
- Časovni načrt

Priprave na prodajo

Organizacija postopka, predhodna vprašanja

- Ali dobro poznamo podjetje; ga je potrebno “pripraviti” na prodajo?
- Poslovanje podjetja; posluje to pozitivno?
- Zanesljivost finančnih poročil; revizija?
- Poslovni načrt; ima podjetje vizijo?
- So cilji prodaje usklajeni; kakšno ceno želimo?
- So odgovorni „zavezani“ k uspešnemu zaključku transakcije?

Priprave na prodajo

Identifikacija, izbira in pristop do potencialnih kupcev

- Dve vrsti kupcev
 - Iz dejavnosti (želijo dopolniti ponudbo ali razširiti trg)
 - Finančni (zanimajo jih stabilni CF ali nizke cene)
- Identifikacija in izbira kupcev
 - Priprava seznama potencialnih kupcev
 - Kriteriji za izbiro
- Pristop k prodaji
 - Od individualnega pristopa do javnega zbiranja ponudb

Priprave na prodajo

Prednosti/slabosti posameznih načinov zbiranja ponudb

Individualni pristopi

Prednosti

Možnosti zaključka v omejenem času

Enostavna prekinitev postopka

Zaupen in nadzorovan proces; manj formalnosti; ni potrebna obsežna marketinška dokumentacija

Omejen vpliv na poslovanje podjetja/zaposlene

Slabosti

Omejena možnost primerjanja različnih ponudb

Ponudbena cena je lahko nizka

Omejene pogajalske možnosti ker ni konkurence

Priprave na prodajo

Prednosti/slabosti posameznih načinov zbiranja ponudb

Javno zbiranje ponudb

Prednosti

Omogočanje konkurence

Možnost višje kupnine

Povečanje občutka, da je prodaja poštena

Slabosti

Ni zaupnosti

Povečan vpliv na poslovanje/
zaposlene v času postopka

Če prodaja ne uspe lahko podjetju
nastane škoda

Manj možnosti za prekinitev
postopka

Priprave na prodajo

Dokumentacija

Teaser

Pogodba o zaupnosti

Informacijski memorandum

Razpis/procesno pismo

Podatkovna soba

Priprave na prodajo

Dokumentacija - Teaser

- Teaser - kratka predstavitev podjetja
- Vsebina:
 - Osnovne značilnosti podjetja (dejavnost, finančni podatki...)
 - Zgodba
 - Časovni okvir
 - Opis predlagane transakcije
- Včasih pripravljen tudi brez imena družbe

Priprave na prodajo

Dokumentacija - Informacijski memorandum

- Vsebina:
 - Pravne omejitve
 - Povzetek
 - Opis podjetja
 - Zgodovina
 - Lastniška struktura
 - Proizvodi/storitve
 - Proizvodnja
 - Dobavitelji/kupci
 - Distribucija
 - Marketing
 - Strategija
 - Trg in konkurenca
 - Uprava in zaposleni
 - Finančni podatki

Priprave na prodajo

Dokumentacija - Razpis/procesno pismo

- Vsebina:
 - Vabilo k izstavljanju ponudb
 - Zahtevana vsebina ponudbe
 - Obrazložitev postopka in organizacije (podatkovna soba, obiski na lokaciji, razgovor z upravo...)

Priprave na prodajo

Dokumentacija - Podatkovna soba

Najširša dokumentacija in podatki o stanju in poslovanju podjetja (finančni, komercialni, pravni, davki, okolje ...)

Dobro pripravljena in obširna podatkovna soba zmanjšuje možnost kasnejših sporov

Istočasno omogoča tudi prodajalcu, da se bolje seznaní s predmetom prodaje

Faza II - Marketing in informativne ponudbe

- Vzpostavitev stika z investitorji
- Dostava teaserja
- Nadaljevanje priprave dokumentacije (podatkovna soba, predstavitve...)
- Objava razpisa, distribucija informacijskega memoranduma in zbiranje informativnih ponudb

Investitorje je potrebno zainteresirati za sodelovanje; v vmesnem času se nadaljujejo priprave za prodajo

Skrbni pregledi investitorjev

Faza III - skrbni pregled in zavezujoče ponudbe

- Analiza informativnih ponudb in izbira investitorjev za nadaljevanje postopka
- Pismo o nameri
- Sestanki izbranih investitorjev z upravo in obiski podjetja
- Izvedba skrbnega pregleda
- Zbiranje zavezujočih ponudb

Pogajanja in zaključek

Faza IV - Pogajanja in zaključek

- Analiza zavezujočih ponudb
- Izbira investitorja(ev) za končna pogajanja
- Končna pogajanja
- Podpis in izvršitev kupoprodajne pogodbe

Investitorji včasih zahtevajo ekskluzivna pogajanja

Zakaj prodaje ne uspejo

- Ni dosežena pričakovana cena ali drugi pogoji
- Slabo poslovanje podjetja, ki je predmet prodaje
- Negativni rezultati skrbnih pregledov
- Pomanjkanje finančni sredstev pri kupcu
- Ego
- Nejasni/zapleteni postopki odločanja
- Pomanjkanje volje/vztrajnosti, napačne prioritete
- Medsebojno nerazumevanje/nezaupanje
- Omejitve zaradi protimonopolnih, okoljskih predpisov...

Pogoji za uspeh prodaje

- Primerne priprave na prodajo
- Realna pričakovanja in zavezanost k ciljem
- Strokovno vodenje postopka
- Obveščanje odgovornih (decision makers)
- Sodelovanje uprave podjetja, ki se prodaja