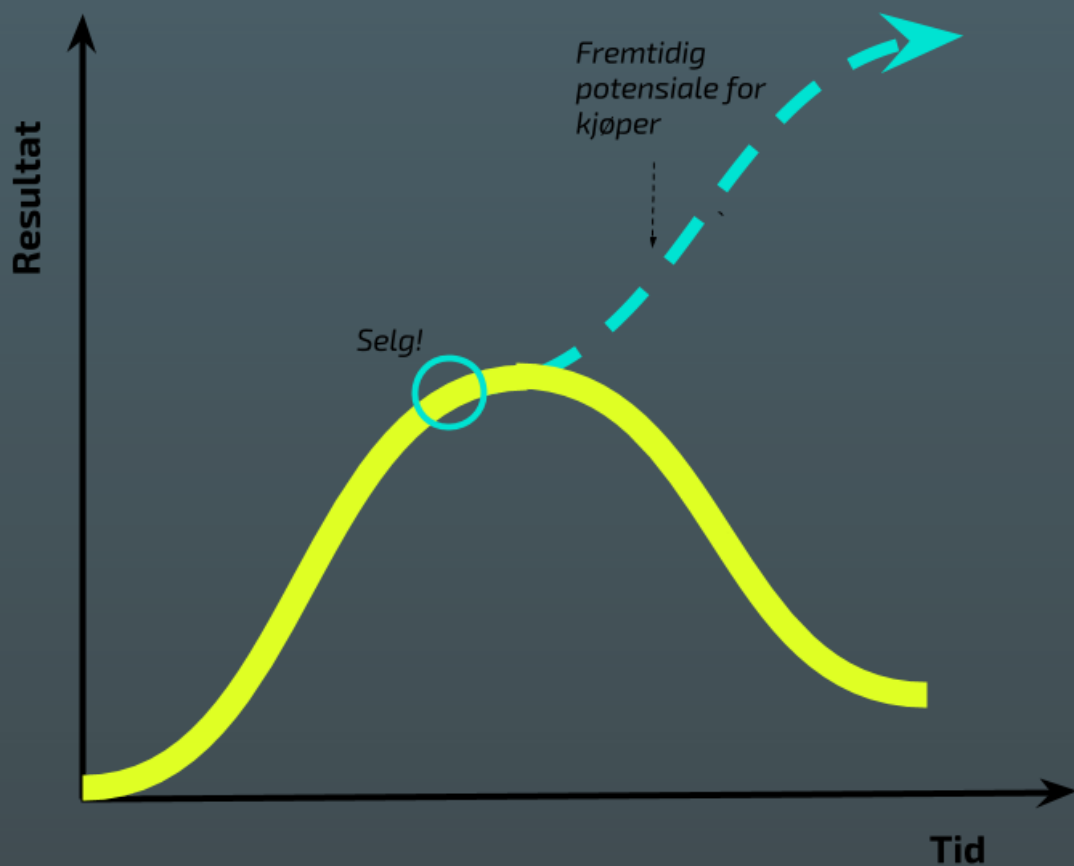


SELG BEDRIFT

MED ELLER UTEN MEGLER!

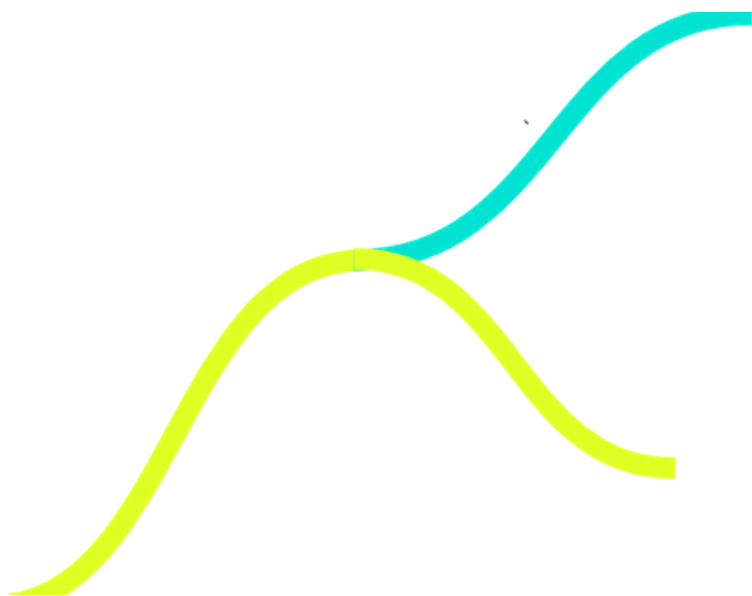


unngå de vanligste tabbene

GRATIS GUIDE

Smarte bedriftseiere sikrer formuen - LÆR HEMMELIGHETENE

INNHOOLD



01

3 GREP SOM ØKER VERDIEN

3 faktorer som medfører at kjøper vil betale en god pris

02

VIS FREMTIDIG POTENSIAL

Kjøpere analyserer fremtidig potensial og kontantstrøm

03

SMART EXITPROSESS

Gode salgsprosesser skaper verdi

04

REDUSER KJØPERS RISIKO

Kjøpere liker ikke risiko!

05

PLAN FOR SALGET

Ikke utsett. Start nå. Lag en plan



Hva gir høy salgsverdi?

BEDRIFTSEIERE oppnår dessverre sjelden DEN PRISEN DE FORTJENER når livsverket selges. De siste 10 årene har vi møtt flere tusen SMB-eiere i eierskiftesituasjoner. Mange bedriftseiere VENTER FOR LENGE og verdier forvitrer.

FORORD

Vi har laget denne guiden til deg for at du skal få et OVERBLIKK over dine ALTERNATIVER. Og slik at du kan UNNGÅ de vanligste TABBENE.

Du kan selge bedriften selv eller du kan engasjere en bedriftsmegler som bistår deg. Men det finnes også en mellomting, nemlig at du benytter deg av våre selvbetjenings - tjenester.

Er du i tvil om hva som er riktig for deg, ta gjerne kontakt med oss på geir@ownomics.com. Vi har også oversikt over bransjespesialister og hvem som kan hjelpe deg med hva.

Denne guiden gir deg tips uavhengig av hva du velger. God lesing og lykke til.

1/ GREP FOR MAKS VERDI

Hva gir høy salgsverdi?



Kjøpere av bedrifter har som regel god kompetanse på oppkjøp. Industrielle kjøpere er ofte 10 ganger større enn oppkjøpskandidaten. Finansielle investorer kjøper opp bedrifter for deretter å selge disse videre for en høyere pris. Selgeren har liten erfaring og det er derfor ofte UBALANSE i forhandlingene.

BRUK derfor VÅRE 3 GREP for SIKRE deg en god forhandlingsposisjon. Disse er:

- 1) Vis fremtidig potensial for aktuelle kjøpere
- 2) Lage en smart exitprosess
- 3) Reduser kjøpers risiko

I denne guide går vi gjennom disse tre grepene. Benytter du disse teknikkene, vil du finne den riktige kjøper og samtidig fremstå som attraktiv for henne. Riktig kjøper er den kjøper som har høyest SYNERGIVERDI og betalingsvillighet ved oppkjøpet.

Unngå å havne i forhandlinger med kjøpere som ikke er riktig for deg. Og som prøver å låse deg inn i en dårlig forhandlingssituasjon mens tiden går og du taper verdi og fokus.

2/ VIS FREMTIDIG POTENSIAL

Kjøper - kjøper alltid for fremtiden. Den absolutt viktigste jobben er å bringe de "riktige" kjøperne til forhandlingsbordet PÅ SAMME TID.

Essensen i selgers jobb er å identifisere og forklare potensielle kjøpere, hvorfor de skal kjøpe bedriften. Potensialet må derfor i størst mulig grad dokumenteres.

Budene vil ofte variere med flere hundre prosent. Begrunnelse for dette er: kjøpers muligheter til å høste potensiale er vidt forskjellig! Se bedriften fra kjøpers perspektiv, identifiser synergieffekter og tenk globalt. Nedenfor noen eksempler på hvordan du kan identifisere riktig kjøper.

- Kjøpers motivasjon for oppkjøp er som regel vekst. Former for vekst kan være geografi, kunder/kontrakter, teknologi, produkter, merkevarer eller folk.
- Kjøperens perspektiv er ofte å selge mer av sine produkter gjennom oppkjøpskandidaten.
- Selgers perspektiv er derimot ofte at potensialet til kjøperen ligger i å selge mer av selgerens produkter
- DERFOR prøv å tenke utenfor boksen. Tenk som en kjøper!!
- Husk at VEKST viser potensial. Alt som vokser er interessant. Vekst i omsetning, etterspørsel, nedlastinger, brukere, ordrebok,
- Kjøperen er ofte 10 ganger større enn bedriften som kjøpes
- Identifisere de kjøperne som har høyest synergieffekt.
- For et utenlandsk selskap kan Norge være et interessant land for ekspansjon!
- Lag en "kjøperliste". Start samarbeidsprosjekter med potensielle kjøpere. En kjøper som kjenner deg og din bedrift, vil oppfatte risikoen som lavere.
- Skap en robust ledelse og organisasjon som ikke er personavhengig. Gjør deg selv overflødig og sikre at organisasjonen har nødvendig kompetanse.
- Sørg for at du har et bredt kundegrunnlag som ikke er avhengig av en enkelt kunde/kontrakt, samarbeidspartner eller en enkel leverandør.
- HØY GJENKJØPSGRAD viser potensial. Gjenkjøp er mer verdifullt enn nysalg.
- Skap barrierer for konkurrenter gjennom patenter, merkevarer, kundeloyalitet, distribusjon og leverandøravtaler. Markedsleder i en nisje kan gi stor merverdi.



2/... POTENSIAL

- Etabler skalerbarhet gjennom å skape systemer og rutiner slik at kostnaden ved et ekstra salg er lav
- Husk at hvis du oppgir en pris, kan den danne et pristak for hva du oppnår
- Historiske tall er viktige fordi de indikerer risikoen i virksomheten og hva som er mulig å få til. Men husk: kjøperen kjøper alltid det fremtidige potensialet som kan høstes. Hvilken kontantstrøm oppkjøpet skaper for kjøper, er avgjørende for prisen.
- Å levere på årets prognose og budsjettet er en syretest. Du kommer til å få spørsmål om måloppnåelse gjennom forhandlingene. Viktig at det ikke skapes usikkerhet om bedriften oppnår budsjettmål.
- Profil og branding har ofte en stor verdi for kjøperen. Internett synliggjør i stor grad hva andre synes om bedriften.
- Facebook og Google reviews er et bra sted å starte. Du vil gjerne ha score på minst 4.
- Potensialet er forskjellig fra kjøper til kjøper. Du vet mest om bedriftens potensial og hvordan dette kan utnyttes. Du har derfor en innsalgsjobb ved å påpeke potensialet for hver enkelt interessent.
- Det kan være hensiktsmessig å dokumentere og tallfeste potensialer. Kan du dokumentere områder med hypervekst eller lønnsom vekst? Her noen eksempler på statistikker:
 - Makro etterspørselsstatistikker
 - Trendanalyser
 - Ordre Backlogg/kontrakter
 - Intensjonsavtaler
 - Besøk nettsider, nedlastninger
 - Gjennkjøpsandel i prosent av omsetning (faste kunder)
 - Omsetning fordelt på forretningsområder, produkter
 - Omsetningsandel pr kunder
 - Innkjøpsandel pr leverandør
 - Benchmark mot konkurrenter
 - Kundeuttalelser og reviews
 - Ny kundekost/Kundelifetime inntjening
 - Arbeidskapital siste 3 år
 - Sykefraværstatistikk
 - OSV.



3 / LAG EN SMART EXITPROSESS

En GOD SALGSPROSESS ER VERDISKAPENDE. FORDI du da får flere BUD på samme tid!!

Resultat: Alternativer, HØYERE PRIS bedre betingelser og riktig kjøper.

HVORDAN BRUKE 5-2-1 modellen og motta 2 BUD

Forklaring 5 -2-1 modellen



Modellen går i korthet ut på:

- Du sender ut markedsføringsmateriell på en målrettet måte
- Du skaffer 5 seriøse interessenter på samme tid
- Interessentene oversendes budinnstruks
- Du ender opp med 2 bud som du kan vurdere opp mot hverandre
- Du velger det beste budet ut fra din totalvurdering

Kjøpere i din verdikjede



Vi analyserer verdikjeder daglig og vet hvor din verdikjede er på vei. I vår database har vi etter alle solemerker kjøper til din bedrift. Videre kan vi bistå med gode finansieringsløsninger. Vårt konsept går ut på følgende:

- Analyse av hvem som investerer i din bransje
- Vurdering av synergier mellom din bedrift og kjøperne
- Kreative muligheter



3 / ... EXITPROSESS

Du har 2 alternativer:

- 1) Selge bedriften selv eller**
- 2) Engasjere en bedriftsmegler eller annen rådgiver**

Du velger - vi støtter deg i begge alternativer. Du kan lese mer her

Selge Selv

Selskapspresentasjon

- Du kan selge bedriften selv uten megler. Du som eier må uansett være den som bygger tillit til interessentene og "selger" bedriften.
- Lag en god selskapspresentasjon fokuser på det fremtidige potensial

Bud fra kjøpere

- Vi har kjøpere i din bransje i vår database og vi kan markedsføre din bedrift for salg til disse.
- Vår spesialitet er å skaffe deg mange interessenter og bud på samme tid.
- Vi har ulike modeller for selvbetjening og du velger selv hvor mye du vil at vi skal bistå med.

Oppgjør gjennom advokat

- Kontrakten utarbeides
- Oppgjøret gjøres gjennom advokat som er spesialisert på oppgjør for salg av bedrifter

Bedriftsmegler

- Du skal benytte en megler når dette lønner seg for deg. Gode meglere oppnår som regel 30-40% høyere pris enn du greier selv.
- Hvilke forhold skal du vektlegge når du skal velge rådgiver? Dette vil avhenge fra sak til sak; kjemi, konsept, bransjekompetanse, medlem av et internasjonalt nettverk, erfaring er eksempler på kriterier for valg
- Kontakt oss før du velger en megler.

SALGS- OG BUDPROSESS



4/ REDUSER KJØPERS RISIKO

Kjøpere fokuserer som regel særlig på to forhold:

- **Fremtidig potensial**
- **Risikoen**

Enkleste måten å øke verdien på er å redusere kjøpers oppfatning av risiko. Ulike kjøpere har ulike oppfatninger av risiko. Ved å halvere kjøpers avkastningskrav, dobler du selskapsverdien.

Risiko for en hendelse = sannsynligheten for hendelsen * konsekvenser av denne. Det er viktig å være åpne og ærlig, også om svakheter.

Nedenfor har vi listet opp noen typiske risikofaktorer sett fra kjøpers ståsted:

- Risiko knyttet til selgeren. Er selgeren troverdig? Kan man stole på den informasjonen som blir gitt?
- Organisasjon og ledelse. Hvor robust er organisasjonen når noen slutter. Er det systemer som sikrer stabil drift?
- Finansiell risiko. Selskapets soliditet, likviditet, økonomistyring, lånerammer og betalingshistorikk er sentrale punkter. Er selskapet tilstrekkelig forsikret?
- Teknologi. Den teknologiske risikoen har økt betydelig de siste årene. Utviklingen går mye raskere nå. Evner bedriften å henge med?
- Marked, produkt, renome. Hvordan vil salget utvikle seg for bransjen og produktene. Er det vanskelig å etablere seg for nye konkurrenter? Mange bransjer opplever i dag ny konkurranse fra aktører som benytter nettet på nye måter. Har bedriften evnen til å tilpasse seg raskt, et godt brand og lojale kunder? Kan nye lover og regler endre markedsutsiktene?
- Avhengighet av folk, enkeltkunder og leverandører er alltid et fokusområde. Hvor avhengig er driften av eier, daglig leder og enkeltansatte. Nøkkelperson bindes opp for å sikre at ikke vedkommende slutter. Den største kunden skal ikke utgjøre mer enn 15% av den totale omsetning. Tilsvarende oppfatter kjøper det negativt hvis bedriften er avhengig av en leverandør. Kjøper ber ofte om bekreftelser på at de aksepterer dem som ny eier.
- Produksjon. Er produksjonsutstyr i orden og vedlikeholdt. Har selskapet investert tilstrekkelig for fremtiden?
- Tvister, krav, forpliktelser. Er det pågående konflikter? Hvilke ansvar har bedriften påtatt seg? Rydd opp i alle former for tvister og krav som kan skremme kjøpere.



PRIS & FINANSIERING

EKSEMPEL

Prisberegning av bedriften

Normalisert Driftsresultat (snitt)	1 000 000
Multipel	4
Selskapsverdi (multipelverdi)	4 000 000
Kjøpers synergi	500 000
Budprosess (flere kjøpere)	500 000
Pris for selskapet	5 000 000
<hr/>	
- netto gjeld	1 000 000
- justert for normal arbeidskapital	100 000
Pris for aksjene	3 900 000

Finansiering

Pris for aksjene	3 900 000
Egenkapital	1 500 000
Lån Bank/alternative långivere	1 500 000
Selgerkreditt	900 000
Sum finansiering	3 900 000

5/ DIN PLAN FOR SALGET

Lag en plan

Unngå den vanligste tabben - Ikke utsett salget. Få overblikk og klargjør dine alternativer.

- Lag liste over potensielle kjøpere av bedriften
- Situasjonsanalyse av bedriften og deg selv. Hva er ditt mål og hva er dine alternativer? Hva er best for bedriften, hva er best for deg og familien?
- Hvilke avklaringer må gjøres og hvem kan bistå i dette arbeidet?
- Verdivurdering av bedriften. Skal bedriften selges nå eller er det rom for verdiøkende tiltak? Hva driver verdi og hva reduserer verdi? Plan for hvordan verdien skal økes
- Påfyll av kompetanse innenfor salg av bedrift. Hvor kan du lære mer? Hva er de vanligste fallgruvene?

Lykke til! SE HER

January

M	T	W	T	F	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

February

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

March

M	T	W	T	F	S	S
					1	
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

April

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

May

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

June

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

July

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

August

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

September

M	T	W	T	F	S	S
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

October

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

November

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

December

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

VURDERER DU Å SELGE BEDRIFT?

VÅRT TEAM BISTÅR DEG MED:

- Avklare dine alternativer som eier slik at du får oversikten over din situasjon
- Verdivurdering av bedriften
- Selge bedriften til ansatte
- Skaffe deg minimum 2 bud på samme tid slik at du kan velge den beste kjøper. Vår spesialitet er å fremskaffe mange bud på samme tid
- Støtte deg gjennom salgsprosessen hvis du skal selge bedriften selv
- Fremskaffe egnet finansiering



VÅRT BEDRIFTSMEGLER TEAM OG NETTVERK:

- Advokat
- Revisor
- Investorer
- Bedriftseiere
- Andre bedriftsmeglere og MA rådgivere
- Internasjonale søkeragenter for kjøp og salg av bedrifter



Kari Bærvahr, siv øk



Geir Samdal, Msc

