



Har du gjort alt for å finne den rette kjøper – eller strategiske partner?

De fleste endrer eierstrukturen i bedriften sin bare én gang.
Det er en beslutning man skal leve med i mange år.



En samtale med Connecto Bedriftsmegling kan vise seg å være en avgjørende investering



Vi er et full-service meglerfirma som har kjernekompetanse på å selge bedrifter – eller hente inn strategiske partnere.

Det betyr å finne frem til investorer og aktører som er på utkikk etter nettopp din bedrift. Etter å ha identifisert de rette kandidatene, strukturerer vi en forhandlingsprosess som fremmer det optimale utfallet for klientene våre. Og når avtalen er sluttet, har vi rutiner som sikrer at transaksjonen gjennomføres på sikkert vis.

Vår virksomhet fokuserer på små og mellomstore bedrifter som ønsker profesjonell kompetanse innen salgsprosesser. Vi spesialiserer oss på klienter med en årlig omsetning på mellom 3 og 60 millioner kroner. Vi har erfaring med salg av bedrifter på opptil 80 millioner kroner i omsetning. Felles for de som bruker oss, er at de ønsker bistand fra spesialister - for å øke sikkerheten for at bedriftens verdier virkelig realiseres ved et salg, eller et strategisk samarbeid.

Connecto Bedriftsmegling AS er en nettsverksbasert organisasjon der de rette kreftene trekkes inn etter hvilke oppgaver som skal løses. Dermed kan vi sette sammen de riktige teamene ut fra hva oppgaven krever. Vi oppnår stor fleksibilitet – en klar fordel siden bedrifter utmerker seg ved å ha unike, spesielle behov.

En salgsprosess oppleves ofte som en positiv erfaring for selgeren. Det er en klar tendens til at slike prosesser skaper muligheter som selgerne ikke har vært bevisst på tidligere. Omgivelsene oppfatter også vanligvis slike prosesser positivt. Kommuniseres det bevisst at selskapet søker en ny eierstruktur for å få en sterkere utvikling - tolker kunder, leverandører og ansatte dette som vilje og evne til endring.

Ta gjerne kontakt for en uformell samtale. Akkurat det er helt uten risiko – og kan gi deg gode ideer om hvordan du bør gjennomføre prosessen.



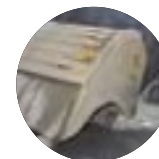


Hvorfor bør du bruke en bedriftsmegler?

For å finne en god kjøper. Det er i denne fasen vi virkelig legger grunnlaget for et godt salg. Vår oppgave er å identifisere de aktørene som vil tjene mest på å kjøpe bedriften din, eller gå inn i et mer begrenset engasjement på eiersiden. Det ideelle er å finne en bedrift som har en strategisk interesse av virksomheten din. De som ser muligheter for en industriell løsning der det tas ut synergier – slik at det skapes verdier i oppkjøpet – er ofte beredt til å betale for det. Er flere aktører aktuelle, ligger det godt til rette for en budrunde, og dermed en bedre salgspris. Svært ofte blir kjøperen en bedrift som ikke nevnes som mulig kandidat av selgeren selv.

For å få en bedre pris. Det gjelder å gjennomføre forhandlingene slik at verdiene økes og eksisterende tilbud forbedres. Vi har lang erfaring innen forhandlinger her til lands – og mange andre steder i verden. Det er avgjørende å ha en mellommann i ofte intense og følelsesladde forhandlinger. En erfaren megler kan ta de harde punktene, slik at ikke atmosfæren mellom oppdragsgiveren og den potensielle kjøperen ødelegges. Det er også viktig å sile informasjon, slik at man gir tilstrekkelig informasjon til seriøse aktører, men holder igjen der nysgjerrigheten er større enn betalingsevnen. Og at informasjonen er strategisk plassert i henhold til en strukturert forhandlingsstrategi.

For å redusere risikoen. Et bedriftssalg er en komplisert og krevende prosess. De fleste selgere ønsker ikke å få sin første erfaring med bedriftssalg - når de skal selge sin egen bedrift. Det står simpelthen for mye på spill. For de aller fleste er bedriften et resultat av mange års innsats. Da er det viktig å få ut de potensielle verdiene. Derfor bringer de inn en erfaren og profesjonell bedriftsmegler. Og kostnadene utgjør en rimelig del av de realiserte verdiene. Bruk av megler gjør at du kan konsentrere deg om den daglige driften av bedriften. Slik at ikke det du skal selge mister verdi i løpet av salgsprosessen.







Når skal du selge eller finne en strategisk partner?

Det enkle svaret er – hvis du funderer over det - undersøk hvilke muligheter du har. Ofte er tanker om å selge resultatet av en underbevisst prosess. Slik at når tankene endelig dukker opp, har de beveget seg lenge i underbevisstheten.

Å selge sin egen bedrift er en modningsprosess. Men den endelige avgjørelsen bør avhenge av hvilke tilbud du kan oppnå.

Tanker om å selge er ofte abstrakte og lite konkrete. Ved å gjennomføre en søke- og salgsprosess får eieren realistisk informasjon om hvilke muligheter som faktisk finnes. Hvem er interessert i å kjøpe selskapet, og hva er de villige til å betale? Informasjon fra markedet kan fortelle deg hva som må gjøres for at interessentene skal kjøpe bedriften din. Eller kanskje hvilke endringer du kan foreta for å oppnå en høyere pris.

Et selskap som skal selges har ikke én gitt verdi. Forskjellige interessenter setter ulik verdi på selskapet ut fra egne behov. Dessuten har selskapet en følelsesmessig verdi for eieren, i tillegg til at hun eller han får lønn fra selskapet. Derfor er det meget viktig at en erfaren bedriftsmegler går nøye gjennom driften for å få frem både svake og sterke sider - som kan være interessante for ulike typer av mulige kjøpere.

Informasjon som strategisk verktøy

Plassering av informasjon på en riktig måte, kan bidra til at en interessent ser muligheter for økt verdiskapning. Kjøperen kommer alltid til å vite mindre om virksomheten enn deg. Og føler han usikkerhet, senker han pristilbudet. Kjøperen er ikke nødvendigvis redd for risiko – men han må kunne håndtere denne. Vår jobb blir å vise hvordan en ny eier kan håndtere risikoen og dermed realisere verdiene som ligger i selskapet.

Å gi strategisk riktig informasjon er ikke det samme som å gi informasjon om kun de positive sidene ved selskapet. Få ønsker å kjøpe et selskap som drives perfekt. Da finnes det jo ikke et potensial som kjøperen kan realisere. Tvert om, kjøperen får kanskje inntrykk av at den eksisterende eieren er den beste til å drive virksomheten. Konsekvensen er at pristilbudet settes lavere.

Vær ærlig om hvorfor du ønsker å selge. Er du lei av å gjøre det samme hver dag, ønsker forandring eller en mer behagelig tilværelse – si det rett ut. Dette skaper en trygghet hos kjøperen om at det ikke ligger udetonerte miner i det hun kjøper.

En kreativ prosess

Noe av det mest spennende med salgsprosesser, er at det ofte åpner seg uante muligheter for selgeren. En rekke ganger har en eier startet opp prosessen for å avhende bedriften og endt opp med



å satse videre med en strategisk partner – etter at flere buketter med friske muligheter dukket opp på forhandlingsbordet.

En slik prosess kaster av seg ny informasjon som kan være nyttig i videre forretningsutvikling. Gjennom møtene med interessentene får du impulser som kanskje leder til nye produkter og endringer i dagens virksomhet. Salgsprosessen gjør virksomheten bedre kjent i markedet, og nye og uforutsette forretningsmuligheter dukker opp. Den potensielle kjøperen ender kanskje i stedet som kunde eller distributør av oppdragsgiverens produkter. Eller man kan finne andre former for samarbeid som ikke krever et felles selskap.

En salgsprosess – enten den fører til salg eller andre løsninger – kan være den vitamininnsprøytningen du trenger for å øke verdiene i selskapet ditt.





En strukturert salgsprosess gir deg best sjanser ...

Vi legger opp en systematikk som styrker mulighetene for at du kan fullføre salg – eller strategisk samarbeid – på best mulige betingelser.

Tiden det tar å gjennomføre en vellykket prosess avhenger av mange faktorer. Den viktigste er tilgjengeligheten av nøkkelpersoner hos både kjøper og selger. Hovedtyngden av de prosessene vi gjennomfører tar 3 – 9 måneder.

Det er ikke så ofte vi kjører to helt like prosesser. Individuelle behov krever tilpasning og skreddersøm, men en god prosess omfatter vanligvis følgende punkter:

Mål

Før prosessen starter, må målene være klart definert. Når disse er etablert, setter vi opp en plan for å sikre at målene møtes på best mulig måte.

Analyse av bedriften

Deretter foretar vi en grundig gjennomgang av bedriftens virksomhet – produkter, marked, konkurrenter, trender. Slik at vi får et bilde av styrker og svakheter, utviklingsmuligheter og begrensninger. Dette vil være et viktig utgangspunkt for å koble selger og kjøper.

Verdivurdering

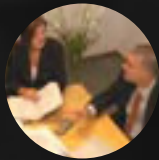
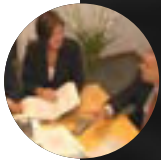
Vi gjennomfører en verdivurdering for å gi mulige kjøpere et bilde av hvor mye selskapet er verdt, men også for å gi en pekepinn for oppdragsgiver om hvilket nivå prisen kan havne på.

Det finnes ulike metoder for å vurdere et selskap. Det er mest vanlig å normalisere selskapets regnskap basert på historiske tall. Det betyr å ta bort ekstraordinære poster, og deretter diskontere fremtidige gevinster med en diskonteringsfaktor som både passer selskapet og markedet.

For selskaper i kraftig vekst, imidlertid, er det en utstrakt praksis å diskontere prognostiserte gevinster basert på de fremtidige muligheter virksomheten har. Andre varianter baserer seg på diskontering av kontantstrømmer eller tar utgangspunkt i substansverdier.

Verdivurderingen gir en egen trygghet om hvilken verdi en tredjepart anser som riktig, og det gir styrke og et faktagrunnlag i kommende forhandlinger. Allikevel – uansett hva verdivurderingen angir, det er markedet med kjøperens bud som angir den reelle prisen.







... til å realisere verdiene i bedriften din

Bedriftspresentasjon

Denne har til oppgave å vekke en potensiell kjøpers appetitt. Presentasjonen bør beskrive hvor selskapet står i dag, men tyngden bør omhandle de fremtidige mulighetene som finnes. Kjøperens interesse fanges av dagens situasjon, men hun betaler for den fremtidige inntjeningen. En bedriftspresentasjon må inneholde informasjon av så god kvalitet at selgeren ikke trenger å lete frem denne selv. En strukturert presentasjon skal gjøre det mulig for en stor gruppe av potensielle kjøpere å avgjøre hvorvidt det dreier seg om et interessant salgsobjekt eller ikke. Vi setter opp en godt definert og profesjonell presentasjon.

Identifisering av potensielle kjøpere og partnere

Et omfattende nettverk og god kjennskap til norsk næringsliv setter oss i stand til å fange opp aktuelle interessenter. Vi tar utgangspunkt i analysen av bedriften slik

at vi best kan matche det vi skal selge med mulige interessenters strategiske fokus. Dette er et kjernepunkt. For det er den strategisk baserte koblingen som gir best pris. Et selskaps verdier kan være latente – de ligger der uten at dagens eier har finansielle ressurser eller tilstrekkelig infrastruktur til å realisere dem. En ny eier eller partner kan bringe med seg det som er nødvendig for å ta ut selskapets fulle potensial. Vår evne til å identifisere verdifulle synergier med prospektive kjøpere, i kombinasjon med dybdekunnskapen du har om bedriften din, gir de beste forutsetninger for et godt salg.

Forhandlinger

Connecto Bedriftsmegling har lang erfaring med forhandlinger i Norge og internasjonalt. Vi sitter på sterk formell kompetanse fra ledende universiteter i Europa nettopp på fagfeltet forhandlinger.

Utfordringen er ofte å forstå hvorfor en mulig kjøper viser interesse for bedriften din. Hva vil være motivasjon for et eventuelt kjøp? Vet vi dette, kan vi bedre tydeliggjøre hvordan et kjøp vil styrke kjøperen. Klarer vi hele tiden å kommunisere potensialet som ligger bedriften, styrer vi mot en bedre pris.

Forhandlinger er krevende. Det dreier seg jo om å fordele verdier. God forståelse av forskjellige forhandlingsstrategier – og motstrategier – kan være avgjørende for å sikre en god pris. Forhandlinger er som sjakk. Hvert eneste steg er kritisk. Derfor må vi utarbeide en helhetlig strategi for å oppnå de mål vi har satt oss.



Når store verdier diskuteres over forhandlingsbordet, settes sterke følelser i sving. Samtidig bør man unngå å ta viktige avgjørelser i stor affekt. Da er det ofte viktig å ha en forhandler som ikke på samme måte er personlig berørt – og som har lettere for å holde hodet kaldt i opphetede situasjoner. Og de kommer vanligvis når forhandlingene har nådd et kritisk punkt. Med andre ord, når de ikke bør forekomme.

Forhandlinger er et av de viktigste trinnene i salgsprosessen. Her ønsker du ikke å gamble.



Oppgjørsform

Hvilken form salgsoppgjøret får, varierer fra transaksjon til transaksjon. Ulike former for "earn-out"-modeller blir imidlertid stadig mer aktuelle. Dette konseptet innebærer at selger får betalt over tid, og at den endelige og totale transaksjonssummen avhenger av virksomhetens resultater de kommende årene. Går virksomheten bedre enn forutsatt, øker prisen. Mens lavere fremtidig inntjening gir redusert pris.

Ofte må dagens eier binde seg til å være aktiv i en periode på ett eller to år. En gradvis omstilling sikrer best overføring av immaterielle verdier og legger grunnlaget for en god og jevn drift. Slik at verdiene i selskapet forvaltes på best mulig måte – både for selger og kjøper.

Et selskaps verdier kan være latente – de ligger der uten at dagens eier har finansielle ressurser eller tilstrekkelig infrastruktur til å realisere dem. En ny eier eller partner kan bringe med seg det som er nødvendig for å ta ut selskapets fulle potensial.

Ta kontakt med oss for en diskusjon over hvilke muligheter du har.



Connecto Bedriftsmegling AS, Munkedamsveien 45 E (Vika Atrium), 0250 Oslo
Tlf. 22 83 04 00, Faks 21 68 18 31. micke@connecto.no - www.connecto.no