Instrukcja obsługi symulacji

Sklep elektro

REVAS

BRANŻOWE SYMULACJE BIZNESOWE

Spis treści

WPROWADZENIE 4
O grze 4
Obsługa gry 4
Podgląd poprzednich rund 5
Przydatne materiały 6
1. RUNDA 1 - ORGANIZACJA WIRTUALNEJ FIRMY 7
1.1. Nazwa firmy 7
1.2. Misja firmy 7
1.3. Zasady zespołu 8
1.4. Przydział ról 8
1.5. Oferta 8
1.6. Inwestycje – Stanowiska 11
1.7. Finanse – Bank 14
1.8. Finanse – Biuro rachunkowe 14
1.9. Lista błędów 15
1.10. Wyślij decyzje 15
2. RUNDA 2 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ 16
2.1. Raport 16
2.2. Finanse - Księga przychodów i rozchodów (KPiR) / Wyniki 18
2.3. Finanse – Bank / Wyniki 19
2.4. Inwestycje – Stanowiska / Wyniki 19
2.5. Nowe decyzje 20
2.6. Oferta 20
2.7. Inwestycje - Stanowiska 20
2.8. Inwestycje - Sprzęt 21
2.9. HR - Zatrudnienie 23
2.10. Dostawcy 26
2.11. Sprzedaż 28
2.12. Finanse - Bank 29
2.13. Finanse - Biuro rachunkowe 31
3. RUNDA 3 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI) 32
3.1. Przegląd najważniejszych wyników 32
3.2. Karta wyników 32
3.3. Sprzedaż / Wyniki 34
3.4. Dostawcy / Wyniki 39
3.5. HR - Zatrudnienie / Wyniki 39
3.6. Inwestycje - Sprzęt / Wyniki 40

3.7. Nowe decyzje ... 40
3.8. Oferta ... 40
3.9. HR - Udogodnienia ... 40
4. RUNDA 4 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI) ... 41
4.1. Skumulowana karta wyników ... 41
4.2. Inwestycje - Wyposażenie ... 41
5. RUNDA 5 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI) ... 42
5.1. Marketing - tradycyjny ... 42
6. RUNDA 6 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI) ... 44
6.1. Marketing - internetowy ... 44
7. RUNDA 7 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI) ... 45
7.1. HR - Szkolenia ... 45
8. RUNDY 8-12 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ ... 45

WPROWADZENIE

O grze

Wyobrażałeś sobie kiedyś jak to jest prowadzić własną firmę? Symulacja biznesowa pozwoli Ci wczuć się w rolę przedsiębiorcy. Twoim zadaniem będzie zaplanowanie oferty dla Twojej firmy, a następnie wyposażenie jej w niezbędne stanowiska i sprzęty, zatrudnienie odpowiednich pracowników i zabezpieczenie potrzebnych zasobów. Żeby przyciągnąć klientów, potrzebna będzie starannie dobrana reklama w mediach tradycyjnych, a także w Internecie. Jeszcze tylko ustalenie cen i można zaczynać sprzedaż!

Prowadzona przez Ciebie firma będzie działać na rynku razem z innymi firmami stworzonymi przez pozostałych uczestników gry. Będziesz konkurować o klientów m.in. jakością swoich produktów oraz ceną. Twoje decyzje będą miały wpływ na wyniki Twoich konkurentów i odwrotnie. Jeśli przykładowo Twój konkurent obniży cenę, przyjdzie do niego więcej klientów. A jeśli Ty podniesiesz jakość swoich produktów, możesz się spodziewać, że do Ciebie przyjdzie więcej klientów.

Gra ma strukturę turową (rundową). Jedna runda działalności odpowiada 1 miesiącowi. Będziesz prowadzić swoją firmę przez 12 miesięcy. Ważne jest zwracanie uwagi na miesiące, ponieważ popyt na część produktów cechuje się sezonowością i trzeba się odpowiednio przygotowywać na miesiące, w których następuje kumulacja.

Po każdej rundzie (miesiącu) otrzymasz wyniki swoich decyzji. Pokażą one szczegółowo co się wydarzyło w poprzednim miesiącu, m.in. ilu przyszło do Ciebie klientów, ilu z nich udało Ci się obsłużyć, jakie były Twoje przychody i koszty, jaki masz stan konta itp. Wyniki te musisz dokładnie przeanalizować, żeby wprowadzić zmiany na kolejny miesiąc. Np. jeśli przyszło do Ciebie mniej klientów niż planowałeś po dany produkt, być może trzeba obniżyć cenę lub popracować nad poprawą jakości.

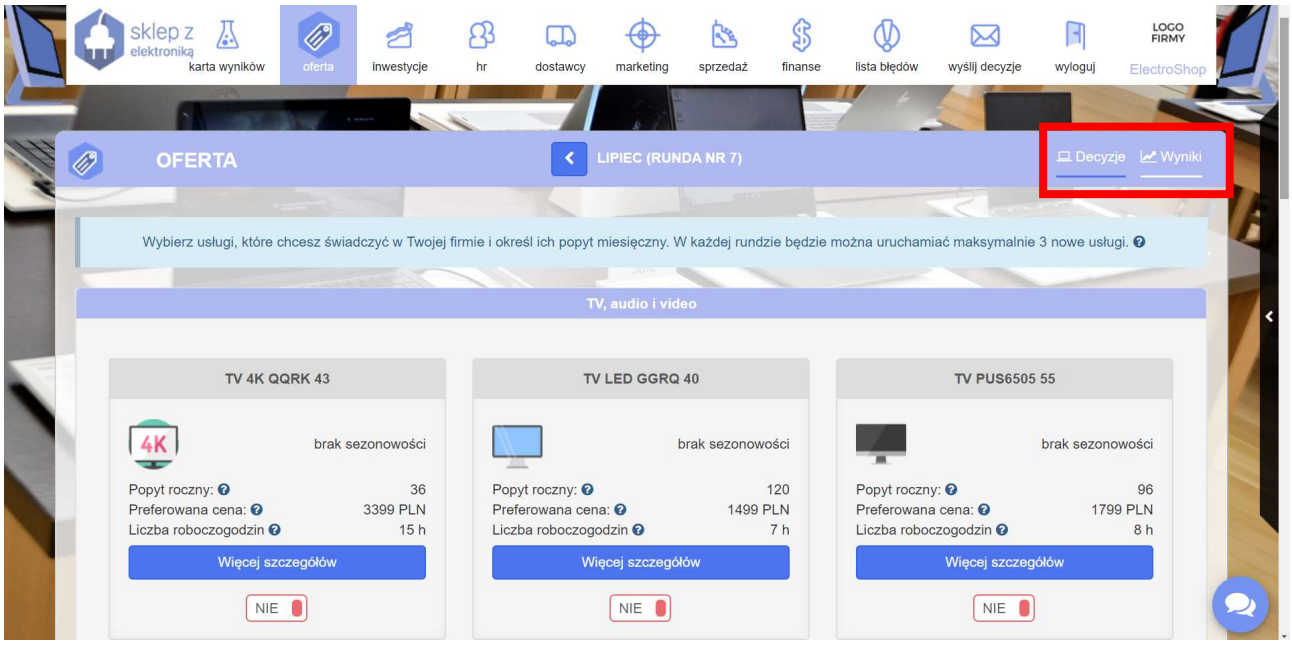
Obsługa gry

Gra posiada następujące zakładki:

- oferta
- inwestycje
  - stanowiska
  - sprzęt
  - wyposażenie
- dostawcy
- hr
  - zatrudnienie
  - szkolenia
  - udogodnienia
- marketing
  - reklama tradycyjna
  - marketing interaktywny
- sprzedaż
- finanse
  - raport finansowy
  - księga przychodów i rozchodów (KPiR)

- bank
- biuro rachunkowe
- karta wyników
- lista błędów

Większość zakładek podzielona jest na sekcje **Decyzje** i **Wyniki**.



W zakładkach *Decyzje* znajdują się wszystkie kwestie, o których musisz zdecydować w danej rundzie. Do podejmowania decyzji wykorzystaj informacje zawarte w zakładce *Wyniki*, która zawiera podsumowanie najważniejszych rzeczy, które wydarzyły się w poprzednim miesiącu.

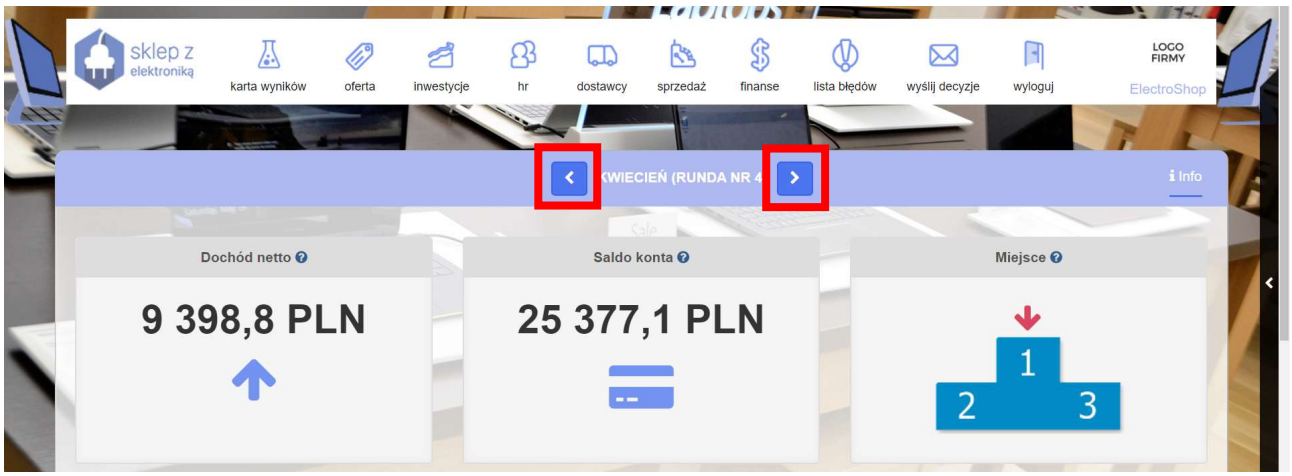
W zakładce KPiR wyświetlane są tylko wyniki. W tym miejscu nie podejmujesz żadnych decyzji.

W tej instrukcji znajdziesz omówienie wszystkich zakładek wraz z przykładami obliczeń, które pomogą zobrazować sytuację i jak najlepiej zrozumieć decyzje, które musisz podjąć.

Podgląd poprzednich rund

W każdej rundzie masz możliwość podglądu decyzji, które podjąłeś w rundach poprzednich. Nie masz oczywiście możliwości ich edytowania, możesz jednak sprawdzić np. ceny swoich produktów, liczbę zamówionych zasobów itp.

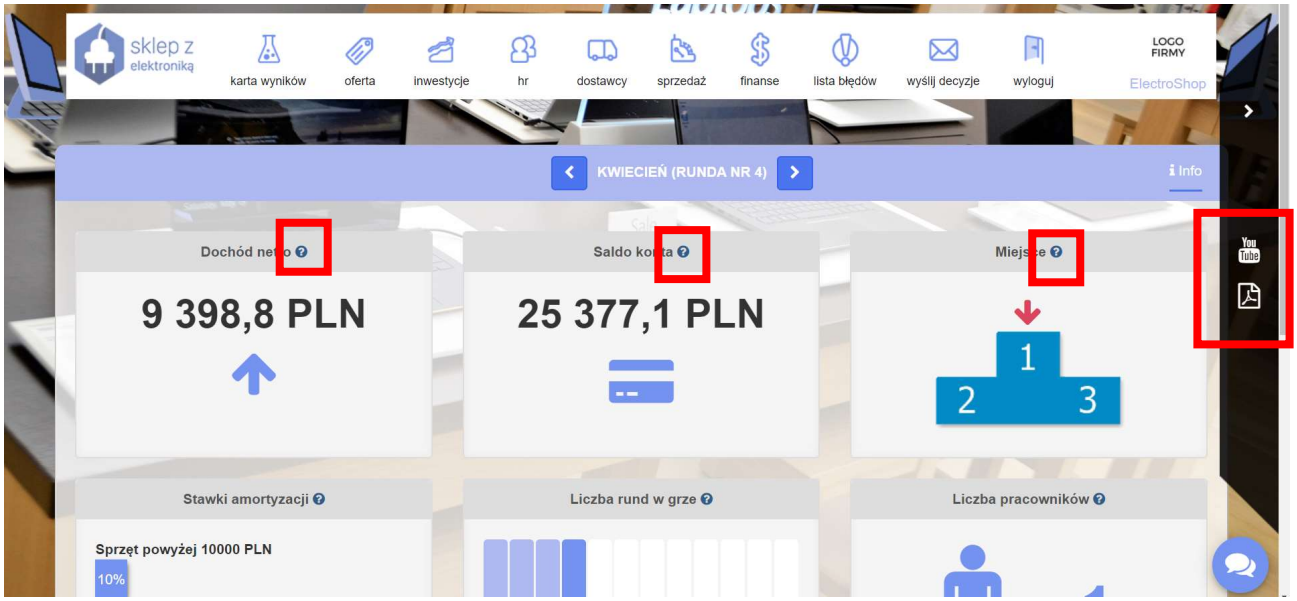
Żeby podejrzeć decyzje z poprzednich rund, skorzystaj z przycisków obok nazwy miesiąca.



Przydatne materiały

Jeśli w czasie gry będziesz potrzebować informacji dot. poszczególnych danych, wyników czy decyzji, to możesz skorzystać z materiałów pomocniczych:

- podpowiedzi dot. poszczególnych informacji oraz decyzji znajdujących się pod symbolem znaku zapytania,
- filmów instruktażowych dot. poszczególnych rund znajdujących się na panelu bocznym po prawej stronie ekranu,
- instrukcji obsługi symulacji znajdującej się na panelu bocznym po prawej stronie ekranu.



1. RUNDA 1 - ORGANIZACJA WIRTUALNEJ FIRMY

Pierwsza runda przeznaczona jest na organizację firmy. Na początku trzeba określić nazwę firmy i jej misję. Jeśli będziesz prowadzić firmę wraz ze wspólnikami, musisz ustalić jakie będą zasady wspólnego podejmowania decyzji oraz podzielić się odpowiedzialnością za poszczególne aspekty działalności Twojego przedsiębiorstwa.

Na rozpoczęcie działalności udało Ci się zebrać kwotę 40 000 zł. Te środki pozwolą Ci rozwinąć skrzydła na początkowym etapie, ale pamiętaj, że powinieneś jak najszybciej zacząć generować przychody, które posłużą do finansowania bieżącej działalności.

Runda pierwsza służy do organizacji firmy, planowania i inwestycji. W tej rundzie nie będziesz jeszcze sprzedawać swoich produktów. Twoim zadaniem będzie zaplanowanie oferty i przyszłego zatrudnienia, po to, by przygotować odpowiednią liczbę stanowisk pracy dla pracowników.

Decyzje rundy pierwszej nie są oceniane w karcie wyników.

1.1. Nazwa firmy

Wybierz nazwę dla swojej firmy. Będzie to nazwa, którą będziesz posługiwać się przez cały czas trwania symulacji, więc postaraj się, aby wyróżniała się na tle konkurencji. Możesz również dodać logo firmy, żeby również graficznie przedstawić swoją firmę. Pomocniczo podane zostały nazwy przykładowych firm, które działają na rynku.

Żeby dodać nazwę firmy wpisz w białym polu w miejsce napisu „Zespół 1" swoją nazwę i kliknij przycisk 'Zapisz'. Klikając w obrazek 'Logo firmy' możesz dodać dowolny obrazek ze swojego dysku jako logo Twojej firmy.

1.2. Misja firmy

Misja firmy określa cel jej istnienia na rynku oraz rolę organizacji w szerszym otoczeniu. Zapoznaj się z przykładami misji różnych firm i przygotuj własną misję, które określi kierunek działania całej organizacji, koncepcję biznesu, jej rolę i sens istnienia.

Żeby dodać misję firmy wpisz treść misji w białym polu i kliknij przycisk 'Zapisz'.

1.3. Zasady zespołu

Jeśli prowadzisz swoją firmę razem ze wspólnikami, musisz uzgodnić zasady działania Waszego zespołu. Określcie na początku w jaki sposób będą podejmowane kluczowe decyzje, czego oczekujecie od siebie i w jaki sposób chcecie zorganizować swoją pracę.

Wybierzcie zasady zespołu, które chcesz, żeby były przestrzegane. Nie ma określonej liczby zasad, które musicie wybrać.

1.4. Przydział ról

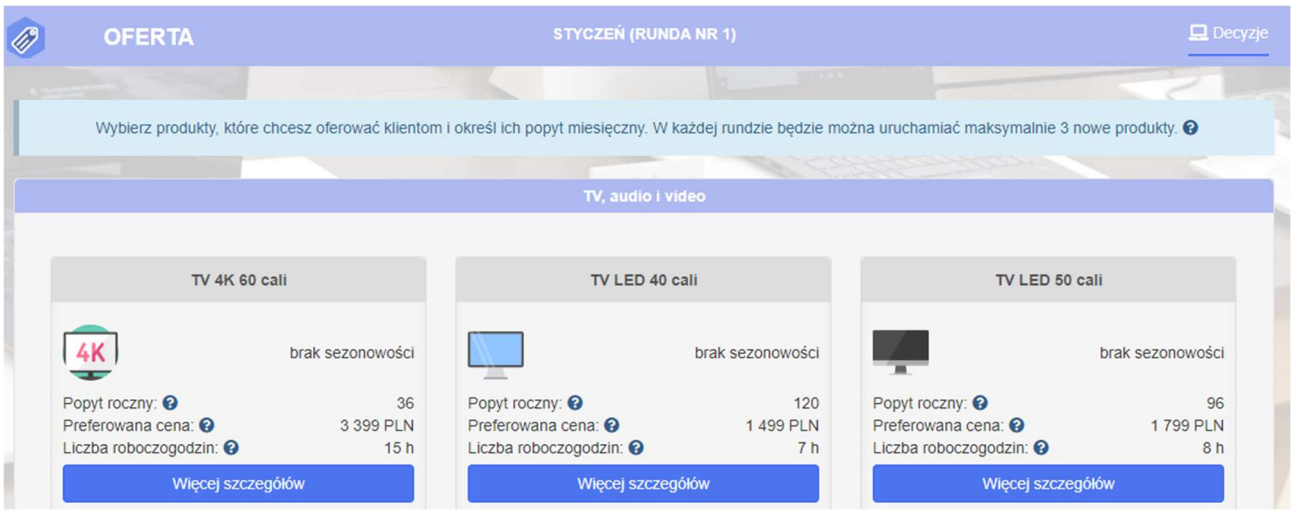
Zarządzanie firmą wymaga podejmowania decyzji i monitorowania wyników w różnych obszarach działalności takich jak marketing, finanse, inwestycje, dostawy itp. Jako zespół na pewno macie różne kompetencje i zainteresowania, więc uwzględnijcie je dzieląc się odpowiedzialnością za poszczególne dziedziny. Możecie dla każdego członka zespołu wybrać dowolną liczbę ról. Nie wszystkie muszą zostać wykorzystane. Wybór ról nie ma wpływu na wyniki gry.

Każdemu członkowi zespołu wybierzcie z listy rozwijalnej dział lub działy, za które będzie odpowiadać.

1.5. Oferta

Rozpocznij decyzje dot. swojej firmy od zaplanowania katalogu produktów, jakie chcesz oferować swoim klientom. W pierwszej rundzie masz możliwość wybrania 3 produktów podstawowych, a ich wachlarz będzie można rozszerzać w każdej kolejnej rundzie.

W pierwszej rundzie nie będziesz jeszcze sprzedawać swoich produktów. Służy ona planowaniu i inwestycjom. Twoim zadaniem będzie oszacowanie popytu na rundę 2 i na tej podstawie obliczenie ilu potrzebujesz pracowników. Dzięki temu będziesz wiedzieć jakie poczynić inwestycje tzn. ile przygotować stanowisk dla pracowników.



W zakładce Oferta znajdziesz listę produktów, które są w tym momencie dla Ciebie dostępne. Produkty różnią się między sobą **popytem rocznym**, czyli liczbą klientów, których możesz się spodziewać w ciągu roku, sezonowością, **liczbą roboczogodzin** oraz **wymaganym sprzętem**, **pracownikami** oraz **zasobami**.

Przykład

*Przeanalizujmy produkt **TV 4K 60 cali**.*

***Popyt roczny** wynosi 36 co oznacza, że w ciągu roku możesz się spodziewać 36 klientów, którzy będą chcieli kupić taki produkt. Jeśli podzielimy roczny popyt przez 12 otrzymamy średniomiesięczny popyt. Sprzedaż produktu nie podlega sezonowości, czyli możemy się spodziewać, że popyt we wszystkich miesiącach będzie podobny. Zatem w lutym możesz oczekiwać około 3 klientów na ten produkt. Skąd wzięła się ta liczba? Skorzystaj z poniższego wzoru:*

Prognozowana liczba klientów w miesiącu = **popyt roczny** *(z zakładki Oferta)* / **12**

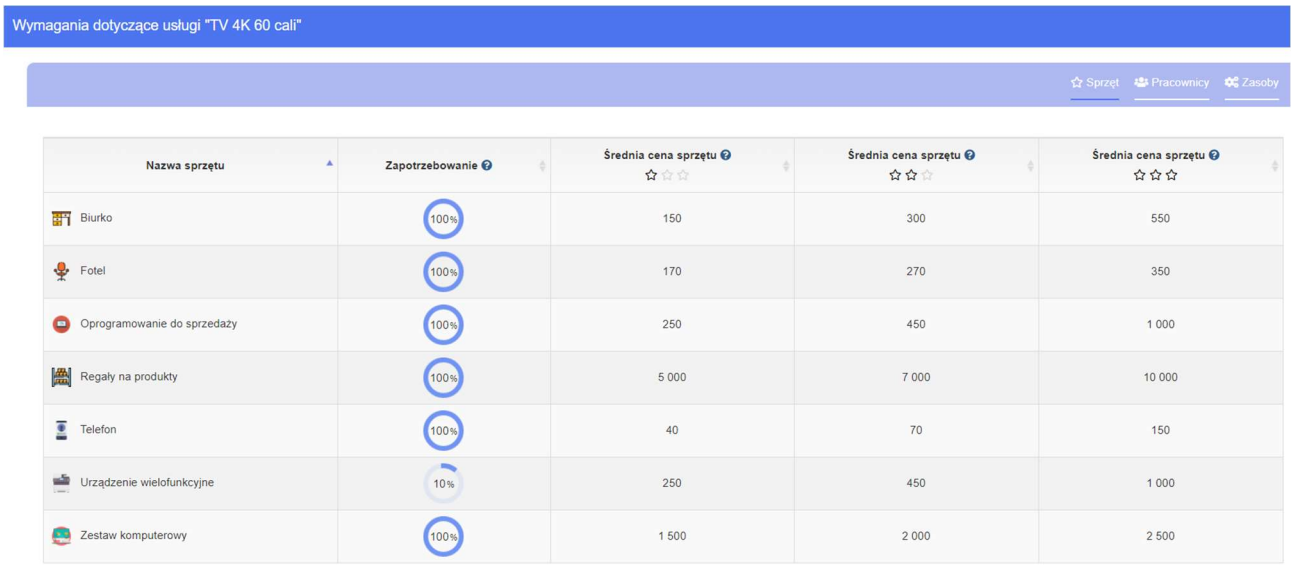
*36 (popyt roczny) / 12 miesięcy = **3 klientów** (liczba prognozowanych klientów)*

***Preferowana cena** na rynku za tego typu produkt wynosi 3399 zł, co oznacza, iż klienci spodziewają się ceny oscylującej wokół tej kwoty. Możesz ustalić swoją cenę wyżej lub niżej.*

Pamiętaj jednak, że za wysoką ceną powinna iść wysoka jakość, która uzasadni wyższą cenę, a zaniżenie ceny może spowodować, że będziesz odnosić straty na danym produkcie. Ponadto, swoje ceny powinieneś również regularnie porównywać z konkurencją.

***Liczba roboczogodzin** pokazuje czas potrzebny do sprzedaży produktu. W tym przypadku potrzebujesz średnio 15 roboczogodzin, żeby obsłużyć 1 klienta.*

*Po wejściu w „**Więcej szczegółów**" masz dostęp do informacji nt. wszystkiego, co będzie Ci potrzebne do sprzedaży danego produktu (sprzęt, pracownicy, zasoby).*



Nazwa sprzętu	Zapotrzebowanie	Średnia cena sprzętu ☆☆☆	Średnia cena sprzętu ☆☆☆	Średnia cena sprzętu ☆☆☆
Biurko	100%	150	300	550
Fotel	100%	170	270	350
Oprogramowanie do sprzedaży	100%	250	450	1 000
Regały na produkty	100%	5 000	7 000	10 000
Telefon	100%	40	70	150
Urządzenie wielofunkcyjne	10%	250	450	1 000
Zestaw komputerowy	100%	1 500	2 000	2 500

***Sprzęt**. Do sprzedaży telewizora 4K 60 cali potrzebujesz 7 sprzętów. Jest to sprzęt potrzebny Twojemu pracownikowi, który będzie obsługiwał ten produkt. Jest to biurko, fotel, oprogramowanie do sprzedaży, regał na produkty, telefon, urządzenie wielofunkcyjne i zestaw komputerowy. Zapotrzebowanie na sprzęt powie Ci ile czasu każdy z tych sprzętów będzie Ci potrzebny w czasie sprzedaży produktu, czyli 15 roboczogodzin. Np. zestaw komputerowy ma wydajność 100% co oznacza, że potrzebujesz go przez całe 15 roboczogodzin i nie ma możliwości, by inny pracownik firmy skorzystał z niego w tym samym czasie. Jeśli sprzęt będzie miał niższą wydajność, oznacza to, że pracownicy mogą się nim dzielić, ponieważ nie jest potrzebny przez cały czas, a np. tylko przez 10% tego czasu. Każdy ze sprzętów oferowany jest przez producentów na 3 poziomach jakości – podstawowym (☆), standard (☆ ☆) i premium (☆ ☆ ☆). Im wyższa jakość, tym wyższa cena sprzętu, ale Twoi pracownicy będą bardziej zadowoleni pracując na sprzęcie wysokiej jakości, który jest bardziej ergonomiczny i niezawodny. Każdy sprzęt może oprócz kosztów zakupu generować również koszty utrzymania. Informacje nt. kosztów utrzymania sprzętu można znaleźć w zakładce Sprzęt (po kliknięciu w przycisk 'Kup sprzęt').*

Wymagania dotyczące usługi "TV 4K 60 cali"

Sprzęt | Pracownicy | Zasoby

Typ pracownika	Minimalne wynagrodzenie	Zaangażowanie pracownika	Średnie wynagrodzenie ☆☆☆	Średnie wynagrodzenie ☆☆☆	Średnie wynagrodzenie ☆☆☆
Doradca klienta - TV, audio i video	2 800	100%	3 388	3 990	4 890

***Pracownicy**. Do sprzedaży telewizora 4K 60 cali musisz zatrudnić w swoim sklepie Doradcę klienta - TV, audio i video. Z zakładki Pracownicy dowiesz się jakie jest minimalne wynagrodzenie takiego pracownika, jego zaangażowanie w sprzedaż danego produktu oraz średnie wynagrodzenie na rynku w zależności od doświadczenia pracownika (np. młodszy specjalista (☆), specjalista (☆ ☆), starszy specjalista (☆ ☆ ☆).*

Wymagania dotyczące usługi "TV 4K 60 cali"

Sprzęt | Pracownicy | Zasoby

Nazwa zasobu	Zapotrzebowanie na zasób	Średnia cena zasobu ☆☆☆	Średnia cena zasobu ☆☆☆	Średnia cena zasobu ☆☆☆
TV 4K 60 cali	1 sztuka na 1 klienta	16 690	16 704	16 942

***Zasoby**. Do sprzedaży telewizora 4K 60 cali potrzebujesz tylko 1 zasobu, czyli dokładnie tego modelu telewizora. W tabeli pokazane są średnie ceny zasobów w zależności od jakości. Pamiętaj, że dokładne ceny znajdziesz w zakładce Dostawcy.*

W pierwszej rundzie możesz w ofercie wybrać tylko 3 podane produkty. W każdej kolejnej rundzie do gamy produktów w swojej ofercie możesz już dodać 3 dowolne produkty.

Jeśli decydujesz się wybrać dany produkt, to przesuń przycisk na pozycję 'Tak'. Następnie wprowadź prognozowany miesięczny popyt (liczbę klientów jaką chcesz obsłużyć w ciągu 1 miesiąca z danego produktu na podstawie popytu rocznego i Twoich prognoz) obliczony wg wzoru poniżej. Zrób to samo dla wszystkich produktów, które chcesz oferować.

Prognozowana liczba klientów w miesiącu = **popyt roczny** *(z zakładki Oferta)* / **12**

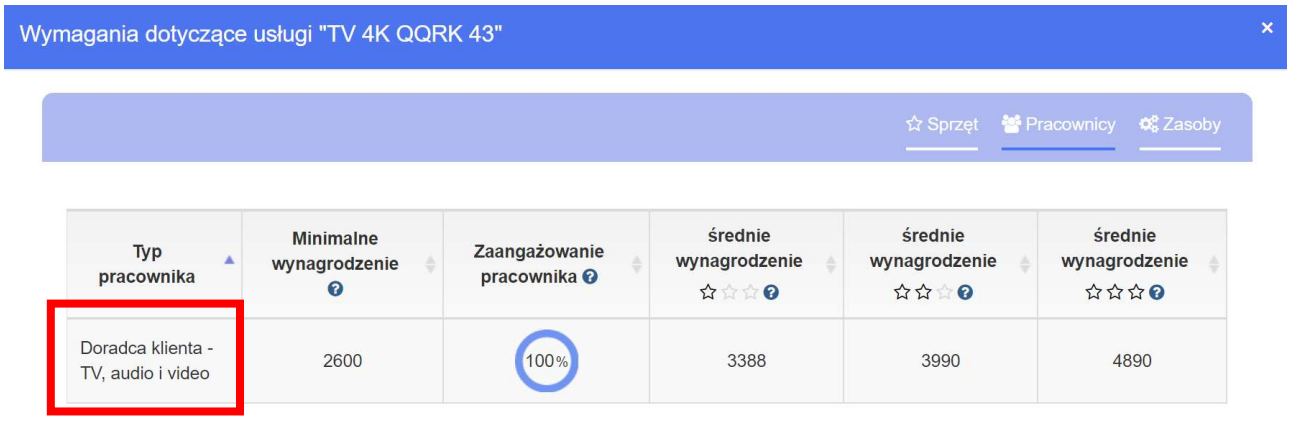
1.6. Inwestycje – Stanowiska

Każdy pracownik potrzebuje swojego miejsca do pracy. Zatrudniając nowych pracowników, pamiętaj o zapewnieniu im takiego miejsca, czyli stanowiska. Musisz je wyposażyć w sprzęty

potrzebne do sprzedaży wybranych produktów. Oprócz stanowiska dla każdego pracownika, w firmie znajduje się również stanowisko wspólne, które powinieneś wyposażyć w sprzęty, które będą rzadko wykorzystywane oraz sprzęty, którymi pracownicy mogą się dzielić.

Żeby podjąć decyzję o tym, ile potrzebujesz stanowisk musisz najpierw obliczyć ilu potrzebujesz pracowników. Pamiętaj, że dla każdego pracownika potrzebujesz jedno indywidualne stanowisko.

Rozpocznij od sprawdzenia jaki typ pracownika będzie Ci potrzebny do sprzedaży wybranych w ofercie produktów. Możesz to sprawdzić w zakładce oferta, po wejściu w więcej szczegółów każdego produktu.



Typ pracownika	Minimalne wynagrodzenie	Zaangażowanie pracownika	średnie wynagrodzenie	średnie wynagrodzenie	średnie wynagrodzenie
Doradca klienta - TV, audio i video	2600	100%	3388	3990	4890

Wiedząc już jakich pracowników potrzebujesz, musisz policzyć ilu zatrudnić. Liczba ta zależy od liczby klientów, których chcesz obsłużyć na dany produkt oraz czasu potrzebnego do obsługi 1 klienta (liczby roboczogodzin potrzebnych do sprzedaży produktu). Żeby wyliczyć potrzebną liczbę pracowników, policz liczbę roboczogodzin, która będzie Ci potrzebna do sprzedaży wszystkich zaplanowanych produktów (obsłużenia wszystkich klientów).

Liczba roboczogodzin potrzebna do sprzedaży wszystkich produktów = prognozowany popyt na produkt 1 x liczba roboczogodzin potrzebna do sprzedaży produktu 1 + prognozowany popyt na produkt 2 x liczba roboczogodzin potrzebna do sprzedaży produktu 2 + ...

Musisz również wiedzieć jaki będzie realny czas pracy Twoich pracowników, czyli inaczej ich zdolność przerobowa. Przyjmujemy, że każdy pracownik pracuje 8 godzin dziennie, średnio 20 dni w miesiącu. Stąd też miesięczna zdolność przerobowa wynosi Twoich pracowników wynosie 160 godzin (ta informacja jest również dostępna na ekranie raportu).

Liczba pracowników = liczba roboczogodzin potrzebna do sprzedaży wszystkich produktów / zdolność przerobowa pracownika

Jeśli otrzymasz jako wynik liczbę całkowitą np. 2, sprawa jest prosta – potrzebujesz 2 pracowników. Jeśli natomiast otrzymasz ułamek dziesiętny, np. 1,5 co to oznacza? Powinieneś zatrudnić 1 czy 2 pracowników? Jeśli zatrudnisz jednego, to nie sprzeda on wszystkich zaplanowanych produktów, bo zabraknie mu czasu. Jeśli zatrudnisz dwóch, to część ich czasu pracy nie zostanie wykorzystana, ale przynajmniej sprzedaż wszystkie zaplanowane produkty i nie odprawisz z kwitkiem żadnego klienta. Otrzymany wynik zaokrąglij, by zatrudnić liczbę pracowników potrzebną do sprzedaży wszystkich zaplanowanych produktów.

Przykład

Załóżmy, że planujesz oferowanie klientom następujących 3 produktów:

1. *TV 4K 60 cali dla 3 klientów miesięcznie*
2. *TV LED 40 cali dla 10 klientów miesięcznie*
3. *TV LED 50 cali dla 5 klientów miesięcznie*

Musisz sprawdzić, ile roboczogodzin trwa sprzedaż każdego z tych produktów:

1. *TV 4K 60 cali – 15 roboczogodzin (rbh)*
2. *TV LED 40 – 7 roboczogodzin (rbh)*
3. *TV LED 50 – 8 roboczogodzin (rbh)*

W sumie liczba roboczogodzin potrzebnych do sprzedaży wybranych produktów wynosi:

$$\underbrace{3 \text{ klientów} \times 15 \text{ rbh}}_{\text{TV 4K 60 cali}} + \underbrace{10 \text{ klientów} \times 7 \text{ rbh}}_{\text{TV LED 40 cali}} + \underbrace{5 \text{ klientów} \times 8 \text{ rbh}}_{\text{TV LED 50}} = \mathbf{155\ rbh}$$

W sumie potrzebujesz więc 155 roboczogodzin do sprzedaży 3 zaplanowanych produktów.

Kolejnym krokiem jest wyliczenie liczby potrzebnych pracowników. Korzystamy ze wzoru na liczbę pracowników:

155 / 160 = 0,97

Liczba mniejsza od jednego oznacza, że potrzebujemy 1 pracownika, a co za tym idzie, musimy uruchomić przynajmniej 1 stanowisko.

Żeby uruchomić nowe stanowiska przesuń przycisk 'Nie' na pozycję 'Tak' przy wybranej liczbie stanowisk, które chcesz zakupić.

Musisz kupić przynajmniej tyle stanowisk ilu pracowników planujesz zatrudnić w kolejnej rundzie.

W każdej rundzie możesz kupić dowolną liczbę stanowisk. Nie musisz ich od razu wyposażać w sprzęty, a skorzystać z nich dopiero w momencie kiedy zajdzie taka potrzeba. Do tego czasu będą stały puste. Nie będą wtedy generować żadnych dodatkowych kosztów.

Stanowiska trzeba przygotować z rundowym wyprzedzeniem. To znaczy, że jeśli chcesz mieć w następnym miesiącu dostępne stanowisko, musisz go kupić w bieżącym miesiącu.

1.7. Finanse – Bank

Twoja firma potrzebuje rachunku bankowego, z którego będziesz rozliczać wszystkie wydatki. Masz do wyboru kilka banków, których oferta różni się opłatami związanymi z prowadzeniem rachunku i oprocentowaniem lokat, pożyczek i kredytów.

Opłata za konto to miesięczny koszt prowadzenia rachunku w danym banku.

Opłata za kartę to miesięczny koszt związany z posiadaniem karty płatniczej w danym banku.

Oprocentowanie lokaty pokazuje ofertę banku związaną z inwestowaniem środków w lokaty. Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.

Oprocentowanie kredytu odnawialnego pokazuje ofertę banku związaną z udzielaniem kredytu odnawialnego (inaczej limitu debetowego) na niezaplanowane wydatki. Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.

Oprocentowanie kredytu pokazuje ofertę banku związaną z udzielaniem kredytu. Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.

Żeby wybrać bank przesuń przycisk ‘Nie’ na pozycję ‘Tak’ pod wybranym bankiem. Możesz wybrać tylko jeden bank. W kolejnych rundach będziesz mógł zmieniać bank.

1.8. Finanse – Biuro rachunkowe

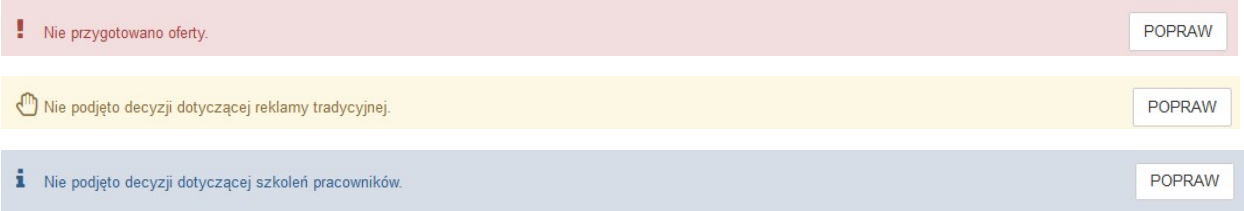
Do prowadzenia księgowości swojej firmy zatrudniasz biuro rachunkowe. Zajmie się ono księgowaniem wszystkich faktur, przygotowaniem umów i rachunków dla Twoich pracowników, a także prowadzeniem księgi przychodów i rozchodów. Wybierając biuro rachunkowe zwróć uwagę na koszty, jakie będziesz ponosić. Zwykle opłata w biurze rachunkowym składa się ze stałej opłaty abonamentowej oraz opłaty uzależnionej od liczby dokumentów, które będą zaksięgowane przez biuro. Znając mniej więcej liczbę dokumentów (faktur, rachunków itp.) możesz zaprognozować koszty związane z funkcjonowaniem firmy i wybrać najlepsze.

Poszczególne pakiety oznaczają liczbę dokumentów do zaksięgowania miesięcznie przez biuro rachunkowe. Jeden dokument to przykładowo jedna faktura od dostawcy, wynagrodzenie pracownika czy raport sprzedaży konkretnego produktu (sprzedaż indywidualnemu klientowi nie jest osobnym dokumentem, tylko przychody z każdego produktu księgowane są zbiorczo jako jeden dokument).

Żeby wybrać biuro rachunkowe przesuń przycisk ‘Nie’ na pozycję ‘Tak’ pod wybranym biurem. Możesz wybrać tylko jedno biuro. W każdej rundzie możesz zmienić decyzję i wybrać inną ofertę.

1.9. Lista błędów

Lista błędów pomoże Ci sprawdzić, czy zostały podjęte wszystkie najważniejsze decyzje. Możesz tam znaleźć 3 kategorie ostrzeżeń oznaczone kolorami od czerwonego do niebieskiego.



Czerwone oznaczają najpoważniejsze braki, a pomarańczowe i niebieskie są informacyjne i ich zadaniem jest zwrócić Twoją uwagę czy na pewno zostały podjęte wszystkie decyzje oraz czy podane wielkości są prawidłowe.

Żeby sprawdzić lub poprawić decyzje wskazane w ostrzeżeniach na liście błędów, skorzystaj z przycisku ‘Popraw’ po prawej stronie komunikatu lub przejdź do odpowiedniej zakładki w górnym menu.

1.10. Wyślij decyzje

Naciśnięcie przycisku „Wyślij decyzje” powoduje przesłanie informacji do instruktora symulacji, że Ty jako gracz zrobiłeś wszystkie decyzje w danej rundzie i jesteś gotowy na to, aby gra została przeniesiona do kolejnej rundy. Istnieje możliwość powrócenia do gry w wyznaczonym czasie przez instruktora za pomocą przycisku „Powrót do gry”.

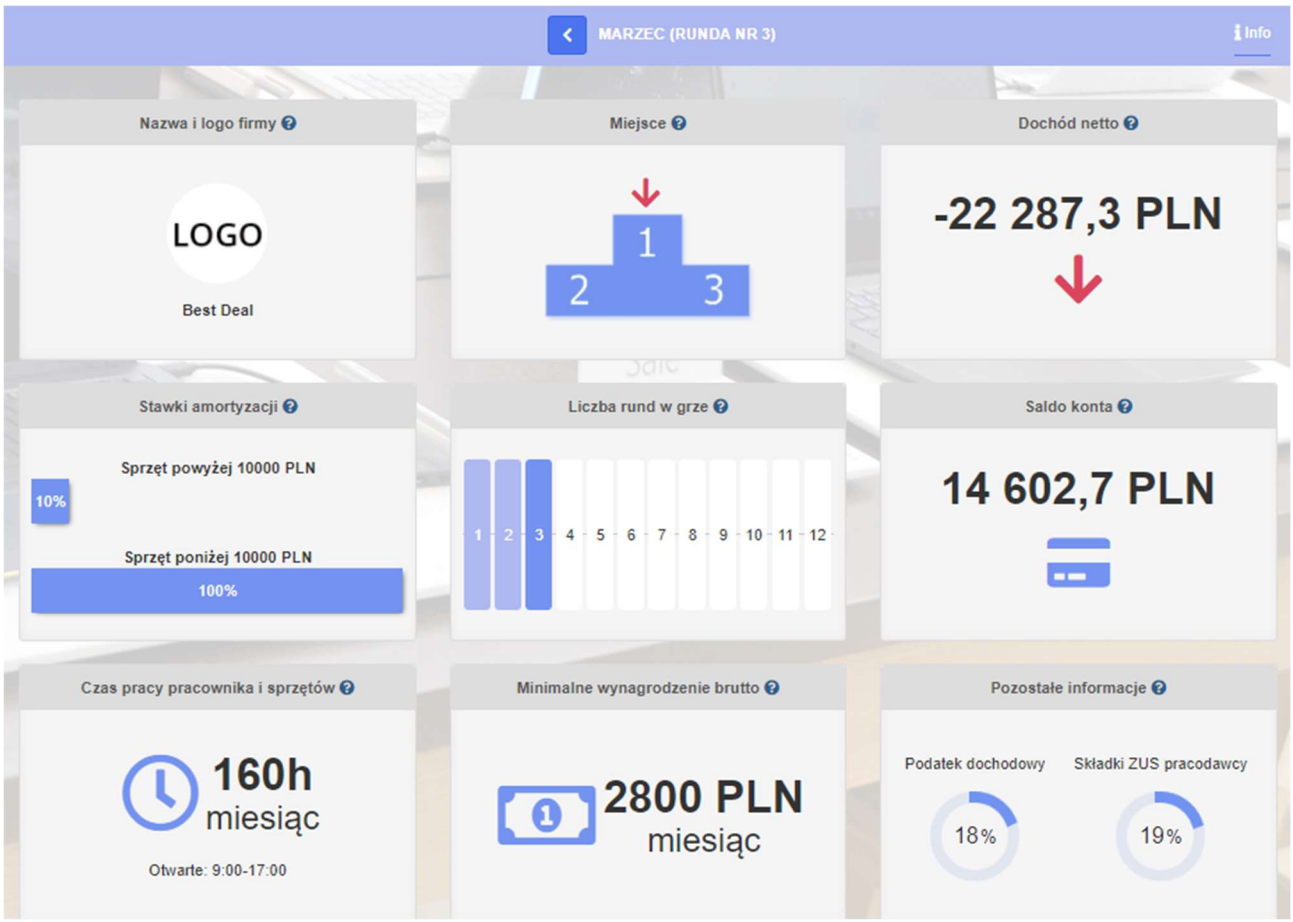
2. RUNDA 2 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ

W pierwszej rundzie podjąłeś już decyzję dot. wstępnej oferty tj. zestawu produktów, które chcesz zaproponować swoim klientom. W rundzie 2 należy zapewnić wszystkie wymagane zasoby, sprzęty i pracowników potrzebne do sprzedaży wybranych produktów. W rundzie 2 pojawiają się nowe elementy w postaci – Inwestycje-sprzęt, HR-zatrudnienie, Dostawcy oraz Sprzedaż.

2.1. Raport

Na początku każdej rundy otrzymasz podsumowanie w postaci raportu, w którym pokazane są najważniejsze wyniki z poprzedniej rundy oraz przypomnienie istotnych stawek:

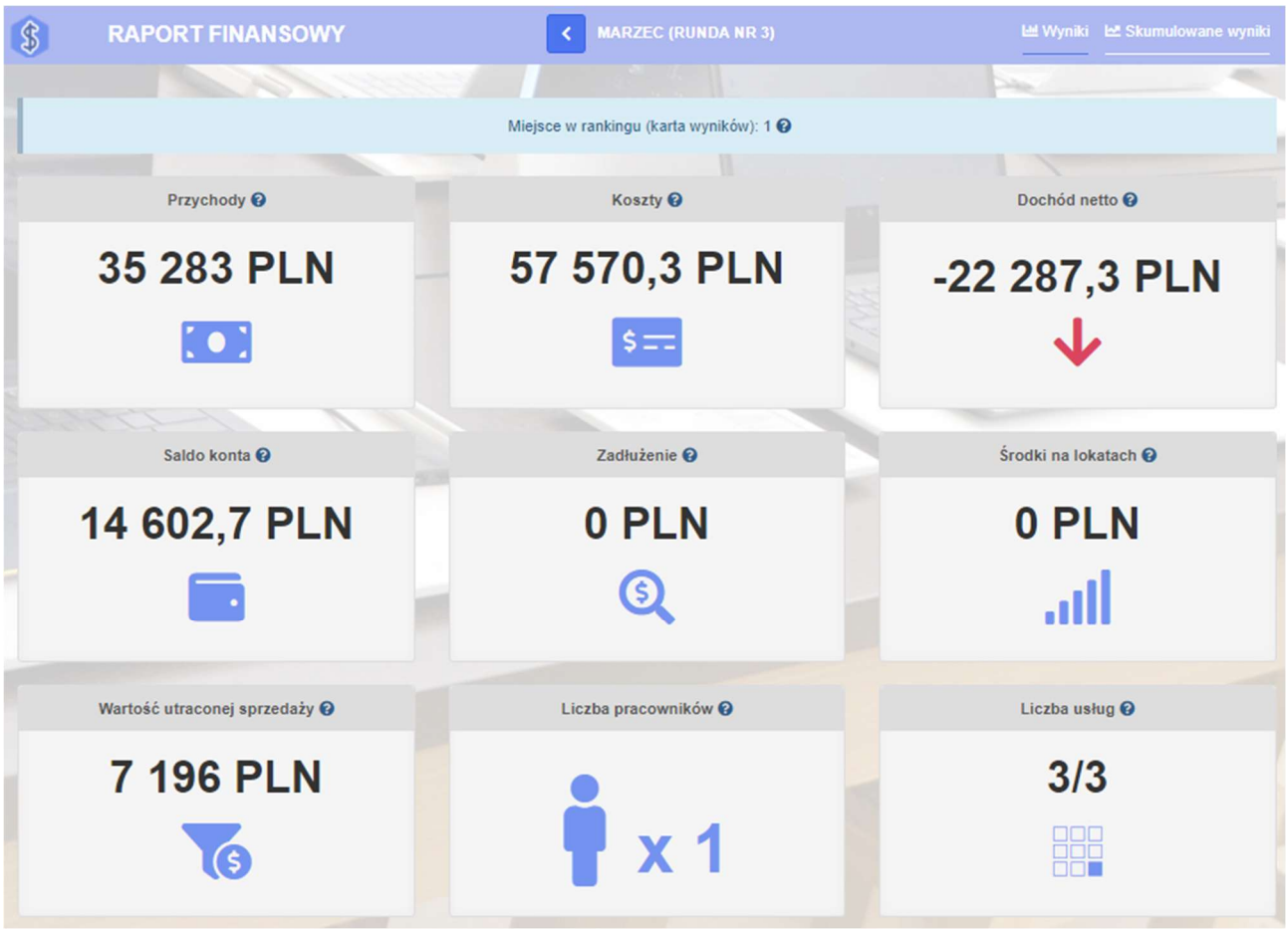
- dochód – wynik finansowy z poprzedniego miesiąca,
- saldo konta – bieżąca wartość gotówki na rachunku bankowym,
- miejsce w rankingu – miejsce w karcie wyników w ostatniej rundzie,
- stawki amortyzacji – wysokość stawek dla sprzętów w zależności od ich wartości,
- liczba rund w grze – bieżąca runda oraz liczba wszystkich rund w grze,
- liczba pracowników – liczba pracowników zatrudnionych w Twojej firmie w poprzedniej rundzie,
- czas pracy pracowników i sprzętu – realny czas pracy pracowników i sprzętu w miesiącu, który masz do dyspozycji (w roboczogodzinach),
- minimalna płaca – minimalna kwota jaką musisz płacić swoim pracownikom,
- pozostałe informacje – stawka podatku dochodowego oraz wysokość składek ZUS pracodawcy, płaconych od wynagrodzenia brutto pracowników.



Możesz w dowolnej chwili wrócić do raportu klikając na logo gry w lewym rogu górnego menu.

2.2. Finanse – Raport finansowy

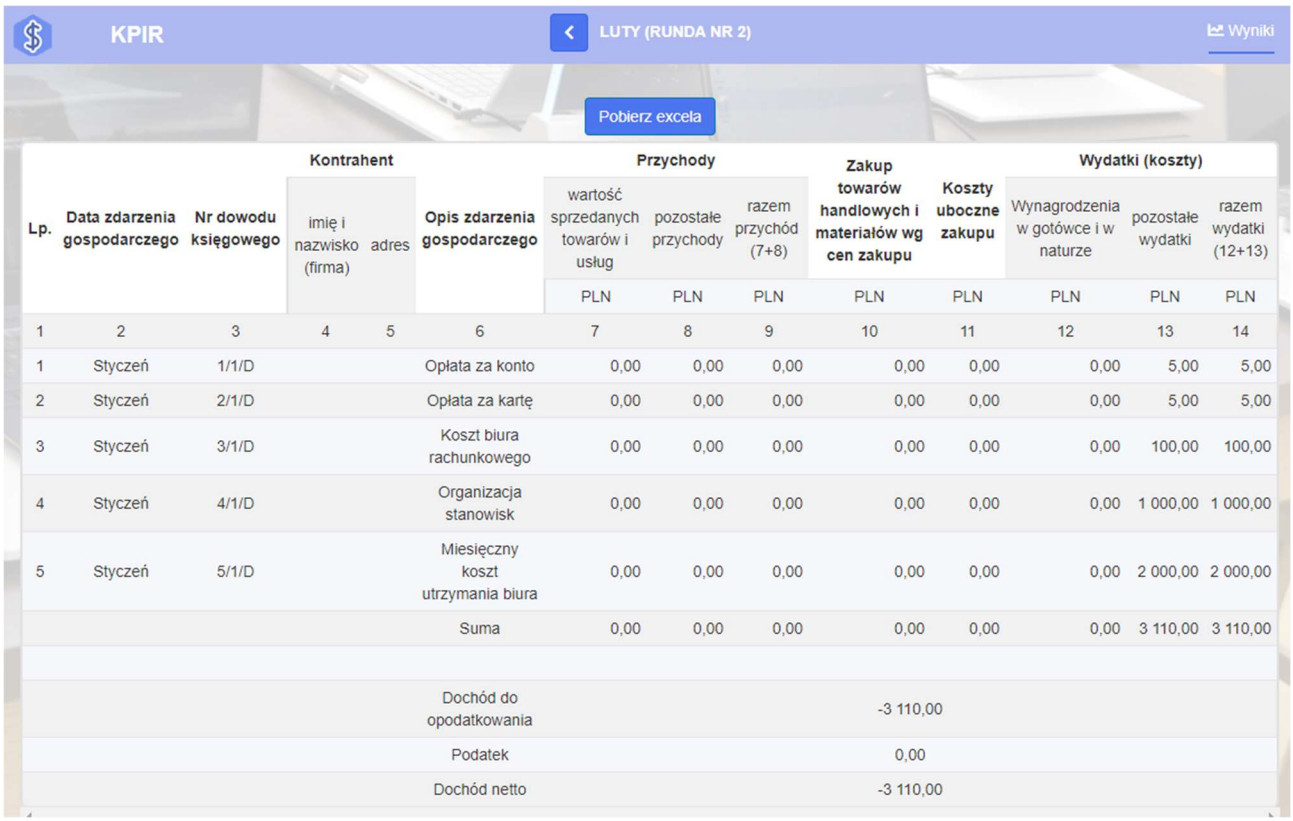
Po każdej rundzie otrzymasz podsumowanie kluczowych wyników w postaci raportu finansowego. Do dyspozycji masz 2 zakładki – wyniki (ze poprzednią rundę) oraz skumulowane wyniki (wszystkie dotychczas rozegrane rundy.



2.3. Finanse - Księga przychodów i rozchodów (KPiR) / Wyniki

Podatkowa księga przychodów i rozchodów jest dokumentem służącym do ewidencji operacji gospodarczych w firmie. Ewidencjonuje się w niej wszelkiego rodzaju przychody oraz wydatki związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Po zakończeniu każdej rundy otrzymasz wypełnioną księgę przychodów i rozchodów za zakończony miesiąc. Pozwoli Ci ona na analizę najważniejszych kwestii finansowych – przychodów, kosztów i wyniku finansowego.



KPIR | LUTY (RUNDA NR 2) | Wyniki

Pobierz excela

Lp.	Data zdarzenia gospodarczego	Nr dowodu księgowego	Kontrahent		Opis zdarzenia gospodarczego	Przychody			Zakup towarów handlowych i materiałów wg cen zakupu	Koszty uboczne zakupu	Wydatki (koszty)		
			imię i nazwisko (firma)	adres		wartość sprzedanych towarów i usług	pozostałe przychody	razem przychód (7+8)			Wynagrodzenia w gotówce i w naturze	pozostałe wydatki	razem wydatki (12+13)
						PLN	PLN	PLN	PLN	PLN	PLN	PLN	PLN
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Styczeń	1/1/D			Opłata za konto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00	5,00
2	Styczeń	2/1/D			Opłata za kartę	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00	5,00
3	Styczeń	3/1/D			Koszt biura rachunkowego	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00
4	Styczeń	4/1/D			Organizacja stanowisk	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	1 000,00
5	Styczeń	5/1/D			Miesięczny koszt utrzymania biura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00
					Suma	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 110,00	3 110,00
					Dochód do opodatkowania				-3 110,00				
					Podatek				0,00				
					Dochód netto				-3 110,00				

Pamiętaj, przychody to wszystkie środki pieniężne, które otrzymujesz od swoich klientów za sprzedane produkty. Do przychodów będą również wliczane środki ze sprzedaży posiadanych sprzętów lub udogodnień.

Twoje koszty to przede wszystkim koszt zakupionych zasobów, wynagrodzeń pracowników, utrzymania wyposażenia oraz udogodnień.

Po odjęciu kosztów od przychodów otrzymujesz wynik finansowy za ostatni miesiąc. Jeśli będzie on dodatni, mamy do czynienia z zyskiem, wynik ujemny to strata.

2.4. Finanse – Bank / Wyniki

W zakładce Bank możesz również sprawdzić swoje finanse i zobaczyć jak zmieniał się stan Twojego konta po poszczególnych operacjach. Będą tutaj widoczne szczegółowe informacje dot. wszystkich przychodów za poszczególne produkty oraz wszystkich kosztów.

2.5. Inwestycje – Stanowiska / Wyniki

W zakładce Inwestycje–stanowiska, po przejściu do karty z wynikami, możesz sprawdzić rezultaty decyzji wszystkich zespołów dot. zakupu stanowisk.

2.6. Nowe decyzje

W rundzie 2 rozpoczynasz sprzedaż swoich produktów. Przygotuj wszystkie potrzebne sprzęty i zasoby oraz zatrudnij pracowników w ilości odpowiedniej, żeby obsłużyć zaprognozowany popyt. Podejmuj decyzje po kolei zgodnie z ich pozycją w menu od lewej do prawej strony.

Celem rundy 2 jest przygotowanie produktów do sprzedaży. Twoje oferta jest gotowa w momencie, gdy wszystkie produkty, które zostały zaznaczone do sprzedaży w zakładce Oferta znajdują się w zakładce Sprzedaż, zostały włączone i została dla nich ustalona cena.

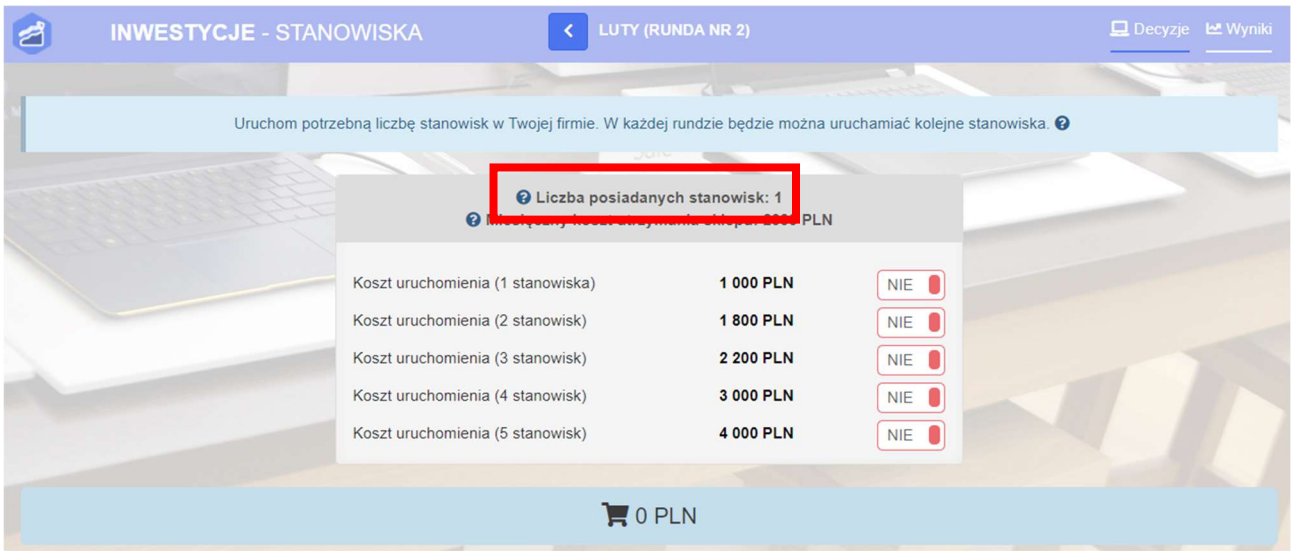
2.7. Oferta

W rundzie 1 została już przygotowana prognoza popytu na luty, więc sprawdź tylko czy są włączone wszystkie produkty, które chciałeś oferować klientom i czy jest dla nich wprowadzona prognoza popytu.

W rundzie 2 możesz sprzedawać tylko 3 pierwsze produkty. Kolejne produkty będzie można dodawać dopiero w kolejnych rundach.

2.8. Inwestycje - Stanowiska

W zakładce ‘Stanowiska’ znajdziesz informację na temat liczby obecnie posiadanych stanowisk i będziesz mógł dokupić kolejne. Liczba posiadanych stanowisk pokazana jest obrazkowo w zakładce Stanowiska.

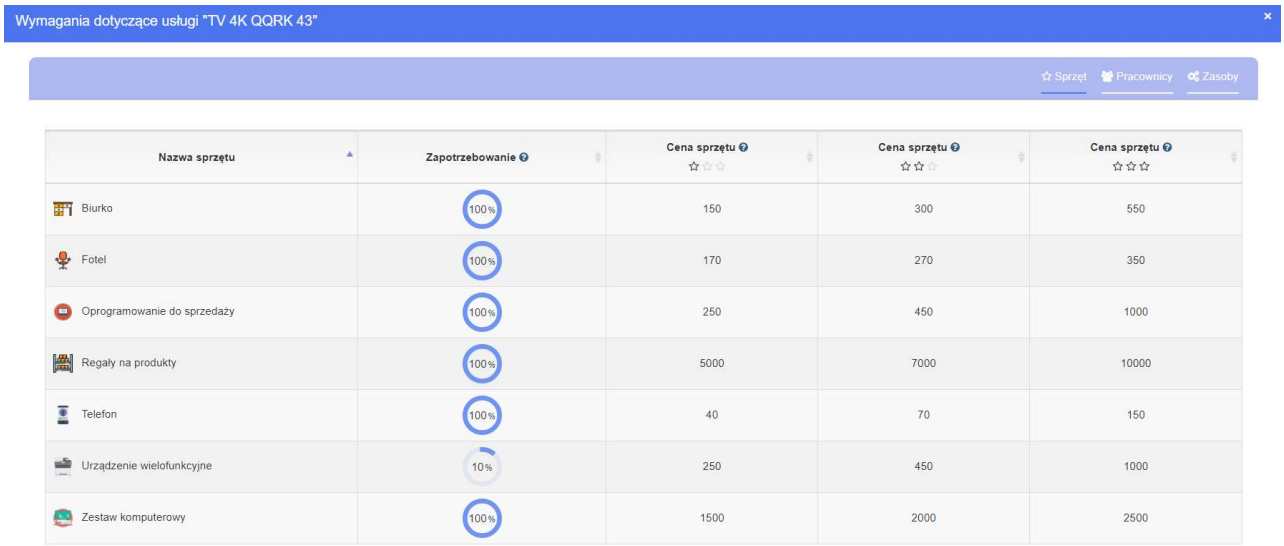


Jeżeli potrzebujesz dokupić stanowiska, wybierz liczbę nowych stanowisk które chcesz uruchomić. Pamiętaj, że stanowiska kupione w poprzednich rundach są cały czas dostępne i uruchamiasz tylko dodatkowe stanowiska.

Przygotowanie stanowiska trwa 1 rundę (miesiąc), dlatego musisz pamiętać, żeby przygotowywać je z wyprzedzeniem. Przykładowo, kupując stanowisko w lutym dopiero w marcu będzie można zatrudnić pracownika i kupić sprzęty.

2.9. Inwestycje - Sprzęt

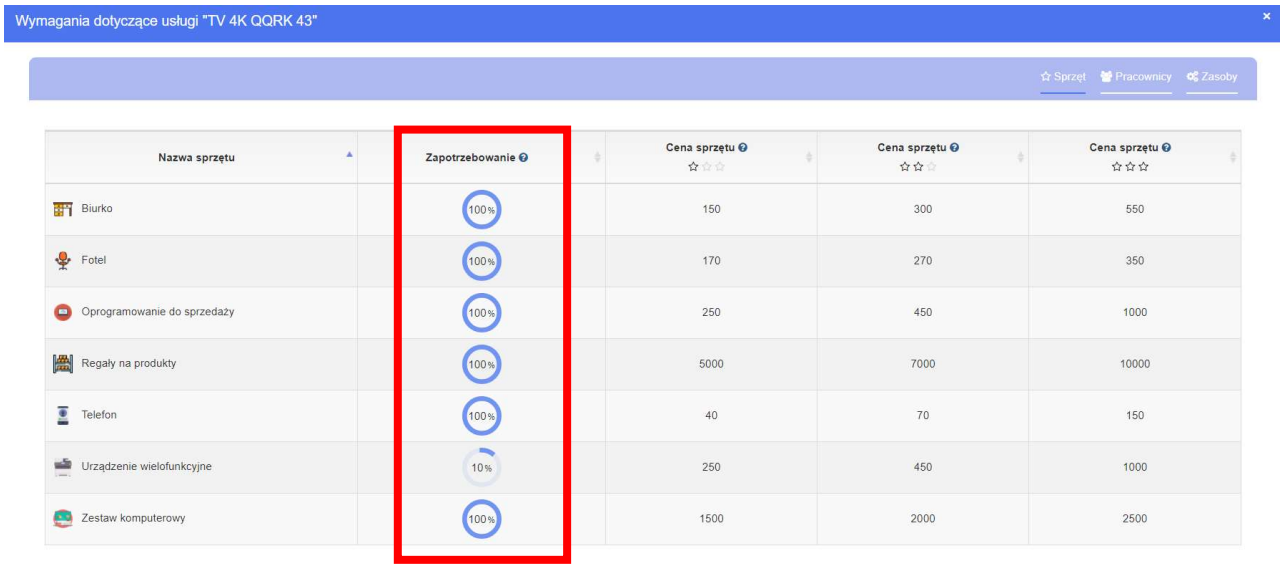
Po przygotowaniu stanowisk, trzeba je odpowiednio wyposażyć. To, jakie sprzęty musisz kupić zależy od tego, jakie produkty chcesz oferować klientom. Sprawdź w zakładce oferta więcej szczegółów dot. każdego produktu, który chcesz oferować swoim klientom, żeby znaleźć listę niezbędnych sprzętów.



Nazwa sprzętu	Zapotrzebowanie	Cena sprzętu	Cena sprzętu	Cena sprzętu
Biurko	100%	150	300	550
Fotel	100%	170	270	350
Oprogramowanie do sprzedaży	100%	250	450	1000
Regały na produkty	100%	5000	7000	10000
Telefon	100%	40	70	150
Urządzenie wielofunkcyjne	10%	250	450	1000
Zestaw komputerowy	100%	1500	2000	2500

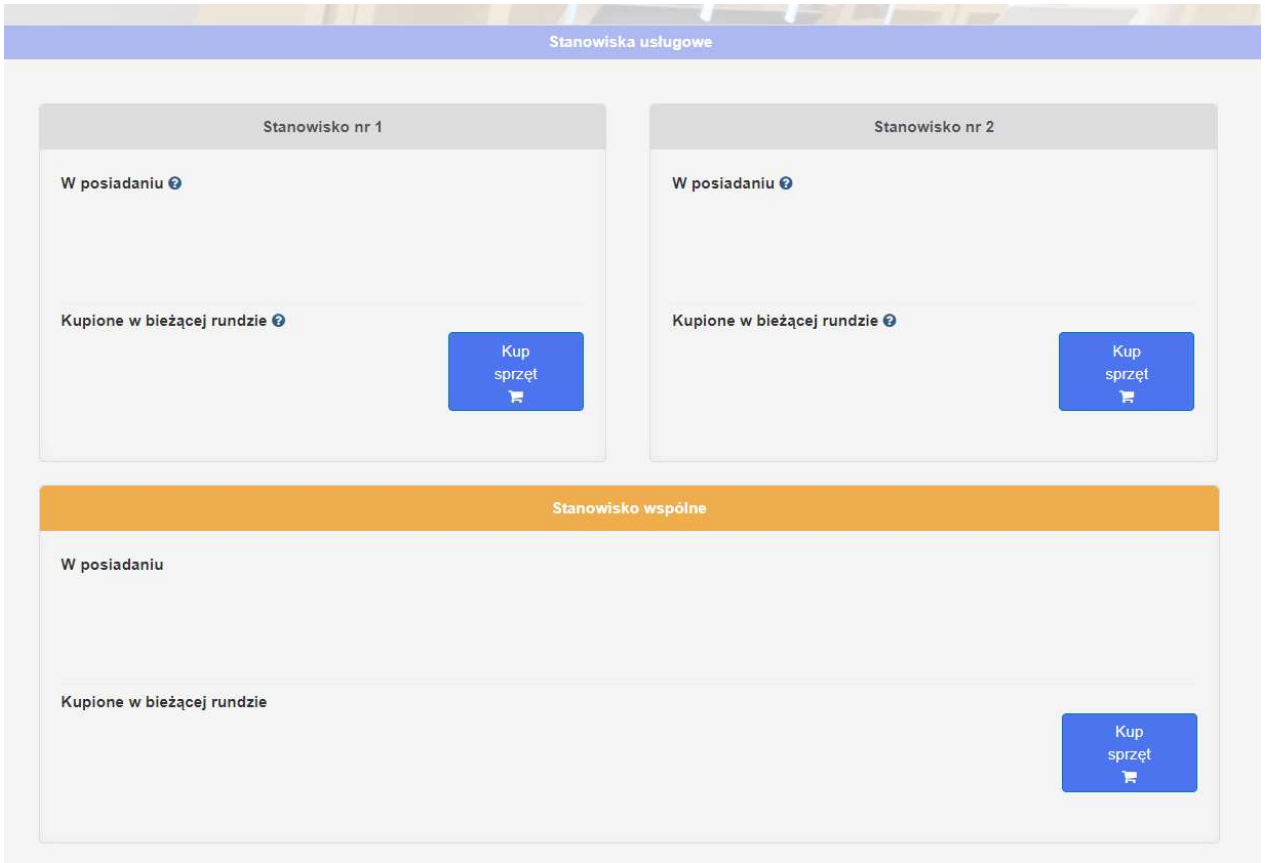
Pamiętaj, że zakładka oferta pokazuje jedynie wymagania, a faktyczne zakupy sprzętów zrobisz w zakładce Inwestycje – sprzęt.

Liczba sprzętów, jakie musisz kupić, zależy od zapotrzebowania, to znaczy czasu przez jaki dany sprzęt jest wykorzystywany.



Nazwa sprzętu	Zapotrzebowanie	Cena sprzętu	Cena sprzętu	Cena sprzętu
Biurko	100%	150	300	550
Fotel	100%	170	270	350
Oprogramowanie do sprzedaży	100%	250	450	1000
Regały na produkty	100%	5000	7000	10000
Telefon	100%	40	70	150
Urządzenie wielofunkcyjne	10%	250	450	1000
Zestaw komputerowy	100%	1500	2000	2500

Zwróć uwagę, że w przypadku niektórych produktów zapotrzebowanie na część sprzętów wynosi 100%, a innych jest mniejsze. Oznacza to, że dany sprzęt nie będzie pracownikowi potrzebny przez cały czas obsługi klienta, a jedynie przez jego część. Kupując takie sprzęty policz ile ich potrzebujesz (każdy pracownik nie musi posiadać swojego) i umieść je na **stanowisku wspólnym**, by pracownicy mogli się nim dzielić.



W zakładce Inwestycje-sprzęt wybierz stanowisko, które chcesz zaopatrzyć, a następnie kup niezbędne sprzęty wybierając ich jakość.

Stanowisko wspólne tworzone jest automatycznie, nie musisz go uruchamiać. Pamiętaj, że należy umieścić w nim sprzęty o zapotrzebowaniu mniejszym niż 100%, żeby pracownicy mogli się nimi dzielić.

Na stanowisko wspólne nie można zatrudniać pracowników.

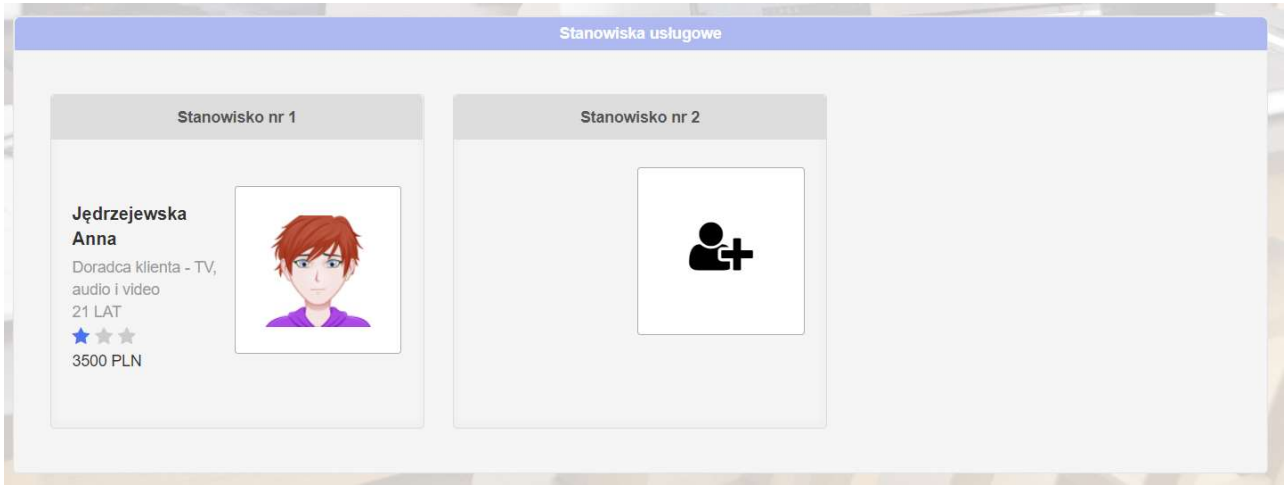
Jakość sprzętu wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników.

Dodaj sprzęt tylko do tych stanowisk, na które będziesz zatrudniać pracowników. Jeśli uruchomiłeś więcej stanowisk z myślą o przyszłym zatrudnieniu, pozostaw je puste, aż do chwili, kiedy będziesz rekrutować kolejnych pracowników.

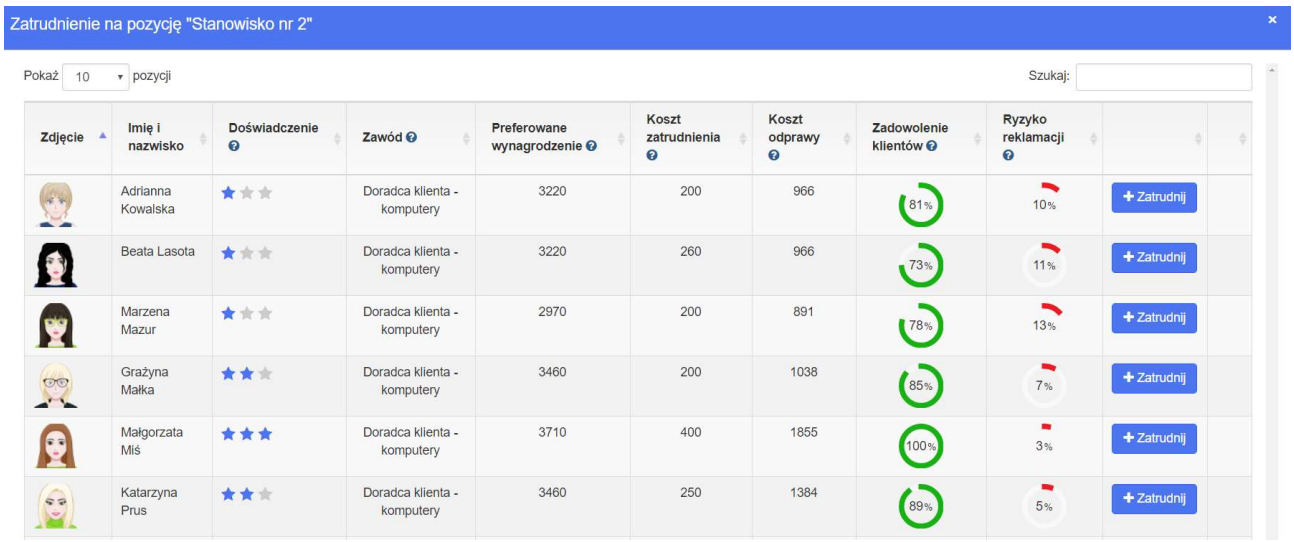
2.10. HR - Zatrudnienie

Czas zająć się sprawami związanymi z naszymi pracownikami, czyli tzw. HR (z ang. *human resources,* czyli zasoby ludzkie). Decyzje w tym zakresie dotyczą przede wszystkim zatrudnienia pracowników, a następnie dbania o ich rozwój i dobre warunki pracy. Swoich pracowników możesz wysyłać na szkolenia, żeby na bieżąco uzupełniali swoją wiedzę dot. nowych rozwiązań technicznych w zakresie oferowanych produktów. Możesz również inwestować w udogodnienia, które sprawią, że ich praca będzie przyjemniejsza i mniej uciążliwa. Odpowiednie dbanie o pracowników sprawi, że będą oni zadowoleni, a przez to będą chętnie i dobrze wykonywać swoją pracę, co z kolei spowoduje, że klienci będą bardziej zadowoleni i wrócą do Ciebie kolejny raz. Oczywiście zarządzanie personelem to nie tylko zatrudnianie, ale może się również zdarzyć, że trzeba będzie zwolnić pracownika, ponieważ nie będzie dla niego wystarczająco pracy.

Żeby zatrudnić pracownika, musisz mieć dla niego przygotowane stanowisko. Jeśli wcześniej zakupiłeś stanowisko, będzie ono w zakładce HR – zatrudnienie pokazane jako puste, do którego możesz przydzielić nowego pracownika.



Po wybraniu ikony dodaj pracownika na wybranym stanowisku, pojawi się lista kandydatów gotowych podjąć pracę u Ciebie.



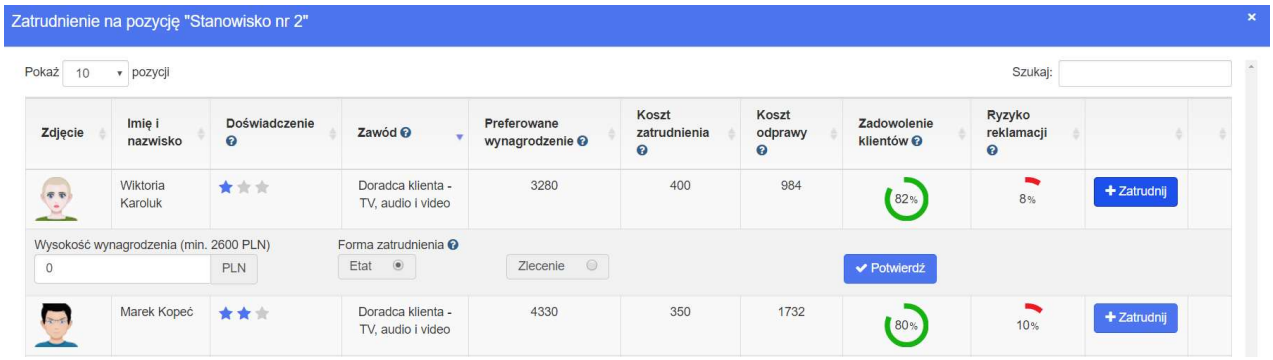
O kandydatach możesz się dowiedzieć następujących rzeczy:

- **imię i nazwisko**
- **poziom doświadczenia** – gwiazdki oznaczają poziom doświadczeni (★☆☆ - młodszy specjalista, ★★☆ - specjalista, ★★★ starszy specjalista)
- **zawód**
- **preferowane wynagrodzenie** – poziom wynagrodzenia, które dany pracownik chciałby otrzymywać. Nie jest to kwota wiążąca – pracownik zgodzi się pracować zarówno za wyższą, jak i niższą kwotę. Odchylenie od preferowanego wynagrodzenia będzie miało wpływ na zadowolenie pracownika – jeśli zapłacimy mu więcej, będzie bardziej zadowolony i odwrotnie.
- **koszt zatrudnienia** – jednorazowy koszt związany z poszukiwaniem i zatrudnieniem danego pracownika (za umieszczenie ogłoszenia, przeprowadzenie rozmów kwalifikacyjnych itp.).
- **koszt odprawy** – jednorazowy koszt, który musisz ponieść, jeśli zdecydujesz się zwolnić danego pracownika, wynikający m.in. z konieczności wypłaty odprawy czy ekwiwalentu za zaległy urlop.
- **zadowolenie klientów** – procent klientów w poprzednim miejscu pracy, który był zadowolony z obsługi przez danego pracownika. Im wyższy poziom, tym lepiej.
- **ryzyko reklamacji** – prawdopodobieństwo wadliwego wykonania usługi przez pracownika. Im mniejszy odsetek, tym dany pracownik lepiej wykonuje swoje obowiązki i mniejsze prawdopodobieństwo tego, że usługa zostanie źle wykonana i klient wróci z reklamacją.

Możesz zatrudnić pracowników na postawie umowy o pracę lub umowy zlecenie. Pracownicy preferują umowę o pracę, ponieważ daje ona stałość zatrudnienia i przywileje pracownicze opisane w Kodeksie pracy w postaci np. określonego urlopu. Z punktu widzenia pracodawcy, umowa o pracę oznacza wyższe koszty, ponieważ musi zapłacić dodatkowo składki pracodawcy w wysokości 19% ustalonego wynagrodzenia.

Po wybraniu pracownika, którego chcesz zatrudnić kliknij przycisk ‘Więcej’ w kolumnie ‘Akcja’. Podaj wynagrodzenie jakie proponujesz pracownikowi. Pamiętaj, że nie możesz płacić mniej niż

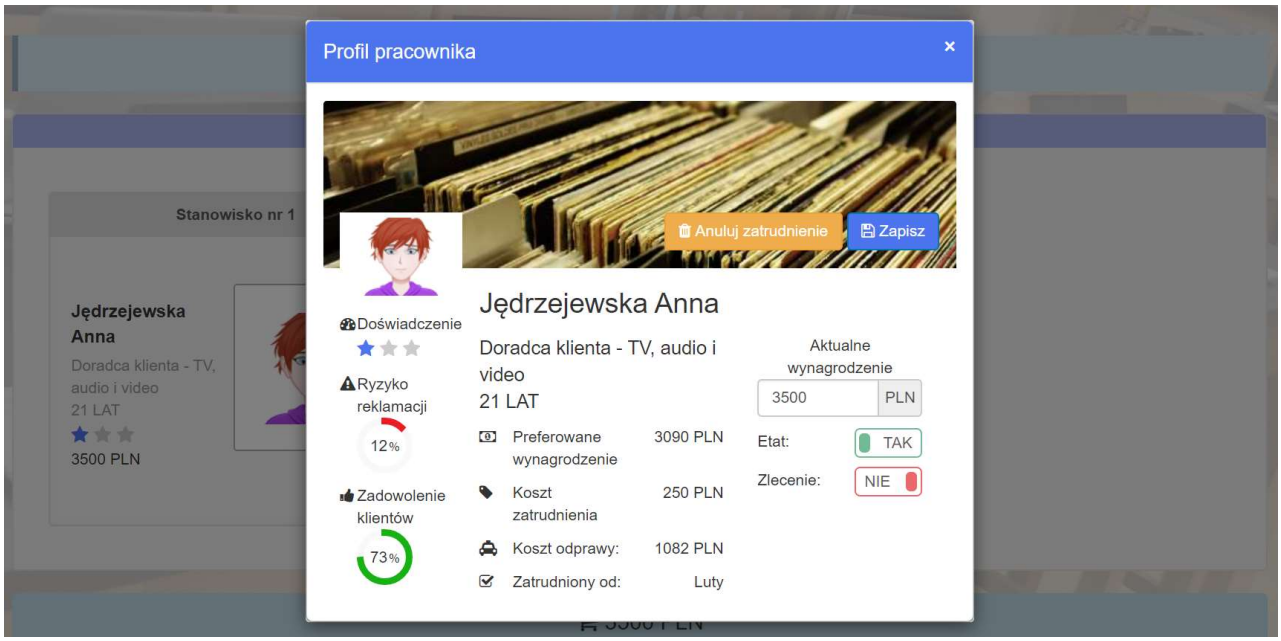
minimalne wynagrodzenie. Zaznacz również czy pracownik ma być zatrudniony na etat czy na zlecenie. Na koniec zatwierdź przyciskiem ‘Zatrudnij’.



Wynagrodzenie, które podajesz, to wynagrodzenie brutto, czyli zawierające kwotę netto, którą pracownik otrzymuje na konto oraz składki ZUS i podatki płacone przez pracownika. Oprócz tego jako pracodawca od każdej umowy o pracę (etat) musisz zapłacić 19% składek pracodawcy przez co realnie kwota, którą wydasz na zatrudnienie pracownika, będzie o tyle wyższa od kwoty, którą podajesz przy zatrudnieniu.

Wynagrodzenie pracownika, a także forma zatrudnienia wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników. W kolejnych miesiącach będzie również brane pod uwagę to, czy dajesz pracownikom premie oraz jak zmienia się liczba pracowników w Twojej firmie (czy zwalniasz czy zatrudniasz pracowników). Dodatkowo, poziom doświadczenia pracownika wpływa na zadowolenie klientów.

W kolejnych miesiącach, gdy będziesz już mieć zatrudnionych pracowników, możesz modyfikować ich warunki finansowe. Żeby wprowadzić zmiany, wybierz profil wybranego pracownika klikając na jego zdjęcie w zakładce HR – zatrudnienie.



W profilu pracownika można sprawdzić informacje o pracowniku: poziom doświadczenia, ryzyko reklamacji, zadowolenie klientów, preferowane wynagrodzenie, koszty zatrudnienia i odprawy,

datę zatrudnienia, a także wprowadzić zmiany. W każdej rundzie możesz zmienić miesięczne wynagrodzenie pracownika i jego formę zatrudnienia (z etatu na zlecenie i odwrotnie). Możesz również zdecydować o przyznaniu pracownikowi w danym miesiącu premii. Podana przez Ciebie premia zostanie wypłacona pracownikowi jednorazowo w tym miesiącu.

2.11. Dostawcy

Do sprzedaży produktów potrzebujesz odpowiednich zasobów. Możesz je zamówić od kilku dostawców. Listę dostępnych firm oferujących potrzebne Ci zasoby znajdziesz w zakładce Dostawcy. W kolejnych rundach będziesz mieć do dyspozycji coraz więcej dostawców. Każdy z nich oferuje inną cenę za zasoby, więc musisz dobrze przeanalizować od kogo najbardziej opłaca się zamawiać. Dodatkowo, dostawcy oferują zasoby różnej jakości (podstawowa (☆), standard (☆ ☆) i premium (☆ ☆ ☆). Jakość zasobów wpływa na jakość Twoich usług dla klienta. Im wyższa jakość zasobów, tym większe zadowolenie Twoich klientów.

Nie musisz wybierać jednego dostawcy. Możesz dowolnie konfigurować swoje zamówienie u wszystkich dostawców, by uzyskać najlepsze warunki zakupu.

Ilość zasobów, których potrzebujesz zależy od tego ilu klientów planujesz obsłużyć. Aby wyliczyć liczbę zasobów do zamówienia należy pomnożyć liczbę klientów na dany produkt przez zapotrzebowanie na zasoby dla tego produktu.

liczba zasobów do zamówienia	=	**prognozowany popyt** *(z zakładki Oferta)*	x	**zapotrzebowanie na zasoby** *(z zakładki Oferta / Więcej szczegółów)*

Przykład

*Weźmy produkt **TV LED 40 cali**.*

Załóżmy, że Twoja prognoza popytu na ten produkt wynosi 10, co oznacza, że spodziewasz się w danym miesiącu 10 klientów, którzy będą chcieli kupić ten produkt. W zakładce Oferta można sprawdzić jakich zasobów potrzebujesz, żeby sprzedać ten produkt. Potrzebujesz tylko 1 zasobu, czyli dokładnie tego modelu telewizora.

Nasze zapotrzebowanie na zasoby wynosi więc:

- *TV LED 40 cali – 10 klientów x 1 telewizor TV LED 40 cali = **10 sztuk.** U dostawcy możesz kupić ten produkt w opakowaniach po 3 sztuki, więc żeby obsłużyć 10 klientów musisz kupić 4 opakowania.*

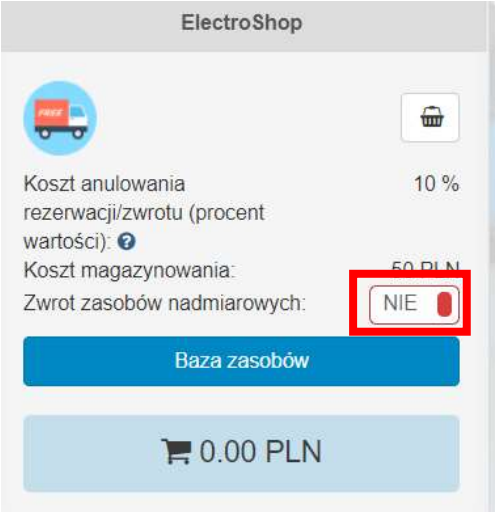
W ten sposób musisz przeliczyć zapotrzebowanie na zasoby do wszystkich produktów, które masz w ofercie.

Żeby zamówić potrzebne Ci zasoby, w zakładce Dostawcy wybierz bazę zasobów wybranego dostawcy, a następnie wybierz po kolei potrzebne zasoby

dodając ich liczbę. Możesz kupić wszystkie zasoby od jednego dostawcy lub kupować różne zasoby do różnych dostawców.

Jakość zasobów wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

Jeśli okaże się, że do Ciebie przyjdzie mniej klientów, niż zakładałeś, nie będą Ci potrzebne wszystkie zamówione zasoby. W tym przypadku musisz zadecydować co zrobić z niewykorzystanymi zasobami:



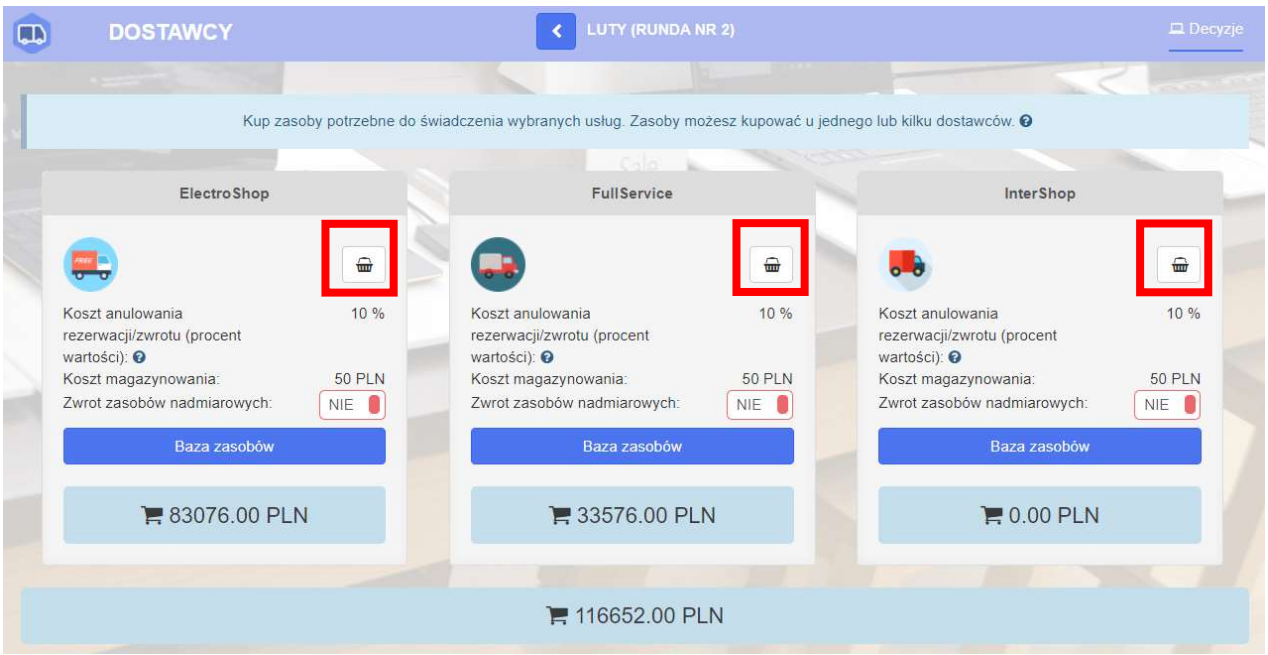
- możesz je zostawić w magazynie (przycisk w pozycji 'Nie'). Będziesz je wtedy mógł wykorzystać w kolejnym miesiącu. Jakie są wady i zalety takiego rozwiązania? Kupujesz dzisiaj po ustalonej cenie, a nie wiadomo czy ceny nie zmienią się w przyszłości (mogą zarówno spaść jak i wzrosnąć). Niestety, trzymanie zasobów na magazynie powoduje „zamrożenie" Twojej gotówki, którą mógłbyś wykorzystać na inwestycje lub bieżącą działalność. Magazynowanie zasobów wymaga poniesienia kosztów w wysokości 50 zł od każdego dostawcy.

lub

- możesz również zdecydować, że niewykorzystane zasoby zostaną zwrócone do dostawcy (przycisk w pozycji 'Tak'). W tym przypadku będziesz musiał ponieść koszty zwrotu. Koszt anulowania rezerwacji to 10% wartości zasobów, których nie będziesz wykorzystywać. Wynika to z konieczności spakowanie i odesłania zasobów do dostawcy (obliczane jako określony procent wartości zwracanego towaru), jednak nie „zamrażamy" gotówki i możemy nią spokojnie dysponować.

Pamiętaj, że do dostawcy możesz zwrócić jedynie niezużyte opakowania zbiorcze. Jeśli w opakowaniu było 5 sztuk produktu i 1 został sprzedany, pozostałe 4 pozostaną na magazynie. Wszystkie rozpoczęte opakowania zostaną automatycznie zmagazynowane.

Po wybraniu wszystkich zasobów, które chcesz zamówić, możesz sprawdzić swoje zamówienie. W okienku każdego dostawcy jest dostępna informacja na temat kwoty złożonego zamówienia. Klikając w symbol koszyka przy dostawcy, u którego zostały zamówione zasoby możesz również sprawdzić swoje zamówienie i je modyfikować.



Po wejściu w koszyk możesz dowolnie modyfikować swoje zamówienie – usuwać niepotrzebnie zamówione zasoby i zmieniać liczbę zasobów do kupienia.

2.12. Sprzedaż

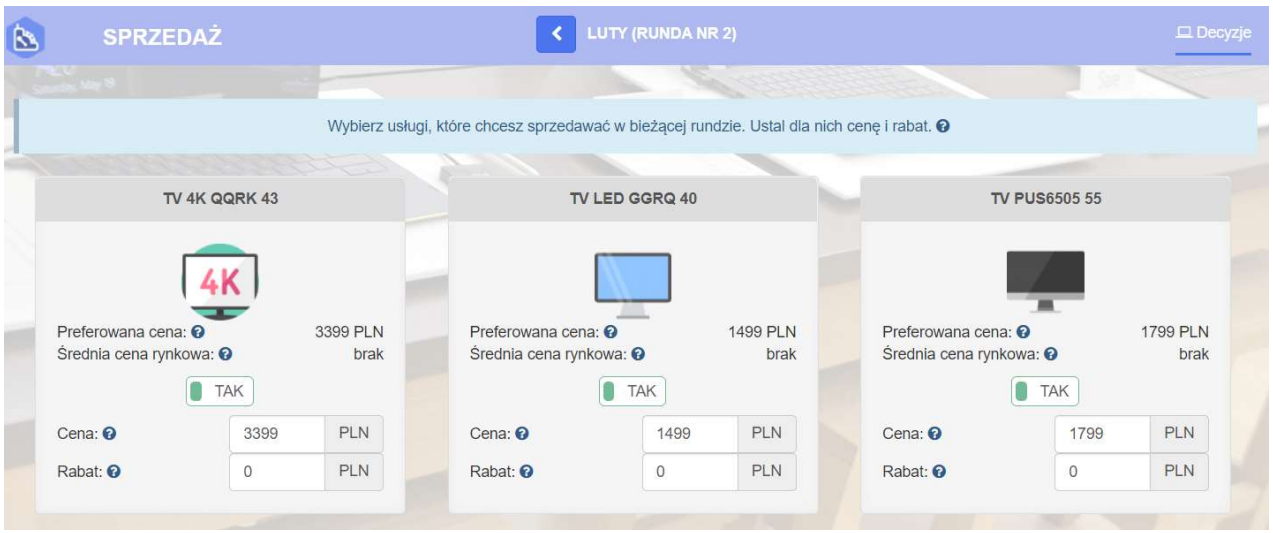
Podsumujmy ofertę jaką przygotowałeś dla swoich klientów. W zakładce Sprzedaż znajdziesz produkty, które są gotowe do sprzedaży w danym miesiącu.

Żeby produkt pojawił się w zakładce Sprzedaż, muszą być spełnione wszystkie wymagania opisane w zakładce Oferta pod przyciskiem „Więcej szczegółów":

1. produkt został zaznaczony do sprzedaży w zakładce Oferta,
2. posiadasz odpowiednie sprzęty,
3. posiadasz odpowiednich pracowników,
4. posiadasz odpowiednie zasoby.

Jeśli chciałeś sprzedawać dany produkt (zaznaczyłeś go w zakładce Oferta), a nie ma go w zakładce Sprzedaż, sprawdź czy na pewno posiadasz wszystkie potrzebne elementy. System podpowie Ci czego brakuje do realizacji produktów zaznaczonych w zakładce Oferta:

Pozostaje Ci jeszcze ustalenie cennika Twoich produktów. Najpierw włącz produkty gotowe do sprzedaży. Pojawi się wtedy możliwość ustalenia ceny, jaką chcesz otrzymać od indywidualnego klienta. Możesz również zaproponować Twoim klientom rabaty. Jeśli zdecydujesz się podać rabat, cena końcowa jaką zapłaci klient, to cena pomniejszona o rabat.



Cena produktu wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

Przykład

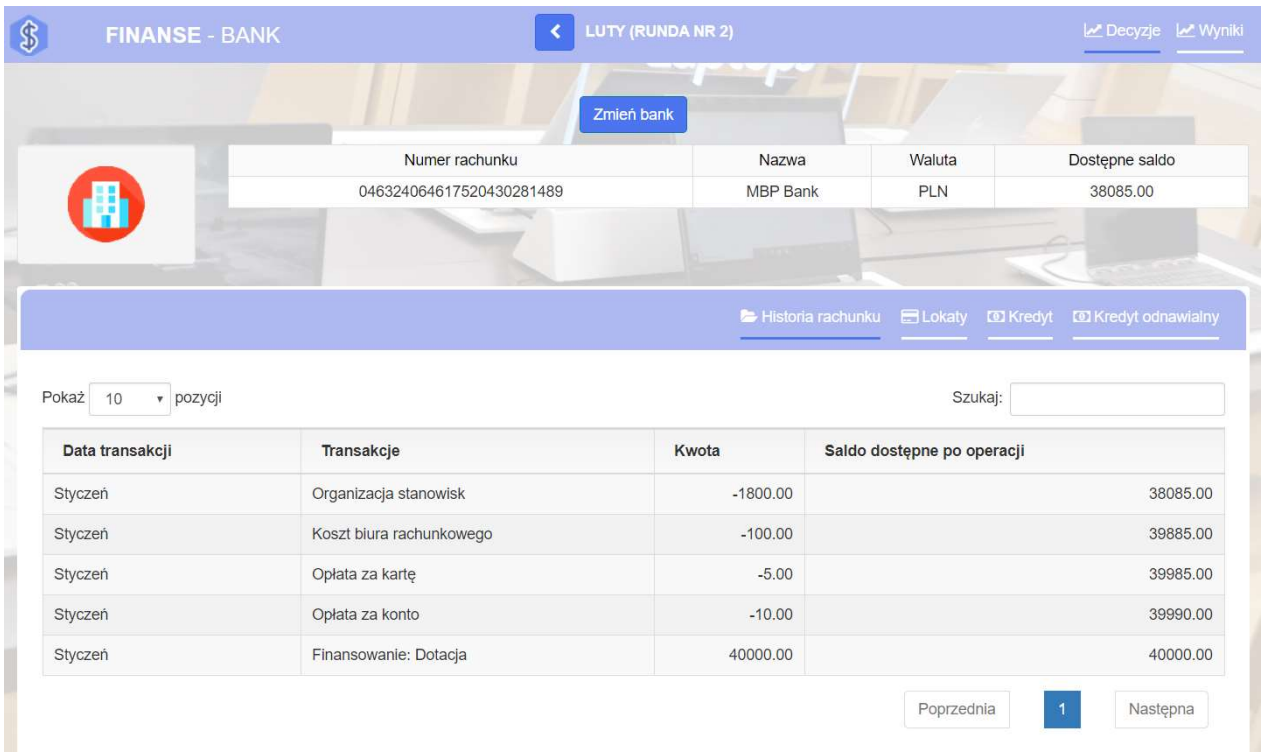
Oferujesz produkt TV 4K 60 cali. Preferowana cena na rynku wynosi 3399 zł. Chciałbyś sprzedawać produkt klientom za 3400 zł. Możesz więc ustalić cenę 3400 zł i 0 zł rabatu lub np. cenę 3450 zł i 50 zł rabatu.

Jeśli produkt nie zostanie włączony do sprzedaży i nie zostanie ustalona jego cena, nie będzie on udostępniony klientom, więc przed wysłaniem decyzji koniecznie sprawdź czy wszystkie produkty zostały włączone.

2.13. Finanse - Bank

W pierwszej rundzie wybrałeś swój bank i możesz go w każdej rundzie zmienić. W kolejnych rundach będą się pojawiać oferty kolejnych banków, więc warto pamiętać o tym, by regularnie je analizować i porównywać ze swoim bieżącym kontem.

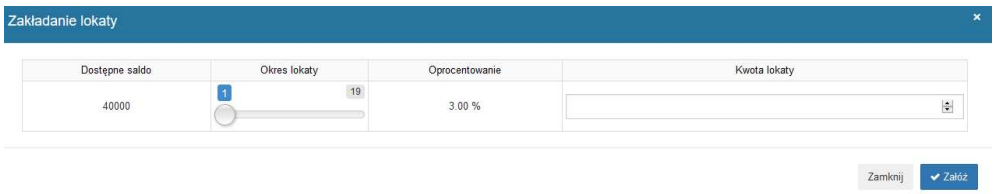
W zakładce Bank możesz również sprawdzić informacje o swoim koncie bankowym.



Oprócz informacji o na temat obecnie wybranego banku znajdziesz tam:

- dostępne *saldo*, czyli ilość gotówki, która jest na Twoim koncie i którą możesz wykorzystać na opłacenie bieżących wydatków
- zakładkę *historia rachunku*, w której pokazane są wszystkie transakcje, które miały miejsce w ostatnim miesiącu (wpływy i wydatki gotówkowe)
- zakładkę *lokaty*, w której możesz zakładać nowe lokaty i pokazane są wszystkie utworzone przez Ciebie wcześniej lokaty

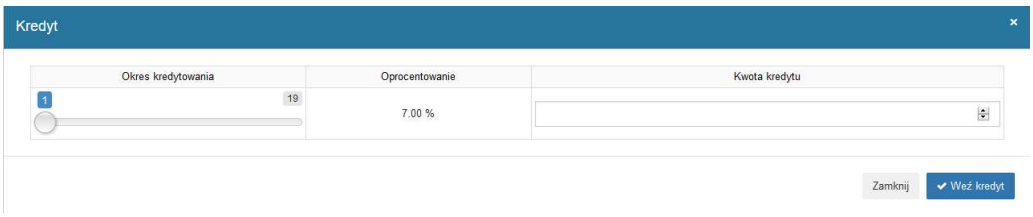
Żeby założyć lokatę, w zakładce Lokaty kliknij ‘Załóż’.



Następnie, w okienku zakładania lokaty podaj okres na jaki chcesz założyć lokatę (w miesiącach) oraz kwotę środków, którą chcesz przeznaczyć na lokatę. Dla przypomnienia w tabelce masz podaną informację o oprocentowaniu lokaty oraz bieżącym stanie konta. Nie możesz założyć lokaty na kwotę większą niż dostępne saldo. Po upływie podanego okresu, lokata automatycznie wygaśnie i zgromadzone środki zostaną przekazane na Twój rachunek bankowy. W każdej rundzie możesz zerwać lokatę przed jej zakończeniem. W takim przypadku stracisz odsetki, a pieniądze będą dostępne na Twoim rachunku w następnej rundzie. Pamiętaj, że środków, które są złożone na lokatach nie możesz używać do bieżących wydatków.

- zakładkę *kredyty,* w której będziesz mógł wziąć kredyt oraz znajdziesz podsumowanie zaciągniętych do tej pory kredytów

Żeby wziąć kredyt, w zakładce Kredyty kliknij ‘Weź kredyt’.



Następnie, w okienku kredytu podaj okres na jaki chcesz wziąć kredyt (w miesiącach) oraz potrzebną kwotę. Dla przypomnienia w tabelce masz podaną informację o rocznym oprocentowaniu kredytu. Po wzięciu kredytu, w zakładce Kredyty pojawią się szczegóły tj. miesięczna rata oraz całkowita kwota jaka pozostała do spłacenia. W każdej rundzie bank będzie automatycznie pobierał z Twojego konta środki na spłatę miesięcznej raty i odsetek.

Zaciągnięty kredyt możesz w każdej chwili spłacić jeśli masz wystarczająco środków na rachunku bankowym (przycisk „Spłać”).

Pamiętaj, że zaciągnięcie kredytu możesz zaplanować, jeśli wiesz, że realizujesz w bieżącej rundzie duże wydatki, na które może Ci nie wystarczyć gotówki. Jeśli natomiast zabraknie Ci środków na bieżącą działalność (np. na wypłatę wynagrodzeń dla Twoich pracowników), automatycznie zostanie uruchomiony kredy odnawialny, który jest wyżej oprocentowany, czyli droższy niż kredyt.

- zakładkę *kredyt odnawialny,* w której pojawi się informacja o wykorzystanym debecie na bieżącą działalność

Kredyt odnawialny jest uruchamiany automatycznie, by zapewnić Ci płynność finansową (zdolność spłaty bieżących zobowiązań) w momencie gdy zabraknie gotówki na spłatę wszystkich zobowiązań. Jest on również spłacany automatycznie w kolejnych rundach w momencie, gdy Twoja firma będzie miała zysk.

2.14. Finanse - Biuro rachunkowe

W pierwszej rundzie wybrałeś swoje biuro rachunkowe i możesz go zmienić w dowolnym momencie. W kolejnych rundach będą się pojawiać nowe oferty, więc warto pamiętać o tym, by regularnie je analizować i porównywać z ofertą, z której obecnie korzystasz.

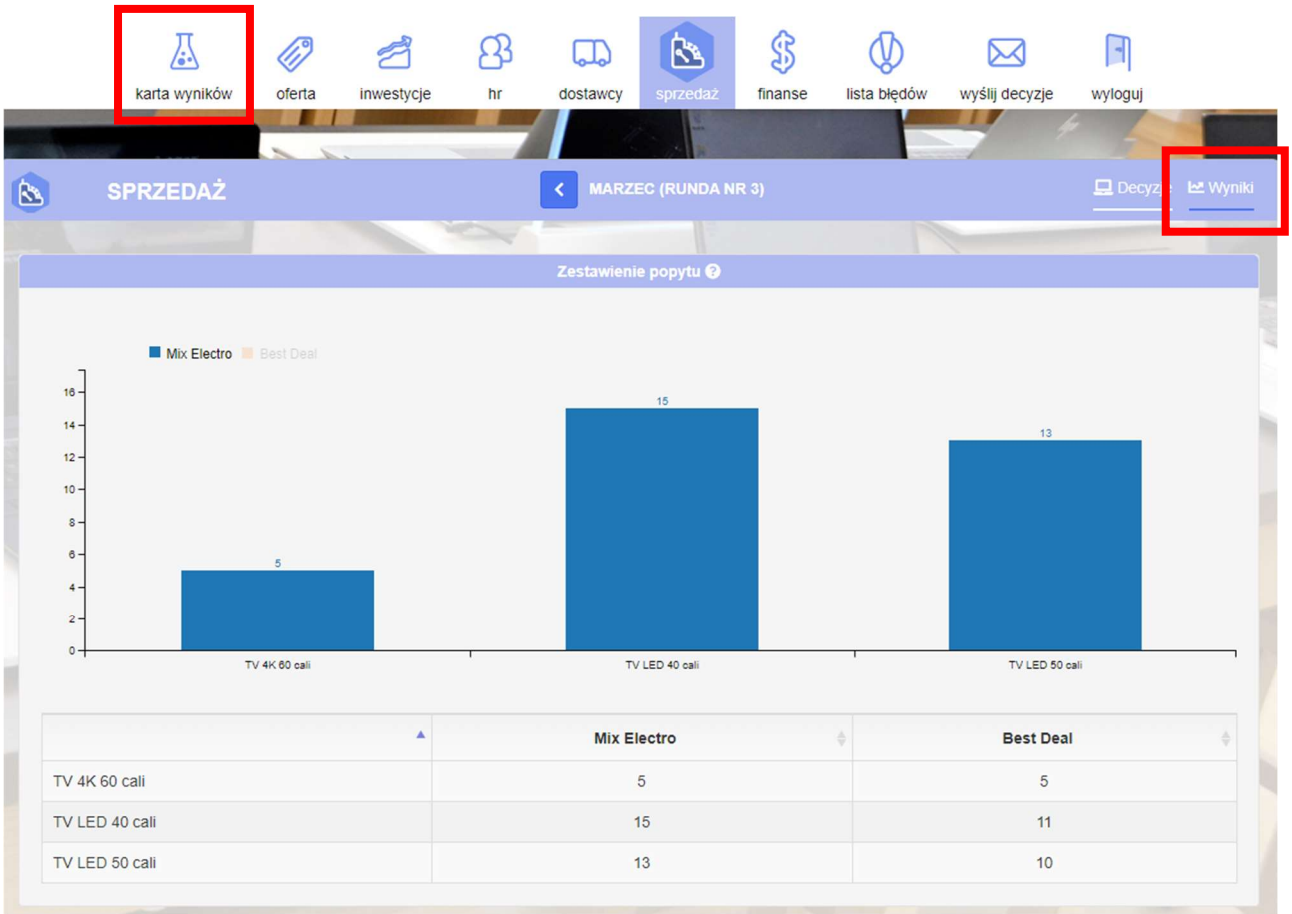
3. RUNDA 3 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 3 pojawiają się pierwsze wyniki działalności. Jest to runda w której należy dokonać analizy otrzymanych wyników i wprowadzić zmiany w swoich decyzjach.

3.1. Przegląd najważniejszych wyników

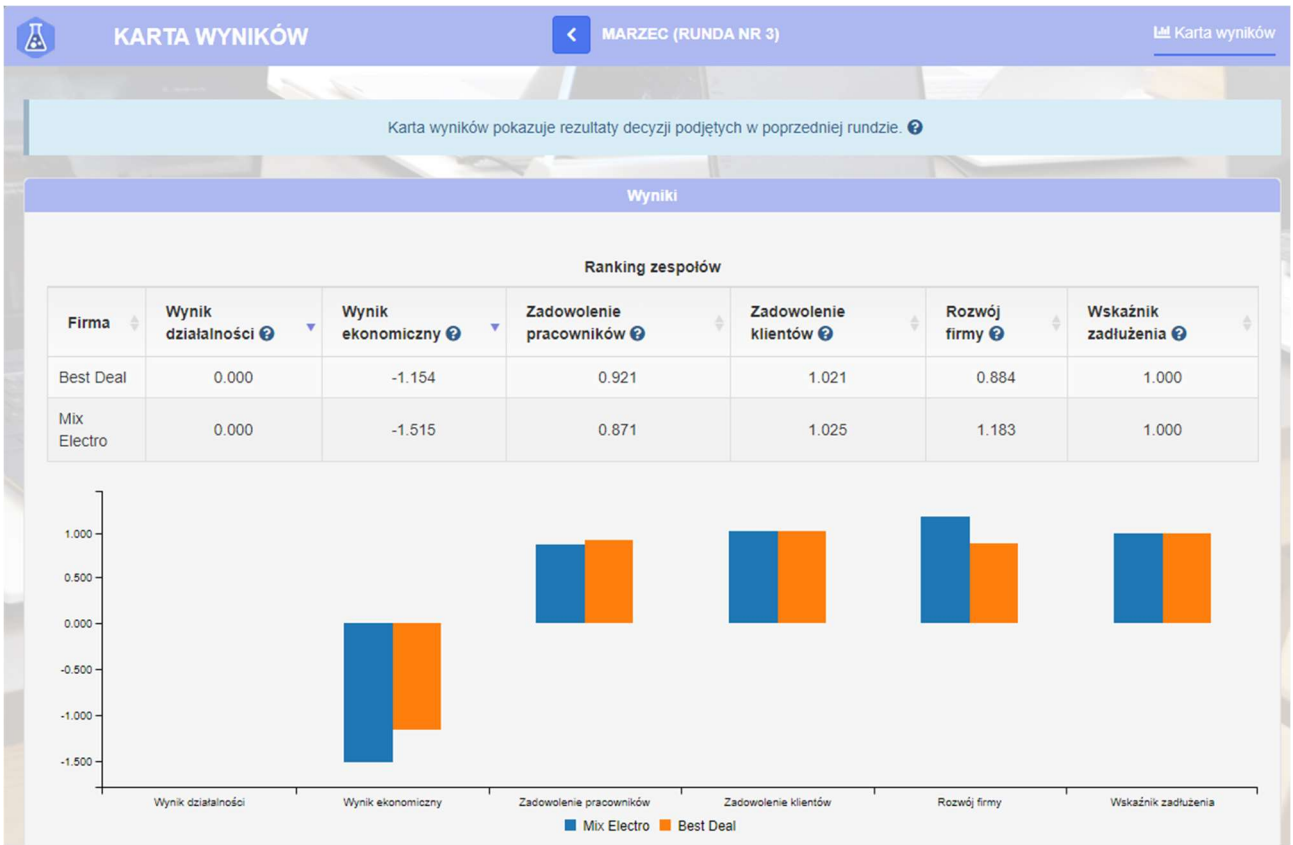
Wyniki w symulacji prezentowane są w formie Karty wyników, oceniającej decyzje graczy przez pryzmat 5 wskaźników dotyczących różnych aspektów działalności firmy, a także wyników wszystkich decyzji podjętych w poprzedniej rundzie.

Kartę wyników znajdziesz jako nową pozycję w menu, natomiast wyniki poszczególnych decyzji znajdziesz w każdej zakładce, po przełączeniu na kartę „Wyniki".



3.2. Karta wyników

W zakładce karta wyników znajdziesz wskaźnikową ocenę swojej działalności za poprzedni miesiąc (poprzednią rundę) na tle wszystkich firm działających na rynku.



Głównym wskaźnikiem karty wyników, decydującym o pozycji w rankingu jest **wynik działalności**, który jest iloczynem pozostałych 5 wskaźników.

Wynik ekonomiczny ocenia jakość Twojej firmy od strony finansowej. Bierze pod uwagę wynik finansowy oraz zmianę wartości firmy. Wskaźnik jest tym wyższy, im m.in. wyższy zysk w danym miesiącu, a jeśli w danej rundzie miałeś stratę, wskaźnik ten będzie ujemny. Im wyższy wynik ekonomiczny, tym lepiej.

Jeśli wskaźnik wynik ekonomiczny jest ujemny, wynik działalności nie jest liczony (wynosi zero).

Zadowolenie pracowników to ważny element w każdej firmie, ponieważ zadowolony pracownik wykonuje swoją pracę chętnie i dobrze. Na zadowolenie pracowników wpływa forma ich zatrudnienia, warunki płacowe, a także to, jakie warunki do pracy im zapewniasz, czyli udogodnienia pracownicze, jakość sprzętu na którym pracują oraz możliwości rozwoju (szkoleń). Dodatkowo, na zadowolenie pracowników mogą również wpływać zmiany w zatrudnieniu (zatrudnianie lub zwalnianie pracowników).

Zadowolenie klientów jest kluczem do zbudowania trwałych relacji z klientem i jego lojalności. Klienci zwracają głównie uwagę na cenę oraz jakość Twoich produktów. Ceny produktów będą porównywać z konkurencją, więc jeśli Twoja cena będzie wysoka, a nie będzie wiązała się z wyższą jakością produktów niż u innych firm, klienci nie będą zadowoleni. Jakość usług natomiast wynika z całego zestawu czynników – jakości materiałów i sprzętu jakich używasz oraz doświadczenia pracowników, których zatrudniasz. Klienci zwykle nie lubią też czekać w kolejkach, więc jeśli nie będą obsłużeni w danej rundzie (wystąpi utracona sprzedaż), część z nich zapewne odejdzie do konkurencji. Dodatkowo, klienci preferują firmy, w których mogą za jednym razem skorzystać z kilku usług, zamiast jeździć w kilka miejsc. Jeśli będziesz oferować

kompleksowy zestaw produktów (duży zestaw produktów do wyboru), wzrośnie zadowolenie Twoich klientów. Oczekują oni również bezawaryjności – jeśli jakość Twoich produktów jest niska, klienci będą wracać z reklamacjami, a to przełoży się na ich mniejsze zadowolenie. Oczywiście na zadowolenie klientów ma również wpływ otoczenie w jakim są przyjmowani, czyli np. wyposażenie poczekalni, parking, możliwość płatności kartą itp.

Rozwój firmy obrazuje Twoje decyzje w zakresie inwestycji w rozbudowę Twojego przedsiębiorstwa. Zasada jest taka, że w biznesie nie można stać w miejscu, tylko trzeba się ciągle rozwijać. Można to osiągnąć poprzez poszerzanie zakresu swoich produktów (liczby produktów w ofercie), a także wszelkiego typu inwestycje w firmę np. zakup sprzętu, wyposażenia i udogodnień, a także zatrudnianie nowych pracowników.

Wskaźnik zadłużenia pokazuje strukturę finansowania Twojej firmy. Jeśli Twoja firma nie zaciąga kredytów, ani pożyczek, czyli jest finansowana z kapitału własnego, wskaźnik będzie wynosił 1. Jeśli zostanie zaciągnięty kredyt lub kredyt odnawialny, wzrasta ryzyko działalności Twojej firmy i wskaźnik będzie zbliżał się do 0, przez co będzie wpływał na zmniejszenie wskaźnika wynik działalności.

3.3. Sprzedaż / Wyniki

Wykres **Zestawienie popytu** pokazuje ilu klientów zainteresowały produkty, które miałeś w ofercie sprzedaży w poprzedniej rundzie. Porównaj popyt Twojej firmy na poszczególne produkty z konkurencją. Jeśli do konkurencji przyszło więcej klientów, przeanalizuj ich ofertę m.in. pod kątem ceny i jakości.

Przykład

Na rynku działają 2 zespoły. Na wykresie widać, że do zespołu MixElectro (pomarańczowe słupki) przyszło więcej klientów na wszystkie produkty niż do zespołu Best Deal (np. na produkt TV 4K 60 cali do MixElectro przyszło 7 osób podczas gdy do Best Deal tylko 2 osoby). Zespół Best Deal powinien sprawdzić z czego to wynika – porównać m.in. swoją cenę, jakość zasobów, doświadczenie pracowników, udogodnienia dla klientów z zespołem MixElectro.

	Best Deal	Mix Electro
TV 4K 60 cali	2	7
TV LED 40 cali	11	15
TV LED 50 cali	10	13

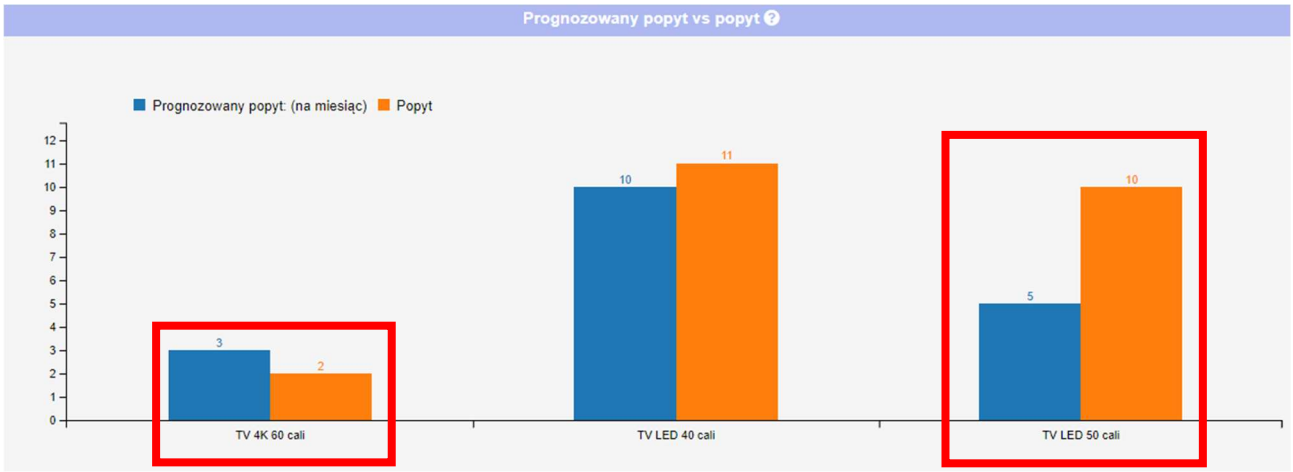
Sam fakt, że pojawił się popyt na dany produkt nie oznacza, że Twojej firmie udało się ją sprzedać. Wielkość faktycznej sprzedaży zależy również od podaży, czyli tego czy przygotowałeś właściwą ilość zasobów, sprzętu oraz pracowników. Zestawienie sprzedaży poszczególnych produktów znajdziesz na kolejnych wykresach.

Wykres **Popyt vs Prognozowany popyt** porównuje zaplanowaną przez Ciebie w poprzedniej rundzie liczbę klientów z tym, ilu klientów faktycznie przyszło. Prognozowany popyt pokazuje na ilu klientów się przygotowywałeś (prognoza z zakładki Oferta), a popyt pokazuje ilu klientów faktycznie przyszło, aby kupić dany produkt w Twojej firmie. Wyższe prognozy niż realny popyt mogą np. oznaczać wysokie koszty z tytułu zwrotu nadmiarowych zasobów, więc zastanów się jak w kolejnej rundzie przyciągnąć więcej klientów, np. zmianą ceny, jakości lub działaniami marketingowymi, lub po prostu zmniejsz prognozy. Natomiast jeśli realny popyt jest większy niż prognozowany, najprawdopodobniej wystąpiła utracona sprzedaż, więc zweryfikuj czy w kolejnej rundzie nie należałoby zwiększyć prognozy.

Przykład

Firma oferuje klientom 3 produkty. Przeanalizujmy prognozowany i realny popyt na dwa z nich:

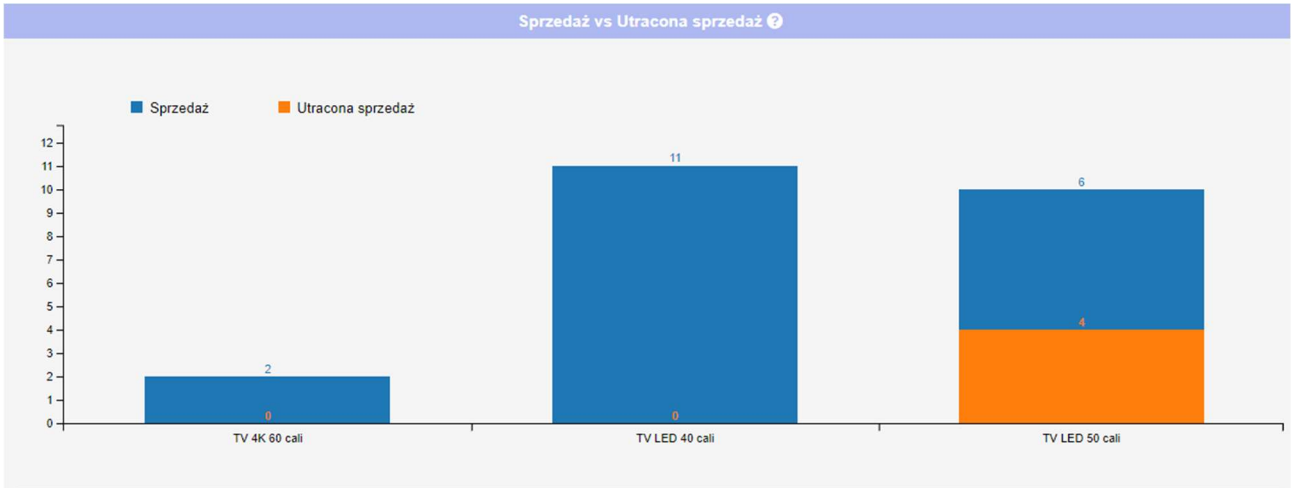
- *TV 4K 60 cali – Prognozowany popyt wynosił 3, to znaczy, że zespół przygotowywał się na przyjście 3 klientów, dla których zapewnił wszystkie potrzebne zasoby. Faktycznie przyszły 2 osoby, co oznacza, że zasobów powinno wystarczyć dla wszystkich i nie powinna wystąpić utracona sprzedaż, natomiast pozostałe zasoby zostały zmagazynowane lub zwrócone do dostawcy.*
- *TV LED 50 cali – Prognozowany popyt wynosił 5 klientów, więc zespół przygotował zasoby tylko dla tylu osób. Faktycznie przyszło 10 osób, więc 5 osob nie udało się obsłużyć i wystąpiła utracona sprzedaż.*



Wykres **Sprzedaż vs Utracona sprzedaż** pokazuje zbiorczo ilu klientów przyszło (popyt), ilu z nich udało się obsłużyć (sprzedaż), a ilu Twoja firma utraciła (utracona sprzedaż), ponieważ zabrakło czegoś do ich obsłużenia np. za mało zasobów, brak czasu pracownika lub sprzętu. Przeanalizuj uważnie utraconą sprzedaż (klientów, których nie udało się obsłużyć) i znajdź przyczynę – zasoby, pracownik lub sprzęt.

Przykład

Firma oferuje 3 produkty. W przypadku telewizora TV LED 50 cali prognoza popytu wynosiła 10, więc powinno wystarczyć wszystkiego do obsługi tylu klientów. Okazało się jednak, że wystąpiła utracona sprzedaż.



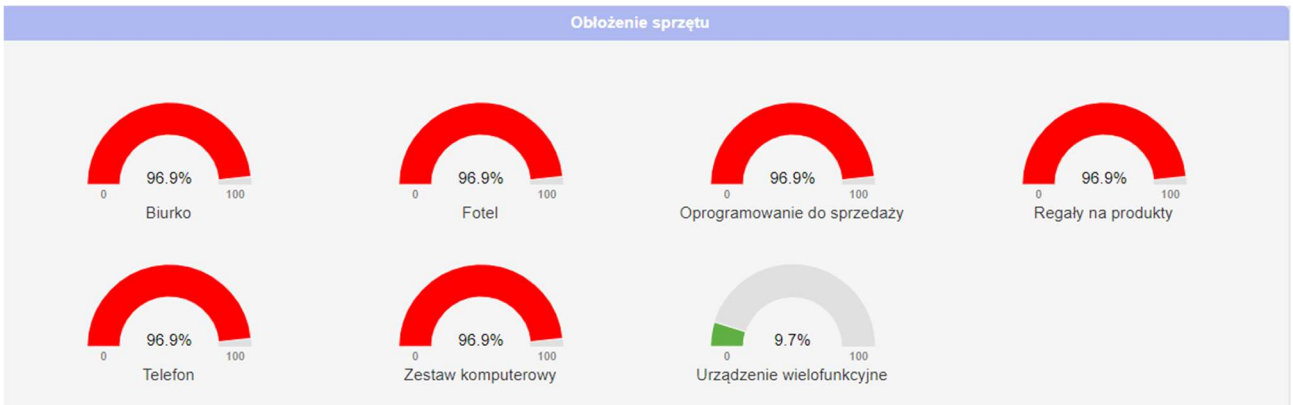
Nazwa usługi	Popyt	Sprzedaż	Utracona sprzedaż
TV 4K 60 cali	2	2	0
TV LED 40 cali	11	11	0
TV LED 50 cali	10	6	4

Sprawdźmy więc z czego wynikała utracona sprzedaż. Musimy sprawdzić 3 rzeczy:

1. *Czy pracownicy mieli jeszcze wolne moce przerobowe do obsługi kolejnych klientów (Zakładka HR – Zatrudnienie / Wyniki)*

   *Jak widać pracownicy byli zajęci 96,9% ich czasu. Oznacza to, że mieli wolne jeszcze tylko niecałe 5 godzin (3,1%*160h), więc jeśli sprzedaż produktu trwa więcej niż 3 godziny nie mogli obsłużyć więcej klientów.*

2. *Czy sprzęty miały jeszcze wolne moce przerobowe do obsługi kolejnych klientów (Zakładka Inwestycje – Sprzęt / Wyniki)*



Jak widać większość sprzętu była obłożona w takim samym stopniu jak pracownicy, więc nie było go wystarczająco do obsługi kolejnych klientów.

3. *Czy było wystarczająco zasobów do obsługi zaplanowanej liczby klientów (Zakładka Dostawcy/Wyniki)*

Zasoby

Nazwa zasobu	Jakość	Magazyn na początek miesiąca	Zamówione	Wykorzystane	Zwroty	Magazyn na koniec miesiąca	Wartość
TV 4K 60 cali Opakowanie 6 sztuk	☆☆☆	0.00	1	0.33	0	0.67	12 248.00
TV LED 40 cali Opakowanie 3 sztuki	☆☆☆	0.00	4	3.67	0	0.33	1 178.00
TV LED 50 cali Opakowanie 3 sztuki	☆☆☆	0.00	2	2.00	0	0.00	0.00

Przeanalizujmy liczbę zamówionych zasobów:

– *TV LED 50 cali – zamówiono 2 opakowania po 3 sztuki, w sumie 6 sztuk. Wystarczyło to do obsługi jedynie 6 klientów.*

Jak widać zabrakło wszystkich 3 wymaganych elementów: pracownika, sprzętu i zasobów do obsługi kolejnych klientów i dlatego wystąpiła utracona sprzedaż.

Jeśli w przypadku danego produktu wystąpiła utracona sprzedaż sprawdź z czego wynikała:

- zbyt małej liczby pracowników (sprawdź w zakładce HR – Zatrudnienie / Wyniki)

- zbyt małej liczby sprzętów (sprawdź w zakładce Inwestycje - Sprzęt / Wyniki)

- niewystarczającej ilości zasobów (sprawdź w zakładce Dostawcy / Wyniki)

W tabeli **Ceny produktów z rabatem** możesz porównać swoje ceny z konkurencją. Podane ceny uwzględniają już ewentualne rabaty.

Ceny produktów z rabatem

	Best Deal	Mix Electro
TV 4K 60 cali	4 000	3 200
TV LED 40 cali	1 499	1 400
TV LED 50 cali	1 799	1 700

3.4. Dostawcy / Wyniki

Tabela **Zasoby** pokazuje, ile zasobów zakupiłeś w poprzedniej rundzie i co się z nimi stało – czy zostały wykorzystane, zwrócone do dostawców, czy pozostały na magazynie.

Na wykresie **Jakość zasobów** możesz porównać jakość swoich zasobów z konkurencją. Najedź na kolor opowiadający wybranemu zespołowi, żeby zobaczyć ile zasobów w poprzedniej rundzie kupili na poszczególnych poziomach jakości (niski, średni, wysoki).

3.5. HR - Zatrudnienie / Wyniki

Wykres i tabela **Liczba pracowników** pokazują ilu pracowników zatrudnionych było w poszczególnych zespołach oraz jaki był ich poziom doświadczenia.

Na wykresie **Wykorzystanie czasu pracowników** sprawdź ile czasu w poprzednim miesiącu Twoi pracownicy byli zajęci obsługą klientów.

Jeśli pracownicy są obłożeni w 100% oznacza to, że nie mieli już czasu obsłużyć kolejnego klienta i mogła z tego powodu wystąpić utracona sprzedaż. Również liczby mniejsze niż 100% mogą oznaczać to samo – zależy to od liczby roboczogodzin potrzebnych do sprzedaży danego produktu.

Przykład

*Obłożenie Doradca klienta - TV, audio i video w Zespole X wynosiło 100%, natomiast w Zespole Y 95%. Czy któryś z tych zespołów mógł obsłużyć dodatkowego klienta na telewizor TV 4K 60 cali (potrzebne 15 roboczogodzin na 1 klienta)? Nie. Pracownik w Zespole X nie miał już w ogóle wolnego czasu, natomiast w Zespole Y zostało mu 5%*160 godz.=8 godz. Również w tym zespole nie dałoby się obsłużyć 1 dodatkowego klienta.*

Wykres i tabela **Średnie wynagrodzenie pracowników** pokazują jakie było wynagrodzenie zasadnicze pracowników w poszczególnych zespołach. Podane wynagrodzenie nie uwzględnia ewentualnych miesięcznych premii dla pracowników.

3.6. Inwestycje - Sprzęt / Wyniki

Na wykresie **Liczba sprzętu** możesz sprawdzić ile sprzętów posiadały pozostałe zespoły, a także po jaka byłą ich jakość (po najechaniu na kolor odpowiadający wybranemu zespołowi).

Na wykresie **Obłożenie sprzętu** sprawdź jak mocno obłożone były poszczególne sprzęty w poprzednim miesiącu.

Analogicznie do wykorzystania czasu pracowników, jeśli sprzęty są obłożone w 100% oznacza to, że nie mogły już być wykorzystane do obsługi kolejnego klienta i mogła z tego powodu wystąpić utracona sprzedaż. Również liczby mniejsze niż 100% mogą oznaczać to samo – zależy to od liczby roboczogodzin potrzebnych do sprzedaży danego produktu.

3.7. Nowe decyzje

W rundzie 3 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 2 oraz nowe elementy w postaci HR – udogodnienia.

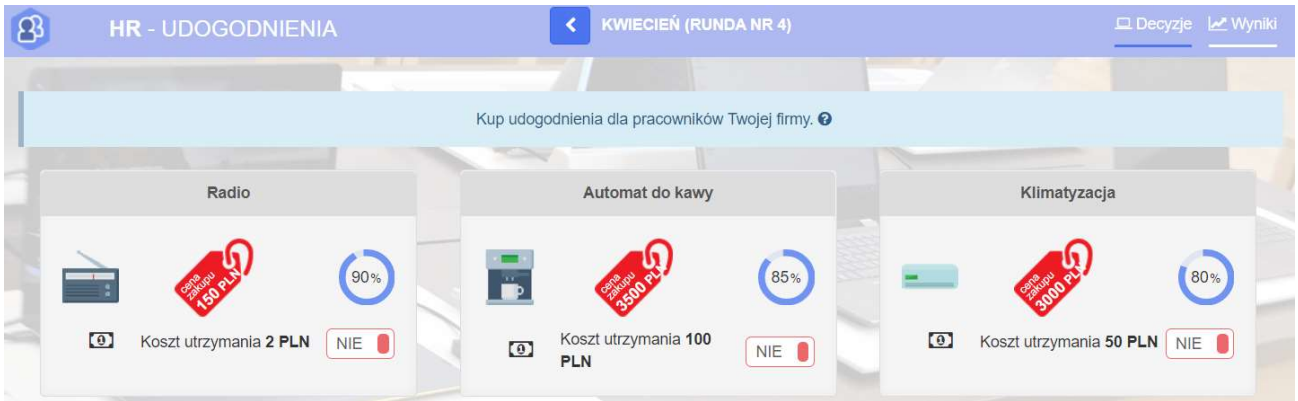
3.8. Oferta

Począwszy od tej rundy możesz w każdej kolejnej dodawać 3 nowe produkty do swojej oferty. W rundzie 3 możesz już oferować klientom 6 dowolnych produktów z całego zakresu.

Liczba produktów w ofercie wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

3.9. HR - Udogodnienia

Jeśli chcesz zadbać o zadowolenie Twoich pracowników, zapewnij im jak najlepsze warunki pracy. Możesz zainwestować w udogodnienia dla pracowników.



Dostępne informacje o udogodnieniach dla pracowników:

- *Cena zakupu* czyli koszt, który musisz jednorazowo ponieść na kupienie danego udogodnienia.
- *Koszty utrzymania* to miesięczne koszty związane z posiadaniem danego udogodnienia, np. jeśli zdecydujesz się na zamontowanie klimatyzacji, to miesięczny opłata za prąd to

koszt 50 zł, a w przypadku lodówki z napojami to 100 zł za uzupełnianie napojów i serwis urządzenia.

- *Procent pracowników oczekujących danego udogodnienia* to odsetek pracowników, którzy chcieliby korzystać z danego udogodnienia i których zadowolenie wzrośnie, jeśli zdecydujesz się umieścić dane udogodnienie w Twojej firmie.

Żeby kupić wybrane udogodnienie, przesuń przycisk 'Nie' na pozycję 'Tak' przy wybranej pozycji. W jednej rundzie możesz kupić dowolną liczbę udogodnień dla pracowników.

Na dole strony możesz sprawdzić podsumowanie kosztów związanych z zakupem zaznaczonego wyposażenia (koszty zakupu oraz miesięczne koszty utrzymania).

Raz kupione udogodnienie jest dostępne w każdej następnej rundzie. Jeśli jednak uznasz po jakimś czasie, że dane udogodnienie nie jest Ci już potrzebne, możesz je sprzedać. Aby to zrobić przesuń przycisk z pozycji 'Tak' na 'Nie' przy danym udogodnieniu. Wysokość przychodów związanych ze sprzedażą wybranych urządzeń będzie pokazana na dole strony.

Liczba posiadanych udogodnień wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników.

4. RUNDA 4 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 4 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 3 oraz nowe elementy w postaci Inwestycje – wyposażenie. Dodatkowo, pojawia się skumulowana karta wyników.

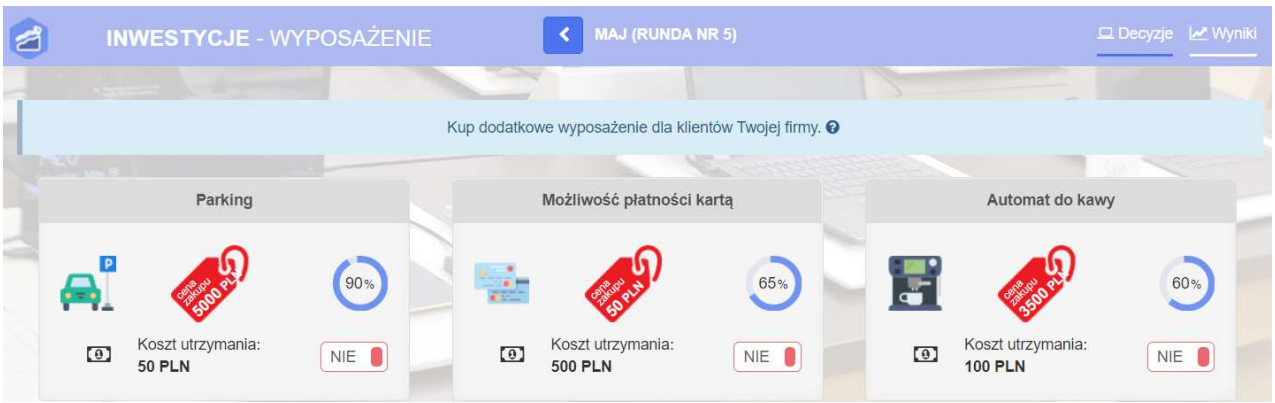
4.1. Skumulowana karta wyników

W rundzie 4 w zakładce Karta wyników pojawia się po raz pierwszy skumulowana karta wyników.

Skumulowana karta wyników obrazuje sytuację w całym okresie dotychczasowej działalności firmy rozpoczynając od rundy 3. Wartości w skumulowanej karcie wyników są obliczone jako średnia rezultatów wszystkich kart wyników za dotychczasowe rundy.

4.2. Inwestycje - Wyposażenie

Możesz inwestować również w wyposażenie firmy, które sprawi, że klienci będą obsługiwani w bardziej komfortowych warunkach, a przez to będą bardziej zadowoleni z całej usługi.



Dostępne informacje o wyposażeniu poczekalni to:

- *Cena zakupu* (widoczna na metce) to koszt, który musisz jednorazowo ponieść na zakup danego wyposażenia.
- *Koszty utrzymania* to miesięczne koszty związane z posiadaniem danego wyposażenia, np. jeśli zdecydujesz się na przygotowanie parkingu dla klientów, to zapłacisz dodatkowo za 50 zł miesięcznie za jego utrzymanie, a w przypadku automatu do kawy 100 zł za kawę i serwis urządzenia.
- *Procent klientów oczekujących danego wyposażenia* to odsetek Twoich klientów, którzy chcieliby korzystać z danego udogodnienia i których zadowolenie z Twoich usług wzrośnie jeśli zdecydujesz się umieścić je w swojej poczekalni.

Żeby kupić wybrane wyposażenie, przesuń przycisk 'Nie' na pozycję 'Tak' przy wybranej pozycji. W jednej rundzie możesz kupić dowolną ilość wyposażenia dla klientów.

Na dole strony możesz sprawdzić podsumowanie kosztów związanych z zakupem zaznaczonego wyposażenia (koszty zakupu oraz miesięczne koszty utrzymania).

Raz kupione wyposażenie jest dostępne w każdej następnej rundzie. Jeśli jednak uznasz po jakimś czasie, że dane wyposażenie nie jest Ci już potrzebne, możesz je sprzedać. Aby to zrobić, przesuń przycisk z pozycji 'Tak' na 'Nie'.

Ilość posiadanego wyposażenia wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

5. RUNDA 5 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 5 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 4 oraz nowe elementy w postaci Marketingu tradycyjnego.

5.1. Marketing - tradycyjny

Reklama tradycyjna to billboardy, prasa, radio, telewizja i ulotki. W każdym z tych mediów możesz zamówić emisję swojej reklamy. Jedna emisja to w zależności od medium jednorazowe wyświetlenie reklamy w telewizji lub radio, miesięczne umieszczenie na billboardzie lub dystrybucja 1000 ulotek.

W przypadku każdego medium masz do dyspozycji następujące informacje:

- *koszt emisji* to kwota, którą musisz zapłacić za pojedynczą emisję, czyli jeśli chcesz zamówić 5 emisji, pomnóż koszt emisji razy 5, żeby uzyskać całkowity koszt reklamy,
- *zasięg* pokazuje jaka część Twojej grupy docelowej (potencjalnych klientów) korzysta z danego medium,
- *oferowane zniżki* - kupując większe liczby emisji w jednym miejscu dostaniesz zniżkę. Zniżka pokazuje o ile procent będzie niższy koszt emisji przy zakupie podanej liczby emisji. Każde medium ma swoją własną politykę zniżek, więc planując swoją kampanię reklamową przeanalizuj ofertę każdego.

Przykład

Załóżmy, że decydujemy się na reklamę w dzienniku Głos miasta.

Cena jednej emisji wynosi 650 zł. Przy zamówieniu powyżej 5 emisji dziennik Głos miasta oferuje zniżkę w wysokości 15% (do 13 emisji), a od 14 emisji 25% zniżki.

Zamawiając 8 emisji, kwota jaką zapłacimy wynosi 4 420 zł (8 emisji po 650zł to koszt 5 200 zł, po uwzględnieniu 15% zniżki zostaje 4 420 zł).

Żeby zamówić reklamę w danym medium, przesuń przycisk 'Nie' na pozycję 'Tak' i podaj liczbę emisji, którą chcesz wykupić. Obok ikonki koszyka otrzymasz informację ile w sumie będzie Cię kosztować reklama w tym medium. Pod każdą kategorią (prasa, radio itp.) możesz sprawdzić podsumowanie kosztów swoich decyzji.

Czym charakteryzują się poszczególne media?

Billboardy to dużych rozmiarów tablice, na których mogą być umieszczane plakaty z treściami reklamowymi (billboardy tradycyjne) lub wyświetlane filmy reklamowe (ekrany LED). Wykupienie 1 emisji oznacza umieszczenie Twojej reklamy na 1 bilbordzie przez 1 miesiąc. Zaletami bilbordów jest to, że docierają do stosunkowo dużej liczby osób i poprzez długą ekspozycję (potencjalni klienci widzą billboard np. codziennie jadąc do/z pracy przez miesiąc) sprawiają, że przekaz zostaje utrwalony w pamięci. Wadą jest to, że nie jest to reklama profilowana – nie mamy wpływu na to, kto przeczyta naszą wiadomość oraz duży szum

informacyjny (znaki, reklamy) na ulicach, który powoduje, że część osób nie zwraca uwagi na przydrożne reklamy.

Prasa. Możesz reklamować swoją firmę w lokalnych dziennikach lub branżowych tygodnikach. Czytelnikami tygodników branżowych są osoby zainteresowane daną branżą, jednak są to zwykle publikacje ogólnopolskie, co sprawia, że reklama w nich może być mniej efektywna, bo klienci z drugiego końca kraju raczej do Ciebie nie przyjadą ze względu na odległość. Z drugiej strony dzienniki lokalne skierowane są do szerokiego grona odbiorców, niekoniecznie zainteresowanych Twoją branżą, jednak ze względu na lokalny charakter będą docierać do potencjalnych klientów z Twojego regionu. Ceny emisji są zwykle niższe w dziennikach, ponieważ reklama pojawia się w 1 wydaniu, a czytelnicy zwykle nie przeglądają gazety codziennej więcej niż 1 raz. Oferta tygodników jest droższa, jednak jest większe prawdopodobieństwo, że czytelnik zobaczy 1 emisję więcej niż 1 raz.

Radio. Jeśli zdecydujesz się na reklamę w radio, masz do dyspozycji 3 stacje radiowe. Każda z nich dociera do innej liczby słuchaczy. Twój spot reklamowy będzie wyemitowany zamówioną liczbę razy. Pamiętaj, że reklama w radio pojawia się o określonej porze i dociera do tylu osób, ile w danym momencie słucha audycji radiowej, więc dla uzyskania wymiernego efektu musi być puszczona przynajmniej kilka razy.

Telewizja. Możesz również zdecydować o umieszczeniu reklamy Twojej firmy w telewizji. Telewizja ma ze wszystkich mediów zdecydowanie największą widownię, ale też największy koszt jednej emisji. A dodatkowo tak, jak w przypadku radia, pojedyncze wyświetlenie reklamy zwykle nie osiąga wymiernego efektu.

Ulotki. Na lokalnym rynku możesz wykorzystać do promocji swojej firmy ulotki. Jest to stosunkowo tania forma promocji. Można również wybrać sposób i miejsce dystrybucji ulotek w taki sposób, by trafić do grupy docelowej. Nie ma jednak możliwości zapewnienia, że wszystkie ulotki trafią do potencjalnych klientów, więc znów konieczne jest zamówienie większego nakładu.

6. RUNDA 6 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 6 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 5 oraz nowe elementy w postaci Marketingu internetowego.

6.1. Marketing - internetowy

W dzisiejszych czasach duża część działań promocyjnych przeniosła się do internetu. Masz do dyspozycji różne narzędzia internetowe – od własnej strony internetowej, przez portale branżowe, aplikację mobilną po media społecznościowe. Przy każdym z nich dostępna jest informacja o procencie Twoich potencjalnych klientów, którzy korzystają z danego narzędzi i możesz do nich w ten sposób dotrzeć. Dodatkowo, narzędzia internetowe różnią się kosztem uruchomienia i utrzymania. Pamiętaj, że nawet takie narzędzia jak Facebook, Instagram czy Youtube, choć są darmowe, wymagają nakładów na przygotowywanie postów, nagranie i edycję filmów itp., więc jeśli mają być profesjonalnie prowadzone, będą z tym związane pewne miesięczne koszty.

7. RUNDA 7 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 7 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 6 oraz nowe elementy w postaci HR – szkolenia.

7.1. HR - Szkolenia

Jakość wykonywanych usług zależy w dużej mierze od doświadczenia Twoich pracowników. Na rynku wciąż pojawiają się nowości, więc jedynym sposobem na bycie 'na bieżąco' jest ciągłe szkolenie pracowników. Na rynku działa kilka firm szkoleniowych oferujących szkolenia z różnych zakresów. Każda z firm ma inną jakość, zilustrowaną liczbą gwiazdek, a także różnią się procentem zadowolonych klientów.

Żeby wysłać pracowników na szkolenie przesuń przycisk 'Nie' na pozycję 'Tak' przy wybranym szkoleniu w wybranej firmie szkoleniowej.

Decydując się na szkolenie, szkolisz od razu wszystkich pracowników z danego zakresu. Wybierając z których szkoleń skorzystać weź pod uwagę procent pracowników, którzy oczekują danego szkolenia (pokazany przy nazwie każdego szkolenia) oraz jego cenę.

Pracownicy biorą udział w szkoleniach popołudniami i w weekendy, więc szkolenia nie wpływają na liczbę dostępnych roboczogodzin w miesiącu.

Szkolenia wpływają bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników.

8. RUNDY 8-12 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ

Od rundy 8 masz do dyspozycji wszystkie możliwe decyzje do podjęcia. Do zakończenia rozgrywki tj. rundy 12 podejmujesz wszystkie decyzje w ramach dostępnych zakładek w menu.