

Iga alustava ettevõtja tähtsaim

JUHEND

ARVETE SAATMISEKS

— JA —

FINANTSJUHTIMISEKS



isolta

Teemad selles juhises

Tootestamine ja turundus

Müük

Kliendihaldus

Arvete ja e-arvete saatmine
Nõuded ostjate vastu ja võlad
hankijatele

Möödikud
Raamatupidamine

Tere ettevõtja!

Neliteist aastat tagasi kirjutasime koos alla Isolta asutamislepingule. Meist said ettevõtjad ja maailm oli avatud. Ettevõtlus osutus palju keerulisemaks, kui me oskasime seda ette kujutada. Raha nappis ja saime tihti nautida õppetunde läbi eksimuste. Programmide kirjutamine oli meile tuttav juba lapsepõlvest aga turunduse, müügi ja raamatupidamisega tegime alles esimesi kokkupuuteid.

Sellegipoolest on meie ettevõtte pidevas kasvus ning väga tugeva majandusliku vundamendiga. Soovime, et sina jõuaksid sama kaugele aga lihtsamalt. Seepärast jagame siin juhendis oma tähelepanekutest ja õpitust lähtuvaid kogemusi. Ettevõtjalt ettevõtjale.

Oma kliendi tundmine ja nende vajadustele lahenduste pakkumine on ilmselgelt kõige olulisem. Müüki peab tegema aga seda saab teha loomulikult viisil, nii et se ei tundu tulevat vägisi ja seda ei tajuta pealesurumisena. Raamatupidamine peab olema korras aga seda pole mõistlik teha täielikult ise.

Edu ettevõtlusega alustamisel!

Mikko Ilomäki

Ettevõtja - Isolta Oy



Tootestamine

Nagu paljudes muudiski valdkondades, nii on ka ettevõtluses mõistlik alustada algusest: tootestamisest ehk siis leidmaks vastust küsimusele "Mida kliendid minult ostavad?". Selge toode aitab kliendil ostu otsuseni jõuda ning muudab sinu tegevused ettevõtjana tõhusamaks.

"Tegime just sinule mõeldud ja odava lahenduse" ei ole tootestamine. "Oleme oma klientidele meie valdkonnaga seonduvates küsimustes abiks" ei ole tootestamine. Toode on sul olemas, siis kui oled fikseerinud müüdava asja:

1. Nimi
2. Sisu
3. Hind

Mida täpsemalt suudad need kriteeriumid defineerida, seda lihtsam on kliendil sinu juures ostu otsuseni jõuda. Teistpidi öelduna, mida viletsam on su tootestus, seda paremat müügitulemust vajad, kes suudaks kliendi peas olevad sõlmed lahti arutada ja aidata neid ostuotsuseni.

Toote loomine on ettevõtte tähtsaim ja ka keerulisem tegevus. Seda ei tasu siiski liiga keeruliseks ajada. Liiga nutikas toode on raskesti mõistetav. Hea on ka meeles pidada, et sina ettevõtjana otsustad oma tootestuse üle, saad seda ka iga hetk vajadusel muuta.

"Paljudel on häid ideid, millest ei saa kahjuks kunagi toimivat ärimudelit"

Selleks, et hea idee ka rahakukrut täitma hakkaks, on vaja esiteks mõista kas see täidab kellegi vajadusi selisel moel nagu nad seda sooviksid. Seda saab ikka testimise kaudu teada. Ja ära ehmata kui su idee ei osutugi kellegile kasulikuks. Enamus ideedega just nii juhtubki. Siin loodame, et sul jagub julgust proovida kas sama idee uut moodi pakendada või hoopis järmisi ideid proovida. Kui

oled leidnud idee ja vormi, mis kellegi elu paremaks muudab, siis keskendu ostuprotsessi lihtsustamisele aga eelkõige turundamisele.

Sobiva toote leidmiseks polegi tihti innovaatilist ideed vaja. Tuleb lihtsalt osata kuulata ja olla uudishimulik ning inimesed ütlevad ise mille eest nad oleks nõus raha välja käima. Võid ka läheneda nii, et müü midagi sellist, mida oleksid ise valmis ostma ka teist korda ning seda uhkusega ka teistele soovutama.

Turundus

Kui alustad, siis oled kõigi jaoks tundmatu. Turundus on kogum planeeritud kui juhuslikest tegevustest, mille läbi uued inimesed sinust (esimest korda) kuulevad. Turundus on ka kõik tulevased kohtumised. Need suurendavad tõenäosust, et sinult ostetakse või sind / sinu toodet soovitatakse edasi teistele. Eriti hea klienditeenindus on väga tõhus ja samas vähe kulukas turundusviis. Vana ütlus "turundusest pool on mahavisatud raha, kui vaid teaks kumb pool" ei saa olla

tegutsemise aluseks eriti alustava ettevõtte puhul. Turundus ei ole enam loomeinimeste pärusmaa vaid täppisteadus. Pigem tasubki siin mõelda hoopis nii "kõik tegevuse peale turunduse on asjatud ja kogu aja võiks kasutada turundustegevuste peale". Kuigi osa turundustegevustest ei too otseselt mõõdetavaid tulemusi või ooste, siis peavad ka need siiski kuidagi mõõdetavad olema. Hea näide on siinkohal võrgustumistegevused (networking). Makstud reklaamist 92% ei tooda tulemusi (oste). Seega on oluline mõõtmise kaudu teada, mis on see 8%, mis kliente toob, et siis sinna kanalisse rohkem raha kallata. Kõik muu on boonus.

Õpi selgeks tasuliste reklaamide tõhususe mõõtmine vähemalt sellel tasemel, et mõistad, kuhu tasub raha üha uuesti ja uuesti panustada. Nii su toode kui ka sihtrühm määravad selle kus sul üldse tasub reklaami teha. Alati ikka seal, kust su potentsiaalne klient oma murele lahendust otsib. Su toode ja sihtrühm määratlevad ka need viisid, kuidas sul on mõistlik turundada. Ainukene kriteerium turundusele on, et see peab äratama huvi ning suunama selle huvi sinu toote juurde. Siin on see koht, kus loomingulisus ennast mugavalt tunneb.



1. Kliendi vajaduste mõistmine
2. Kogemustele toetuv tootestuse idee
3. Toote omaduste määratlemine
4. Tootele nime leidmine ja toote pakendamine
5. Fikseeritud hinna määratlemine
6. Toote testimine klientide peal
7. Tootmise planeerimine
8. Toote turundamine

Kuidas klientideni jõuda?

Alusta tuttavatest, sugulastest ja tuttavate tuttavatest. Luba alati alguses vähem kui plaanid pakkuda, et jääks ruumi positivseks üllatuseks ja samas ka ruumi selleks kui sa kohe ikka ei suuda suuri lubadusi täita. Tõesta esimeste klientide peal oma teenuse suurepärasusest ning paranda kiirelt esilekerkinud vead. Uute klientide saamine on mitmeid kordi keerulisem kui olemasolevate hoidmine. Esimene ost võib tulla pool kogemata, hetke emotsioonist ajendatuna, aga sama klienti teine ost on kindel märk heast mudelist.

Millistesse müügikanalitesse tasub panustada?

Arukad ettevõtjad püüavad leida ainulaadsust igas oma tegevuses. Turundus on atraktiivne, müügivedur sõidab täisaurudel, klientidega kohtumised on korrapärased ja lubadustest peetakse kinni.

Müügikanalid ja müügistrateegia tasub väga hoolikalt läbi mõelda. Müügitöö peab sulle endale olema meelepärane, nii et sa sooviks seda heameelega teha kogu aeg. Teatud ettevõtetel on mõistlik teha koostööd teistega ja korraldada oma müügitöö ühiselt (kui tooted komplimenteerivad teine-teist).

Näiteks köögitarvikute heaks müügikanaliks on kindlasti köögimööbli ehitajad / paigaldajad. Tasub siiski meele pidada, et müüki ei tohi täielikult sisse osta. Ainult partnerite müügile ei tasu lootma jääda, sest nende jaoks pole alati sama oluline sinu toodete müük, kui see oleks sinu jaoks. Need kes plaanivad teha oma müüki täielikult ise, tasuks alustuseks valida sobivad müügikanalid.

Kuidas saada kliendid ostma?

Maksivaid kliente saad kui suudad pakkuda lahendust määratletud vajadusele. Kliendilt raha saamise viise on kaks: Võid aidata potentsiaalsetel klientidel märgata vajadusi, mis neil juba olemas on ja võid kasvatada potentsiaalse kliendi soovi lahendada oma murekohtasid just sinu teenuseid kasutades. Klientisuhete arendamisel tasub olla kannatlik ning mitte unustada, et klient ostab sinult ainult siis kui ta vajab sinult midagi, mitte siis kui sina tahad, et ta ostaks. Püüdle siis selle poole, et oleksid tuntud ja sinu poole oleks lihtne pöörduda.

Näitena on toodud ettevõtte, mille müük toimub e-poes ja tänu saabunud hinnapäringutele. Klientide leidmiseks ja müügi suurendamiseks võiks see ettevõtte toimida toodud mudeli järgi.



Soovitusi pakkumise koostamiseks

- ✓ Ära kuluta liialt aega pakkumise koostamiseks. Loo erinevad mallid, mida on lihtne kohandada ja saab kiirelt saata. Tihti piisab isegi sellest kui märkida teenuse/toote kirjeldus, kohaletoimetamise aeg, kogus ja hind.
- ✓ Ära jäta otsuse tegemist puhtalt klienti õlgadele. Aktiivselt klientide kõnesid oodates kaugemale ei sõua. Võta klientiga päras pakkumise saatmist kohe ühendust ning tunne huvi, kas pakkumises oli kõik talle vajalik info ning kas see vastuvõetav. Edasine on juba müügitöö.
- ✓ Pakkumise küsimine ei taga veel tellimusi. Ära siis suurest hulgast hinnapäringutest lootusi kõrgele aja. Ennustuse tulevase tehingu kohta saad kui võrdled eelnevaid pakkumisi - paljud neist on tehinguks konverteerinud ja paljud mitte.

Soovitusi müügitellimuse koostamiseks

- ✓ Koosta müügitellimus otse müügipakkumise põhjalt. Nii väldid vigu ja saad olla kindel, et tellimuses on kõik pakku-mises lubatu kirjas.
- ✓ Kui tead, millal tooted klientini jõuavad, siis tead ka õiget hetke, millal talle arve järgi saata.
- ✓ Analüüsi igakuiselt müügitulemusi, et näeksid, mis kaup kõige paremini müüb ja mis kliendid rohkem ostavad. Keskendu nendele. Kui aga korduvtelli-musi palju ei tule, siis uuri välja miks.

KLIENDISUHTED

Ilmselt on kõige olulisem usaldus

Kuidas tead, et kliendid usaldavad sind? Kindlasti selle järgi, et nad ostavad sinult. Ostmine ilma usalduseta olekski võimatu.

Mida kallim ja kliendile tähtsam sinu toode või teenus on, seda enam usaldust selle ostmine vajab.

Usaldustaseme saavutamises sünnib ost. Iga kord.

Toodete ja teenuste atraktiivsus, turundus ja positiivne osalemine lisavad usaldust.

Ja vastupidi - toodete/teenuste ebaselgus, turunduse olematus, unustatud lubadused ja halb müügitöö vähendavad usaldust.

Selline on ettevõtlus kokkuvõtlikumalt. Tuleks pürgida suunas, kus saavutatakse võimalikult mitme kliendi usaldus nii tihit kui võimalik.

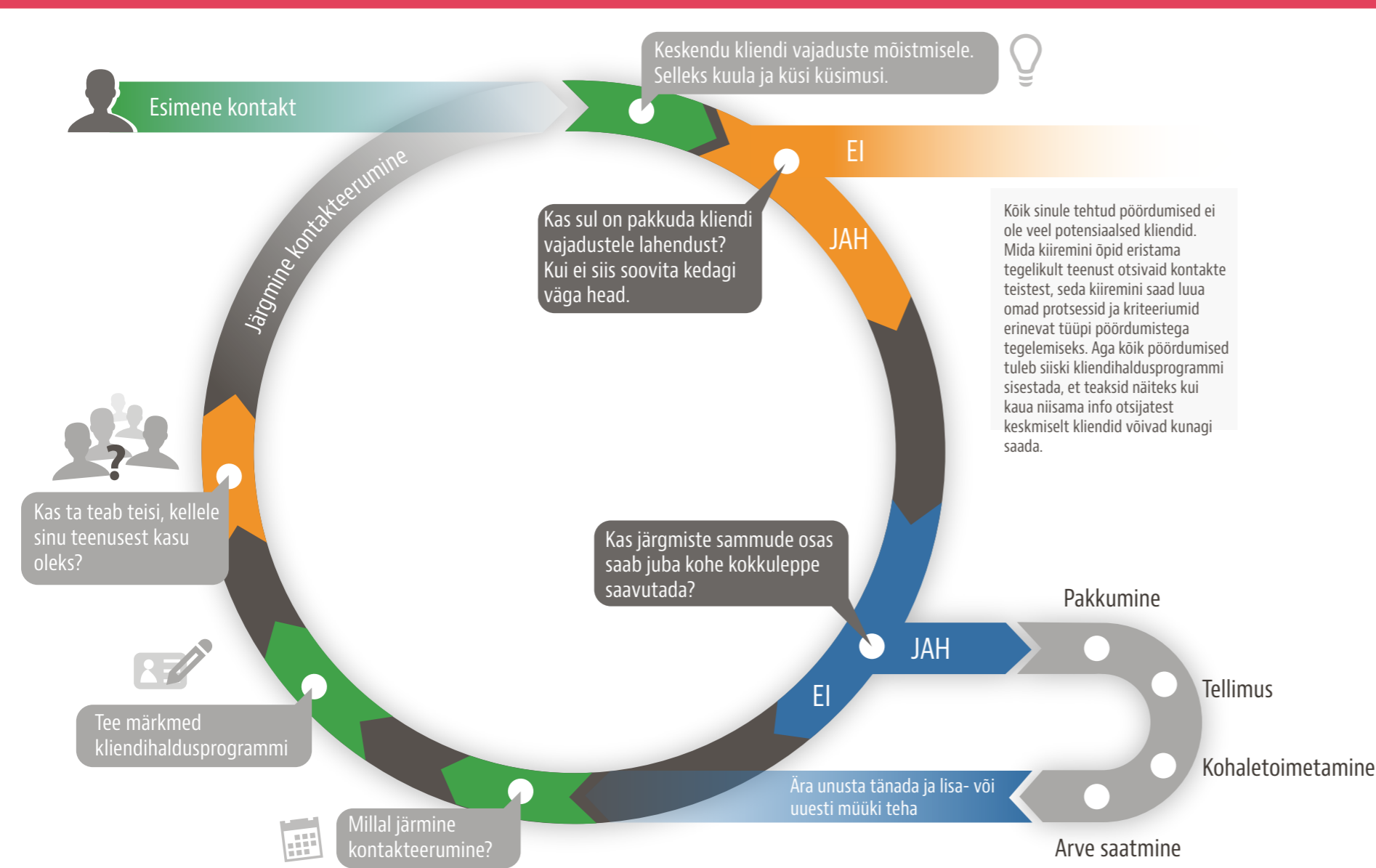
Kuidas teenid usalduse?

Hea uudis on see, et inimesed on enamasti heausklikud ning usalduse tase on alguses harva miinuses. Kuidas on see seotud kliendihaldusega? Paljuski. Tootestamise ja turundusega sead palju ootusi, mida pead olema valmis täitma. Kui klient sinuga ühendust võtab, pannakse need ootused proovile.

Kliendihalduse abil kindlustad, et suhtud igasse klienti personaalselt. Märkad tema vajadusi, mõistad tema

olukorda ja püüad leida viise kuidas talle abiks olla. Märkides üles iga kohtumise või kõne kindlustad, et klient võib sind usaldada ning sa ei peta seda näiteks sellega, et unustad talle saata lubatud eripakkumise.

Märgi üles iga kliendiga ühenduses olemine enda kliendihaldusprogrammi. Mitte sellepärast, et käesolev juhend nii ütleb, vaid sellepärast, et sinu ettevõtte usaldatavus sõltub sellest.



Seda mudelit jälgides muudad oma kliendihalduse organiseeritaks ja eesmärgipäraseks. Sea kliendisuhetusele selgeid eesmärgid ja loo sellest lähtuvalt strateegia eri kliendisegmentidele.

Kliendihalduse rutiin

Kliendihaldus on just kui sõprussuhte hoidmine. Olles piisavalt tihti tähendusrikkas kontaktis oma klientidega, püsid neil kergesti meeles, sul on neile kergem uuesti läheneda ja sinu sõnal on aina rohkem kaalu.

Luues kliendihaldusest rutiin, tuleb see ka aina lihtsamini ja loomulikumalt välja. Järgmised kolm põhjust peaksid sind selleks hästi motiveerima:

Kliendi väärtus ja tähtsus sinu ettevõttele

Ole tihedamini kontaktis oma klientidega, kes toovad sulle suurema osa käibest juba praegu või siis potentsiaalselt tulevikus või kelle soovitude kaudu sulle uusi kliente juurde tuleb.

Kliendi olukord ja iseloom

Ole tihedamini ka kontaktis uute klientidega, kes pole pole sinu tootes veel päris veendunud või kaaluvad teiste valikute vahel.

Mälu kestvus

Ole ühenduses ka nendega, kes muidu sind ei mäletaks, ei võta ise ühendust, kasuta sinu teenust või ei kasuta su teenuse kõiki võimalusi oma tegevuse tõhustamiseks.

Kindlustamaks, et oled õigete klientidega piisavas kontaktis, märgi alati pärast igat kontakteerumist omale kalendrisse aeg, mil selle kliendiga järgmine kord kontakteerud.

ARVELDAMINE

Mis on arve?

Arve on lihtsustatult öelduna dokument, millega küsitakse kliendilt raha. Arve koostamisel tuleb siiski arvestada konkreetse kliendi harjumistega, maksuseadusega, ja oma vajadusega raha kätte saada. Arve on ka raamatupidamise alusdokument. Hea arvete saatmise teenus aitab kõigis nendes protsessides.

Milline on hea arve?

Hea arve on see, mida on lihtne maksta. Hea arve pealt on kliendil lihtne kontrollida, kas talle koostatud arve vastab kokkulepitule. Loomulikult vastab see ka maksunormidele. Kõrval on toodud hea arve näidis ja seal on esile tõstetud mõningad aspektid, millele tasub tähelepanu pöörata.

Siin ka mõned soovitusel arvete saatmiseks.



Ürita saata valmis arved alati samal päeval.

Arve väljastamisega nädala võrra viivitades viibib ka raha laekumine nädala võrra. Lisaks võivad kliendiga kokkulepitud asjad vahel ka ununeda. Kiiresti saabuv arve loob kliendile sinust professionaalse mulje.



Koosta arve visand esimesel võimalusel - pakkumisena, müügitehinguna või arve visandina. Arve saatmiseks ei kulu minutitki.



Enne arve saatmist kontrolli veel arve nõuded on täidetud ja kliendi andmed õiged. Kleindi on õigus (isegi kohustus) jätta arve tasumata kui sellel olevad andmed ei ole korrektsed.



Arve tuleb saata kliendile talle meelepärasel moel.

E-arvena, kui klient seda soovib, e-posti teel, kui olete selles kokku leppinud või traditsiooniliselt paberil, kui pole kindel kuidas klient arvet soovib.



Hoolitse ka selle eest, et kõik su arved on korralikult archiveeritud.

Ettevõtja kohustus on hoida alles kõik dokumendid seitse aastat. Säilitada võib neid ka digitaalselt taasesitamist võimaldavas formaadis.



Ära kunagi muuda juba saadetud arvet.

Kui oled kogemata saatnud kliendile vale või veaga arve, tuleb teha kreditarve ja koostada uus arve. Võid muuta arvet senimaani kui oled selle kliendile ja/ või raamatupidajale saatnud.

Logo annab arve saajale mõista, kes on arve saatnud.

Arve number peab olema jooksvalt suurenev number, mis eristab arved ja need säilivad järjestuses teiste ettevõtte arvete suhtes.

isolta
Tervislik Toit Lastehoiu Lastele OÜ,
Toitutervislikult 123-9, 10101 Tallinn

Mamma Mia lastehoid
Mia Mamma
Mimma 4
10146 Tallinn

ARVE 1(1)

Arve number 1010040
Viitenumber 10100408
Arve kuupäev 28.02.2017
Maksetähtaeg 14.03.2017
Tarnetähtaeg 01.03.2017
Kättoimetamise viis Kaubik-Tord Fransit
Maksetingimus 14 päeva
Arve väljastas Lastesöber Polli
Viivis 0,50 %
Kliendi reg nr 876557599

Toode nr	Kirjeldus	Ühiku hind €	Kogus	KM %	Kokku €
1. 23	Basiilik potis	2,13	3 tk	20	6,39
2. 24	Petersell	3,85	1,3 kg	20	5,00
3. 225	Piknikukorv	39,00	2 tk	20	78,00
4. T01	Transport teenus	0,30	17 km	20	5,10
5. 01	Õun (Kuldrenett)	0,99	3,6 kg	20	3,56
6. 02	Pirn (conference)	1,54	2,8 kg	20	4,31

Kokku km-ta € 102,37
Käibemaks kokku € 20,47
Tasumiseks kokku € 122,85

Maksetähtaeg 14.03.2017 Viitenumber 101 00408 **Kokku 122,85 €**

BIC / SWIFT HABAHA
Arveldusarve number / IBAN EE60 9900 2210 5436 8247 Swedbank

Tervislik Toit Lastehoiu Lastele OÜ
Henry Arnhold
Toitutervislikult 123-9
10101 Tallinn

Tel: +37258423432
henry.arnhold@isolta.com
www.ttl.ee
Reg nr: -12234281

Viitenumber suunab makse sooritamise just antud arve juurde. Arvete saatmise tarkvara määrab arvetele õige viitenumbri.

Tarnetähtaeg on Maksuameti nõue.

Arve käibemaksuta summa ja käibemaksu summa tuleb eraldi arvel välja tuua. Samuti erinevate käibemaksude summad tuleb eraldi välja tuua.

Tee kindlaks, et arvel on arve saaja vajalikud andmed (arveldusarve number, viitenumber, maksmiseks kuuluv summa ja maksetähtaeg) leitud arve allaosast selgelt väljatooduna.

Arvel peab olema ettevõtte registrikood.

ELEKTROONILISTE ARVETE SAATMINE

Elektrooniline arve on tegelikult mis tahes elektroonilisel kujul saadetud arve. Elektrooniline arve võib siis olla PDF või muus formaadis edastatud arve e-posti teel, e-arve saadetuna otse pankka või vastuvõtja raamatupidamisprogrammi aga ka paberarve, mis on saadetud elektroonilise kanali kaudu nt postiteenust pakkuvale ettevõttele väljaprintimiseks ning sealt siis ümbrikus kliendile edastatud.

Arve vastuvõtmise viisi määrab arve vastuvõtja. Arve saatja roll on siin oma protsesse vajadusel kohendada. Kliendi poolt nõutud viisil arve edastamine tagab ka selle kiiremini tasutuks saamise. Ja see muidugi soodustab ka positiivse kliendihalduse kuvandi loomist.



Arvete saatmise programm



Raamatupidamise- või laoprogramm



E-arve

“E-arve on “see õige elektrooniline arve”. Selle saatmine on tegelikult lihtsam kui arve välja trükkimine ja ümbrikus saatmine. Vajad vaid kliendi registrikoodi (välismaise ettevõtte puhul e-arve aadressi) ja operaatori tunnust ning programmi/teenust, millega e-arveid saata.”

E-arvena soovivad arveid saada ettevõtted, kellel on ka võimalus e-arveid automaatselt käsitleda: arve kinnitus, maksmisele edastamine ja maksmine ning raamatupidamisse edastamine käivad kõik läbi nupule vajutuse. Sedasi väldib arve vastuvõtja ka arvel oleva info sisestusvigu.

Tips: E-arve aadress ja vastuvõtja operaatori tunnus on nagu postiaadress ja postiindeks:

Postiaadress: Niguliste 2-26
Postiindeks: 10146, Tallinn

E-arve aadress: 003718540478
Operaatori tunnus: BAWCFI22

E-arve plussid:

- ✓ Hoiab kokku arve saatmisele kuluvat aega ja vaeva
- ✓ Odavam kui paberarve saatmine posti teel
- ✓ Keskkonnasõbralik
- ✓ Hoiab kokku su kliendi aega ja raha mis kulub arvete käsitlemisele

Arve saatmine e-posti teel

Arve saatmine e-posti teel (näiteks PDF failina) on enamustele väiksematele ettevõtetele ja eraisikutele parim viis arve vastuvõtmiseks ja sellele kiirelt reageerimiseks.

Hea arvete saatmise programm/teenus saadabki arved otse kliendile e-posti aadressile ja annab saatjale ka tagasisidet selle kohta, kas arve läks kohale ja kas see on ka avatud. PDF arvet saab ka ise koostada ja siis manusena kliendi e-posti saata.



Arvete saatmise programm

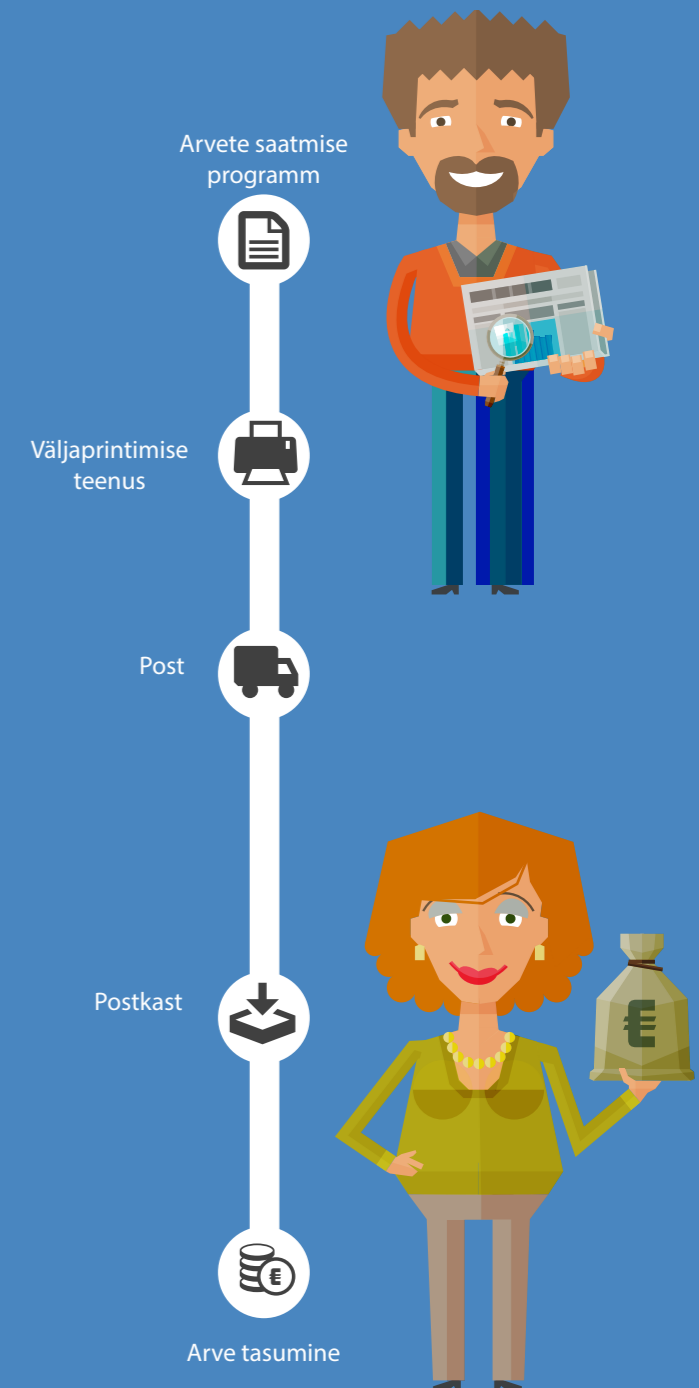


E-post



Arve tasumine

E-postkast



Arve saatmine printimise teenust kasutades

Elektrooniliste arvete ja traditsiooniliste arvete sümbioosiks on see, kui arve saadetakse elektrooniliselt aga vastuvõtjani jõuab see kenasti paberil ja ümbrikus. Sellisel juhul läheb arve elektrooniliselt nt postiteenust pakkuvale ettevõttele, kes selle siis välja trükitab, ümbrikusse paneb ja kliendile saadab.

Müügivõlgnevuste majandamine

Raha on ettevõttele nagu on hapnik inimesele. Seda tilgub ettevõtte kontole ainult siis kui kogu müügiprotsess toimib. Seepärast on oluline tegeleda ka tekkinud võlgnevustega - ehk siis olla ise ja hoida raamatupidajat kursis tekkinud võlgnevuste osas. Võlgnevustega tegelemine on ka osa kliendihaldusest. Tuleb kindlasti arvestada ka kohaliku kultuuriga nii meeldetuletuste saatmisel kui ka arvete edastamisel nt inkassole. On suurepärane kui su oma arvete saatmise programm sind ka teavitab kui mõni arve on maksetähtaja ületanud. Reageerida tasub kiirelt, kuid delikaatselt ja püüda mõista, millest olukord on tekkinud. Kõige lihtsam on esialgu saata lihtsalt meeldetuletus. Kui tegeled oma võlgnevustega tõhusalt, siis ei jää ka tehtud tööde eest kunagi raha saamata.

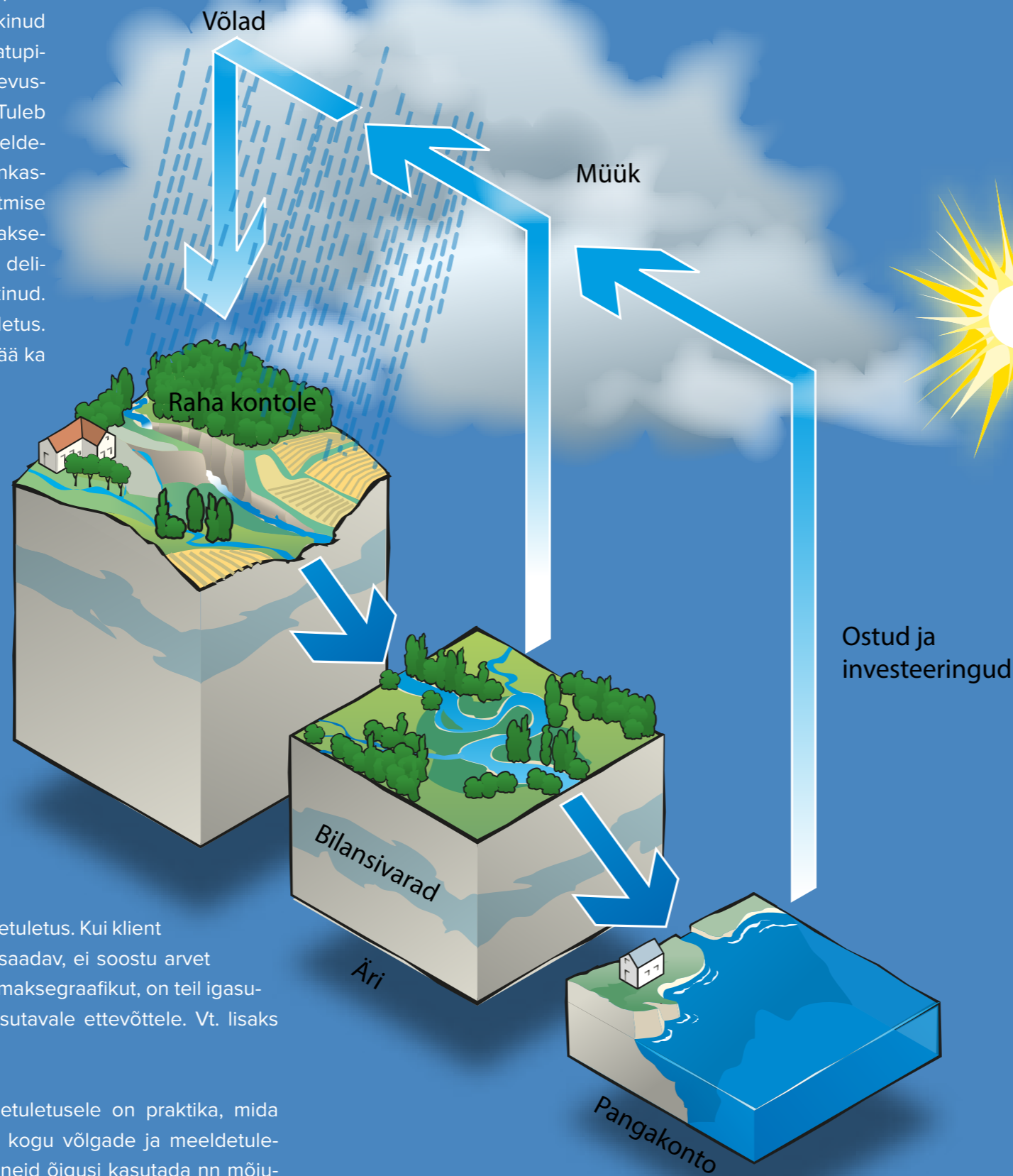
Soovitusi võlgnevustega tegelemiseks

- ✓ Kasuta arvetel arvekohast viitenumbrit ja märgi arved tasutuks viitenumbrite põhjal. Nii säästad aega ja väldid vigu.
- ✓ Hoi silma peal arvetel: kas on avatud, maksetähtaja ületanud või osaliselt tasutud.
- ✓ Saada meeldetuletus kohe pärast maksetähtaja ületamist. Tihti tasub isegi enne meeldetuletuse saatmist helistada.
- ✓ Tihti seisneb probleem selles, et on unustatud õigel aja tasuda või pole arve mingil põhjusel kliendini jõudnud.

Mida teha kui klient ei soovi arvet tasuda?

Kui maksetähtaeg on ületatud, tuleb saata meeldetuletus. Kui klient sellele ka ei reageeri ning pole telefonitsi kättesaadav, ei soostu arvet tasuma või rikub korduvalt tähtaja pikendust või maksegraafikut, on teil igasugune õigus anda arve edasi inkasso teenust osutavale ettevõttele. Vt. lisaks VÕS § 113

Sissenõudmiskulude ja viiviste lisamine meeldetuletusele on praktika, mida kasutavad peamiselt suuremad ettevõtted, kus kogu võlgade ja meeldetuletuste haldamine on täis-automatiseeritud. Võite neid õigusi kasutada nn mõjuvahenditena kui saadate meeldetuletuse, märkides seal, et teil on õigus järgmisele meeldetuletusele lisada sissenõudmise tasu ja viivised.



Kulude kontroll

Nõuded tarnijate ees on see osa, mis on sinul sisseostetud toodete/teenuste eest veel tasumata. Nõuded tarnijate ees on eriti olulised majandusaasta aruande koostamisel. Nõuete nimekirja tarnijate ees nimetatakse ka ostureskontraks. Ostureskontra näitab kui palju on ettevõttel kuu lõpuks sooritatud oste, mille eest pole veel tasutud.

Nõude käsitlemine saab tavaliselt alguse arve vastuvõtmise hetkest. Vastuvõetud arveid nimetatakse ostuarveteks. Nõue tarnija ees tekib hetkest, mil kaup või teenus on kätte saadud. See hakkab olulist rolli mängima majandusaastaruande koostamisel. Kui ettevõtte majandusaasta muutub aastavahetusega, ja kauba eest, mis saadakse kätte detsembris, esitatakse arve jaanuaris aga tagasiulatuva kuupäevaga detsembrisse, siis kantakse kogu ost detsembrisse. Aga kui maksetähtaeg jääb jaanuarisse, siis kantakse ostu netosumma detsembrist aruandesse ja KM-tagastus käsitletakse jaanuari aruande raames.

Kogu ahel arve vastuvõtmisest kuni arve arhiveerimiseni tuleks võimalikult tõhusalt ja vigu vältivalt optimeerida. Seepärast on kasulik ostuarvete majandamiseks kasutada mõnda vastavat programmi või teenust.

Ostuarveid on mõistlik võtta vastu elektroonilisel kujul, nii püsivad need paremini taasesitataval kujul alles. Kui palud tarnijalt e-arvet, siis läheb see automaatselt su ostureskontra programmi/teenusesse. Oluline on, et kõik ostuarved saabusid sulle ühte kohta kokku, mille kaudu on sul lihtne neid kinnitada, saata tasumisele ning edasi raamatupidamisse. Veel parem, kui ka müügiarved samas kohas oleksid.

Ettevõtluses tekib ostuarvetele lisaks ka muid kuludokumente. Näiteks ostud panga- või krediitkaardiga, sularaha ostud, kuluhüvitised nagu näiteks päevarahad, kütusetšekid jne. Iga kulu kohta tuleb säilitada kuludokument, mida on võimalik järgmise viie aasta jooksul taasesitada. Kuna piisab ka sellest kui dokumendist säilitatakse koopia elektroonilisel kujul, siis soovitame tšekkidest teha fotod või need sisse skännida veel enne kui termopaberil olev tekst haihtub.

Ostude ja kulude juures on mõistlik võimalikult täpselt märkida, mis kuludega tegemist on, et siis tagantjäreli saaks analüüsida kuidas ja mis kulud ettevõtluse erinevate osadega seotud on. Näiteks tuleb partneritega koosolekule tellitud suupistete pakkumise puhul märkida ülesse ka koosolekul osalejate nimed ja ettevõtted.

Ennustus tulevaste arvete kohta

“Saadetud arve toodab tulu pea kindlasti nädala kahe pärast.” Aga mis edasi? Rahavoogude jätkusuutlikust on hea kindlustada tulevaste tehingute arvu ja tõenäosuse arvutamise abil:

- ✓ Kui palju on viimasel ajal tehtud müügipakkumisi?
- ✓ Kui suur on teie ettevõttes pakkumiste heakskiidu protsent?
- ✓ Kui palju on neid tellimusi, mis on hetkel täitmisel?
- ✓ Millal saab täitmisel olevate tellimuste ettevõttele arve esitada?”

Klientidega kontakteerumiste määr

Erinevate klientidega ühenduse võtmise määra jälgmise kaudu saad kindlustada, et oled piisavalt paljude potentsiaalsete ja olemasolevate klientidega kontaktis. Uute klientide puhul on muidugi oluline nii eeltöö (filtreerimine) kui ka kontaktile pühendatud aeg. Külmad kõned suvalistele klientidele ei anna kunagi samaväärset tulemust kui kõned nendele, kellele sinu toode potentsiaalselt kasulik võiks olla.

Müügikate sooritatud müükidelt

Määra endale müügikatte määr nädala kohta. Nii saad igapäevaselt jälgida kas eesmärgi saavutamiseks on vaja teha veel lisamüüki. Teinekord piisab ka ühest tehingust, et kogu nädala katte määr kätte saada.

Tehingute määrad

Kui jälgid kui palju müüki oled näiteks nädala vältel teinud, jälgid nii müügikontaktide õnnestumisprotsenti kui ka tulevasi laekumisi.

Positiivse tagasiside määr ja sisu

Kui su teenus on piisavalt hea kvaliteediga, soovitatakse sind ka teistele. Kust aga saad teavet, kas pakud piisavalt head teenust ja teenindust? Ikka klientide tagasisidest. Kas suudad loetleda need korrad kui klient on maininud, et on sinu tööga väga rahul?

Jälgin järgnevat viite mõõdikut

Edukuse mõõtmed

Sa peaksid valima endale viis ettevõtlustegevust päevas või vähemalt nädalate lõikes tähelepanu vajavat tegevust. Need viis mõõdet annavad sulle teada kuidas su ettevõttel läheb ja kuidas see areneb.

Siin leheküljel anname sulle viis näidet tähelepanu vajavatest mõõtmetest. Võid kasutada neid tähelepanu vajavate tegevuste valimisel.



Näpunäide: Kasuta ainult selliseid mõõtmeid, mille abil saad õppida asju paremini tegema. Mõõtmed ei tohiks anda ainult infot selle kohta kuidas läks, vaid ka selle kohta mida edasi teha.

RAAMATUPIDAMINE

Mitte lihtsalt tähtis vaid lausakohustuslik

Tead juba kindlasti, et igal ettevõttel on aruande esitamise kohustus ja vastutus ettevõtte raamatupidamise ees. Kui ei teadnud, siis nüüd tead.

Lihtsustatult öelduna, eeldab raamatupidamiskohustus:

- ✓ Tulude ja kulude sisestamist
- ✓ Võlgade ja nõuete jälgimist
- ✓ Iga-aastase majanduskokkuvõtte tegemist
- ✓ Maksuametile tulude ja kulude deklareerimist

Juba ettevõtte loomisel tasub osta sisse professionaalne raamatupidamise teenus. Ettevõtluse algaasis pead kogu võimaliku energia pühendama klientide leidmisele ja müügi kasvatamisele. Muidugi

pead meeles pidama, et kogu vastutus raamatupidamise eest jääb ikka juhatuse õlgadele. Seega on oluline mõista raamatupidamise algtõdesid ja osata lugeda erinevaid aruandeid.”

Soovitav viis oma raamatupidamiskohustuse täitmiseks on, see kui saadad raamatupidajale valmis raportid. Mida selgemad ja informatiivsemad on raportid, seda väiksemad on su enda kulud. Kui saadad raamatupidajale vajalikud raportid, kulutused ja muud kuludokumendid aegsasti ja sellisel kujul, et ta ei pea neid uuesti käsitsi sisestama hakkama, hoiad oma rahakoti paksemana. Hea valik on ka kasutada sellist lahendust, mis ise automaatselt maksuametile ka kõik vajalikud aruanded koostab.

Kokkuvõtte arvetest ja laekumistest

Tee kokkuvõtte tulevastest tuludest



Saada mulle info müügi- ja ostuarvete ning laekumiste kohta. Mina hoolitsen kõige muu eest.



Kokkuvõtte tasumata ostuarvetest

Kogu kõik ostutšekid ühte kohta ja tee neist näiteks telefoniga pildid.

Ettevõtte argipäeva spikker

Igapäevaselt

- Ole ühenduses oma klientidega
- Saada arveid

Iganädalaselt

- Kontrolli pangast laekumisi ja märgi maksud arved tasutuks
- Tähtaja ületanud arvete meeldetuletuste saatmine
- Ostuarvete tasumine
- Müügiprotsessi jälgimine

Igakuiselt

- Raportid raamatupidajale
- Kuludokumendid raamatupidajale
- Kassavoo ja -prognoosi ajakohastamine
- Aruanded maksuametile

Selle juhendi on koostanud Isolta Oy. Isolta on tarkvaraarenduse ettevõtte, mis arendab arvete saatmise online teenust ettevõtjatele. Siin juhendis soovitatud tegutsemise viisede järgi toimimiseks leidub ka sulle sobiv töövahend aadressilt www.isolta.ee

Lihtsat arvete koostamist ettevõtetele

www.isolta.ee