

CALCULAREA PRETURILOR ȘI OFERTAREA

GHID ILUSTRAT

pentru societățile
specializate în domeniul
sistemelor de alarmare
împotriva efracției, a
celor din domeniul pazei
și protecției și a celor
care efectuează lucrări
în domeniul apărării
împotriva incendiilor

Ion Iordache



CUPRINS:

I – Introducere	3
II - Prețul serviciilor pe care le oferi	5
III - Strategii de stabilire a prețurilor	8
IV - Etapele de stabilire a prețurilor serviciilor și ofertarea	10
V - Calculația tarifului pe oră	12
VI - Revizuirea, modificarea și publicitatea tarifelor	16
VII - Practici anticoncurențiale	17
VIII - Codul Civil și reglementarea stabilirii prețurilor	18
IX - Prezentare servicii de consultanță și formare profesională	19
Bibliografie	23



"Cât să cer pentru instalarea a 4 camere video; dar pentru întreținerea unui sistem de supraveghere video cu 20 de camere, sau ce prețuri se practică pentru o evaluare de risc la securitatea fizică pentru o școală?"

Primesc foarte des astfel de întrebări, de la cursanții mei, de la alte persoane membre în diferite grupuri profesionale din social-media dar și de la practicieni cu vechime din piața de securitate privată.

Stabilirea prețului potrivit pentru serviciile oferite te ajută să maximizezi profiturile, prețurile eficiente te pot ajuta să eviți probleme financiare grave care pot apărea dacă prețurile cu care lucrezi sunt prea mari sau prea mici. E simplu: dacă ceri prea mult, te vei situa în afara pieței, iar dacă ceri prea puțin, este posibil să nu îți poți acoperi costurile.

Pentru o companie din domeniul securității private ofertarea unui preț corect pentru serviciile oferite poate fi o activitate dificilă și stresantă iar mulți dintre colegii noștri din acest domeniu de activitate duc o luptă continuă cu stabilirea corectă a strategiilor lor de prețuri.

Știi deja că succesul afacerii tale se bazează direct pe capacitatea ta de a vinde serviciile pe care le oferi care, la rândul său, depinde de strategia ta de a stabili prețul corect.

Cu siguranță ai mai multe motive dacă ai pornit o afacere în domeniul securității private iar asta înseamnă că ai testat potențialul ideii tale de afaceri și ai pus la punct un plan de acțiune complet. Felicitări!

Primul pas pentru stabilirea unui preț corect este acela de a găsi un echilibru între a oferi prea mult sau prea puțin pentru serviciile tale de asigurare a securității iar acest lucru îl vom face împreună.

Conform Raiffeisen Bank,

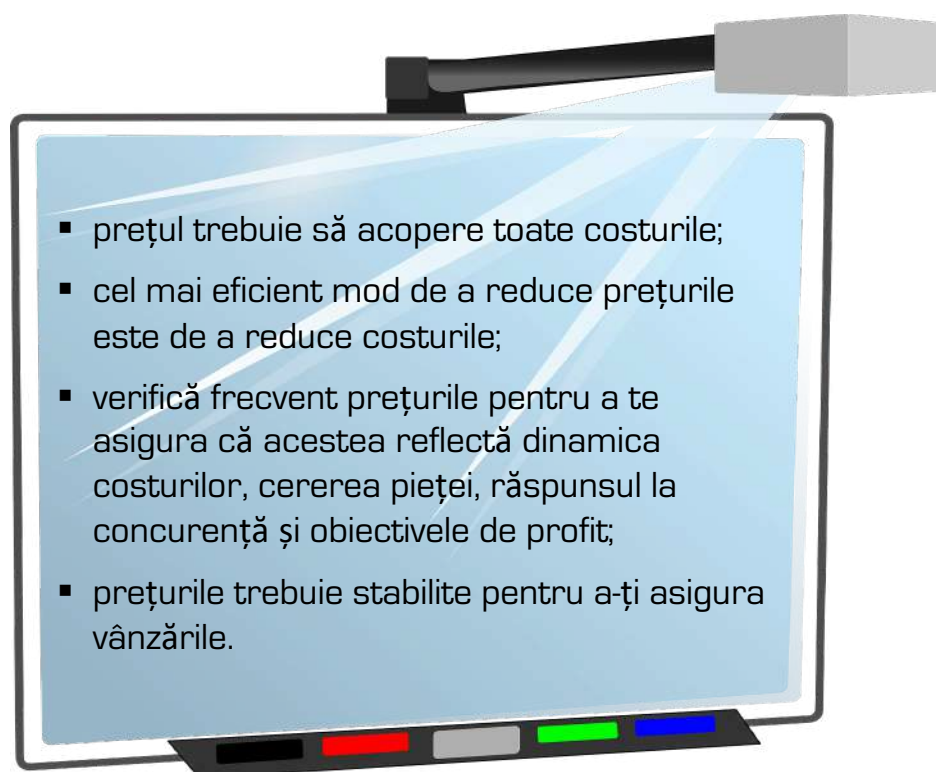
"În Europa, 37% din populație dorește să lucreze pe cont propriu, față de 51% în SUA și China iar în România, apetența pentru antreprenoriat este mai mare (48%), iar 44% nu vad probabilă această opțiune, din diferite cauze (lipsa banilor sau teama de necunoscut). Provocările sunt comune tuturor celor care vor să inițieze o afacere, iar ceea ce îi diferențiază pe antreprenori este atracția pe care aceștia o au pentru a începe un business și puterea de a-și învinge temerile. Pe cât de multe sunt riscurile și piedicile, sunt tot atât de multe motive pentru a demara și derula o afacere."

Dacă vei da o simplă căutare pe internet **"greșeli de evitat dacă vrei să deschizi o afacere"** vei găsi răspunsuri care îți arată că ai pornit cu "ideea nepotrivită", n-ai ales "piața țintă potrivită", n-ai "lansat" afacerea conform sfaturilor influencerilor sau că n-ai deschis afacerea din pasiune ci doar pentru că vrei să câștigi mulți bani.

Nu vreau să comentez faptul că unele dintre aceste greșeli chiar sunt de evitat ci mi-am propus să-ți prezint doar o singură temă legată de stabilirea tarifului/prețului potrivit pentru serviciile tale.

Din punctul meu de vedere, aceasta este cea mai frecventă greșeală pe care o fac, atât noii veniți în piață cât și unii mai vechi care din motive pe care nu le cunosc, sau le cunosc dar nu vreau să le discut, încă rezistă și contribuie puternic la crearea unui climat nesănătos de afaceri.

Indiferent de serviciul pe care îl oferi (evaluarea riscurilor de securitate, proiectarea, instalarea, întreținerea sistemelor de alarmare împotriva efacției sau activități de pază și protecție) prețul pe care îl comunicii clienților tăi va avea un efect direct asupra succesului tău în afaceri.



Deși strategiile de stabilire a prețurilor pot fi complexe, regulile de bază ale prețurilor sunt simple:

- prețul trebuie să acopere toate costurile;
- cel mai eficient mod de a reduce prețurile este de a reduce costurile;
- verifică frecvent prețurile pentru a te asigura că acestea reflectă dinamica costurilor, cererea pieței, răspunsul la concurență și obiectivele de profit;
- prețurile trebuie stabilite pentru a-ți asigura vânzările.

Așa cum o să-ți arăt, trebuie să cunoști prețurile concurenței dar este o greșeală să te raportezi la ele dacă tu nu obții profit în marja aceea.

Tine minte! Ești în această afacere pentru a obține profit iar prețul corect pentru tine trebuie să fie corect atât pentru clienții tăi (adică aceștia să fie dispuși să îl plătească) cât și pentru afacerea ta (adică îți vei acoperi costurile și vei obține profit).

Scopul acestui ghid este să te ajute să stabilești un preț corect pentru serviciile tale prin stabilirea unei strategii eficiente de calculație a acestuia pentru ca afacerea ta să fie profitabilă.

Prețul serviciilor pe care le oferi

Prețul pe care îl ceri pentru serviciile oferite de tine este una dintre cele mai importante decizii de afaceri pe care trebuie să o iei pentru a te asigura că prețurile și nivelurile de vânzări pe care le stabilești îți vor face afacerea profitabila.

Lucrurile nu sunt așa de complicate cum par iar strategia ta de stabilire a prețurilor va fi eficientă dacă iei în calcul și analizezi trei domenii cheie:



costurile existente



prețurile practicate de concurență



piața țintă

Diferența dintre cost și valoare

Înainte de a vorbi despre cele trei domenii trebuie să înțelegi diferența dintre cost și valoare:

- **costul** produsului sau serviciului este suma cheltuită pentru a-l produce;
- **prețul** este recompensa financiară pentru furnizarea produsului sau serviciului respectiv;
- **valoarea** reprezintă ceea ce clientul tău consideră că îi oferă produsul sau serviciul oferit de tine.

Exemplu: costul unei companii pentru a repara un sistem de alarmă la domiciliul unui client poate fi de 50 de lei pentru transport, 200 de lei materialele utilizate și o oră de muncă (salariul tehnicianului) la valoarea de 50 de lei. Cu toate acestea, valoarea serviciului pentru clientul tău, care a doua zi pleacă în vacanță pentru două săptămâni și ar lăsa casa nesupravegheată este mult mai mare decât costul de 300 de lei, astfel încât compania ar putea să ceară 500 de lei.

Prețurile, întotdeauna, trebuie să fie în concordanță cu valoarea beneficiilor pe care afacerea ta le oferă clienților tăi; ținând cont, de asemenea, și de prețurile pe care le percepe concurența ta.

Ori de câte ori este posibil, stabilește prețuri care să reflecte valoarea pe care o furnizezi, nu doar costul iar pentru a fi rentabil află:

- ce beneficii au clienții tăi din utilizarea produsului sau serviciului tău (nimeni nu are nevoie de sistem de alarmă ci de siguranța oferită de acesta);
- ce criterii utilizează clienții tăi pentru deciziile de cumpărare (de exemplu, prețul, calitatea, viteza de livrare, etc.);
- ce valoare pun clienții tăi pe primirea beneficiilor pe care le oferi.

Costurile existente - acoperirea costurilor fixe și a celor variabile



Ca să obții profit, trebuie să-ți acoperi costurile iar acest lucru este o parte esențială a stabilirii prețurilor.

Costurile tale fixe sunt cele care rămân neschimbate pentru o anumită perioadă de timp, indiferent de nivelul activității, indiferent de cât de mult sau cât de puțin vinzi și pot include chiria sediului, chiria echipamentelor utilizate, salariile personalului angajat, asigurările pentru bunurile companiei, abonamentul la internet sau amortizarea echipamentelor (care este fixă) indiferent dacă le utilizezi sau nu.

Costurile tale variabile sunt cele care evoluează și cresc odată cu creșterea vânzărilor, cum ar fi taxele (de exemplu, taxele pentru salarii sau, dacă este cazul, impozitul pe venitul microintreprinderii care este corelat cu valoarea cifrei de afaceri), transportul, etc.

Deși ar putea fi dificil să reduci costurile în anumite domenii (de exemplu, chirie, salarii) ai putea să reduci costurile de achiziție dacă ai, de exemplu, un contract cu un furnizor de echipamente de supraveghere video pentru o aprovizionare "just in time" (echipamentele se comanda doar pe măsura necesitatilor și nu menții stocuri mari în depozitul propriu).

Nu uita! Ia în considerare faptul că unele dintre costurile tale vor crește în timp, cum ar fi de exemplu, costurile cu întreținerea și combustibilul pentru mașinile companiei.

La stabilirea unui preț, acesta trebuie să fie mai mare decât costul variabil al producerii produsului sau serviciului tău pentru că fiecare vânzare va contribui la acoperirea costurilor fixe și la obținerea de profituri.

Atenție la pragul de rentabilitate, adică acel punct la care firma nu obține nici profit nici pierdere în urma activității desfășurate.

Formula de calcul e simplă:

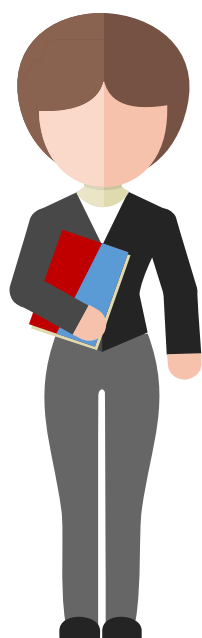
$$\text{Prag de rentabilitate} = \text{costuri fixe} / (\text{preț} - \text{costuri variabile})$$

Prețurile practicate de concurență

Deoarece prețurile concurenților tăi pot avea un impact direct asupra a ceea ce vei stabili ca prețuri proprii, este esențial să aflii tot ceea ce se poate despre concurenții tăi și prețurile practicate de aceștia. Așa o să-ți poți forma o idee despre cum să vă diferențiați.

De exemplu, un concurent pentru evaluările de risc la securitatea fizică cu un venit consistent garantat, cu siguranță are posibilitatea de a percepe prețuri mai mici.

Îți va fi util să găsești răspunsuri la două întrebări:



Cum percep clienții avantajele/beneficiile oferite de tine față de concurenții tăi?

Ai un beneficiu unic (Unique Selling Proposition) pe care vrei să-l comunici potențialilor tăi clienți despre serviciile tale? *(De exemplu, un posibil avantaj pe care nici un concurent nu-l oferă, ar putea fi: "Fiecare sistem de supraveghere video instalat de noi vă aduce întreținere gratuită timp de 6 luni")*.

Te situezi pe o piață extrem de competitivă sau există puține companii concurente?

Cu cât sunt mai puțini concurenți pe o piață, cu atât este mai probabil ca fiecare să poată percepe prețuri mai mari.

Poate fi foarte eficientă consultarea site-urilor web ale concurenței, sau contactare lor prin email sau telefon pentru a cere o ofertă.

În cazul în care prețurile tale sunt mult mai mari decât ale concurenților la servicii similare, s-ar putea să te situezi în afara pieței dacă consumatorii tăi nu pot vedea valoarea adăugată în ceea ce oferi; iar dacă prețurile tale sunt mult mai mici decât ale concurenților apare riscul de a vinde sub pragul de rentabilitate.

Ambele probleme pot fi evitate prin cercetări aprofundate înainte de a stabili prețul.

Piața țintă

Înțelegerea a cât de mult este dispusă să plătească piața ta țintă pentru serviciile tale și valoarea pe care o caută, te va ajuta să stabilești o structură de preț eficientă. Dacă clienții consideră că prețurile tale sunt prea mari, probabil că vor cumpăra de la unul dintre concurenții tăi. Dacă consideră că prețurile tale sunt prea mici, ei ar putea pune la îndoială calitatea serviciului sau experienței tale și să cumpere din altă parte.

Cel mai bun mod de a înțelege piața ta țintă este să efectuezi studii de piață care te vor ajuta să vizezi clientul ideal, să identifici noi oportunități de piață și să-ți îmbunătățești performanța de vânzare.

Strategii de stabilire a prețurilor

Strategia de preț pe care o vei folosi în afacerea ta se poate forma în funcție de obiectivele urmărite și va depinde de tipul de cerere pentru produsul sau serviciul tău.

Pentru a te ajuta să decizi care strategie de preț, sau combinație de mai multe strategii, este cea mai eficientă pentru afacerea ta îți voi prezenta opt dintre acestea.

Cererea pentru produsele și serviciile pe care le oferi poate fi elastică sau rigidă.

Dacă cererea este elastică, o modificare a prețurilor are un efect semnificativ asupra cererii (adică după o creștere a prețului, clienții pot alege să nu mai cumpere serviciul tău).

Dacă cererea este rigidă, o modificare a prețului are un efect redus asupra cererii (adică clienții vor cumpăra în continuare serviciul tău, indiferent de preț).



Toate acestea depind de o serie de factori, inclusiv:

Este serviciul tău o necesitate, sau o obligație?

În situația protecției bunurilor există o combinație între cele două, de exemplu instalarea unui sistem de supraveghere video este obligatorie prin lege pentru spațiile comerciale cu suprafețe mai mari de 500 m și o necesitate pentru proprietari de a-și proteja marfa.

Există înlocuitori disponibili? *(De exemplu, dacă sistemul electronic de securitate nu este posibil, clienții ar putea angaja pază umană ?)*

Există produse/servicii complementare? Când prețul unui serviciu scade, cererea pentru un alt serviciu crește *(de exemplu, instalarea sistemelor de supraveghere video vs instalarea sistemelor de control acces.)*

NOTĂ! Mediul puternic concurențial din domeniul serviciilor de securitate privată influențează puternic luarea deciziei de cumpărare a serviciilor oferite.

Așa cum am mai spus, creșterea valorii nete a serviciilor poate fi obținută fie prin mărirea beneficiilor acordate, fie prin scăderea costurilor aferente sau, simultan, ambele variante.

De exemplu, oferirea de prețuri, special reduse, cum ar fi 10% la manopera de instalare dacă se încheie și acordul de întreținere a sistemului pentru o perioadă de minim un an, poate fi un instrument puternic.

Dar...dacă faceți o reducere prea mare, 20% în exemplul de mai sus, clienții vă pot pune la îndoială prețurile cu tarif integral sau vă pot vedea ca o opțiune ieftină, ceea ce va face dificilă perceperea corectă a prețurilor cu tarif integral în viitor.

- 1 Prețuri bazate pe costuri** - această strategie se realizează pornind de la costul mediu al unui serviciu vândut prin adăugarea unei marje de profit (se identifică cel mai scăzut preț acceptabil pe care afacerea ta îl poate susține pentru serviciul oferit). Asigură-te că atunci când calculezi costurile, ții cont de toate costurile variabile și fixe.
- 2 Prețul rezultat din taxa pe oră** - această strategie este preferata mea pentru a calcula serviciile mele de consultanță (are o prezentare separată în acest ghid) dar o poți utiliza și pentru a-ți calcula prețul oferit pentru efectuarea unei analize de risc la securitatea fizică, proiectarea unui sistem de alarmă sau întreținerea unui sistem de alarmă. Se iau în calcul toți factorii de cost pe oră în toate etapele proiectului, inclusiv salariile și cheltuielile generale. Prețul serviciului oferit este rezultatul numărului de ore lucrate și a tarifului orar.
- 3 Prețuri de skimming** - această strategie este adesea utilizată pentru produse și servicii noi, în special pentru tehnologia în care produsul este considerat rar și de înaltă calitate (de exemplu, tehnologia de recunoaștere facială). Prețul inițial este ridicat și atrage clienții care doresc produsul sau serviciul ACUM și sunt dispuși să plătească. După ce acest grup de clienți a fost mulțumit, prețul este redus pentru a atrage clienții mai sensibili la preț.
- 4 Prețurile de penetrare** - această strategie, opusă skimming-ului, este o tehnică de stabilire a prețurilor în care prețul stabilit este scăzut inițial, astfel încât să atragă tot mai mulți clienți urmărind astfel un volum mare de vânzări. Este utilizat, în special pentru serviciile care nu atrag clienții "elitiști" și descurajează concurenții din cauza marjei reduse de profit. Pentru a obține profit este nevoie de o piață destul de mare și de un volum mare de vânzări. Această strategie de stabilire a prețurilor funcționează cel mai bine pentru companiile noi sau pentru companiile care intră pe o piață existentă și competitivă.
- 5 Prețul pentru imagine (sau premium)** - imaginea percepută este mai importantă pentru un client decât prețul real (de exemplu, un sistem de control al accesului biometric în locuință pentru care se plătește prețul unui autoturism sau angajarea unui serviciu privat de pază permanentă pentru locuință). Ar trebui să vizezi gama înaltă a pieței și să comunici luxul oferit pentru că sunt clienți care sunt dispuși să plătească oricât datorită valorii pe care o acordă serviciului oferit.
- 6 Strategia prețurilor joase („strategia de acaparare a pieții”)** - stabilește inițial, prețuri mici pentru serviciile tale unice cu intenția de a acapara piața chiar de la început pentru acestea și de înregistra vânzări mari pe seama cărora să recuperezi capitalul investit. Atunci când serviciul tău este recunoscut de consumatori se recurge la anumite majorări de preț. Atenție! Există riscul ca majorările ulterioare de preț să nu fie acceptate de cumpărători și firma să fie nevoită să practice în continuare prețurile inițiale.
- 7 Ajustarea prețurilor** - aici vorbim, de fapt, de mai multe strategii ce urmăresc atât reflectarea diferențelor existente între clienți cât și situațiile mereu în schimbare ale pieței. Cele mai des întâlnite sunt: strategia prețurilor cu reducere (reduc 10%), strategia prețurilor promoționale (ex: promoția de Crăciun)
- 8 Prețul bazat pe concurență** - poți alege să stabilești prețul în funcție de cele ale competitorilor tăi pe care i-ai identificat deja. **NOTĂ!** Eu nu recomand să alegi această strategie decât ca excepție și pe termen foarte scurt. Chiar dacă unii consideră că punctul forte al acestei strategii de preț este acela că ai deja o piață formată simpla scădere sau creștere a prețului nu este suficientă.



CAPITOLUL IV:

Etapele de stabilire a prețurilor serviciilor și ofertarea

Eu nu cred că există vre-un prestator de servicii de securitate care să nu se îngrijoreze că oferta prezentată unui client va fi considerată de acesta nerezonabilă, chiar dacă oferta este făcută pentru un serviciu excelent și calculată onest.

Cea mai frecventă greșeală este aceea de a estima prețul serviciului oferit pe baza unor presupuneri iar etapele următoare le-am creat pentru a evita să faci asta.

Să luăm ca exemplu instalarea unui sistem de supraveghere video [SSV].

Analizează proiectul și stabilește tariful orar

1

2

Estimează câte ore va dura proiectul și necesarul de resursă umană

Comunică prețul final clientului

4

3

Calculează prețul întregului proiect

Etapa 1-a - Analizează proiectul și stabilește tariful orar

Aceasta este etapa în care pui întrebări pentru a clarifica detaliile proiectului și vei stabili tariful orar pentru a face o cotație pentru întregul proiect.

Atenție! Tariful tău orar este prima variabilă din prețul proiectului pe care, în cazul acestui proiect SSV, o cunoști doar tu și ai nevoie de ea pentru calculele ce vor urma.

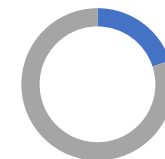
Vei lua în calcul:



Scopul proiectului SSV - asigură-te că ai o înțelegere clară a așteptărilor clientului, că există o analiză de risc la securitatea fizică și un proiect pe baza căruia să lucrezi.



Interesul de viitor al clientului - indiferent dacă acest proiect de instalare va avea și serviciul de întreținere (acest lucru este de preferat) clientul este interesat și de alte proiecte de viitor (un sistem de detecție incendiu, de exemplu) sau este o sarcină unică?



Bugetul clientului pentru proiectul SSV - dacă nu ți-a spus încă, întreabă clientul atât despre bugetul acestui proiect cât și despre proiectul de viitor (dacă acesta există). Clienții nu vor avea întotdeauna un răspuns, mai ales la cel de viitor, dar atunci când au, îți vor oferi o mare parte a datelor cu care să lucrezi.

Întrebarea despre buget te va ajuta să elimini clienții care sunt dispuși să plătească doar prețuri mici fără să aprecieze calitatea serviciilor oferite.

De exemplu:

1. Pregătirea lucrărilor de instalare și cablarea SSV - (8 ore/2 tehnicieni)
2. Instalarea sistemului SSV [fixare camere video (fixe/mobile), de interior/exterior, montaj iluminatoare perimetru, montaj echipamente vizualizare, programare software, etc.] - (6 ore/2 tehnicieni)
3. Punerea în funcțiune a SSV, instruirea beneficiarului și predarea SSV. (2 ore/1 tehnician)

Total ore = 30

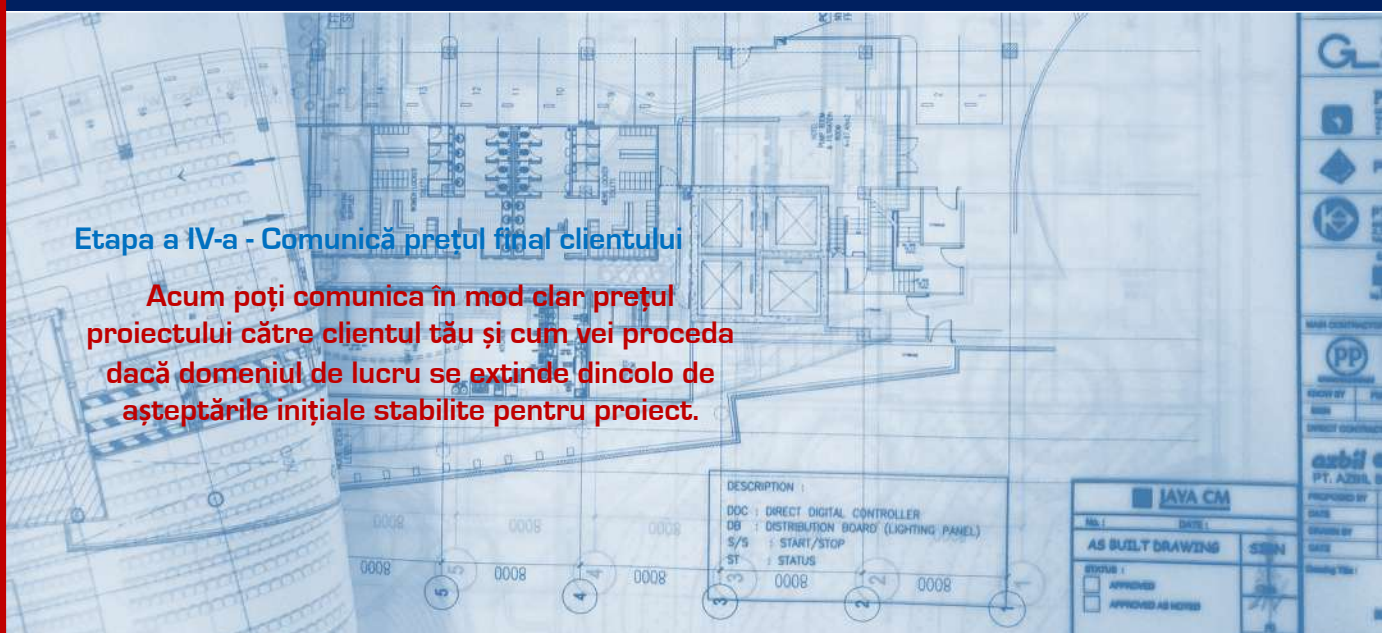
Preț de bază = tarif orar X orele totale calculate

NOTĂ! Îți recomand să adaugi o marjă de 10-30% din prețul de bază al proiectului pentru a acoperi cheltuielile generale și pe cele suplimentare (este destul de frecvent întâlnită situația de subestimare a timpului de execuție).

Această marjă de 10-30% ar putea acoperi o serie de aspecte, cum ar fi, de exemplu interacțiunea permanentă cu clientul pe toată perioada derularii proiectului. Pentru a oferi un serviciu excelent trebuie să fi disponibil pentru a răspunde la întrebările clientului și pentru a oferi informații despre eventualele actualizări din teren - acest timp se poate adăuga.

După ce ai adăugat această marjă, ai pretul final al proiectului.

Acum poți comunica în mod clar prețul proiectului către clientul tău și cum vei proceda dacă domeniul de lucru se extinde dincolo de așteptările inițiale stabilite pentru proiect.



Calculația tarifului pe oră

Tarif - Preț (stabilit oficial) pentru prestările de servicii - retribuție oficială stabilită pentru o anumită muncă. (sursa: DEX '09)

O altă întrebare frecvent întâlnită la cursurile mele este: cât ar trebui să plătească un client pentru serviciile de securitate, care ar fi prețul corect pentru serviciile prestate?

Serviciul prestat pleacă, în primul rând, de la timpul pe care îl aloci pentru efectuarea acestuia.

Indiferent de modul în care îți vei factura clienții, trebuie mai întâi să stabilești cât să ceri pentru munca ta și nu poți stabili asta decât dacă știi, aproximativ, câte ore va dura, de exemplu instalarea unui sistem de alarmă sau efectuarea unei analize de risc la securitatea fizică și cât ar trebui să câștigi pe oră pentru a face munca ta profitabilă.

Exemplu: Doi evaluatori de risc din Timișoara fac evaluări, în Lugoj (aproximativ 120 Km dus întors) pentru obiective identice ca mărime și complexitate (ambele fiind case de schimb valutar). Unul are un preț de 500 de lei iar celălalt 1.500 de lei; fiecare dintre aceștia având, sau nu, o calculație realistă pentru munca lor.

Dacă ai experiență în domeniul sistemelor de securitate, probabil că știi deja cât să ceri, deoarece ești familiarizat cu condițiile pieței și cu operațiunile pe care trebuie să le faci. Dacă ești la începutul activității tale atunci este posibil să nu ai idee despre cât ar trebui să ceri pentru munca ta.

Nu te lăsa influențat de sfaturile "binevoitorilor" care, zic ei, au experiență pentru că vei găsi diferențe foarte mari de la un "sfătuitor" la altul și nici unul dintre aceștia s-ar putea să nu fie tocmai ceea ce ai tu nevoie.

Exemplul: La fiecare dintre cele două case de schimb valutar din Lugoj (au sisteme de securitate identice), o companie din Lugoj va percepe 1.000 de lei pentru instalare iar o altă companie, din Timișoara 500 de lei.

Aceste exemple le vei întâlni permanent în piața din România unde concurența neloială este nepedepsită iar deontologia profesională a multora este inexistentă.

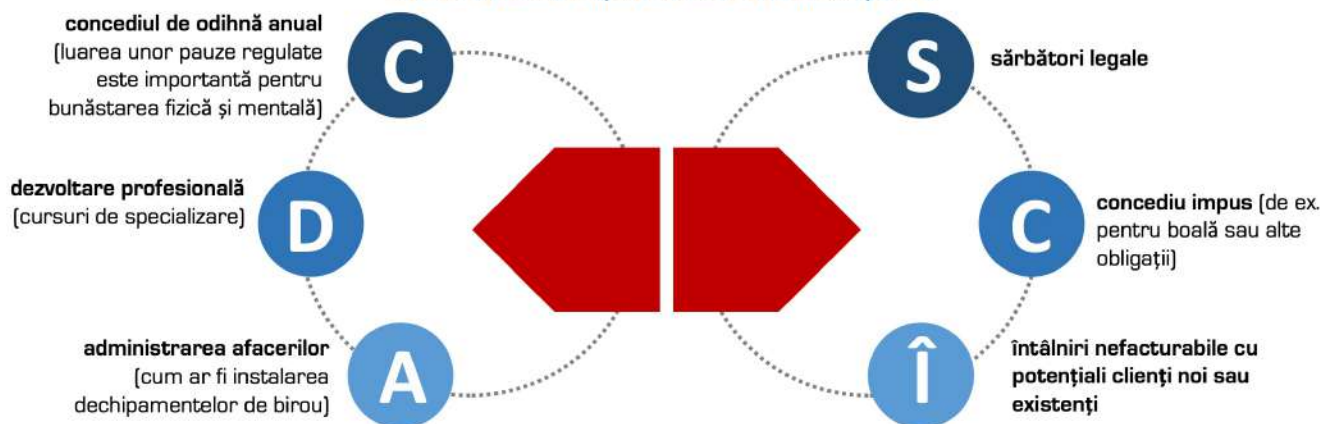
Am ales să-ți prezint taxarea pe oră având în vedere natura și particularitățile serviciilor de securitate și îți voi prezenta factorii de luat în considerare pentru o calculație corectă a muncii tale ca evaluator de risc la securitatea fizică, proiectant sau instalator de sisteme de securitate.



Calculează-ți numărul total de ore care produc venituri pe an

Determinarea numărului total de ore de lucru/generatoare de venituri pe an este un prim pas important.

Nu uita să incluzi timpul liber de care ai nevoie pentru:



Exemplu: Dacă intenționezi să-ți iei patru săptămâni de concediu de odihnă, două săptămâni de sărbători legale, două săptămâni de concediu impus și patru săptămâni pentru perfecționare, administrarea afacerilor și întâlniri nefacturabile, acest lucru îți va lăsa 40 de săptămâni lucrătoare pentru a genera venituri.

Dacă ar fi să lucrezi 40 de ore în acele 40 de săptămâni, acest lucru ți-ar oferi maximum 1.600 de ore de producere a venitului pe an.

De asemenea, este important să ții cont de faptul că este puțin probabil să facturezi toate orele disponibile clienților.

Ca punct de plecare, îți sugerez să lucrezi la o rată de 65% (rata de conversie a facturării). În acest exemplu, acest lucru îți va oferi 1.040 de ore pe an.

Stabilește cheltuielile totale de funcționare ale afacerii tale

Știi cât costă, de fapt, să-ți conduci afacerea în fiecare an?

Estimarea cheltuielilor tale generale include cheltuieli precum:

- leasingul unui autoturism de serviciu (dacă este cazul);
- orice licențe, permise sau asigurări de afaceri de care ai nevoie pentru a-ți începe afacerea, pentru a gestiona echipamente, etc.;
- taxe pentru servicii bancare, telefonie și internet;
- taxe pentru servicii precum contabilitatea sau consilierea juridică.

Estimarea cheltuielilor de funcționare (exemplu)

CHELTUIELI	LEI
Taxe contabile și juridice	
Publicitate și promovare	
Plăți la împrumuturi pentru afacere	
Călătorii de afaceri și cazare	
Deprecieri active	
Electricitate și gaz	
Salarii angajați (inclusiv impozitele)	
Cumpărare de echipamente de lucru	
Leasing autoturism de lucru	
Asigurări	
Cotizație asociație profesională	
Chiria sediului	
Taxe de licențiere/autorizare	
Papetărie și articole de birou	
Telefoane și internet	
Training de specializare	
Costuri cu combustibilul și întreținerea autoturismului	
Altele	
TOTAL CHELTUIELI	

Calculează-ți tariful pe oră

Acum că știi numărul total de ore care generează venituri pe care le vei avea la dispoziție pentru a lucra și costul de funcționare a afacerii tale poți calcula cât să tarifezi pe oră.

Pentru a face acest lucru, va trebui să iei în considerare:

- cât profit/venit intenționezi să obții;
- ca orice investiție de capital în afacerea ta să fie rambursată;
- costurile bunurilor și materialelor;
- orice valoare specifică industriei de securitate sau prețuri ale concurenților pe care le cunoști.



CALCULAREA TARIFULUI/ORĂ

Profitul dorit

Cât profit sperați să obțineți? (10% din investiție)	5.000,00 RON	pe an
Există investiții de capital în afacere pe care trebuie să le plătiți? (50.000 RON investiție personală)	10.000,00 RON	pe an
Total profit dorit	15.000,00 RON	pe an

Salariul dorit (toate taxele)

Care este salariul personal dorit? 104.880,00 RON pe an

Costuri de operare

Care sunt cheltuielile generale estimate pentru administrarea afacerii dvs.? 30.000,00 RON pe an

Numărul de ore producătoare de venituri

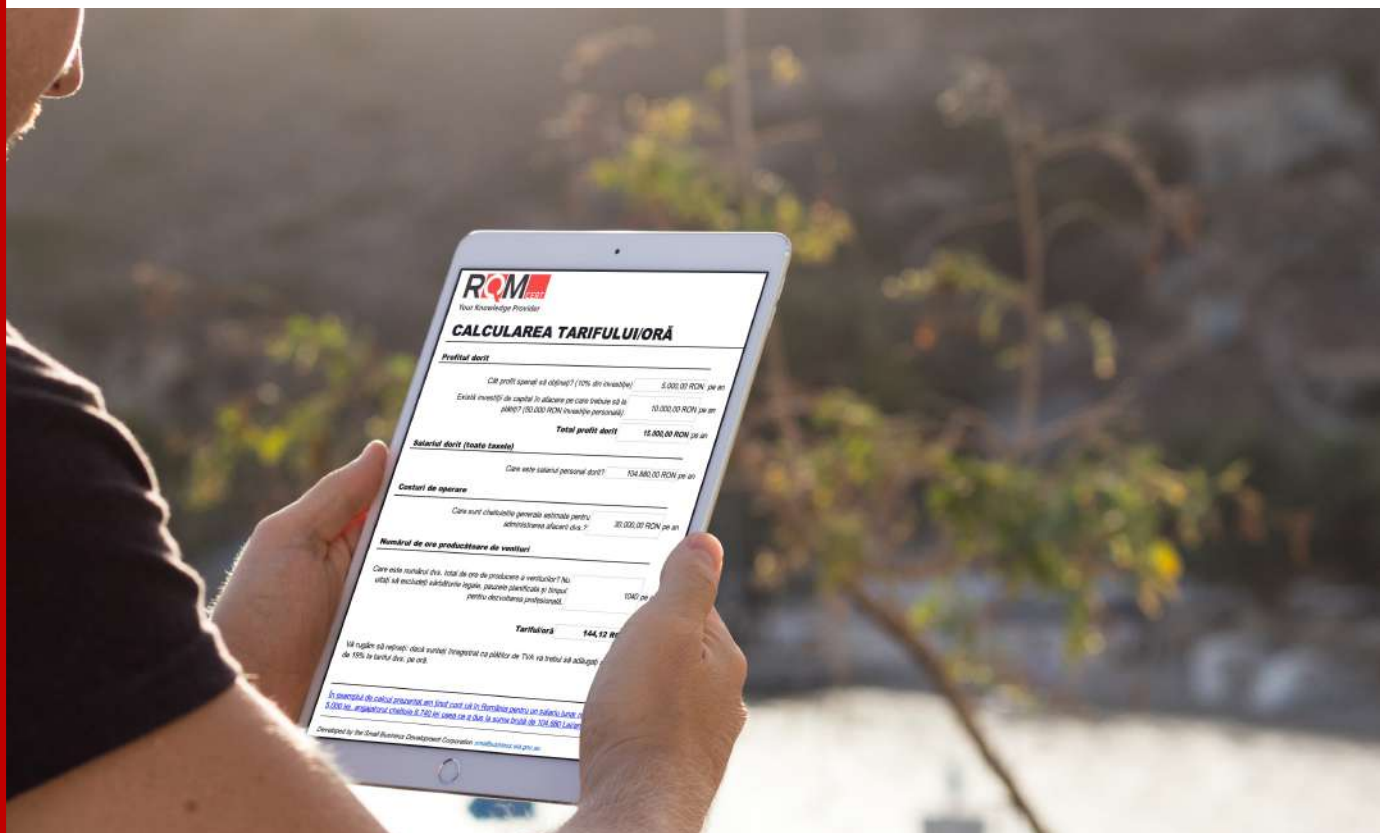
Care este numărul dvs. total de ore de producere a veniturilor? Nu uitați să excludeți sărbătorile legale, pauzele planificate și timpul pentru dezvoltarea profesională. 1040 pe an

Tariful/oră 144,12 RON

Vă rugăm să rețineți: dacă sunteți înregistrat ca plătitor de TVA va trebui să adăugați suma de 19% la tariful dvs. pe oră.

În exemplul de calcul prezentat am ținut cont că în România pentru un salariu lunar net de 5.000 lei, angajatorul cheltuie 8.740 lei ceea ce a dus la suma brută de 104.880 Lei/an.

Developed by the Small Business Development Corporation smallbusiness.wa.gov.au



În exemplul prezentat de calculație a tarifului/ora, proprietarul a investit cu împrumut, 50.000 Lei în noua afacere și și-a propus să obțină un profit din această sumă în valoare de 5.000 lei/an (10% din sumă). În plus, vrea vrea să-și recupereze împrumutul total pe parcursul a 5 ani ceea ce înseamnă că pe fiecare an trebuie să plătească, din profit, 10.000 Lei.

Proprietarul calculează acum că afacerea trebuie să obțină un profit anual de 119.880 Lei (rambursare de capital de 10.000 Lei + profit 5.000 Lei + 104.880 Lei salariul brut (calculat cu toate taxele).

Afacerea are, de asemenea, un cost de funcționare (cheltuieli generale) de 30.000 Lei pe an.

Utilizând formula: $15.000 \text{ (suma profitului dorit)} + 104.880 \text{ (salariul dorit)} + 30.000 \text{ (costurile de operare)} / 1.040 \text{ (numărul de ore de producere a venitului)} = 144,12 \text{ LEI (tariful pe oră)}$.

Este destul de obișnuit ca clienții să încerce să negocieze sau să pună la îndoială costul unei cotații de preț și să vă ceară să reduceți oferta fără a reduce domeniul de activitate dar îți recomand să rămâi ferm atunci când vine vorba de cotare și de modul de stabilire a prețurilor. Dacă clientul solicită un preț mai mic, negociați cu acesta prețul dorit și apoi reduceți domeniul de activitate în consecință.

Ce poți face dacă ai ofertat mai puțin.

Ca majoritatea problemelor din afaceri, comunicarea este cheia.

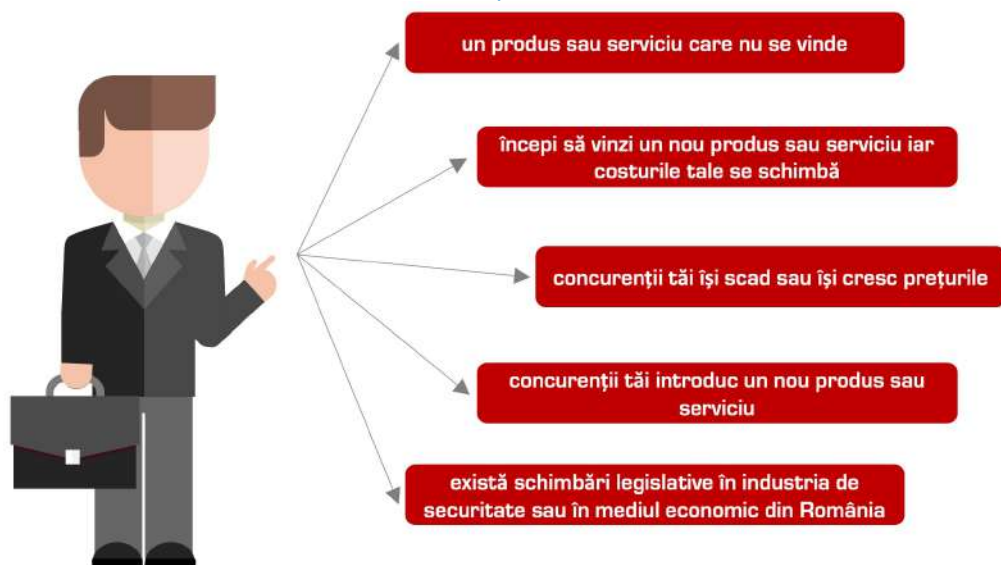
Dacă ai ofertat și ai cerut mai puțin iar contractul a fost semnat așa, trebuie să finalizezi lucrarea la acel preț dar îți recomand să anunți clientul că lucrarea a fost insuficient cotate și că nu vei putea efectua lucrări similare la același preț în viitor.

Revizuirea, modificarea și publicitatea tarifelor

Costurile și prețurile tale, prețurile concurenților și cerințele pieței țintă se pot schimba în timp așa că ar trebui să-ți examinezi și să-ți revizuești prețurile în mod regulat.

Poți face asta după un program lunar, trimestrial sau semestrial care te va ajuta să ții pasul cu fluxul de numerar și cu strategia ta de stabilire a prețurilor.

Există o serie de evenimente și situații care ar trebui să te determine să faci aceste revizui periodice:



Sensibilitatea la prețuri - unii clienți pot fi sensibili la fluctuațiile de preț, prin urmare este posibil să vezi că cererea pentru produsele și serviciile tale crește sau scade. Unele piețe sunt mai sensibile la preț decât altele și sensibilitatea se poate schimba în timp, pe baza schimbărilor din ciclul de viață al consumatorilor.

Este adevărat că această strategie poate atrage clienți, dar le facilitează și posibilitatea de a compara prețurile și pot folosi reclamele tale pentru a negocia o reducere la nivelul sau chiar mai mic decât prețurile de la unul dintre concurenții tăi. Eu personal consider că nu toți trebuie să fie clienții tăi iar regula de a nu lucra în pierdere se aplică în această situație. Trebuie să existe un câștig al ambelor părți, furnizor și client.

Strategii publicitare - în România unele companii din securitatea privată își promovează prețurile dar marea majoritate nu fac acest lucru. Dacă prețurile tale sunt competitive, poate fi un avantaj să faci publicitate prețurilor, deoarece acest lucru va încuraja clienții să cumpere de la tine.

În concluzie: publicitatea este un mod eficient de a-ți promova produsele și serviciile către publicul țintă și este de obicei o formă plătită de promovare. **Când faci publicitate:**

- spune-le clienților potențiali cine ești, unde te afli și ce poți face pentru ei;
- explică-le avantajele produselor și serviciilor tale;
- crește gradul de conștientizare a noilor produse și servicii înainte și după lansarea acestora;
- încurajază-ți potențialii clienți să solicite informații despre afacerea ta și oferă-le opțiuni pentru modul în care te pot contacta.

Practici anticoncurențiale

Concurența neloială este interzisă de legislația națională și europeană dar acest lucru nu împiedică unele companii să utilizeze o serie de practici concurențiale incorecte și diverse strategii pentru a obține mai mult profit.

Recomand să te informezi despre practicile de concurență neloială și cum să le eviți în LEGEA nr. 21 din 10 aprilie 1996 (* republicată *) Legea concurenței.

Capitolul II Practici anticoncurențiale –

Articolul 5 - (1) Sunt interzise orice înțelegeri între întreprinderi, decizii ale asociațiilor de întreprinderi și practici concertate, care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea ori denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care stabilesc, direct sau indirect, prețuri de cumpărare sau de vânzare sau orice alte condiții de tranzacționare.

Articolul 6 - (1) Este interzisă folosirea în mod abuziv de către una sau mai multe întreprinderi a unei poziții dominante deținute pe piața românească sau pe o parte substanțială a acesteia. Aceste practici abuzive pot consta în special în impunerea, direct sau indirect, a prețurilor de vânzare sau de cumpărare sau a altor condiții de tranzacționare inechitabile.

Sunt interzise înțelegerile anticoncurențiale între companii; chiar și acordurile neoficiale între reprezentanții unor companii pot fi considerate ilegale.

Cele mai întâlnite practici anticoncurențiale între companii sunt cele care au ca scop fixarea prețurilor, împărțirea piețelor sau a clienților, limitarea producției, fie prin manipularea procedurilor ofertare, fie în alt mod.

În concluzie, în relațiile tale cu concurenții nu stabili prețuri de cumpărare sau de vânzare sau alte condiții de comercializare, nu împărțiți piețele sau sursele de aprovizionare și nici nu realiza schimburi de informații individualizate referitoare la cantitățile sau la prețurile pe care intenționezi să le aplici în viitor sau alte informații strategice.

Ce risc dacă adopt practici de concurență neloială?

1. Răspunderea civilă - orice persoană, în măsura în care are un interes, se poate adresa direct instanțelor de judecată competente pentru încetarea și interzicerea practicilor de concurență neloială, dar și pentru recuperarea prejudiciilor patrimoniale și morale suferite ca urmare a unei practici anticoncurențiale. Cu alte cuvinte, poți fi obligat să plătești daune materiale și/sau morale.

2. Răspunderea penală - unele fapte de concurență neloială (de exemplu, folosirea unei firme, embleme sau a unui ambalaj de natură să producă confuzie cu cele folosite legitim de alt comerciant) sunt infracțiuni și se pedepsesc cu închisoare de la 3 luni la 2 ani sau cu amendă.

Codul civil și reglementarea stabilirii prețurilor

Cod Civil actual face referire la condițiile de stabilire a prețurilor și reglementează 3 modalități de stabilire a prețului.

Având în vedere pregătirea mea de economist, nu voi intra în explicații juridice față de aceste aspecte și voi prezenta doar articolele incidente cu câteva explicații ale unor specialiști în domeniul juridic.

Art 1660 Condiții ale prețului

- [1] Prețul constă într-o sumă de bani.
- [2] Acesta trebuie să fie serios și determinat sau cel puțin determinabil.



Obligativitatea stabilirii în bani a prețului - *"După cum s-a arătat constant în practica judiciară, prețul trebuie să constea, în mod necesar, în bani, fiindcă numai prin aceasta se deosebește de schimb, în care un bun se schimbă contra altui bun, sau de dare în plată (operațiunea juridică prin care debitorul execută către creditorul său o altă obligație decât aceea la care s-a obligat la încheierea raportului juridic obligational)" (Horațiu Sasu)*

Prețul serios - *"Prețul trebuie să fie serios, adică să existe o echivalență valorică relativă, raportată atât la valoarea lucrului vândut, cât și la subiectivismul părților contractante, care, prin voința lor, sunt libere să aprecieze întinderea valorii ce se plătește ca preț." (Horațiu Sasu)*

Art. 1865. Prețul estimat

- [1] Atunci când, cu ocazia încheierii contractului, prețul lucrărilor sau al serviciilor a făcut obiectul unei estimări, antreprenorul trebuie să justifice orice creștere a prețului.
- [2] Beneficiarul nu este ținut să plătească această creștere decât în măsura în care ea rezultă din lucrări sau servicii care nu puteau fi prevăzute de către antreprenor la momentul încheierii contractului.

Notă: acesta mai este numit și **preț de deviz** *(documentul de evaluare anticipată a cheltuielilor materiale și a forței de muncă necesare pentru executarea unei lucrări proiectate).*

Recomand normele de deviz pentru "sisteme de securitate și supraveghere" elaborate de ARTS - Asociația Română pentru Tehnica de Securitate.

(<https://arts.org.ro/public/norme-de-deviz.html>)

Art. 1866. Prețul stabilit în funcție de valoarea lucrărilor sau serviciilor

Dacă prețul este stabilit în funcție de valoarea lucrărilor executate, a serviciilor prestate sau a bunurilor furnizate, antreprenorul este ținut, la cererea beneficiarului, să îi dea socoteală despre stadiul lucrărilor, despre serviciile deja prestate și despre cheltuielile deja efectuate.

Art. 1867. Prețul forfetar

- [1] Atunci când contractul este încheiat pentru un preț global, beneficiarul trebuie să plătească prețul convenit și nu poate cere o diminuare a acestuia, motivând că lucrarea sau serviciul a necesitat mai puțină muncă ori a costat mai puțin decât s-a prevăzut.
- [2] Tot astfel, antreprenorul nu poate pretinde o creștere a prețului pentru motive opuse celor menționate la alin. [1].
- [3] Prețul forfetar rămâne neschimbat, cu toate că s-au adus modificări cu privire la condițiile de executare inițial prevăzute, dacă părțile nu au convenit altfel.

Prezentare servicii de consultanță și formare profesională

CONSULTANȚĂ SECURITATE

Metodologia de consultanță de securitate "Security Management Solutions" (SMS) propusa de iQuality Services este o alternativa la modelul traditional de management al securitatii ce ofera o serie de soluții la problemele companiilor de securitate.

Licentieri/autorizari (consultanta in intocmirea dosarelor)

Aceste servicii de consultanta sunt furnizate in contextul in care clientii nostrii doresc sa se licentieze/autorizeze in activitati specifice securitatii private, reglementate atat de catre IGPR cat si de IGSU respectiv:

- Licențierea societăților specializate în domeniul pazei și protecției
- Licențierea societăților specializate în domeniul sistemelor de alarmare împotriva efracției
- Autorizarea persoanelor care efectuează lucrări în domeniul apărării împotriva incendiilor:
- proiectarea sistemelor și instalațiilor de semnalizare, alarmare și alertare în caz de incendiu;
- instalarea și întreținerea sistemelor și instalațiilor de semnalizare, alarmare și alertare în caz de incendiu;
- proiectarea sistemelor și instalațiilor de limitare și stingere a incendiilor;
- instalarea și întreținerea sistemelor și instalațiilor de limitare și stingere a incendiilor, cu excepția celor care conțin anumite gaze fluorurate cu efect de seră;
- proiectarea sistemelor și instalațiilor de ventilare pentru evacuarea fumului și gazelor fierbinți, cu excepția celor de tip natural-organizat;
- instalarea și întreținerea sistemelor și instalațiilor de ventilare pentru evacuarea fumului și gazelor fierbinți.

Serviciile oferite constau în: informari cu privire la metodologiile de autorizare conform cerințelor legislației în vigoare, analiza și evaluarea condițiilor de licențiere/autorizare îndeplinite de client în vederea pregătirii documentației de licențiere/autorizare, informare cu privire la conținutul dosarului de licențiere/autorizare (inclusiv anexele acestuia), pregătirea profesională specifică cerințelor legislative de licențiere/autorizare.

Proiecte tehnice pentru sistemele de securitate.

Aceste servicii de consultanta sunt furnizate clientilor nostrii de catre consultantii licențiați/autorizați în întocmirea proiectelor pentru:

- sisteme tehnice de detecție și semnalizare la efracție, control acces, TVCI și monitorizare;
- sisteme și instalații de semnalizare, alarmare și alertare în caz de incendiu;
- sisteme și instalații de limitare și stingere a incendiilor.

Serviciile oferite constau în: informari cu privire la cerințele legale ce trebuie îndeplinite de aceste proiecte, realizarea efectivă a acestor proiecte conform legislației, normativelor și standardelor în vigoare.

Alegerea soluțiilor tehnice de securitate electronica si/sau fizica

Aceste servicii de consultanta sunt furnizate clientilor nostrii de catre consultantii licențiați/autorizați și sunt furnizate în contextul în care clientii nostrii doresc să implementeze o soluție de securitate prin utilizarea echipamentelor electronice de securitate și/sau a altor mijloace de protecție fizică (iluminat de siguranță, bariere mecanice, diferite tipuri de garduri etc.).

Serviciile oferite constau în alegerea celei mai bune soluții în:

- Controlul, admiterea și monitorizarea accesului (admitere acces pe baza de tastatură cu cod, carduri, soluții biometrice, sisteme mecano-electrice de bariere și porți automate, sisteme de bariere antitero cu acționare hidrolică, pneumatică, electrică și control acces cu scanare X-Ray etc.).
- Sisteme de detecție/alarmare la efracție și monitorizare.
- Sisteme de Supraveghere Video, echipamente și soluții de înregistrare și gestionare video cu aplicații în: supravegherea accesului în zone restricționate, controlul traficului, controlul angajaților, controlul mulțimilor, supravegherea parcarilor, supravegherea în bănci, instituții guvernamentale, magazine, cazinouri, supravegherea reședințelor etc.
- Sisteme protecție perimetrală și detecție a intruziunilor (bariere cu infraroșu, bariere cu microunde, garduri etc.).
- Iluminatul de securitate (iluminatul de securitate permite personalului de pază și intervenție să observe activitățile din perimetrul asigurat minimalizând, în același timp, prezența lor. Un iluminat deosebit de eficient nu va descuraja intrările neautorizate ci va crea premisele pentru acest lucru).
- Sisteme și instalații de semnalizare, alarmare și alertare în caz de incendiu (integrarea acestora cu alte sisteme de control al clădirii).
- Sisteme și instalații de limitare și stingere a incendiilor (integrarea acestora cu alte sisteme de control al clădirii).

Pentru informații complete despre acest serviciu, mă puteți contacta pe ion@ioniordache.com

<https://ioniordache.com/>

Managementul proiectelor de securitate fizică

Aceste servicii de consultanta sunt furnizate in contextul in care clientii nostrii accepta si inteleg importanta managementului de securitate fizică pe care le desfasoara si doresc sa faca acest lucru utilizand o metodologie moderna de management al proiectelor.

Serviciile oferite constau in consultanta si sprijin direct in urmatoarele grupe de procese:

1. initiere;
2. planificare;
3. executie;
4. monitorizare si control;
5. incheierea.

FORMARE PROFESIONALĂ GDPR



RQM CERT, furnizor de formare profesionala organizează în România atât cursuri acreditate de **Autoritatea Națională pentru Calificări (ANC)** în baza Standardelor Ocupaționale și a Programelor Cadru cât și cursuri ca provider pentru **PECB** („PECB Group Inc.”) care este un organism internațional de educație și certificare în conformitate cu ISO/IEC 17024 pentru programele de certificare a personalului.



<https://rqmcert.com>

Responsabil cu protecția datelor cu caracter personal

[Cod COR: 242231]

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Ministerul Educației.



<https://rqmcert.com>

GDPR - Foundation

Certificat de absolvire eliberat de **PECB**.

Curs de formare introductiv care vă permite să înțelegeți conceptele de bază și cerințele GDPR.

- Înțelegeți conceptele de bază și componentele protecției datelor.
- Înțelegeți principiile, provocările, problemele de protecție a datelor și importanța unui responsabil cu protecția datelor, a unui operator și a unui procesator.
- Înțelegeți conceptele, abordările, metodele și tehnicile pentru protecția eficientă a datelor.



<https://rqmcert.com>

PECB Data Protection Officer

GDPR - Certified Data Protection Officer

Certificat de absolvire eliberat de **PECB**.

Cursul de formare vă permite să dobândiți cunoștințele și abilitățile necesare și să dezvoltați competența de a îndeplini rolul Responsabilului cu Protecția Datelor într-o implementare a programului de conformitate cu GDPR.

După ce ați trecut cu succes examenul, puteți solicita acreditarea ca

PECB Certified Data Protection Officer.

FORMARE PROFESIONALĂ SECURITATE



În România, ocupațiile din domeniile sistemelor de securitate private și apărării împotriva incendiilor se află pe **“Lista profesiilor și ocupațiilor pentru care există cerințe speciale la organizarea pregătirii profesionale”** iar cursurile de formare profesională sunt organizate de către **RQM CERT**, furnizor de formare profesională acreditat de **Autoritatea Națională pentru Calificări (ANC)** în baza Standardelor Ocupaționale și a Programelor Cadru avizate de către **Inspectoratul General al Poliției Române (I.G.P.R.)** și/sau **Inspectoratul General pentru Situații de Urgență (I.G.S.U.)**



CertIFICATELE de competențe profesionale, eliberate de către Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Ministerul Educației prin furnizorii de formare profesională acreditați de Autoritatea Națională pentru Calificări (ANC) fac parte din categoria actelor oficiale și sunt recunoscute la nivel național iar dacă sunt apostilate în cadrul instituției prefectului și traduse sunt recunoscute și la nivel internațional.



Managementul operațiunilor de securitate

<https://rqmcert.com>

Manager de securitate (Cod COR: 121306)

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Ministerul Educației.

Activitatea managerului de securitate cuprinde:
Securitatea Fizică * Securitatea personalului *
Securitatea documentelor clasificate * Securitatea
Industrială * Securitatea Sistemelor Informatice și de
Comunicații (INFOSEC) și Instruirea și educația
preventivă a personalului.



Evaluarea riscurilor la securitatea fizică

<https://rqmcert.com>

Evaluator de risc la securitatea fizică (Cod COR: 242115)

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Ministerul Educației.

Analiza de risc la securitatea fizică constituie
fundamentul adoptării măsurilor de securitate a
obiectivelor, bunurilor și valorilor prevăzute de lege,
transpuse în planul de pază și proiectul sistemului de
alarmare. Obținerea certificatului de absolvire vă va
permite să solicitați înscrierea în Registrul Național al
Evaluatorilor de Risc la Securitate Fizică (RNERSF)

FORMARE PROFESIONALĂ SECURITATE



Your Knowledge Provider

furnizor de formare profesionala acreditat de
Autoritatea Națională pentru Calificări (ANC)



Proiectarea sistemelor de securitate

<https://rqmcert.com>

Proiectant sisteme de securitate (Cod COR: 215119)

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și
Protecției Sociale și Ministerul Educației.

Modului I - Proiectarea sistemelor tehnice de detecție și
semnalizare la afecție și control acces, TVCI și monitorizare

Modului II - Proiectarea sistemelor tehnice de detecție și
alarmare la incendiu/Proiectarea instalațiilor pentru
stingere automată a incendiului/Proiectarea sistemului de
control și evacuare a fumului și gazelor fierbinți din construcții
și de limitare a propagării fumului în caz de incendiu.



Instalarea și întreținerea sistemelor de securitate

<https://rqmcert.com>

Tehnician Sisteme de Detecție, Supraveghere Video, Control Acces (Cod COR: 352130)

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și
Protecției Sociale și Ministerul Educației.

Obținerea certificatului de absolvire este obligatorie dacă
intenționați să vă licențiați/autorizați propria companie la
I.G.P.R./I.G.S.U. sau să lucrați în cadrul unor companii
licențiate de I.G.P.R. pentru "instalarea, modificarea,
monitorizarea, întreținerea și utilizarea sistemelor de
alarmare împotriva efracției" sau autorizate de I.G.S.U.
pentru "instalarea și întreținerea sistemelor și instalațiilor de
semnalizare, alarmare și alertare în caz de incendiu".



Instalarea și întreținerea sistemelor de stingere

<https://rqmcert.com>

Tehnician sisteme și instalații de limitare și stingere a incendiilor (Cod COR: 742106)

Certificat de absolvire eliberat de Ministerul Muncii și
Protecției Sociale și Ministerul Educației.

Obținerea certificatului de absolvire este obligatoriu dacă
intenționați să vă autorizați propria companie la I.G.S.U. sau
să lucrați în cadrul unor companii autorizate de I.G.S.U.
pentru "instalarea și întreținerea sistemelor și instalațiilor
de limitare și stingere a incendiilor, cu excepția celor care
conțin anumite gaze fluorurate cu efect de sera."

Bibliografie

- Price for Growth: A Revolutionary Step-by-Step Approach to Massively Increase the Value of Your Company by Leveraging Focused Pricing Strategies Hardcover, by Jeff Robinson, Revolution Pricing LLC (July 15, 2021)
- Pricing Strategies for Small Business, Part of: 101 for Small Business Series, by Andrew Gregson, Self-Counsel Press; 1st edition (April 15, 2012)
- Pricing Strategies: A Marketing Approach, 1st Edition, by Robert M. Schindler, SAGE Publications, Inc; 1st edition (October 11, 2011)
- 3 Pricing Strategies for Creating Your Hourly Guard Rate, by Chris Anderson (www.silvertracsoftware.com)
- 5 Stress-Free Steps for Pricing Your Services, by Beth Hayden (www.copyblogger.com)
- Price your product or service - Guide (www.infoentrepreneurs.org)
- How Businesses Charge Clients and Calculate Hourly Rate, by Alla Chernets (www.themanifest.com)
- Pricing a Product, by Entrepreneur Staff (www.entrepreneur.com)
- How to calculate your hourly rate, SBDC BLOG (www.smallbusiness.wa.gov.au)
- Consiliul Concurenței și fixarea prețurilor de (re)vânzare, by Ana-Maria UDRIȘTE (www.juridice.ro)
- NOUL COD CIVIL, Legea nr. 287 republicată, din 17 iulie 2009 privind Codul civil și Legea nr. 71 din 3 iunie 2011 pentru punerea în aplicare Legii nr. 287/2009 privind Codul civil
- LEGEA nr. 21 din 10 aprilie 1996 [* republicată *] Legea concurenței
- "Evaluator de risc la securitatea fizică" curs de specializare organizat de RQM Cert
- "Consultant de securitate" curs de specializare organizat de RQM Cert

Autor:

Ion Iordache, BEc

Consultant de Securitate,
Data Protection Officer (DPO) și Training &
Development Manager la RQM Cert,
CEO și fondator la
Iordache Quality Services (iQS),
companii care oferă servicii de consultanță și
cursuri de formare în managementul
securității, GDPR și sisteme de management
bazate pe standardele internaționale ISO.



www.ioniordache.com



ion@ioniordache.com

DATA ȘI VERSIUNEA

15.02.2022, V.00

Copii ale celei mai recente versiuni ale acestui ghid pot fi descărcate de pe <https://ioniordache.com>.

Dacă aveți nevoie de informații suplimentare, asistență sau recomandări cu privire la conținutul acestui document, vă rog să mă contactați la ion@ioniordache.com.

RQM Certification

RQM Certification cu sediul în Timișoara este un furnizor de formare profesională cu o echipă excepțională de specialiști cu mare experiență în formare profesională, servicii de evaluare și audit. Compania are expertiză în domeniul sistemelor de management al calității, al mediului, al sănătății și securității la locul de muncă, al automobilelor, al securității fizice, al informațiilor și al serviciilor IT. Programele de formare sunt concepute pentru a sprijini învățarea activă în conformitate cu standardele internaționale și cerințele specifice fiecărei industrii.



www.rqmcert.com



office@rqmcert.com



+40 356 173 020