



Прибыль VS Честное имя. Драма о субподряде и субподрядчиках

**Анастасия Комарова,
Директор
«Умного Рекламного Агентства»,
(г. Москва)**

Я много лет пыталась понять, где в бизнесе грань между прибылью и уважением. Эта грань всегда очень тонка. Думаю, работа «на доверии», «на уважении», «на честном слове и добром имени» - это утопия. Договор, договор и еще раз договор. И каждый момент, нюанс, каждое изменение – дополнительным приложением, подписанным с обеих сторон. И больше никак.

Не умеют наши предприниматели, в том числе ВТЛ'шники, будь то в мегаполисах или деревнях добровольно отдавать «свой» кусок коллеге или товарищу, даже когда речь идет о еще не убитом медведе. Делиться никто не любит. Нужно очень много ума и опыта, чтобы добровольно заплатить коллеге чаевые, просто так, для позитивного впечатления по окончанию проекта. Или просто переселить себя, и не урвать

больше меры с «маржи». Хотя казалось бы, очевидно: на одной чаше весов несколько тысяч урванных сейчас, на другой – перспектива сотрудничества в дальнейшем. Но нет. Нет, конечно.

Хорошо, когда проблемы возникают только из-за дележки маржи. Хуже, когда в попытках «удешевить» работу подрядчика, «промежуточный» заказчик упрощает задачи, убирает детали, сокращает количество персонала, отменяет необходимые кастинги и тренинги... В итоге конечный заказчик не доволен. Проект выполнен некачественно, не в том виде, в котором был заявлен и оплачен. А оплату не получает ни один из уровней подрядчиков\субподрядчиков\исполнителей. Печальнее всего, конечно, последнему. Тот еще и в минусе.

Итак, делая выводы из всей описанной драмы, подводим итог:

1. Заключайте договор.
2. Заключайте все необходимые приложения к договору. Учитывайте в них все нюансы проектов, не используйте типовые «рыбы» - от них толку столько же, сколько от их отсутствия.

3. Меняйте договор или приложения, если меняются условия. Обо всем договаривайтесь «на берегу».

4. Требуйте предоплаты. Такой, чтобы она покрывала хотя бы затраты на промо персонал и налоги, без вашего интереса. В случае «неоплаты» сработаете в ноль. Но хотя бы не

в минус.

5. Выясните все нюансы до начала работы, а в идеале, до подписания договора. Требуйте подробных брифов и ТЗ.

6. Ведите свой бизнес чисто. Чтобы в случае каких-либо конфликтов – вы не боялись обратиться в суд.

7. И не бойтесь идти в суд! Не бойтесь отправлять преарбитражные жалобы клиентам. Часто конфликты решаются и оплаты проводятся на уровне преарбитражного решения конфликтов. Никто не любит быть ответчиком в суде. Но не бойтесь быть истцом.

"Умное Рекламное Агентство" представляет:

INFOBTL

- образовательный проект для BTL'щиков

Тренинги

руководителей
бизнеса

делегирование, подбор персонала,
создание отдела продаж,
работа с фрилансерами
тайм-менеджмент, личностный рост

personnel -
менеджеров

каналы поиска персонала, методы отбора: кастинг, собеседование, "ролевые игры", мотивация персонала, тренинги и обучение

project -
менеджеров

тайминг проекта, эффективное управление "полевым" персоналом, foursquare - как способ контроля

account -
менеджеров

техника телефонных продаж, разработка продающих рассылок, копирайтинг, "дожим" сделок, "реанимация спящих клиентов", увеличение среднего чека

Коучинг

Индивидуальная работа с бизнес-консультантом по установке и реализации стратегических целей для развития и расширения бизнеса

Консалтинг

Аудит работы агентства или его отделов/процессов, выявление "слабых" мест, разработка рекомендаций по устранению "слабых" мест, внедрение разработанного плана, его координация и корректировка в ходе реализации. Работа с клиентом до получения заявленного результата

INFOBTL.RU

8-903-13-14-789

