



alfapromo
ink

**PARTNERSTWO DLA ZYSKÓW.
JAK BUDOWAĆ DOCHODOWE
JOINT VENTURES.**

expert
training

“BITES” Zwięźle o biznesie.

Seria mini-ebooków. Idź po więcej:

www.AlfaPro.uk/pl/

Jeśli znasz kogoś, komu może przydać się ta wiedza – prześlij mu ten wartościowy raport.

Opracowane przez Alfa Pro

www.AlfaPro.uk/pl/

contact@AlfaPro.uk • lfta.lftc@gmail.com

Licencja CC BY-NC-ND “pewne prawa zastrzeżone”.

Możesz pobierać plik, kopiować plik, przysyłać plik klientom i znajomym, dystrybuować plik za pomocą Internetu, pod warunkami: bez wprowadzania zmian w treści lub pliku, niepobierania opłat na plik, uznania autorstwa. Inne użycie wymaga odrębnej zgody. Napisz do nas.



PARTNERSTWO DLA ZYSKÓW: JAK BUDOWAĆ DOCHODOWE JOINT VENTURES

Joint venture, czyli wspólne przedsięwzięcie, partnerstwo w jakimś celu. To podjęcie współpracy między dwiema lub więcej firmami, które łączą swoje zasoby – zwłaszcza usługi/produkty i bazy klientów – w celu realizacji wspólnego projektu lub zwiększenia zasięgu rynkowego.

To forma partnerstwa typu win-win. Pozwala na szybkie zwiększenie liczby klientów i osiągnięcie nowych zysków przy minimalnych nakładach finansowych. Ty pomagasz innym, a oni pomagają Tobie. Zyskują wszyscy.

Joint venture bywa niezwykle efektywne, bo znacznie zwiększa skuteczność działań marketingowych wszystkich stron. JV pozwala wszystkim skupić się na własnej działalności i tym w czym jest się dobrym. Jednocześnie daje możliwość szybszego i zyskowniejszego rozwoju niż działając samodzielnie – działa tu efekt synergii.

KORZYŚCI WYNIKAJĄCE Z JOINT VENTURE

Joint venture przynosi szereg korzyści:

1. Ekspresowe pozyskiwanie klientów – współpraca z partnerem umożliwi Ci szybkie dotarcie do nowych klientów bez czasochłonnych i kosztownych kampanii reklamowych.

2. Możliwość uzyskania dodatkowych (często znacznych) zysków bez wielkiego wysiłku, bo wykorzystujesz produkty i usługi, które przynosi partner.
3. Budowa PR i brandu wśród Twoich obecnych klientów – rozbudowując ofertę o usługi i produkty partnerów stawiasz się w świetle firmy działającej z rozmachem, której ufają inni.
4. Budowa stałej bazy klientów – klienci, którzy w jednym miejscu mogą znaleźć wiele usług i produktów, jakich potrzebują są skłonniejsi, aby na długo wiązać się z Twoją firmą.
5. Przewaga konkurencyjna – ryzyko, że klienci odejdą do konkurencji jest mniejsze – Ty oferujesz bardziej kompleksowe wsparcie.
6. Minimalizacja kosztów i ryzyka – joint venture pozwala zaoszczędzić na marketingu i zmniejsza ryzyko finansowe, zwłaszcza przy testowaniu nowych rynków lub produktów.
7. Relacje i kontakty biznesowe – podejmując różnorodne współpracy automatycznie pozyskujesz nowych „kolegów” biznesowych, z którymi można wiele zdziałać i którzy mogą wprowadzić Ciebie na nowe okazje biznesowe.

JAK DZIAŁA JOINT VENTURE?

TYPY JOINT VENTURE

Joint venture można podzielić na dwa główne rodzaje:

- Equity joint venture – partnerzy zakładają wspólną spółkę, co wymaga większej integracji zasobów. Podejmowane



dla dużych i długoterminowych projektów.

- Contractual joint venture – współpraca opiera się na umowie, co jest bardziej elastyczne i nie wymaga tworzenia nowej jednostki prawnej. Podejmowane przy nieskomplikowanych projektach, często jednorazowych lub powtarzalnych, ale nie stałych.

KIEDY WARTO ROZWAŻYĆ JOINT VENTURE?

Joint venture warto rozważyć, gdy:

- Planujesz ekspansję na nowy rynek lub potrzebujesz specjalistycznych zasobów, np. lokalnej bazy klientów albo dodatkowych produktów czy usług, ale brakuje kompetencji, czasu lub kapitału.
- Poszukujesz nowych kompetencji lub technologii, które przyspieszą rozwój Twoich produktów/usług.
- Chcesz osiągnąć szybki wzrost.

PROCES TWORZENIA JOINT VENTURE

Etapy nawiązywania współpracy

- Identyfikacja celu – określenie, co Twoja firma chce osiągnąć.
- Wybór partnera – sprawdzenie dopasowania wartości, możliwości i kultury organizacyjnej.
- Zaproszenie do współpracy i rozmowy – ustalenie sposobu współpracy, podziału zysków i zadań.

KRYTERIA WYBORU PARTNERA

Twoim partnerem powinny być firmy o:

- Zbliżonej grupie docelowej.
- Zasobach uzupełniających zasoby Twojej firmy – coś, czego Ty jeszcze nie masz, ale Twoi klienci mogą być tym zainteresowani.
- Wysokiej kulturze i świadomości biznesowej. Warto współpracować z firmami, które rozumieją ideę JV i są solidne w wykonywaniu rzeczy, których się podejmują.

PRZYKŁADY DOBRZYCH PRAKTYK

Dobre praktyki to m.in. stały kontakt, jasna komunikacja, elastyczność w dostosowywaniu się do zmieniających się warunków i nagłych sytuacji, wywiązywanie się ze swojej części współpracy.

PRZYKŁADY UDANYCH JOINT VENTURE

Studio fitness i lokalny dietetyk: studio fitness nawiązało współpracę z dietetykiem, oferującym usługi konsultacyjne. W ramach partnerstwa dietetyk udziela klientom studia specjalnych zniżek na konsultacje dietetyczne, a studio promuje swoje usługi wśród klientów dietetyka.

Korzyści: klienci studia fitness otrzymują kompleksowe wsparcie (trening i dietę), co zwiększa ich lojalność wobec studia (zostają na dłużej, wydają więcej), a dietetyk zyskuje nowych klientów i zwiększa swoją rozpoznawalność.

Firma księgową i doradca biznesowy: firma księgową nawiązała joint venture z doradcą biznesowym, który oferuje szkolenia z zakresu sprzedaży, marketingu oraz strategii wzrostu.

Korzyści: klienci firmy księgowej mają dostęp do usług doradczych, które pomagają im rozwijać biznes, co przekłada się na długoterminowe zadowolenie i lojalność dla firmy księgowej



(a z czasem większe zyski w miarę jak klienci się rozwijają i potrzebują szerszego wsparcia księgowego). Dodatkowo biuro księgowo może wzmocnić swoją pozycję jako kompleksowy partner biznesowy. Doradca biznesowy zdobywa nowych klientów bez potrzeby samodzielnego wyszukiwania ich.

Lokalna piekarnia i kawiarnia: piekarnia dostarcza swoje wypieki do pobliskiej kawiarni, która oferuje specjalne zestawy śniadaniowe z pieczywem z piekarni. W zamian kawiarnia promuje piekarnię w mediach społecznościowych i umieszcza ulotki informacyjne dla swoich klientów.

Korzyści: kawiarnia oferuje unikalne produkty i zyskuje możliwość wyróżnienia się na rynku, piekarnia natomiast zdobywa nowych klientów odwiedzających kawiarnię i buduje swoją rozpoznawalność w okolicy. To współpraca bez ryzyka konkurencji, która wspiera oba biznesy.

Luksusowe dobra: Współpraca sprzedawców złota i diamentów to klasyczny przykład wzajemnego wsparcia bez ryzyka konkurencji. Obie firmy mogą promować swoje produkty do wspólnej grupy klientów.

Usługi ogrodnicze: Firma ogrodnicza oferująca usługi aranżacji krajobrazu rozszerzyła ofertę o usługi sprzątnięcia, czyszczenie basenów, które świadczyła inna firma. W zamian otrzymywali część zysków.

KORZYŚCI DLA KLIENTÓW

Joint venture to nie tylko korzyść dla partnerujących firm – kluczową wartością tego typu współpracy jest dodatkowa wartość, jaką zyskują klienci końcowi. Dzięki połączeniu zasobów, wiedzy i doświadczeń partnerów, klienci mogą cieszyć się bogatszą ofertą i wygodą.

Dostęp do Szerszej Gammy Produktów i Usług

Klienci często szukają kompleksowych rozwiązań, dlatego współpracujące firmy mogą oferować im pełniejszą ofertę, odpowiadającą na różnorodne potrzeby. Przykładowo, klienci klubu fitness zyskują dostęp nie tylko do zajęć, ale także do porad dietetycznych od zaufanego specjalisty, co pomaga im osiągać lepsze efekty i zwiększa ich satysfakcję.

Wygoda i Oszczędność Czasu

Joint venture umożliwia klientom skorzystanie z różnorodnych usług w jednym miejscu lub przy minimum dodatkowych działań. Na przykład, współpraca księgowego i doradcy biznesowego pozwala małym firmom na rozwiązanie kwestii księgowych i jednocześnie otrzymanie wsparcia biznesowego w jednym pakiecie. Dzięki temu klienci oszczędzają czas i mają pewność, że wszystkie ich potrzeby są zaspokajane kompleksowo.

Większe Zaufanie i Komfort Zakupów

Gdy usługi lub produkty są rekomendowane przez firmę, której klient już ufa, jest bardziej skłonny do wypróbowania ich, nie czując potrzeby dodatkowej weryfikacji. Na przykład kawiarnia polecająca wypieki od lokalnej piekarni buduje zaufanie klientów, a klienci odczuwają większy komfort, korzystając z oferty partnerów o sprawdzonej jakości. Dzięki temu joint venture przyczynia się do zwiększenia lojalności i satysfakcji klienta.

Lepsze Oferty i Promocje

W ramach współpracy typu joint venture partnerzy mogą oferować swoim klientom specjalne promocje, rabaty lub ekskluzywne zestawy produktów dostępne tylko dla osób korzystających z usług obu firm. To dodatkowa zachęta dla klientów, która wzbogaca ich doświadczenia zakupowe i zwiększa otrzymywaną wartość.

OBAWY

„Moi klienci ode mnie odejdą”

Ta obawa często występuje w firmach o małym doświadczeniu biznesowym. W rzeczywistości takie ryzyko jest minimalne, o ile nie zerowe. Wystarczy, że Twój partner oferuje produkt lub usługę komplementarną, a nie konkurencyjną to Twojej.

W dobrze przemyślanym joint venture taki partner dostarcza Ci wartość, która uzupełnia Twoją ofertę, a nie ją zastępuje. Masz coś ekstra bez nakładów, często niemal od ręki. Dzięki temu Twoi klienci zyskują dodatkowe korzyści, ale nie mają powodu, by rezygnować z Twoich usług.

Przykładem może być współpraca producenta suplementów diety z siecią fitness klubów: klub nie traci członków na rzecz dostawcy suplementów, lecz oferuje im wartość dodaną, zachęcając ich do dalszej lojalności.

Inny przykład to biura księgowo oferujące doradztwo biznesowe – doradca nie zna się na księgowości, więc nie przejmie klientów biura księgowego. Za to klienci są zadowoleni, bo dostają usługi, których zazwyczaj bardzo potrzebują.

Podstawą jest zrozumienie, że joint venture ma na celu wzajemne wzbogacenie ofert, a nie konkurencję o klientów. Przy odpowiednio skonstruowanej współpracy można efektywnie



dzielić się korzyściami, unikając ryzyka kanibalizacji bazy klientów.

FAQ

Czy klienci ode mnie odejdą, jeśli polecę im produkty partnera?

Nie, o ile partner oferuje produkt lub usługę komplementarną, a nie konkurencyjną. Joint venture działa najlepiej wtedy, gdy partnerzy uzupełniają swoje oferty, dostarczając klientom dodatkową wartość bez konieczności zmiany dostawcy. Dzięki temu Twoi klienci otrzymują pełniejsze rozwiązania i są bardziej lojalni wobec Twojej firmy.

Czy współpraca joint venture wymaga dużych inwestycji?

Nie, joint venture to strategia, która pozwala uniknąć dużych kosztów, szczególnie związanych z pozyskiwaniem nowych klientów czy wytworzeniem nowego produktu bądź usługi. Działając razem, partnerzy dzielą się kosztami i korzystają z efektu synergii. Współpraca często wymaga jedynie połączenia zasobów lub wspólnych działań marketingowych, co zmniejsza potrzebne nakłady finansowe.

Jak mogę upewnić się, że partner spełnia standardy jakości?

Kluczowe jest staranne wybranie partnera i precyzyjne zadań. Dobra komunikacja i jasno określone oczekiwania pomogą zapewnić, że jakość usług pozostanie na wysokim poziomie.

Czy joint venture jest odpowiednie dla każdej branży?

Tak, jednak wartość joint venture jest największa w sytuacjach, gdzie oferty partnerów uzupełniają się lub mają zbliżoną grupę docelową. Joint venture może sprawdzić się w niemal każdej branży.

Czy współpraca joint venture jest długoterminowa?

Współpraca może być zarówno długoterminowa, jak i jednorazowa, w zależności od potrzeb i celów partnerów. Niektóre joint ventures realizowane są w ramach określonego projektu, podczas gdy inne mogą przerodzić się w stałe partnerstwo.

Czy joint venture oznacza, że muszę całkowicie przekazać kontrolę nad moją firmą?

Nie, joint venture nie oznacza całkowitego przekazania kontroli nad Twoją firmą. To forma współpracy, w której obie strony zachowują swoją niezależność. Łączy się tylko zasoby i kompetencje w celu osiągnięcia wspólnego celu. Każdy partner ma jasno określone role i obowiązki, co pozwala na efektywne zarządzanie współpracą bez utraty kontroli nad własnym biznesem.

Czy współpraca typu joint venture może zaszkodzić mojej reputacji?

Właściwie przeprowadzona współpraca typu joint venture powinna wzmocniać, a nie szkodzić Twojej reputacji. Kluczowe jest wybieranie partnerów, którzy cieszą się dobrą opinią i oferują komplementarne produkty lub usługi.

Jakie są koszty związane z rozpoczęciem joint venture?

Koszty rozpoczęcia joint venture mogą się różnić w zależności od zakresu współpracy i rodzaju partnerstwa. W przypadku equity joint venture może być konieczne wniesienie kapitału do nowo utworzonej spółki, natomiast contractual joint venture zazwyczaj wiąże się z mniejszymi kosztami. Często największym kosztem są nakłady czasowe.

Jakie są najczęstsze wyzwania w joint venture i jak je pokonać?

Najczęstsze wyzwania w joint venture to różnice w kulturze organizacyjnej, konflikty interesów oraz problemy z komunikacją. Aby je pokonać, ważne jest, aby od początku jasno określić zasady współpracy, regularnie komunikować się z partnerem oraz być elastycznym w dostosowywaniu się do zmieniających się warunków.

Joint venture umożliwia szybkie zwiększenie liczby klientów, zaufania, zysków, nowych kontaktów i okazji. Kluczowe jest dbanie o wysoką jakość produktów i usług.

Jeśli jest odpowiednio przygotowane i wdrożone, **może być jedną z najbardziej opłacalnych strategii wzrostu dla firm.** Zadbaj o relacje z partnerem i otwórz się na możliwości, jakie daje współpraca.

ZAPRASZAMY PARTNERÓW

Zapraszamy Cię do JV! Jeżeli uważasz, że Twój klienci mogą skorzystać z naszej oferty - daj nam znać! Chętnie podejmiemy wspólne działania.

Bierzemy na siebie niemal cały ciężar współpracy tak, by po Twojej stronie było jak najmniej wysiłku.

NASZA OFERTA:

- **Konsultacje, doradztwo biznesowe, szkolenia i webinary:** sprzedaż, marketing, e-marketing, rozwiewanie obiekcji, skuteczna windykacja i inne. Napisz do nas po aktualny zakres.
- **Copywriting i content marketing** - skuteczne treści to klucz do budowania silnej marki i zaangażowania klientów.

- **Email marketing** - pomagamy zbudować skuteczną kampanię e-mailową, która dociera do klientów we właściwym momencie i z odpowiednim przekazem i konwersuje!
- **Audyty stron www** pod kątem skuteczności pozyskiwania klientów. Dla osób **NIE-technicznych!**
- **Editorial Design** - profesjonalne projektowanie publikacji dla biznesu (np. Ebooki, czasopisma, ulotki, katalogi, etc). Tworzymy projekty, które skutecznie angażują odbiorców i budują Twój profesjonalny wizerunek.

Aktualny zakres znajdziesz na: www.AlfaPro.uk/pl/

Jeśli chcesz podjąć współpracę to wystarczy, że do nas napiszesz:

Contact@AlfaPro.uk

Daj znać w paru słowach kim jesteś i czym się zajmujesz.

Zróbmy razem coś fajnego!

"Do zobaczenia!"

Natalia & Dariusz



IDŹ PO WIĘCEJ:
WWW.ALFAPRO.UK/PL/

expert
training





The only way
is through

expert
training

WWW.ALFAPRO.UK/PL/
CONTACT@ALFAPRO.UK

Alfa Pro. UK