

CÉGÉRTÉKESÍTÉS??

Hogyan növeli egy erős márka a cég értékét?

Rédey Péter

partner

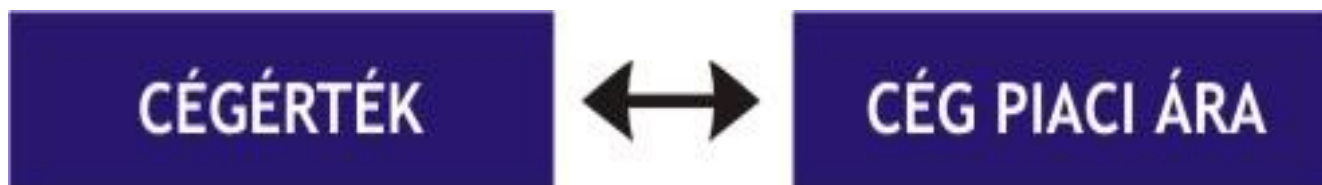
INTERNATIONAL MERGERS & ACQUISITION MAGYARORSZÁG KFT.

www.intermerger.eu

- Alapítva: 1997, angol – magyar tulajdonosok
- M&A Worldwide hálózat tagja
- Tanácsadás: M&A-, cégértékesítési, cégértékelési, stratégiai, marketing, cégportfolió-menedzsment, nemzetközi cégstruktúra.
- **Cégértékesítés:** - Cégeladás (vevők felkutatása, közvetítése)
 - Cégvásárlás (eladó cégek felkutatása)
 - Partner- és befektető keresés, ill. közvetítés



MENNYIT ÉR A CÉGEM??



- Elméleti érték
- Piaci ingadozásoktól nem befolyásolt
- Hosszútávon változatlan
- Amennyiért az adásvétel lebonyolítható

A cégérték összetevői



A cég piaci értékét befolyásoló tényezők


- Számított cégérték adatai **ököl szabály: EBITDA * 4-7**
- Kereslet-kínálat
- Kockázat
- Szereplők megítélése, céljai
- Piac növekedési potenciálja
- Volumen, potenciál, piacrészes
- Cég növekedési potenciálja
- Új belépés korlátai-költségei
- Vevők elkötelezettsége
- Stratégiai hatás
- Szinergia-hatás
- ÉS MÉG VALAMI...

100 SZÓ, MELY NEM JELENT SEMMIT

IM&A

100 SZÓ, MELY NEM JELENT SEMMIT?

2 . 0 0 0 . 0 0 0 . 0 0 0 . 0 0 0 . USD

1.  = 114,3 Mrd USD

4 > 66 Mrd. USD = MO. Költségvetés

36 > 10 Mrd. USD

100.  = 3,7 Mrd USD MO. költségvet.
hiány

MÁRKA

- De **hol** is van ténylegesen a cégnek ez a meghatározó vagyonérték része?



VALÓS ÉRTÉKTEREMTÉS

Küzdelem színtere: PIAC = emberek „feje”



MÁRKAÉRTÉK

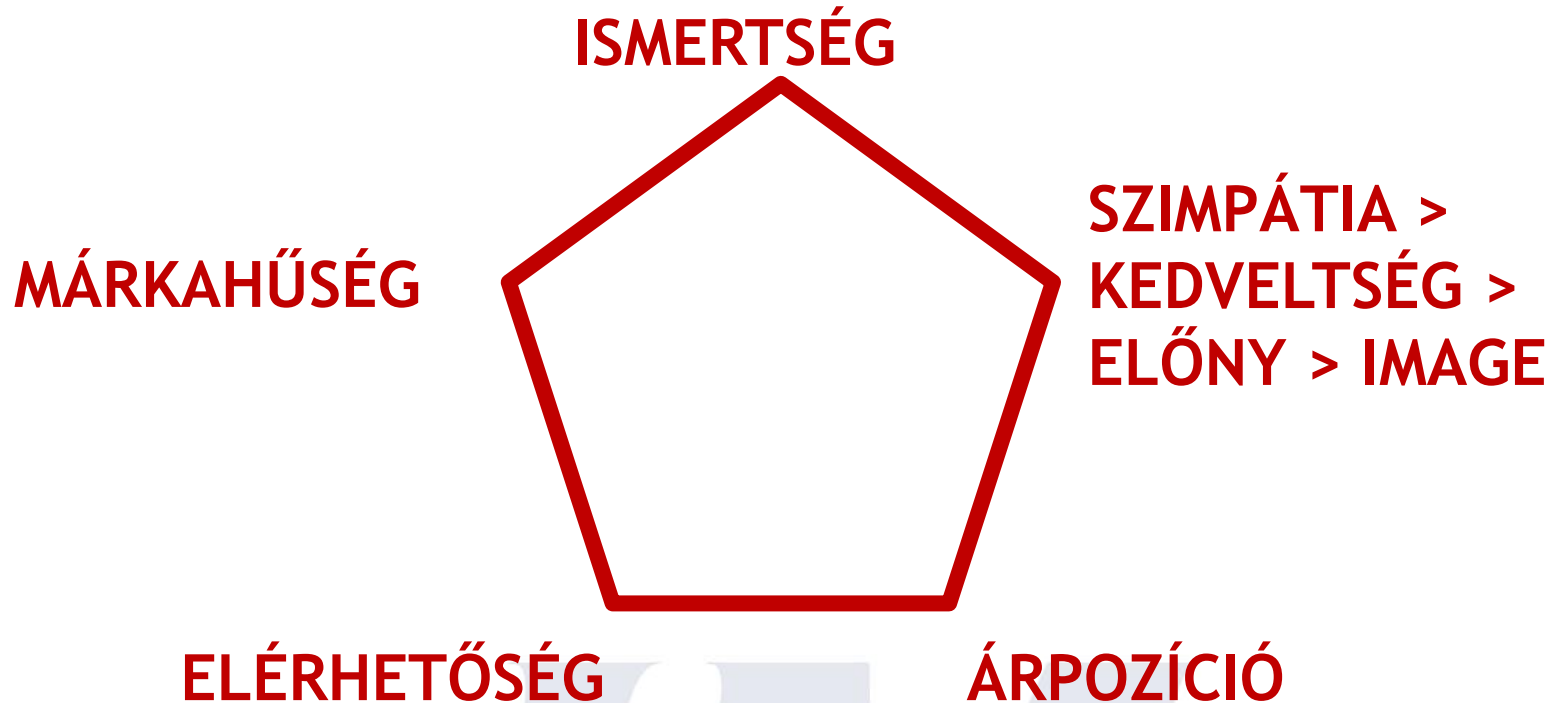
ÁLTALÁNOS / Pénzügyi **MÁRKAÉRTÉK**

(Brand Equity, Brand Value)

- „Hozzáadott **+** / **-** érték, amivel a márka a terméket felruházza”*
- Piac-alapon
- BEVÉTEL DCF- alapon (pl. Interbrand)
- Költség- alapon

(*Farquhar 1989)

A MÁRKAÉRTÉK ÖSSZETEVŐI



- Várható hatás a jövőbeni pénzügyi eredményre
- Dinamikus, folyamatosan létre kell hozni!!

MÁRKÁK ÉS CÉGMŰVELETEK

- Cégakvizíció + Brand Relanch:
- Alvó márkák:
- Márka kiárusítás:
- Cég halott, márka él:
- Cégnév, mint márka átvezetése akvizíció után:



EGY PÉLDA



- 1 részvény ára: 42,25 USD
- Cégevérték: 188 Mrd. USD
- Coca Cola márkavértéke: 63 Mrd. USD = cégevérték 1/3-a! (33,5%)
- Sprite márkavértéke: 7 Mrd. USD = (3,7%)

MÉG 2 PÉLDA

- Cégértékesítés (név nélkül)

- Brand manager felvétel



KÖVETKEZTETÉSEK

- A „nem-anyagi” szféra jelentősége NŐ
- A MÁRKA képes uralni/megvédeni a piacot
- Építsünk VALÓS CÉG-et
- Építsünk ERŐS MÁRKÁ-(ka)t
- Folyamatos Brand Management

Köszönöm a figyelmet!

peter@redey.hu

www.intermerger.eu