

Instrukcja obsługi symulacji

Agencja interaktywna

WERSJA ZAAWANSOWANA

Spis treści

WPROWADZENIE

O grze

Obsługa gry

Podgląd poprzednich rund

Przydatne materiały

RUNDA 1-ORGANIZACJA WIRTUALNEJ FIRMY

Skrzynka pocztowa

Nazwa firmy

Misja firmy

Zasady zespołu

Przydział ról

Oferta

Inwestycje - Stanowiska

HR - Rekrutacja

Finanse - Bank

Finanse - Biuro rachunkowe

Lista błędów

Wyślij decyzje

RUNDA 2 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ

Raport

Finanse – Raport finansowy

Finanse - Księga przychodów i rozchodów (KPiR) / Wyniki

Finanse – Bank / Wyniki

HR – Rekrutacja / Wyniki

Inwestycje – Stanowiska / Wyniki

Nowe decyzje

Oferta

Inwestycje – Stanowiska

Inwestycje – Sprzęt

HR – Zatrudnienie

Dostawcy

Sprzedaż

Finanse - Bank

Finanse - Biuro rachunkowe

RUNDA 3 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

Przegląd najważniejszych wyników

Karta wyników

Sprzedaż / Wyniki

Dostawcy / Wyniki

HR - Zatrudnienie / Wyniki

Inwestycje - Sprzęt / Wyniki

Nowe decyzje

Oferta

HR - Udogodnienia

RUNDA 4 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA (NOWOŚCI)

Skumulowana karta wyników

HR - Szkolenia

Inwestycje - Wyposażenie

RUNDA 5 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA (NOWOŚCI)

Reklama - tradycyjna

RUNDA 6 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA (NOWOŚCI)

Reklama tradycyjna/Wyniki

Reklama - internetowa

RUNDY 7-12 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA

WPROWADZENIE

O grze

Wyobrażałeś sobie kiedyś jak to jest prowadzić własną firmę? Symulacja biznesowa pozwoli Ci wczuć się w rolę przedsiębiorcy. Twoim zadaniem będzie zaplanowanie oferty dla Twojej firmy, a następnie wyposażenie jej w niezbędne stanowiska i sprzęty, zatrudnienie odpowiednich pracowników i zabezpieczenie zasobów potrzebnych do wybranych usług. Żeby przyciągnąć klientów, potrzebna będzie starannie dobrana reklama w mediach tradycyjnych, a także w Internecie. Jeszcze tylko ustalenie cen i można zaczynać sprzedaż!

Prowadzona przez Ciebie firma będzie działać na rynku razem z innymi firmami stworzonymi przez pozostałych uczestników gry. Będziesz konkurować o klientów m.in. jakością swoich usług oraz ceną. Twoje decyzje będą miały wpływ na wyniki Twoich konkurentów i odwrotnie. Jeśli przykładowo Twój konkurent obniży cenę, przyjdzie do niego więcej klientów. A jeśli Ty podniesiesz jakość swoich usług, możesz się spodziewać, że do Ciebie przyjdzie więcej klientów.

Gra ma strukturę turową (rundową). Jedna runda działalności odpowiada 1 miesiącowi. Będziesz prowadzić swoją firmę przez 12 miesięcy. Ważne jest zwracanie uwagi na miesiące, ponieważ część usług cechuje się sezonowością i trzeba się odpowiednio przygotowywać na miesiące, w których następuje kumulacja.

Po każdej rundzie (miesiącu) otrzymasz wyniki swoich decyzji. Pokażą one szczegółowo co się wydarzyło w poprzednim miesiącu, m.in. ilu przyszło do Ciebie klientów, ilu z nich udało Ci się obsłużyć, jakie były Twoje przychody i koszty, jaki masz stan konta itp. Wyniki te musisz dokładnie przeanalizować, żeby wprowadzić zmiany na kolejny miesiąc. Np. jeśli przyszło do Ciebie mniej klientów na daną usługę niż planowałeś, być może trzeba obniżyć cenę lub popracować nad poprawą jakości.

Obsługa gry

Gra posiada następujące zakładki:

- oferta
- inwestycje
 - stanowiska
 - sprzęt
 - wyposażenie
- hr
 - rekrutacja
 - zatrudnienie
 - szkolenia
 - udogodnienia
- dostawcy
- marketing

- reklama tradycyjna
- reklama internetowa
- sprzedaż
- finanse
 - raport finansowy
 - księga przychodów i rozchodów (KPiR)
 - bank
 - biuro rachunkowe
- karta wyników
- lista błędów

Większość zakładek podzielona jest na sekcje **Decyzje** i **Wyniki**.

W zakładkach *Decyzje* znajdują się wszystkie kwestie, o których musisz zdecydować w danej rundzie. Do podejmowania decyzji wykorzystaj informacje zawarte w zakładce *Wyniki*, która zawiera podsumowanie najważniejszych rzeczy, które wydarzyły się w poprzednim miesiącu.

W zakładce KPiR wyświetlane są tylko wyniki. W tym miejscu nie podejmujesz żadnych decyzji.

W tej instrukcji znajdziesz omówienie wszystkich zakładek wraz z przykładami obliczeń, które pomogą zobrazować sytuację i jak najlepiej zrozumieć decyzje, które musisz podjąć.

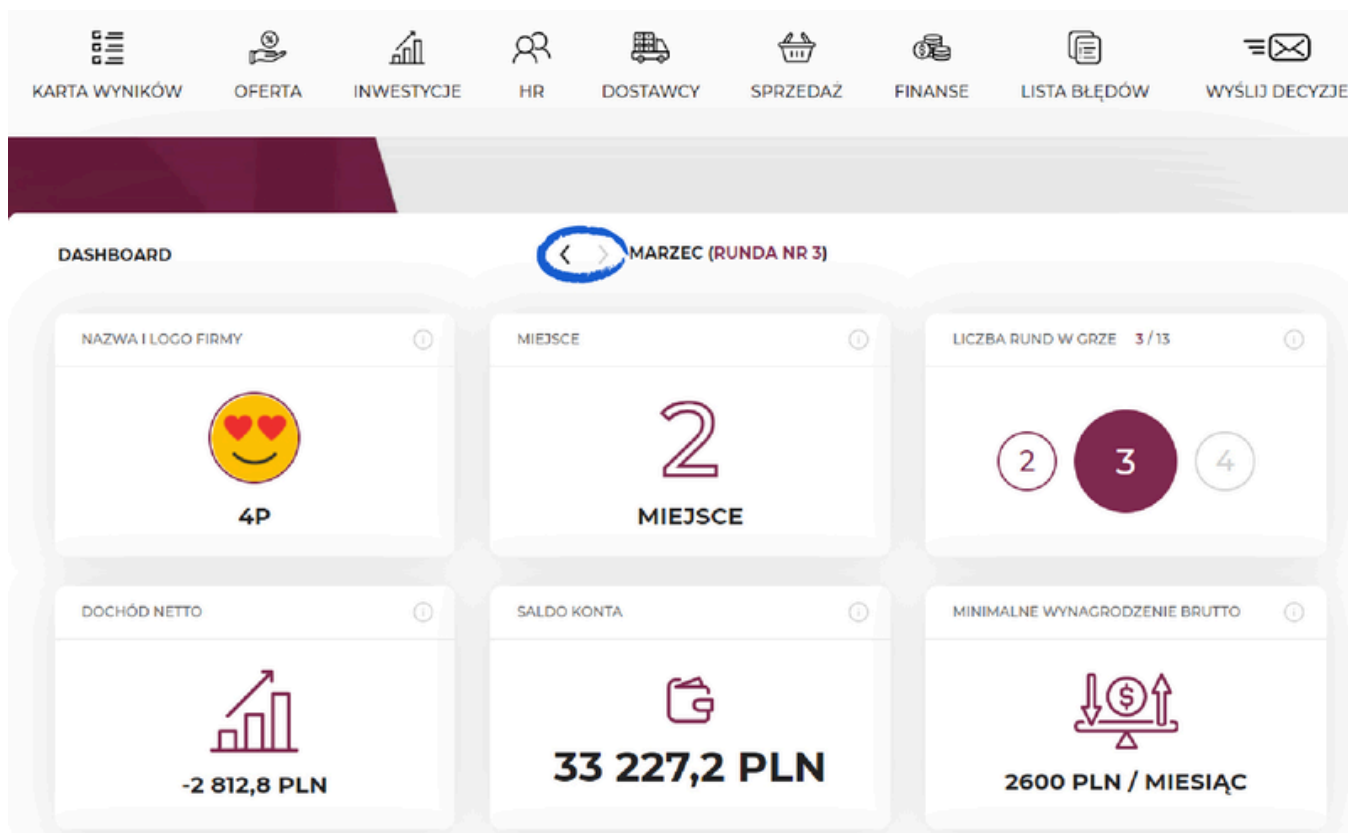
Podgląd poprzednich rund

W każdej rundzie masz możliwość podglądu decyzji, które podjąłeś w rundach poprzednich. Nie masz oczywiście możliwości ich edytowania, możesz jednak sprawdzić np. ceny swoich usług,

liczbę zamówionych zasobów itp.



Żeby podejrzeć decyzje z poprzednich rund, skorzystaj z przycisków obok nazwy miesiąca.



Przydatne materiały

Jeśli w czasie gry będziesz potrzebować informacji dot. poszczególnych danych, wyników czy decyzji, to możesz skorzystać z materiałów pomocniczych:

- odpowiedzi dot. poszczególnych informacji oraz decyzji znajdujących się pod symbolem "i",
- wideoinstrukcji dot. poszczególnych rund znajdujących się na panelu bocznym po lewej stronie ekranu,
- instrukcji obsługi symulacji znajdującej się na panelu bocznym po lewej stronie ekranu.

NAZWA I LOGO FIRMY



4P

MIEJSCE

2

MIEJSCE

LICZBA GŁOSÓW W GRZE 3 / 15

2

3

4

DOCHÓD NETTO



-2 812,8 PLN

SALDO KONTA



33 227,2 PLN

MINIMALNE WYNACROZENIE BRUTTO



2600 PLN / MIESIĄC



RUNDA 1 - ORGANIZACJA WIRTUALNEJ FIRMY

Pierwsza runda przeznaczona jest na organizację firmy. Na początku trzeba określić nazwę firmy i jej misję. Jeśli będziesz prowadzić firmę wraz ze współnikami, musisz ustalić jakie będą zasady wspólnego podejmowania decyzji oraz podzielić się odpowiedzialnością za poszczególne aspekty działalności Twojego przedsiębiorstwa.

Na rozpoczęcie działalności udało Ci się zebrać kwotę 40 000 PLN. Te środki pozwolą Ci rozwinąć skrzydła na początkowym etapie, ale pamiętaj, że powinieneś jak najszybciej zacząć generować przychody, które posłużą do finansowania bieżącej działalności.



Runda pierwsza służy do organizacji firmy, planowania, inwestycji oraz rekrutacji pracowników. W tej rundzie nie będziesz jeszcze sprzedawać swoich usług. Twoim zadaniem będzie zaplanowanie oferty i przyszłego zatrudnienia, po to, by przygotować odpowiednią liczbę stanowisk pracy dla pracowników i umieścić odpowiednie ogłoszenia na portalach rekrutacyjnych.



Decyzje rundy pierwszej nie są oceniane w karcie wyników.

Skrzynka pocztowa

Na początku każdego miesiąca sprawdź swoją skrzynkę pocztową. Będą tam trafiały wiadomości od m.in. mentora biznesowego, urzędów, mediów branżowych. Twoim zadaniem jest ocena czy otrzymane informacje są mają realny wpływ na Twój biznes, a następnie wyciągnięcie wniosków dot. odpowiedniej reakcji.

MIESIĄC	NADAWCA	TEMAT	
STYCZEŃ	URZĄD SKARBOWY	WITAMY NOWĄ FIRMĘ W NASZEJ MIEJSCOWOŚCI	→
STYCZEŃ	POWIATOWY INSPEKTOR PRACY	BADANIA LEKARSKIE PRACOWNIKÓW I SZKOLENIA BHP	→
STYCZEŃ	MENTOR	WSPARCIE BIZNESU - STYCZEŃ	→

Nazwa firmy


Wybierz nazwę dla swojej firmy. Będzie to nazwa, którą będziesz posługiwać się przez cały czas trwania symulacji, więc postaraj się, aby wyróżniała się na tle konkurencji. Możesz również dodać logo firmy, żeby również graficznie przedstawić swoją firmę. Pomocniczo podane zostały nazwy przykładowych firm, które działają na rynku.



Żeby dodać nazwę firmy wpisz w białym polu w miejsce napisu „Zespół 1” swoją nazwę i kliknij przycisk ‘Zapisz’. Klikając w obrazek ‘Logo firmy’ możesz dodać dowolny obrazek ze swojego dysku jako logo Twojej firmy.

NAZWA FIRMY < > STYCZEŃ (RUNDA NR 1) DECYZJE

WPROWADŹ NAZWĘ I LOGO TWOJEJ FIRMY.

PRZYKŁADOWE NAZWY	PODAJ DANE FIRMY
<p>EDIRECT</p> <p>IBERO AGENCJA INTERAKTYWNA</p> <p>NUORDER</p> <p>STUDIO RIMM</p>	<p>ZESPÓŁ 1</p> <p>ZAPISZ</p> 

Przy okazji wymyślania nazwy firmy, warto od razu wykupić pasującą domenę internetową. Będzie ona niezbędna do przygotowania strony internetowej w przyszłości.



Żeby wykupić domenę, wpisz pożądaną nazwę i sprawdź czy jest dostępna. Jeśli jest dostępna, możesz ją wykupić.



Jeśli inny zespół wykupił już daną domenę, to będzie ona niedostępna. Wymyśl kolejne nazwy i sprawdzaj ich dostępność, aż znajdziesz wolną.



Wykup domeny nie jest na tym etapie obowiązkowy. Będzie można dokonać zakupu również w kolejnych rundach, natomiast może się wtedy okazać, że część domen, które Ci się podobają jest już zajęta lub zakup będzie droższy.

Misja firmy

Misja firmy określa cel jej istnienia na rynku oraz rolę organizacji w szerszym otoczeniu. Zapoznaj się z przykładami misji różnych firm i przygotuj własną misję, które określi kierunek działania całej organizacji, koncepcję biznesu, jej rolę i sens istnienia.



Żeby dodać misję firmy wpisz treść misji w białym polu i kliknij przycisk ‘Zapisz’.

Zasady zespołu

Jeśli prowadzisz swoją firmę razem ze współnikami, musisz uzgodnić zasady działania Waszego zespołu. Określcie na początku w jaki sposób będą podejmowane kluczowe decyzje, czego oczekujecie od siebie i w jaki sposób chcecie zorganizować swoją pracę.

☑ ✕ ZASADY ZESPOŁU < > STYCZEŃ (RUNDA NR 1) DECYZJE

1 OKREŚL ZASADY W TWOIM ZESPOLE.

WSZYSTKIE DECYZJE POWINNY ZOSTAĆ PODJĘTE PRZEZ PREZESA WYBRANO	WSZYSTKIE DECYZJE POWINNY ZOSTAĆ PODJĘTE PRZEZ CAŁY ZESPÓŁ JEDNOGŁOŚNIE WYBIERZ	WSZYSTKIE DECYZJE POWINNY ZOSTAĆ PODJĘTE PRZEZ CAŁY ZESPÓŁ WIĘKSZOŚCIĄ GŁOSÓW WYBIERZ
OBECNOŚĆ NA WSZYSTKICH SPOTKANIACH ZESPOŁU JEST OBOWIĄZKOWA, CHYBA ŻE CZŁONEK ZESPOŁU WCZEŚNIEJ ZGŁOSI SWOJĄ NIEOBECNOŚĆ WYBRANO	CZŁONKOWIE ZESPOŁU PRZYCHODZĄ NA SPOTKANIA PUNKTUALNIE WYBRANO	CZŁONKOWIE ZESPOŁU PRZYCHODZĄ NA SPOTKANIA PRZYGOTOWANI MERYTORYCZNIE WYBRANO
CZŁONKOWIE PODEJMUJĄ DECYZJE NA PODSTAWIE PRZEDSTAWIONYCH ARGUMENTÓW ZA I PRZECIW WYBRANO	KAŻDY Z CZŁONKÓW ZESPOŁU MUSI ZOSTAĆ DOPUSZCZONY DO DYSKUSJI WYBRANO	CZŁONKOWIE ZESPOŁU BIORĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PODJĘTE DECYZJE NIE ZRZUCAJĄC WINY NA POJEDYNCZEGO CZŁONKA ZESPOŁU WYBRANO



Wybierzcie zasady zespołu, które chcesz, żeby były przestrzegane. Nie ma określonej liczby zasad, które musicie wybrać.

Przydziel ról

Zarządzanie firmą wymaga podejmowania decyzji i monitorowania wyników w różnych obszarach działalności takich jak marketing, finanse, inwestycje, dostawy itp. Jako zespół na pewno macie różne kompetencje i zainteresowania, więc uwzględnijcie je dzieląc się odpowiedzialnością za poszczególne dziedziny. Możecie dla każdego członka zespołu wybrać dowolną liczbę ról. Nie wszystkie muszą zostać wykorzystane. Wybór ról nie ma wpływu na wyniki gry.



Każdemu członkowi zespołu wybierzcie dział lub działy, za które będzie odpowiadać.

Oferta

Rozpocznij decyzje dot. swojej firmy od zaplanowania usług, jakie chcesz oferować swoim klientom. W pierwszej rundzie masz możliwość wybrania 3 usług podstawowych, a ich wachlarz będzie można rozszerzać w każdej kolejnej rundzie.



W pierwszej rundzie nie będziesz jeszcze sprzedawać swoich usług. Służy ona planowaniu i inwestycjom. Twoim zadaniem będzie oszacowanie popytu na rundę 2 i na tej podstawie obliczenie ilu potrzebujesz pracowników. Dzięki temu będziesz wiedzieć jakie poczynić inwestycje tzn. ile przygotować stanowisk dla pracowników oraz ile i jakie ogłoszenia o pracę opublikować.



OFERTA



STYCZEŃ (RUNDA NR 1)

DECYZJE

WYBIERZ USŁUGI, KTÓRE CHCESZ ŚWIADCZYĆ W TWOJEJ FIRMIE I OKREŚL ICH POPYT MIESIĘCZNY. W KAŻDEJ RUNDZIE BĘDZIE MOŻNA URUCHAMIAĆ MAKSYMALNIE 3 NOWE USŁUGI.

MARKETING INTERNETOWY

CONTENT MARKETING



SEZONOWOŚĆ ⓘ

POPYT ROCZNY: ⓘ 24

PREFEROWANA CENA: ⓘ 3 500 PLN

LICZBA ROBOCZOGODZIN: ⓘ 40 H

WIĘCEJ SZCZEGÓŁÓW



WYBRANO

PROGNOZOWANY POPYT:
(NA MIESIĄC) ⓘ

1

POZYCJONOWANIE



SEZONOWOŚĆ ⓘ

POPYT ROCZNY: ⓘ 96

PREFEROWANA CENA: ⓘ 1 000 PLN

LICZBA ROBOCZOGODZIN: ⓘ 16 H

WIĘCEJ SZCZEGÓŁÓW



WYBRANO

PROGNOZOWANY POPYT:
(NA MIESIĄC) ⓘ

1

SOCIAL MEDIA



SEZONOWOŚĆ ⓘ

POPYT ROCZNY: ⓘ 60

PREFEROWANA CENA: ⓘ 2 500 PLN

LICZBA ROBOCZOGODZIN: ⓘ 32 H

WIĘCEJ SZCZEGÓŁÓW



WYBRANO

PROGNOZOWANY POPYT:
(NA MIESIĄC) ⓘ

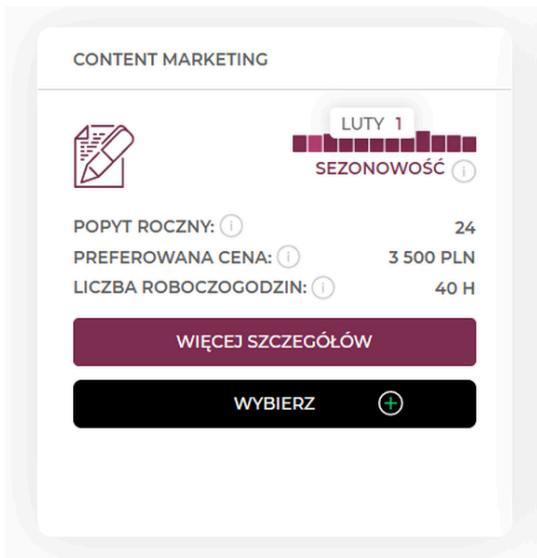
1

W zakładce Oferta znajdziesz listę usług, które są w tym momencie dla Ciebie dostępne. Usługi różnią się między sobą **popływem rocznym**, czyli liczbą klientów, których możesz się spodziewać w ciągu roku, **sezonowością**, **czasem realizacji** oraz **wymaganym sprzętem**, **pracownikami** oraz **zasobami**.



Przykład

Przeanalizujmy usługę *Content marketing*.



Popyt roczny wynosi 24, co oznacza, że w ciągu roku możesz się spodziewać 24 klientów, którzy będą potrzebowali takiej usługi. Jeśli podzielimy roczny popyt przez 12 otrzymamy średniomiesięczny popyt. W tym przypadku możemy się spodziewać, że jest to usługa, która podlega pewnej sezonowości, więc możesz oczekiwać mniej więcej 2 klientów w lutym na organizację usługi Content marketing. Pamiętaj, że musisz otrzymany średniomiesięczny popyt skorygować jeszcze o wartość sezonowości na usługę. Skąd wzięła się ta liczba? Skorzystaj z poniższego wzoru:








$$\text{Prognozowana liczba klientów w miesiącu X} = \frac{\text{popyt roczny (z zakładki Oferta)}}{12} * \text{wskaźnik sezonowości w miesiącu X (z wykresu)}$$

24 (popyt roczny) / 12 miesięcy x 1 (sezonowość w lutym) = **2 klientów** (liczba prognozowanych klientów)

Preferowana cena na rynku za tego typu usługę wynosi 3500 zł, co oznacza, iż klienci spodziewają się ceny oscylującej wokół tej kwoty. Możesz ustalić swoją cenę wyżej lub niżej. Pamiętaj jednak, że za wysoką ceną powinna iść wysoka jakość, która uzasadni wyższą cenę.

Liczba roboczogodzin pokazuje czas potrzebny do realizacji usługi. W tym przypadku potrzebujesz na to 40 roboczogodzin, żeby obsłużyć 1 klienta.

Po wejściu w „**Więcej szczegółów**” masz dostęp do informacji nt. wszystkiego, co będzie Ci potrzebne do wykonania danej usługi (sprzęt, pracownicy, zasoby).

NAZWA SPRZĘTU	ZAPOTRZEBOWANIE	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ☆☆☆	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ☆☆☆	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ☆☆☆
 BIURKO	100 %	1 000	1 500	2 000
 FOTEL	100 %	500	900	1 500
 OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI	100 %	0	0	0
 TELEFON	100 %	100	150	200
 ZESTAW KOMPUTEROWY	100 %	2 500	3 500	4 500

Sprzęt. Do wykonania usługi Content marketing potrzebujesz 5 sprzętów – biurko, fotel, oprogramowanie do grafiki, telefon oraz zestaw komputerowy. Zapotrzebowanie na sprzęt powie Ci ile czasu każdy z tych sprzętów będzie Ci potrzebny w czasie wykonywania usługi, czyli 40 roboczogodzin. Np. oprogramowanie do grafiki ma wydajność 100% co oznacza, że potrzebujesz go przez całe 40 roboczogodziny i nie ma możliwości, by inny pracownik agencji skorzystał z niego w tym samym czasie. Każdy ze sprzętów oferowany jest przez producentów na 3 poziomach jakości – podstawowym (☆), standard (☆☆) i premium (☆☆☆). Im wyższa jakość, tym wyższa cena sprzętu, ale Twoi pracownicy będą bardziej zadowoleni pracując na sprzęcie wysokiej jakości, który jest bardziej ergonomiczny i niezawodny.

Pracownicy. Do wykonania usługi Content marketing musisz zatrudnić w swojej agencji Marketing Manager'a. Z zakładki Pracownicy dowiesz się jakie jest minimalne wynagrodzenie takiego pracownika, jego zaangażowanie w realizację danej usługi oraz średnie wynagrodzenie na rynku w zależności od doświadczenia pracownika (np. młodszy specjalista (☆), specjalista (☆☆), starszy specjalista (☆☆☆)).

Zasoby. Do wykonania usługi Content marketing potrzebujesz 2 zasobów, a dokładnie copywriter'a oraz zdjęcie. W tabeli pokazane są średnie ceny wymaganych zasobów w zależności od jakości. Pamiętaj, że dokładne ceny znajdziesz w zakładce Dostawcy.



W pierwszej rundzie możesz w ofercie wybrać tylko 3 podane usługi. W każdej kolejnej rundzie do gamy usług w swojej ofercie możesz już dodać 3 dowolne usługi.



Jeśli decydujesz się wybrać daną usługę, to przesunij przycisk na pozycję 'Tak'. Następnie wprowadź prognozowany miesięczny popyt (liczbę klientów jaką chcesz obsłużyć w ciągu 1 miesiąca z danej usługi na podstawie popytu rocznego i Twoich prognoz) obliczony wg wzoru poniżej. Zrób to samo dla wszystkich usług, które chcesz świadczyć.



$$\text{Prognozowana liczba klientów w miesiącu X} = \frac{\text{popyt roczny (z zakładki Oferta)}}{12} * \text{wskaźnik sezonowości w miesiącu X (z wykresu)}$$

Inwestycje - Stanowiska

Każdy pracownik potrzebuje swojego miejsca do pracy. Zatrudniając nowych pracowników, pamiętaj o zapewnieniu im takiego miejsca, czyli stanowiska. Musisz je wyposażyć w sprzęty potrzebne do wykonywania zaplanowanych usług.

Żeby podjąć decyzję o tym, ile potrzebujesz stanowisk musisz najpierw obliczyć ilu potrzebujesz pracowników. Pamiętaj, że dla każdego pracownika potrzebujesz jedno indywidualne stanowisko.

Rozpocznij od sprawdzenia jaki typ pracownika będzie Ci potrzebny do wykonywania wybranych w ofercie usług. Możesz to sprawdzić w zakładce oferta, po wejściu w więcej szczegółów każdej usługi.

WYMAGANIA DOTYCZĄCE USŁUGI "CONTENT MARKETING"					
SPRZĘT					
PRACOWNICY					
ZASOBY					
TYP PRACOWNIKA	MINIMALNE WYNAGRODZENIE	ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKA	ŚREDNIE WYNAGRODZENIE	ŚREDNIE WYNAGRODZENIE	ŚREDNIE WYNAGRODZENIE
MARKETING MANAGER	2 600	100 %	3 507	3 895	3 710

Wiedząc już jakich pracowników potrzebujesz, musisz policzyć ilu zatrudnić. Liczba ta zależy od liczby klientów, których chcesz obsłużyć w ramach danej usługi oraz czasu potrzebnego do obsługi 1 klienta (liczby roboczogodzin potrzebnych do wykonania usługi). Żeby wyliczyć potrzebną liczbę pracowników, policz liczbę roboczogodzin, która będzie Ci potrzebna do zrealizowania wszystkich zaplanowanych usług (obsłużenia wszystkich klientów).



$$\text{Liczba roboczogodzin potrzebna do wykonania wszystkich usług} = \text{prognozowany popyt na usługę 1} \times \text{liczba roboczogodzin potrzebna do wykonania usługi 1} + \text{prognozowany popyt na usługę 2} \times \text{liczba roboczogodzin potrzebna do wykonania usługi 2} + \dots$$

Musisz również wiedzieć jaki będzie realny czas pracy Twoich pracowników, czyli inaczej ich zdolność przerobowa. Przyjmujemy, że każdy pracownik pracuje 8 godzin dziennie, średnio 20 dni w miesiącu. Stąd też miesięczna zdolność przerobowa wynosi Twoich pracowników wynosi 160 godzin (ta informacja jest również dostępna na ekranie raportu).



$$\text{Liczba pracowników} = \frac{\text{liczba roboczogodzin potrzebna do wykonania wszystkich usług}}{\text{zdolność przerobowa pracownika}}$$

Jeśli otrzymasz jako wynik liczbę całkowitą np. 2, sprawa jest prosta – potrzebujesz 2 pracowników. Jeśli natomiast otrzymasz ułamek dziesiętny, np. 1,5 co to oznacza? Powinieneś zatrudnić 1 czy 2 pracowników? Jeśli zatrudnisz jednego, to nie wykona on wszystkich

zaplanowanych usług, bo zabraknie mu czasu. Jeśli zatrudnisz dwóch, to część ich czasu pracy nie zostanie wykorzystana, ale przynajmniej wykonasz wszystkie zaplanowane usługi i nie odprawisz z kwitkiem żadnego klienta. Otrzymany wynik zaokrąglaj, by zatrudnić liczbę pracowników potrzebną do wykonania wszystkich zaplanowanych usług.



Przykład

Założmy, że planujesz oferowanie klientom następujących 3 usług:

1. Content marketing dla 2 klientów miesięcznie
2. Pozycjonowanie dla 8 klientów miesięcznie
3. Social media dla 5 klientów miesięcznie

Musisz sprawdzić ile roboczogodzin trwa wykonanie każdej z tych usług:

1. Content marketing - 40 roboczogodzin (rbh)
2. Pozycjonowanie - 16 roboczogodzin (rbh)
3. Social media - 32 roboczogodziny (rbh)

W sumie liczba roboczogodzin potrzebnych do wykonania zaplanowanych usług wynosi:

$$\underbrace{2 \text{ klientów} \times 40 \text{ rbh}}_{\text{Content marketing}} + \underbrace{8 \text{ klientów} \times 16 \text{ rbh}}_{\text{Pozycjonowanie}} + \underbrace{5 \text{ klientów} \times 32 \text{ rbh}}_{\text{Social media}} = 368 \text{ rbh}$$

W sumie potrzebujesz więc 368 roboczogodzin do wykonania 3 zaplanowanych usług. Kolejnym krokiem jest wyliczenie liczby potrzebnych pracowników. Korzystamy ze wzoru na liczbę pracowników: $368 \text{ rbh} / 160 \text{ h} = 2,3$ Liczba 2,3 oznacza, że musisz zatrudnić 3 osoby, żeby zrealizować wszystkie zaplanowane usługi. Dla 3 pracowników musisz uruchomić 3 stanowiska. Gdyby wyszła liczba mniejsza od jednego oznaczałoby to, że potrzebujemy 1 pracownika.




Żeby uruchomić nowe stanowiska wciśnij przycisk "Wybierz" przy wybranej liczbie stanowisk, które chcesz zakupić.



Musisz kupić przynajmniej tyle stanowisk ilu pracowników planujesz zatrudnić w kolejnej rundzie.

URUCHOM POTRZEBNĄ LICZBĘ STANOWISK W TWOJEJ FIRMIE. W KAŻDEJ RUNDZIE BĘDZIE MOŻNA URUCHAMIAĆ KOLEJNE STANOWISKA.

MIESIĘCZNY KOSZT UTRZYMANIA BIURA: 2 000 PLN

NOWE STANOWISKA:  1 000 PLN

LICZBA POSIADANYCH STANOWISK: 0

KOSZT URUCHOMIENIA (1 STANOWISKA)	1 000 PLN	WYBRANO
KOSZT URUCHOMIENIA (2 STANOWISKA)	1 800 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (3 STANOWISKA)	2 200 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (4 STANOWISKA)	3 000 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (5 STANOWISKA)	4 000 PLN	WYBIERZ

W każdej rundzie możesz kupić dowolną liczbę stanowisk. Nie musisz ich od razu wyposażyć w sprzęty, a skorzystać z nich dopiero w momencie kiedy zajdzie taka potrzeba. Do tego czasu będą stały puste. Nie będą wtedy generować żadnych dodatkowych kosztów.



Stanowiska trzeba przygotować z rundowym wyprzedzeniem. To znaczy, że jeśli chcesz mieć w następnym miesiącu dostępne stanowisko, musisz go kupić w bieżącym miesiącu.

Dodatkowo pamiętaj, że posiadanie stanowisk generuje koszty związane np. z czynszem czy mediami, więc co miesiąc trzeba będzie je opłacić. Miesięczny koszt utrzymania biura nie zależy od liczby posiadanych stanowisk.

HR - Rekrutacja

Żeby zatrudnić pracowników, musisz przeprowadzić proces rekrutacji. Rekrutacja prowadzona jest przez kilka wyspecjalizowanych portali rekrutacyjnych, w których możesz umieścić swoje ogłoszenie. Po umieszczeniu ogłoszenia rekrutacyjnego, w kolejnej rundzie otrzymasz CV kandydatów, którzy odpowiedzieli na Twoją ofertę.

Dostępne portale różnią się pod względem swojej ceny i oferty, a co za tym idzie również tego, jakich efektów (liczby pozyskanych kandydatów) można się spodziewać. Zobacz czym dokładnie różni się oferta portali rekrutacyjnych:

- **Długość publikacji** - Ogłoszenie jest aktywne przez 30 dni co oznacza, że po przejściu do kolejnej rundy otrzymasz listę CV kandydatów, którzy odpowiedzieli na to ogłoszenie, a

ogłoszenie wygaśnie.

- **Baza CV** – Orientacyjna wielkość bazy kandydatów, do których dociera dany portal.
- **Liczba podbić** – Ogłoszenia na liście ofert pracy są sortowane według daty publikacji. Nowo dodane ogłoszenia pojawiają się na szczycie listy, a starsze spadają niżej. Podbicie spowoduje automatyczne przesunięcie Twojego ogłoszenia na początek listy, żeby jak najwięcej kandydatów mogło je zobaczyć.
- **Promocja w social mediach** – Ogłoszenie będzie dodatkowo promowane wszystkimi kanałami social media portalu.
- **Cena ogłoszenia** – Cena za umieszczenie 1 ogłoszenia.



REKRUTACJA

< > STYCZEŃ (RUNDA NR 1)

[DECYZJE](#)

OPUBLIKUJ OGŁOSZENIE NA PORTALU REKRUTACYJNYM, ZEBY UZYSKAĆ LISTĘ KANDYDATÓW, KTÓRYCH BĘDZIESZ MÓGŁ ZATRUDNIĆ

KOSZT ZAKUPU: 0,00 PLN

HIRING GO



DŁUGOŚĆ PUBLIKACJI	30 DNI
BAZA CV	MAŁA
LICZBA PODBIĆ	0
PROMOCJA W SOCIAL MEDIA	NIE
CENA OGŁOSZENIA	400

DODAJ OGŁOSZENIE

POKAŻ AKTYWNE OGŁOSZENIA

0,00 PLN

HR TOTAL



DŁUGOŚĆ PUBLIKACJI	30 DNI
BAZA CV	ŚREDNIA
LICZBA PODBIĆ	1
PROMOCJA W SOCIAL MEDIA	TAK
CENA OGŁOSZENIA	500

DODAJ OGŁOSZENIE

POKAŻ AKTYWNE OGŁOSZENIA

0,00 PLN

WORLD HR



DŁUGOŚĆ PUBLIKACJI	30 DNI
BAZA CV	DUŻA
LICZBA PODBIĆ	3
PROMOCJA W SOCIAL MEDIA	TAK
CENA OGŁOSZENIA	600

DODAJ OGŁOSZENIE

POKAŻ AKTYWNE OGŁOSZENIA

0,00 PLN



Kliknij w przycisk „Dodaj ogłoszenie” przy wybranym portalu rekrutacyjnym, żeby przygotować swoje ogłoszenie do publikacji.

Ogłoszenie o pracę powinno zawierać kilka kluczowych informacji, które pozwolą kandydatom zdecydować, czy chcą aplikować na daną ofertę.

ZAWÓD	DOŚWIADCZENIE	FORMA ZATRUDNIENIA	WYMIAR ETATU	WYSOKOŚĆ WYNAGRODZENIA BRUTTO	PREMIA	SZKOLENIA	
GRAFIK	☆☆☆	UMOWA O PRACĘ	100%	OD: 0 DO: 0	NIE	NIE	OPUBLIKUJ
MARKETING MANAGER	☆☆☆	UMOWA O PRACĘ	100%	OD: 0 DO: 0	NIE	NIE	OPUBLIKUJ
PROGRAMISTA MOBILE	☆☆☆	UMOWA O PRACĘ	100%	OD: 0 DO: 0	NIE	NIE	OPUBLIKUJ
PROGRAMISTA WEB	☆☆☆	UMOWA O PRACĘ	100%	OD: 0 DO: 0	NIE	NIE	OPUBLIKUJ

Skonfiguruj swoje ogłoszenie decydując o następujących elementach:

- Kogo chcesz zrekrutować?** Wybierz zawód kandydata, którego szukasz. Jeśli w kolejnej rundzie planujesz zatrudnić kilku pracowników o różnych zawodach, dodaj osobne ogłoszenie dla każdego z nich. Dodatkowo, jeśli chcesz otrzymać CV różnych kandydatów (np. o różnym poziomie doświadczenia czy oczekiwanego wynagrodzenia) również dodaj osobne ogłoszenia dla każdego kryterium. Możesz dodać ogłoszenie na jednym lub kilku portalach rekrutacyjnych, żeby zwiększyć liczbę kandydatów.

Przykład: W kolejnej rundzie planuję zatrudnić 2 pracowników na różnych stanowiskach (różne zawody). Jeszcze nie wiem czy zatrudnię juniorów czy pracowników ze średnim doświadczeniem. Chciałbym najpierw zobaczyć ich CV. W takim przypadku muszę opublikować 4 osobne ogłoszenia (po 2 na każdy zawód, przy czym jedno będzie dla juniorów, a drugie dla specjalistów).
- Jakiego poziomu doświadczenia oczekujesz?** – Możesz określić poziom doświadczenia, którego oczekujesz od kandydatów. Gwiazdki oznaczają poziom doświadczeni (★-młodszy specjalista, ★★-specjalista, ★★★-starszy specjalista).
- Jaką formę zatrudnienia oferujesz?** – Będziesz mógł zaproponować pracownikom 2 formy zatrudnienia – umowę o pracę i umowę zlecenia. Umowa o pracę jest lepsza dla pracownika (będzie bardziej zadowolony), ale Twoje koszty będą wyższe (zapłacisz dodatkowe składki ZUS pracodawcy). W przypadku zlecenia będzie odwrotnie – tańsze dla pracodawcy, mniej satysfakcjonujące dla pracownika.
- W jakim wymiarze etatu chcesz zatrudnić pracownika?** – Możesz zatrudnić pracowników na 100% etatu (160 godzin miesięcznie) lub 50% etatu (80 godzin miesięcznie).
- Jakie wynagrodzenie oferujesz pracownikowi?** – Podaj orientacyjny zakres wynagrodzenia brutto, który zamierzasz zaoferować pracownikowi, żeby przyciągnąć odpowiednich kandydatów.
- Czy zamierzasz oferować pracownikom premie?** – Daj kandydatom znać, czy zamierzasz oprócz wynagrodzenia podstawowego wypłacać premie (będzie taka możliwość w każdej rundzie po zatrudnieniu pracownika).
- Czy zamierzasz oferować pracownikom szkolenia?** – Daj kandydatom znać, czy mogą liczyć na udział w szkoleniach rozwojowych (w kolejnych rundach będzie możliwość wysyłania

pracowników na szkolenia).

Po skonfigurowaniu ogłoszenia zatwierdź go przyciskiem „Opublikuj”. Dodaj w ten sposób wszystkie ogłoszenia jakich potrzebujesz. Pod przyciskiem „Pokaż aktywne ogłoszenia” znajdziesz informacje o ogłoszeniach, które będą umieszczone w tym miesiącu. Możesz je edytować lub anulować.



Rekrutacja trwa 1 miesiąc (kandydatów otrzymasz w kolejnej rundzie). Musisz więc zawsze planować zatrudnienie z miesięcznym wyprzedzeniem, żeby mieć dostępnych kandydatów w kolejnej rundzie.



Jeśli w pierwszej rundzie nie zamieścisz żadnego ogłoszenia, to w drugiej rundzie nie będziesz mógł zatrudnić pracowników, ponieważ nie będzie dostępnych żadnych kandydatów. W kolejnych rundach również pamiętaj o regularnej rekrutacji (miesiąc wcześniej), ponieważ kandydaci, których pozyskałeś wcześniej mogą nie być już dostępni.



Pamiętaj, że jeśli obiecasz coś pracownikowi w ogłoszeniu, to pracownik będzie tego oczekiwał i jeśli tego nie otrzyma, może być niezadowolony.

Finanse - Bank

Twoja firma potrzebuje rachunku bankowego, z którego będziesz rozliczać wszystkie wydatki. Masz do wyboru kilka banków, których oferta różni się opłatami związanymi z prowadzeniem rachunku i oprocentowaniem lokat, pożyczek i kredytów.

BEAUTY BANK



OPŁATA ZA KONTO	5 PLN
OPŁATA ZA KARTĘ	5 PLN
OPROCENTOWANIE LOKATY	3%
OPROCENTOWANIE KREDYTU ODNAWIALNEGO	6%
OPROCENTOWANIE KREDYTU	7%

WYBIERZ



Opłata za konto to miesięczny koszt prowadzenia rachunku w danym banku.

Opłata za kartę to miesięczny koszt związany z posiadaniem karty płatniczej w danym banku.

Oprocentowanie lokaty pokazuje ofertę banku związaną z inwestowaniem środków w lokaty.

Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.

Oprocentowanie kredytu odnawialnego pokazuje ofertę banku związaną z udzielaniem kredytu odnawialnego (inaczej limitu debetowego) na niezaplanowane wydatki. Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.

Oprocentowanie kredytu pokazuje ofertę banku związaną z udzielaniem kredytu. Oprocentowanie podane jest w stosunku rocznym.



Żeby wybrać bank przesunij wciśnij przycisk "Wybierz" pod wybranym bankiem. Możesz wybrać tylko jeden bank. W kolejnych rundach będziesz mógł zmieniać bank.

Finanse - Biuro rachunkowe




Do prowadzenia księgowości swojej firmy zatrudniasz biuro rachunkowe. Zajmie się ono księgowaniem wszystkich faktur, przygotowaniem umów i rachunków dla Twoich pracowników, a także prowadzeniem księgi przychodów i rozchodów. Wybierając biuro rachunkowe zwróć uwagę na koszty, jakie będziesz ponosić. Opłata w biurze rachunkowym składa się z 2 części. Pierwsza to opłata za księgowanie dokumentów. Jeden dokument to przykładowo jedna faktura od dostawcy, wynagrodzenie pracownika czy raport sprzedaży z konkretnej usługi (sprzedaż indywidualnemu klientowi nie jest osobnym dokumentem, tylko przychody z każdej usługi księgowane są zbiorczo jako jeden dokument). Druga część to opłata kadrowa za obsługę zawieranych przez firmę umów z pracownikami. W zależności od tego, na jakiej podstawie planujesz zatrudnianie pracowników oraz szacowanej liczby dokumentów miesięcznie) możesz zaprognozować koszty związane z usługami firmy i wybrać najlepsze.



Żeby wybrać biuro rachunkowe wciśnij przycisk "Wybierz" pod wybranym biurem. Możesz wybrać tylko jedno biuro. W każdej rundzie możesz zmienić decyzję i wybrać inną ofertę.

Lista błędów

Lista błędów pomoże Ci sprawdzić czy zostały podjęte wszystkie najważniejsze decyzje. Możesz tam znaleźć 3 kategorie ostrzeżeń oznaczone kolorami od czerwonego do niebieskiego.

 NIE PODJĘTO DECYZJI DOTYCZĄCEJ SPRZEDAŻY USŁUG.	POPRAW →
 NIE PODJĘTO DECYZJI DOTYCZĄCEJ REKLAMY INTERNETOWEJ.	POPRAW →
 NIE PODJĘTO DECYZJI DOTYCZĄCEJ SZKOLEŃ PRACOWNIKÓW.	POPRAW →

Czerwone oznaczają najpoważniejsze braki, a pomarańczowe i niebieskie są informacyjne i ich zadaniem jest zwrócić Twoją uwagę czy na pewno zostały podjęte wszystkie decyzje oraz czy podane wielkości są prawidłowe.



Żeby sprawdzić lub poprawić decyzje wskazane w ostrzeżeniach na liście błędów, skorzystaj z przycisku 'Popraw' po prawej stronie komunikatu lub przejdź do odpowiedniej zakładki w górnym menu.

Wyślij decyzje

Naciśnięcie przycisku „Wyślij decyzje” powoduje przesłanie informacji do instruktora symulacji, że Ty jako gracz zrobiłeś wszystkie decyzje w danej rundzie i jesteś gotowy na to, aby gra została przeniesiona do kolejnej rundy. Istnieje możliwość powrotu do gry w wyznaczonym przez instruktora czasie za pomocą przycisku „Wróć do podejmowania decyzji w bieżącej rundzie”.

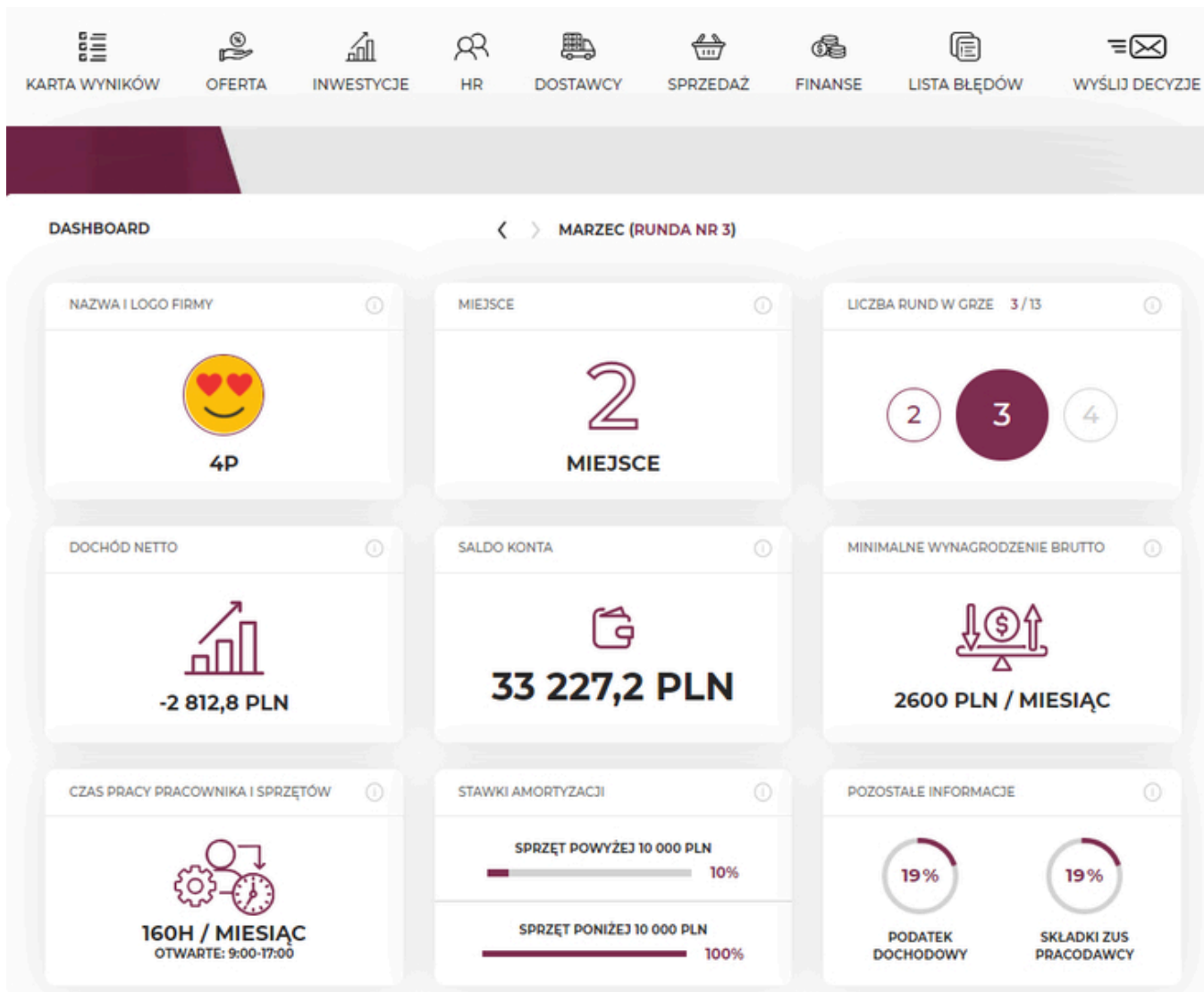
RUNDA 2 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ

W pierwszej rundzie podjąłeś już decyzję dot. wstępnej oferty tj. zestawu usług, które chcesz zaproponować swoim klientom. W rundzie nr 2 należy zapewnić wszystkie wymagane zasoby, sprzęty i pracowników potrzebne do wykonania wybranych usług. W rundzie nr 2 pojawiają się nowe elementy w postaci – Inwestycje-sprzęt, HR-zatrudnienie, Dostawcy oraz Sprzedaż.

Raport

Na początku każdej rundy otrzymasz podsumowanie w postaci raportu, w którym pokazane są najważniejsze wyniki z poprzedniej rundy oraz przypomnienie istotnych stawek:

- **nazwa i logo** Twojej firmy,
- **miejsce w rankingu** – miejsce w karcie wyników w ostatniej rundzie,
- **liczba rund w grze** – bieżąca runda oraz liczba wszystkich rund w grze,
- **dochód** – wynik finansowy z poprzedniego miesiąca,
- **saldo konta** – bieżąca wartość gotówki na rachunku bankowym,
- **minimalna płaca** – minimalna kwota jaką musisz płacić swoim pracownikom,
- **czas pracy pracowników i sprzętu** – realny czas pracy pracowników i sprzętu w miesiącu, który masz do dyspozycji (w roboczogodzinach),
- **stawki amortyzacji** – wysokość stawek dla sprzętów w zależności od ich wartości,
- **pozostałe informacje** – stawka podatku dochodowego oraz wysokość składek ZUS pracodawcy, płaconych od wynagrodzenia brutto pracowników.

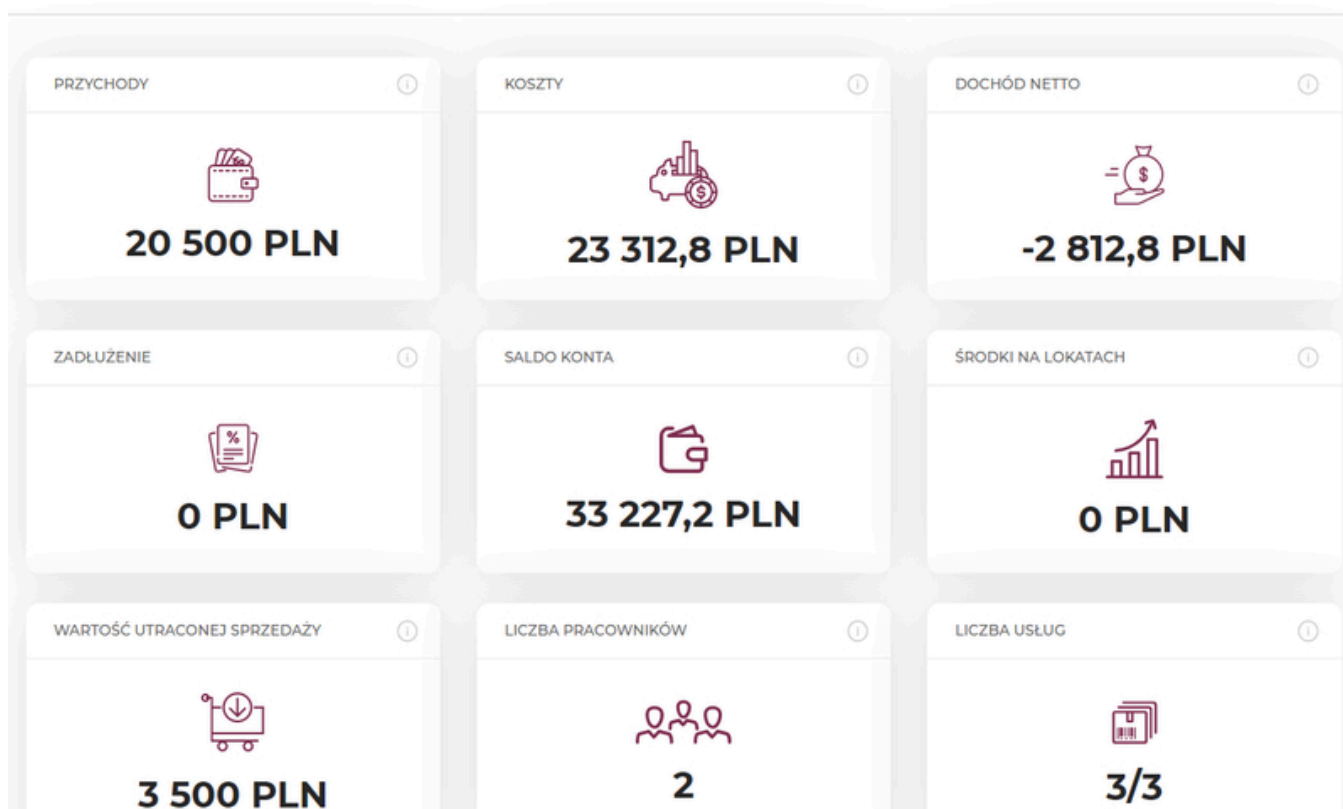


Możesz w dowolnej chwili wrócić do raportu klikając na logo gry w lewym rogu górnego menu.

Finanse – Raport finansowy

Po każdej rundzie otrzymasz podsumowanie kluczowych wyników w postaci raportu finansowego. Do dyspozycji masz 2 zakładki – wyniki (ze poprzednią rundę) oraz skumulowane wyniki (wszystkie dotychczas rozegrane rundy).

① MIEJSCE W RANKINGU (KARTA WYNIKÓW): 2



Finanse - Księga przychodów i rozchodów (KPiR) / Wyniki

Podatkowa księga przychodów i rozchodów jest dokumentem służącym do ewidencji operacji gospodarczych w firmie. Ewidencjonuje się w niej wszelkiego rodzaju przychody oraz wydatki związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Po zakończeniu każdej rundy otrzymasz wypełnioną księgę przychodów i rozchodów za zakończony miesiąc. Pozwoli Ci ona na analizę najważniejszych kwestii finansowych – przychodów, kosztów i wyniku finansowego.

KSIĘGA PRZYCHODÓW I ROZCHODÓW													
LP.	Data zdarzenia gospodarczego	Nr dowodu księgowego	KONTRAHENT		Opis zdarzenia gospodarczego	PRZYCHODY			Zakup towarów handlowych i materiałów wg cen zakupu (PLN)	Koszty uboczne zakupu (PLN)	WYDATKI (KOSZTY)		
			Imię i nazwisko (firma)	Adres		Wartość sprzedanych towarów i usług (PLN)	Pozostałe przychody (PLN)	Razem przychód (7+8) (PLN)			Wynagrodzenia w gotówce i w naturze (PLN)	Pozostałe wydatki (PLN)	Razem wydatki (12+13) (PLN)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Styczeń	1/I/D			Oplata za konto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00	5,00
2	Styczeń	2/I/D			Oplata za kartę	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00	5,00
3	Styczeń	3/I/D			Koszt biura rachunkowego	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150,00	150,00
4	Styczeń	4/I/D			Organizacja stanowisk usługowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 800,00	1 800,00
5	Styczeń	5/I/D			Miesięczny koszt utrzymania biura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	2 000,00
					Suma	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 960,00	3 960,00
					Dochód do opodatkowania					-3 960,00			
					Podatek					0,00			
					Dochód netto					-3 960,00			

Pamiętaj, przychody to wszystkie środki pieniężne, które otrzymujesz od swoich klientów za świadczenie usług. Do przychodów będą również wliczane środki ze sprzedaży posiadanych sprzętów lub udogodnień.

Twoje koszty to przede wszystkim koszt zakupionych zasobów, wynagrodzeń pracowników, utrzymania wyposażenia oraz udogodnień. Po odjęciu kosztów od przychodów otrzymujesz wynik finansowy za ostatni miesiąc. Jeśli będzie on dodatni, mamy do czynienia z zyskiem, wynik ujemny to strata.

Finanse – Bank / Wyniki

W zakładce Bank możesz również sprawdzić swoje finanse i zobaczyć jak zmieniał się stan Twojego konta po poszczególnych operacjach. Będą tutaj widoczne szczegółowe informacje dot. wszystkich przychodów za poszczególne usługi oraz wszystkich kosztów.

HR – Rekrutacja / Wyniki

W tabeli **Wykorzystane portale rekrutacyjne** znajdziesz informacje o tym, z których portali rekrutacyjnych korzystały wszystkie firmy na rynku.

Tabela **Liczba otrzymanych CV** pokazuje ilu kandydatów poszczególne firmy uzyskały dzięki ogłoszeniom zamieszczonym na wybranych portalach rekrutacyjnych w poprzedniej rundzie. Liczba otrzymanych CV może być większa od liczby kandydatów, ponieważ może zdarzyć się, że kandydat korzysta z kilku portali rekrutacyjnych i odpowie na Twoje ogłoszenie w każdym z nich.

Wydatki na rekrutację pokazują ile poszczególne firmy wydały na wszystkie ogłoszenia opublikowane w poprzedniej rundzie.



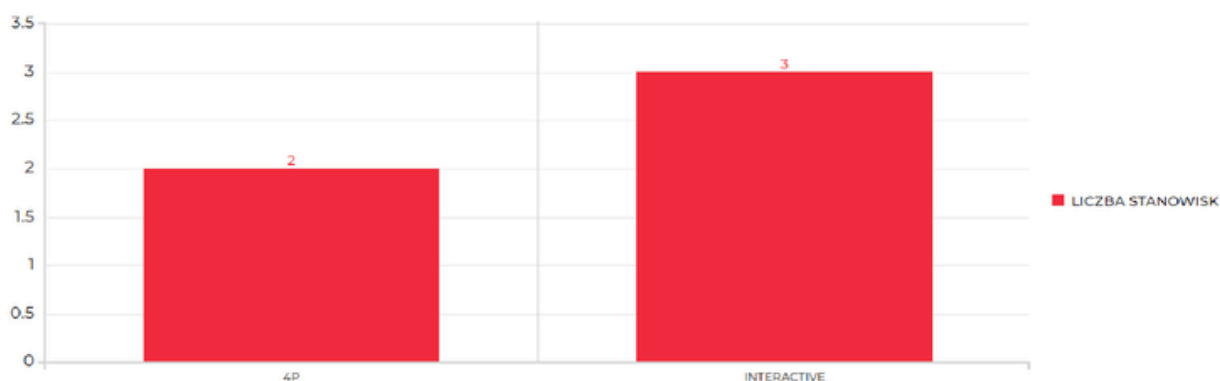
Kandydatów, którzy odpowiedzieli na Twoje ogłoszenie znajdziesz w zakładce HR-Zatrudnienie.

Inwestycje – Stanowiska / Wyniki

W zakładce Inwestycje – stanowiska, po przejściu do karty z wynikami, możesz sprawdzić rezultaty decyzji wszystkich zespołów dot. zakupu stanowisk.

INWESTYCJE - STANOWISKA < > MARZEC (RUNDA NR 3) DECYZJE WYNIKI

LICZBA STANOWISK	
NAZWA FIRMY	LICZBA STANOWISK
4P	2
INTERACTIVE	3



Nowe decyzje

W rundzie 2 rozpoczynasz sprzedaż swoich usług. Przygotuj wszystkie potrzebne sprzęty i zasoby oraz zatrudnij pracowników w ilości odpowiedniej, żeby obsłużyć zaprognozowany popyt. Podejmuj decyzje po kolei zgodnie z ich pozycją w menu od lewej do prawej strony.



Celem rundy 2 jest przygotowanie usług do sprzedaży. Twoja oferta jest gotowa w momencie, gdy wszystkie usługi, które zostały zaznaczone do sprzedaży w zakładce Oferta znajdują się w zakładce Sprzedaż, zostały włączone i została dla nich ustalona cena.

Oferta

W rundzie 1 została już przygotowana prognoza popytu na luty, więc sprawdź tylko czy są włączone wszystkie usługi, które chciałeś świadczyć i czy jest dla nich wprowadzona prognoza popytu.



W rundzie 2 możesz sprzedawać tylko 3 pierwsze usługi. Kolejne usługi będzie można dodawać dopiero w kolejnych rundach.

Inwestycje – Stanowiska

W zakładce ‘Stanowiska’ znajdziesz informację na temat liczby obecnie posiadanych stanowisk i będziesz mógł dokupić kolejne.

LICZBA POSIADANYCH STANOWISK: 2		
KOSZT URUCHOMIENIA (1 STANOWISKA)	1 000 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (2 STANOWISK)	1 800 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (3 STANOWISK)	2 200 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (4 STANOWISK)	3 000 PLN	WYBIERZ
KOSZT URUCHOMIENIA (5 STANOWISK)	4 000 PLN	WYBIERZ

Jeżeli potrzebujesz dokupić stanowiska, wybierz liczbę nowych stanowisk które chcesz uruchomić. Pamiętaj, że stanowiska kupione w poprzednich rundach są cały czas dostępne i uruchamiasz tylko dodatkowe stanowiska.



Przygotowanie stanowiska trwa 1 rundę (miesiąc), dlatego musisz pamiętać, żeby przygotowywać je z wyprzedzeniem. Przykładowo, kupując stanowisko w lutym dopiero w marcu będzie można zatrudnić pracownika i kupić sprzęty.

Inwestycje – Sprzęt

Po przygotowaniu stanowisk, trzeba je odpowiednio wyposażać. To, jakie sprzęty musisz kupić zależy od tego, jakie usługi chcesz świadczyć. Sprawdź w zakładce Oferta więcej szczegółów dot. każdej usługi, którą chcesz oferować swoim klientom, żeby znaleźć listę niezbędnych sprzętów.

NAZWA SPRZĘTU	ZAPOTRZEBOWANIE	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ★★★	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ★★★	ŚREDNIA CENA SPRZĘTU ★★★
BIURKO	100 %	1 000	1 500	2 000
FOTEL	100 %	500	900	1 500
OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI	100 %	0	0	0
TELEFON	100 %	100	150	200
ZESTAW KOMPUTEROWY	100 %	2 500	3 500	4 500



Pamiętaj, że zakładka oferta pokazuje jedynie wymagania, a faktyczne zakupy sprzętów zrobisz w zakładce Inwestycje – sprzęt.

W zakładce Inwestycje-sprzęt wybierz stanowisko, które chcesz zaopatrzyć, a następnie kup niezbędne sprzęty wybierając ich jakość.

ZAKUP SPRZĘTU NA STANOWISKO "STANOWISKO NR 2"

SZUKAJ:

		JAKOŚĆ	KOSZT ZAKUPU	KOSZT UTRZYMANIA	
	OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI	★★★	0 PLN	70 PLN	KUP
	OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI	★★★	0 PLN	100 PLN	KUP
	OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI	★★★	0 PLN	150 PLN	KUP
	ŚRODOWISKO DEWELOPERSKIE MOBILE	★★★	900 PLN	0 PLN	KUP
	ŚRODOWISKO DEWELOPERSKIE MOBILE	★★★	1 500 PLN	0 PLN	KUP
	ŚRODOWISKO DEWELOPERSKIE MOBILE	★★★	2 000 PLN	0 PLN	KUP
	ŚRODOWISKO DEWELOPERSKIE WEB	★★★	1 000 PLN	0 PLN	KUP
	ŚRODOWISKO DEWELOPERSKIE WEB	★★★	1 200 PLN	0 PLN	KUP



Jakość sprzętu wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników.



Dodaj sprzęt tylko do tych stanowisk, na które będziesz zatrudniać pracowników. Jeśli uruchomiłeś więcej stanowisk z myślą o przyszłym zatrudnieniu, pozostaw je puste, aż do chwili, kiedy będziesz rekrutować kolejnych pracowników.

Czas zająć się sprawami związanymi z naszymi pracownikami, czyli tzw. HR (z ang. *human resources*, czyli zasoby ludzkie). Decyzje w tym zakresie dotyczą przede wszystkim zatrudnienia pracowników, a następnie dbania o ich rozwój i dobre warunki pracy. Swoich pracowników możesz wysyłać na szkolenia, żeby na bieżąco uzupełniali swoją wiedzę dot. nowych rozwiązań technicznych w zakresie wykonywanych usług. Możesz również inwestować w udogodnienia, które sprawią, że ich praca będzie przyjemniejsza i mniej uciążliwa. Odpowiednie dbanie o pracowników sprawi, że będą oni zadowoleni, a przez to będą chętnie i dobrze wykonywać swoją pracę, co z kolei spowoduje, że klienci będą bardziej zadowoleni i wrócą do Ciebie kolejny raz. Oczywiście zarządzanie personelem to nie tylko zatrudnianie, ale może się również zdarzyć, że trzeba będzie zwolnić pracownika, ponieważ nie będzie dla niego wystarczająco pracy.

Żeby zatrudnić pracownika, musisz mieć dla niego przygotowane stanowisko. Jeśli wcześniej zakupiłeś stanowisko, będzie ono w zakładce HR – zatrudnienie pokazane jako puste, do którego możesz przydzielić nowego pracownika.

The screenshot displays a user interface for HR management. At the top left, there is a magnifying glass icon and the text "HR - ZATRUDNIENIE". In the center, there are navigation arrows and the text "LUTY (RUNDA NR 2)". At the top right, the word "DECYZJE" is underlined. Below this, a notification icon (a circle with an 'i') is followed by the text "ZATRUDNIJ PRACOWNIKÓW POTRZEBNYCH DO ŚWIADCZENIA WYBRANYCH USŁUG.". A dark grey bar contains the text "KOSZT URUCHOMIENIA:" followed by a shopping cart icon, "0 PLN BRUTTO BRUTTO" and a help icon. Below this is a maroon bar with the text "STANOWISKA". The main area shows three job position cards, each titled "STANOWISKO NR 1", "STANOWISKO NR 2", and "STANOWISKO NR 3". Each card features a circular icon of a person with a plus sign in the top right corner, the text "ZATRUDNIJ PRACOWNIKA", and a right-pointing arrow.

Po wybraniu ikony dodaj pracownika na wybranym stanowisku, pojawi się lista kandydatów gotowych podjąć pracę u Ciebie.

POKAŻ 10 POZYCJI SZUKAJ:

ZDJĘCIE	IMIĘ I NAZWISKO	DOŚWIADCZENIE	ZAWÓD	PREFEROWANE WYNAGRODZENIE	KOSZTY REKRUTACJI	OKRES WYPOWIEDZENIA	ZADOWOLENIE KLIENTÓW	RYZYKO REKLAMACJI	AKCJE
	RENATA GAŁAN (HIRING GO)	★★★	MARKETING MANAGER	4 950	200	0	70%	15%	ZATRUDNIJ +
	ANNA JĘDRZEJEWSKA (HIRING GO)	★★★	MARKETING MANAGER	4 785	250	0	73%	12%	ZATRUDNIJ +
	GRZEGORZ KROKUS (HIRING GO)	★★★	MARKETING MANAGER	4 829	300	0	78%	9%	ZATRUDNIJ +

O kandydatach możesz się dowiedzieć następujących rzeczy:

- **imię i nazwisko oraz nazwa portalu przez który aplikował**
- **poziom doświadczenia** – gwiazdki oznaczają poziom doświadczenia (★ - młodszy specjalista, ★★ - specjalista, ★★★ - starszy specjalista)
- **zawód**
- **preferowane wynagrodzenie** – poziom wynagrodzenia, które dany pracownik chciałby otrzymywać. Nie jest to kwota wiążąca – pracownik zgodzi się pracować zarówno za wyższą, jak i niższą kwotę. Odchylenie od preferowanego wynagrodzenia będzie miało wpływ na zadowolenie pracownika – jeśli zapłacimy mu więcej, będzie bardziej zadowolony i odwrotnie.
- **koszt zatrudnienia** – jednorazowy koszt związany z poszukiwaniem i zatrudnieniem danego pracownika (za umieszczenie ogłoszenia, przeprowadzenie rozmów kwalifikacyjnych itp.).
- **okres wypowiedzenia** – jeśli zdecydujesz o zwolnieniu pracownika, będzie on pracował jeszcze tyle miesięcy ile wynosi jego okres wypowiedzenia. Pracownik w okresie wypowiedzenia wykonuje normalnie wszystkie swoje obowiązki.
- **zadowolenie klientów** – procent klientów w poprzednim miejscu pracy, który był zadowolony z usług danego pracownika. Im wyższy poziom, tym lepiej.
- **ryzyko reklamacji** – prawdopodobieństwo wadliwego wykonania usługi przez pracownika. Im mniejszy odsetek, tym dany pracownik lepiej wykonuje swoje obowiązki i mniejsze prawdopodobieństwo tego, że usługa zostanie źle wykonana i klient wróci z reklamacją.

Po wybraniu pracownika, którego chcesz zatrudnić kliknij przycisk „Zatrudnij” oraz wskaż:


- **wysokość wynagrodzenia brutto**, jakie proponujesz pracownikowi. Pamiętaj, że nie możesz płacić mniej niż minimalne wynagrodzenie.
- **wymiar zatrudnienia** - 100% etatu (160 godzin miesięcznie) czy 50% etatu (80 godzin miesięcznie)
- **formę zatrudnienia** – umowa o pracę czy zlecenie. Formy zatrudnienia różnią się kosztami (w przypadku umowy o pracę pracodawca płaci dodatkowe składki pracodawcy) oraz zadowoleniem pracownika (pracownik będzie bardziej zadowolony z umowy o pracę).

- **szkolenie BHP** - zdecyduj czy chcesz wysłać pracownika na szkolenie BHP. Takie szkolenie jest obowiązkowe w przypadku zatrudnienia pracownika na umowę o pracę. Jeśli pracownik na takiej umowie nie zostanie przeszkolony, pracodawca może zostać ukarany przez inspekcję pracy.
- **wstępne badania lekarskie** - zdecyduj czy chcesz wysłać pracownika na wstępne badania lekarskie. Takie badanie jest obowiązkowe w przypadku zatrudnienia pracownika na umowę o pracę. Jeśli pracownik na takiej umowie nie będzie posiadał ważnych badań lekarskich, pracodawca może zostać ukarany przez inspekcję pracy.

Na koniec zatwierdź przyciskiem "Potwierdź".

ZATRUDNIENIE NA POZYCJĘ "STANOWISKO NR 1"

POKAŻ 10 POZYCJI SZUKAJ:

ZDJĘCIE	IMIĘ I NAZWISKO	DOŚWIADCZENIE	ZAWÓD	PREFEROWANE WYNAGRODZENIE	KOSZTY REKRUTACJI	OKRES WYPOWIEDZENIA	ZADOWOLENIE KLIENTÓW	RYZYKO REKLAMACJI	AKCJE
	RENATA GAŁAN (HIRING GO)	★★★	MARKETING MANAGER	4 950	200	0	70%	15%	ZATRUDNIJ +

WYSOKOŚĆ WYNAGRODZENIA BRUTTO (MIN. 4 666 PLN) WYMIAR ZATRUDNIENIA FORMA ZATRUDNIENIA SZKOLENIE BHP BADANIA LEKARSKIE

PLN

100%
 50%

UMOWA O PRACĘ
 UMOWA ZLECENIE



Wynagrodzenie, które podajesz, to wynagrodzenie brutto, czyli zawierające kwotę netto, którą pracownik otrzymuje na konto oraz składki ZUS i podatki płacone przez pracownika. Oprócz tego jako pracodawca od każdej umowy o pracę (etat) musisz zapłacić 19% składek pracodawcy przez co realnie kwota, którą wydasz na zatrudnienie pracownika, będzie o tyle wyższa od kwoty, którą podajesz przy zatrudnieniu.



Wynagrodzenie pracownika, a także forma zatrudnienia wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników. W kolejnych miesiącach będzie również brane pod uwagę to, czy dajesz pracownikom premie oraz jak zmienia się liczba pracowników w Twojej firmie (czy zwalniasz czy zatrudniasz pracowników). Dodatkowo, poziom doświadczenia pracownika wpływa na zadowolenie klientów.

W kolejnych miesiącach, gdy będziesz już mieć zatrudnionych pracowników, możesz modyfikować wszystkie parametry umowy. Żeby wprowadzić zmiany, wybierz profil wybranego pracownika klikając na jego zdjęcie w zakładce HR – zatrudnienie.

PROFIL PRACOWNIKA



☆☆☆

GAŁAN RENATA

MARKETING MANAGER

21 LAT

PREFEROWANE WYNAGRODZENIE **4 950 PLN**
KOSZTY REKRUTACJI **200 PLN**
ZATRUDNIONY OD **LUTY**
OKRES WYPOWIEDZENIA **0 MIESIĘCY**
ZATRUDNIONY DO KOŃCA **-**

RYZYSKO REKLAMACJI ZADOWOLENIE KLIENTÓW



AKTUALNE WYNAGRODZENIE BRUTTO **5000 PLN**

PREMIA **0 PLN**

100% ETATU **WYBRANO**

50% ETATU **WYBIERZ**

UMOWA O PRACĘ **WYBRANO**

UMOWA ZLECENIE **WYBIERZ**

SZKOLENIE BHP ⓘ **WYBIERZ**

BADANIA LEKARSKIE ⓘ **WYBIERZ**

POCHWAL PRACOWNIKA

ZWOLNIJ

ANULUJ

ZAPISZ

W profilu pracownika można sprawdzić informacje o pracowniku: poziom doświadczenia, ryzyko reklamacji, zadowolenie klientów, preferowane wynagrodzenie, koszty zatrudnienia i odprawy, datę zatrudnienia, a także wprowadzić zmiany. W każdej rundzie możesz zmienić miesięczne wynagrodzenie pracownika i jego formę zatrudnienia (z etatu na zlecenie i odwrotnie). Możesz również zdecydować o przyznaniu pracownikowi w danym miesiącu premii. Podana przez Ciebie premia zostanie wypłacona pracownikowi jednorazowo w tym miesiącu.



W kolejnych miesiącach możesz również zwolnić pracownika. W takim przypadku weź pod uwagę jego okres wypowiedzenia. Po zwolnieniu pracownika, będzie on pracował jeszcze przez tyle miesięcy ile wynosi jego okres wypowiedzenia. Np. pracownik, którego okres wypowiedzenia wynosi 0, przestanie pracować natychmiast po zwolnieniu. Pracownik z 1-miesięcznym okresem wypowiedzenia natomiast będzie jeszcze pracował w miesiącu, w którym otrzymał informację o zwolnieniu, natomiast zniknie z zakładki HR w kolejnym miesiącu. W takim przypadku w profilu kandydata będzie widoczna informacja "Na wypowiedzeniu".

Dostawcy

Do wykonania usług potrzebujesz odpowiednich zasobów. Możesz je zamówić od kilku dostawców. Listę dostępnych firm oferujących potrzebne Ci zasoby znajdziesz w zakładce Dostawcy. W kolejnych rundach będziesz mieć do dyspozycji coraz więcej dostawców. Każdy z

nich oferuje inną cenę za zasoby, więc musisz dobrze przeanalizować od kogo najbardziej opłaca się zamawiać. Dodatkowo, dostawcy oferują zasoby różnej jakości (podstawowa (☆), standard (☆☆) i premium (☆☆☆)). Jakość zasobów wpływa na jakość Twoich usług dla klienta. Im wyższa jakość zasobów, tym większe zadowolenie Twoich klientów.



Nie musisz wybierać jednego dostawcy. Możesz dowolnie konfigurować swoje zamówienie u wszystkich dostawców, by uzyskać najlepsze warunki zakupu.

Ilość zasobów, których potrzebujesz zależy od tego ilu klientów planujesz obsłużyć. Aby wyliczyć liczbę zasobów do zamówienia należy pomnożyć liczbę klientów na daną usługę przez zapotrzebowanie na zasoby dla tej usługi.



liczba zasobów do
zamówienia

=

prognozowany popyt
(z zakładki Oferta)

x

zapotrzebowanie na
zasoby
(z zakładki Oferta / Więcej
szczegółów)



Przykład

Weźmy usługę **Content marketing**.

Założmy, że zaplanowałaś, iż w najbliższym miesiącu przyjdzie do Ciebie 2 klientów na tą usługę. W zakładce Oferta można sprawdzić jakie zasoby potrzebujesz do wykonania tej usługi. Potrzebujesz 2 zasobów: copywriter'a oraz zdjęcie. Zwróć uwagę na to w jakich jednostkach jest wyrażone zapotrzebowanie.

Nasze zapotrzebowanie na zasoby wynosi więc:

- copywriter – 1 copywriter dla klienta x 2 = **2 copywriterów**
- zdjęcie – 10 zdjęć dla klienta x 2 klientów = **20 zdjęć** (zdjęcia się sprzedają w pakietach 50 szt., więc wystarczy 1 pakiet, aby obsłużyć 2 klientów).



Żeby zamówić potrzebne Ci zasoby, w zakładce Dostawcy wybierz **bazę zasobów** wybranego dostawcy, a następnie wybierz po kolei potrzebne zasoby dodając ich liczbę. Możesz kupić wszystkie zasoby od jednego dostawcy lub kupować różne zasoby do różnych dostawców.



Jakość zasobów wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

Jeśli okaże się, że przyjdzie mniej klientów, niż zakładałaś, nie będą Ci potrzebne wszystkie zamówione zasoby. Dla wszystkich zasobów, które nie będą potrzebne zostanie automatycznie anulowana rezerwacja. Wiąże się to jednak z kosztem, który wynika np. z tego, że przepada wpłacona dostawcy zaliczka. Koszt anulowania rezerwacji to 10% wartości zasobów, których nie będziesz wykorzystywać.

Po wybraniu wszystkich zasobów, które chcesz zamówić, możesz sprawdzić swoje zamówienie. W okienku każdego dostawcy jest dostępna informacja na temat kwoty złożonego zamówienia. Klikając w symbol koszyka przy dostawcy, u którego zostały zamówione zasoby możesz również sprawdzić swoje zamówienie i je modyfikować.



Po wejściu w koszyk możesz dowolnie modyfikować swoje zamówienie – usuwać niepotrzebnie zamówione zasoby i zmieniać liczbę zasobów do kupienia.

Sprzedaż

Podsumujmy ofertę jaką przygotowałeś dla swoich klientów. W zakładce Sprzedaż znajdziesz usługi, które są gotowe do sprzedaży w danym miesiącu.

Żeby usługa pojawiła się w zakładce Sprzedaż, muszą być spełnione wszystkie wymagania opisane w zakładce Oferta pod przyciskiem „Więcej szczegółów”:



1. usługa została zaznaczona do sprzedaży w zakładce Oferta,
2. posiadasz odpowiednie sprzęty,
3. posiadasz odpowiednich pracowników,
4. posiadasz odpowiednie zasoby.

Jeśli chciałeś świadczyć daną usługę (zaznaczyłeś ją w zakładce Oferta), a nie ma jej w zakładce Sprzedaż, sprawdź czy na pewno posiadasz wszystkie potrzebne elementy. System podpowie Ci czego brakuje do realizacji usług zaznaczonych w zakładce Oferta do sprzedaży:

! PROJEKTOWANIE LOGO - USŁUGA NIE JEST JESZCZE GOTOWA DO SPRZEDAŻY, PONIEWAŻ:

NIE POSIADASZ ODPOWIEDNIEGO TYPU PRACOWNIKA DO REALIZACJI TEJ USŁUGI.

NIE POSIADASZ ODPOWIEDNIEGO SPRZĘTU DO REALIZACJI TEJ USŁUGI.

NIE POSIADASZ ZASOBÓW DO REALIZACJI TEJ USŁUGI.

POPRAW →

POPRAW →

POPRAW →

Pozostaje Ci jeszcze ustalenie cennika Twoich usług. Najpierw włącz usługi gotowe do sprzedaży przyciskiem "Wybierz". Pojawi się wtedy możliwość ustalenia ceny, jaką chcesz otrzymać od indywidualnego klienta. Możesz również zaproponować Twoim klientom rabaty. Jeśli zdecydujesz się podać rabat, cena końcowa jaką zapłaci klient, to cena pomniejszona o rabat.

 SPRZEDAŻ


< > MARZEC (RUNDA NR 3)

DECYZJE

WYNIKI

WYBIERZ USŁUGI, KTÓRE CHCESZ SPRZEDAWAĆ W BIEŻĄCEJ RUNDZIE. USTAL DLA NICH CENĘ I RABAT.

POZYCJONOWANIE




PREFEROWANA CENA: 1 000 PLN
ŚREDNIA CENA RYNKOWA: 1 150 PLN

WYBRANO

CENA: 1000 PLN
RABAT: 0 PLN

SOCIAL MEDIA



PREFEROWANA CENA: 2 500 PLN
ŚREDNIA CENA RYNKOWA: 2 675 PLN

WYBRANO

CENA: 2850 PLN
RABAT: 0 PLN



Cena usługi wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.



Przykład

Oferujesz usługę Content marketing. Preferowana cena na rynku wynosi 3500 zł. Chciałbyś sprzedawać usługę klientom za 3500 zł. Możesz więc ustalić cenę 3500 zł i 0 zł rabatu lub np. cenę 3520zł i 20 zł rabatu.




Jeśli usługa nie zostanie włączona do sprzedaży i nie zostanie ustalona jej cena, nie będzie ona udostępniona klientom, więc przed wysłaniem decyzji koniecznie sprawdź czy wszystkie usługi zostały włączone.

Finanse - Bank

W pierwszej rundzie wybrałeś swój bank i możesz go w każdej rundzie zmienić. W kolejnych rundach będą się pojawiać oferty kolejnych banków, więc warto pamiętać o tym, by regularnie je analizować i porównywać ze swoim bieżącym kontem.

W zakładce Bank możesz również sprawdzić informacje o swoim koncie bankowym.

FINANSE - BANK < > MARZEC (RUNDA NR 3) DECYZJE WYNIKI

 **BEAUTY BANK**
NUMER RACHUNKU: 597306727891912624384230
WALUTA: PLN
DOSTĘPNE SALDO: **33 227.20**

ZMIENŃ BANK
POBIERZ HISTORIĘ RACHUNKU

HISTORIA RACHUNKU LOKATY KREDYT KREDYT ODNAWIALNY

POKAŻ 10 POZYCJI SZUKAJ:

DATA TRANSAKCJI	TRANSAKCJE	KWOTA	SALDO DOSTĘPNE PO OPERACJI
LUTY	KOSZT KSIĘGOWAŃ PONAD LIMIT	-32.00	33 227.20
LUTY	MIESIĘCZNY KOSZT UTRZYMANIA BIURA	-2 000.00	33 259.20
LUTY	KOSZT ZWROTU ZASOBÓW DO DOSTAWCY: FULLSERVICE	-8.80	35 259.20
LUTY	ZAKUP ZASOBU OD DOSTAWCY: FULLSERVICE	-753.00	35 268.00
LUTY	SPRZEDAŻ USŁUGI: CONTENT MARKETING	3 500.00	36 021.00
LUTY	SPRZEDAŻ USŁUGI: SOCIAL MEDIA	10 000.00	32 521.00
LUTY	SPRZEDAŻ USŁUGI: POZYCJONOWANIE	7 000.00	22 521.00

Oprócz informacji o na temat obecnie wybranego banku znajdziesz tam:

- dostępne saldo, czyli ilość gotówki, która jest na Twoim koncie i którą możesz wykorzystać na opłacenie bieżących wydatków
- zakładkę historia rachunku, w której pokazane są wszystkie transakcje, które miały miejsce w ostatnim miesiącu (wpływy i wydatki gotówkowe)
- zakładkę lokaty, w której możesz zakładać nowe lokaty i pokazane są wszystkie utworzone przez Ciebie wcześniej lokaty

Żeby założyć lokatę, w zakładce Lokaty kliknij "Założ".

ZAKŁADANIE LOKATY			
DOSTĘPNE SALDO	OKRES LOKATY	OPROCENTOWANIE	KWOTA LOKATY
33 227,2	1 <input type="range"/> 9	3.00 %	<input type="text"/>

[ZAMKNIJ](#) [ZAŁÓŻ](#)



Następnie, w okienku zakładania lokaty podaj okres na jaki chcesz założyć lokatę (w miesiącach) oraz kwotę środków, którą chcesz przeznaczyć na lokatę. Dla przypomnienia w tabelce masz podaną informację o oprocentowaniu lokaty oraz bieżącym stanie konta. Nie możesz założyć lokaty na kwotę większą niż dostępne saldo. Po upływie podanego okresu, lokata automatycznie wygaśnie i zgromadzone środki zostaną przekazane na Twój rachunek bankowy. W każdej rundzie możesz zerwać lokatę przed jej zakończeniem. W takim przypadku stracisz odsetki, a pieniądze będą dostępne na Twoim rachunku w następnej rundzie. Pamiętaj, że środków, które są złożone na lokatach nie możesz używać do bieżących wydatków.

- zakładkę kredyty, w której będziesz mógł wziąć kredyt oraz znajdziesz podsumowanie zaciągniętych do tej pory kredytów

Żeby wziąć kredyt, w zakładce Kredyty kliknij "Weź kredyt".

KREDYT		
OKRES KREDYTOWANIA	OPROCENTOWANIE	KWOTA KREDYTU
1 <input type="range"/> 8	7.00 %	<input type="text"/>

[ZAMKNIJ](#) [WEŹ KREDYT](#)



Następnie, w okienku kredytu podaj okres na jaki chcesz wziąć kredyt (w miesiącach) oraz potrzebną kwotę. Dla przypomnienia w tabelce masz podaną informację o rocznym oprocentowaniu kredytu. Po wzięciu kredytu, w zakładce Kredyty pojawią się szczegóły tj. miesięczna rata oraz całkowita kwota jaka pozostała do spłacenia. W każdej rundzie bank będzie automatycznie pobierał z Twojego konta środki na spłatę miesięcznej raty i odsetek.

Zaciągnięty kredyt możesz w każdej chwili spłacić jeśli masz wystarczająco środków na rachunku bankowym (przycisk „Spłaci”).



Pamiętaj, że zaciągnięcie kredytu możesz zaplanować, jeśli wiesz, że realizujesz w bieżącej rundzie duże wydatki, na które może Ci nie wystarczyć gotówki. Jeśli natomiast zabraknie Ci środków na bieżącą działalność (np. na wypłatę wynagrodzeń dla Twoich pracowników), automatycznie zostanie uruchomiony kredyt odnawialny, który jest wyżej oprocentowany, czyli droższy niż kredyt.

- zakładkę kredyt odnawialny, w której pojawi się informacja o wykorzystanym debecie na bieżącą działalność



Kredyt odnawialny jest uruchamiany automatycznie, by zapewnić Ci płynność finansową (zdolność spłaty bieżących zobowiązań) w momencie gdy zabraknie gotówki na spłatę wszystkich zobowiązań. Jest on również spłacany automatycznie w kolejnych rundach w momencie, gdy Twoja firma będzie miała zysk.

Finanse - Biuro rachunkowe

W pierwszej rundzie wybrałeś swoje biuro rachunkowe i możesz go zmienić w dowolnym momencie. W kolejnych rundach będą się pojawiać nowe oferty, więc warto pamiętać o tym, by regularnie je analizować i porównywać z ofertą, z której obecnie korzystasz.

RUNDA 3 - ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 3 pojawiają się pierwsze wyniki działalności. Jest to runda w której należy dokonać analizy otrzymanych wyników i wprowadzić zmiany w swoich decyzjach.

Przegląd najważniejszych wyników

Wyniki w symulacji prezentowane są w formie Karty wyników, oceniającej decyzje graczy przez pryzmat 5 wskaźników dotyczących różnych aspektów działalności firmy, a także wyników wszystkich decyzji podjętych w poprzedniej rundzie.

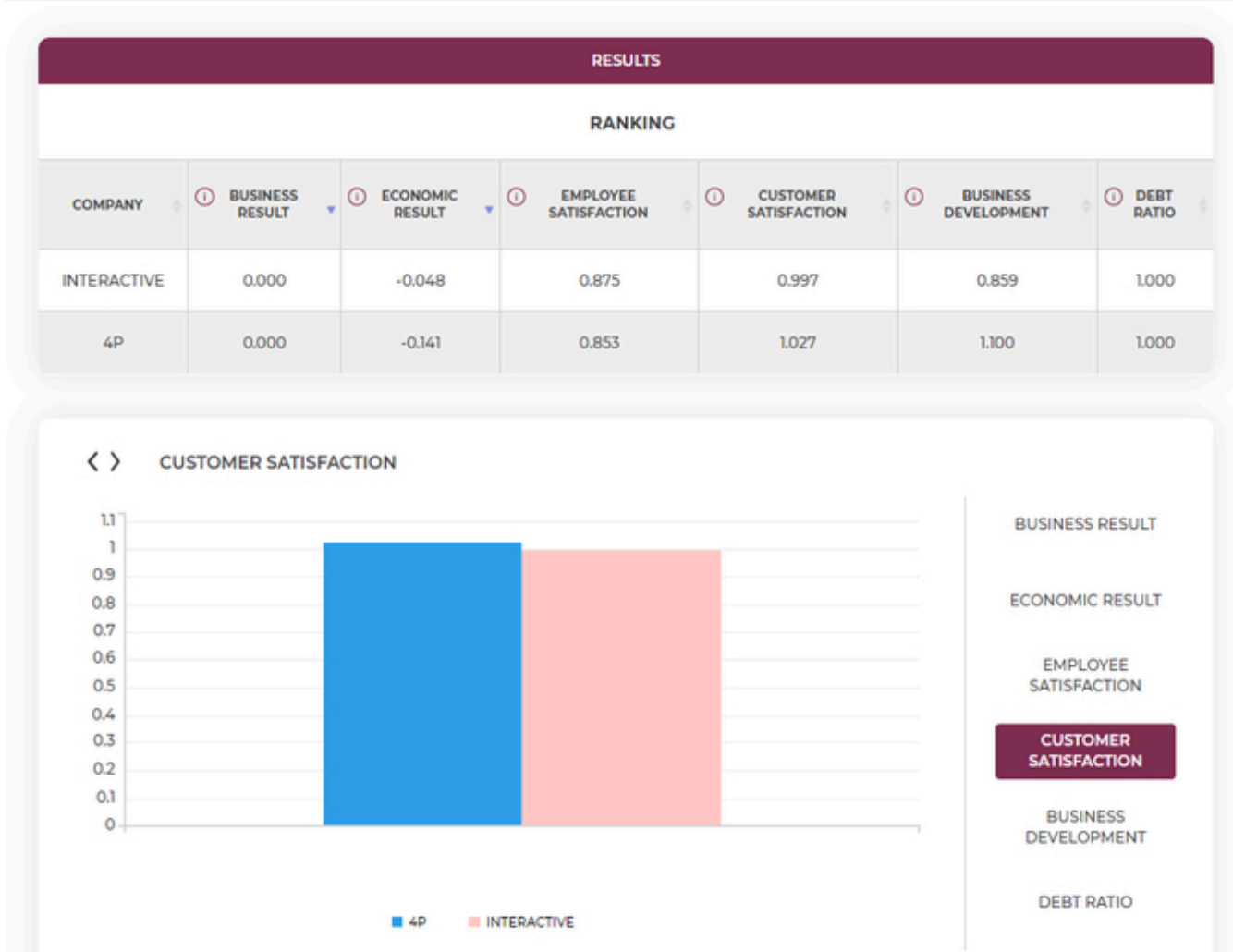
Kartę wyników znajdziesz jako nową pozycję w menu, natomiast wyniki poszczególnych decyzji znajdziesz w każdej zakładce, po przełączeniu na kartę „Wyniki”.

KARTA WYNIKÓW				OFERTA		INWESTYCJE		HR		DOSTAWCY		SPRZEDAŻ		FINANSE		LISTA BŁĘDÓW		WYŚLIJ DECYZJE	
SPRZEDAŻ				MARZEC (RUNDA NR 3)				DECYZJE				WYNIKI							
ZESTAWIENIE POPYTU NA USŁUGI				4P		INTERACTIVE													
NAZWA USŁUGI																			
CONTENT MARKETING				2		1													
POZYCJONOWANIE				7		2													
SOCIAL MEDIA				4		2													

Karta wyników

W zakładce karta wyników znajdziesz wskaźnikową ocenę swojej działalności za poprzedni miesiąc (poprzednią rundę) na tle wszystkich firm działających na rynku.

① THE SCORECARD PRESENTS THE RESULTS OF ALL COMPANIES FROM THE PREVIOUS ROUND.



Głównym wskaźnikiem karty wyników, decydującym o pozycji w rankingu jest **wynik działalności**, który jest iloczynem pozostałych 5 wskaźników.

Wynik ekonomiczny ocenia jakość Twojej firmy od strony finansowej na podstawie wyniku finansowego (zysk/strata). Wskaźnik jest tym wyższy, im m.in. wyższy zysk w danym miesiącu, a jeśli w danej rundzie miałeś stratę, wskaźnik ten będzie ujemny. Im wyższy wynik ekonomiczny, tym lepiej.



Jeśli wskaźnik wynik ekonomiczny jest ujemny, wynik działalności nie jest liczony (wynosi zero).

Zadowolenie pracowników to ważny element w każdej firmie, ponieważ zadowolony pracownik wykonuje swoją pracę chętnie i dobrze. Na zadowolenie pracowników wpływa forma ich zatrudnienia, warunki płacowe, a także to, jakie warunki do pracy im zapewniasz, czyli udogodnienia pracownicze, jakość sprzętu na którym pracują oraz możliwości rozwoju (szkoleń). Dodatkowo, na zadowolenie pracowników mogą również wpływać zmiany w zatrudnieniu (zatrudnianie lub

zwalnianie pracowników). Pamiętaj również co obiecałeś pracownikowi w procesie rekrutacji np. wypłatę premii lub udział w szkoleniach, ponieważ jeśli tego nie otrzymają, ich zadowolenie może spadać.

Zadowolenie klientów jest kluczem do zbudowania trwałych relacji z klientem i jego lojalności. Klienci zwracają głównie uwagę na cenę oraz jakość Twoich usług. Ceny usług będą porównywać z konkurencją, więc jeśli Twoja cena będzie wysoka, a nie będzie wiązała się z wyższą jakością usług niż u innych firm, klienci nie będą zadowoleni. Jakość usług natomiast wynika z całego zestawu czynników – jakości materiałów i sprzętu jakich używasz oraz doświadczenia pracowników, których zatrudniasz. Klienci zwykle nie lubią też czekać w kolejkach, więc jeśli nie będą obsłużeni w danej rundzie (wystąpi utracona sprzedaż), część z nich zapewne odejdzie do konkurencji. Dodatkowo, klienci preferują firmy, w których mogą za jednym razem skorzystać z kilku usług, zamiast jeździć w kilka miejsc. Jeśli będziesz oferować kompleksowe usługi (duży zestaw usług do wyboru), wzrośnie zadowolenie Twoich klientów. Oczekują oni również bezawaryjności – jeśli jakość Twoich usług jest niska, klienci będą wracać z reklamacjami, a to przełoży się na ich mniejsze zadowolenie. Oczywiście na zadowolenie klientów ma również wpływ otoczenie w jakim są przyjmowani, czyli np. wyposażenie poczekalni, parking, możliwość płatności kartą itp.

Rozwój firmy obrazuje Twoje decyzje w zakresie inwestycji w rozbudowę Twojego przedsiębiorstwa. Zasada jest taka, że w biznesie nie można stać w miejscu, tylko trzeba się ciągle rozwijać. Można to osiągnąć poprzez poszerzanie zakresu swoich usług (liczby usług w ofercie), a także wszelkiego typu inwestycje w firmę np. zakup sprzętu, wyposażenia i udogodnień, a także zatrudnianie nowych pracowników.

Wskaźnik zadłużenia pokazuje strukturę finansowania Twojej firmy. Jeśli Twoja firma nie zaciąga kredytów, ani pożyczek, czyli jest finansowana z kapitału własnego, wskaźnik będzie wynosił 1. Jeśli zostanie zaciągnięty kredyt lub kredyt odnawialny, wzrasta ryzyko działalności Twojej firmy i wskaźnik będzie zbliżał się do 0, przez co będzie wpływał na zmniejszenie wskaźnika wynik działalności.

Sprzedaż / Wyniki

Wykres **Zestawienie popytu na usługi** pokazuje ilu klientów zainteresowały usługi, które miałeś w ofercie sprzedaży w poprzedniej rundzie. Porównaj popyt Twojej firmy na poszczególne usługi z konkurencją. Jeśli do konkurencji przyszło więcej klientów, przeanalizuj ich ofertę m.in. pod kątem ceny i jakości.

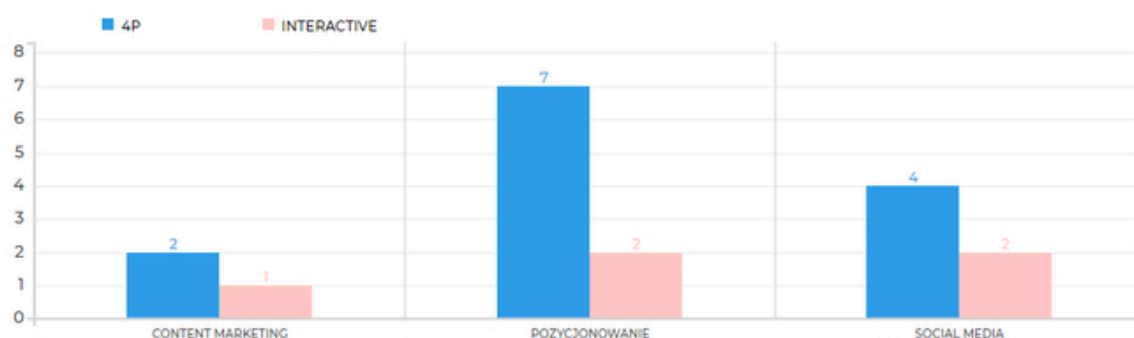


Przykład

Na rynku działają 2 zespoły. Na wykresie widać, że do zespołu 4P (pomarańczowe słupki) przyszło więcej klientów na wszystkie usługi niż do zespołu InterActive (np. na pozycjonowanie do InterActive przyszło 2 klientów, podczas gdy do 4P przyszło 7 klientów). Zespół InterActive powinien sprawdzić z czego to wynika – porównać m.in. swoją cenę, jakość zasobów, doświadczenie pracowników z zespołem 4P.

ZESTAWIENIE POPYTU NA USŁUGI

NAZWA USŁUGI	4P	INTERACTIVE
CONTENT MARKETING	2	1
POZYCJONOWANIE	7	2
SOCIAL MEDIA	4	2



Sam fakt, że pojawił się popyt na jakąś usługę nie oznacza, że Twojej firmie udało się ją sprzedać. Wielkość faktycznej sprzedaży zależy również od podaży, czyli tego czy przygotowałeś właściwą ilość zasobów, sprzętu oraz pracowników. Zestawienie sprzedaży poszczególnych usług znajdziesz na kolejnych wykresach.

Wykres **Popyt vs Prognozowany popyt** porównuje zaplanowaną przez Ciebie w poprzedniej rundzie liczbę klientów z tym, ilu klientów faktycznie przyszło. Prognozowany popyt pokazuje na ilu klientów się przygotowywałeś (prognoza z zakładki Oferta), a popyt pokazuje ilu klientów faktycznie przyszło, aby kupić daną usługę w Twojej firmie. Wyższe prognozy niż realny popyt mogą np. oznaczać wysokie koszty z tytułu zwrotu nadmiarowych zasobów, więc zastanów się jak w kolejnej rundzie przyciągnąć więcej klientów, np. zmianą ceny, jakości lub działaniami marketingowymi, lub po prostu zmniejsz prognozy. Natomiast jeśli realny popyt jest większy niż prognozowany, najprawdopodobniej wystąpiła utracona sprzedaż, więc zweryfikuj czy w kolejnej rundzie nie należałoby zwiększyć prognozy.

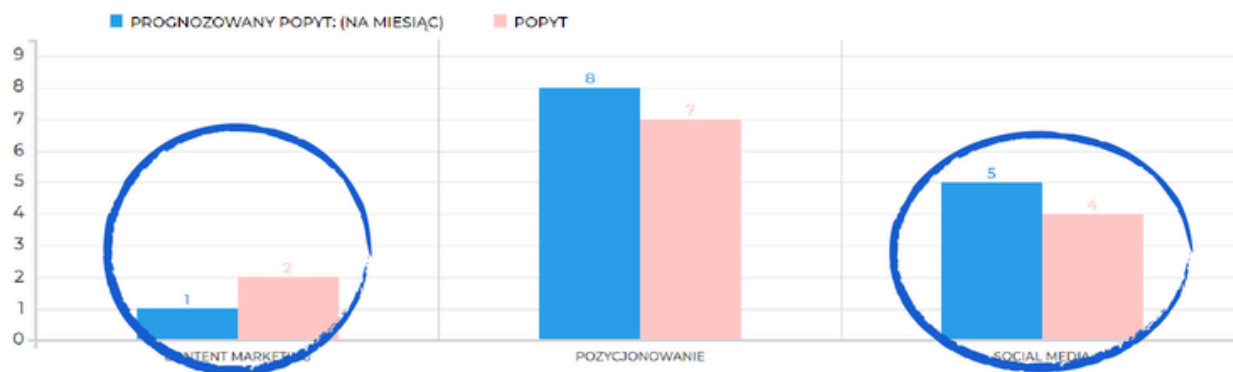


Przykład

Firma świadczy 3 usługi. Przeanalizujemy prognozowany i realny popyt na dwie z nich:

- *Content marketing* – Prognozowany popyt wynosił 1, więc zespół przygotował zasoby tylko dla tytu klientów. Faktycznie przyszło 2 klientów, więc jednego z nich nie udało się obsłużyć i wystąpiła utracona sprzedaż.
- *Pozycjonowanie* – Prognozowany popyt wynosił 8, to znaczy, że zespół przygotowywał się na przyjscie 8 klient6w, dla których zapewnił wszystkie potrzebne zasoby. Faktycznie przyszło 7 klient6w, co oznacza, że zasob6w powinno wystarczyć dla wszystkich i nie powinna wystąpić utracona sprzedaż, natomiast wystąpiły koszty anulowania rezerwacji zasob6w dla 1 dodatkowego klienta.

① PROGNOZOWANY POPYT VS POPYT		
NAZWA USŁUGI	PROGNOZOWANY POPYT: (NA MIESIĄC)	POPYT
CONTENT MARKETING	1	2
POZYCJONOWANIE	8	7
SOCIAL MEDIA	5	4



Wykres **Sprzedaż vs Utracona sprzedaż** pokazuje zbiorczo ilu klient6w przyszło (popyt), ilu z nich udało się obsłużyć (sprzedaż), a ilu Twoja firma utraciła (utracona sprzedaż), ponieważ zabrakło czegoś do ich obsłużenia np. za mało zasob6w, brak czasu pracownika lub sprzętu. Przeanalizuj uważnie utraconą sprzedaż (klient6w, których nie udało się obsłużyć) i znajdź przyczynę – zasoby, pracownik lub sprzęt.

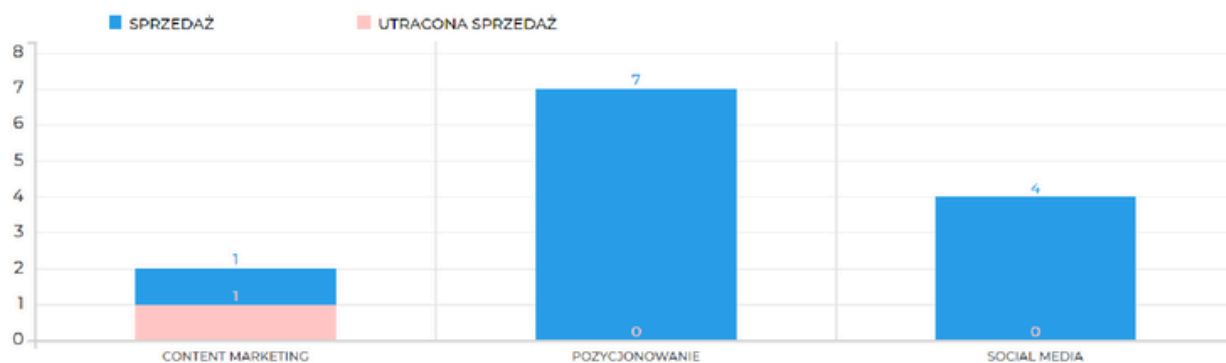


Przykład

Twoja firma świadczy 3 usługi. Prognoza popytu na usługę content marketing wynosiła 2 i na taką liczbę zamówiłeś zasoby, więc powinno wystarczyć do obsługi wszystkich klient6w. W wynikach sprzedaży okazało się, że przyszło do Ciebie 2 klient6w, a Tobie się udało obsłużyć tylko jednego i wystąpiła utracona sprzedaż.

① SPRZEDAŻ VS UTRACONA SPRZEDAŻ

NAZWA USŁUGI	POPYT	SPRZEDAŻ	UTRACONA SPRZEDAŻ
CONTENT MARKETING	2	1	1
POZYCJONOWANIE	7	7	0
SOCIAL MEDIA	4	4	0



Sprawdźmy więc z czego wynikała utracona sprzedaż. Musimy sprawdzić 3 rzeczy:

1. Czy pracownicy mieli jeszcze wolne moce przerobowe do obsługi kolejnych klientów (Zakładka HR – Zatrudnienie / Wyniki)

WYKORZYSTANIE CZASU PRACOWNIKÓW

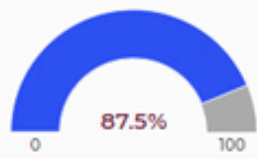


ZESPÓŁ	GRAFIK	MARKETING MANAGER	PROGRAMISTA MOBILE	PROGRAMISTA WEB
4P		87.5 %		
INTERACTIVE		85 %		

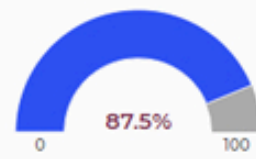
Obciążenie pracowników jest dość duże - byli zajęci przez 87,5% ich czasu, więc trzeba sprawdzić czy mieli jeszcze wystarczająco wolnych godzin do obsługi kolejnego klienta. Zespół ma 2 pracowników, którzy w sumie pracują 320 godzin, więc byli zajęci przez 280 godzin i pozostało im jeszcze 40 godzin, czyli mogli obsłużyć jeszcze 1 klienta.

2. Czy sprzęty miały jeszcze wolne moce przerobowe do obsługi kolejnych klientów (Zakładka Inwestycje – Sprzęt / Wyniki)

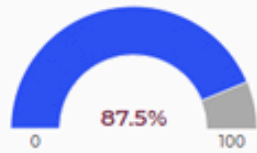
OBŁOŻENIE SPRZĘTU



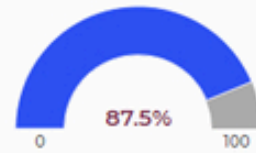
BIURKO



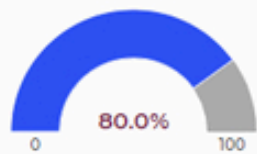
FOTEL



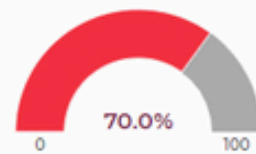
TELEFON



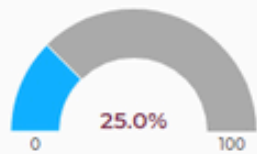
ZESTAW KOMPUTEROWY



OPROGRAMOWANIE DO OBSŁUGI KANAŁÓW SOCIAL MEDIA





OPROGRAMOWANIE DO POZYCJONOWANIA



OPROGRAMOWANIE DO GRAFIKI

Jak widać sprzęt był obłożony maksymalnie w takim samym stopniu jak pracownicy, więc było go wystarczająco do obsługi jeszcze jednego klienta.

3. Czy było wystarczająco zasobów do obsługi zaplanowanej liczby klientów (Zakładka Dostawcy/Wyniki)

ZASOBY				
NAZWA ZASOBU	JAKOŚĆ	ZAMÓWIONE	WYKORZYSTANE	ZWROTY
 COPYWRITER	★★	1	1.00	0
 IKONY PAKIET 100 IKON	★★	1	0.60	0
 ZDJĘCIA PAKIET 50 ZDJĘĆ	★★	2	0.84	1

Przeanalizujmy po kolei wszystkie zamówione zasoby:

- o Copywriter – zakupiono 1 usługę copywritera - wystarczyło tylko dla 1 klienta, ponieważ zapotrzebowanie wynosi 1 copywriter na osobę, więc dla każdego klienta potrzebujemy 1. Zakupiona 1 sztuka pozwoliła na obsługę jedynie 1 klienta i ten zasób zablokował możliwość świadczenia usługi dla większej liczby klientów;
- o Zdjęcia – zakupiono 1 pakiet 50 zdjęć – zużyto 52% pakietu, czyli 26 zdjęć, a do obsługi kolejnego klienta potrzebne byłoby 10 zdjęć, więc można było obsłużyć jeszcze 2 klientów;

Jeśli w przypadku którejkolwiek usługi wystąpiła utracona sprzedaż sprawdź z czego wynikała:



- zbyt małej liczby pracowników (sprawdź w zakładce HR – Zatrudnienie / Wyniki)
- zbyt małej liczby sprzętów (sprawdź w zakładce Inwestycje - Sprzęt / Wyniki)
- niewystarczającej ilości zasobów (sprawdź w zakładce Dostawcy / Wyniki)

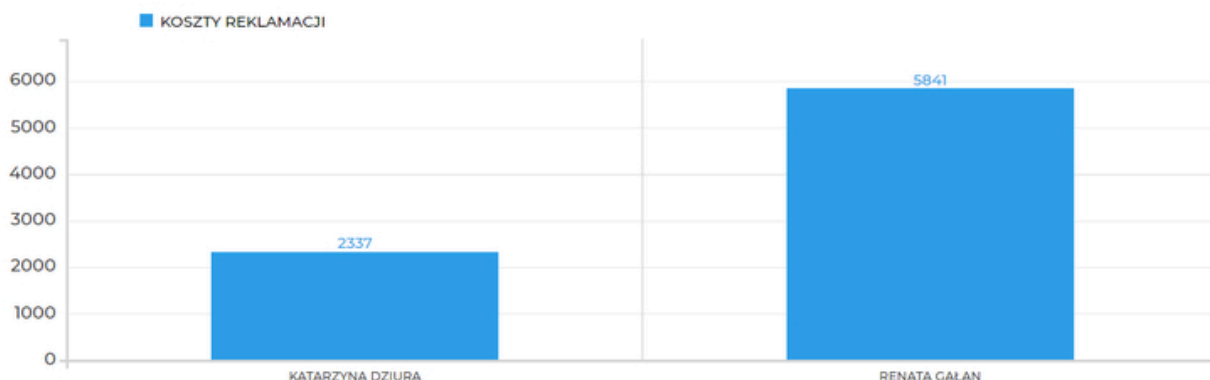
W tabeli **Ceny usług z rabatem** możesz porównać swoje ceny do konkurencji. Podane ceny uwzględniają już ewentualne rabaty.

CENY USŁUG Z RABATEM		
NAZWA USŁUGI	4P	INTERACTIVE
CONTENT MARKETING	3 500	3 800
SOCIAL MEDIA	2 500	2 850
POZYCJONOWANIE	1 000	1 300

Wykres **Koszty reklamacji** przedstawia koszty poniesione na obsługę reklamacji usług sprzedanych przez każdego z pracowników. Pracownicy, których zatrudniasz mają różne doświadczenie i

umiejętności, a co za tym idzie również różne parametry dot. ryzyka reklamacji sprzedanych przez nich usług. Co miesiąc otrzymasz informację na temat kosztów obsługi reklamacji u każdego z nich.

① KOSZTY REKLAMACJI



Pamiętaj, że niskie koszty reklamacji możesz uzyskać zatrudniając pracowników o niskim parametrze „ryzyko reklamacji”, a także wysyłając pracowników na szkolenia mające na celu poprawę obsługi klienta, a dzięki temu również obniżenie kosztów reklamacji.

Dostawcy / Wyniki

Tabela **Zasoby** pokazuje ile zasobów zakupiłeś w poprzedniej rundzie i co się z nimi stało – czy zostały wykorzystane czy zwrócone do dostawców


Na wykresie **Jakość zasobów** możesz porównać jakość swoich zasobów z konkurencją. Najedź na kolor opowiadający wybranemu zespołowi, żeby zobaczyć ile zasobów w poprzedniej rundzie kupili na poszczególnych poziomach jakości (niski, średni, wysoki).

HR - Zatrudnienie / Wyniki

Twoim obowiązkiem jako pracodawcy jest dbanie o dobrostan i zadowolenie pracowników. Od tego bowiem zależy jakość obsługi klientów, a dodatkowo jeśli pracownik nie będzie zadowolony z pracy, może w skrajnym przypadku zwolnić się z pracy.

W każdej rundzie możesz sprawdzić zadowolenie indywidualnych pracowników, pokazane jako „buźka” obok zdjęcia pracownika.

① ZATRUDNIJ PRACOWNIKÓW POTRZEBNYCH DO ŚWIADCZENIA WYBRANYCH USŁUG.

KOSZT URUCHOMIENIA:  7 700,00 PLN BRUTTO BRUTTO ①

STANOWISKA

STANOWISKO NR 1

DZIURA KATARZYNA
MARKETING MANAGER / 28 LAT★★★
4 000 PLN

STANOWISKO NR 2



ZATRUDNIJ PRACOWNIKA



STANOWISKO NR 3

PRUS KATARZYNA
GRAFIK / 25 LAT★★★
3 700 PLN

Poziom zadowolenia pracownika pokazuje jego nastawienie do pracy na danym stanowisku. Na zadowolenie pracownika wpływa: wysokość wynagrodzenia, premie, forma zatrudnienia, zmiany w zatrudnieniu firmy, wyposażenie dla pracowników, jakość sprzętu, docenianie pracy poprzez pochwały oraz udział w szkoleniach. Jeśli pracownik jest niezadowolony, spróbuj zmotywować go np. poprzez pochwałę, premię, zmianę wynagrodzenia czy wysłanie na szkolenie.

Należy regularnie monitorować zadowolenie pracowników, ponieważ jeśli będą oni niezadowoleni przez dłuższy okres (3 miesiące), to mogą zdecydować się na złożenie wypowiedzenia.

Zmiany dot. parametrów zatrudnienia pracowników możesz wprowadzić w profilu pracownika, po kliknięciu w jego zdjęcie.

PROFIL PRACOWNIKA



★★★

DZIURA KATARZYNA

MARKETING MANAGER

28 LAT

PREFEROWANE WYNAGRODZENIE	5 196 PLN
KOSZT ZATRUDNIENIA	500 PLN
KOSZT ODPRAWY	1 559 PLN
ZATRUDNIONY OD	LUTY

RYZYKO REKLAMACJI



ZADOWOLENIE KLIENTÓW



AKTUALNE WYNAGRODZENIE BRUTTO	4000 PLN
PREMIA	0 PLN
ETAT (160 H)	WYBIERZ
ZLECENIE (160 H)	WYBRANO
SZKOLENIE BHP ⓘ	WYBRANO
BADANIA LEKARSKIE ⓘ	WYBRANO

POCHWAL PRACOWNIKA

ZWOLNIJ

ANULUJ

ZAPISZ

Możesz tutaj sprawdzić szczegóły dot. obecnego statusu pracownika oraz wprowadzać zmiany:

- zmienić wynagrodzenie
- zmienić formę zatrudnienia
- zmienić wymiar etatu
- przydzielić jednorazową (miesięczną) premię
- pochwalić pracownika, co może wpłynąć na poprawę jego zadowolenia
- sprawdzić czy pracownik odbywał szkolenie BHP oraz badanie lekarskie, a jeśli nie, to wystąpić na jedno lub oba
- sprawdzić okres wypowiedzenia

Dodatkowo, w zakładce „Wyniki” sprawdź szczegółowe wyniki dot. obciążenia pracowników i wynagrodzeń.

Wykres i tabela **Liczba pracowników** pokazują ilu pracowników zatrudnionych było w poszczególnych zespołach oraz jaki był ich poziom doświadczenia.

Na wykresie **Wykorzystanie czasu pracowników** sprawdź ile czasu w poprzednim miesiącu Twoi pracownicy byli zajęci obsługą klientów.



Jeśli pracownicy są obciążeni w 100% oznacza to, że nie mieli już czasu obsłużyć kolejnego klienta i mogła z tego powodu wystąpić utracona sprzedaż. Również liczby mniejsze niż 100% mogą oznaczać to samo – zależy to od liczby roboczogodzin potrzebnych do wykonania danej usługi.



Przykład

Obłożenie Marketing managera w Zespole X wynosiło 100%, natomiast w Zespole Y 90%. Czy któryś z tych zespołów mógł obsłużyć dodatkowego klienta na social media (potrzebne 16 roboczogodzin na 1 klienta)? Nie. Pracownik w Zespole X nie miał już w ogóle wolnego czasu, natomiast w Zespole Y zostało mu $10\% \cdot 160 \text{ godz.} = 16 \text{ godz.}$. Również w tym zespole nie dałoby się obsłużyć 1 dodatkowego klienta.

Wykres i tabela **Średnie wynagrodzenie pracowników** pokazują jakie było wynagrodzenie zasadnicze pracowników w poszczególnych zespołach. Podane wynagrodzenie nie uwzględnia ewentualnych miesięcznych premii dla pracowników.

Inwestycje - Sprzęt / Wyniki

Na wykresie **Liczba sprzętu** możesz sprawdzić ile sprzętów posiadały pozostałe zespoły, a także po jaka były ich jakość (po najechnaniu na kolor odpowiadający wybranemu zespołowi).

Na wykresie **Obłożenie sprzętu** sprawdź jak mocno obłożone były poszczególne sprzęty w poprzednim miesiącu.



Analogicznie do wykorzystania czasu pracowników, jeśli sprzęty są obłożone w 100% oznacza to, że nie mogły już być wykorzystane do obsługi kolejnego klienta i mogła z tego powodu wystąpić utracona sprzedaż. Również liczby mniejsze niż 100% mogą oznaczać to samo – zależy to od liczby roboczogodzin potrzebnych do wykonania danej usługi.

Nowe decyzje

W rundzie 3 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 2 oraz nowe elementy w postaci HR – udogodnienia.

Oferta

Począwszy od tej rundy możesz w każdej kolejnej dodawać nowe usługi do swojej oferty. W rundzie 3 możesz już oferować klientom maksymalnie 6 dowolnych usług z całego zakresu.






Liczba usług w ofercie wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.


HR – Udogodnienia

Jeśli chcesz zadbać o zadowolenie Twoich pracowników, zapewnij im jak najlepsze warunki pracy. Możesz zainwestować w udogodnienia dla pracowników.

① KUP UDOGODNIENIA DLA PRACOWNIKÓW TWOJEJ FIRMY.


KOSZT ZAKUPU:  0 PLNKOSZT UTRZYMANIA:  0 PLNPRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY:  0 PLN

RADIO




CENA ZAKUPU
KOSZT UTRZYMANIA

150 PLN
2 PLN


WYBIERZ 

KUCHENKA MIKROFALOWA




CENA ZAKUPU
KOSZT UTRZYMANIA

450 PLN
5 PLN


WYBIERZ 

WIATRAK



CENA ZAKUPU
KOSZT UTRZYMANIA

300 PLN
5 PLN

WYBIERZ 

Dostępne informacje o udogodnieniach dla pracowników:

- Cena zakupu czyli koszt, który musisz jednorazowo ponieść na kupienie danego udogodnienia.
- Koszty utrzymania to miesięczne koszty związane z posiadaniem danego udogodnienia, np. jeśli zdecydujesz się na zamontowanie klimatyzacji, to miesięczny opłata za prąd to koszt 50 zł, a w przypadku lodówki z napojami to 100 zł za uzupełnianie napojów i serwis urządzenia.
- Procent pracowników oczekujących danego udogodnienia to odsetek pracowników, którzy chcieliby korzystać z danego udogodnienia i których zadowolenie wzrośnie, jeśli zdecydujesz się umieścić dane udogodnienie w Twojej firmie.



Żeby kupić wybrane udogodnienie, wciśnij przycisk "Wybierz" przy wybranej pozycji. W jednej rundzie możesz kupić dowolną liczbę udogodnień dla pracowników.

Na dole strony możesz sprawdzić podsumowanie kosztów związanych z zakupem zaznaczonego wyposażenia (koszty zakupu oraz miesięczne koszty utrzymania).



Raz kupione udogodnienie jest dostępne w każdej następnej rundzie. Jeśli jednak uznasz po jakimś czasie, że dane udogodnienie nie jest Ci już potrzebne, możesz je sprzedać. Wysokość przychodów związanych ze sprzedażą wybranych urządzeń będzie pokazana na dole strony.



Liczba posiadanych udogodnień wpływa bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników.

RUNDA 4 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 4 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 3 oraz nowe elementy w postaci Inwestycje – wyposażenie oraz HR - Szkolenia. Dodatkowo, pojawia się skumulowana karta wyników.

Skumulowana karta wyników

W rundzie 4 w zakładce Karta wyników pojawia się po raz pierwszy skumulowana karta wyników.

Skumulowana karta wyników obrazuje sytuację w całym okresie dotychczasowej działalności firmy. Wartości w skumulowanej karcie wyników są obliczone jako średnia rezultatów wszystkich kart wyników za dotychczasowe rundy.

HR – Szkolenia

Jakość wykonywanych usług zależy w dużej mierze od doświadczenia Twoich pracowników. Na rynku wciąż pojawiają się nowości, więc jedynym sposobem na bycie 'na bieżąco' jest ciągłe szkolenie pracowników.

Możesz zainwestować w szkolenia pracowników, których celem będzie:

- wzrost zadowolenia pracowników,
- zwiększenie doświadczenia,
- redukcję ryzyka reklamacji,
- wzrost zadowolenia klientów.

Wybierz szkolenia dla każdego pracownika indywidualnie w zależności od jego doświadczenia, zadowolenia oraz parametru ryzyko reklamacji. Po wybraniu pracownika, którego chcesz wysłać na szkolenie, pojawi się lista dostępnych dla niego szkoleń wraz z informacją na temat efektów szkolenia.

SZKOLENIA - KATARZYNA DZIURA						
SZKOLENIE	ZGŁASZANE PRZEZ PRACOWNIKÓW ZAPOTRZEBOWANIE	OBNIŻENIE RYZYKA REKLAMACJI	WZROST DOŚWIADCZENIA	WZROST ZADOWOLENIA KLIENTÓW	CENA	AKCJE
SEO	82%	2%	↓	2%	119	WYBIERZ
GRAFIKA 3D	94%	2%	↓	2%	179	WYBIERZ
SZKOLENIA Z ERGONOMII W PRACY	67%	1%	↓	2%	102	
SOCIAL MEDIA MANAGER	78%	4%	↓	5%	77	
JAK ZARZĄDZAĆ BUDŻETEM KLIENTA?	92%	3%	↓	4%	128	WYBIERZ



W jednym miesiącu możesz wysłać każdego pracownika na maksymalnie 2 szkolenia.



Pracownicy biorą udział w szkoleniach popołudniami i w weekendy, więc szkolenia nie wpływają na liczbę dostępnych roboczogodzin w miesiącu.



Szkolenia wpływają bezpośrednio na zadowolenie pracowników w karcie wyników oraz na indywidualne parametry pracownika.

Inwestycje – Wyposażenie

Możesz inwestować również w wyposażenie poczekalni, które sprawi, że klienci będą obsługiwani w bardziej komfortowych warunkach, a przez to będą bardziej zadowoleni z całej usługi.



INWESTYCJE - WYPOSAŻENIE



SIERPIEŃ (RUNDA NR 8)

[DECYZJE](#)

WYNIKI

KUP DODATKOWE WYPOSAŻENIE DLA KLIENTÓW TWOJEJ FIRMY.

KOSZT ZAKUPU: 0 PLN KOSZT UTRZYMANIA: 2 PLN PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY: 0 PLN

AKTUALNA PRASA	PARKING	MOŻLIWOŚĆ PŁATNOŚCI KARTA
50%	90%	65%
CENA SPRZEDAŻY: 50 PLN KOSZT UTRZYMANIA: 2 PLN	CENA ZAKUPU: 0 PLN KOSZT UTRZYMANIA: 1 500 PLN	CENA ZAKUPU: 50 PLN KOSZT UTRZYMANIA: 500 PLN
SPRZEDAJ	WYBIERZ	WYBIERZ

Dostępne informacje o wyposażeniu poczekalni to:

- Cena zakupu to koszt, który musisz jednorazowo ponieść na zakup danego wyposażenia.
- Koszty utrzymania to miesięczne koszty związane z posiadaniem danego wyposażenia, np. jeśli zdecydujesz się na przygotowanie parkingu dla klientów, to zapłacisz dodatkowo za 50 zł miesięcznie za jego utrzymanie, a w przypadku automatu do kawcy 100 zł za kawę i serwis urządzenia.
- Procent klientów oczekujących danego wyposażenia to odsetek Twoich klientów, którzy chcieliby korzystać z danego udogodnienia i których zadowolenie z Twoich usług wzrośnie jeśli zdecydujesz się umieścić je w swojej poczekalni.



Żeby kupić wybrane wyposażenie, wciśnij przycisk "Wybierz" przy wybranej pozycji. W jednej rundzie możesz kupić dowolną ilość wyposażenia dla klientów.

Na dole strony możesz sprawdzić podsumowanie kosztów związanych z zakupem zaznaczonego wyposażenia (koszty zakupu oraz miesięczne koszty utrzymania).



Raz kupione wyposażenie jest dostępne w każdej następnej rundzie. Jeśli jednak uznasz po jakimś czasie, że dane wyposażenie nie jest Ci już potrzebne, możesz je sprzedać.



Ilość posiadanego wyposażenia wpływa bezpośrednio na zadowolenie klientów w karcie wyników.

RUNDA 5 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA (NOWOŚCI)

W rundzie 5 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 4 oraz nowe elementy w postaci Reklamy tradycyjnej.

Reklama – tradycyjna

Od teraz możesz rozpocząć promowanie swoich produktów, żeby przyciągnąć więcej klientów. Na początek masz do dyspozycji wachlarz tradycyjnych kanałów reklamowych od udziału w wydarzeniach (targach czy konferencjach branżowych), przez organizację własnych dni otwartych w firmie, po reklamy na billboardach czy prasie lub radio.

Przy każdym kanale znajdziesz następujące informacje:

- **procent grupy docelowej, do którego dociera dany kanał** - orientacyjna atrakcyjność danego kanału biorąc pod uwagę jaka część Twojej grupy docelowej może zobaczyć daną reklamę,
- **zasięg** – szacowana liczba osób (potencjalnych klientów), która będzie miała kontakt z reklamą,
- **dostępna liczba na miesiąc** – pokazuje, ile razy miesięcznie możesz się reklamować się w danym kanale. Np. dostępność targów branżowych wynosi 2, co oznacza, że są one organizowane 2 razy w miesiącu, więc możesz wziąć udział tylko w 1 lub w obu,
- **cena od** – pokazuje najmniejszy możliwy koszt danej reklamy przy najmniejszych parametrach. Dokładny koszt zostanie obliczony po skonfigurowaniu parametrów danej reklamy (wielkości i jakości).



Na podstawie podanych parametrów, wybierz kanał reklamowy, który chcesz uruchomić w tym miesiącu.


Po wejściu w każdy kanał możesz skonfigurować swoją reklamę tzn. określić jej rozmiar, jakość, ilość i reklamowane usługi. Omówmy po kolei wszystkie te elementy:

- **wielkość** - w cenie bazowej znajdziesz podstawową wielkość reklamy. Możesz powiększyć swoją reklamę wybierając dostępne opcje za dodatkową opłatą,
- **jakość** - w cenie bazowej znajdziesz podstawową jakość reklamy. Możesz ulepszyć swoją reklamę wybierając dostępne opcje za dodatkową opłatą,

- **częstotliwość** – zdecyduj, ile razy w ciągu 1 miesiąca chcesz, by ukazała się reklama w tym kanale. Pamiętaj, że każdy kanał ma swoje ograniczenia, jeśli chodzi o dostępną liczbę reklam miesięcznie,
- **co chcesz reklamować?** – wybierz, które usługi chcesz reklamować przy pomocy tego kanału. Możesz wybrać wszystkie usługi. Wtedy reklama będzie promować całą ofertę firmy, co oznacza, że możesz spodziewać się w miarę wzrostu popytu na wszystkie usługi. Możesz również zdecydować o wybraniu tylko jednej lub kilku usług, na których wzroście popytu najbardziej Ci zależy. Wtedy reklama będzie skupiona tylko na nich i popyt na pozostałe usługi nie wzrośnie w wyniku tej reklamy.

REKLAMA W "TARGI BRANŻOWE"

ZASIĘG REKLAMY	320
CENA BAZOWA	4000 PLN
DOSTĘPNA ILOŚĆ NA MIESIĄC	4
WIELKOŚĆ	10 M ² (+0 PLN) ▼
JAKOŚĆ	STANOWISKO PRZYZNANE PRZEZ ORGANIZATORA (+0 PLN) ▼
ILOŚĆ	STANOWISKO PRZYZNANE PRZEZ ORGANIZATORA (+0 PLN)
	SAMODZIELNIE PRZYGOTOWANE STANOWISKO (+500 PLN)
	STANOWISKO PRZYGOTOWANE PRZEZ FIRMĘ ZEWNĄTRZĄ (+1500 PLN)
CO CHCESZ REKLAMOWAĆ?	WYBIERZ USŁUGI

KOSZT ZAKUPU:  4000 PLN

[ANULUJ](#) [ZAPISZ](#)

Po skonfigurowaniu reklamy, zobaczysz całkowity koszt.



Wybrane działania reklamowe mogą promować całą firmę (wszystkie usługi) lub skupiać się tylko na wybranych usługach, na które chcesz przyciągnąć więcej klientów. Wykorzystaj możliwość reklamowania tylko wybranych usług np. jeśli masz priorytetowe usługi lub jeśli masz wolne moce przerobowe tylko w przypadku konkretnych usług.



Nie wszystkie kanały reklamowe są dostępne od razu. W kolejnych rundach będą dochodzić kolejne opcje, z których możesz skorzystać.



Decyzje na temat reklamy podejmujesz w każdej rundzie. Możesz zdecydować o niekorzystaniu w ogóle z działań reklamowych lub zmienić je z miesiąca na miesiąc. Podejmując decyzje o reklamie, pamiętaj cały czas po co to robisz. Dostosowuj swoje prognozy popytu do zwiększonego zainteresowania Twoją firmą i na bieżąco monitoruj czy Twoje działania przynoszą oczekiwane efekty.

RUNDA 6 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMĄ (NOWOŚCI)

W rundzie 6 pojawiają się wszystkie zakładki (decyzje) z rundy 5 oraz nowe elementy w postaci Reklamy internetowej.

Reklama tradycyjna/Wyniki

W zakładce wyniki reklamy tradycyjnej znajdziesz informacje na temat działań reklamowych prowadzonych przez firmy konkurencyjne, a także konkretne efekty Twoich reklam.

W pierwszej tabeli znajdziesz informację o tym, z których kanałów reklamy tradycyjnej korzystały poszczególne firmy.

Następnie możesz zobaczyć, ile poszczególne firmy wydały na reklamę tradycyjną.

Trzecia tabela - **Efektywność kanałów reklamowych** - pokazuje informacje już tylko o Twojej firmie. Użyj jej, żeby ocenić efektywność działań reklamowych w poszczególnych kanałach. Dla przypomnienia znajdziesz tu podsumowanie decyzji z poprzedniej rundy dot. wybranych kanałów, ich konfigurację oraz ceny. Następnie dowiesz się ile leadów, czyli potencjalnych klientów, udało się pozyskać tym kanałem (w sumie na wszystkie usługi). A w ostatniej kolumnie został wyliczony koszt lead'a, czyli koszt pozyskania 1 klienta tym kanałem.

① EFEKTYWNOŚĆ KANAŁÓW REKLAMOWYCH						
NAZWA	ILOŚĆ	KONFIGURACJA		CENA	WZROST POPYTU	KOSZT LEADA
TARGI BRANŻOWE	1	WIELKOŚĆ JAKOŚĆ CO CHCESZ REKLAMOWAĆ?	50 M ² STANOWISKO PRZYGOTOWANE PRZEZ FIRMĘ ZEWNĄTRZĄ WCZASY W GRECJI (7 DNI) WCZASY W BULGARII (7 DNI) WCZASY W CHORWACJI (7 DNI)	6750 PLN	10	675 PLN
ULOTKI	3	WIELKOŚĆ JAKOŚĆ CO CHCESZ REKLAMOWAĆ?	1000 SZTUK PROSTE ULOTKI WCZASY W CHORWACJI (7 DNI)	1500 PLN	4	375 PLN
REKLAMA W PRASIE	1	WIELKOŚĆ JAKOŚĆ CO CHCESZ REKLAMOWAĆ?	PISMA BRANŻOWE REKLAMA NA CAŁEJ STRONIE WCZASY W GRECJI (7 DNI)	4300 PLN	8	537.5 PLN



Zwróć szczególną uwagę na ostatnią kolumnę - koszt lead'a. To dla Ciebie bardzo ważna informacja, ponieważ pozwoli Ci to ocenić czy w kolejnym miesiącu warto promować się w danym kanale przy wybranej konfiguracji czy też pozyskanie klienta jest za drogie i trzeba szukać innych możliwości.

Ostatnia tabelka pokazuje wzrost popytu w podziale na poszczególne usługi.

① WZROST POPYTU NA USŁUGI			
PARAMETR	WCZASY W BUŁGARII (7 DNI)	WCZASY W GRECJI (7 DNI)	WCZASY W CHORWACJI (7 DNI)
TARGI BRANŻOWE	6	2	2
ULOTKI	-	-	4
REKLAMA W PRASIE	-	8	-









Jeśli zdecydowałeś się na reklamowanie całej firmy, to jest szansa, że zwiększył się popyt na wszystkie usługi, natomiast jeśli wskazałeś konkretne usługi do reklamy, to tylko w tych usługach możesz się spodziewać efektów reklamy tradycyjnej.

Przeanalizuj wszystkie zawarte tutaj informacje, żeby wiedzieć jakie zmiany w Twojej strategii reklamowej poczynić w kolejnym miesiącu, żeby wyniki były jeszcze lepsze.

Reklama – internetowa

W tym miesiącu możesz rozpocząć promowanie Twojej oferty z wykorzystaniem kolejnych kanałów, tym razem reklamy internetowej.

Na początek masz do dyspozycji 3 opcje. Przy każdej z nich znajdziesz informację o tym, jaki procent Twojej grupy docelowej korzysta z tego kanału, jakie są koszty uruchomienia i miesięczne koszty utrzymania tego kanału.

STRONA WWW FIRMY	PROFIL NA FACEBOOK	DZIAŁANIA EMAIL MARKETINGOWE
 <div style="text-align: right;"> 99% </div>	 <div style="text-align: right;"> 85% </div>	 <div style="text-align: right;"> 75% </div>
KOSZT URUCHOMIENIA (JEDNORAZOWO) 5 000 PLN KOSZT UTRZYMANIA (MIESIĘCZNIE) 500 PLN	KOSZT URUCHOMIENIA (JEDNORAZOWO) 1 500 PLN KOSZT UTRZYMANIA (MIESIĘCZNIE) 500 PLN	KOSZT URUCHOMIENIA (JEDNORAZOWO) 500 PLN KOSZT UTRZYMANIA (MIESIĘCZNIE) 600 PLN
WYBIERZ 	WYBIERZ 	WYBIERZ 

Wybierz kanały reklamy internetowej, które chcesz uruchomić. W tej rundzie możesz je uruchomić jedynie w wersji podstawowej, bez żadnej konfiguracji. Możliwość zarządzania poszczególnymi kanałami będzie możliwa w kolejnych krokach. Np. uruchomienie bloga lub video bloga na stronie internetowej będzie możliwe dopiero wtedy, kiedy zostanie strona internetowa w wersji podstawowej.



Internetowe kanały reklamowe w wersji podstawowej promują całą firmę. Uruchomienie nowego kanału powinno więc od razu przynieść korzyści w postaci wzrostu popytu na wszystkie usługi. Natomiast od kolejnej rundy będzie możliwość zarządzania wybranymi kanałami poprzez dodawanie im różnych funkcjonalności i wybór usług, które mają promować.







Zwróć uwagę, że jeśli chcesz uruchomić stronę internetową firmy, to musisz mieć wykupioną domenę internetową. Jeśli wykupiłeś domenę w rundzie pierwszej, to nie musisz nic dodatkowo robić. Jeśli natomiast nie masz jeszcze wykupionej domeny, wymyśl nazwę swojej domeny i sprawdź, czy jest dostępna, a następnie ją wykup. Dopiero wtedy możesz uruchomić stronę internetową.

Po każdej rundzie, tak jak w przypadku reklamy tradycyjnej, będziesz mógł sprawdzić efekty działań reklamy internetowej i zdecydować o kolejnych ruchach w tym zakresie.

Zobacz od razu jak będzie wyglądało zarządzanie kanałami reklamy online w kolejnych miesiącach. Po uruchomieniu danego kanału pojawi się opcja zarządzania jego funkcjonalnościami. Na przykład posiadając już w kolejnej rundzie profil na Facebooku, będziesz mógł podjąć się publikowania codziennie postów lub rolek, uruchomić płatne reklamy lub stworzyć własną grupę. Stronę internetową natomiast można będzie rozwinąć np. o blog, vlog czy też zoptymalizować ją pod kątem SEO czyli wyszukiwania jej w internecie.

REKLAMA W "PROFIL NA FACEBOOK"

	FUNKCJONALNOŚĆ	ZASIĘG	KOSZT URUCHOMIENIA	KOSZT UTRZYMANIA	REKLAMOWANE USŁUGI	
	CODZIENNE POSTY ORGANICZNE	2%	0 PLN	1320 PLN		DODAJ
	CODZIENNE ROLKI ORGANICZNE	1%	0 PLN	1650 PLN		DODAJ
	REKLAMA PŁATNA NA FACEBOOK	12%	0 PLN	2200 PLN	<input type="text" value="WYBIERZ USŁUGI"/>	DODAJ
	GRUPA NA FACEBOOK	1%	550 PLN	550 PLN		DODAJ



Decydując się na reklamę w internecie, zawsze pamiętaj po co wydajesz środki na reklamę. Dostosowuj swoje prognozy popytu do zwiększonego zainteresowania Twoją firmą i na bieżąco monitoruj czy Twoje działania przynoszą oczekiwane efekty.

RUNDY 7-12 – ZARZĄDZANIE WIRTUALNĄ FIRMA

Od rundy 7 nie będzie już nowych obszarów decyzyjnych. Podejmujesz wszystkie decyzje w ramach dostępnych zakładek w menu. Pamiętaj jednak, że na pewno będą się pojawiać nowe opcje reklamy tradycyjnej i internetowej. Trzymaj również rękę na pulsie, jeśli chodzi o wiadomości ze świata, ponieważ może się wydarzyć coś, na co będziesz musiał odpowiednio zareagować.

