



AUGUST 20, 2026

MOCK REPORT

Présenté:

email@email.com



UPOZORNENIE NA ÚVOD

Tento materiál slúži ako veľmi simplifikovaná ukážka, ako by budúci výstup pre Vašu firmu mohol vyzerieť. Všetky použité čísla a údaje sú vymyslené a zjednodušené aby boli na nich ľahko demonštrovať jednotlivé odporúčania.

Reálny report, ktorý Vám bude doručený bude samozrejme spracovaný do omnoho väčšej hĺbky a potenciálne odporúčania budú omnoho konkrétnejšie.

Odporúčania a stratégia sa formuje na základe vašich reálnych dát, účtovníctva a informácií, ktoré nám poskytnete. Výstup môže byť len tak kvalitný ako vstupné dáta a zároveň nie je vždy možné dať odporúčanie na každú sekciu financií. Každá firma a každý sektor je špecifický a preto aj odporúčania by mali byť také.



EXECUTIVE SUMMARY

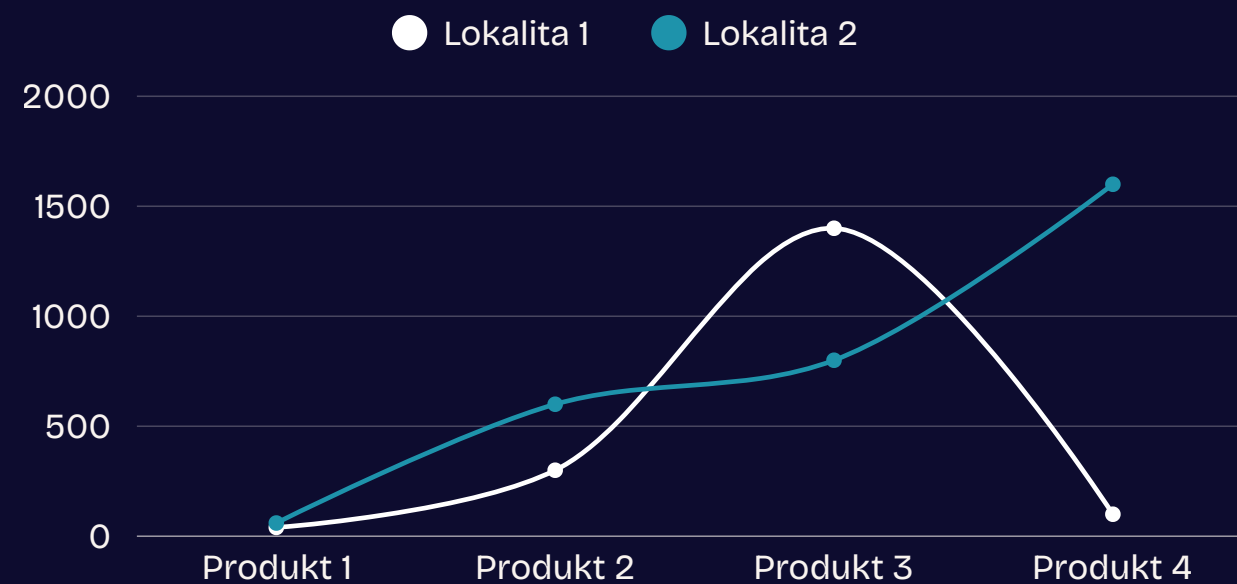
V tejto časti sa zhrnú základné informácie a hlavný výstup našej prezentácie. Slúži ako rýchla správa o výsledku analýzy a súhrn práce a odporúčaní.



ZÁKLADNÉ METRIKY

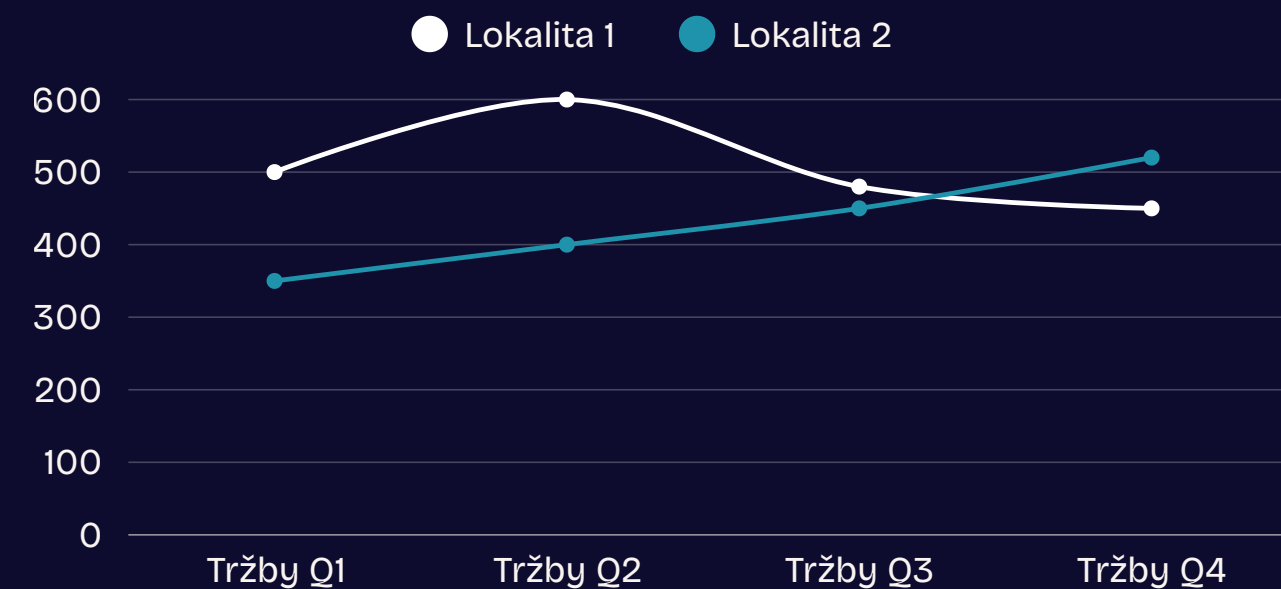
NA TEJTO STRANE VIDÍME ZÁKLADNÉ METRIKY AKO POČET PREDANÝCH KUSOV A TRŽBY. UŽ NA ZÁKLADE TAKÉHOTO JEDNODUCHÉHO PREHL'ADU VIEME DORUČIŤ PRVÉ ODPORÚČANIA, ČO SA TÝKA PREDAJNÉHO MIXU PODĽA LOKALITY A TYPU PRODUKTU.

CELKOVÝ POČET PREDANÝCH KUSOV: 5,000



Produkt 3 je náš bestseller. Mali by sme sa zamerať na zlepšenie marže na tomto produkte a bude to mať výrazný dopad na ziskovosť. Taktiež by sme sa mali pozrieť na produkt 1, o ktorý nie je záujem ani v jednej lokalite a zvážiť benefit toho, mať užšiu ponuku a zjednodušiť tak reťazec a ušetriť administratívne a logistické náklady.

TRŽBY A ICH RAST (V TISÍCOCH)

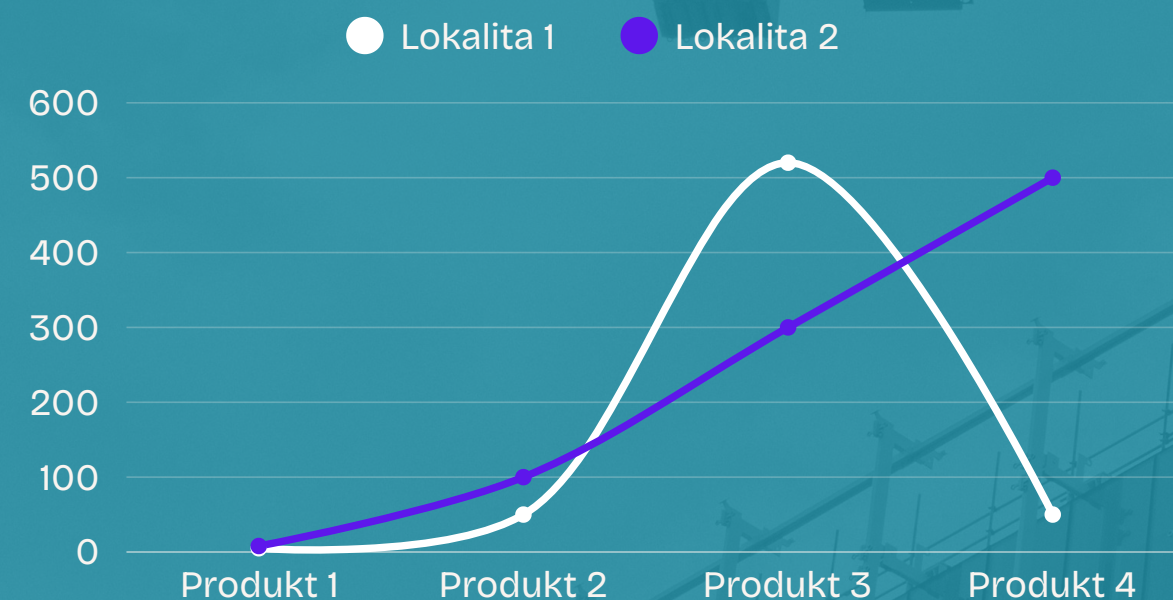


Na prvý pohľad sú obe lokality podobné, čo sa týka tržieb. Avšak Lokalita 2 má rastúcu tendenciu a už aj za použitia predošlého grafu vieme povedať, že produkt 4 tvorí väčšinu týchto tržieb. Na druhú stranu v Lokalita 1 sa tento produkt zatiaľ neujal. Môže tak byť vhodné, začať tento produkt pretláčať v Lokalita 1 viac. Zároveň sa treba pozerať na klesajúci trend v tejto lokalite a detailnejšie zanalyzovať dôvody.

ZISKOVOSŤ

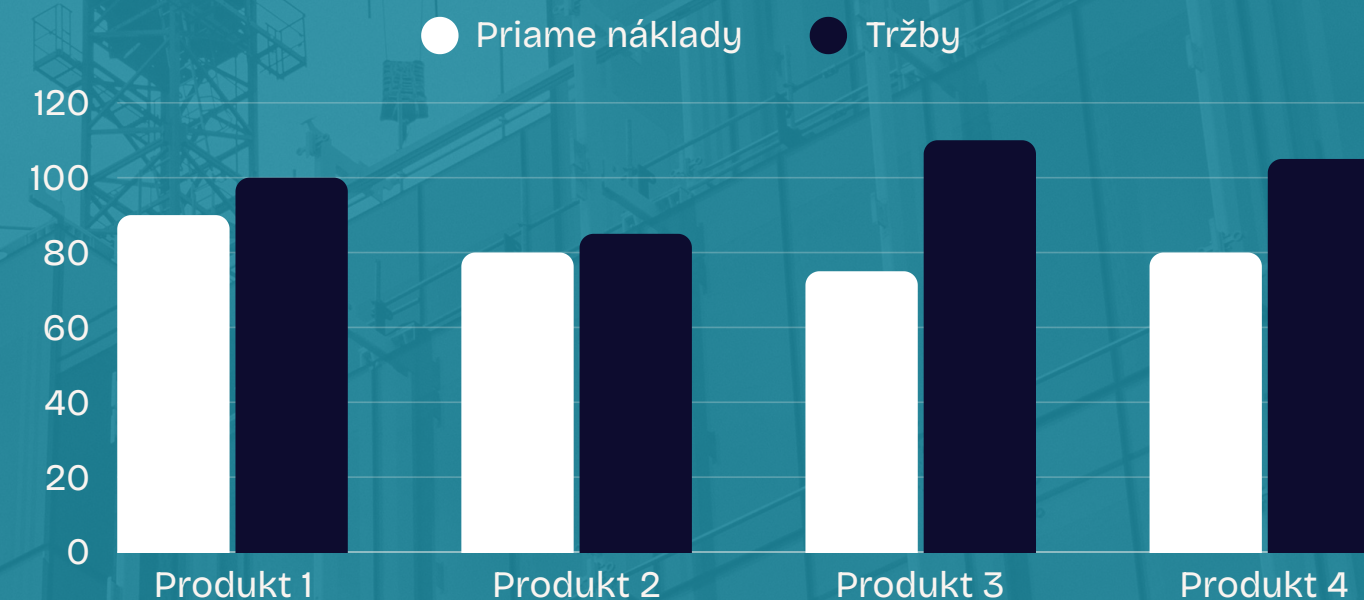
ZISKOVOSŤ MÔŽE TVORIŤ ÚPLNE INÝ OBRAZ AKO SAMOTNÉ TRŽBY. PRETO NA TEJTO STRANE UKÁŽEME ŠPECIFICKY TÚTO ČASŤ A POZRIEME SA DETAILNEJŠIE, KTORÉ PRODUKTY PRINÁŠAJÚ NAOZAJSTNÝ ZISK PRE FIRMU. NA ZISKOVOSŤ A TRŽBY SA DÁ POZERAŤ Z MNOŽSTVA UHLOV. Z POHLADU TRŽBY NA ZÁKAZNÍKA, TRŽBY NA ZAMESTNANCA POKIAĽ IDE O SEKTOR SLUŽIEB A MNOHO INÉHO. VŠETKO ZÁVYSÍ OD SAMOTNEJ FIRMY A SEKTORU V KTOROM OPERUJE.

ČISTÝ ZISK ROZDELENÝ PO LOKALITÁCH (V TISÍCOCH)



Vidíme, že Produkt 3 je nie len bestseller ale prináša aj najviac čistého zisku. To znamená že to je náš produkt na ktorý sa chceme sústrediť. Zároveň vidíme, že aj Produkt 4 prináša veľké množstvo čistého zisku.

ZISKOVOSŤ (NÁKLADY VS PRÍJMY V TISÍCOCH)

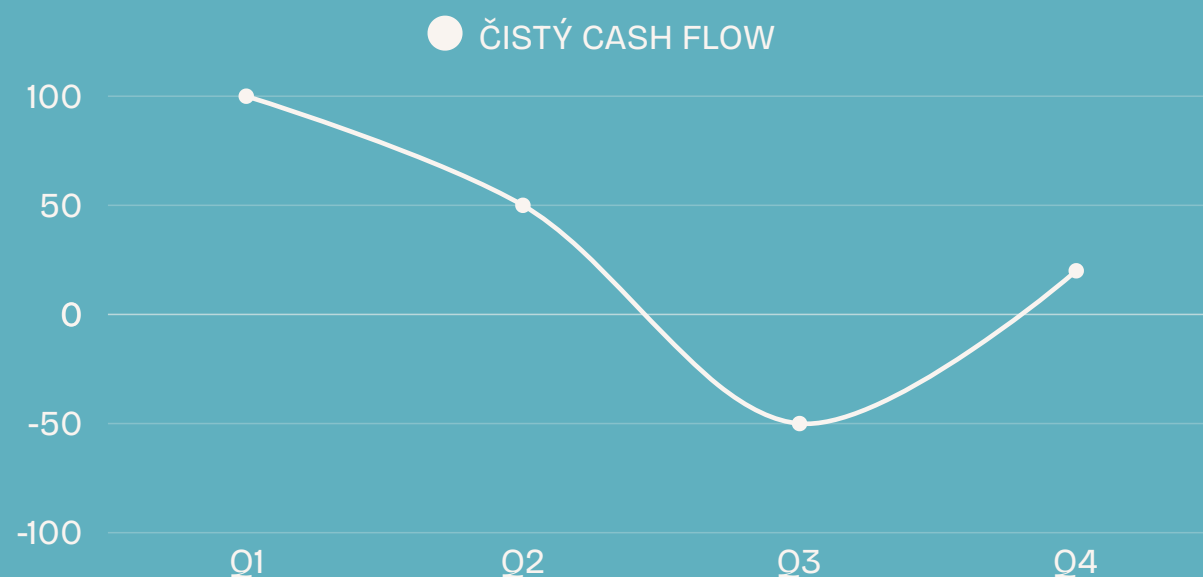


Čo sa týka ziskovosti, chceme vidieť čo najväčší rozdiel medzi príjmami vo forme tržieb a priamych nákladov. Produkt 2 má najnižšiu maržu a aj na základe predošlých zistení by sme mohli tento produkt teoreticky pozastaviť. Sú samozrejme aj dôvody si takýto produkt nechať ale na to sa pozrieme v ďalšej analýze.

CASH FLOW

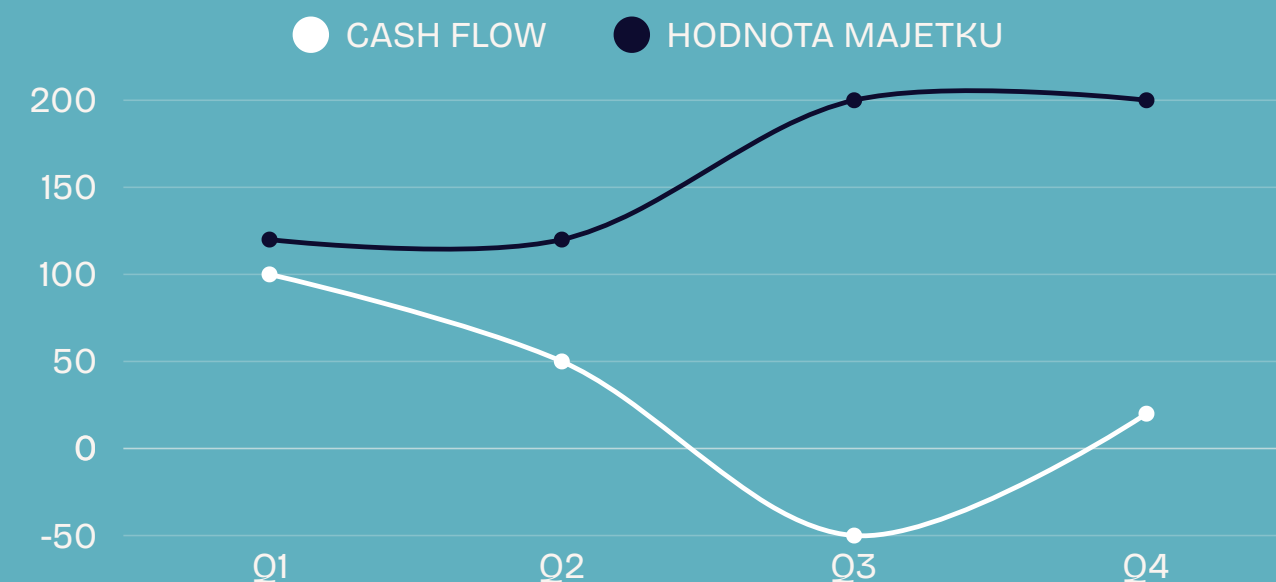
CASH FLOW AKO VYJADRENIE KONKRÉTNÝCH PEŇAŽNÝCH TRANSAKCIÍ JE JEDNÝM Z NAJDÔLEŽITEJŠÍCH METRÍK NA POCHOPENIE. PRETO SA ZAMERIAME NA TENTO ÚDAJ ZVLÁŠŤ. PRE RÔZNE SEKTORY TÁTO METRIKA MÔŽE VYZERAŤ RÔZNE. DÔLEŽITÉ JE POZNAŤ BENCHMARK. NIKDY SA NEDÁ JEDNODUCHO POVEDAŤ, ŽE NIEČO JE ZLÉ ALEBO DOBRÉ.

CASH FLOW (V TISÍCOCH)



Čistý cash flow a teda príjem peňazí do firmy nevyzerá veľmi pozitívne. Počas tretieho kvartálu sme sa dokonca dostali do záporných čísel. Keďže z predošlých dát sme už videli, že ziskovosť jednotlivých produktov nie je problém, vychádza z toho, že sa musíme pozrieť na nákladovú stranu. Priame náklady sme už videli avšak všetky ostatné administratívne náklady a overheads ťahajú cash flow do záporných čísel.

CASH FLOW VS NÁKUP MAJETKU (V TISÍCOCH)



Jasne vidíme, že pokles čistého cash flowu priamo súvisí s nákupom nového majetku. Z tohto pohľadu vyzerajú čísla menej alarmujúco aj keď sa stále pohybujeme na hrane break even bodu.

ĎALŠIE UKAZOVATELE

KEĎŽE TOTO JE LEN PRÍKLAD AKO BY MOHLA PREZENTÁCIA VYZERAŤ, UKÁZALI SME LEN VEĽMI ZÁKLADNE ILUSTRAČNÉ INFORMÁCIE. AVŠAK V RÁMCI NAŠEJ ANALÝZY JE TOHO OMNOHO VIAC.

01

ROZBITIE NÁKLADOV

Analýza pracovného kapitálu, miezd, administratívnych nákladov a mnoho iného.

02

ANALÝZA MARŽE

Detailná analýza marže a ziskovosti. Porovnanie s konkurenciou a odporúčania na zvýšenie ziskovosti.

03

FINANČNÉ ZDRAVIE FIRMY

Detailná analýza zadĺženosti, splatnosti a nastavenia pravidiel na čistenie pohľadávok a záväzkov, zlepšovanie solventnosti a potenciál na investičný kapitál.

04

MNOHO ĎALŠIEHO

Ďalšie ad-hoc analýzy, na ktorých sa dohodneme na našom úvodnom stretnutí.

STRATÉGIA A ODPORÚČANIA



ODPORÚČANIE ČÍSLO 1

Odporúčanie ohľadom nákladov. Napríklad nejaký konkrétny fixný náklad je príliš vysoký a nemá vysokú pridanú hodnotu pre danú firmu. Ak je možnosť zmeniť nastavenie a vyhnúť sa tomuto nákladu alebo ho znížiť, je to správny krok.



ODPORÚČANIE ČÍSLO 2

Odporúčanie ohľadom produktového mixu a zvýšenia marže. Konkrétny produkt alebo služba, ktorú firma ponúka je nesprávne ohodnotená a tak neexistuje dopyt po tomto produkte a službe. Nejaký konkrétny produkt je už dlho naskladnený na sklade ale nehýbe sa. Odporúčanie čo s ním.



ODPORÚČANIE ČÍSLO 3

Odporúčanie na zlepšenie cash-flowu vďaka zmene v rámci dodávateľsko-odberateľských reťazcov. Ušetríme peniaze a zároveň skrátime pohľadávkovú stranu našej firmy a tak zlepšime celkový cash-flow v rámci firmy.

AUGUST 20, 2026

ĎAKUJEME ZA POZORNOSŤ

Ak máte záujem o budúcu spoluprácu, neváhajte nás kontaktovať cez formulár na našej webovej stránke alebo priamo emailom alebo telefonicky. Službu, ktorú ponúkame je ušitá vždy na mieru, podľa požiadavok zákazníka. Ak sú nejaké segmenty, ktoré vás zaujímajú viac a naopak iné segmenty, ktoré sú menej zaujímavé, našu analýzu a odporúčania tomu samozrejme prispôbime.

website : www.

email@email.com

Phone : +421



NORTHBRIDGE
FINANCIAL PARTNER