

Gode råd



Carsten Blicher
cbl@pwc.dk
Statsautoriseret revisor og director i PwC



Jørn Handbæk Jensen
jhj@advokathus.dk
Advokat (H) og partner i Advokathuset Nordsjælland



Susanne Teglkamp
ste@teglkamp.dk
Cand. Jur. og indehaver af Teglkamp & Co.



Mette Dahl Juelner
mdj@bizbuddy.dk
Markedsøkonom og indehaver af BizBuddy

Hvornår har du sidst inviteret dine kunder rigtigt indenfor?

Af Mette Dahl Juelner

Ingen forretning uden kunder, men har du sat dig godt nok ind i hvem de er, og hvad deres behov er? Indsigt og dialog hjælper dig godt på vej, og hvis du forstår at involvere og lytte grundigt til dine kunder, kan de være med til at udvikle din forretning. Men det er de færreste, som benytter sig af dette simple greb. Lykkes du med kundeinvolvement, kan det føre til nye og spændende forretningskoncepter, mersalg og ikke mindst en klarere viden om, hvordan du bedst henvender dig til dem. Kunderne er parate til at hjælpe dig - du skal blot invitere dem indenfor.

Kunder styrker produkter

Når innovative og driftige virksomheder som Coloplast og LEGO bruger ressourcer på at involvere deres kunder, er det ikke kun fordi, de ønsker at lære dem bedre at kende, det er i høj grad også for at få styrket og udviklet deres produkter.

De involverer deres kunder i deres produktudvikling, og det er en proces som alle virksomheder i alle brancher, i alle størrelser, i alle faser bør gøre. Kunderne og deres behov ændrer sig hele tiden, og de dygtigste virksomheder forstår at følge dem tæt.

Sæt det i system

Først og fremmest skal du naturligvis have præciseret hvem dit produkt primært henvender sig til - altså din målgruppe. Er du allerede godt i gang, kan øvelsen med at få prioriteret de vigtigste kunder være en god idé. Dernæst beslutter du dig for, hvordan du vil møde dine kunder. Nogle virksomheder er trykkest ved at sende spørgeskemaer eller interviewe via telefon, men den mest effektive metode er at samle en gruppe på 10-15 personer, som alle repræsenterer din primære målgruppe.

Ingen raketvidenskab

Alt salg bygger på behov, og hele øvelsen går som

udgangspunkt ud på at få afdækket om dine produkter eller service lever op til det. Det bør være det første spørgsmål du stiller dine kunder. Derefter kan du udfolde alle de parametre dit produkt eller service omgives med. Det kræver at du er forberedt - både på din spørgeramme og på at være åben for nye idéer og input. Også de kritiske.

I nogle tilfælde kan det være hensigtsmæssigt at bruge en ekstern person til at facilitere drøftelserne i gruppen. Herunder at få præciseret og stillet de vigtigste spørgsmål, indsamlet data og draget konklusioner. Men at møde sine kunder i øjenhøjde er ikke raketvidenskab. Det kræver blot lidt mod og tid.

Et ærligt skub

Alt for ofte sidder vi alene med vores produkter, og vi kan have svært ved at se det hele lidt udefra. Inviter kunderne indenfor, forbered dine spørgsmål og vær åben. Du vil opleve hvor meget dine kunder er villige til at



give dig feedback og komme med nye idéer - og det værste der kan ske, er at du får det ærlige skub, som kan

bringe dig og din forretning videre i den rigtige retning.

Skattemæssigt fradrag for kursusudgifter

Af Carsten Blicher

Erfaringsmæssigt kan kursusudgifter afholdt af selvstændigt erhvervsdrivende være vanskelige at håndtere korrekt skattemæssigt. Som hovedregel kan udgifter til at erhverve, sikre og vedligeholde indkomsten fradrages ved opgørelsen af den skattepligtige indkomst.

Det betyder, at det er en betingelse for at opnå fradragsret for kursusudgifter, at der er en konkret og direkte sammenhæng mellem det kursus, der ønskes fradrag for, og den pågældendes indkomsterhvervelse. Formålet med at deltage i kurset skal være, at vedligeholde og ajourføre sin faglige viden og uddannelse. Det er imidlertid ikke altid helt enkelt at fortolke denne definition.

Generelt kan man sige, at et kursus ikke må være af for generel og almen karakter, idet det så ikke anses for tilstrækkeligt tæt relateret til den pågældende persons indkomsterhvervelse.

Omvendt må et kursus heller ikke have karakter af videreuddannelse, idet der så kan blive nægtet fradrag for udgifterne, fordi de vedrører virksomhedens indkomstgrundlag og derfor anses for et ikke fradragsberettiget formuetaf.

Konkrete vurderinger

Afgørelse af, om kursusudgifter er fradragsberettigede driftsudgifter, må baseres på en konkret vurdering af den enkelte erhvervsdrivendes forhold. Det betyder, at en udgift til et bestemt kursus i relation til én erhvervsdrivende kan anerkendes som en fradragsbe-

rettiget udgift, medens udgiften til det samme kursus for en anden virksomhed ikke er fradragsberettiget. Udgifter til eksempel ledelseskurser som MBA mv. vil således kun kunne være fradragsberettigede, hvis de er relevante for deltagerens ledelsesfunktioner.

Udgifter ved deltagelse i faglige kurser er således fradragsberettigede, når der er tale om kurser, der har til formål at vedligeholde og ajourføre deltagerens faglige viden og uddannelse. Der er normalt fradrag for udgifter til faglige kurser arrangeret af brancheforeninger, organisationer og lignende.

Brancherettet

Told- og Skattestyrelsen har godkendt fradragsret for udgifter til deltagelse i et brancherettet kursusforløb inden for håndværk og mindre

industri, der blev afholdt af Dansk Arbejdsgiverforening. Det fremgik, at kursusforløbet var specielt rettet mod småhåndværkere med henblik på ajourføring og løsning af en række dagligdags problemstillinger.

Kursusdeltagerne opnåede således ikke særskilt ny kompetence, idet kursernes formål var at gøre deltagerne i stand til bedre at kunne varetage deres hidtidige arbejde.

Kurser afholdt i udlandet

Der er principielt ikke forskel på, om et kursus afholdes i Danmark eller i udlandet i forhold til, om udgiften er fradragsberettiget eller ikke. I praksis må man dog forvente, at der stilles større krav til dokumentationen for det faglige islæt i et kursus, når det afholdes i udlandet.

I en principiel dom har EF-Domstolen fastslået, at man ikke lovligt kan have en praksis om, at der som udgangspunkt ikke gives fradrag ved deltagelse i kurser, der afholdes på et almindeligt turiststed i en anden medlemsstat, hvis der ikke gælder en tilsvarende praksis ved deltagelse i tilsvarende indenlandske kurser. Vurderingen af, om det turistmæssige islæt i et kursus er så stort, at der skal nægtes fradrag for udgiften, beror på en konkret vurdering og ikke på kursusstedet.

Denne vurdering vil typisk tage udgangspunkt i fordelingen af opholdets samlede tidsforbrug til henholdsvis faglige og ikke-faglige aktiviteter, uden at der i øvrigt skeles til kursets/studierejsens geografiske placering.