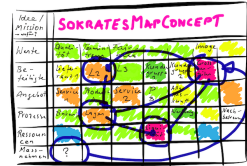




Das Pricing-Modell der SokratesGroup



A. Grundlage

Das Pricing-Modell der SokratesGroup basiert auf dem Modell, welches oft im Zusammenhang mit der Evaluation, der Installation und den Lizenzkosten von Computerprogrammen angewendet wird. Diese Modell setzt sich aus folgenden Teilen zusammen:

Schritt 1	Schritt 2	Schritt 3
Evaluation der geeigneten Programmmodule	Installation und Inbetriebnahme des Programms sowie Schulung beim Kunden	Support, Updates, Weiterentwicklung und Nutzung

B. Umsetzungsschritte in der Zusammenarbeit mit der SokratesGroup

Die SokratesGroup führt SokratesMaps bei den Kunden in drei Schritten ein. Die Schritte 1 und 2 werden offeriert, der Schritt 3 später gemeinsam definiert.

Schritt 1	Schritt 2	Schritt 3
Abklärung des Auftrags/des Bedarfs an SokratesMaps, Pretests	Besprechung, Erarbeitung, Erstellung und Einführung von SokratesMap(s) mit und bei den Kunden. Bei Bedarf Einbezug des Ecosystems (Spezialisten-Netzwerk) der SokratesGroup. Durchführung von Workshops. Erstellung eines Lageberichts.	Support nach Einführung: fortlaufende sokratische Begleitung, Erarbeitung und Einführung weiterer (Sub)Maps bei Bedarf, Auffrischungs-Workshops, Erstellung weiterer Lageberichte bei Bedarf, Support für die Applikation.

C. Verrechnung der erbrachten Leistungen

Die Dienstleistungen werden folgendermassen berechnet:

1. Abklärung des Auftrags	2. Erarbeitung und Einführung von SokratesMaps	3. Kosten für die fortlaufende Nutzung von SokratesMaps
Vorleistung durch die SokratesGroup. Kosten nach Vereinbarung.	Fix vereinbarter Betrag für den Initialaufwand gemäss gemeinsam erarbeiteter Offerte der SokratesGroup.	Service-Paket pro Jahr (vgl: Titel B, Schritt 3): Berechnung gemäss dem "Fair and True Prinzip" der SokratesGroup (basierend auf der erreichten Wertschöpfung / Anzahl Mitarbeitende)

Häufig teilen Sokrates Kunden die Kosten auf verschiedene Abteilungen/Kostencenter auf, z.B. Board-Services (Governance), IT, HR, Personalentwicklung, Aus- und Weiterbildung, Mitarbeiterbefragungen, Organisations- entwicklung, Risikomanagement, Performancemanagement, Auditing, Transformation, Marketing/Sales, Kundenbefragungen, Projekte,. etc.).