Lista kontrolna

Zestaw startowy dla firmy usługowej

Lista kontrolna na start firmy usługowej: od formalności po pierwszą dziesiątkę klientów.

W środku

	Jak korzystać z tego zestawu
1	Zdecyduj, co sprzedajesz
2	Formalności i zabezpieczenia
3	Ceny i zasady
4	Rezerwacje i grafik
5	Wykonanie pracy
6	Klienci i kartoteka
7	Faktury i płatności
8	Jak dać się znaleźć
9	Pierwsza dziesiątka klientów
10	Cotygodniowy przegląd
	Przed pierwszym płacącym klientem

Jak korzystać z tego zestawu

Ten zestaw to lista kontrolna. Za pierwszym razem przejdź ją po kolei, a potem wracaj do niej zawsze, gdy w firmie robi się bałagan. Nie każdy punkt dotyczy każdej firmy: groomer psów, firma sprzątająca i korepetytor potrzebują czegoś innego. Pomiń to, co nie pasuje, i dopisz to, czego brakuje.

Przepisy różnią się między krajami, a czasem nawet między miastami. Tam, gdzie punkt mówi „sprawdź", dowiedz się, co obowiązuje tam, gdzie działasz: w lokalnym urzędzie, u księgowego albo u prawnika.

1 Zdecyduj, co sprzedajesz

- [ ] Wypisz usługi, które chcesz oferować, każdą w jednej linijce. Zacznij od mniejszej liczby, niż ci się wydaje: na start wystarczą trzy do pięciu.
- [ ] Przy każdej usłudze zapisz, co obejmuje, a czego nie. Na przykład: „Sprzątanie standardowe: kuchnia, łazienka, podłogi, kurze. Nie obejmuje: wnętrza piekarnika, okien".
- [ ] Oszacuj, ile trwa każda usługa, razem z przygotowaniem i sprzątaniem po sobie. Jak najszybciej zmierz czas na prawdziwych zleceniach i popraw szacunek.
- [ ] Zdecyduj, dla kogo pracujesz: osoby prywatne, firmy czy jedni i drudzy, na jakim obszarze, w jakie dni i godziny.
- [ ] Napisz jedno zdanie o tym, co robisz i dla kogo. Wykorzystasz je na stronie, w profilach i na fakturach.

2 Formalności i zabezpieczenia

- [ ] Wybierz formę prawną firmy i ją zarejestruj. Sprawdź, jakie formy istnieją tam, gdzie działasz, i co każda z nich oznacza dla podatków.
- [ ] Sprawdź, czy twoja branża wymaga licencji, zezwolenia, certyfikatu lub kontroli.
- [ ] Wykup ubezpieczenie. Zapytaj brokera, czego potrzebuje twoja branża. Większość firm usługowych zaczyna od ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej (za szkody lub obrażenia, które spowodujesz podczas zlecenia), bo pracujesz w cudzych domach i lokalach.
- [ ] Załóż osobne konto bankowe dla firmy. Mieszanie pieniędzy prywatnych i firmowych utrudnia każdy kolejny krok.
- [ ] Dowiedz się, jak i kiedy płacisz podatki oraz czy musisz doliczać VAT.
- [ ] Zdecyduj, jak będziesz prowadzić księgowość: przez księgowego, w programie księgowym albo w arkuszu, który aktualizujesz co tydzień.

- [ ] Odkładaj stałą część każdej otrzymanej płatności na osobne konto na podatki. Zapytaj księgowego, jaka część pasuje do twojej sytuacji.
- [ ] Spisz prosty regulamin usług: co robisz, jak wygląda płatność, jak odwołać lub przełożyć wizytę i co się dzieje, gdy coś zostanie uszkodzone.
- [ ] Jeśli przechowujesz dane osobowe klientów (imiona i nazwiska, adresy, numery telefonów), sprawdź, jakie przepisy o ochronie prywatności cię obowiązują. W UE to RODO (GDPR): potrzebujesz podstawy do przechowywania danych, musisz je chronić i usuwasz je, gdy przestają być potrzebne.

3 Ceny i zasady

- [ ] Wylicz minimalną stawkę godzinową na podstawie swoich prawdziwych kosztów. Nasz darmowy poradnik „Jak wyceniać swoje usługi” prowadzi przez wzór krok po kroku.
- [ ] Ustal cenę każdej usługi z listy i zapisz wszystkie ceny w jednym miejscu.
- [ ] Ustal opłatę minimalną, żeby krótkie zlecenie daleko od bazy nie przynosiło ci straty.
- [ ] Wyznacz obszar działania i opłatę za dojazd poza ten obszar.
- [ ] Spisz zasady odwoływania wizyt: z jakim wyprzedzeniem trzeba odwołać i ile kosztuje późne odwołanie albo nieobecność.
- [ ] Zdecyduj, kiedy pobierasz płatność: z góry, jako zaliczkę, po wykonaniu usługi czy raz w miesiącu od stałych klientów.
- [ ] Zdecyduj, jakie formy płatności przyjmujesz (karta, przelew, gotówka, link do płatności), i przetestuj każdą przed pierwszym klientem.

4 Rezerwacje i grafik

- [ ] Wybierz jedno miejsce na wszystkie rezerwacje: kalendarz, program do umawiania wizyt albo papierowy terminarz. Jedno miejsce, nie trzy.
- [ ] Zdecyduj, jak klienci się umawiają: telefonicznie, przez wiadomość, przez formularz czy na stronie rezerwacji online.
- [ ] Ustal godziny pracy i zablokuj czas na dojazdy między zleceniami.
- [ ] Zostaw zapas czasu między zleceniami. W pierwszych tygodniach zlecenia prawie zawsze trwają dłużej, niż planujesz.

- [ ] Zdecyduj, jak potwierdzasz rezerwację i kiedy wysyłasz przypomnienie (w większości usług najlepiej dzień wcześniej).
- [ ] Zapisz, co musisz wiedzieć przed każdym zleceniem: adres, jak wejść, parking, zwierzęta, szczególne prośby.

5 Wykonanie pracy

- [ ] Napisz listę kontrolną dla każdej usługi, żeby każde zlecenie było robione tak samo: teraz przez ciebie, a później przez osoby, które zatrudnisz.
- [ ] Spisz sprzęt i materiały, razem z tym, gdzie je kupujesz i ile kosztują.
- [ ] Zdecyduj, jak wygląda „gotowe" i jak to sprawdzasz przed wyjściem: wspólny obchód z klientem, zdjęcia albo ostatnie przejście listy kontrolnej.
- [ ] Zdecyduj z góry, co robisz, gdy coś pójdzie nie tak: coś się stłucze, zlecenie się opóźni, jakieś miejsce zostanie pominięte. Zanim to się zdarzy, miej plan, jak to naprawisz.

6 Klienci i kartoteka

- [ ] Prowadź jedną kartę dla każdego klienta: dane kontaktowe, adres, historia usług, preferencje i notatki.
- [ ] Przygotuj krótką listę pytań do każdego nowego klienta.
- [ ] Zanim wyślesz wiadomości marketingowe, zapytaj o zgodę i zapisz, kto się zgodził i kiedy.
- [ ] Przechowuj kody dostępu i klucze w bezpiecznym miejscu i zdecyduj, kto z zespołu ma do nich dostęp.

7 Faktury i płatności

- [ ] Przygotuj szablon faktury ze wszystkim, czego wymaga twój kraj. Sprawdź: dane firmy, numer podatkowy, numer faktury, daty, pozycje podatku.
- [ ] Numeruj faktury po kolei i zachowuj kopię każdej z nich.
- [ ] Ustal termin płatności (na przykład płatne od razu albo w ciągu 7 dni) i umieszczaj go na każdej fakturze.
- [ ] Zdecyduj, co robisz, gdy faktura nie jest opłacona w terminie: po kilku dniach uprzejme przypomnienie, potem telefon.

- [ ] Raz w tygodniu sprawdzaj, które faktury są opłacone, a które nie.

8 Jak dać się znaleźć

- [ ] Załóż Profil Firmy w Google i dodaj firmę tam, gdzie ludzie w twojej okolicy szukają lokalnych usług (Apple Maps, lokalne katalogi, portale z ogłoszeniami).
- [ ] Zrób prostą stronę internetową, nawet jednostronicową, na której będzie: co robisz, jaki obszar obsługujesz, ceny albo ceny „od", jak się umówić i jak się z tobą skontaktować.
- [ ] Rób dobre zdjęcia swojej pracy. Jeśli na zdjęciu widać dom klienta albo jego twarz, najpierw zapytaj o zgodę.
- [ ] Wybierz jeden lub dwa kanały w mediach społecznościowych, które naprawdę będziesz prowadzić. Porzucony profil wygląda gorzej niż żaden.
- [ ] Wszędzie zapisuj nazwę firmy, adres i numer telefonu dokładnie tak samo.

9 Pierwsza dziesiątka klientów

- [ ] Powiedz znajomym. Zamiast posta w grupie wyślij krótką osobistą wiadomość: co robisz, gdzie i jak się umówić.
- [ ] Po skończonym zleceniu poproś każdego z pierwszych klientów o opinię i wyślij bezpośredni link, żeby wystarczyło jedno kliknięcie.
- [ ] Porozmawiaj z firmami, które obsługują tych samych ludzi, ale z tobą nie konkurują (agent nieruchomości dla firmy sprzątającej, weterynarz dla groomera), i umówcie się, że będziecie się nawzajem polecać.
- [ ] Zostaw swoje dane tam, gdzie twoi klienci już szukają: lokalne grupy, tablice ogłoszeń, serwisy dla mieszkańców. Przestrzegaj zasad każdego z tych miejsc.
- [ ] Pytaj każdego nowego klienta, skąd się o tobie dowiedział, i zapisuj odpowiedź. Po dwudziestu klientach będziesz wiedzieć, na co najlepiej poświęcać czas.
- [ ] Jeśli usługa się powtarza, umów kolejną wizytę, zanim wyjdziesz.

10 Cotygodniowy przegląd

Gdy firma już działa, godzina w tygodniu wystarczy, żeby trzymać ją pod kontrolą.

- [ ] Przejrzyj kalendarz na przyszły tydzień: luki, dojazdy, wszystko, co nie jest jeszcze potwierdzone.
- [ ] Wyślij faktury za skończone zlecenia i przypomnij o nieopłaconych.
- [ ] Zaktualizuj księgowość i przelej część na podatki na osobne konto.
- [ ] Odpowiedz na każdą opinię i wiadomość.
- [ ] Zapisz jedną rzecz, która w tym tygodniu poszła nie tak, i jak zapobiegniesz jej następnym razem.

Przed pierwszym płacącym klientem

Możesz zaczynać, gdy odhaczysz każdy punkt poniżej.

- [ ] Wiem, co obejmuje każda usługa i ile kosztuje.
- [ ] Mam ubezpieczenie.
- [ ] Wiem, jak klienci będą mi płacić, i każda forma płatności jest przetestowana.
- [ ] Każda rezerwacja trafia w jedno miejsce.
- [ ] Mam spisaną listę kontrolną do pracy.
- [ ] Klient zna moje zasady odwoływania wizyt jeszcze przed pierwszą wizytą.

Vorzi

Vorzi to oprogramowanie dla firm usługowych: grafik, kartoteka klientów, faktury i zarządzanie zespołem w jednym miejscu.

Ten poradnik zawiera informacje ogólne, a nie porady prawne, podatkowe ani finansowe. Przepisy różnią się między krajami, dlatego szczegóły sprawdź u specjalisty tam, gdzie działasz.

Więcej darmowych poradników: vorzi.app/pl/poradnik

Przygotował zespół Vorzi, październik 2026.