

Wzór punktu odniesienia: jak zapisać baseline w umowie rozliczanej od wyniku

To gotowy Załącznik nr 1 do umowy, w której partner zarabia procent od przyrostu przychodu. Wypełnij tabelę własnymi liczbami, przeczytaj sześć klauzul i dopiero wtedy podpisuj. Wszystkie liczby poniżej to przykład dla sklepu 250 000 zł miesięcznie z trendem +20% rok do roku.

Załącznik nr 1. Punkt odniesienia (baseline) do umowy z dnia

Sklep: · Waluta: PLN · Przychód wg definicji z §1 · Okres historyczny: 24 pełne miesiące przed podpisaniem · Okres rozliczeniowy: 12 kolejnych miesięcy od

MIESIĄC	ROK POPRZEDNI (M-24 DO M-13)	OSTATNIE 12 MIES. (M-12 DO M-1)	ZMIANA R/R	INDEKS SEZONOWY	PUNKT ODNIESIENIA (M+1 DO M+12)
Wrzesień	225 000	275 000	+22%	1,10	330 000
Październik	255 000	300 000	+18%	1,20	360 000
Listopad	270 000	325 000	+20%	1,30	390 000
Grudzień	245 000	300 000	+22%	1,20	360 000
Styczeń	180 000	212 500	+18%	0,85	255 000
Luty	175 000	212 500	+21%	0,85	255 000
Marzec	210 000	250 000	+19%	1,00	300 000
Kwiecień	205 000	250 000	+22%	1,00	300 000
Maj	200 000	237 500	+19%	0,95	285 000
Czerwiec	180 000	212 500	+18%	0,85	255 000
Lipiec	165 000	200 000	+21%	0,80	240 000
Sierpień	190 000	225 000	+18%	0,90	270 000
Razem 12 mies.	2 500 000	3 000 000	+20%	12,00	3 600 000
Średnia miesięczna	208 333	250 000	trend T = +20%	1,00	300 000

Jak liczyć. Indeks sezonowy miesiąca = przychód miesiąca z ostatnich 12 mies. / średnia miesięczna (250 000). Trend T = suma ostatnich 12 mies. / suma roku poprzedniego, minus 1. Punkt odniesienia miesiąca = średnia miesięczna × indeks sezonowy × (1 + T). Jeśli T jest ujemny, przyjmujesz T = 0 (baseline nie schodzi poniżej ostatnich 12 miesięcy). Jeśli T przekracza 30%, strony ustalają go osobno, bo taki wzrost zwykle ma jednorazową przyczynę.

§1. Definicja przychodu

Przychód to suma wartości netto (bez VAT) wszystkich zamówień opłaconych w danym miesiącu, ze wszystkich kanałów sprzedaży: sklep internetowy, telefon, mail, salon stacjonarny i marketplace objęte umową. Bez kosztu dostawy i montażu. Pomniejszona o zwroty, anulacje i korekty zaksięgowane w tym miesiącu, niezależnie od daty zamówienia. Źródłem prawdy jest system sprzedażowy sklepu (panel sklepu i system fakturowania), nie GA4 ani panele reklamowe.

§2. Punkt odniesienia

Punkt odniesienia dla każdego miesiąca okresu rozliczeniowego wynika z tabeli powyżej i nie zmienia się w trakcie umowy, poza przypadkami z §5. Przyrost w miesiącu = przychód wg §1 minus punkt odniesienia tego miesiąca. Wynagrodzenie od wyniku nalicza się wyłącznie od przyrostu dodatniego. Miesiąc z przyrostem ujemnym nie tworzy długu ani nie przenosi się na kolejne miesiące, chyba że strony zapisały rozliczenie kwartalne.

§4. Kto liczy i kiedy

- Do 5. dnia miesiąca sklep udostępnia eksport zamówień i zwrotów za poprzedni miesiąc (CSV z panelu albo dostęp tylko do odczytu).
- Do 10. dnia partner przesyła rozliczenie: przychód wg §1, punkt odniesienia, przyrost, wynagrodzenie. Jeden arkusz, jedna strona.
- Sklep ma 5 dni roboczych na zastrzeżenia. Brak odpowiedzi oznacza akceptację.
- Faktura po akceptacji, termin płatności 14 dni.

§5. Zmiany, które otwierają renegocjację

Każda ze stron może w ciągu 14 dni zażądać przeliczenia punktu odniesienia, jeśli: zmieniono ceny średnio o ponad 10%, dodano lub wycofano kategorię odpowiadającą za ponad 15% przychodu, otwarto lub zamknięto salon, zmieniono platformę sklepu, albo rozszerzono umowę o nowy rynek. Do czasu uzgodnienia obowiązuje dotychczasowy punkt odniesienia.

§3. Okresy braku towaru i przerwy

Miesiąc wyłącza się z rozliczenia albo liczy proporcjonalnie do dni sprzedaży, gdy: (a) produkty odpowiadające za co najmniej 20% przychodu z ostatnich 12 miesięcy były niedostępne dłużej niż 7 dni łącznie, (b) sklep był niedostępny dłużej niż 24 godziny, (c) wstrzymano dostawy z winy przewoźnika dłużej niż 5 dni roboczych. Sklep zgłasza taką sytuację w ciągu 3 dni roboczych od jej wystąpienia, z dowodem (stan magazynu, zgłoszenie do hostingu, korespondencja z przewoźnikiem). Brak zgłoszenia w terminie oznacza, że miesiąc liczy się normalnie.

§6. Jak się odwołać

Przy rozbieżności do 3% strony przyjmują liczbę z systemu sprzedażowego sklepu. Przy rozbieżności powyżej 3% w ciągu 10 dni roboczych porównują eksport zamówień z rejestrem sprzedaży VAT za ten miesiąc; decyduje rejestr VAT. Jeśli to nie rozstrzyga sporu, liczbę ustala wspólnie wybrany księgowy, koszt po połowie, jego wynik jest wiążący dla tego miesiąca. Spór o jeden miesiąc nie wstrzymuje rozliczeń kolejnych.

Dwie zasady, które chronią obie strony

Po pierwsze: punkt odniesienia zawiera cały trend, jaki sklep miał bez partnera. Jeśli rosteś 20% rocznie, partner nie dostaje prowizji od tych 20%. Po drugie: liczby są z kasy, nie z panelu reklamowego. Panel może przypisać sobie sprzedaż, której nie było. Kasa nie. Jeśli partner nie chce podpisać tego załącznika w tej formie, zapytaj, którego paragrafu się boi.

Przykład rozliczenia: październik, prowizja 10% od przyrostu

Przychód wg §1 (kasa, netto, po zwrotach)	420 000 zł
Punkt odniesienia październik	360 000 zł
Przyrost	60 000 zł
Wynagrodzenie partnera 10%	6 000 zł
Marża 40%: dodatkowy zysk brutto sklepu	24 000 zł
Zostaje w sklepie po prowizji	18 000 zł

Ten sam miesiąc bez baseline z trendem (prowizja od całego przyrostu ponad 300 000): 12 000 zł. Różnica 6 000 zł miesięcznie to cena jednego brakującego załącznika.