



Партнерская программа Lenovo SMB Q3 2012 (Lenovo Q2FY12)
[Q2 финансовый квартал Lenovo]
Действительна с 01.07.2012

Данная программа описывает условия сотрудничества, а также преимущества для партнеров Lenovo на территории Российской Федерации.
Примечание: На федеральные сети бытовой техники и электроники условия данной программы не распространяются.

Добро пожаловать в мир Lenovo!

Партнерская программа создана для обеспечения вашего успешного и прибыльного бизнеса с компанией Lenovo.

Совместный с партнерами рост, доверие и прибыльность – это стратегия и философия Lenovo.

Для обеспечения взаимовыгодного сотрудничества, мы ожидаем, что все наши партнеры будут придерживаться рекомендованной нами ценовой политики, маркетинговой стратегии, и будут активно принимать участие в продвижении марки Lenovo.

Добро пожаловать в мир Lenovo!

Команда Lenovo.



Содержание:

Содержание:	2
I. Основные правила для партнеров Lenovo	2
II. Партнерские статусы Lenovo	4
III. Сводная таблица требований и преимуществ для партнеров Lenovo	4
IV. Дополнительные пояснения к сводной таблице	5
V. Описание маркетинговой поддержки	6
VI. Общие правила совместного маркетинга	7
VII. Как стать партнером Lenovo	6
VIII. Контактная информация	8

I. Основные правила для партнеров Lenovo

1. Закупки только в официальном/авторизованном канале

К зачету принимаются только закупки у официальных дистрибьюторов (список с контактами приведен в конце программы)

Под продукцией Lenovo SMB подразумеваются:

1. ноутбуки Lenovo ThinkPad;
2. ноутбуки Lenovo ThinkPad EDGE, EDGE+ (S-серия);
3. ноутбуки B и V серии;
4. настольные ПК ThinkCentre;
5. рабочие станции ThinkStation;
6. мониторы ThinkVision;
7. планшеты ThinkPad Tablet;
8. Аксессуары.

Более подробно условия квалификации для достижения соответствующего партнерского статуса и правила начисления рибейтов для различных категорий партнеров описаны в разделе IV.

Для начисления рибейтов, дистрибьюторами предоставляются еженедельные отчеты о продажах (каждый понедельник, до 17.00). Рибейты будут начисляться поквартально, путем выставления Credit Note (отдельная кредит нота по каждой группе товара) на баланс дистрибутора, через которого прошли основные закупки, либо выбранного самим партнером. Credit Note выпускается в квартале, следующим за отчетным.



В случае расхождения данных по закупкам между отчетами дистрибьютора и данными партнера. Партнер предоставляет данные по своим закупкам в официальном канале в формате таблицы XLS, содержащей:

Дистрибьютор	Part№	Количество	Дата закупки

2. Общие положения по партнерским статусам

Вопрос о получении статуса партнера рассматривается на ежеквартальной основе. Статус присваивается на текущий календарный год, но может быть пересмотрен по итогам квартала. Новым партнерам, которые подали заявку на авторизацию их как официальных партнеров Lenovo, назначается испытательный срок в течение одного квартала, при этом рибейты за этот период не начисляются.

Lenovo оставляет за собой право изменить правила программы с предварительным уведомлением.



II. Партнерские статусы Lenovo

Партнеры Lenovo

В зависимости от объема закупок партнеров, присваивается три статуса: Silver, Gold, Platinum. Преимущества и требования по статусам приведены в консолидированной таблице ниже.

II. Сводная таблица требований и преимуществ для партнеров Lenovo

		Статусы партнеров LENOVO		
Партнерский статус		Silver	Gold	Platinum
Требования				
Минимальные квартальные закупки		70/150 шт.	150/300 шт.	350/550 шт.
Еженедельный отчет в PRM систему				▲
Наличие информации по Lenovo на сайте компании		▲	▲	▲
Достижение таргета $\geq 100\%$			100%	100%
Достижение таргета $90 < \text{результат} < 100\%$			80%	80%
Рибейты (на основе цен RDP)				
Рибейты (при достижении индивидуального таргета, только для партнеров имеющих статус Gold и Platinum)	V, B series (Volume Play)	-	1%	1,5%
	Edge, Edge+ (S series), Monitors, DSK (Value Play)	-	2%	4%
	Think Classic(T,X), Think Tablet (Value Play)	-	3%	6%
Преимущества				
Маркетинговая поддержка	POS	▲	▲	▲
	Компенсация ДЕМО образцов		по запросу	по запросу
	Промоутеры			по запросу
Предложения по специальным моделям				▲
Поддержка проектов и тендеров (BFS)			по запросу	▲
Сертификат партнера Lenovo		▲	▲	▲
Информация в разделе "Где купить" на сайте www.lenovo.ru		▲	▲	▲



IV. Дополнительные пояснения к сводной таблице

1. Таргеты для партнеров разделены по городам: регионы / Москва и Санкт-Петербург
2. Для партнеров Lenovo в зачет таргета идут закупки персональных компьютеров Lenovo (ноутбуки, моноблоки, десктопы и планшеты). Рибейты начисляются за закупку всей продукции SMB Lenovo, за исключением аксессуаров
3. Индивидуальные таргеты устанавливаются только для партнеров статуса Platinum и Gold совместно с курирующими менеджерами и действительны только при условии их письменного подтверждения со стороны Lenovo. По специальным сделкам возможно предоставление фонда совместного маркетингового MDF, условия его предоставления должны обсуждаться индивидуально с представительством Lenovo.
4. Для партнеров Lenovo предусмотрена поддержка в тендерах и проектах посредством авторизации и предоставлении специальных цен (в рамках программы BFS); партнеру необходимо заполнить специальную форму BFS и прислать ее в Lenovo.
5. За модели, которые отгружались в рамках программы поддержки тендеров BFS (Bid From Stock), начисление рибейтов и маркетинга не производится
6. Специальные модели Lenovo и специальные предложения по продукции Lenovo не включаются в подсчет рибейтов (включая: ноутбуки ThinkPad L-серии, Рабочие станции ThinkStation, моноблоки и десктопы ThinkCentre M-серии, Мониторы ThinkVision L<-сери, а так же другие продукты, которые не входят в регулярный TopSellers (сделки, отгружаемые через Relationship департамент))
7. В случае невыполнения таргета, не своевременном предоставлении отчетности и прочих нарушений условий участия в рибейтной программе, Lenovo оставляет за собой право уменьшить размер рибейта.
8. Все партнеры статуса Platinum обязаны присылать еженедельные отчеты о закупках, каждый понедельник до 18.00 курирующему менеджеру. Отчет должен содержать следующие пункты: наименование дистрибьютора, дата закупки, модель, партномер, количество, ваш ID, юридическое лицо, на которое производилась закупка.



V. Описание маркетинговой поддержки

Программа совместного маркетинга

1. Партнеры, удовлетворяющие требованиям статусов Platinum, имеют возможность проводить совместные маркетинговые программы.
2. Размер предоставляемого фонда зависит от планируемого результата на следующий квартал и его фактического выполнения.
3. MDF является условным, что означает в случае 100% и более выполнения согласованного таргета партнером он получает 100% обещанного фонда.
4. В случае выполнения менее 100% – в зависимости от достигнутого результата («R») MDF рассчитывается в соответствии с таблицей:

90%<R<100%	80% MDF
80%<R<90%	70% MDF
50%<R<80%	50% MDF
R50%	0% MDF

5. Размер MDF обсуждается с курирующим менеджером Lenovo в процессе согласования индивидуального плана. Фонд действителен только в течении 1 квартала, по окончанию квартала фонд «сгорает»
6. Компенсация со стороны Lenovo – до 70%, в случае если партнер использует корпоративные макеты Lenovo. В случае если партнер использует свои макеты (соответствующие инструкциям по дизайну и креативам Lenovo): компенсация со стороны Lenovo – до 50%. Все креативы должны быть утверждены менеджерами по совместному маркетингу Lenovo, в противном случае партнеру будет отказано в компенсации.
7. Партнер должен предоставить маркетинговый план не позднее, чем за 2 недели до старта активностей и получить утверждение от менеджеров по совместному маркетингу Lenovo не позднее 10-ого дня последнего месяца квартала (см. Таблицу CMF schedule). Планы должны включать в себя детальное описание услуг, детальную смету и ожидаемый ROI.
8. После проведения кампании Партнер должен запросить компенсацию у Lenovo, предоставить доказательство проведения активности и ROI. Lenovo может запросить дополнительные доказательства соответствия активности корпоративным требованиям
9. Все отчетные документы необходимо предоставить в срок не позднее одного месяца с момента окончания маркетинговой программы; отчет должен соответствовать формату и требованиям Lenovo. Lenovo оставляет за собой право отклонить запрос о компенсации в случае задержки с предоставлением отчета о маркетинговой активности или в случае, если в ходе проверки откроется фиктивность проводимой активности или отчетных документов.
10. Запросы на компенсацию, присланные после окончания дедлайнов, будут считаться недействительными и не подлежат оплате, вне зависимости от наличия всех подтверждающих документов в отчете и утвержденного плана мероприятий.
11. Условия предоставления MDF:



	Q1FY April 01-June 30	Q2FY July 01-September 30	Q3FY October 01-December 31	Q4FY January 01-March 31
Date Plan Due	За две недели до старта активностей, не позднее 10 Июня	За две недели до старта активностей, не позднее 10 Сентября	За две недели до старта активностей, не позднее 10 Декабря	За две недели до старта активностей, не позднее 10 Марта
Date POE Due	После окончания активностей, не позднее 31 Июля	После окончания активностей, не позднее, чем через месяц после завершения активностей; не позже окончания первого месяца следующего квартала		

VI. Общие правила совместного маркетинга

1. Любая совместная активность, запускаемая партнером, должна быть подтверждена менеджерами компании Lenovo в письме.
2. Предложения по проведению маркетинговых активностей должны быть представлены в Lenovo как минимум за две недели до даты начала их проведения.
3. Партнеры должны следовать инструкциям по дизайну и креативам, полученным от менеджеров по маркетингу Lenovo.
4. Список документов, необходимых для отчета, и форма плана предоставляется менеджерами по совместному маркетингу по запросу.

VII. Как стать партнером Lenovo

Для того, чтобы стать авторизованным партнером компании Lenovo необходимо:

- Заполнить электронную бланк-заявку и отправить ее по электронной почте Дмитрию Украинцеву: dukraintsev@lenovo.com
- Получить подтверждение об авторизации с присвоенным статусом и идентификационным номером

Получить бланк-заявку можно у официальных дистрибуторов или менеджеров компании Lenovo.



VIII. Контактная информация

Если у Вас возникли вопросы по партнерской программе, свяжитесь с вашим менеджером в представительстве Lenovo:

	Контактное лицо	Mobile	E-mail
SMB VAR Manager	Андрей Бабин	Тел.: +7 (919) 965-1867	ababin@lenovo.com
SMB Retail Manager	Денис Беляев	Тел.: +7 (919) 964-5868	dbelyaev@lenovo.com
SMB Marketing Manager	Дина Аккуратнова	Тел.: +7 (919) 965-1750	dakkuratnova@lenovo.com
Приволжский ФО	Андрей Булатников	Тел.: +7 (985) 233-4928	bulat@lenovo.com
Южный ФО	Денис Беликов	Тел.: +7 (918) 554-0547	dbelikov@lenovo.com
Уральский ФО	Дмитрий Балабаев	Тел.: +7 (912) 675-5388	dbalabaev@lenovo.com
Сибирский ФО, Дальневосточный ФО	Евгений Иванов	Тел.: +7 (983) 139-5919	eivanov@lenovo.com
Северо-Западный ФО	Александр Лебедев	Тел.: +7 (921) 866-5881	lebedev@lenovo.com