



Партнерская программа Lenovo SMB Q1 2013 (Lenovo Q4FY12)

[Q4 финансовый квартал Lenovo]

Период программы 01.01.2013 – 31.03.2013

Программа описывает условия сотрудничества и преимущества для авторизованных партнеров Lenovo на территории РФ.

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!



I. Основные правила

1. К зачету принимаются закупки у официальных дистрибьюторов (список с контактами приведен в конце программы)
2. Под продукцией Lenovo SMB подразумеваются:
 - a. ноутбуки Lenovo ThinkPad Classic;
 - b. ноутбуки Lenovo ThinkPad EDGE, S-серия, Twist;
 - c. ноутбуки В и V серии;
 - d. настольные ПК ThinkCentre (DSK, AIO);
 - e. рабочие станции ThinkStation;
 - f. мониторы;
 - g. планшеты ThinkPad Tablet;
 - h. Аксессуары.
3. Для учета выполнения таргета, дистрибьюторами предоставляются еженедельные отчеты о ваших закупках (каждый понедельник, до 17.00). Рибейты начисляются ежеквартально, путем выставления кредит-ноты (отдельная кредит нота по каждой группе товара) на баланс дистрибутора. Кредит-нота выпускается в квартале, следующим за отчетным.
4. 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

В расчете рибейта учитываются только данные поданные дистрибьюторами.



II. Партнерские статусы Lenovo

В зависимости от объема закупок Партнерам присваивается один из статусов: Premium или Gold.

Сводная таблица требований и преимуществ для партнеров Lenovo

Партнерский статус		Статусы партнеров LENOVO	
		Premium	Gold
Требования		Регионы / Мск. и СПб.	Регионы / Мск. и СПб.
Минимальные квартальные закупки		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 Premium и Gold)	V, B series (Volume Play)	1%	1,5%
	Edge, Edge+ (S series, Twist), DSK, AIO (Value Play)	2%	4%
	Think Classic(T,X), Think Tablet (Value Play)	3%	6%
Преимущества			
Маркетинговая поддержка	POS	▲	▲
	ThinkPad ДЕМО образцы программа	Для розничных партнеров	Для розничных партнеров
	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		по запросу	по запросу



III. Дополнительные пояснения к сводной таблице

1. Таргеты для партнеров разделены по географии: Регионы / Москва и Санкт-Петербург
2. Для партнеров Lenovo в зачет таргета идут закупки персональных компьютеров Lenovo (ноутбуки, моноблоки, мониторы, десктопы и планшеты). Рибейты начисляются за закупку всей продукции SMB Lenovo, за исключением аксессуаров.
3. Индивидуальные таргеты устанавливаются только для партнеров статуса Premium и Gold совместно с курирующими менеджерами и действительны только при условии их письменного подтверждения со стороны 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 и дистрибьютору.
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<-серий, 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 партнерской программы, Lenovo оставляет за собой право уменьшить размер рибейта.
8. Все партнеры статуса Gold 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.



IV. Описание маркетинговой поддержки

Программа совместного маркетинга

1. Партнеры, удовлетворяющие требованиям статусов Premium и Gold, имеют возможность проводить совместные маркетинговые программы.
2. Размер фонда зависит от планируемого объема закупок на текущий квартал.
3. Компенсация утвержденных активностей зависит от фактического выполнения согласованного таргета.
4. В случае выполнения менее 100%, в зависимости от достигнутого результата («R»), компенсация 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 таргета. Фонд действителен только в течении 1 квартала, по окончанию квартала фонд аннулируется.
6. Компенсация со стороны Lenovo – до 70%, в случае если партнер использует корпоративные макеты Lenovo. Если партнер использует свои макеты (утвержденные 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 раздел IV п.11). 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 предоставления отчета о маркетинговой активности или в случае фиктивности проводимой активности или отчетных документов.
10. Запросы на компенсацию, присланные после окончания срока принятия отчета, будут считаться недействительными и не подлежат оплате, вне зависимости от наличия всех подтверждающих документов, отчета и утвержденного плана мероприятий.



11. Необходимо сохранять оригиналы отчетных документов в течение 1 календарного года с момента окончания активности.

12. Условия предоставления MDF:

MDF	I финансовый квартал 01 Апреля-30 Июня	II Финансовый квартал 01 Июля – 30 Сентября	III Финансовый квартал 01 Октября – 31 Декабря	IV Финансовый квартал 01 Января – 31 Марта
Дата планирования	За две недели до старта активностей, не позднее 10 числа третьего (последнего) месяца квартала			
Дата отчета	Не позже 1 календарного месяца, после окончания активности			

V. Как стать партнером Lenovo?

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.

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.



Контактная информация

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

	Контактное лицо	Телефон	E-mail
SMB VAR Manager	Андрей Бабин	Тел.: +7 (909) 675-1867	ababin@lenovo.com
SMB Retail Manager	Денис Беляев	Тел.: +7 (903) 363-3234	dbelyaev@lenovo.com
SMB Marketing Manager	Дина Аккуратнова	Тел.: +7 (903) 363-3233	dakkuratnova@lenovo.com
Приволжский ФО	Андрей Булатников	Тел.: +7 (903) 549-4928	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

Контакты в компании MERLION

Merlion	Обознов Виталий Хацкелевич Михаил	+7 (495) 981-84-84	oboznov.v@merlion.ru khatskelevich.m@merlion.ru
---------	---	--------------------	--