Партнерская программа по продуктам Lenovo Q3 2015 – РОЗНИЦА (консьюмерские продукты)
(Lenovo финансовый квартал Q2 2015)
Период программы 01.07.2015 – 30.09.2015

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!

Данная 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.

I. Основные правила

1. К зачету принимаются закупки только у официальных дистрибьюторов и оптовых партнеров (список с контактами приведен в конце программы)
2. *Под консьюмерскими продуктами и продукцией Lenovo подразумеваются:*
    a. *ноутбуки Lenovo IdeaPad (серии 100,Y,Z,U,S, Flex, Yoga);*
    b. *ноутбуки бюджетной серии (E,G,N,P);*
    c. *настольные ПК (серии K,H,Q,X);*
    d. *моноблоки IdeaCentre (A,B,C,N, Flex, Horizon, Horizon 2);*
    e. *консьюмерские мониторы Lenovo (LI-series).*
3. Для учета выполнения таргета, дистрибьюторами и оптовыми партнерами предоставляются еженедельные отчеты о продажах (каждый понедельник, до 17.00). Рибейты начисляются ежеквартально, путем выставления кредит-ноты (отдельная кредит нота по каждой группе товара) на баланс дистрибьютора. Кредит-нота выпускается в квартале, следующим за отчетным.
4. В случае расхождения данных по закупкам между отчетами дистрибьютора/оптового партнера и данными розничного 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/оптовыми партнерами.

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:

				Статусы партнеров Леново	
Статусы партнеров				Premium	Gold
ТРЕБОВАНИЯ				Регионы / Мск. и СПб.	Регионы / Мск. и СПб.
MIN квартальные закупки qty				150/350 шт	300/800 шт
Планки для расчета рибейта для продуктов TDT (десктопы)				20/50 шт	50/100 шт
Наличие на сайте информации по Lenovo				▲	▲
РИБЕЙТЫ (на основе цен RDP)					
При достижении согласованного объема	Volume models	Level 1	90% ≥ результат < 100%	0,80%	1,00%
		Level 2	результат ≥ 100%	1,00%	1,50%
	Value models	Level 1	90% ≥ результат < 100%	1,50%	3,00%
		Level 2	результат ≥ 100%	2,00%	4,00%
При достижении планки статуса	Volume models			-	-
	Value models				
ПРЕИМУЩЕСТВА					
Маркетинговая поддержка	*Доля Lenovo в совместном маркетинге*				до 70%
	Маркетинговые материалы			▲	▲
	Предоставление промоутеров				по запросу
Специальная цена RDP					до 4%
Предложение по специальным моделям					▲
Сертификат партнера Lenovo				▲	▲
Информация на сайте Lenovo в разделе “Где купить”				по запросу	по запросу
Стимулирование продавцов					по запросу
Защита склада					по запросу

III. Дополнительные пояснения к сводной таблице

1. Таргеты для партнеров разделены по географии: Регионы/Москва и СПб.

2. Для розничных партнеров в зачет таргета идут закупки консьюмерской продукции Lenovo (ноутбуки, моноблоки, десктопы, мониторы). Рибейты начисляются за закупку всей консьюмерской продукции Lenovo, за исключением аксессуаров.

3. Индивидуальные таргеты устанавливаются для партнеров статуса Premium, Gold совместно с курирующими менеджерами и действительны только при условии их подтверждения со стороны Lenovo.

4. Расчет рибейта по десктопам начинается при достижении планки по данным продуктам. В противном случае, данные коробки учитываются в выполнении таргета, но не учитываются в расчёте рибейта.

5. К консьюмерской продукции Lenovo относится следующее:

- Lenovo “Volume models” включают в себя ноутбуки серии IdeaPad (Z,S), IdeaPad 100, базовая серия (E,G,N,P); моноблоки базовой серии (C, N); десктопы базовой серии (H); консьюмерские мониторы Lenovo (LI-series).
- Lenovo “Value models” включают в себя ноутбуки серии IdeaPad (Y, U, Flex, Yoga); моноблоки серии IdeaCentre (A, B, Flex, Horizon, Horizon 2); десктопы серии IdeaCentre (K, Q, X).

6. Начисление квартальных рибейтов будет производиться при условии выполнения партнерами согласованных индивидуальных таргетов (от 90% и более).

7. По специальным сделкам возможно предоставление фонда совместного маркетингового MDF, условия его предоставления должны обсуждаться индивидуально с представительством Lenovo .

8. Специальные модели Lenovo и специальные предложения по продукции Lenovo не включаются в подсчет рибейтов

IV. Описание маркетинговой поддержки

Программа совместного маркетинга

1. Партнеры, удовлетворяющие требованиям статусов Premium и Gold, имеют возможность проводить совместные маркетинговые программы.
2. В акциях могут принимать участие только товары Lenovo, закупленные у официальных дистрибуторов и оптовых партнеров.
3. Размер фонда зависит от планируемого объема закупок на текущий квартал.
4. Компенсация утвержденных активностей зависит от фактического выполнения согласованного таргета.
5. 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

6. Размер MDF обсуждается с курирующим менеджером Lenovo в процессе согласования индивидуального таргета. Фонд действителен только в течении 1 квартала, по окончанию квартала фонд аннулируется.
7. 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 и соответствовать гайдлайнам компании Lenovo.
8. 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. Менеджер по совместному маркетингу может отклонить план в одностороннем порядке, если план включает активности, не соответствующие маркетинговой политике компании Lenovo.

9. После проведения кампании Партнер должен запросить компенсацию у Lenovo, предоставить доказательство проведения активности и ROI. Lenovo может запросить любые дополнительные доказательства проведения активности.
10. 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, в случае фиктивности проводимой активности или хотя бы одного из отчетных документов.
11. К отчету не допускаются любые обработанные в графических редакторах документы.
12. 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.
13. Необходимо сохранять оригиналы отчетных документов в течение 1 календарного года с момента окончания активности.
14. 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 Камиле Бакировой kbakirova@lenovo.com
- Получить подтверждение об авторизации с присвоенным статусом и идентификационным номером

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

VI. Список официальных дистрибуторов Lenovo по консьюмерским продуктам:

			Дистрибуция по продуктам Lenovo	
	Контактное лицо	**Телефон**	**Ноутбуки**	**Моноблоки, настольные ПК, мониторы**
STATEN	Разумовский Андрей	+7 (495) 221-11-11	V	
	Морозова Елена			V

Официальные оптовые партнеры Lenovo по консьюмерским продуктам:

			Оптовый партнер по продуктам Lenovo	
	Контактное лицо	**Телефон**	**Ноутбуки**	**Моноблоки, настольные ПК, мониторы**
ELKO	Бабков Михаил	+7 (495) 234-99-39	V	V
OCS	Анфилофьев Андрей	+7 (495) 995-25-75	V	
Resource Media	Машкарин Андрей	+7 (495) 933-76-16	V	V
Technotrade	Козлов Николай	+7 (495) 970-13-83	V	V

Особым статусом является оптовый партнер, который осуществляет закупки на внутреннем рынке с целью поставок клиентам своей дилерской сети. Закупки у оптового партнера приравниваются к закупкам у официального дистрибутора.

VII. Контактная информация

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

Приволжский ФО	Владимир Мухин	**Тел.: +7 (903) 549-9219**
Южный ФО, Уральский ФО	Денис Беликов	**Тел.: +7 (918) 554-0547**
Сибирский ФО Дальневосточный ФО	Евгений Иванов	**Тел.: +7 (983) 139-5919**
Москва, Центральный ФО	Андрей Леонтьев	**Тел.: +7 (903) 549-3272**
	Андрей Булатников	**Тел.: +7 (903) 549-4928**
	Павел Васильев	**Тел.: +7 (903) 549-6874**
Северо-Западный ФО	Александр Лебедев	**Тел.: +7 (921) 866-5881**
Менеджер по маркетингу (все регионы)	Кристина Балакер	**Тел.: +7 (903) 617-3231**