

Правила партнерской программы

Для кого данная партнерская программа

1. Действующие компании и индивидуальные предприниматели. В идеале, имеющих клиентскую в B2B сегментах. Но, как таковых ограничений нет. Партнером может стать любая компания.
2. Хотите свой бизнес? Начинающие предприниматели. Если Вы ищите идею для создания бизнеса с нуля, то это один из вариантов.
3. Для компаний, которым необходим новый информационный повод для входа к клиентам. Наши продукты позволят Вам входить в компании различного уровня.
4. Хотите построить системные продажи у себя в компании? Это один из вариантов. Но, придется еще и зарабатывать, продавая наши продукты.
5. Вы засиделись? Хотите заниматься консалтингом? Это один из вариантов. Как найти клиентов и научиться делать консалтинг на 5+. Но, при этом придется еще и зарабатывать, продавая продукты проекта.

Основные тезисы партнерской программы. Идеология.

1. Вы расширяете клиентскую базу для продажи основных продуктов в своего бизнеса. Продукты Партнерской программы — это точка входа во большинство компаний региона.
2. Это отдельный бизнес. Недопустимо его вести по принципу «лишь бы было». Нарастиваем базу, держим конверсию, следим за маржинальностью, нанимаем персонал, учим персонал, платим налоги.
3. Однодневное сотрудничество не рассматривается вообще. Интересует только бизнес на десятилетия с максимальной выгодой партнеров.
4. Дисциплина — залог великих побед. Огромное внимание в проекте уделяется системности. Никакой самодеятельности. Работаем строго по плану и в соответствии со стратегией.
5. Доход партнеров и команды партнеров — приоритет №1. Поэтому мы много учимся. Учимся работать по алгоритму продаж, учимся управлять по алгоритму управления продажами.

Определения

Правообладатель (Центральный офис)

Автор учебных материалов, программ тренингов, программ семинаров, программ консалтинга, программ учебно-тренировочных курсов. На сегодняшний день основным правообладателем является Антон Берсерк. Все партнерские договора заключаются от имени правообладателя, либо от юридических лиц, которые имеют право заключать договора от правообладателя.

Партнер

Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, который готов заниматься продвижением продуктов партнерской программы в рамках оговоренного региона. Допустимы также методы продвижения продуктов с помощью средств удаленных коммуникаций (сеть Интернет). Основанием для сотрудничества является Партнерский договор, а также согласие с данными правилами.

Все затраты по реализации продвижения партнер несет сам. Правообладателем осуществляется информационная поддержка, обучение партнера, а также поддержка рекламная в рамках федеральной программы информирования потенциального рынка.

Продукты партнерской программы

Продуктом является любой образовательный проект, который имеет упакованный вид и понятное ценообразование. Разновидности продуктов, которые на сегодняшний день доступны к продажам:

- Учебно-тренировочный онлайн-центр «СуперРОП». Продажа ежемесячного доступа к материалам.
- Тренинги «Алгоритм Продаж» для менеджеров по продажам и для руководителей отделов продаж. Продажа 1-2 дневных учебных программ.
- Построение отдела продаж. Продажа 3-х месячных программ сопровождения проектов.
- Аудит системы продаж. Продажа 1-3 дневных программ выявления точек провала системы продаж.
- Персональные консультации. Продажа 1-2 часовых дистанционных консультационных блоков.
- Сопровождение системы продаж. Продажа 1-2 месячных проектов сопровождения внедрений. Продажа долгосрочных контрактов сопровождения проектов.
- Партнерские продукты (перепродажа чужих услуг)
- Платформа Vindex

Каждый продукт имеет системное ценообразование, где присутствует доход правообладателя и доход партнера. Все доходы облагаются налогами в соответствии с законодательством РФ.

Продуктовая линейка партнерской программы может быть расширена за счет новых партнерских продуктов. Полное описание партнерских продуктов находится на сайте Правообладателя (www.1-or.ru)

Отдел продаж партнера

Продажа партнерских продуктов должна происходить строго по схеме, которая описана в Алгоритме продаж проекта. Для реализации продаж необходимо выделение отдельных штатных единиц, которые должны заниматься поиском клиентов и переговорами. Сопровождением клиентов, которые уже совершили покупку занимается отдел сопровождения Правообладателя.

Может ли сам партнер являться Отделом продаж? Да, может. Но, при условии, что выполняются правила испытательного срока и динамические показатели прироста клиентской базы. Партнер в этом случае должен быть готов нести на себе нагрузку по поиску потенциальных клиентов и реализации с ними Алгоритма продаж.

Клиентская база

Формирование клиентской базы должно осуществляться строго по правилам, которые описаны в Алгоритме продаж. Накопление, разогрев и обработку клиентской базы Партнер осуществляет полностью за свой счет.

Клиентская база партнера должна формироваться строго по принципам территориального деления. То есть клиенты закрепляются за партнером в тех регионах, где партнер имеет эксклюзивное право распространения продуктов партнерской программы.

Правило эксклюзивного представления

Внимательно прочитайте данное правило. Соглашаясь с условиями партнерской программы Вы обязуетесь заниматься развитием партнерских продуктов под брендом Антон Берсерк и производных от него. Продвижение продуктов других спикеров и тренеров в данной Партнерской программе запрещено. Исключения возможны только по согласованию с Правообладателем.

Просьба внимательно осознать данный пункт. Правило концентрации является основным залогом успешности проекта Партнерского бизнеса.

Нарушение данного пункта влечет за собой незамедлительно расторжение договора с Правообладателем.

Рекламные компании

Маркетинговые усилия, которые прикладывает партнер для поиска новых клиентов. Осуществляются полностью за счет партнера, с возможностью получения от правообладателя маркетингового бюджета-компенсации (фиксированный платеж на 12 месяцев). Бюджет компенсации выплачивается ТОЛЬКО при условии выполнения поставленных планов продаж партнером.

Партнерский договор

Соглашение между Правообладателем и Партнерам об условиях сотрудничества и правилах разделения прибыли от реализации проекта при продаже партнерских продуктов. Заключается на 12 месяцев с правом ежегодной автоматической пролонгации.

Партнерский ID

Каждый партнер получает специальный идентификационный номер. Он необходим для работы с личным кабинетом, а также для проведения внутренних аттестационных и обучающих мероприятий проекта.

Обязательное обучение нового партнера

Каждый партнер должен пройти вводное обучение от Правообладателя. Обучение производится платно и только при наличии платного доступа к основному продукту проекта: Учебно-тренировочный онлайн-центр «СуперРОП».

- Стоимость подключения к платформе «СуперРОП» осуществляется по прейскуранту текущего месяца, в котором партнер изъявляет желание об участии в партнерской программе.
- Стоимость вводного обучения для нового партнера составляет 60.000 рублей за 8 академических часов персонального инструктажа. Алгоритм продаж в полной версии предоставляется только после прохождения вводного обучения.
- Программа «Быстрый старт». Стоимость программы — 120.000 рублей. Данный формат выездной. На 2 дня к партнеру приезжает команда запуска для вводного обучения и запуска продаж продуктов партнерской программы.

Обязательное обучение нового партнера — это критерий готовности следовать правилам партнерской программы при формировании торгового оборота. Стоимость обязательного обучения возвращается через 12 месяцев сотрудничества. Цель не стоит заработать на этом. Цель — ответственность партнера при принятии решения работать над развитием Партнерской программы.

Стоимость обязательного обучения может быть возвращена и в более короткие сроки, при условии успешного развития продаж партнерских продуктов.

При досрочном приостановлении партнерского договора изи невыполнения обязательств или при не прохождении испытательного срока, стоимость обязательного обучения не возвращается. Тем самым компенсируются затраты на подготовку партнера.

Испытательный срок для нового партнера

Испытательный срок — 3 месяца. За этот период оценивается активность партнера при наработке клиентской базы. Доход партнера — приоритет номер один. Пассивность недопускается. Это противоречит идее проекта.

Пороги испытательного срока оговариваются индивидуально с каждым партнером. Многое зависит от плотности региона, в котором работает партнер.

Что оценивается:

- Скорость прироста базы потенциальных клиентов
- Размер базы потенциальных клиентов
- Количество звонков и встреч с потенциальными клиентами
- Количество презентаций
- Количество продаж
- Размер стратегического архива

Алгоритм продаж

Правила работы с клиентами. Пошаговый план продаж. Кроме этого алгоритм продаж описывает работу со стратегическим архивом в периоде (циклический разогрев клиента на длительных сроках).

Является основным документом проекта по продаже партнерских продуктов. Именно по нему строится развитие продаж, именно по нему строится обучение партнеров, именно по нему производится аттестация партнеров.

План продаж партнера

Для успешной реализации сбытовых стратегий, все партнеры проекта имеют обязательный план продаж на 1 месяц, на 3 месяца, на 6 месяцев, на 12 месяцев. Рост дохода партнеров невозможен без стабильного роста продаж.

Выполнение плана продаж является обязательным условием реализации партнерской программы. Нет роста — нет партнерства. Пассивное сотрудничество не принесет пользы никому.

Коробка

Условное обозначение продуктов, которое вводится для более упрощенного восприятия бизнес-модели проекта. План продаж для партнеров выставляется по 2 параметрам:

- Количество коробок продаваемых за период
- Средняя стоимость коробок продаваемых за период

Количество продаваемых коробок всегда идет в приоритете. Коробка — условная единица для оценки плотности насыщения рынка продуктами партнерской программы. Средняя стоимость продаваемых коробок — способ увеличения оборота партнера и тем самым увеличение дохода партнера.

Минимальная розничная цена

У каждого продукта есть 2 грани определения цены:

- Цена отгрузки. Стоимость коробки, которую получает Правообладатель при любых условиях продаж со стороны партнера.
- Минимальная розничная цена на рынке. Минимально допустимый уровень цен на продаваемые коробки. Ограничивает допустимые скидки со стороны партнеров. Исключает правило неограниченного демпинга.

Допустимые скидки

У каждого продукта есть рыночная стоимость для рынка. У каждого продукта также есть минимальная розничная цена. Разница между минимальной ценой и рекомендованной является допустимым пределом для торга с клиентом. Чем больше скидку дает партнер, тем меньше прибыль от продажи он получает.

Платеж клиента

Прием платежей от клиента может осуществляться двумя способами:

- Партнер принимает платежи самостоятельно и по окончании отчетного периода перечисляет Правообладателю Цену отгрузки (отгрузочная стоимость коробки). Процедура взаиморасчетов прописывается в договоре.
- Платеж от клиента принимает компания Правообладателя и по окончании отчетного периода перечисляет Партнеру разницу между Ценой отгрузки и Ценой продажи (стоимость обозначенная конечному клиенту). Процедура взаиморасчетов прописывается в договоре.

Стартовый период запуска регионального центра

Составляет 2 месяца с начала сотрудничества. Под каждого партнера составляется план запуска регионального центра. Процедура внедрения выглядит следующим образом:

- Ежедневные планерки по прогрессу
- Ежемесячные собрания по прогрессу
- Помощь в конечном убеждении клиентов
- Дообучение сотрудников по работе с алгоритмом продаж

Мы против пассивных продаж. Смысл партнерской программы заключается в построении сильного бизнеса с неограниченными возможностями.

Сбытовая территория и правила Интернет-продаж

Каждый партнер определяет регион продаж из расчета 1 партнер — 1 город + область.

Расширение количества городов возможно только при условии увеличения маркетинговых бюджетов и штатного расписания для продвижения продуктов Партнерской программы.

Основной приоритет — продажа в офлайне, внутри выбранного региона. Строим базу, проводим презентации, закрываем сделки. Но, при желании партнера мы также допускаем возможность продажи коробок и внутри других регионов, которые не входят в сбытовую территорию партнера.

Продажи возможны при продвижении сайтов через средства Интернет-рекламы. Клиенты найденные таким образом также засчитываются в актив партнера.

Ежегодный рост клиентского массива

Устойчивая модель продаж — это растущая модель продаж. В соответствии с этим каждый партнер обязан прикладывать усилия для ежегодного увеличения клиентского массива. Минимальный рост, который устанавливается для партнеров — 10%. Формула проста: для примера, за первый год план продаж — 100 коробок, следующий год план продаж будет составлять не менее 110 коробок и так далее.

Точный процент прироста обозначается в конце каждого отчетного периода (ноябрь-декабрь).

Циклическая система обучения партнеров

Минимальная образовательная часть для партнеров — системная рассылка обучающих материалов первого уровня, а также циклические вебинары, которые проходят минимум 1 раз в месяц. Кроме этого, обязательной программой считается регулярное общение с наставником.

Главный приоритет проекта — учимся всегда одному и тому же, но в цикле. Сила продаж именно в этом и заключается.

Аттестация партнеров

Все партнеры должны проходить обязательную ежегодную аттестацию на знание продукта, алгоритма продаж, а также модели управления продажами.

Партнерский учебно-тренировочный центр онлайн-центр проекта «СуперПартнер»

Обучение партнеров внутри системы производится за счет партнеров. Подключение к системе обучения — 5000 рублей в месяц. Все партнеры обеспечиваются учебными курсами, методическими пособиями, основная цель которых увеличить продажи текущих продуктов партнерской программы.

Участие в работе учебного центра- не обязательно условие. По идее, материалов учебно-

тренировочного центра «СуперРОП» должно хватать для того, чтобы работать максимально эффективно. Но, в учебном центре для партнеров мы соберем информацию, которая максимально кастомизирована под продажу учебных программ и консалтинговых продуктов.

Для всех участников учебного центра предусмотрено несколько основных возможностей:

- Бесплатная подписка на новые выпуски системных справочников «АкулаПРОдаж» и «Алгоритм Продаж».
- Участие в закрытых тренировочных блоках по продаже продуктов Партнерской Программы, а также по управлению региональным центром.
- Отдельная тренировочная аттестация по методике «СуперРОП».

Как стать партнером

1. Партнером проекта «СуперРОП», который имеет платный аккаунт в системе. Важно. Только зная продукт изнутри Вы сможете эффективно его продавать.
2. Каждый потенциальный партнер должен пройти персональное собеседование с руководителем проекта.
3. В партнерской программе могут принимать только юридические лица и ИП. Взаиморасчеты между партнерами и правообладателем производятся только по безналичному расчету на основании выставленных актов.
4. Старт партнерской программы — это 4 действия:
 - Покупка доступа к учебно-тренировочному онлайн-центру «СуперРОП». Минимальный платеж определяется прейскурантом текущего периода.
 - Оплата обязательного обучения нового партнера (см. определение). Прохождение обязательного обучения.
 - Заключение партнерского договора и запуск Стартового периода. Пуск испытательного срока нового партнера.
 - Итоговая аттестация и запуск основной партнерской программы.

Как формируется доход партнера (маркетинг-план)

Основной доход партнера

Маржинальность продуктов различная. Но, средний процент, который получает партнер со всех учебных продуктов — 50% (при условии продажи по рекомендуемой розничной цене без скидок).

Доход партнера второго уровня

Вы можете привлекать новых партнеров в проект. Ваш доход будет составлять 10% от уровня дохода привлеченного Вам партнера.

Самостоятельный консалтинг

Вы можете оказывать консалтинговые услуги клиентам, которых Вы привлекаете в результате продажи продуктов Партнерской программы. В этом случае доход на все 100% Ваш. Тренинг, консультация, аудит системы продаж, сопровождение проектов и т. д.

В случае самостоятельного консалтинга, Вы можете обращаться за помощью в Центральный офис за консультационной помощью (оплачивается отдельно). Также Вы можете привлекать специалистов Центрального офиса к реализации проектов (процент оговаривается отдельно).

Запуск продуктов по сети

Вы можете создавать собственные информационные продукты и предлагать их на продажу партнерам сети. В этом случае центральный офис оставляет за собой право удерживать административный сбор. Все остальные расчеты будут производиться по формуле получения Основного дохода партнера.

Обучение партнеров сети

По согласованию с Центральным офисом, Вы можете проводить платное обучение для партнеров сети. Формат проведения таких обучающих мероприятий оговаривается отдельно.

Годовой маркетинговый бюджет-компенсация

При выполнении поставленных планов продаж, партнер получает возможность получения маркетингового бюджета-компенсации в размере, который рассчитывается индивидуально в зависимости от оборота партнера.

Циклическая система обучения партнеров

Обучение внутри проекта разделено на 3 основных уровня:

- Стартовое обучение.
- Системное обучение
- Обучение с наставником
- Внутренний журнал «АкулаПРОдаж» и «Алгоритм Продаж»
- Учебно-тренировочный онлайн центр «СуперПартнер»

Управленческая модель проекта

- Соборания 1 раз в 2 недели на уровне руководителей центров
- Ежемесячные итоговые собрания по результатам продаж месяца
- Ежеквартальное собрание по определению сбытовой стратегии проекта
- Ежегодное собрание партнеров