

Маркетинговая поддержка и условия работы с совместными маркетинговыми фондами (МДФ)

Маркетинговая поддержка

Компания POWERCOM оказывает партнеру маркетинговую поддержку, необходимую для успешного продвижения продукции на рынке. В качестве такой поддержки выступает техническая и рекламная информация о продукте, новостная рассылка, обзоры моделей и серий, видео материалы, макеты буклетов, листовок, баннеры и графические изображения, которые партнер может использовать у себя на сайте или в презентациях для заказчика.

Маркетинговые фонды (МДФ)

МДФ партнера может составлять до 5% от оборота за отчетный период, где под оборотом понимается общий объем закупок продукции POWERCOM у официальных дистрибьюторов. В расчете МДФ партнерам со статусами ARP и AR не учитываются закупки, сделанные по специальным или распродажным ценам.

Регламент использования маркетинговых фондов

1. МДФ может быть использован только на проведение совместных маркетинговых и рекламных кампаний из расчета 50% от общих затрат.
2. Маркетинговый фонд может быть использован в течение полугода после квартала, за который он был начислен. Если фонд в указанный срок не использован или использован не полностью, то оставшиеся суммы аннулируются.
3. Для получения средств из фонда (МДФ) необходимо:

3.1. разработать и предложить маркетинговую или рекламную кампанию для стимулирования продаж товаров POWERCOM.

3.2. утвердить разработанный план в департаменте маркетинга POWERCOM (согласовать цели компании, сроки проведения кампании; сумму планируемых расходов; товары POWERCOM, которые будут участвовать в кампании)

3.3. предоставить полный отчет по завершению маркетинговой или рекламной кампании (счета, медиа и фотоматериалы), включая отчет о реальных продажах товаров POWERCOM за время кампании. Отчет должен отражать результат кампании в сравнении с согласованной целью, которую планировалось достичь; если результат не соответствует цели, то необходимо описать причины отклонения.

Варианты использования совместных маркетинговых фондов:

Интернет-реклама	Самый широкий спектр совместной активности, например, контекстная реклама в поисковых системах, оптимизация отдельных страниц и разделов сайта, баннерная реклама, обзоры продукции, включая размещение в блогах и видео блогах.
SMM	Реклама в социальных сетях может включать, как создание нового контента и его последующего продвижения, так и адаптацию и продвижение контента, предоставляемого POWERCOM.

Рекламные акции	Разработка и проведение рекламной акции в розничном магазине, на торговой точке, в интернет-магазине
Конференции, выставки	Семинары, выставки, конференции для предоставления информации и продуктах POWERCOM, а так же участие компании POWERCOM в конференции, организованной партнером. Взнос может быть на 100% покрыт из фонда МДФ.

Перечень совместной рекламной активности с партнером может быть расширен за счет обоснованного предложения со стороны партнера.