

Бигтех для бизнеса

Правила совместных маркетинговых фондов ФГ27



Содержание



1. Основные правила и положения
2. Приоритеты ФГ27
3. Процесс
4. Контакты
5. Полезные файлы



Определение маркетинговых фондов



Маркетинговый фонд, это денежные средства, которые Т1 предоставляет своим партнёрам для проведения совместных маркетинговых активностей, направленных на формирование спроса и поддержку продаж соответствующих продуктов и решений



Маркетинговый бюджет не является скидкой на закупленную продукцию и не используется для закрытия существующей сделки



Проведение мероприятия совместно с партнёром сопровождается всем необходимым документооборотом в соответствии с законодательством РФ и стран СНГ



Цель: Выполнения KPI по MQL, SQL по итогам проведения мероприятия и регистрациям их партнёром на «Партнёрском портале»



Типы PR & маркетинговых активностей с партнерами



PR

- + Пресс-релизы
- + Экспертные статьи
- + Публикации в сторонних ресурсах



Онлайн активности

- + Вебинары
- + Рассылки
- + Email рассылки
- + Создание закрытых страниц под продукт
- + Конкурсы
- + Продвижение в социальных сетях
- + Digital кампании



Офлайн активности

- + Офлайн мероприятия
- + Совместное участие в сторонних конференциях
- + Account based marketing
- + Участие представителей вендора в мероприятиях партнера
- + Спонсорское участие
- + Моновендорные мероприятия с партнером



Имиджевые активности

- + Офлайн активности для партнеров
- + Обучение партнеров
- + Рекрутмент партнеров
- + Лояльность партнеров
- + Узнаваемость бренда
- + Позиционирование бренда



Стандартный процесс планирования и получения компенсации от T1



Планирование

- + Подписание бизнес плана и определение целевой аудитории и продуктовых приоритетов
- + Обсуждение возможных активностей менеджером по работе с партнёрами
- + Подача заявки на совместный маркетинг в установленные сроки по установленной форме



Выполнение

- + Получение офиц. подтверждения путем email совместных активностей
- + Согласование финальных деталей активности (программа, дата, список участников, и т.п.)
- + Подписание необходимых документов



Отчет и follow-up

- + Предоставление краткого описания в эл. виде в течение 10 дней после мероприятия договоренности с заказчиками
- + Предоставление оригиналов в течение 30 дней после мероприятия
- + Заведение лидов через партнёрский портал по ссылке <https://partner.t1-soft.ru/> в количестве согласованном в KPI партнёра по мероприятию
- + Финансирование расходов на мероприятия 50/50 с партнёром



Шаги планирования и проведения активностей в формате обсуждения



Ценностное предложение

- + Какие задачи заказчиков мы хотим решить?
- + Почему заказчик посетит наше мероприятие?



Ожидаемый SQL

- + Количество потенциальных сделок
- + Количество CRM-регистраций



Целевой сегмент

- + Мы обращаемся к одной конкретной индустрии или к разным?
- + Какие продукты будут актуальны?



Целевая аудитория

- + Профиль целевого участника
- + Профиль лица, принимающего решение



Количество заказчиков

- + На какое количество заказчиков рассчитана наша активность?
- + Территориальная принадлежность



Контакты заказчиков

- + Есть ли у нас соответствующая база заказчиков с контактными данными?
- + Если нет, можно использовать платные каналы для приглажительной компании



Конкурентное положение

- + Идентифицируйте ваши конкурентные преимущества
- + SWOT-анализ



Дополнительные сведения

- + Объем бизнеса заказчика
- + Оценка других решений на рынке

Тактика и бюджет



Выбор маркетинговой тактики

- + Используйте интегрированный маркетинговый подход
- + Используйте почтовые рассылки, цифровые кампании и кампании в соцсетях
- + Используйте телемаркетинг/специалистов по развитию бизнеса для идентификации лидов
- + Проводите фокусные мероприятия для заинтересованных заказчиков для идентификации возможных сделок и создания пайплайна
- + Совместное участие в сторонних конференциях



Бюджет

- + Определите необходимый бюджет активности (совместное финансирование 50/50), или оплата каждой стороны своих расходов по договоренности



Отчет и follow up

- + Процесс Follow-up должен следовать после каждой активности для идентификации лидов и потенциальных сделок (См. слайд №)



Регистрация сделки — защита инвестиций партнёра в ФГ27



Защита сделки на 2 месяца
с пролонгацией при соблюдении требования
к положительной динамике продвижения
сделки по стадиям закрытия и
согласованием этого с ответственным
партнёрским менеджером,
закрепленным за партнёром



Система регистрации сделок является
единой для всего партнёрского канала
по [ссылке https://partner.t1-soft.ru/](https://partner.t1-soft.ru/)



Для регистрации сделок
используются два алгоритма:

SQL — заполнение формы регистрации
сделки продавцом партнёра/направление
заявки через Партнёрский портал



Предварительные условия для использования маркетингового бюджета в ФГ27 для партнёров



- + Партнёрское соглашение
- + NDA соглашение



- + Прохождение специализированного обучения в партнерской академии
- + Получение сертификата по обучению



Официальное письмо с подтверждением конкретной маркетинговой активности на условиях финансирования 50/50



Предоставление закрывающих документов



Форма заявки на бюджет и сроки подачи



Заявка на бюджет должна быть подана не позднее, чем за 1,5 месяца до начала кампании

Если требуется подписание NDA или иных партнёрских документов, то заявку необходимо прислать за 3 месяца до начала кампании



Вместе с заявкой на бюджет просим присылать смету от агентства, если привлекаются подрядчики



Сроки для подачи заявок для заведения счета в систему — **не позднее 1 месяца**



Просим присылать заявки по установленной форме



заявка на
бюджет 

Данные условия распространяются на кампании, проводимые как партнёром напрямую, так и через дистрибьютора

Обязательные требования для проведения совместных мероприятий



Совместная символика на всех маркетинговых материалах, посадочных страницах и т. д.

01

Приглашение и регистрация на мероприятие проводится партнёром и Т1 по предварительно согласованному списку потенциальных участников; механика регистрации и приглашения обсуждается дополнительно

02

Минимальное кол-во участников (например, на вебинаре) — 50% от заявленного партнёром числа в маркетинговой заявке

03

Необходимо предоставить отчет по результатам обзвона заказчиков — follow-up (см. слайд 11)

04

В течение 10 дней после мероприятия партнёр обязан зарегистрировать заказчиков на Партнерском портале со всей контактной информацией: имя, компания, должность, email, телефон. Результат первого этапом follow-up (первичный прозвон). Второй этап follow-up предоставляется по истечению 20 дней

05

Все PR активности, в которых встречается упоминание о Т1, необходимо заранее согласовывать с PR-департаментом Т1

06

Требования к отчёту

Что может входить в отчётные документы



01

Список участников с контактами
с пометкой о посещении/регистрации

02

Предоставление краткого описания
договоренности с заказчиками в эл. виде
в течение 10 дней после мероприятия

03

Ссылка на страницу в интернете, скриншоты;
статистика посещений; приглашения
на вебинары; социальные посты, фотоотчет,
ссылка на видео, если проводилось.

04

Рассылка - письма; количество отправленных
писем; процент от количества: успешно
доставлено; открыто; получен ответ

05

Программа мероприятия/вебинара

06

Счета третьих лиц (Сканы документов
от подрядчиков, подтверждающие
все затраты по смете).



Заккрытие активности и компенсация

После подтверждения отчёта, партнёр должен не позднее чем в течение 30 дней выслать оригиналы закрывающих документов (счет, 2 акта, счет-фактура). В закрывающих документах, в поле «описание услуг» ОБЯЗАТЕЛЬНО внести описание предоставленных услуг

Форма регистрации сделки



По ссылке потребуется введение следующей информации 

Раздел 1. Конечный пользователь		Раздел 3. Партнёр		Раздел 5. Информация о сделке	
Точное наименование организации — конечного пользователя на русском (без кавычек, форма собственности в конце)	Заказчик ПАО	Точное наименование организации партнера (без кавычек, форма собственности в конце)	Партнер ООО	Продукт сделки	PPM
ИНН Заказчика	7812312323	ИНН Партнера	<u>7712321323</u>	Планируемое количество лицензий	100
Организация из госсектора? (да/нет)	Да/Нет	Веб-сайт партнера	<u>www.partner.ru</u>	Планируемая дата сделки	45015
Веб-сайт Заказчика	<u>www.customer.ru</u>	Юридический адрес организации партнера включая индекс	43 Tverskaya str., Moscow, 121131	Вид закупки	конкурс
Юридический адрес организации – конечного пользователя, включая индекс (на английском)	51 Nevsky prospect, St. Petersburg, 197791				
Точное наименование организации – конечного пользователя на английском (без кавычек, форма собственности в конце)	Customer PJSC				

Раздел 2. Контактное лицо в конечном пользователе		Раздел 4. Контактное лицо в партнере		Раздел 6. Прочая информация	
ФИО	Vasily Sidorov	ФИО	Petr Ivanov	+ Источник лида + Маркетинговые активности	
Должность	CIO	Должность	Sales manager		
Телефон	(812) 123-4567	Телефон	(495) 456-7890		
Емейл	sidorov@client.ru	Емейл	Ivanov@partner.ru		

Маркетинговые ресурсы для партнёров

Полезные ссылки



<https://t1.ru/logos/>

<https://partner.t1-soft.ru/>



Контакты в партнёрском отделе



 Исмамов Борис Менеджер партнерских программ partner@t1-soft.ru bismatov@t1-soft.ru	Согласование плана активностей, содержания заявок, отчета и другие маркетинговые вопросы
 Курылева Елена Руководитель отдела ekuryleva@t1-team.ru	Согласование партнёрского соглашения, NDA, вопросы по оплате счета, и прочие финансовые вопросы
 Ваш персональный партнёрский менеджер	Вопросы по регистрации сделок на Партнёрском портале 