

СЦЕНАРИЙ. ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ (ДИЛЕРСКАЯ, ПАРТНЕРСКАЯ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ)

Специфика

Тип: стратегические переговоры.

Место: офис партнера или нейтральная площадка.

Формат: очные с презентацией или онлайн.

Состав: директор, коммерческий директор, представитель отдела продаж или закупок.

Конфиденциальность: закрытые.

Особенности: переговоры затрагивают долгосрочные обязательства, условия эксклюзивности, ценовую политику, маркетинг.

Цель переговоров: достичь соглашения о сотрудничестве: заключить договор дилерства, партнерства или дистрибуции.

Структура встречи

Подготовка. Проанализируйте рынок: конкуренты, цены, доля. Определите цели: объем закупок/продаж, территориальные права, условия эксклюзивности. Подготовьте аргументы: бренд, продукт, опыт. Рассчитайте экономику: маржинальность, логистика, поддержка.

Открытие (5 мин). Представьтесь, обозначьте цель: «Мы хотим обсудить условия партнерства или дилерства». Установите регламент: один час, фиксируем договоренности письменно. Подчеркните долгосрочный характер отношений.

Вариант 1. Вы предлагаете дилерство или партнерство

Изучение позиции партнера (10-15 мин). Спросите о его целях, рынке, опыте продаж. Узнайте, какие условия для него критичны: цена, эксклюзивность, маркетинг.

СЦЕНАРИЙ. ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ (ДИЛЕРСКАЯ, ПАРТНЕРСКАЯ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ)

Презентация предложения (15-20 мин). Представьте продукт, бренд, выгоды партнерства. Обоснуйте цены, маржу, бонусы. Расскажите о поддержке: маркетинг, обучение, логистика.

Обсуждение и снятие возражений (20 мин). Ответьте на сомнения: «Дорого», «Сложно продавать». Предложите пилотные партии, совместные акции. Согласуйте маркетинговые обязательства.

Фиксация договоренностей (10 мин). Зафиксируйте условия: объемы закупок, территорию, цены, бонусы. Определите сроки подписания договора.

Вариант 2. Вы хотите стать дилером или партнером

Изучение условий поставщика (10-15 мин). Спросите о ценах, объемах, требованиях к партнерам. Уточните, какие форматы сотрудничества возможны: эксклюзив, региональное представительство.

Презентация своей компании (15-20 мин). Покажите опыт: клиенты, каналы продаж, ресурсы. Аргументируйте: «Мы усилим ваши позиции на рынке». Предложите формат: объемы, точки продаж, маркетинг.

Обсуждение и снятие возражений (20 мин). Ответьте на сомнения: «У вас мало опыта», «Нет регионального покрытия». Предложите план развития: открыть филиал, обучить команду. Обоснуйте финансовую устойчивость.

Фиксация договоренностей (10 мин). Зафиксируйте объемы закупок/продаж, маркетинговые обязательства. Назначьте дату подписания договора.

СЦЕНАРИЙ. ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ (ДИЛЕРСКАЯ, ПАРТНЕРСКАЯ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ)

Кого взять с собой и зачем

Роль	Зачем нужен
Коммерческий директор	Ведет переговоры по ценам, бонусам, марже
Финансист	Обосновывает расчеты, проверяет рентабельность
Руководитель продаж	Демонстрирует опыт и ресурсы компании

Аргументация

Аргумент	Пример формулировки
Сила бренда	«Мы предлагаем продукт с узнаваемым брендом и спросом»
Маржинальность	«Маржа — до 30%, что выше среднего по рынку»
Поддержка	«Обеспечим маркетинг, обучение и промо»
Долгосрочность	«Мы строим сеть с расчетом на годы, а не разовые сделки»
Устойчивость	«Наши текущие партнеры растут на 15-20% в год»

СЦЕНАРИЙ. ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ (ДИЛЕРСКАЯ, ПАРТНЕРСКАЯ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ)

Возможные манипуляции

Манипуляция	Признак	Что делать
Давление ценой	«Дайте 20%, иначе не возьмем»	Обоснуйте ценность бренда и поддержку
Требование эксклюзива	«Хотим работать только мы»	Дайте эксклюзив при выполнении планов продаж
Завышенные ожидания	«Мы продадим в три раза больше, дайте лучшие условия»	Привяжите бонусы к реальным результатам
Давление авторитетом	«У нас сеть в 100 магазинов»	Проверьте факты и дайте условия поэтапно
Ультиматум	«Или скидка, или не подписываем»	Предложите альтернативы (бонусы, маркетинг), но не ломайте модель

СЦЕНАРИЙ. ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ (ДИЛЕРСКАЯ, ПАРТНЕРСКАЯ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ)

Стратегия уступок

Готовы уступить	Не уступать
Формат маркетинговой поддержки	Минимальные закупочные объемы
Сроки оплаты	Стандарты бренда
Бонусы за выполнение планов	Базовые цены и роялти

Завершение

Подведите итоги, зафиксируйте условия. Назначьте дату подписания договора. Отправьте протокол встречи обеим сторонам.