

**Положение
о маркетинговой активности партнеров
«1С-Битрикс» в Республике Казахстан
(версия 1.2)**

| | | |
|----|---|---|
| 1. | ЦЕЛИ И ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ..... | 2 |
| 2. | ФОРМЫ ПОДДЕРЖКИ..... | 2 |
| 3. | ВИДЫ ПООЩРЕНИЙ..... | 3 |
| 4. | ОСНОВАНИЯ И ПОРЯДОК УЧАСТИЯ ПАРТНЕРОВ В МЕРОПРИЯТИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ ... | 4 |
| 5. | ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ОТЧЕТНОСТИ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ | 5 |
| 6. | ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ..... | 6 |

Настоящее Положение разработано с целью стимулирования маркетинговой активности (далее - Активность) партнеров «1С-Битрикс» (далее - Компании), которая направлена на продвижение и популяризацию программных продуктов «1С-Битрикс: Управление сайтом» и «Битрикс24» (далее – Продукты). В Положении определяются цели, виды и возможности, а также порядок осуществления мероприятий и формы маркетинговой поддержки (далее - Поддержка), меры поощрения и регулирования качества Активности.

1. ЦЕЛИ И ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ

- 1.1. Основной целью любой Активности партнеров должно являться донесение до участников (потенциальных клиентов) информации о Продуктах, которое должно приводить к конвертации участников в клиентов.
- 1.2. Активность должна соответствовать целям Положения и может осуществляться в следующих формах:
 - организация мероприятий партнером самостоятельно (офлайн или онлайн);
 - организация мероприятий партнером совместно с Компанией (офлайн и онлайн);
 - выступление партнера с докладом на мероприятиях сторонних организаторов (офлайн и онлайн);
 - участие партнера с мобильным/выставочным стендом и представление Продуктов на выставках и других мероприятиях сторонних организаторов.
- 1.3. Особые условия организации, проведения и поощрения различных видов Активности определяются в разработанных Компанией Правилах и соответствующих инструкциях.

2. ФОРМЫ ПОДДЕРЖКИ

- 2.1. В зависимости от вида Активности Компания может осуществлять информационную и рекламную Поддержку Активности в следующих формах:
 - 2.1.1. информационная поддержка - размещение Компанией на собственных и/или сторонних ресурсах материалов информационного и привлекающего характера, касающихся соответствующей Активности (анонсы и реклама в СМИ, в телекоммуникационной сети Интернет, включая социальные сети и мессенджеры, осуществление почтовых и иных рассылок по различным каналам коммуникаций, информирование с привлечением колл-центров и др.)
 - 2.1.2. рекламная поддержка - обеспечение Компанией за свой счет Активности брендированными рекламными, раздаточными и сувенирными материалами (далее – рекламные материалы) для оформления площадок при проведении мероприятий, распространения среди их участников и т.п. Использование и распространение Компанией таких материалов осуществляется с привлечением партнеров, которым

они предоставляются для целевого использования и распространения (под отчет) без передачи в собственность. Допустимые направления, способы и порядок использования партнером рекламных материалов определяются Компанией в соответствии с Правилами.

2.2. Для различных видов Активности Правилами могут определяться разные формы Поддержки.

3. ВИДЫ ПООЩРЕНИЙ

Компания с целью повышения заинтересованности партнеров в Активности применяет поощрения в виде баллов и бонусов.

3.1. **Баллы** – неденежная форма поощрения партнера, влияющая на его рейтинг в общем списке партнеров Компании. От накопленного количества баллов зависит уровень партнерского статуса (Бизнес-партнер, Сертифицированный партнер, Золотой сертифицированный партнер и др.), позволяющий применять привилегии, определяемые партнерской программой.

3.1.1. Учет баллов ведется Компанией в электронном виде в автоматизированной системе, которая признается единственным достоверным источником соответствующих данных.

3.1.2. Начисление баллов происходит после одобрения Компанией отчетных материалов (далее - Отчетность) партнера по соответствующей Активности, которые рассматриваются как правило в течение трех рабочих дней после дня их принятия сотрудником Компании.

3.1.3. Количество баллов за разные виды Активности отличается и определяется в соответствии с Правилами.

3.1.4. Срок действия баллов – один год со дня начисления, по истечении которого они автоматически аннулируются.

3.2. **Бонусы («бонусный счет», «компенсация»)** – неденежная форма поощрения, с помощью которой партнер может получать дополнительные поощрительные скидки при приобретении Продуктов Компании.

3.2.1. Бонусы начисляются партнеру за обеспечение им на территории Казахстана за свой счет некоторых Активностей (таких как анонсирование, обеспечение рекламными материалами, аренда площадок и оборудования, привлечение подрядчиков для обслуживания Активностей и т.п.) в порядке и на условиях, определяемых в соответствии с Правилами.

- 3.2.2. Учет бонусов ведется Компанией в электронном виде в автоматизированной системе, которая признается единственным достоверным источником соответствующих данных. Количество доступных партнеру бонусов указывается в его личном кабинете.
- 3.2.3. Начисление бонусов за соответствующие Активности происходит как правило в течение трех рабочих дней, следующих за днем принятия сотрудником Компании Отчетности Партнера по соответствующей Активности. Размер (количество) начисляемых бонусов зависит от вида Активности и определяется в соответствии с Правилами (Приложение 1).
- 3.2.4. Использование доступных партнеру бонусов для получения поощрительной скидки возможно любыми из тех организаций и подразделений (юридические лица, филиалы, обособленные подразделения, индивидуальные предприниматели), составляющих с ним одну группу лиц, информация о которых зафиксирована в личном кабинете партнера.
- 3.2.5. Дополнительная поощрительная скидка посредством использования бонусов может быть получена при оформлении заказа в размере не более 80% к стоимости Продуктов, определенной с учетом партнерской скидки. После применения поощрительной скидки неиспользованная часть бонусов сохраняется на счете и доступна для использования в следующих заказах. В случае недостаточности бонусов для применения поощрительной скидки ко всем Продуктам в заказе, она применяется последовательно к каждому следующему Продукту в заказе до полного исчерпания бонусов. Если остаток бонусов составляет менее 80% от цены Продукта с учетом партнерской скидки, то к такому Продукту применится скидка в таком размере, который соответствует количеству оставшихся бонусов. Остальные Продукты в заказе останутся по обычной партнерской цене.
- 3.2.6. Бонусы могут быть применены для получения поощрительных скидок на все Продукты за исключением лицензий «Энтерпрайз» (в том числе продлений и переходов).
- 3.2.7. Бонусы не могут использоваться для получения скидок при приобретении:
- через платформу Marketplace (как Продуктов, так и любых решений);
 - консультационно-информационных, рекламных и любых других услуг;
 - физических товаров (книги и т.п.).

4. ОСНОВАНИЯ И ПОРЯДОК УЧАСТИЯ ПАРТНЕРОВ В МЕРОПРИЯТИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ

- 4.1. Участие партнера в любых видах мероприятий маркетинговой активности начинается с его обращения через специальные формы обращений на сайте Компании и прохождения

процедуры одобрения его кандидатуры. Положительный результат такой процедуры является основанием для допуска партнера к участию в Активностях.

4.2. После одобрения кандидатуры партнера для участия в Активностях он должен ознакомиться и безоговорочно принять условия и требования всех регламентирующих документов, включая настоящее Положение, а также Правила и инструкции, регулирующие соответствующий вид Активности. Вышеуказанное ознакомление и принятие условий производится партнером в электронном виде в соответствующих каналах коммуникации. Начало осуществления Активности означает подтверждение партнером выраженного им согласия в электронном виде.

4.3. Коммуникации Компании и партнера, допущенного к участию в Активностях, осуществляются по каналам электронной почты либо через специальный портал Компании (в зависимости от определенных Компанией каналов для соответствующих видов Активности).

4.4. Для участия в некоторых видах Активностей Партнер **до начала** их осуществления должен дополнительно к вышеизложенному заключить с Компанией соглашение о сотрудничестве (далее - Соглашение), в котором определяются и распределяются:

- функции и обязанности сторон по конкретному мероприятию Активности;
- бремя расходов, возлагаемых на каждую из сторон;
- другие регламентирующие условия сотрудничества.

4.4.1. Необходимость заключения Соглашения, порядок и формат его оформления (бумажный) определяется в соответствии с Правилами.

4.4.2. Условия Соглашения устанавливаются и определяются Компанией и изменению Партнером не подлежат.

4.5. Порядок участия партнеров в Активностях определяется настоящим Положением, соответствующими Правилами, инструкциями, а также любыми иными указаниями и рекомендациями Компании по осуществлению Активностей.

5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ОТЧЕТНОСТИ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

С целью контроля качества и воздействия на степень ответственности в подходе к Активности, Компания применяет следующие формы контроля, отчетности и воздействия:

5.1. Контроль проведения подготовительных этапов Мероприятия осуществляется в следующих видах:

5.1.1. контроль соблюдения «дедлайнов» подготовки, установленных Компанией (определяются в соответствии с Правилами);

- 5.1.2. контроль выполнения требований Компании к программе Мероприятия, посадочной странице Мероприятия, площадке проведения Мероприятия и т.п. (определяются в соответствующих инструкциях);
- 5.2. Контроль хода Мероприятия - проведение очных проверок («тайные проверки») силами Компании или ее подрядчиков на соответствие Мероприятия требованиям Компании к самой площадке и ее оформлению рекламными материалами, к программе, докладам и т.п. (определяются в соответствующих инструкциях).
- 5.3. Формы и сроки Отчетности по завершению Мероприятия определяются в соответствии с Правилами и содержат такие данные как количественные показатели аудиторией Мероприятия, фото- или видеоматериалы, свидетельствующие о факте проведения мероприятия, отчеты о целевом использовании предоставленных рекламных материалов, копии бухгалтерских документов, подтверждающих затраты Партнера на мероприятие и т.п.
- 5.4. В случае нарушения Партнером правил и требований Компании к нему применяется ответственность в виде штрафов и/или ограничения размера начисляемых Баллов и Бонусов, а также ограничение возможности дальнейшего маркетингового сотрудничества. Данные меры применяются Компанией при таких нарушениях как:
- продвижение конкурирующих продуктов умышленно или случайно как сотрудниками Партнера, так и приглашенными Партнером компаниями;
 - несоблюдение сроков подготовительных этапов или предоставления Отчетности;
 - нарушение требований к материалам для анонсирования Мероприятия;
 - недостоверная Отчетность и/или фальсификация предоставляемых к ней документов и т.п.
- Полный перечень штрафов и ограничений определяется в соответствии с Правилами.

6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 6.1. Компания оставляет за собой право в любое время по собственному усмотрению вносить изменения и дополнения в правила и условия, установленные настоящим Положением, Правилами и инструкциями. Продолжение участия партнеров в маркетинговой активности на условиях новой редакции Положения означает полное их согласие с условиями, действующими на дату начала конкретной Активности.
- 6.2. Компания в любое время вправе принять решение о прекращении продолжения стимулирования маркетинговой активности и об отмене Положения. Одновременно с таким решением Компания определяет порядок и сроки применения и использования ранее накопленных баллов и бонусов.

| Формат мероприятия | Кол-во слушателей | Баллы | Бонусы |
|----------------------------------|-------------------|-------|-----------------------------|
| Онлайн | От 100 и более | 100 | 450 000 бонусов |
| | 60-99 | 60 | 350 000 бонусов |
| | 30-59 | 40 | 210 000 бонусов |
| | Менее 30 | - | - |
| Офлайн | От 70 и более | 120 | 700 000 бонусов |
| | 50-69 | 100 | 560 000 бонусов |
| | 30-49 | 50 | 450 000 бонусов |
| | Менее 30 | - | - |
| Внешнее мероприятие (со стендом) | От 80 и более | | |
| | Алматы и Астана | 50 | 50% от стоимости участия** |
| | Другие города | 50 | 50% от стоимости участия** |
| | Менее 80 | - | - |
| Внешнее мероприятие (с докладом) | От 20 и более | | |
| | Алматы и Астана | 50 | 50% от стоимости участия*** |
| | Другие города | 50 | 50% от стоимости участия*** |
| | Менее 20 | - | - |

* размер компенсации зависит от фактического количества слушателей на мероприятии

* Бонусы, указанные в таблице, зачисляются в полном размере, если не было нарушений по проведению мероприятия

** По мероприятию со стендом зачисляются бонусы в размере 50% от стоимости участия, но не более 500 000 тенге (Алматы и Астана), 350 000 тенге – регионы

*** По мероприятию с докладом зачисляются бонусы в размере 50% от стоимости участия, но не более 250 000 тенге