

Утверждено

Егурнова Е.А.



ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА ПО БРЕНДАМ УАЗ И ЗМЗ

АСС ИП ЕГУРНОВА Е.А.

Содержание :

1. Термины и сокращения (Глоссарий)
2. Область применения и срок действия коммерческой политики.
3. Стратегия компании, цели и задачи коммерческой политики.
4. Категории клиентов и их критерии.
5. Политика продаж разным категориям клиентов.
6. Политика в области качества.
7. Механизм планирования продаж.
8. Кредитная политика
9. Система ценообразования

1. Термины и сокращения

- * АСС - АСС ИП Егурнова Е.А.
- * **Клиент** - юридическое лицо / индивидуальный предприниматель, занимающиеся торгово-закупочной деятельностью автозапчастей марок УАЗ и ЗМЗ, и приобретающее продукцию у ДЦ (АСС)
- * **УАЗ** - продукция торговой марки «УАЗ»
- * **Дистрибьютор** - фирма, осуществляющая оптовую закупку, или индивидуальный предприниматель, осуществляющий мелкооптовую или крупнооптовую закупку автозапчастей марок УАЗ и ЗМЗ
- * **ДС** - Дистрибьюторское Соглашение

2. Область применения и срок действия .

Область применения:

Настоящая Торговая Политика подлежит соблюдению всеми сотрудниками АСС ИП Егурнова Е.А. и распространяется на все категории оптовых клиентов АСС.

Срок действия:

Настоящая Торговая политика вступает в силу с 01.01.2026г. и действует до 31.12.2026г.

3. Стратегия компании , цели и задачи торговой политики.

Средства достижения целей.

Стратегия компании:

Удержать позиции одного из ведущих поставщиков запчастей УАЗ/ЗМЗ в регионе:

- * сформировать устойчивую систему сбыта продукции, позволяющую использовать имеющийся потенциал продаж в регионе сбыта (Орловская область)
- * создать конкурентоспособное предложение в области ассортимента и коммерческих условий

Цели, задачи Коммерческой Политики:

Цель:

- * Сформировать устойчивую систему сбыта для текущего и перспективного ассортимента АСС.
- * Максимальная результативность каналов сбыта, завоевание доли рынка в регионе.
- * Поддержка ритейлера в стремлении повысить выручку за счет увеличения объема продаж продукции.

Средства достижения целей:

- * Привлечение партнеров, стимулирование партнеров, сотрудничество с партнерами

Задачи:

- * определить основные принципы, условия и ограничения сбыта продукции УАЗ/ЗМЗ на рынке
- * создать условия для взаимовыгодного и долгосрочного партнерства АСС с Клиентами

4. Категории клиентов и их критерии.**Продукция УАЗ/ЗМЗ может быть отгружена следующим категориям клиентов:****1. Торговые партнеры:**

Корпоративные клиенты, ИП расположенные в регионе и обладающие потенциалом продаж запчастей УАЗ/ЗМЗ, соответствующие следующим требованиям:

- * соблюдают ценовую политику;
- * компания со среднемесячным оборотом закупки по продукции компании не менее 200 тыс. руб.;

2. Розничные магазины продажи запчастей торговой марки УАЗ/ЗМЗ, отвечающие следующим требованиям:

- * финансовая устойчивость;
- * среднемесячный оборот закупки по продукции компании не менее 150 тыс. руб

5. Политика продаж разным категориям клиентов АСС предоставляет клиентам следующие условия:

Вид клиента	Торговый партнёр	Розничный магазин
Скидка от базовой цены	9%	6%
Предоставление отсрочки платежа	С отсрочкой 30 дней	С отсрочкой 15 дней
Осуществление доставки	Самовывоз или доставка Клиенту в рамках административных границ города Орла.	
Предоставление всей сопроводительной информации по брендам УАЗ/ЗМЗ	За счёт АСС	
Трейд-маркетинговая поддержка	общая программа в соответствии с товарными стратегиями, плюс локальные программы- по договоренности сторон	
Менеджмент	закрепление индивидуального менеджера за каждым клиентом	

Клиенты соблюдают следующие условия :

Вид клиента	Торговый партнёр	Розничный магазин
Эксклюзив	закупки продукции УАЗ/ЗМЗ только у АСС	
Условия оплаты	оплачивает согласно выставленным счетам и условиям договора;	
Минимальный объем среднемесячной закупки	150 000 руб	
Регулярность работы	отгрузки согласно договорам поставок и оплат; соблюдение нормативных запасов	
Работа с ассортиментом	Закупка максимального ассортимента запчастей	

Критерии депримирования:

В случае нарушения определенных условий Соглашения, АСС имеет право лишить Клиента полученного статуса со всеми его привилегиями. А именно:

- * Нарушение сроков оплаты;
- * Несоблюдение объемов закупки товара
- * Нарушение условий договора.

6. Политика в области качества:

АСС проводит системную политику в области качества:

1. Осуществляет регулярную работу с рекламациями:

Все категории Клиентов АСС имеют возможность подать рекламацию на некачественный товар, и, в случае подтверждения наличия брака, АСС оперативно организывает прием бракованной продукции.

2. Защищает торговую марку УАЗ/ЗМЗ от подделок и недобропорядочной конкуренции:

Весь товар подтвержден соответствующими Патентами и Свидетельствами.

7. Механизм планирования продаж

АСС осуществляет следующий механизм планирования, итогом которого становится согласованный ассортиментный план продаж:

1. Ассортиментный прогноз компании:

- * статистика и динамика предыдущего периода;
- * конкурентная ситуация на рынке в регионе;
- * емкость и темпы роста рынка в регионе;
- * оценка ресурсов компанией.

2. Задачи по развитию ассортимента:

- расширение ассортимента, в соответствии с потребностью рынка

3. Ассортиментный прогноз партнера:

- * статистика и динамика предыдущего периода;
- * конкурентная ситуация на рынке в регионе;
- * емкость и темпы роста рынка в регионе;
- * оценка ресурсов партнера.

8. Кредитная политика

АСС проводит следующую кредитную политику:

1. Отсрочка платежа:

- * отсрочка платежа это ресурс, выделенный компанией партнеру для формирования склада в ассортименте и предоставления отсрочек конечным клиентам;
- * максимальная отсрочка платежа для партнеров 30 дней;
- * при предоставлении отсрочки платежа принимается во внимание дисциплина погашения задолженности.

9. Система ценообразования

Повышение точности расчетов цен в контрактах способствует эффективности заключаемых сделок. Система ценообразования АСС ИП Егурнова Е.А. для оптовых клиентов сформирована в виде торговых условий, доступных для скачивания на сайте АСС, с прейскурантом оптовых цен.