

## **ДИЛЕРСКАЯ ПРОГРАММА РЕАЛИЗАЦИИ И ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА ТРАКТОРОВ ЮМЗ**

**А.С. Исаев ЗАО, Торговый дом «Отечественный трактор»;  
В.М. Яременко; А.П. Лобазов; Б.Г. Харченко; канд. техн. наук,  
доцент, ДГАУ В.А. Тараненко, аспирант**

( г. Днепропетровск, Украина)

### **Dealer's Program for Promotion and after - Sales Service of YuMZ Traktors**

Alternative arrangement of dealers network has been suggested for promotion of traktors of YuMZ production. The authors have accepted a complex approach to organization and functioning of after-sales technical service. The author have specified the main principles in arrangement of guarantee and post-guarantee after-sales firm service, including spare parts provision.

С целью возобновления полнофункциональной деятельности тракторного производства ГП «ПО ЮМЗ им. А.М. Макарова» и поддержания его на должном техническом уровне, а также полноценного обеспечения сельскохозяйственных производителей качественной тракторной техникой, в декабре 2002г. был организован торговый Дом – ЗАО ТД «Отечественный трактор», который сейчас является официальным дистрибьютором ГП «ПО ЮМЗ».

Сегодня, не смотря на постоянное проведение коллективом конструкторского бюро тракторного производства ГП «ПО ЮМЗ» тщательной доработки конструкции универсально-пропашного трактора ЮМЗ и внедрение в производство новых его моделей повышенной мощности и унифицированной конструкции, ситуация на рынке требует обеспечения в гарантийный и послегарантийный период конечных потребителей эффективным многофункциональным техническим сервисом.

Коллективом ЗАО ТД «Отечественный трактор» совместно с научными сотрудниками Днепропетровского государственного аграрного университета разработана программа комплексного подхода к организации полнофункционального технического сервиса тракторной техники ЮМЗ. Основной задачей разработанной программы является внедрение новой системы мер в техническом сервисе и системе продаж, направленных на создание полноценной ре-

гиональной сервисной дилерской сети, продвижение и укрепление торговой марки ЮМЗ.

На первоначальном этапе решения этой задачи необходимо обязательное позиционирование тракторной техники производства ГП «ПО ЮМЗ» на перспективных рынках сбыта как экономически привлекательного и эффективного продукта по отношению к его потребительским качествам. Принцип экономической привлекательности должен присутствовать и проявляться не только в сегменте конечного потребителя, но и быть применим по отношению к партнерам, продвигающим продукцию в регионы.

Кроме того, необходимо придерживаться принципа постоянного регионального присутствия. Тракторы всегда должны находиться в каждом из интересующих, с точки зрения продаж, регионов. Потенциальный клиент всегда должен иметь трактор марки ЮМЗ в качестве альтернативного выбора из ряда тракторов других производителей. Выполнение данного принципа может обеспечить только наличие дилерской сети на всей территории Украины.

Вместе с тем каждый потенциальный покупатель должен иметь уверенность в наличии быстрого и качественного технического сервиса. Поэтому дилерскую сеть следует позиционировать не только как инструмент реализации продукта, но и как эффективную систему гарантийного и послегарантийного обслуживания.

Вышеуказанные принципы объективно требуют смягчения требований к компаниям, заявляющим о себе как об операторах продаж тракторной техники ЮМЗ. Таким образом, все компании, позиционирующие себя конечными операторами продаж, должны участвовать в данной программе.

Получение статуса официального дилера ЗАО ТД «Отечественный трактор» требует выполнения следующих условий.

1. Наличие лицензии на право торговли сельскохозяйственной техникой и запасными частями.
2. Наличие площадки для приема и хранения новой техники.
3. Наличие офиса, офисной техники и средств связи.
4. Размещение логотипа ЮМЗ в непосредственной близости от площадки, где размещается тракторная техника марки ЮМЗ.
5. Размещение настенной таблички «Официальный дилер продукции ГП «ПО ЮМЗ»» у входа в офис.
6. Наличие персонала, отвечающего за продажу сельскохозяйственной техники.

7. Наличие персонала, отвечающего за гарантийное и сервисное обслуживание.

ЗАО ТД «Отечественный трактор» должен оставить за собой право в течение всего срока действия договора в любой момент времени проверить партнера на предмет соответствия установленным условиям дилерского стандарта. При выявлении несоблюдения условий получения статуса официального дилера действие договора приостанавливается, и сообщается срок для устранения выявленных несоответствий. При несоблюдении установленного срока договор расторгается.

Реализация разработанной дилерской программы предполагает поэтапную работу с официальным дилером.

#### I ЭТАП

По результатам дилерской комиссии организациям, получившим статус официального дилера, поставляются образцы модельного ряда тракторов марки ЮМЗ. Каждая модель представляется одним образцом. Образцы поставляются по договору ответственного хранения с правом продажи на период с 20.01.2004 г. по 31.03.2004 г. Цена на данные образцы выставляется на момент приобретения техники согласно ценовой политике.

#### II ЭТАП

В случае, если дилер не реализовывает все предоставленные образцы, ему предлагается выкупить их по ценам согласно дилерской программе. В противном случае ЗАО ТД «Отечественный трактор» оставляет за собой право в одностороннем порядке изъять данную технику и перераспределить на свое усмотрение. При этом дилерский договор расторгается, и организация теряет статус официального дилера.

Дилеры, реализовавшие предоставленные им образцы в установленный срок, вновь получают образцы по договору ответственного хранения сроком с 01.04.2004 г. по 31.05.2004 г.

#### III ЭТАП

Механизм работы на третьем этапе полностью аналогичен второму этапу, изменены только временные рамки. Период предоставления техники по договору ответственного хранения сокращается до 1 месяца, соответственно с 01.06.2004 г. по 30.06.2004 г.

На протяжении всех трех этапов в случае досрочной реализации выставочных образцов дистрибьюторставляет добавочные образцы на условиях договора ответственного хранения.

#### IV ЭТАП

Организации, успешно выполнившие требования дилерской программы на протяжении первых трех этапов, подтверждают свой статус официального дилера на период с 01.07.2004 г. по 30.09.2004 г. На данном этапе выставочные образцы должны быть приобретены на условиях 100 %-ного авансового платежа. Дилеры, реализовавшие предоставленные им образцы досрочно, должны приобрести выставочные образцы для постоянного присутствия модельного ряда марки ЮМЗ на выставочных площадках.

#### V ЭТАП

Организации, показавшие наилучшие результаты продаж по итогам трех кварталов, будут рассматриваться как эксклюзивные региональные дилеры продукции ГП «ПО ЮМЗ». Для получения эксклюзивного права продаж в регионе устанавливается план продаж, который должен быть согласован в индивидуальном порядке по обоюдному усмотрению сторон.

В случае, если в регионе существуют два или несколько равноценных дилера, план продаж будет делиться на равные части до момента невыполнения одним из дилеров взятых на себя обязательств. В этом случае эксклюзивность предоставляется дилеру, выполнившему установленный план продаж.

Необходимо дать возможность помесечного приобретения образцов по цене января в виде 100 %-ного авансового платежа независимо от сезонного колебания цен.

По итогам года дилеры, успешно прошедшие все этапы дилерской программы, автоматически рассматриваются как потенциальные эксклюзивные представители продукции ЮМЗ в отдельно взятом регионе в 2005 г.

Ценовая политика, проводимая ЗАО ТД «Отечественный трактор», основана на исследовании статистических данных реализации тракторной техники в предыдущих периодах: с 01.03 г. по 31.05 г. и с 01.08 г. по 30.11 г. проводится увеличение цен, а с 01.12 г. по 28.02 г., с 01.06 г. по 31.07 г. — понижение.

Условия работы с дилерами по запасным частям и тракторам являются финансово независимыми.

Дилеры, занимающиеся реализацией запасных частей, делят-ся на две категории:

1. Организации, являющиеся дилерами по продаже тракторной техники и выполняющие функции гарантийного и послегаран-тийного сервисного центра.

2. Организации, являющиеся дилерами только по продаже за-пасных частей.

Приоритет в распределении запасных частей отдается дилерам 1-ой категории. Данная политика связана с тем, что организации, осуществляющие гарантийное и сервисное обслуживание, способ-ствуют продвижению продукции ЮМЗ на рынке сельскохозяйст-венной техники.

Скидки на продукцию производства ГП «ПО ЮМЗ» разделе-ны на две категории:

1. Скидки, предоставляемые официальным дилерам;

2. Скидки, предоставляемые разовым покупателям.

Срок действия скидки – 30 дней с момента внесения авансово-го платежа. Платежи, произведенные в течение 30 дней с момента первого платежа, суммируются.

Организация, являющаяся официальным дилером ЗАО ТД «Отечественный трактор» и выполняющая функции гарантийного и сервисного центра, обязана выкупить в ТД и иметь в наличии за-пасные части, необходимые для эффективного и своевременного обслуживания тракторной техники производства ЮМЗ.

Политика в области гарантийного и сервисного обслуживани-я направлена на обеспечение каждой единицы продукции своевре-менным и качественным сервисным обслуживанием как в гаран-тийный, так и послегарантийный периоды.

Для выполнения поставленных задач дилер должен имет-следующее:

– необходимую инструментальную базу для выполнения ра-бот, связанных с техническим обслуживанием продукции;

– необходимый перечень запасных частей для своевременного устранения поломок;

– квалифицированный персонал.

Политика сервисного обслуживания продукции, внедряема-дистрибьютором, подразумевает следующие положения:

– дилер, торгующий новой тракторной техникой производст-ва ЮМЗ, обязан принять ее на гарантийное обслуживание;

– послегарантийное обслуживание также является обязательным, но производится дилером по договорным с клиентом ценам.

В целях мониторинга качества и влияния на повышение уровня потребительских свойств продукции официальный дилер обязан предоставлять дистрибьютору следующие отчеты:

- о поставленной на гарантийное обслуживание технике;
- пришедших в адрес дилера рекламациях.

Рекламная кампания продукции должна быть направлена на формирование имиджа продукции с точки зрения ее позиционирования согласно дилерской программе.

Для формирования такого имиджа предусмотрена следующая система мероприятий:

1. Дилер должен проводить рекламные действия, не выходя за рамки установленного корпоративного стиля, разработанного дистрибьютором. Для этого каждому дилеру бесплатно предоставляются следующие материалы:

- электронные разработки изображений (логотип, продукция, характеристики продукции, завод и т.п.);
- электронные разработки рекламных текстов о компании, ее продукции и услугах;
- данные исследований о рынке, потребителях в закрепленных за дилером регионах;
- консультации специалистов компании.

2. Дистрибьютор обязуется доносить до конечного потребителя информацию о региональных дилерах в рамках стратегии по развитию региональной дилерской сети:

- указание контактных реквизитов дилеров на полиграфической продукции, выпускаемой дистрибьютором;
- размещение информации о дилере на веб-сайте дистрибьютора.

3. Дистрибьютор рассматривает возможность проведения совместных мероприятий, направленных на ознакомление потребителя с продукцией компании:

- согласование плана мероприятий на год на территории дилера;
- финансовое участие в рекламно-выставочной деятельности дилера на закрепленной за ним территории;
- командирование специалистов дистрибьютора на мероприятия, связанные с продвижением продукции и услуг.

Дистрибьютором принимаются на себя функции центрального аналитического центра для эффективной совместной работы в области продвижения продукции.

Дилер обязан представлять отчет о каждом конечном потребителе продукции с указанием его полного адреса и контактных реквизитов согласно формуляру, составленному дистрибьютором.

Дистрибьютор обязуется предоставлять дилеру данные исследований рынка о целевых группах потребителей на закрепленной за дилером территории.

Дистрибьютор согласен совместно с дилером формировать стратегию продаж, учитывая специфику каждого отдельно взятого региона.

Реализация разработанной программы позволит:

- осуществить позиционирование в своем сегменте рынка: ТД должен иметь целью присутствовать самостоятельно в своем сегменте рынка сельхозтехники, т.е. занять свое место согласно потребительским качествам и ценовой политике;

- иметь гибкость в работе с дилерами: ТД должен считать каждого из дилеров своим полноправным партнером и намерен учитывать их мнение и опыт в дальнейшем формировании стратегии продаж и продвижении тракторной техники ЮМЗ на рынок сельскохозяйственной техники;

- иметь полную информацию о конкурентной ситуации на рынке;

- правильно и оперативно реагировать на требования потребителей в части ценовой политики, качества продукции и полноты сервисного гарантийного и послегарантийного обслуживания;

- своевременно предоставлять конечным потребителям гарантийный и послегарантийный сервис.