

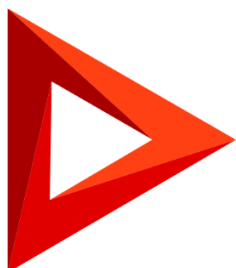


Terrasoft.

# Партнерская программа

Статус: Интегратор

01.04.2020 – 31.03.2021



## СОДЕРЖАНИЕ

Данный документ создан с целью обеспечения порядка и прозрачности во взаимодействии вендора и партнера на всех этапах сотрудничества, а также обеспечения единого понимания правил работы.

|  |    |
|--|----|
| ПРЕИМУЩЕСТВА ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ ..... | 3  |
| ОБЗОР ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ .....        | 4  |
| УРОВНИ ПАРТНЕРСТВА.....                  | 5  |
| ПЕРЕХОД МЕЖДУ УРОВНЯМИ.....              | 9  |
| СОВМЕСТНАЯ РАБОТА ПО ПРОДАЖАМ.....       | 10 |
| МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА.....             | 15 |
| ПРЕИМУЩЕСТВА ПАРТНЕРСТВА.....            | 19 |
| ПРОДЛЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА.....            | 20 |

## ПРЕИМУЩЕСТВА ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

### **Мы создаем**

партнерскую экосистему для объединения профессионалов в оптимизации бизнес-процессов.

### **Наши партнеры помогают**

компаниям по всему миру достигать совершенства бизнес-процессов

### **Используя технологии Creatio**

и опираясь на нашу поддержку и внимание к партнерскому бизнесу.

### Выгоды партнерства

Партнерская программа Terrasoft — это отличная возможность для интеграторов быстро развить бизнес вместе с глобальным вендором BPM + CRM.

### **#1 BPM+CRM**

платформа для быстрого запуска  
и изменения бизнес-процессов

### **Поддержка**

партнерского бизнеса и ответственность  
за успех клиента

### **До 50% маржи**

и ежегодный доход  
от продления клиентов

## ОБЗОР ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

Заботясь о развитии партнерской экосистемы, Terrasoft гарантирует поддержку и внимание к партнерскому бизнесу, фокусируясь на обеспечении постоянного дохода, а также предоставлении инновационных технологий CRM+BPM.

Партнерская программа Terrasoft предлагает возможности для различных компаний и включает несколько статусов:

- **Интеграторы:** глобальные системные интеграторы, региональные системные интеграторы, CRM/BPM-интеграторы, софтверные интеграторы.
- **Консультанты:** консультанты, софтверные реселлеры, производители ПО, маркетинговые агентства, учебные заведения / тренинговые компании.
- **Технологические партнеры и участники Creatio Marketplace.**

Статус **Интегратора** может получить компания, которая готова управлять полным жизненным циклом клиента: от генерации лидов и продаж, до внедрения, поддержки и продления подписки. Всесторонний процесс адаптации и поддержки вендором, гибкая модель перехода между уровнями партнерской программы, а также долгосрочное сотрудничество открывают компаниям новые возможности для развития своего бизнеса.

## УРОВНИ ПАРТНЕРСТВА

Партнерская программа Terrasoft для статуса **Интегратор** предполагает 5 различных уровней с гибкими условиями перехода для компаний любого типа и размера.

Партнерский уровень определяется тремя показателями:

- **Годовой объем закупок:** доход, полученный Terrasoft от продаж подписки (лицензий) на продукты, технической поддержки и услуг Creatio Academy, выполненных партнером в течение финансового года после вычета налогов, сборов, пошлин и иных платежей.

**Финансовый год** длится с 1 апреля по 31 марта.

Объем закупок измеряется в долларах США, пересчет производится по курсу ЦБ на день получения оплаты. Объем закупок не включает покупку профессиональных услуг (вендорский надзор, пакеты консультаций), а также оплату ежегодного взноса.

### Пример:

Если партнер подписал двухгодичный контракт с клиентом с ежегодными платежами, в доход текущего года учитываются только платежи, полученные вендором в текущем финансовом году.

- **Сертифицированные эксперты:** количество сотрудников партнера, у которых есть действующие сертификаты Terrasoft (срок действия сертификата — 1 календарный год, начиная от даты получения сертификата). Расчет производится по количеству сотрудников, а не по количеству сертификатов на одного человека.
- **Маркетинговые активности или приложения Creatio Marketplace:** количество согласованных с вендором маркетинговых активностей партнера, выполненных в течение финансового года и направленных на создание спроса и продвижение бренда Creatio/Terrasoft, и/или количество приложений (коннекторов, дополнений, вертикальных решений), опубликованных на площадке Creatio Marketplace в течение финансового года. Баллы начисляются только за те приложения, которые доступны для установки с витрины Creatio Marketplace (т.е. для них доступен режим тест-драйва).

| Уровни  | Баллы | Уровень 1    | Уровень 2           | Уровень 3             | Уровень 4             | Уровень 5    |
|---|-------|--------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| Годовой объем закупок (\$)                            | 60    | 0 - \$19,999 | \$20,000 - \$99,999 | \$100,000 - \$249,999 | \$250,000 - \$999,999 | \$1,000,000+ |
| Сертифицированные эксперты                            | 30    | 2            | 5                   | 15                    | 30                    | 50           |
| Маркетинговые активности и/или приложения Marketplace | 10    | 2            | 4                   | 6                     | 12                    | 12           |

| Уровни                | Уровень 1 | Уровень 2 | Уровень 3 | Уровень 4 | Уровень 5 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Маржа партнера</b> | 20%       | 30%       | 40%       | 45%       | 50%       |

### Интегратор: доступные сервисы по уровням

| Сервисы / Уровень       |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|---|---|---|---|---|---|
| <b>ПОДДЕРЖКА ПРОДАЖ</b> | Выделенный Partner Account Manager                                | + | + | + | + | + |
|                         | Ежемесячные планерки по воронке продаж                            | - | + | + | + | + |
|                         | Совместная работа по сделкам                                      | + | + | + | + | + |
|                         | Pre-sale сервисы <sup>1</sup> для corporate и enterprise клиентов | + | + | + | + | + |
|                         | Sales kit   | + | + | + | + | + |

| Сервисы / Уровень              |                                      | 1  | 2    | 3  | 4  | 5  |
|--------------------------------|--------------------------------------|----|------|----|----|----|
| <b>МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА</b> | Маркетинговый фонд                   | 1% | 1,5% | 2% | 2% | 2% |
|                                | Выделенный менеджер по маркетингу    | -  | -    | +  | +  | +  |
|                                | Совместные маркетинговые мероприятия | -  | +    | +  | +  | +  |
|                                | Участие в Partner's hour             | +  | +    | +  | +  | +  |
|                                | Консультации маркетологов            | -  | +    | +  | +  | +  |
|                                | Marketing kit                        | +  | +    | +  | +  | +  |

| Сервисы / Уровень                        |  | 1       | 2       | 3       | 4               | 5               |
|--|--|---------|---------|---------|-----------------|-----------------|
| <b>ТЕХНИЧЕСКАЯ И ПРОЕКТНАЯ ПОДДЕРЖКА</b> | Пакет поддержки  | Базовый | Бизнес  | Бизнес  | Бизнес          | Бизнес          |
|  | Возможность передачи проектов внедрения                | +       | +       | +       | +               | +               |
|  | Количество бесплатных часов пакетов консультаций       | -       | -       | -       | 100             | 300             |
|  | Бесплатные практикумы (по стоимости в прайс-листе, \$) | \$1,000 | \$2,000 | \$3,000 | Без ограничений | Без ограничений |
|  | Количество бесплатных сертификаций                     | 1       | 3       | 5       | 10              | 20              |

<sup>1</sup> Подробнее с описанием существующих Pre-sale сервисов и условиями их получения можно ознакомиться в базе знаний партнерского портала <https://success.creatio.com/>



| Сервисы / Уровень |   | 1       | 2       | 3       | 4        | 5        |
|-------------------|---|---------|---------|---------|----------|----------|
|                   | NFR-подписка cloud/on-site (по стоимости в прайс-листе для любого продукта Creatio) | \$1,000 | \$3,000 | \$6,000 | \$15,000 | \$30,000 |

| Сервисы / Уровень       |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|---|---|---|---|---|---|
| <b>БИЗНЕС ПОДДЕРЖКА</b> | Квартальные Kick-off встречи                    | + | + | + | + | + |
|                         | Ежегодная встреча с менеджментом по итогам года | - | + | + | + | + |
|                         | Совместная стратегия Go-To-Market               | - | - | - | + | + |

| Сервисы / Уровень             |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| <b>ПАРТНЕРСКАЯ ЭКОСИСТЕМА</b> | Бесплатное участие в ежегодной партнерской конференции | - | - | 2 | 4 | 6 |
|                               | Доступ к партнерскому portalу                          | + | + | + | + | + |
|                               | Доступ к партнерской группе в Community                | + | + | + | + | + |
|                               | Административная поддержка                             | + | + | + | + | + |
|                               | Страница партнера в каталоге партнеров на сайте        | + | + | + | + | + |

## Дополнительные условия

- **Выгоды партнера.** Маржа и объем сервисов, которые партнер может получить от вендора, зависят от уровня партнера. Повышая свой уровень, партнер получает более высокую маржу и дополнительные сервисы Terrasoft.
- **Простой старт.** Новый партнер автоматически получает **1 уровень**.
- **Быстрый запуск** нового партнера:
  - On-boarding партнера.
  - Рекомендации по созданию проектного офиса.
  - Бесплатные онлайн-курсы (e-learning).
  - Новый партнер в течение первых 6 месяцев после старта партнерства получает возможность активировать бизнес-пакет поддержки на 2 месяца. По истечении двух месяцев пакет меняется в соответствии с уровнем партнера.



- **Сертифицированные эксперты.** В течение первых шести месяцев с момента подписания партнерства с Terrasoft, партнеру необходимо сертифицировать не менее двух специалистов, в ином случае партнер получает статус **Консультанта**.
- **Сертификация Creatio** — это возможность подтвердить знания и навыки сотрудников партнера по настройке и разработке продуктов Creatio.

Детальнее с описанием сертификации можно ознакомиться на сайте Creatio Academy <https://academy.terrasoft.ua/certification>

- **Sales kit.** Каждый партнер получает набор материалов для успешного ведения сделок:
  - Презентация продукта (ppt).
  - Коммерческое предложение (doc).
  - Презентация коммерческого предложения (ppt).
- **NFR-подписка.** NFR-подписка предоставляется только на период партнерства и действует с 1 апреля или с даты старта нового партнерства до конца текущего финансового года — 31 марта.



## ПЕРЕХОД МЕЖДУ УРОВНЯМИ

Партнерская программа Terrasoft позволяет динамично переходить на более высокий уровень.

### Накопительные баллы

Terrasoft предлагает партнерам гибкую систему передвижения по уровням, используя скоринговую систему с начислением баллов за каждый критерий. Достаточно набрать 80 баллов для перехода на новый уровень.

Модель начисления баллов<sup>2</sup>:

| Годовой объем закупок  | Сертифицированные эксперты  | Маркетинговые активности или приложения Creatio Marketplace  |
|--|---|--|
| <p><b>Балл рассчитывается пропорционально объему закупок.</b></p> <p>Для уровня 1:<br/>60 баллов = \$20 000<br/>45 баллов = \$15 000</p> | <p><b>Балл рассчитывается пропорционально количеству сертифицированных экспертов.</b></p> <p>Для уровня 1:<br/>30 баллов = 2 эксперта<br/>15 баллов = 1 эксперт</p> | <p><b>Балл рассчитывается пропорционально количеству активностей и приложений Creatio Marketplace.</b></p> <p>Для уровня 2:<br/>10 баллов = 4 активности<br/>5 баллов = 2 активности</p> |

#### Особенности расчета баллов:

- Баллы за количество маркетинговых активностей и приложения Creatio Marketplace рассчитываются отдельно, затем определяется суммарное количество баллов по данному показателю. Если суммарное количество превышает 10 баллов, в этом случае партнеру начисляется ровно 10 баллов.
- При достижении 80 баллов на текущем уровне партнер может перейти на следующий уровень с более высокой маржой и дополнительными сервисами от Terrasoft.
- Партнер не может получить больше баллов, чем предусмотрено правилами партнерской программы для данного критерия.

#### Пример:

Максимальный балл, который можно получить за количество сертифицированных специалистов — 30.

- Партнер может перейти сразу на несколько уровней вверх в течение финансового года. Для этого необходимо набрать не менее 80 баллов на уровне, предыдущем желаемому.

#### Пример:

Партнер находится на L1, у него уже сертифицировано 6 экспертов, и он закупает продукты Terrasoft на сумму \$90,000.  
Суммарно такие показатели сертифицированных экспертов (6 экспертов = 30 баллов) и объема продаж (\$90,000 = 54 балла) соответствуют критериям L2 и позволяют партнеру получить 84 балла на L2.  
Таким образом, после закрытия этой сделки партнер с L1 перейдет сразу на L3 и будет получать соответствующую новому уровню маржу с будущих сделок и соответствующий объем сервисов на уровне L3.

#### Уровень партнера в течение года может только расти!

<sup>2</sup> Модель начисления баллов может быть изменена в следующем финансовом году.

## СОВМЕСТНАЯ РАБОТА ПО ПРОДАЖАМ

Партнер может участвовать в продажах в таких ролях:

- **Партнер по продаже:** партнер самостоятельно сгенерировал лид, либо лид был сгенерирован вендором и передан партнеру на стадии Plan (первый контакт). Партнер самостоятельно закрывает сделку.

Ожидаемые **функции** партнера по продаже:

- Квалификация продажи: определение потребности, бюджета, сроков и лиц, принимающих решение.
- Определение процесса принятия решения и процесса закупки у клиента.
- Формирование и выполнение плана активностей по продаже, а именно:
  - Получение доступа к лицам, принимающим решение, и проведение переговоров с ними.
  - Организация и проведение дополнительных встреч с ключевыми участниками продажи с целью убеждения сделать выбор в пользу совместного решения.
  - Организация и проведение референс-визитов и/или звонков.
  - Подготовка индивидуальных материалов, повышающих вероятность победы в сделке, включая индивидуальный ROI-анализ.
  - Проведение presale-активностей и воркшопов с целью сбора требований для внедрения проекта, расчет и защита стоимости проектных работ.
  - Настройка демо-стенда и его презентация клиенту.
  - Выполнение глубокого конкурентного анализа и подготовка battle cards.
  - Реализация и поддержка пилотного проекта с полным или частичным запуском небольшой группы пользователей и т.д.
- **Партнер по внедрению:** лид был сгенерирован вендором, и вендор сам привлек партнера в потенциальную сделку на любом этапе своей продажи. Вендор и партнер по внедрению **распределяют** между собой в совместной сделке выполнение следующих функций:
  - Организация и проведение совместных встреч с клиентом с целью продвижения общего решения, в т.ч. на уровне первых лиц заказчика.
  - Организация и проведение дополнительных встреч с ключевыми участниками продажи с целью убеждения сделать выбор в пользу совместного решения.
  - Организация и проведение референс-визитов и/или звонков.
  - Подготовка индивидуальных материалов, повышающих вероятность победы в сделке, включая индивидуальный ROI-анализ.
  - Проведение presale-активностей и воркшопов с целью сбора требований для внедрения проекта. Расчет и защита стоимости проектных работ выполняются партнером по внедрению. Вендор имеет право провести проверку оценки трудоемкости и стоимости проекта, подготовленную **партнером по внедрению**, до передачи клиенту.
  - Настройка демо-стенда и его презентация клиенту.
  - Выполнение глубокого конкурентного анализа и подготовка battle cards.
  - Реализация и поддержка пилотного проекта с полным или частичным запуском небольшой группы пользователей и т.д.

## Условия определения маржи<sup>3</sup> партнера в сделке

| Роль партнера в сделке | 1-ая продажа (1-ый год подписки) | Renewal        | Допродажи (up/cross-sell) | Зачисление в годовой объем продаж |
|------------------------|----------------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Партнер по продаже     | Маржа уровня                     | ½ маржи уровня | Маржа уровня              | 100% сделки                       |
| Партнер по внедрению   | 10%                              | 10%            | 10%                       | 50% сделки                        |

Дополнительные условия для определения маржи партнера при изменении его уровня (**для роли партнера по продаже**):

- Маржа (скидка) партнера рассчитывается, исходя из его текущего уровня на момент заключения сделки.
- При заключении контракта, предусматривающего график оплат по контракту, маржа партнера по продаже фиксируется на все платежи в рамках этого контракта в соответствии с уровнем партнера на момент заключения такой сделки. В случае изменения уровня партнера пересчет маржи по такому контракту не выполняется.
- При подписании многолетнего контракта с клиентом (например, подписка на 3 года и более) оплата за 1-ый год подписки считается по марже текущего уровня партнера (первая продажа), а платежи за 2-ой и далее годы подписок и/или технической поддержки вендора признаются renewal-продажами (маржа партнера составит 1/2 от его текущего уровня).

### Пример:

Если партнер на уровня L3 (Маржа уровня = 40%) закрывает сделку в роли **партнера по продаже**, то маржа партнера рассчитывается так:

- За первую продажу (1-ый год подписки и/или услуг технической поддержки) — 40%.
- За продление подписки (renewal), начиная со 2-го и далее года, — 20%.
- За cross- или upsell-продажи — 40%.

Если партнер уровня L2 (Маржа уровня = 30%) закрывает сделку в роли **партнера по внедрению**, то маржа партнера не зависит от уровня и составит 10% для всех типов сделок на период закрепления клиента за партнером.

### Пример:

Партнер закрывает сделку, которая совокупно с другими показателями по баллам позволяет партнеру перейти на новый уровень.

Партнер в момент закрытия такой сделки находится на L3 (Маржа уровня = 40%), маржа по этой сделке составит 40%.

После учета этой сделки в годовом объеме продаж уровень партнера повышается до L4 (Маржа уровня = 45%). Таким образом, по новым сделкам партнера в текущем финансовом году, в т.ч. по cross- или upsell-продажам, партнер сможет получить маржу своего «нового» 4-го уровня (45%).

### Пример:

Если партнер уровня L3 (Маржа уровня = 40%) закрывает сделку в роли **партнера по продаже** и клиенту была предоставлена скидка 15%, то:

- а) За первую продажу (1-ый год подписки) маржа составит 25% — маржа текущего уровня 40% минус скидка 15%.
- б) За продление подписки (renewal) или услуг технической поддержки, начиная со 2-го года и далее, маржа партнера составит 1/2 маржи уровня за вычетом скидки, предоставленной клиенту, но не менее 10% - минимально гарантированного размера вознаграждения для Партнера по продаже.
- в) За cross- или upsell-продажи в 1-ый и последующие годы — маржа уровня за вычетом скидки, предоставленной клиенту.

<sup>3</sup> При продаже партнерских продуктов Creatio Marketplace маржа партнера рассчитывается в соответствии с Регламентом выпуска продуктов Creatio Marketplace (<https://marketplace.terrasoft.ua/regulations>).

## Дополнительные условия

- Если **партнер по внедрению** закрыл сделку, в которой был **партнер по продаже**, то **партнер по продаже** получает референсное вознаграждение в размере 10% от суммы оплаты, но не более \$10 000 (сделка не учитывается в годовом объеме закупок этого партнера), а **партнер по внедрению** — 10% от маржи за первую продажу и 50% от сделки в годовой объём продаж.
- Участие партнера в сделке вендора возможно только в роли партнера по внедрению. Подтверждение роли партнера в сделке производится по согласованию с вендором в письменном виде.
- Клиент и/или вендор может привлечь партнера для выполнения работ по внедрению (включая контракты субподряда), когда выбор платформы уже сделан клиентом без участия партнера в такой сделке. В этом случае партнер не может претендовать на роль партнера по внедрению.
- Terrasoft предоставляет информацию обо всех партнерах, участвующих в сделке.
- Скидки клиенту предоставляются за счет маржи партнера.
- Для **партнера по продаже** минимально гарантированный размер вознаграждения в сделке составляет **10% от суммы оплаты**.
- Для **партнера по внедрению** минимально гарантированный размер вознаграждения в сделке составляет **5% от суммы оплаты**. Скидка клиенту в сделке с участием партнера по внедрению может предоставляться вендором без согласования с партнером.
- Минимальная закупочная цена одной подписки/лицензии — не менее \$120.

### Пример:

Если партнер уровня L3 (Маржа уровня = 40%) закрывает сделку по продаже 10 лицензий Studio Creatio On-site, enterprise edition по цене \$180 пользователь/год без предоставления скидок клиенту, то маржа партнера рассчитывается так:

$10 * \$120 = \$1200$  – доход вендора, гарантированный минимальной закупочной ценой одной подписки/лицензии;

$(10 * \$180) - \$1200 = \$600$  – маржа партнера.

## Регламент регистрации лидов

- На протяжении 3-х месяцев с момента регистрации лида (SQL) партнером вендор не имеет право напрямую работать с клиентом по заявленному в лиде продукту.
- В течение этого срока партнер выполняет следующие действия и предоставляет соответствующую информацию вендору:
  - Квалификация продажи: определение потребности, сроков и лиц, принимающих решение.
  - Формирование плана активностей по продаже.
- В случае выполнения данного условия, лид переходит в продажу, и продажа закрепляется за партнером еще на 6 месяцев.
- В случае невыполнения данных условий, вендор оставляет за собой право дисквалифицировать лид партнера или передать лид другому партнеру, или принять решение о самостоятельной работе по лиду.
- При регистрации лида вендор подтверждает партнеру, что данный лид не находится в воронке продаж вендора и/или другого партнера. Но даже в случае, если лид находится в воронке продаж вендора и/или другого партнера, вендор может принять решение об участии нового партнера в сделке в роли партнера по внедрению.

## Дополнительные условия

- В случаях проведения клиентом открытого конкурса/тендера или открытого запроса информации/предложений (RFI/RFP) вендор назначает всем партнерам одну роль - партнер по продаже. При этом:
  - вендор признает в качестве лидов по открытым конкурсам все те лиды, которые были зарегистрированы партнерами в период официального срока приема заявок на участие в конкурсе;
  - победителем будет признан тот партнер, который будет выбран клиентом и закроет сделку;
  - все остальные партнеры, участники открытого конкурса, не получают референсное вознаграждение от вендора.
- Если лид был зарегистрирован партнером до объявления открытого конкурса/тендера или открытого запроса информации/предложений (RFI/RFP), то действует стандартные положение регламента регистрации лидов.

## Закрепление renewal- и повторных продаж

- За **партнером по продаже/по внедрению**, который закрыл сделку, автоматически закрепляется renewal-продажа и допродажи (up/cross-sell) этому клиенту, сгенерированные вендором или этим партнером, на первые 360 дней.
- Для продления закрепления клиента за партнером на следующие 360 дней партнер предоставляет вендору официальное renewal-письмо от клиента. В письме обязательно должен быть указан уровень удовлетворенности клиента услугами партнера, заявлено желание продлевать подписку и/или поддержку через партнера. Письмо должно быть подписано уполномоченным руководителем.
- В случае неполучения вендором такого письма **за 30 дней до даты renewal**, вендор имеет право отменить закрепление клиента за партнером.
- Клиент может сменить закрепленного за собой партнера на другого партнера, предоставив об этом официальное письмо вендору. Письмо должно быть подписано уполномоченным руководителем.
- Закрепление renewal-а клиента за новым партнером возможно со следующего ближайшего renewal-а, но не ранее чем через 6 месяцев после старта сотрудничества партнера с клиентом.
- Новый закрепленный партнер может претендовать на маржу от:
  - renewal только спустя 6 месяцев после начала работы с клиентом;
  - up/cross-sell только по тем продажам, которые были открыты им после его закрепления.
- Ожидаемые **функции партнера** для обеспечения успешного продления подписки на Creatio и/или поддержки для клиентов партнера (независимо от схемы поставки лицензий/услуг клиенту: вендор-клиент или партнер-клиент):
  - Партнер самостоятельно уведомляет клиента о сроках продления не позднее, чем за 60 календарных дней.
  - Не позднее чем за 30 календарных дней информирует вендора о достигнутых договоренностях с клиентом по продлению подписки / услуг технической поддержки.
- Если клиент закреплен за партнером, но клиент отказывается сотрудничать с данным партнером (предоставляет письменное уведомление вендору), в этом случае клиент перестает быть закрепленным за таким партнером.

- Если клиент закреплен за партнером, то услуги 1-2 линий поддержки предоставляет партнер, а для клиентов с вариантом инсталляции on-site дополнительно подтверждено обновление системы клиента до последней релизной версии Creatio.
- Если текущий закрепленный партнер не произвел в Terrasoft оплату подписки или продления технической поддержки лицензий клиента до даты продления, то закрепление текущего партнера за клиентом прекращается и вендор в праве начать прямое взаимодействие с клиентом или привлечь нового партнера.

## МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА

В рамках маркетинговой поддержки вендор предоставляет партнерам маркетинговый фонд, а также ряд дополнительных сервисов.

Коммуникации с партнером ведет Департамент маркетинга Terrasoft через официальный адрес электронной почты [partnermarketing@creatio.com](mailto:partnermarketing@creatio.com) или напрямую с выделенным менеджером по маркетингу (для партнеров 3-5 уровня).

### Маркетинговый фонд

**Маркетинговый фонд** рассчитывается как % от объема закупок партнера и может использоваться партнером для финансирования своих маркетинговых активностей, направленных на продвижение Creatio как внутри компании партнера, так и на рынке.

- Маркетинговый фонд накапливается в течение финансового года. Накопленный маркетинговый фонд должен быть использован до конца первого квартала следующего финансового года – 30 июня. В случае неиспользования фонда до указанной даты, сумма фонда обнуляется.
- Все запланированные совместные маркетинговые активности, оплачиваемые из маркетингового фонда текущего финансового года, должны быть согласованы до 30 апреля следующего финансового года.
- Из маркетингового фонда оплачивается не более 50% от стоимости маркетинговой активности партнера.
- Партнер имеет возможность в период с 1 апреля или с даты старта нового партнерства до 31 марта пополнить свой маркетинговый фонд за счет переноса до 100% стоимости приобретенного пакета программного обеспечения Partner Success Portal.
- Партнер должен согласовать с вендором план использования маркетингового фонда и предоставить отчет о расходах для каждой выполненной маркетинговой активности, требующей возмещения из фонда. партнеру необходимо:
  1. Подать заявку вендору через партнерский портал с детальной информацией о планах использования маркетингового фонда.
  2. Получить подтверждение вендора о возможности выделения средств из маркетингового фонда на указанную активность.
  3. Предоставить детальный отчет об использовании средств после проведения активности.
  4. Зарегистрировать полученные в результате активности лиды на партнерском портале в течение 10 дней после ее завершения.
- Вендор оставляет за собой право отказать в зачете маркетинговой активности или в возмещении расходов из маркетингового фонда в случае недостаточности предоставленной партнером информации и обязуется предоставить детальное обоснование такого решения.
- Компенсация расходов партнера за счет маркетингового фонда проводится в течение 15 рабочих дней после предоставления партнером всех необходимых отчетных документов.
- Средства из маркетингового фонда вендор может перечислять как на счет партнера, так и напрямую подрядчикам.

### Виды маркетинговых активностей

Список маркетинговых активностей, которые могут быть зачтены или на которые может быть использован маркетинговый фонд:

## 1. Проведение комплексных онлайн-кампаний

- Кампании могут быть проведены по следующим информационным поводам: вебинар, обучающий контент, прямая реклама продуктов Creatio.
- Для зачета маркетинговой активности в рамках онлайн-кампании должны быть выполнены две и более задач из списка:
  - Реклама в Google, Yandex, Bing.
  - Пост на собственных и сторонних страницах в социальных сетях.
  - Реклама в социальных сетях.
  - Размещение новости на собственном или стороннем сайте.
  - Рассылка по собственной базе.
  - Рассылка по внешней базе.
- До начала онлайн-кампании рекомендуем предоставить следующие материалы:
  - Медиаплан, включая таргетинг и сроки размещения по каждому каналу.
  - Смета на медиапродвижение в разрезе каждого канала/площадки.
  - Рекламируемые материалы: список ключевых слов для поисковой рекламы, макеты баннеров, тексты объявлений или рассылок, контент, презентация и т. д.
  - Прогноз по количеству лидов, стоимости одного лида.
- После завершения активности необходимо предоставить отчет по эффективности медиаразмещения: трафик, Open Rate, CTR, количество MQL, фактическая стоимость одного лида (по каждому каналу/площадке) и т. д.
- В случае, если требуется возмещение из маркетингового фонда, в Департамент маркетинга Terrasoft обязательно предоставляется ссылка/скриншот/документ, подтверждающий факт размещения и расходы.

## 2. Организация и проведение мероприятий

- Мероприятие может быть проведено самостоятельно или совместно с вендором, включая, но не ограничиваясь такими типами мероприятий, как: конференция, круглый стол, бизнес-завтрак, демосессия.
- Возможно участие в отраслевых выставках, профильных конференциях и целевых мероприятиях самостоятельно или совместно с Terrasoft: представление экспертизы по направлениям BPM/CRM, представление продуктов Creatio.
- До начала мероприятия рекомендуем предоставить следующие материалы:
  - Детальная информация о мероприятии: дата, программа, спикеры, ЦА, количество участников и список компаний-участников, медиапартнеры, и т. д.
  - Детализация сметы или пакета участника, его стоимости.
  - Анализ организации или участия в прошлых периодах, результаты.
  - План продвижения: каналы, охват, смета на платное продвижение (для собственных мероприятий).
  - Ожидаемый результат.
- После завершения мероприятия необходимо предоставить следующие материалы:
  - Отчет о мероприятии: количество приглашенных, регистраций, участников, профиль аудитории.
  - Фотоотчет (общий вид, промоматериалы, персонал, процесс работы с посетителями).



- Пост-релиз для распространения информации в СМИ.
- Опрос уровня удовлетворенности посетителей (для собственных мероприятий).
- В случае, если требуется возмещение из маркетингового фонда, в Департамент маркетинга Terrasoft обязательно предоставляются документы, подтверждающие расходы по смете.

### 3. Размещение PR-материалов на сторонних ресурсах

- Материалы для размещения: пресс-релизы, интервью, истории успеха и другие материалы по направлению Creatio.
- До начала PR-активности рекомендуем предоставить следующие материалы:
  - Структура материала, основные тезисы (в свободной форме).
  - Вопросы для интервью.
  - План продвижения материала (медиа, сроки, стоимость и т. д.), стоимость платного размещения.
  - Ожидаемый результат.
- После завершения PR-активности предоставляются следующие материалы:
  - Ссылки на публикации.
  - Отчет по эффективности размещения: фактические затраты, полученный трафик по каждому каналу/площадке.
- В случае, если требуется возмещение из маркетингового фонда, в Департамент маркетинга Terrasoft обязательно предоставляется ссылка/скриншот/документ, подтверждающий факт размещения и расходы.

## Консультации маркетологов

**Консультации маркетологов** — предоставление Департаментом маркетинга Terrasoft ответов на вопросы по маркетинговым активностям.

- Вопросы должны быть направлены на электронную почту [partnermarketing@creatio.com](mailto:partnermarketing@creatio.com).
- Департамент маркетинга Terrasoft в течение 3 рабочих дней обязуется уведомить партнера о сроках предоставления консультации.
- Срок предоставления консультации зависит от сложности вопроса и необходимости участия других сотрудников вендора.

## Выделенный менеджер по маркетингу

**Выделенный менеджер по маркетингу** — сотрудник Департамента маркетинга Terrasoft, который официально закрепляется за партнером 3, 4 или 5 уровня.

- Выделенный менеджер по маркетингу осуществляет совместное с уполномоченными специалистами партнера годовое/квартальное планирование, а также учет маркетинговых активностей, контроль и утверждение расходов из маркетингового фонда.
- Менеджер обеспечивает маркетинговое и PR-консультирование партнера по всем вопросам касательно активностей, направленных на генерацию спроса и продвижение брендов Creatio и Terrasoft.

## Marketing kit

**Marketing kit** — набор маркетинговых материалов для продвижения продуктов Creatio и представления экспертизы и уровня партнера клиентам.



- Marketing kit включает: лого партнерского статуса, маркетинговую информацию о вендоре, продуктах Creatio, наградах Creatio и отчетах мировых аналитических агентств.
- Партнер также получает доступ к Каталогу материалов для запуска собственных маркетинговых активностей. Каталог содержит набор видеозаписей, баннеров, образовательных и PR-статей, шаблонов рассылок и других материалов, использование которых позволит объединить коммуникационные сообщения и представленность в медиапространстве партнера и вендора.

## ПРЕИМУЩЕСТВА ПАРТНЕРСТВА

Оплатив один из пакетов программного обеспечения (ПО) Partner Success Portal, предназначенного для коммуникации вендора с партнером через интернет-сайт, партнер может получать продукты и услуги Terrasoft со скидкой 50-60% с момента оплаты ПО и до 31 марта. Приобретение и использование ПО Partner Success Portal является обязательным для старта и продления сотрудничества.

В течение финансового года партнер может приобретать пакет только один раз. Если партнер в течение года использовал сумму в рамках пакета, все остальные сервисы он закупает в соответствии с прайс-листом.

Если партнер присоединился к партнерскому сообществу Terrasoft в последнем квартале финансового года, то оплаченный им пакет ПО Partner Success Portal действует и на следующий финансовый год.

| Продукты и услуги   | Пакет 1        | Пакет 2        | Пакет 3        | Пакет 4        | Пакет 5         |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| NFR-подписка cloud/on-site<br>(по стоимости в прайс-листе)                          | +              | +              | +              | +              | +               |
| Бюджет на корпоративные тренинги<br>Creatio Academy<br>(по стоимости в прайс-листе) | +              | +              | +              | +              | +               |
| Бюджет на практикумы Creatio Academy<br>(по стоимости в прайс-листе)                | +              | +              | +              | +              | +               |
| Сертификация в Creatio Academy<br>(по стоимости в прайс-листе)                      | +              | +              | +              | +              | +               |
| Часы консультаций   | +              | +              | +              | +              | +               |
| Бесплатное участие в ежегодной<br>партнерской конференции                           | 1              | 2              | 3              | 4              | 5               |
| <b>Стоимость по прайс-листу</b>   | \$2,000        | \$5,500        | \$11,000       | \$17,000       | \$22,000        |
| <b>Стоимость ПО для партнера<br/>в год</b>  | <b>\$1,000</b> | <b>\$2,500</b> | <b>\$5,000</b> | <b>\$7,500</b> | <b>\$10,000</b> |

*Все цены приведены без учета налогов, сборов, пошлин и иных платежей.*

**Тренинги и практикумы Creatio Academy** — это возможность повысить экспертизу и ускорить адаптацию сотрудников партнера по настройке и разработке продуктов Creatio.

Подробнее с описанием образовательных продуктов Creatio Academy можно ознакомиться на сайте <https://academy.terrasoft.ua/trainings>

Воспользуйтесь преимуществом получать услуги от Terrasoft с большой скидкой!

## ПРОДЛЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА

В конце финансового года (до 31 марта) вендор и партнер принимают решение о продлении сотрудничества на следующий финансовый год. Для продления сотрудничества в статусе **Интегратора** партнер должен приобрести один из пакетов ПО Partner Success Portal до конца текущего финансового года (до 31 марта), а также иметь проектную команду из минимум 2-х сертифицированных экспертов.

Уровень партнера в следующем финансовом году определяется по результатам текущего года. Оценка производится в конце года в соответствии с требованиями уровня.

**Пример:**

Если партнер по итогам года (на дату 31 марта) выполнил требования для L3, его уровень на следующий год не может быть ниже L3. При этом уровень может расти и дальше в течение года.

## МЫ ВСЕГДА ОТКРЫТЫ ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА!

Команда департамента партнерских продаж



Офис в Киеве:  
+38 (044) 363 3133

Офис в Москве:  
+7 (495) 280 1680

Офис в Бостоне:  
+1 617 765 7997

Офис в Лондоне:  
+44 (2) 0338 40040

Офис в Мельбурне:  
+61 261 452 888

Офис в Никосии:  
+357 22 027 630

[info@terrasoft.ua](mailto:info@terrasoft.ua)  
[www.terrasoft.ua](http://www.terrasoft.ua)

Партнерская программа Terrasoft 2020-2021