

Требования к коммерческому предложению:

3.1 Коммерческое предложение должно быть лаконичным, включать точную и соответствующую действительности информацию по товару для первичной оценки:

- фотоизображение и подробное описание предлагаемого товара;
- страна и компания производитель товара;
- потребительские свойства (характеристики) и особенности товара;
- изображение товара и (или) его образцы, его конкурентные преимущества и т.п.;
- полная техническая информация о предлагаемом товаре;

3.2. сведения о компании-Поставщике:

- длительность работы на рынке в одной ассортиментной группе,
- положение на рынке,
- широта предлагаемого ассортимента,
- постоянное наличие на складе достаточного количества товара,
- частота обновления ассортимента и информирование,
- уровень цен на ассортимент;

3.3. указание периода стабильности первоначально предложенных цен;

3.4. предлагаемые скидки;

- план промо-мероприятий по продвижению товара (ценовые акции, дегустации, консультирование покупателей о продукте, реклама на ТВ и т.п.);

3.5. сведения о поставщике как о налогоплательщике.

«Простор» вправе запросить у контрагента предоставить образцы товара для ассортиментного совета.

3.6. Поставщику необходимо предоставить копии следующих документов, заверенные подписью руководителя и печатью организации/индивидуального предпринимателя:

- свидетельства о государственной регистрации юридического лица/физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- копию учредительных документов в последней (действующей) редакции;

- выписку из Единого государственного реестра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, действующую на дату, максимально приближенную к дате заключения договора поставки, срок которой на момент предоставления не должен превышать трех месяцев с момента ее выдачи;

- лицензия, если деятельность, которую осуществляет контрагент, подлежит в соответствии с законодательством Республики Беларусь лицензированию;

- подтверждение полномочий лица на подписание документов, оформленные надлежащим образом (протокол /решение уполномоченного органа управления контрагента о назначении исполнительного органа и приказа о вступлении в должность; доверенность, если со стороны контрагента подписывается не исполнительным органом);

- копии сертификатов соответствия продукции и иные документы, подтверждающие качество и безопасность товаров требованиям, обязательным согласно действующему законодательству Республики Беларусь.

В случае, если Поставщик не является производителем товара, «Простор» вправе запросить официальное письмо от производителя товара с подтверждением того, что Поставщик входит с производителем в одну группу лиц либо является официальным поставщиком (дистрибьютором) продукции производителя.

3.7. «Простор» гарантирует Поставщику соблюдение режима конфиденциальности в отношении документов и информации предоставленных Поставщиком.

4. Администратор офиса, получив заявку и коммерческое предложение направляет полученное предложение ответственному сотруднику на рассмотрение.

5. Категорийный менеджер проводит оценку полученного предложения, исходя из конкурентоспособности товара, предложенной цены и ассортимента, а также иных условий поставки, путем оценки:

- соответствия вышеуказанным критериям, в т.ч. соответствия ценовой и ассортиментной политике Простора,
- сравнения предлагаемых кандидатом условий с условиями по аналогичным товарам (видам, подвидам) других поставщиков (кандидатов).

6. В случае возникновения вопросов в отношении представленных сведений, менеджером соответствующей товарной категории может быть направлен запрос о предоставлении дополнительной информации. Поставщик обязан ответить на запрос дополнительной информации в срок, не превышающий 5 рабочих дней. В случае если срок ответа Поставщика на запрос дополнительной информации Покупателя превышает 5 рабочих дней, менеджер вправе продлить срок рассмотрения Коммерческого предложения, документов и информации Поставщика на соответствующий срок либо отказать Поставщику в заключении Договора.

7. Менеджер соответствующей товарной категории докладывает на заседании Ассортиментного совета Простора о поставщике, дает предварительную оценкосоответствию Поставщика и предлагаемых им товаров Критериям отбора.

8. Решение о вводе товара (продукта) в ассортиментную матрицу принимается ассортиментным советом, состав которого утверждается приказом. Решение принимается большинством голосов, при равном количестве голосов решение принимает Председатель ассортиментного совета.

Ассортиментный совет для принятия решения принимает во внимание рекомендации (предварительную оценку) категорийного менеджера, учитывает соответствие товара ценовой и ассортиментной политике,

оценивает экономические и прогнозные показатели (представленность товара, товарооборачиваемость, маржинальность и т.п.). Дополнительно возможно органолептическое изучение образцов товара, сравнительная дегустация образцов продукции и опрос мнений участников дегустаций.

9. Категорийный менеджер вправе самостоятельно принять решение об отказе поставщику во вводе товара (продукта) в ассортиментную матрицу в случае, если коммерческое предложение явно (патологически) не соответствует оценочным характеристикам, указанным в п.1 или п.2. таблицы.

10. Категорийный менеджер уведомляет поставщика (кандидата) о принятом решении путем обратной связи; обсуждает существенные условия Договора поставки, а также о необходимости корректировки предоставленного коммерческого предложения на предмет соответствия требованиям, утвержденным Простором;

11. «Простор» рассматривает Коммерческие предложения, документы и информацию Поставщиков и принимает решение о заключении Договора поставки или об отказе в заключении договора в срок, не превышающий 45 календарных дней с момента получения Коммерческого предложения, документов и информации Поставщика. В случае возникновения у Простора вопросов и потребности в дополнительной информации о товаре или о Поставщике Простор вправе продлить срок рассмотрения на соответствующий срок получения ответа и/или информации от Поставщика.

12. Поставщику, выбранному по результатам отбора, Простор предлагает для рассмотрения типовой договор поставки, обсуждает и согласовывает все существенные условия договора. Поставщик, вправе предложить иные условия, изложив предложения в протоколе разногласий. По результатам обсуждения и согласования условий договора заключается договор поставки.

13. Подписание типовых договоров поставки с утвержденным ассортиментным советом Поставщиком (в случае, если было принято соответствующее решение и договор поставки товаров не был заключен ранее).

14. Основаниями отказа в заключении Договора с Поставщиком или вводе нового товара в ассортиментную матрицу являются:

Отказ от предоставления Поставщиком дополнительной информации по запросу сети либо предоставление ее не в установленный срок;

наполненность ассортиментной матрицы магазинов Простор при обращении Поставщика, в т.ч. при обращении Поставщика после окончания закупочных кампаний;

несоответствие Поставщика одному или нескольким критериям отбора Поставщиков, в т.ч. невозможность выполнения требований к организации поставки и таре; экономическим показателям предлагаемой продукции, и т.д.;

несоответствие товара одному или нескольким критериям отбора товаров, указанных в настоящем Положении;

недостижение согласия по условиям договора.

«

15. Для определения частоты и объемов заказов, а также объемов размещения в торговом зале товара, в целях проверки реальному соответствию критериям отбора, для каждого поставщика устанавливается **тестовый период** (3 месяца с момента первой поставки). Совместно с представителями Поставщика категорийный менеджер устанавливает цели по продажам во время тестового периода (оборачиваемость; маржинальность, т.п.).

На время тестового периода в целях узнаваемости бренда, привлечения внимания покупателей к новому продукту Поставщика либо к новому поставщику, поставщику может быть предложено оказание рекламных услуг на платной основе в рамках отдельно заключаемых договоров. Поставщик самостоятельно принимает решение о целесообразности продвижения тестируемого товара Простором.

16. Если по истечении тестового периода товар не достиг поставленной цели по продажам, то по окончании тестового периода принимается решение об исключении товара из ассортиментной матрицы.