



Руководство Дистрибьютора

Стратегии и направления

Составитель:
Фирас Мазлум, президент компании

Март-2013
Версия 1.2



1.0 Предисловие

Уважаемые Партнеры,

Welcome to 2013, and thank you for sailing with us during last few years.

Добро пожаловать в 2013 год, и благодарим Вас за крепкое сотрудничество уже на протяжении нескольких лет.

I am making this document swiftly to explain the main Roles of Distributor in 2013.

Мне бы хотелось вкратце объяснить основную роль дистрибьютора в 2013 году.

This document is swift, pin pointed and clear.

Четкая концепция чего ясно и вкратце излагается в данном документе.

It shall cover points like the following:

Мне бы хотелось осветить следующие ключевые моменты:

- a) What is Dealer and what is distributor
Определение дилера и дистрибьютора
- b) How to Deal with your Dealer
Как сотрудничать с дилером
- c) How to issue Pricing to your Dealers
Как обозначить выпускную цену вашим дилерам
- d) What is Rebate Policy
Что такое система скидок
- e) Where to sell in your market
Где и кому продавать на вашем рынке
- f) How to build a future and gain in momentum
Как построить будущее и укрепиться на рынке

2.0 What is Dealer and what is Distributor

Определение Дилера и Дистрибьютора

Many People get confused about the difference.

Многие люди путаются « кто есть кто».

We can list the Definition in Professional terms:

Мы можем дать определение профессиональными терминами:

- 1- Dealer is the Service provider to customer Direct (B2C)
Дилер напрямую предоставляет услуги клиентам (B2C)



*(Dealer doesn't invest in stocking and order, after the Project is secured, using project Money mostly)
(Дилер не осуществляет инвестиций в складские запасы, а осуществляет заказы, используя в основном проектные Деньги после получения Проекта)*

- 2- Authorized Dealer/Distributor is the Stocking and Training center for Dealers locally, that should protect and should not compete. (MIX)

Официальный Дилер /Дистрибьютор – это склад и центр обучения для местных дилеров, осуществляет защитную функцию и не должен конкурировать.

(In some smaller countries the Distributor might act as Dealer also, but must not compete in same project at all. He must always protect and to allow his dealer to take the project instead, in case they both have to offer to the same customer)

(В некоторых маленьких странах дистрибьютор может выступать дилером, но в этом случае он не должен конкурировать в одинаковых проектах со своими дилерами. Дистрибьютор должен отдать проект дилеру, в случае если у них общий клиент)

- 3- Pure Distributor is the Business and Network developer that deal with Businesses only (B2B).

Чистый дистрибьютор занимается развитием бизнеса и сети, которые имеют отношение только к бизнесу (B2B)

(Distributor is the Investor, that invests in stock, supports centers, warehousing ++ with future business growth vision, in order to make a return on his investment) (Дистрибьютор- это инвестор, который осуществляет капиталовложения в складскую программу, центры управления закупками, хранения продукции ++ с последующим видением роста для того чтобы возратить инвестиции)

And we can summarize it in few levels based on family members:

Мы можем подвести итоги и представить все вышесказанное в виде нескольких уровней членов родства:

- 1- Dealer (is the Child, want everything for himself only :to eat and grow fast)
Дилер (это ребенок хочет все только для себя: есть и быстро расти)
- 2- Authorized Dealer (is the Big Brother that is ready to assist his younger brother to walk)
Официальный дилер(Старший брат, который поддерживает своего младшего брата при ходьбе)
- 3- Distributor (is the father that Give fairly and Strictly)
Дистрибьютор (это папа, который справедливо и вовремя помогает)
- 4- Master Pure distributor (is the Grandfather that Give with love, and like to see the whole family grow happily)
Ведущий чистый дистрибьютор (это дедушка, который помогает с любовью и хочет видеть всю семью счастливой)

3.0 Dealing with Dealers

Сотрудничество с Дилером

3.1 Universal Price:



Универсальная Цена:

Distributor must follow the following Universal Pricing Policy:

Дистрибьютор должен придерживаться следующей политики формирования универсальной цены:

Distributor must maintain the same Price worldwide, in order to avoid losing the grip over his territory borders. Many Distributors become Greedy, and raise prices on dealers aiming for Fast Cash, and justify that by paying for their goods service.

Дистрибьютор должен установить одинаковую цену на мировом рынке, во избежание потери влияния на своих территориях. Многие дистрибьюторы в погоне за быстрыми деньгами из жадности поднимают цены дилерам, оправдываясь тем, что деньги нужны на транспортировку товара.

(The fact experienced is: after Distributor plants, trains, projects, designs & supports, after he specifies, and after he helps his dealers to close many projects, then they go behind him and buy from other sources in many different ways and colors, especially if the Project is Huge.)

(Как показывает практика: после того как дистрибьютор организывает, обучает, проектирует, осуществляет дизайн и поддерживает, помогает выполнить много проектов, после он может остаться в стороне, особенно при больших проектах)

3.2 Calculation of Universal Price:

Расчет Универсальной Цены

Many distributors do not understand the Universal Price policy and the way of calculation of price, based on different countries governmental policy.

Многие дистрибьюторы не понимают, что такое Универсальная Ценовая Политика и как произвести расчет такой цены, основываясь на государственной политике разных стран.

Accordingly, here is the hint example of the calculation:

Таким образом, ниже приведен пример калькуляции:

- 1- (OPL) Original Price Level = The Dealer level Price in the Official Pricelist issued By Smart-Group
(OPL) Первоначальный Уровень Цены = Уровень дилерской цены, которая обозначена в официальном прайслисте Smart-Group
- 2- (SC) Shipping Costs = KG Shipping cost average for full home sized shipments from ex-factory
(SC) Затраты на транспортировку = В среднем затраты на транспортировку заказа одного проекта на дом с завода
- 3- (CD) Custom/import Duty and clearance cost = cost of Import duties, fees, clearance and Transport.
(CD) Таможенная пошлина/налог на импорт и таможенная очистка = стоимость налога на импорт, денежных сборов, таможенной очистке и транспортировке



- 4- (ST) Sales tax = Local Sales and Other Luxury Taxes in sum as Per country Laws
(ST)Налог с продаж = Местный налог с продаж и другие налоги в сумме согласно законам страны

Accordingly the Universal Price level (**UPL**) will be according to this formula:

Таким образом, расчет Уровня Универсальной Цены(UPL) будет осуществлен по следующей формуле:

$$\text{UPL} = (\text{OPL}) + (\text{SC}) + (\text{CD})$$

Then in Invoice, as standard, add the needed (ST) below:

Потом в инвойсе внизу стандартно указываются необходимые налоги(ST):

Example in Dubai:

На пример в Дубаи: если $(\text{OPL}) = \$100$, $(\text{SC}) = 4\% + 1\% = 5\%$, $(\text{CD}) = 5\%$

$$\text{UPL} = (100) + (4+1) + (5) = \$110$$

3.3 Calculation Markup:

Расчет Наценки:

Many People Make the Mistake of calculating Markup as following:

Многие совершают ошибку при расчете наценки следующим образом:

Example: If Merchant likes to make Mark-up of 15% on item that Cost landed \$100

Например: Если предприниматель хочет сделать наценку 15% на позицию, цена которого с доставкой на берег будет 100\$

$$\text{Неправильный вариант расчета} = 100 * 1.15 = \$115.00$$

$$\text{Правильный вариант} = 100 / 0.85 = \$ 117.6471$$

Why Wrong? To know why, please try to give discount of 15% on both Outcome Figures, if you like to sell back at cost without Markup. You will discover that you are **losing \$2.25**, if you follow wrong Practice.

Почему неправильно? Чтобы узнать почему, предлагаем вам дать скидку в 15% на обе итоговые цифры, если бы Вы захотели продать товар обратно по цене без наценки. Вы увидите, что **потеряете \$2.25**, если последуете неправильному расчету.

3.4 Why Dealers Go behind:

Почему Дилеры стаются в стороне:

Distributor must understand the following trade Facts:

Дистрибьютор должен осознавать следующую реальность в сфере торговли:

- 1- Today the world is a small place because of Internet and Airplanes.
Сегодня благодаря интернету и авиасообщению мир становится намного ближе.
- 2- Anyone can get anything from any place by using friends, or even establish company in different countries. (no one can stop any One)



Кто угодно может достать что угодно из любого места, благодаря друзьям, или даже открыть фирму в любой стране мира. (Никто никого не может остановить)

- 3- Dealers are similar to children, they want all things for themselves only.
Дилеры подобны детям, они хотят все только для себя.
- 4- Dealers are young mostly and think inside the box. Yet they like to feel big, and assume that they are cleverer and more secure, if they deal direct with Factory.
По большей части дилеры молоды и размышляют довольно узко, хотя им хочется считать себя большими, им кажется, что они умны и в безопасности, если сотрудничают с производителем напрямую.
- 5- Unless same price is availed universally, then there is no use for the extra privilege.
До тех пор пока единая цена не будет существовать повсюду, нет смысла для дополнительных привилегий.

3.5 What Will Dealer Lose if he deal with factory:

Что Дилер теряет при сотрудничестве с Производителем напрямую:

If Dealer Deal with factory he will lose many things, but mostly dealer is not that clever, and cannot see these things, that is why Distributor Attitude is most important to make **Reverse Psychology**. При сотрудничестве с производителем напрямую дилер будет терять многое. В основном из-за того, что он не настолько умен, и не может видеть этого, вот почему установкой дистрибьютора более важно сделать **Обратную Психологию**.

3.5.1 Clean Reverse Psychology

Правильная Обратная Психология

(Distributor must give complete open way (No doors closed) for his Dealers with dual options:

(Дистрибьюторы должны держать двери открытыми, не закрытыми, для своих дилеров и давать право выбора)

- a) To deal direct and order from factory
Сотрудничать напрямую и заказывать от производителя
- b) To order through Distributor and take from Local stock
Заказывать через дистрибьюторов и с местных складов

(Distributor must always maintain transparent price policy, similar to what we already use today without fail, and shall recommend hereinafter)

(Дистрибьютор должен всегда вести прозрачную ценовую политику, обязательно подобно той, которую мы проводим сегодня, и придерживаться ее в дальнейшем)

3.5.2 The losses dealer will experience when dealing with factory direct:



Что теряет Дилер при прямом сотрудничестве с Фабрикой:

- a) Must apply for Dealership from scratch (Lose old Status)
Должен претендовать на дилерство с нуля (Потеря старого статуса)
- b) Must come to factory for Training (Lose Time and Money)
Должен приехать на фабрику на тренинг (Теряет время и деньги)
- c) Must Buy Demo Kit again (Time on Negotiation)
Должен приобрести демо-комплект снова (Нужно время на переговоры)
- d) Will take untrained price first, then Trained Price
Получит сначала цену для тех, кто не проходил тренинг, после с учетом прохождения тренинга
- e) Must arrange his Own Shipper and documents (Extra Work)
Должен найти себе сам грузоотправителя и организовать документы (Дополнительная работа)
- f) Must arrange his own money transfers (Risk)
Должен сам заниматься переводом денег (Риск)
- g) Must ship by himself , insure and clear from customs (Time, Risk)
Должен сам оформлять погрузку, страховку и таможенную очистку (Время, риск)

3.6 What will Dealer gain more, if he deals with Distributor:

Чем выгодно прямое сотрудничество Дилера с Дистрибьютором:

If Dealer deals direct and always with Distributor, he will gain many things:

Если Дилер сотрудничает с Дистрибьютором всегда напрямую, преимуществами будут:

- 1- Status, trust and respect
Статус, доверие и уважение
- 2- Project protection and coordination
Защита и согласованность проектов
- 3- Leads forwarding
Продвижение вперед
- 4- Training for all his Staff and New tech
Тренинги для всего персонала и новые технологии
- 5- Local Project design and commissioning support
Разработка местных проектов и поддержка комиссионных вознаграждений
- 6- Faster delivery from Local Stock, or more secure importation
Более быстрая доставка с местных складов или более надежная доставка импорта

- 7- Easy Replacement locally
Легкая замена на месте



- 8- Rebates from Distributor on purchase buildup monthly and Quarterly
Скидки от Дистрибьютора при построении заказов ежемесячно и ежеквартально
- 9- Specification, Marketing and Strong Distribution Network Image (one Team)
Спецификация, маркетинг и имидж сильной Дистрибьюторской сети

*Always Communicate with Dealers and Never assume that they understand. Proper education Matters.
Всегда общайтесь с дилерами и никогда не предполагайте, что они понимают. Надлежащие образовательные вопросы.*

4.0 Dealer Pricing Policy

Ценовая Политика Дилера

Following is the Price level Policy used worldwide and must be applied and adhered to by all distributors:
Ниже следует Ценовая Политика, которая используется повсеместно в мире, и которая должна строго применяться и наследоваться всеми Дистрибьюторами:

4.1 Customers

Потребители

There are many levels of customers:

Есть много уровней Потребителей:

- 1- End user (Must be given End user Price, with some Discount Level up to 20% max)
Конечный потребитель (Ему должна предоставляться цена конечного пользователя, с дисконтом максимум 20%)
- 2- Real Estate Developer (can be Given More discount)
Застройщики (ему можно предоставить большую скидку)
- 3- Hotel mass Project (can be Given More discount)
Массовый проект отеля (можно предоставить большую скидку)
- 4- Mass Housing and Mega Project (can be Given More discount)
Жилищное строительство и мега проекты (можно предоставить большую скидку)
- 5- Contractor (can be Given More discount)
Подрядчики (можно предоставить большую скидку)

*Usually, it is up to Distributor to set his country wide sales, promotional packages and discount policy.
Как правило, налаживанием широких продаж, рекламными пакетами и политикой предоставления скидок занимается Дистрибьютор.*



4.2 Dealers Price Levels

Уровни Цен Дилеров

There are many levels of Dealers:

Есть много уровней Дилеров:

- 1- Unregistered Dealer/installer = Any 3rd party installer in the same industry that handles customers needs, but is not officially registered with Distributor as official dealer
Незарегистрированный Дилер/Инсталлятор = Инсталляторы 3-го лица в той же отрасли, которые поставляют запросы потребителя, но официально они не зарегистрированы с Дистрибьютором как официальный Дилер
- 2- New untrained Dealer = Any Dealer that has registered and has been approved after submitting credentials and fully filled forms but did not take training (But has at least Bought one Training Kit Package Minimum).
Новые необученные Дилеры = Любой Дилер, который зарегистрировался и был утвержден после предоставления верительной грамоты и полного заполнения форм, но не проходил тренинг (Но минимум приобрел один тренировочный пакет).
- 3- Trained Dealer = The untrained Dealer that has Bought the Training Kit, and has Attended at least one technical Training
Обученный Дилер = Необученный Дилер, который купил один тренировочный пакет, и посетил минимум одно занятие по технической подготовке
- 4- Solid Dealer = the trained Dealer, that has purchased and completed at least 3 Different Projects and orders. This Dealer must have also Completed, at least level 2 training or higher.
Первоклассный Дилер = обученный Дилер, который приобрел и завершил 3 разных проекта и заказа. Дилер данной категории должен обязательно пройти обучение 2-го уровня или даже выше.
- 5- Root Partner = the Solid Dealer or Agent that Has Trained and is supporting at least 20 Dealers in a registered contracted Geographical Territory, and is Promoting only Smart-Group Brand.
Основной Партнер = Первоклассный Дилер или Агент, который прошел обучение и поддерживает, по меньшей мере, 20 Дилеров на запатентованной, обусловленной в договоре географической территории и стимулирует продвижение бренда Smart-Group.
- 6- Distributor = The Investor that Has Committed with Performance Guarantee to Stock, Promotes, supports, specifies, trains, educates, forecasts and makes the Brand dominant in the Territory contracted.
Дистрибьютор = Инвестор, который дал обязательство и предоставил гарантии на поставки, продвижение, поддержку, установку, тренинги, обучение; прогнозирует и способствует доминированию данного Бренда на обусловленной территории.

4.3 Dealer Registering Process



Процесс Регистрации Дилера

To register as Dealer the following must be completed:

Регистрация Дилера проходит по следующим пунктам:

- 1- Fill Dealership form <http://www.smarthomebus.com/dealers/Others/Smart-Home-Group-Dealer-Application-2011.pdf>
Заполнение форму представителя на сайте
<http://www.smarthomebus.com/dealers/Others/Smart-Home-Group-Dealer-Application-2011.pdf>
- 2- Attach Valid Trade License Copy
Присоедините копию действующей торговой лицензии
- 3- Attach Owner's and General Manager's Passport Copy
Присоедините копию паспорта владельца и директора
- 4- Attach Company Logo
Присоедините логотип компании
- 5- Attach Company Profile and Organization chart with Reference Projects and Brands
Присоедините профиль компании и структурную схему организации со ссылкой на проекты и бренды
- 6- Get approved and then receive Dealer acceptance Certificate.
Получите подтверждение, а потом получите Одобренный Сертификат Дилера

*This will make the Dealer automatically eligible for untrained Dealer Price Level for any Samples Needed.
Это автоматически дает право Дилеру на получение любых необходимых образцов, по цене тех, кто не прошел тренинг.*

5.0 Rebate Policy

Политика Скидок

All Livings demand rewards on good Performance, accordingly the Smart-Group has established solid Policy to serve such demand immediately, which helps in both:

Все живущие нуждаются в вознаграждении за хорошо выполненную работу, соответственно Smart-Group установила твердую политику по обслуживанию данных потребностей в немедленном порядке, что помогает в обоих случаях:

- a- Distributor communication/References and stock movement
Общение дистрибьюторов /отзывы и движение ассортимента
- b- Dealer Net profit Cash flow achievement and dealer Liability decrease
Результат получения прибыли в дилерской сети от оборота денежных средств и снижение ответственности дилера

((Based on New 2013, applicable to all, Smart-BUS Products Price List))



(Согласно нового прайс-листа продукции **Smart-BUS**, применимо для всех)

5.1 Monthly Evaluation Rebate Bonuses Policy

Политика ежемесячных вычислений Скидок и Бонусов

(Calculated **Within Every Month** Separately)

(Вычисляется в течение каждого месяца отдельно)

- Monthly **1st Order** Per Each New Month = No Rebate
- Ежемесячно **1й заказ** за каждый новый месяц = нет вознаграждения
 - (USD 60 Only as Processing Fee shall be charged if order less than USD 5000)
 - (Только вычитается плата за обслуживание 60USD, если сумма заказа будет меньше чем на 5000USD)
- Monthly **2nd Order** Per Each New Month = 2% Discount Rebate
- Ежемесячно **2й заказ** за каждый новый месяц = 2% скидки
 - (USD 40 Only as Processing Fee shall be charged if order less than USD 5000)
 - (Только вычитается плата за обслуживание 40 USD, если сумма заказа будет меньше 5000 USD)
- Monthly **3rd Order** Per Each New Month = 3% Discount Rebate
- Ежемесячно **3й заказ** за каждый новый месяц = 3% скидки
 - (USD 20 Only as Processing Fee shall be charged if order less than USD 5000)
 - (Только вычитается плата за обслуживание 20 USD, если сумма заказа будет меньше 5000 USD)
- Monthly **4th Order** Per Each New Month = 4% Discount Rebate
- Ежемесячно **4й заказ** за каждый новый месяц = 4% скидки
 - (USD 0 Processing Fee shall be charged if order less than USD 5000)
 - (Плата за обслуживание не изымается, если сумма заказа будет меньше 5000 USD)
- Monthly **5th Order** Per Each New Month = 8% Discount Rebate
- Ежемесячно **5й заказ** за каждый новый месяц = 8% скидки
 - (USD 0 Processing Fee shall be charged if order less than USD 5000)
 - (Плата за обслуживание не изымается, если сумма заказа будет меньше 5000 USD)

5.2 3-Months Dealer Evaluation & Additional Quarterly Volume Rebate Policy

Ежеквартальный Анализ Работы Дилера и Политика Дополнительных Квартальных Вознаграждений

Every 3 Months (Annual Quarter) the Total Volume Ordered shall be cumulated for that Quarter then the Total amount shall be evaluated for eligibility for Volume Rebate as per following:

Каждые 3 месяца (годовой квартал) подсчитывается общий объем заказов за эту четверть, потом проводится анализ общей суммы на право получения оптовых скидок по следующим правилам:



If Volume of Orders for 3 months are between 10,000 and 25,000 = 2% Free Products Rebate applies.
Если объем заказов за 3 месяца между 10,000 и 25,000 = 2% бесплатной продукции даются в виде вознаграждения.

If, volume of Orders for 3 months are between 26,000 and 50,000 = 3% Free Products Rebate applies.
Если объем заказов за 3 месяца между 26,000 и 50,000 = 3% бесплатной продукции даются в виде вознаграждения.

If, volume of Orders for 3 months are Greater than 55,000 = 4% Free Products Rebate applies.
Если объем заказов за 3 месяца превышает 55,000 = 4% бесплатной продукции даются в виде вознаграждения.

6.0 Distributor Market Development

Развитие Рынка Дистрибьюторов

Distributor can develop market in many Different ways. Some are direct and some are indirect:
Дистрибьютор может развивать рынок разными способами, некоторые являются Прямыми, а некоторые Непрямыми:

6.1 Direct Market Development

Прямое Развитие Рынка

Distributor can develop, sign and train partners in these Industries as following examples:

Дистрибьютор может развивать, подписывать и обучать партнеров в таких отраслях, указанных в следующих примерах:

- 1- System Integrators (Complete system)
Системные интеграторы (Полная система)
- 2- Electrical Contractors (Lighting controls simplified)
Подрядчики по электротехнике (Упрощенное управление светом)
- 3- Audio Video Installers (Zone audio, Speakers, IR Macro +)
Аудио и видео инсталляторы (Z-audio, динамики, IR Macro +)
- 4- Air-conditioning Suppliers (HVAC, DDP, IR)
Поставщики кондиционеров (HVAC, DDP, IR)
- 5- Office Interiors Contractors (Meeting Room Systems, Lighting, HVAC, PA)
Подрядчики офисных помещений (Системы для конференц-залов, освещение, HVAC, PA)
- 6- IT Companies / Security Installers (New Systems and solutions value adding)
Компании занимающиеся информационными технологиями/ Инсталляторы охранных систем (Новые системы и добавление ценных технических решений)
- 7- Light Fixtures Showrooms (Simple Light Controls as DIY)



Освещение демонстрационных залов (Простое управление освещением типа «сделай сам» DIY)

8- Hardware Stores (Simple Packs for DIY)

Магазины аппаратуры (Простые пакеты «сделай сам» DIY)

Distributor can even Divide the Country into regions, cities, sub-divisions then assign Territorial Sub-Distribution Partners to develop, sign and train partners in the above Industries in their Territorial area. Дистрибьютор может поделить страну на регионы, города, подразделения, после назначить партнеров по суб-дистрибуции, которые будут развивать сеть, подписывать и обучать партнеров в вышеуказанных направлениях на своей территориальной зоне.

This is called **Creating Pyramids**

Это называется «Созданием Пирамиды»

6.2 Indirect Market Development

Непрямое Развитие Рынка

Distributors can also Plant Seeds to develop market for future farming as per following examples:

Дистрибьюторы тоже могут «засевать зерно» для будущего развития и освоения рынка, например:

- 1- Specify with Consultants and Designers Offices
Установить отношения с консультационными и проектировочными (дизайнерскими) бюро
- 2- Make 3rd Party Integration Bridges and Introduce to Competitor's Dealer Network
Навести мосты интеграции через 3-ю сторону, и представить дилерской сети конкурента
- 3- Convert Competitor's Distributors into OEM partners to distribute and develop their own Brands
Переделать дистрибьюторов конкурентов в партнеров по изготовлению комплектного оборудования для дистрибуции и развития их брендов
- 4- Make the Smart-BUS Solutions part of the Technical Syllabus of Universities
Сделать технические решения Smart-BUS частью технической программы в университетах
- 5- Introduce the Smart-BUS Gear to Different Technical Institutes for Testing as Energy Saving Solution for Pushing into Governmental Policy and standards as Green Building recommended Product
Представлять оборудование Smart-BUS разным техническим институтам для тестирования, как энергосберегающее решение и продвигать в государственную политику для того, чтобы стать рекомендуемым продуктом для «Зеленого Строительства».
- 6- Educate Developers and Real Estate Mass Building Investors on Faster selling ability if units are smart Ready



Обучают проектные организации и инвесторов массового строительства недвижимости способностям более быстрых продаж , если жилые единицы(квартиры или дома) подготавливаются под Smart.

- 7- Educate Bankers on collateral resale added value
Рассказать банкирам о сопутствующей добавленной стоимости перепродажи
- 8- Educate Contractors on Savings in Materials and Labor compared to conventional systems
Просвещать подрядчиков, что они смогут экономить на материалах и работе, по сравнению с обычными системами.
- 9- Educate architects and ID's on Elegance, Comfort and Flexibility
Рассказать архитекторам и дизайнерам интерьера , что это : элегантно, комфортно и гибко

7.0 Making Profit

Получение Прибыли

The rule of thumb says: Make success story, Sell Volumes with Low Margins (you make allot)
Distributor is somebody that selected to invest his experience, age, and money in Selling to the Masses in order to live with the Elite.

Как подсказывает практический метод: Создай историю успеха, продай большие объемы с невысокой торговой наценкой (ты получишь достаточно). Дистрибьютор это некто, избранный вкладывать свой опыт, возраст, деньги для продажи в массы, чтобы жить элитно.

Smart-Group had done accordingly a good Profit and Reward Policy that satisfy such targets as per Distribution agreements and commitments policy standards.

Таким образом, Smart-Group осуществила политику вознаграждений и хороших доходов, которые соответствуют таким целям ,согласно дистрибьюторских соглашений, и выполняет политику стандартов.