

# ВЫБИРАЯ ПОСТАВЩИКОВ

Производство конструкций из ПВХ на сегодняшний день высокотехнологично. Большая часть региональных производителей при этом достаточно полно укомплектована необходимым технологическим оборудованием, а также подвергается технологическому контролю со стороны концернов-производителей профиля, имея соответствующие сертификаты контроля качества продукции. Таким образом, большинство переработчиков профиля производит высококачественную продукцию. Поэтому при выборе партнеров для сотрудничества дилер будет оценивать не только качество продукции, но и другие характеристики.

Естественно, такие факторы как ассортимент и стоимость продукции, сроки производства и спектр технологических услуг во многом являются определяющими. Информация об этом - первое, что сообщит вам переработчик, узнав, что вы собираетесь стать дилером. После этого "высокие договаривающиеся стороны" перейдут к обсуждению алгоритмов взаимодействия: порядок размещения заказов, условия их оплаты, стоимость доставки транспортом переработчика (если такая услуга оказывается). И так далее, и тому подобное.

А ведь на этом этапе вы - Покупатель! И как при любой значительной покупке не мешало бы заглянуть под "упаковку", чтобы узнать, что вы на самом деле покупаете. Чтобы понять, а лучший ли товар из имеющихся на рынке вы приобрели. Ведь, в отличие от конечного потребителя, принимая решение стать дилером, вы приобретаете не изделия. **ВЫ ПРИОБРЕТАЕТЕ СИСТЕМУ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ, НА ОСНОВЕ КОТОРОЙ ПРЕДПОЛАГАЕТЕ СТРОИТЬ БИЗНЕС.**

Разумеется, получив интересные по цене предложения, надо закрывать сделку, потому что жив еще принцип "куй железо, пока горячо". Однако, с другой стороны, за отказ от обещания жениться не судят.

**Поэтому, принимая решение о выборе партнера для долгосрочного сотрудничества, следует обратить внимание на такие факторы как:**

**1. Открытость компании.** То есть ее готовность предоставить о себе максимальное количество информации. В том числе об истории компании, учредителях, финансовых показателях деятельности и доле светопрозрачных конструкций в общем объеме производства.

**2. Доступность высшего руководства.** Вполне возможно, что после заключения договора о сотрудничестве вас сразу поставят на место: представляют вам конкретного

менеджера, с которым, начиная с этого момента, вам и надлежит вести дела. Это - нормально. Это - функционально. Однако уточните для себя один нюанс: с человеком, которого вам представят, будет вести дела ваш менеджер. Вы же как руководитель всегда должны иметь возможность "доступа к телу". Хотя бы для того, чтобы иметь возможность для отладки и оптимизации процесса взаимодействия. Если вы все-таки чувствуете, что вас медленно, но верно оттирают на нижние уровни, задумайтесь. Потому что однажды, когда производство выполнит заказ с задержкой, когда менеджер не выполнит своевременно для вас расчет сложной конструкции, когда инженеру некогда будет проинструктировать вас о конструктивных особенностях зимних садов, вы окажетесь один на один с заказчиком и его проблемой. И тогда угроза повиснет над вашей репутацией. Ведь это именно ваша фирма не сможет что-то вовремя представить клиенту.

**3. Возможность общения с другими дилерами.** Когда система отлажена и работает, скрывать нечего, и дилеры без проблем сообщат вам свои отзывы. Ну а если в ответ на просьбу познакомить вас с кем-то из дилеров вы слышите уклончивый ответ, что со временем перезнакомитесь, это может быть признаком того, что поставщику есть что скрывать.

**4. Возможность доступа на производство.** Собственно, уважающий себя производитель первым делом ответит вас в цех. Потому что цех - его гордость. Вы же, зная, на каком оборудовании работает поставщик, как организовано его производство, почувствуете уверенность. И ваша уверенность в качестве получаемых изделий передастся вашим сотрудникам. А уверенность менеджера по продажам в качестве продукции - основа эффективных продаж. Собственно, именно поэтому следует подумать о том, чтобы экскурсия на производство была организована не только для вас лично. Хороший зрительный образ цеха должен сложиться в сознании каждого вашего сотрудника.

**5. Организация обучения и консультаций для дилеров.** Речь о менеджерах по продажам и монтажниках. Возможно, такие занятия не проводятся специально. В этом случае должна существовать возможность учиться вместе со штатными сотрудниками поставщика. А для ваших монтажников идеальный вариант - стажировка на объектах вашего производителя.

Потребность в обучении очевидна. И серьезный производитель должен быть заинтересован в повышении квалификации

своих партнеров. Чем выше качество их работы, тем больше заказов, тем стабильнее и прибыльнее производство.

**6. Помощь в инженерных расчетах сложных заказов с учетом конструктивных требований и технологических возможностей производства.** Об этом нужно договариваться еще заранее. И в самом начале сотрудничества стоит познакомиться с теми людьми, к которым придется обращаться в сложных случаях. Даже если в обозримом будущем вам предстоит монтировать только кухонные окна. Потому что когда грянет гром, устанавливать отношения с людьми, взаимодействие с которыми необходимо для решения сложных задач, будет поздно.

**7. Предоставление образцов, печатных материалов и других инструментов ведения бизнеса.** Возможно, не каждый производитель сделает это бесплатно, но существенная скидка на образцы, рассрочка платежа и другие преференции обязательны. Единственная причина, по которой поставщик может отказаться от предоставления образцов на льготных условиях - его финансовая несостоятельность. Впрочем, при достаточно большом количестве дилеров вам, скорее всего, предложат приобрести образцы за себестоимость и с рассрочкой.

**8. Профессионализм (компетентность и коммуникабельность) персонала.** Разумеется, никто и никогда не скажет, что его сотрудники не профессиональны. Поэтому стоит закрыть рот, открыть глаза и уши и наблюдать, наблюдать, наблюдать, как организовано дело. Найдите повод задержаться в офисе подольше, чтобы со стороны посмотреть, как персонал компании общается с другими заказчиками и решает производственные вопросы. Тем более что вам необходимо оценить и еще один, на мой взгляд, очень важный фактор:

**9. Стиль отношений в коллективе, общий эмоциональный фон.** Как поведет себя менеджер, осуществляющий сопровождение ваших заказов, когда столкнется с вопросом, выходящим за рамки его полномочий? Если отношения в коллективе не позволяют быстро и квалифицированно решить вопрос, динамичное сотрудничество может оказаться невозможным.

*И, наоборот, там, где царит позитивная атмосфера, где возможны прямые контакты специалистов между собой, где взаимная поддержка - основа жизни коллектива, там есть перспективы для совместного роста.*

Павел Коротин  
Управляющий партнер  
группы компаний "Добрые Окна"  
dobrye\_okna@mail.ru  
pavel@tybet.ru