

С июня 2012 г. Компания MIRRA вводит [новый маркетинг-план](#), проект которого был презентован на XII Московской конференции Лидеров. За время, которое прошло с момента представления проекта, у дистрибьюторов Компании накопилось множество вопросов. Мы отобрали наиболее часто встречающиеся и адресовали их руководителю отдела информационных технологий Сергею Волынцу.

Ред.: Сергей Евгеньевич, начнем, пожалуй, с вопроса о квалификациях. Произойдут ли здесь какие-то изменения?

С.В.: Да, изменения произойдут. Причем, довольно существенные. Если старый маркетинг-план предусматривал наличие только 7 дистрибьюторских квалификаций, новый маркетинг-план предусматривает уже 24 квалификации.

Ред.: Как будет рассчитываться входная квалификация для нового маркетинг-плана? И с какой квалификацией дистрибьютор попадет в новый маркетинг-план?

С.В.: Так называемая «квалификация вхождения» в новый маркетинг-план будет рассчитана за период с июня 2011 года по май 2012 года. Подтвержденная квалификация за этот период и будет Вашей квалификацией вхождения в новый маркетинг-план. Соответственно, Лидерские премии будут выплачены за достижение следующей ступени карьерного роста.

Ред.: Вы сказали про Лидерские премии. Но в действующем маркетинг-плане премии дистрибьюторам, выполнившим Лидерские квалификации, отсутствовали. Что-то изменится?

С.В.: Конечно. Теперь за выполнение Лидерских квалификаций предусмотрено 16 разовых премий. Причем с ростом квалификации премия значительно возрастает.

Ред.: Старый маркетинг-план предусматривал МАРАФОНские накопления. Они сохранятся?

С.В.: Нет. Отчислений на МАРАФОНский накопительный счет данный маркетинг-план не предусматривает, поскольку в нем заложены другие премии и выплаты. Но все МАРАФОНские накопления дистрибьюторы смогут использовать для оплаты участия в традиционном МАРАФОНе Компании. Напомню, правила использования МАРАФОНских накоплений определены действующим на сегодняшний день маркетинг-планом.

Ред.: Следующий вопрос касается отпускных начислений. Что будет с ними?

С.В.: Никаких отложенных выплат новый маркетинг-план не предусматривает. Соответственно, отпускных начислений больше не будет. Все, что дистрибьютор заработает, он получит сразу же. Но все обязательства по отпускным, которые несет Компания, будут выполнены в соответствии действующим маркетинг-планом.

Ред.: Вопрос по резервам. Допустим, у дистрибьютора в резерве есть 1000 очков. Что будет с ними?

С.В.: Очковые резервы при переходе со старого маркетинг-плана на новый, не изменяются, то есть все они будут сохранены в полном объеме.

Ред.: Изменится ли стоимость продукции в связи с переходом Компании на новый маркетинг-план?

С.В.: Принципиальных изменений в стоимости продукции не произойдет. Возможно проведение точечной коррекции стоимости продукции в связи с изменением очкового наполнения. Так как стоимость товарного очка составит 60 рублей, очковое наполнение продуктов будет пересчитано. Все изменения можно посмотреть в новом [прайс-листе](#).

Ред.: Итак, со стоимостью товарного очка мы определились. Что тогда будет с премиальными очками?

С.В.: Стоимость премиального очка значительно возрастет. Теперь она станет равной стоимости товарного очка и составит также 60 рублей.

Ред.: Сергей Евгеньевич, можно ли будет сравнить результаты работы структуры по старому маркетинг-плану и по новому?

С.В.: Да, можно. И тут все довольно просто! Есть две возможности. Первая - Вы можете посмотреть индивидуальный отчет и дерево по расчетам, начиная с марта 2012 года, по новому маркетинг-плану в Вашем личном кабинете на сайте Компании: www.mirra.ru. Вторая - Вы можете получить программу MYTREE в ВИЦ и использовать ее для полного анализа и оптимизации Вашей структуры. Кстати, здесь есть возможность моделировать развитие Вашей структуры в рамках нового маркетинг-плана.

Ред.: Изменяются ли как-то условия подписания новых дистрибьюторов?

С.В.: Нет, тут никаких изменений не произойдет. Условия подписания новых дистрибьюторов остаются прежними: это приобретение стартового комплекта и единовременная закупка продукции минимум на 25 очков.

Ред.: Сергей Евгеньевич, скажите, предусматривает ли новый маркетинг-план переносы очков и их резервирование?

С.В.: Да, переносы и резервирование остаются. При этом авторезерв должен составлять не менее 100 очков, а переносы будут осуществляться при условии сохранения на дистрибьюторском номере не менее 50 очков. Напомню, что по действующему маркетинг-плану для прохождения переносов на Личном Объеме должно остаться не менее 25 очков.

Ред.: Сегодня мы разобрали самые частые вопросы дистрибьюторов. Спасибо, Сергей Евгеньевич, за то, что уделите время и помогли разобраться в нововведениях Компании.

С.В.: Я был рад помочь Вам. И хотел бы добавить: если у Вас остались какие-то вопросы, задавайте их в специально созданной теме на [Форуме](#).

Кстати, 26 апреля пройдет внеочередной вебинар, который будет посвящен новому маркетинг-плану. Изучайте, смотрите, готовьтесь и присылайте свои вопросы. На каждый мы дадим исчерпывающий ответ.