



"L E D O" doo društvo za proizvodnju, promet roba i usluga;
 Liješnje bb, 81000 Podgorica; e-mail:ledo@ledo.co.me
 PIB: 02126265 PDV Br.: 30/31-00011-3;Šifra djelatnosti:46.33;
 Telefon: CENTRALA: +382 20 404 700;Fax: +382 20 404 705

POSLOVNA TAJNA

POLITIKA PRODAJE ZA 2016. GODINU

OPŠTE NAPOMENE

Ledo je privredno društvo koje na tržištu Republike Crne Gore posluje preko 7 godina i danas broji preko 1.500 kupaca. Dokument sadrži osnovne elemente prodajne politike Leda Crna Gora i sačinjen je imajući u vidu postojeće tržišne, ekonomske i zakonske uslove. Prodajna politika sadrži pregled komercijalnih uslova koje Ledo CG odobrava svojim kupcima. Jedan od ciljeva ove komercijalne politike je transparentnost, kroz omogućavanje slobodnog pristupa njenom sadržaju Ledovim kupcima. Ova Prodajna politika predstavlja sastavni dio opštih pravnih akata koji regulišu poslovanje Leda CG i u tom smislu će se primjenjivati na opšti način na sve kupce sa kojima Ledo CG posluje.

Svi zaposleni u Ledu CG koji sklapaju ugovore sa kupcima, bez obzira na poziciju, dužni su da se pridržavaju uslova koje sadrži ova Politika prodaje i da svakom kupcu pojedinačno prije potpisivanja ugovora dostave na uvid kopiju ove Politike prodaje. Ugovori sa kupcima se zaključuju godišnje. Ugovori se zaključuju na tipskim obrascima, sa idejom da se kupci stave u relativno ravnopravan položaj, kao i da se lakše administrativno isprati i iskontroliše proces ugovaranja. Ukoliko kupac želi, moguće je ugovor zaključiti i na njegovom formularu, pod uslovom da nema značajnih odstupanja od tipskog formulara po pitanju bitnih elemenata ugovora.

Ovaj dokument suštinski precizira četiri komercijalna segmenta. U prvom dijelu se navodi kategorizacija kupaca. Drugi dio daje preciznu podjelu proizvoda na grupe, zajedno sa navođenjem inicijalnog (osnovnog) rabata. Treći dio taksativno navodi predviđene vrste davanja prema kupcima, iznose davanja i opravdanost davanja. Sva davanja su klasifikovana po sledećim kategorijama: količinski rabat prema kategorijama kupaca, cassa sconto, akcijski rabat i naknade za marketinško-komercijalne aktivnosti. Četvrti dio tretira pitanje kreditnog rizika i instrumenata obezbeđenja plaćanja. Peti deo ovog dokumenta precizira početak primjene i period važenja prodajne politike.

I KATEGORIZACIJA KUPACA

Ledo CG odobrava komercijalne uslove svojim kupcima u zavisnosti od kategorije kojoj taj kupac pripada i u zavisnosti od grupe proizvoda iz Ledovog prodajnog asortimana koji se prodaje.

Polazeći od ove činjenice, Ledo CG je izvršio kategorizaciju kupaca na sledeći način:

- 1) veliki lanci sa nacionalnom pokrivenošću;
- 2) manji lanci (sve maloprodaje koje imaju dva ili više objekata, bez nacionalne pokrivenosti);
- 3) samostalni maloprodajni objekti;
- 4) HORECA

Navedena kategorizacija urađena je sa ciljem da Ledo CG prema svojim kupcima vodi transparentnu, ekonomski zasnovanu i uravnoteženu rabatnu politiku.

II GRUPE PROIZVODA

U toku svog višegodišnjeg poslovanja Ledo CG je identifikovao grupe proizvoda u okviru kojih svim kupcima odobrava inicijalni (osnovni) rabat. Inicijalni (osnovni) rabati po grupama proizvoda za HORECA sektor razlikuju se u odnosu rabate za ostale kupce. HORECA kanal prodaje kompanije Ledo CG predstavlja poseban oblik prodaje koji podrazumeva i specifičan način organizovanja. Osnovna karakteristika ovog kanala prodaje jeste to što kupci poručuju proizvode u takozvanom ugostiteljskom pakovanju pa su sami inicijalni troškovi pakovanja i ambalaže niži po jedinici proizvoda. Ugostiteljsko pakovanje obično sadrži veću količinu proizvoda, u jednom pakovanju, u odnosu na količinu proizvoda koja se nalazi u jednom trgovačkom pakovanju. Pored toga, specifičnost ovog kanala se ogleda i u sistemu dodavanja vrijednosti u okviru lanca snabdijevanja. Finalnim kupcima u HORECA kanalu se pored same konzumacije proizvoda pruža i specifičan vid usluge (usluga pružanja mesta za sedenje u prijatnom ambijentu, usluga posluživanja, u zavisnosti od vrste proizvoda - usluga pripremanja, i sl.). Zbog svega izloženog jasno je da HORECA kanal predstavlja poseban segment i zbog toga je bilo potrebno posebno odrediti rabate po grupama proizvoda za ovaj segment. Ovo prije svega iz razloga što Ledo CG teži što većoj iskorišćenosti svojih distributivnih kapaciteta, da bi se kroz efekat ekonomije obima smanjio prosječni trošak distribucije po jedinici i na taj način obezbijedila cjenovna konkurentnost na tržištu. Osim toga, grupe proizvoda karakteriše različiti sezonski ciklus, što ima direktan uticaj na iskorišćenost kapaciteta i dinamiku prosječnog troška.

Prodajni asortiman Leda CG sastoji se od šest grupa proizvoda na koje se odobrava inicijalni (osnovni) rabat prema sljedećoj tabeli:

Grupe proizvoda	HORECA KUPCI	OSTALI KUPCI ¹
Voće	20%	16%
Povrće	20%	16%
Riba	20%	16%
Meso	20%	16%
Sladoled	20%	20%
Tijesto	20%	16%

III PREGLED RABATA I NAKNADA

KOLIČINSKI RABATI PREMA KATEGORIJI KUPACA

Količinski rabat predstavlja rabat koji se obračunava i odobrava kupcima na osnovu prometa kupljenih proizvoda, i odslikava stvarne uštede u troškovima koje se postižu zahvaljujući ekonomiji obima. U sljedećoj tabeli dajemo prikaz visine količinskog rabata prema kategoriji kupaca, a na bazi planiranog prometa.

Kategorija kupaca	Planiran promet u EUR	Količinski rabat
Veliki lanci sa nacionalnom pokrivenošću	do 1.000.000	5%
	Od 1.000.000 do 1.250.000	6%
	Od 1.250.000 do 1.500.000	7%
	Preko 1.500.000	8%
Manji lanci	Od 10.000 do 15.000	1%
	Od 15.000 do 20.000	2%
	Od 20.000 do 30.000	3%
	Od 30.000 do 50.000	4%
	Preko 50.000	5%
Samostalni maloprodajni objekti	Od 3.000 Do 10.000	1%
	Od 10.000 do 15.000	2%
	Od 15.000 do 20.000	3%
	Od 20.000 do 25.000	4%
	Preko 25.000	5%
Horeca	Od 3.000 Do 10.000	1%
	Od 10.000 do 15.000	2%
	Od 15.000 do 20.000	3%
	Od 20.000 do 25.000	4%
	Preko 25.000	5%

CASSA SCONTO

Cassa sconto omogućava Ledu CG da ostvari uštede kroz povoljnije tokove gotovine (cash flow), smanjeni trošak kapitala i smanjeni rizik naplate ugovorenih obaveza. Brže izmirivanje obaveza kupaca prema Ledu CG predstavlja stvarnu uštedu u vidu smanjenog angažovanja kapitala i pospješivanja tokova gotovog novca. Brzo izmirivanje obaveza predstavlja provjerljivu vrijednost koja se može obračunati kroz smanjeno angažovanje obrtnog kapitala prema određenom kupcu. Svim kupcima koji imaju odloženo plaćanje ponudena je mogućnost da svoje obaveze izmire prije roka dospeća naznačenog na fakturi i time ostvare cassa sconto. Obračunati cassa sconto iznosi 2% za sve kupce.

AKCIJSKI RABAT

¹ (veliki lanci sa nacionalnom pokrivenošću, manji lanci i samostalni maloprodajni objekti).

Ledo CG će u skladu sa internim mogućnostima i procjenama potreba tržišta povremeno organizovati akcijske prodaje svojih proizvoda o čemu će blagovremeno obavještavati sve svoje kupce. Vremensko trajanje pojedinačnih akcija kretat će se u intervalu od 1 do 4 nedjelje. Prilikom odobravanja akcijskog rabata vodi se računa o tome da se primenjuje na osnovu ekonomske opravdanosti i prema svim kupcima jednako i na ravnopravnim osnovama tj. za akcije istog tipa odobravaće se isti iznos rabata svim kupcima direktno na fakturi. Bitno je naglasiti da će svi kupci imati jednak pristup akciji pod jednakim uslovima, odnosno da neće biti bilateralnih ekskluzivnih akcija, već samo nacionalnih akcija sa ravnopravnim pristupom svih kupaca maloprodavaca.

NAKNADE ZA MARKETINŠKO-KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI

Ledo CG svim svojim kupcima nudi mogućnost naknade troškova koje imaju usljed sprovođenja dodatnih, a za Ledo CG relevantnih, marketinško-komercijalnih aktivnosti. Svaki kupac-maloprodavac samostalno, a na osnovu raspoloživosti kapaciteta za pružanje dodatnih usluga, bira marketinško-komercijalne aktivnosti koje će da sprovodi i određuje cijenu i uslove pružanja tih dodatnih usluga. Marketinško-komercijalne aktivnosti obuhvataju sljedeće vrste usluga koje mogu biti dodatno pružene od strane kupca:

- Blok izlaganje – izlaganje određene kategorije Ledo CG proizvoda u jednom bloku;
- Trade marketing – objave u katalogima i posebne marketinške aktivnosti;
- Redovno izlaganje robe - merčendajzing;
- Održavanje promocija - zakup dijela prodajnog prostora kupca za organizaciju i održavanje promocija;
- Pozicioniranje robe – zakup dijela polica kod kupca prema tržišnom učešću;
- Zakup prostora za vitrine – zakup dijela prodajnog prostora kupca za postavljanje vitrina za sladoled;
- Zakup reklamnog prostora – zakup reklamnog prostora za postavljanje sladoledne karte na stolovima;
- Razmena informacija o prodaji Ledo CG asortimana unutar maloprodajnih objekata kupca;

IV INSTRUMENTI OSIGURANJA PLAĆANJA

Svi ugovori moraju imati instrument osiguranja plaćanja tj. evidentirane dvije blanko mjenice izdate od strane Centralne banke Crne Gore. Izuzetak od ovog pravila mogu odobriti svojim potpisom samo direktor prodaje ili izvršni direktor. Pored sredstava obezbjeđenja, svaki kupac treba da dostavi i rješenje o registraciji, karton deponovanih potpisa lica ovlašćenih za zastupanje, potvrdu o otvorenom PIB-u i potvrdu o PDV-u.

Jedan primjerak ugovora o prodaji zajedno sa rješenjem kojim kupac dokazuje da je registrovan za obavljanje te djelatnosti, instrument osiguranja plaćanja, karton deponovanih potpisa, potvrda o otvorenom PIB-u i potvrda o PDV-u dostavlja se Sektoru finansija Leda CG.

Kod zaključivanja ugovora sa novim kupcima, obavezno treba provjeriti bonitet novog kupca prije prve isporuke robe. Provjera boniteta se utvrđuje standardnim postupkom kreditnog skrininga, uzimajući u obzir istorijske finansijske performanse kupca i pravni due diligence.

V POČETAK PRIMJENE I PERIOD VAŽENJA POLITIKE PRODAJE

Ova politika prodaje stupa na snagu 06.11.2015. godine i primjenjuje se na sve ugovore koji će se sklapati u periodu važenja Politike prodaje (do njenog opoziva ili do donošenja nove prodajne politike).

Miomir Marković

Direktor Ledo Podgorica

