

VADEMECUM DI CONVENZIONAMENTO

1) Premessa comparativa

Prima di esaminare il presente vademecum, è necessario capire preventivamente alcune politiche aziendali che dovranno essere condivise da tutto il *Network* e da tutti i suoi convenzionati. La condivisione di tali politiche risulta un elemento determinante al fine di creare un modello di business vincente con protocolli già sperimentati.

- a) Il Mercato del Lusso: esaminando la situazione economica internazionale, si può notare come la stessa abbia contribuito alla condizione per la quale ad oggi chi è classificato come "benestante" sia in grado di aumentare la propria ricchezza in maniera più che proporzionale, a discapito purtroppo, delle fasce meno abbienti. L'aumentando della ricchezza personale, innalza automaticamente anche il proprio potere di spesa, che già nel settore del "*personal entertainment*" era molto alto. Pare ovvio, quindi, che il mercato del lusso è forse l'unico ad oggi a non soffrire di alcun tipo di recessione, anzi ad ottenere l'incredibile risultato di un duplice sviluppo: 1) più nuovi clienti, 2) più fatturato per cliente. La diretta conseguenza e conclusione, è che il momento per investire nel mondo del lusso, non è mai stato così favorevole.
- b) Corporate Identity: verrà condivisa integralmente, con tutto il *Network*, la "*corporate identity*" al fine di permettere ai clienti una rapida identificazione univoca dei marchi/servizi offerti. Pertanto l'allestimento del punto vendita dei partner verrà studiato, sviluppato e perfezionato dal nostro team di professionisti.
- c) La formula "Ready to Start": Con tale formula, e nel rispetto della *corporate identity*, la nostra Compagnia fornirà al partner il pieno supporto finalizzato allo *start-up* del proprio punto vendita. Dall'arredamento, ai mezzi informatici, dall'architetto al materiale marketing, dal supporto legale al supporto finanziario/assicurativo: con il nostro "pacchetto completo", il partner non dovrà preoccuparsi di nulla.
- d) La soluzione "Centro di Intelligence": Tale soluzione permette di diminuire costi amministrativo/gestionali ai convenzionati poiché rimanda tutte le relative pratiche burocratiche alla nostra struttura, la quale con il proprio centro di intelligence è in grado di assolvere ogni adempimento amministrativo e burocratico volto alla perfezione delle forniture commercializzate. Risulta così essenziale ai convenzionati il recupero di tempo prezioso che dovrà essere impiegato alle *public relations* ed al *customer recruitment*.
- e) Training e corsi di aggiornamento: Attraverso il *training* iniziale vengono trasferiti al convenzionato sia i protocolli operativi che il *modus operandi* necessario al fine di promuovere correttamente il *business* condiviso. L'approccio al mercato, i servizi commercializzati ed il modello di *business* sono aspetti dinamici in continua evoluzione, ragion per cui sono necessari corsi periodici di aggiornamento tenuti da esperti che analizzano dati e *feedback* ricevuti al fine di migliorare sempre di più il nostro standard. Tali corsi sono completamente gratuiti, restano a carico del convenzionato eventuali spese di vitto/alloggio (quest'ultimo qualora i corsi siano di 2 giorni).
- f) Condivisione della piattaforma software: Ai partner, verrà, attivato l'accesso ad una piattaforma gestionale web-based creata ex novo dai nostri team tecnico, mediante il quale tutto il *network* si interfacerà in tempo reale. Su tale piattaforma si potranno censire i propri clienti, monitorizzare lo status e le disponibilità dei servizi, effettuare prenotazioni, contratti ecc. Tale condivisione dei dati accelera in maniera più che proporzionale l'elasticità della gestione locale, dando sempre pieno supporto al convenzionato sia in termine di assistenza tecnica che in termine di assistenza commerciale. L'accesso alla piattaforma gestionale è gratuita. Al convenzionato verrà aperta anche una casella e-mail dedicata con suffisso "prestige-montecarlo.com".

2) Tabella delle caratteristiche di convenzionamento

CARATTERISTICA	AFFILIATO	
	REQUISITO	A CARICO DI ...
¹ Materiale "below the line"	OBBLIGATORIO	CONVENZIONATO
² Corsi aggiornamento	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
³ Guadagno massimo		70%
⁴ Esclusiva	CONCESSA	TERRITORIALITA'
⁵ Canone mensile convenzion.	OBBLIGATORIO	VARIABILE
⁶ Pubblicità nazionale <i>network</i>	CONCESSO	RENTALL S.R.L.
⁷ Investimento medio		20-30 Mila Euro
Accesso gestionale <i>web-based</i>	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
Account e-mail dedicato	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
Arredamento (fornito da Rentall S.r.l.)	OBBLIGATORIO	CONVENZIONATO
Autovetture di proprietà	OBBLIGATORIE N. 2 (1 fascia medio/alta + 1 fascia media. In base alle richieste del territorio).	CONVENZIONATO
Convenzione Centax	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
Corso di training iniziale	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
Corso utilizzo gestionale	OBBLIGATORIO	RENTALL S.R.L.
Licenza di N.S.C.	FACOLTATIVA	CONVENZIONATO
Patto di esclusiva	OBBLIGATORIO	
Pubblicità locale	OBBLIGATORIO	CONVENZIONATO
Servizi commercializzati		TUTTI
Tipologia punto vendita	NEGOZIO CENTRALE DI ALMENO 80 MQ. CON VETRINA	CONVENZIONATO
Ubicazione punto vendita	OBBLIGATORIO	CENTRALE

¹ Per materiale "below the line" s'intende l'allestimento del punto vendita del convenzionato, inteso come:

- Arredamento completo
- Banner espositivi
- Biglietti da visita personalizzati
- Brochure nazionali
- Calamite espositive per auto
- Cartello "welcome" per servizio N.C.C. da aeroporti

- Gadget personalizzabili
- Insegne
- Penne brandizzate
- Stampe raffiguranti i servizi (auto, aerei, yacht, ville, matrimoni)
- Scritte 3D da parete
- Spillette
- Tappeti / tappetini da ufficio
- Targhe in ottone
- Totem espositivi di cartone/plastica
- Totem multimediali
- Vetrofanie
- Volantini

² I corsi di aggiornamento sono a carico di Rentall S.r.l. tuttavia le spese vive come eventuale albergo o ristorazione sono a carico del convenzionato.

³ Per guadagno massimo, s'intende la provvigione massima guadagnabile dal convenzionato, variabile in base alla configurazione e natura dei servizi.

⁴ L'esclusiva per il convenzionato s'intende territoriale.

⁵ Il canone mensile di convenzionamento è variabile per il convenzionato, in base al bacino di abitanti in esclusiva che intende coprire.

⁶ La pubblicità a riscontro nazionale è diretta ai "search engine" del *WORLD WIDE WEB* e finalizzata alla divulgazione e visibilità dei marchi, servizi/prodotti commercializzati al fine di rafforzare i *brand*, e rendere facile l'identificazione la *corporate identity*.

⁷ Per investimento medio, s'intende la media matematica ponderata su base storica, che considera l'investimento di start-up per l'allestimento e l'operatività del punto vendita locale, escluse eventuali spese di ristrutturazione dei locali, escluso l'investimento per l'acquisto delle auto, che possono essere acquistate in leasing, anche tramite diretta nostra intermediazione. Importi esclusi di I.V.A. italiana.