

# Дилер и вендор: партнёрство для завоевания агрорынка

07.10.2025



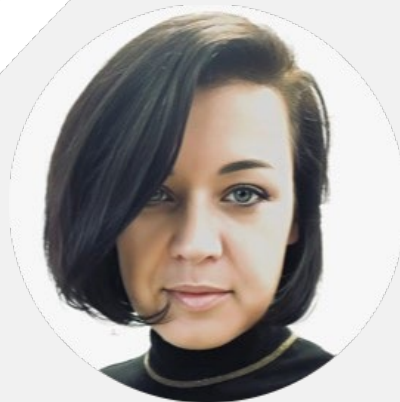
АССОЦИАЦИЯ  
МАРКЕТОЛОГОВ  
АГРООТРАСЛИ

*«Маркет инг – эт о магия»*



**Николаев  
Олег**

Директор по развитию  
дилерской сети ГКЗ



**Ильинова  
Татьяна**

Директор по маркетингу ГКЗ



АССОЦИАЦИЯ  
МАРКЕТОЛОГОВ  
АГРООТРАСЛИ

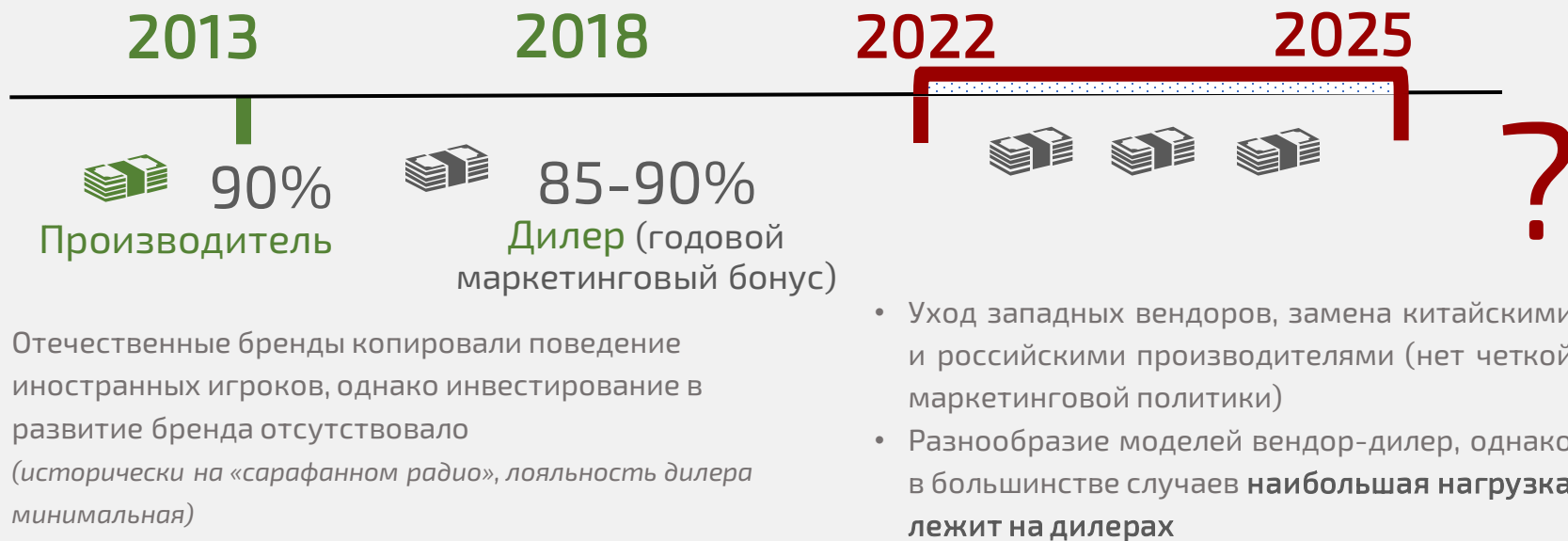
**«Маркетинг – это магия»**

# ЛАНДШАФТ ДИЛЕРОВ СЕЛЬХОЗТЕХНИКИ В РФ



Ключевые проблемы дилеров сельхозтехники в РФ:

1. **ВЫСОКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА КРЕДИТОВАНИЯ**
2. **СНИЖЕНИЕ СПРОСА И ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ АГРАРИЕВ**
3. **ПОЛНОЕ ОТСУТСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ**  
(В ОТЛИЧИЕ ОТ С/Х ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И АГРАРИЕВ)
4. **СЛОЖНОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**  
(САНКЦИИ)
5. **АДАПТАЦИЯ К ИЗМЕНЕНИЯМ В ГОСРЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА СЕЛЬХОЗТЕХНИКИ**  
(УТИЛЬСБОР, «ПРОГРАММА 1432», РАЛ, 719 И ПРОЧЕЕ)
6. **НЕДОСТАТОК КВАЛИФИЦИРОВАННОГО ПЕРСОНАЛА (ВО ВСЕХ ФУНКЦИЯХ)**
7. **РАЗРУШЕНИЕ КЛАССИЧЕСКОЙ СХЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «ВЕНДОР-ДИЛЕР-КЛИЕНТ»**



1. Классическая модель «вендор-дистрибьютер-дилер» разрушается, появляются гибридные модели партнерства;
2. Конкуренция обостряется — ключевым становится не только предложение, но и уровень сервиса от дилера;
3. Компании, которые смогут адаптироваться к новым реалиям и выстраивать отношения, основывающиеся на ценностях, будут успешны.

# Маркетинг вендора — это отдел маркетинга дилеров

## Brand-awareness – зона вендора

Дифференциация среди конкурентов, знание о бренде и продукте, поддержка имиджевых атрибутов (посредством охватных РК подготовка почвы для продаж)

## Co-marketing

Ради единого имиджа вендор разрабатывает маркетинговый календарь согласно специфике дилера и региона, инвестирует в проекты дилера (индивидуальный подход)

## Развитие долгосрочных партнерских отношений

Вендор и дилер в системном диалоге (24/7)

## Системная поддержка продукта

(разработка уникальных фичей (особенностей продукта) и формирование конкурентных преимуществ через анализ рынка, продвижение и продажи)

## Работа с NPS (индекс потребит. лояльности)

Четкий контроль за промоутерами и детракторами бренда (разработка рекомендаций по стандартам обслуживания и поддержки клиентов для роста лояльности к бренду)

## Готовые маркетинг-киты. Обучение и поддержка дилеров

РИМ, готовые сценарии для email-рассылок, посты в соцсети, кейсы для отраслевых СМИ. SMM вендора и дилера работают на репутацию бренда (обоюдное упоминание, ориентация). Гарантия знаний и навыков для продвижения



# EVENT КЕЙС

| ГКЗ                                                          | ЗОНЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ                    | ДИЛЕР                                                                              |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Booking площадки<br>(договор +аванс)                         | СТЕНД И ЗАСТРОЙКА                       |  |
| Конфигурация проекта,<br>разработка KV                       | Концепт, механика,<br>продуктовый оффер |                                                                                    |
| ППО, КПУ, каток                                              | Логистика, экспонаты                    |                                                                                    |
| Контекст, email-<br>рассылка, SMM-ресурсы<br>(таргет, посеы) | Поддержка и освещение<br>проекта        | Отправка<br>разработанных<br>приглашений клиентам                                  |
| Рекламный инвентарь,<br>РИМ, Welcome Pack                    | Рекламный инвентарь,<br>РИМ, Сувениры   |                                                                                    |
| Выбор подрядчика,<br>определение меню                        | CATERING                                |  |
| PR_Анонс/пост-<br>публикации, SMM,<br>блогеры                | PR, SMM                                 |                                                                                    |

## ПАРТНЁРСКОЕ УЧАСТИЕ:



6 дилеров + вендор

## ЧТО ПОЛУЧИЛИ?

- оптимизация расходов
- увеличение вовлеченности дилеров в процесс
- эффективное установление контактов с потенциальными клиентами (расширение КБ).
- опыт участия дилеров в event-мероприятиях



Трансформация подходов к продукту, сервису и взаимодействию с дилерами и клиентами.

Цель – **создание ценности бренда и продукта** на всех этапах.



## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ:

- Партнерство и поддержка (надежность и результат)
- Мы слушаем, мы слышим, мы действуем
- Мы не боимся обратной связи
- Мы строим основу для стабильной работы и устойчивого роста

**МЫ РАСТЁМ НЕ ЗА СЧЁТ,  
А ВМЕСТЕ!**



**Р. С. Следите за  
нашими изменениями**

