

**Centrum zdrojů**

**pro nepřímé partnery**

**Další dokumenty, které je třeba vzít v úvahu**

* Postup jmenování dílčího distributora nebo zástupce
* Postup jmenování vysoce rizikových třetích stran
* Zásady pro vzorky a výpůjční a předváděcí produkty

**Jaké výhody vám to přináší?**

Mezinárodní regulační orgány se stále častěji zaměřují na obchodní ujednání mezi protistranami v odvětví zdravotnických technologií. Výrobci a distributoři či zástupci jsou rutinně žádáni o zdůvodnění své cenové strategie pro obchodní partnery a koncové zákazníky. Zásady stanovování komerčních cen vám pomohou implementovat rozhodovací rámec a standardy podpůrné dokumentace pro zdůvodnění vašich cenových rozhodnutí.

\* Při komunikaci se zdravotnickými pracovníky a vládními činiteli zohledněte všechny místní oborové kodexy (např. AdvaMed) a místní zákony.

|  |
| --- |
| **Popis**Zásady stanovování komerčních cen vymezují vhodný postup pro určovánía dokumentování cenových rozhodnutí. |

**Pokyny**

1. Upravte zvýrazněné sekce Zásad stanovování komerčních cen.
2. Zásady stanovování komerčních cen předejte relevantním zaměstnancům, zejména těm, kteří řídí vztahy s dílčími distributory, zástupci a zákazníky nebo kteří jsou zodpovědní za schvalování prodejních transakcí.
3. Pro tyto zaměstnance zajistěte školení o tom, jak budou Zásady stanovování komerčních cen uplatňovány a naplňovány v budoucnu.

**Zásady stanovování komerčních cen**

*Verze 1.0*

**ZÁSADY STANOVOVÁNÍ KOMERČNÍCH CEN**

Pro dosažení našich obchodních cílů a výnosů je důležité stanovovat vhodné ceny produktů a služeb. Proces stanovování cen, poskytování slev a rabatů nebo rozšiřování prodejních pobídek musí být vždy jasně zdokumentován a schválen podle níže uvedeného postupu. Mimořádné ceny či slevy nesmí být za žádných okolností použity k účelovému převodu hodnoty na jinou stranu.

**RUTINNÍ STANOVOVÁNÍ CEN**

Stanovování cen našich produktů a služeb může probíhat buď rutinně, ve stanovených intervalech, nebo ad hoc na základě konkrétních údajů o prodeji. Při rutinních cenových rozhodnutích (která budou trvat 12 měsíců nebo déle) je třeba provést následující postup:

1. Určete úplný seznam produktů, pro které mají být stanoveny ceny.
2. Na základě kritérií schválených vedením určete cílovou cenu za produkt nebo konfiguraci. Kritéria mohou mimo jiné zahrnovat tyto prvky:
* Reálná tržní hodnota.
* Cílová marže v procentech.
* Očekávané poprodejní služby nebo záruční závazky.
* Vládou stanovené ceníky.
* Nadcházející změny cen nebo příležitostí.
1. Pokud je to možné nebo nutné, poraďte se s výrobcem produktů, abyste zajistili, že ceny odpovídají stanoveným strategiím a očekáváním.
2. Vypracovaný ceník musí schválit **[vložte role]**.

**AD HOC STANOVOVÁNÍ CEN**

Ojediněle může být vhodné ceny produktů a služeb na krátkou dobu stanovovat metodou ad hoc. Takové stanovování cen může využívat slevy, rabaty, množstevní pobídky nebo jiné specifické cenové mechanismy. Všechna ad hoc cenová ujednání musí projít následujícím postupem:

1. Zaměstnanci žádající o ad hoc cenové ujednání musí písemně doložit jasné obchodní zdůvodnění rozšíření požadovaných cenových podmínek a produktů nebo služeb, na které se budou vztahovat. K žádosti musí být přiložena veškerá relevantní podpůrná dokumentace (např. e-maily od zákazníků, veřejná oznámení), aby bylo možné se na ni odvolat.
2. Pokud dopad ad hoc cenového ujednání způsobí podstatnou odchylku (definovanou jako změna ceny větší než **[definujte procento]**) od dříve schválených cen, musí být toto ujednání písemně schváleno **[vložte role].**
3. Sdělte změnu cen dílčímu distributorovi či zástupci nebo koncovému zákazníkovi a jasně uveďte časové období nebo konkrétní prodeje, na které se změna cen bude vztahovat.

**PODPŮRNÁ DOKUMENTACE**

Veškeré analýzy, komunikace a schvalování prováděné v rámci procesu stanovování cen výrobků a služeb musí být písemně zdokumentovány a uchovávány. Mezi příklady takové dokumentace patří mimo jiné:

* Analýzy nákladů na výrobky nebo služby.
* Výpočty marží.
* Vládou stanovené ceníky.
* Komunikace mezi společností a jejími dílčími distributory a zástupci nebo koncovými zákazníky, která odráží požadavky na konkrétní cenová ujednání nebo diskuse o nich.
* Komunikace mezi společností a jejími výrobci odrážející diskuse o cenové strategii nebo schvalování.
* Schválení vedení.

Tuto dokumentaci musí uchovávat **[vložte název oddělení]** v souladu s našimi zavedenými standardy pro uchovávání dokumentů.

**DOTAZY A OBAVY**

Pokud máte dotazy týkající se uplatnění postupu uvedeného v tomto dokumentu nebo jakékoli pochybnosti týkající se komerčních ujednání, neprodleně se s nimi obraťte na svého nadřízeného nebo **[vložte roli]**.