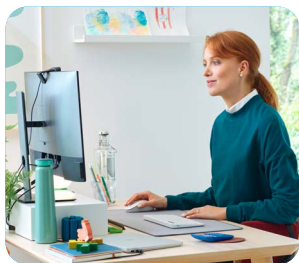
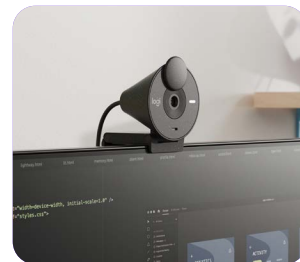
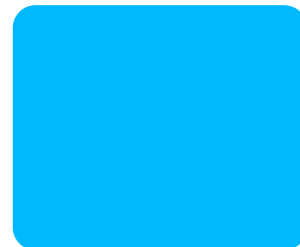


logitech



GUIDE DU PROGRAMME LOGITECH PARTNER CONNECT

NORTH AMERICA

TABLE DES MATIÈRES

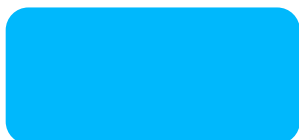
Bienvenue dans le programme Logitech Partner Connect	3
À propos de ce guide	4
Période d'effet	4
Types de partenaires	4
Parcours partenaires	5
Système à trois parcours	5
Sélection et affectation des parcours	6
Avantages partenaires	7
Remises sur les produits standard	8
Accès au portail des partenaires	8
Supports marketing	8
Supports de formation	8
Liste des localisateurs de partenaires	8
Participation aux promotions	9
Admissibilité à l'enregistrement de l'offre	9
Fonds de développement des marchés (MDF)	9
Logitech Exclusive Accelerator Program (LEAP)	9
Aide à la collaboration commerciale	10
Global Deal Desk	10
Programme d'unités de démonstration non destinées à la revente (NFR)	10
Spécialisations	10
Gestion des partenaires	10
Participation au conseil consultatif des partenaires	10
Exigences du programme	11
Revenu annuel minimum	11
Accord de partenariat	11
Formation à l'orientation	12
Planification commerciale conjointe	12
Soumission des données de vente (POS)	12
Alignement de la marque	12
Plans marketing	13
Jalons commerciaux trimestriels	13
Évaluations commerciales trimestrielles	13
Ressources en formation et développement des compétences	14
Modification de l'état du parcours	14
Modifications apportées au guide du programme	14
À propos de Logitech	15

BIENVENUE DANS LE PROGRAMME LOGITECH PARTNER CONNECT

Logitech, leader des technologies qui rapprochent les gens, vous souhaite la bienvenue, à vous et à votre entreprise, au programme Logitech Partner Connect. Ensemble, nous allons aborder les opportunités croissantes du marché et les besoins des clients en matière de collaboration, de productivité des ordinateurs de bureau et de facilitation du télétravail.

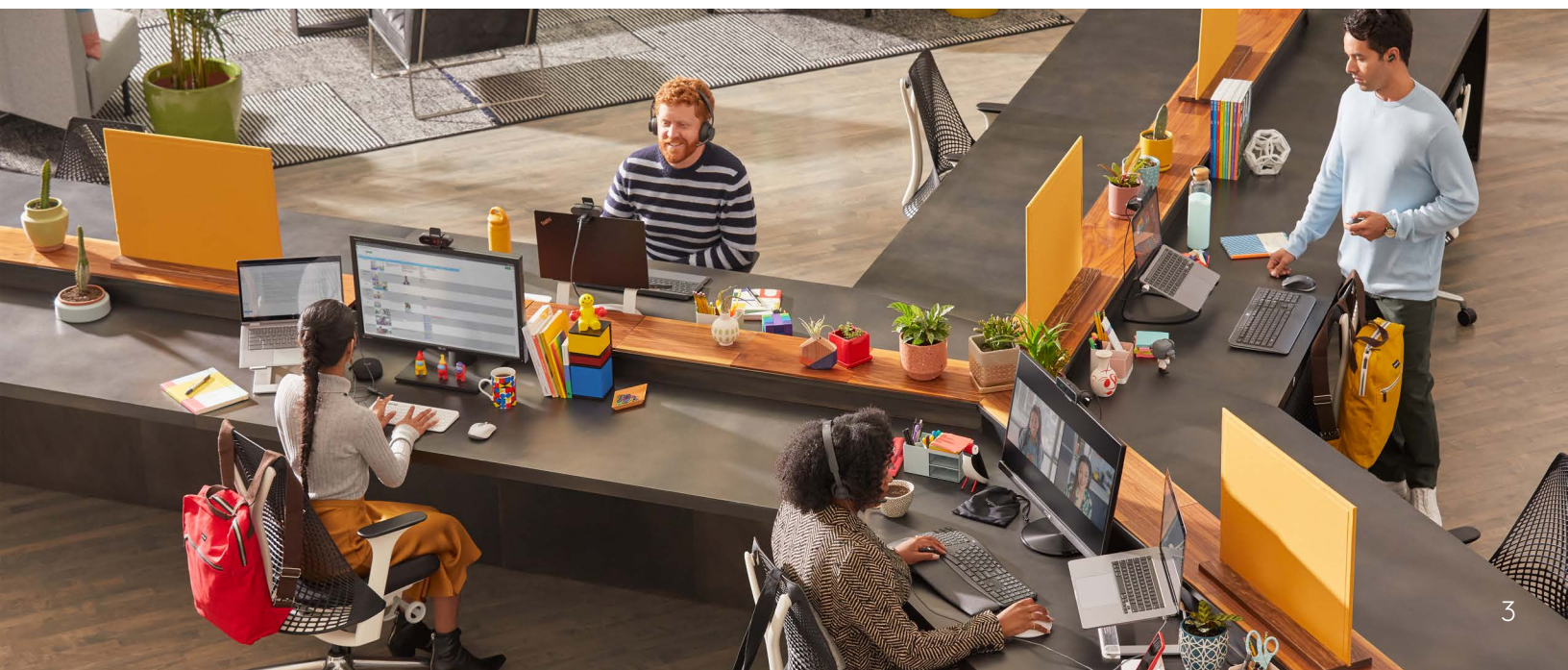
Logitech a conçu son nouveau programme de partenariat en pensant à vous, notre partenaire. Pour la première fois, tous les produits professionnels et modèles de commercialisation de Logitech sont regroupés au sein d'un seul programme de partenariat. Vous allez désormais avoir accès aux produits et services B2B leaders du marché de Logitech. Nous avons rendu la vente et le support de nos produits plus faciles que jamais.

Le nouveau programme vous permet de choisir la manière dont vous souhaitez travailler avec Logitech. Notre structure à plusieurs parcours vous permet de choisir le mode de partenariat sur la base de votre engagement, de vos capacités et de votre collaboration.



Logitech est une entreprise centrée sur les partenaires. Nous sommes convaincus que la meilleure approche pour approcher et soutenir les clients qui nous sont communs consiste à faire appel à nos partenaires (dont vous faites partie). Nous nous engageons à travailler avec eux pour découvrir de nouvelles opportunités et élargir les relations clients existantes avec des produits innovants, des services à valeur ajoutée et des expériences haut de gamme.

Ce guide est le point de départ de notre voyage ensemble.





À PROPOS DE CE GUIDE

Le guide du programme Logitech Partner Connect fournit à nos partenaires toutes les informations nécessaires pour comprendre les exigences, les ressources et les avantages d'être un partenaire revendeur Logitech. Ce guide complète le contrat de partenariat Logitech. Des informations supplémentaires sur certains éléments, politiques et processus spécifiques du programme sont disponibles pour consultation sur le [portail partenaire](#). Pour toute question concernant le programme Logitech Partner Connect ou ses politiques associées, vous pouvez contacter votre gestionnaire de compte Logitech (CAM) ou envoyer un e-mail à l'adresse partnerprogram@logitech.com.

PÉRIODE D'EFFET

Ce guide du programme Logitech Partner Connect reflète la structure, les opérations et les fonctions du programme partenaire au 1er octobre 2023. Ce guide restera en vigueur jusqu'à ce qu'il soit remplacé ou modifié. Logitech va continuer d'affiner ce guide du programme et informera ses partenaires de tout changement.



TYPES DE PARTENAIRES

Le programme Logitech Partner Connect est conçu pour nos partenaires qui vendent à des clients professionnels et institutionnels. Logitech travaille avec :

- Des revendeurs à valeur ajoutée
- Des intégrateurs de systèmes
- Des fournisseurs de services gérés
- Des courtiers en services technologiques
- Des influenceurs de référence

Toutes les ventes de produits et services Logitech se font via un modèle de revente indirecte. Les partenaires, quel que soit leur type, sont des revendeurs de produits Logitech.

PARCOURS PARTENAIRES

Le programme Logitech Partner Connect repose sur des parcours conçus pour donner aux partenaires le choix de la manière dont ils travaillent avec Logitech. Les parcours varient en fonction de la productivité du partenaire en matière de ventes et de génération de revenus, de ses compétences en matière de connaissance des produits et de capacités techniques, ainsi que de son engagement envers Logitech. Ces parcours vous permettent de moduler votre expérience Logitech.

Système à trois parcours

Le programme Logitech Partner Connect se décline en trois parcours au choix:

1

Premier

Un parcours ouvert qui permet aux partenaires de participer à un niveau d'engagement et de performance de base.

2

Élite

Un parcours pour les partenaires plus engagés qui investissent dans les performances, les compétences et l'engagement en matière de collaboration de Logitech.

3

Principal

Un parcours exclusif pour partenaires performants et hautement engagés, qui offre un accès à davantage de ressources et d'assistance.

La participation à ces pistes n'est pas déterminée par Logitech: le choix vous appartient. Si vous êtes éligible à un parcours en fonction des revenus et d'autres critères, vous pouvez choisir de participer. Cependant, si vous décidez de ne pas opter pour certains engagements/investissements, vous pouvez choisir de participer à un parcours moins exigeant. Tout dépend de ce qui convient le mieux à votre entreprise.

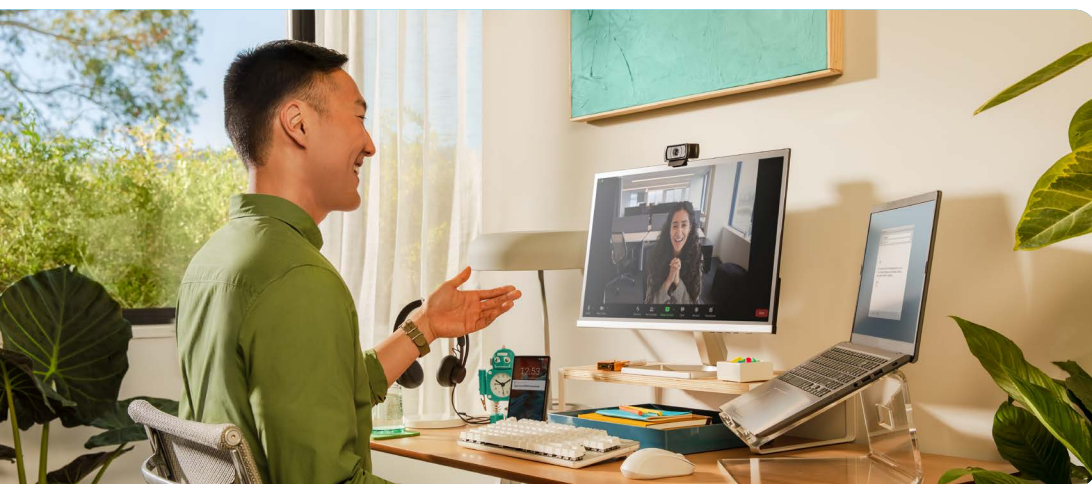


Sélection et affectation des parcours

La sélection des parcours intervient au début de chaque exercice fiscal de Logitech (1er avril). Logitech informera les partenaires de leur éligibilité aux trois parcours.

Pour le lancement du nouveau programme, Logitech va affecter automatiquement les partenaires au parcours qui correspond le mieux à leurs qualifications. Les partenaires auront 60 jours pour demander une réaffectation de parcours. Logitech accordera automatiquement des réaffectations aux partenaires qui demandent à être affectés à un parcours ayant des critères d'éligibilité inférieurs.

Logitech n'accordera la réaffectation à un parcours présentant des exigences plus élevées qu'à la demande du partenaire et après vérification que les conditions d'éligibilité sont bien remplies. La décision finale en matière d'affectation aux diverses pistes pendant le processus de transition revient à Logitech, qui se réserve le droit de placer des partenaires de manière unilatérale.



À compter du 1er avril 2024, les partenaires disposeront de 30 jours pour choisir un parcours. Les partenaires qui ne choisissent pas leur parcours seront affectés au niveau le plus bas. Une fois qu'un parcours est sélectionné, les partenaires continueront à travailler dans ce parcours jusqu'à la fin de l'exercice Logitech (31 mars). Logitech se réserve le droit de rétrograder un partenaire vers un parcours inférieur à tout moment si des données de point de vente conformes ne sont pas fournies.



AVANTAGES PARTENAIRES

Logitech offre aux partenaires de chaque parcours des avantages qui correspondent à leurs modèles commerciaux, leurs capacités et leur productivité. Nos systèmes d'incitations monétaires et d'avantages non monétaires offrent aux partenaires la possibilité de générer des revenus et des bénéfices en vendant des produits Logitech à leurs propres conditions.

AVANTAGES

Remise sur le produit de base

Portail (Formation / Marketing)

Localisateur de partenaires

Promotions (Spiff)

Enregistrement des ventes

Fonds de développement marketing

LEAP (réduction d'incitation à la croissance)

Soutien marketing

Collaboration/assistance commerciale

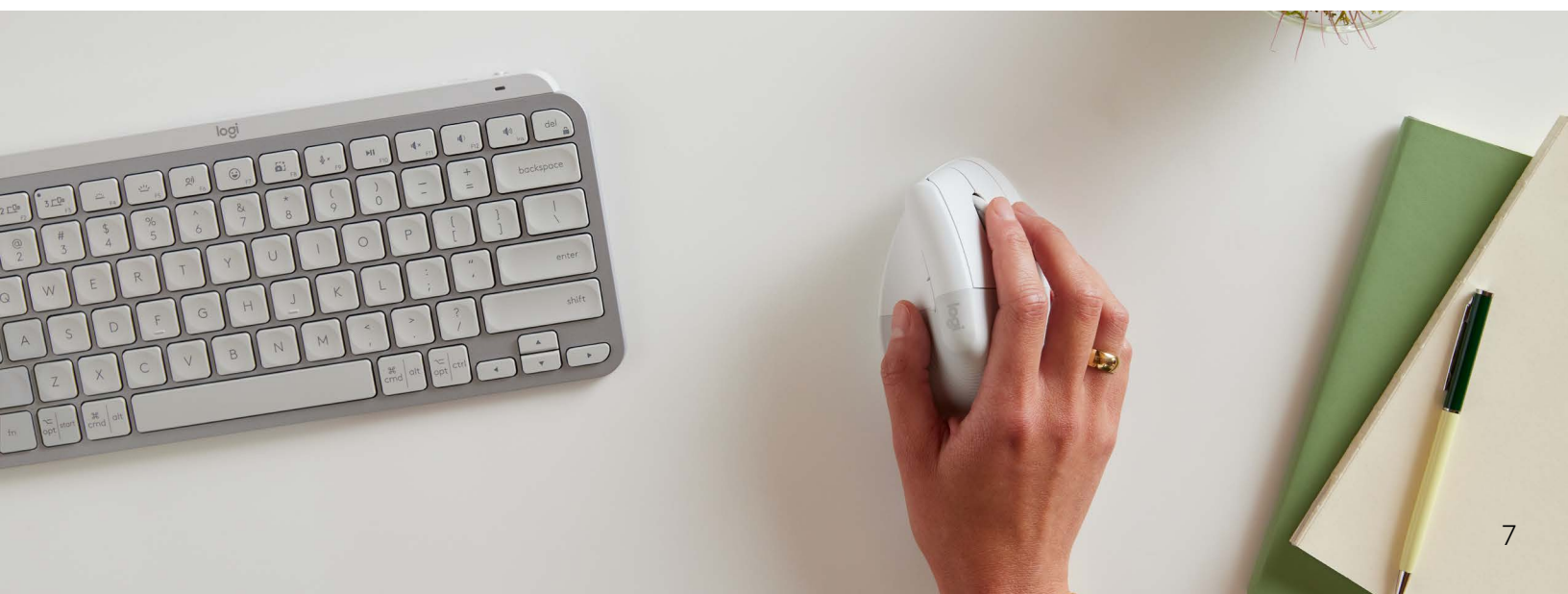
NFR (programmes de démonstration)

Spécialisations

Gestion des partenaires

Conseil consultatif des partenaires

	PREMIER	ELITE	PRINCIPAL
Remise sur le produit de base	●	●	●
Portail (Formation / Marketing)	●	●	●
Localisateur de partenaires		●	● ●
Promotions (Spiff)	Application	●	● ●
Enregistrement des ventes	●	●	●
Fonds de développement marketing	Application	Basé sur un projet	Basé sur un projet
LEAP (réduction d'incitation à la croissance)	●	● ●	● ● ●
Soutien marketing	Libre-service	● ●	● ● ●
Collaboration/assistance commerciale	Dist/Service d'assistance	●	● ●
NFR (programmes de démonstration)	●	● ●	● ● ●
Spécialisations	Application	● ●	● ● ●
Gestion des partenaires		● ●	● ● ●
Conseil consultatif des partenaires		Par invitation	Par invitation



Remises sur les produits standard

Tous les partenaires bénéficient de remises standard sur les produits et services Logitech. Les remises sur le prix de détail suggéré par le fabricant peuvent varier selon la filière et la catégorie. Les remises standard sont automatiques pour toutes les ventes des partenaires Logitech. Les remises sont appliquées avant la TVA et autres taxes ou redevances applicables.

Accès au portail des partenaires

Tous les partenaires ont accès au [portail partenaires Logitech](#). Les informations d'identification vous donneront accès à des informations, ressources et outils utiles à notre partenariat.

Supports marketing

Tous les partenaires ont accès à la vaste gamme de supports marketing de Logitech. Hébergées sur le portail partenaires, les ressources marketing aident les partenaires à promouvoir les produits et solutions Logitech, stimuler la demande et générer des revenus.

Supports de formation

Tous les partenaires ont accès aux supports et ressources de formation Logitech. Logitech dispose d'une bibliothèque complète de guides de formation sur les produits et de création de solutions.

Liste des localisateurs de partenaires

Les partenaires éligibles seront répertoriés dans le localisateur de partenaires Logitech, qui aide les clients à trouver facilement les partenaires Logitech qualifiés pour répondre à leurs besoins en produits et services Logitech. Le localisateur de partenaires comprend des liens vers le site Web du partenaire : les clients peuvent ainsi le contacter directement pour obtenir des informations supplémentaires.



Participation aux promotions

Les partenaires peuvent être éligibles pour participer à des promotions commerciales périodiques, telles que des remises spéciales sur des produits et services exclusifs, des programmes de remises, des SPIFF et d'autres incitations à durée limitée.



Admissibilité à l'enregistrement de l'offre

Les partenaires sont éligibles pour l'enregistrement d'offres, qui récompense les partenaires pour avoir découvert et conclu des opportunités de vente avec de nouveaux clients. Lors de l'enregistrement des offres, les partenaires bénéficient de certaines protections d'opportunités et de prix incitatifs visant à faciliter le processus de vente. Pour plus d'informations sur l'éligibilité et les conditions, consultez les directives d'enregistrement des offres sur le portail partenaires.

Fonds de développement des marchés (MDF)

Les partenaires peuvent être éligibles au MDF pour le développement de capacités commerciales et d'opportunités de vente. Le MDF est accordé via un processus de demande pour les utilisations approuvées. Les partenaires du parcours plus élevé peuvent être éligibles pour les fonds MDF cumulés. Pour plus de détails, consultez les directives MDF sur le [portail des partenaires](#).

Logitech Exclusive Accelerator Program (LEAP)

Le programme Logitech Exclusive Accelerator (LEAP) récompense les partenaires qualifiés pour l'excellence de leurs performances en matière de génération de revenus. Les partenaires participants doivent atteindre les objectifs de revenus prescrits par Logitech et fournir des rapports de point de vente conformes pour recevoir les incitations LEAP.

Si un revendeur atteint l'objectif, il reçoit une remise basée sur un pourcentage de la totalité de ses ventes du trimestre. Le taux de remise (pourcentage des ventes brutes par trimestre) augmente progressivement pour des niveaux plus élevés de génération de revenus. Consultez les conditions générales de LEAP pour connaître les conditions d'éligibilité et les conditions de participation.



Aide à la collaboration commerciale

Les partenaires peuvent bénéficier d'une assistance commerciale, dans laquelle les responsables de compte Logitech vont collaborer et soutenir le développement et l'acquisition de comptes stratégiques et à forte valeur ajoutée. La collaboration commerciale se réalise en parallèle avec des exercices conjoints de planification des activités et de mappage des comptes.

Global Deal Desk

Le service Global Deal Desk est limité aux offres multi-régionales et mondiales. Les partenaires ont accès au Global Deal Desk de Logitech pour développer des ventes complexes nécessitant une assistance supplémentaire. Grâce au Global Deal Desk, les partenaires éligibles ayant des opportunités pertinentes peuvent obtenir une assistance pour l'identification des produits, l'établissement de devis et la coordination de l'exécution des commandes.

Programme d'unités de démonstration non destinées à la revente (NFR)

Tous les parcours partenaires peuvent acheter à prix réduit des produits Logitech à des fins de démonstration commerciale et d'utilisation en interne. Les achats NFR sont limités à une valeur maximale par trimestre. Voir [la politique NFR](#) pour plus de détails.



Spécialisations

Le programme partenaires Logitech offre aux partenaires la possibilité de recevoir des spécialisations qui reconnaissent leurs capacités uniques et leurs propositions de valeur. Grâce aux spécialisations, les partenaires Logitech reçoivent des identifiants uniques qui leur permettent de se différencier de leurs concurrents et d'être plus facilement identifiables par les clients. Consultez le règlement relatif à la spécialisation en collaboration vidéo pour connaître les exigences commerciales et techniques applicables.

Gestion des partenaires

Les partenaires des filières Elite et Principal ont désigné des CAM pour coordonner et faciliter les activités de mise sur le marché entre Logitech et le partenaire. Les CAM constituent la première ligne de collaboration entre Logitech et ses partenaires, ainsi que des guides pour assurer la conformité au programme et maximiser les avantages.

Participation au conseil consultatif des partenaires

Un certain nombre de partenaires sont éligibles et les meilleurs reçoivent automatiquement des invitations à participer au conseil consultatif des partenaires de Logitech (PAB). Le PAB est un forum d'échange d'informations et de collaboration stratégique au niveau de la direction qui se réunit au moins deux fois par an, une fois virtuellement et une fois en direct. Les partenaires ne sont pas obligés de siéger au PAB, mais ils sont tenus de participer s'ils acceptent un siège. Les membres recevront un guide distinct sur la mission, les processus et les attentes du PAB.

EXIGENCES DU PROGRAMME

Même si Logitech vous permet de choisir le programme auquel vous souhaitez participer, votre entreprise doit répondre aux exigences de qualification. Voici les conditions d'éligibilité pour chaque piste.

CONFIGURATION REQUISE	PREMIER	ELITE	PRINCIPAL
Accords de partenariat	●	●	●
Revenu annuel minimal	●	●	●
Formation à l'orientation	●	●	●
Planification commerciale conjointe		●	●
Certification produit/tech		●	●
Soumissions de données sur les ventes (POS)	● *	●	●
Alignement de la marque	●	●	●
Plan de marketing	● *	●	●
Jalons commerciaux trimestriels			●
Évaluations commerciales trimestrielles			●

*Nécessaire pour participer à toute remise ou à toute incitation MDF, le cas échéant

Revenu annuel minimum

Chaque piste a un revenu annuel minimum requis, variable selon la zone géographique définie par Logitech. Le chiffre d'affaires est calculé sur la base de la valeur nette totale (prix conseillé moins les remises et autres avantages avant-vente) des produits et services Logitech vendus au cours de l'exercice Logitech. Les équipes de gestion régionales de Logitech fourniront aux partenaires des seuils pour les marchés locaux et régionaux. Les partenaires peuvent également trouver des conseils sur les seuils de revenus sur le [portail partenaires](#).

Accord de partenariat

Pour obtenir l'autorisation de revendre des produits Logitech dans le cadre du programme Logitech Partner Connect, un partenaire doit signer le contrat de partenariat Logitech. Le contrat définit la relation juridique, les paramètres opérationnels, les limites et les exigences du partenaire vis-à-vis de Logitech. Aucun partenaire ne peut participer au programme Logitech Partner Connect sans en avoir signé le contrat.

Formation à l'orientation

Tous les partenaires doivent suivre le programme de formation d'intégration/orientation de Logitech. Le programme d'orientation fournit aux partenaires les connaissances de base nécessaires pour être un partenaire productif dans le cadre d'un processus de mise sur le marché sans friction.

Planification commerciale conjointe

Tous les partenaires Elite et Principal (et, sur certains marchés, les partenaires Premier) doivent chaque année établir un plan commercial commun avec leur CAM. Les partenaires doivent soumettre leurs plans annuels au plus tard 45 jours après le début de l'exercice Logitech, soit le 1er avril, ou après la fin de l'intégration du programme. Les partenaires qui ne soumettent pas de plan d'affaires commun peuvent perdre leur éligibilité à certains avantages. Logitech fournit à ses partenaires un guide des meilleures pratiques pour créer et maximiser les avantages d'une planification commerciale conjointe.

Soumission des données de vente (POS)

Les partenaires doivent soumettre chaque semaine des données de point de vente aux clients finaux conformes, conformément à la politique de soumission des données de vente disponible sur le [portail des partenaires](#). Les questions concernant cette politique peuvent être adressées à: channelcenterofexcellence@logitech.com



Alignement de la marque

Les partenaires doivent afficher leur affiliation à Logitech sur leurs sites Web publics. Ils doivent suivre le protocole de la marque Logitech et signaler leur partenariat technologique Logitech, les produits et services Logitech qu'ils commercialisent, ainsi que tous services complémentaires proposés à l'appui des produits Logitech afin d'optimiser le référencement sur les moteurs de recherche.

Les partenaires qui ne se conforment pas de manière adéquate à l'exigence d'alignement sur la marque ne sont pas éligibles pour les fonds de développement du marché et les avantages du programme d'achat des partenaires. Des politiques de conformité en matière d'alignement de la marque et un guide des meilleures pratiques sont disponibles sur le portail des partenaires.

Plans marketing

Les partenaires doivent collaborer avec leur CAM Logitech pour soumettre un plan marketing trimestriel présentant des détails sur les campagnes qu'ils vont entreprendre pour développer la demande des clients et les opportunités de vente. Les plans doivent détailler les activités et les objectifs (résultats attendus) afin d'être éligibles au remboursement du MDF. Le plan marketing doit s'aligner sur le plan commercial annuel et suivre les directives du programme mondial de financement du développement marketing de Logitech.

Jalons commerciaux trimestriels

Les partenaires doivent respecter des seuils de vente trimestriels, conformément aux prescriptions de Logitech, afin de pouvoir bénéficier des remises et participer au programme. Ces niveaux de vente permettent de s'assurer que les partenaires sont effectivement en mesure d'atteindre les exigences en termes de revenus annuels minimum. Les partenaires qui ne respectent pas ces jalons pendant deux trimestres consécutifs peuvent être déclassés.

Évaluations commerciales trimestrielles

Les partenaires doivent participer à des évaluations commerciales trimestrielles avec leurs responsables de compte Logitech (CAM). Ils doivent également soumettre une documentation relative à leurs performances en fonction de leurs plans d'affaires et à leurs performances de vente au moins une semaine avant la réunion d'examen des activités trimestrielles.



RESSOURCES EN FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Logitech offre à tous ses partenaires un accès à un éventail de ressources de formation et d'aide à la vente en libre-service, étudiées pour aider à mieux comprendre les caractéristiques et les fonctions de nos produits, les cas d'usage à valeur ajoutée des offres Logitech et les procédures d'élaboration de solutions avec produits complémentaires. Le portail des partenaires Logitech fournit tous les didacticiels, références techniques et guides de solutions.

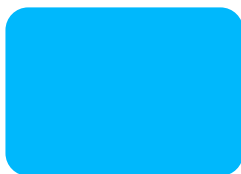
MODIFICATION DE L'ÉTAT DU PARCOURS

Les partenaires Logitech peuvent sélectionner ou modifier leur parcours au début de chaque exercice Logitech. Les partenaires peuvent sélectionner n'importe quel parcours, sous réserve de remplir les conditions minimales d'éligibilité. Les partenaires qui ne satisfont pas aux exigences minimales de leur parcours actuel pourront en sélectionner un autre auquel ils sont éligibles au début de chaque exercice. Si un partenaire ne parvient pas à sélectionner un parcours, Logitech l'attribue automatiquement au parcours pour lequel il est le mieux adapté.

Toutes les modifications de parcours ont lieu au début de l'exercice Logitech et doivent être effectuées au plus tard dans les 30 jours suivant le début de l'exercice. Des exceptions à ces conditions sont possibles, notamment si un partenaire ne répond pas aux exigences de reporting des points de vente pendant un trimestre. Il pourra alors être rétrogradé à tout moment à la discrétion de Logitech.

MODIFICATIONS APPORTÉES AU GUIDE DU PROGRAMME

Logitech se réserve le droit de modifier le guide et les politiques du Programme Partenaires à sa discrétion. Logitech mettra ce guide à jour et le distribuera aux partenaires via le portail partenaires Logitech. Logitech informera ses partenaires au moins 30 jours à l'avance des modifications importantes apportées au programme via le portail partenaires et par e-mail.





À PROPOS DE LOGITECH

Logitech aide chacun à vivre ses passions et s'engage par là même à favoriser le bien-être des humains et de la planète. Nous concevons des solutions matérielles et logicielles qui aident les entreprises à se développer et à rassembler les personnes dans leur travail, leur créativité, le jeu ou le streaming. Les marques de Logitech incluent **Logitech**, **Logitech G**, **ASTRO Gaming**, **Streamlabs**, **Blue Microphones** et **Ultimate Ears**. Fondée en 1981 et domiciliée à Lausanne en Suisse, Logitech International est une société publique suisse cotée à la SIX Swiss Exchange (LOGN) et au Nasdaq Global Select Market (LOGI). Trouvez Logitech sur www.logitech.com, le [blog de l'entreprise](#) ou [@logitech](#).

Logitech et les autres marques Logitech sont des marques commerciales ou des marques déposées de Logitech Europe SA et/ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques déposées sont la propriété exclusive de leurs détenteurs respectifs. Pour plus d'informations sur Logitech et ses produits, consultez le site Web de la société à l'adresse www.logitech.com.

