

Partnership Management

Výběr a řízení vztahů s dodavateli => jinak také partnersko - odběratelské vztahy, vendor management, apod.

Každá společnost, menší či větší firma, která není ve své činnosti na trhu 100% soběstačná musí řešit výběr a řízení vztahů se svými partnery. Dle zaměření společnosti pak rozlišujeme zda je vhodný **Partnership Management** (dále jen PSM) zaměřený na dodavatele, anebo odběratele.

Jaká jsou rizika spojená se špatným, či žádným PSM:

- **Překotný, neřízený nárůst a množství partnerů**

Stává se tedy, že členové projektových a produktových teamů, expert sales anebo presales hledají pro své projekty zbytečně nové partnery v oblastech, které již jsou pokryty, nebo v jedné oblasti spolupracují s velkým množstvím různých partnerů.

- **Roztříštěné a nesrozumitelné chování společnosti vs. partneři**

Tato roztříštěnost vede k nevyužití velkého potenciálu partnerské spolupráce, komunikační nesrozumitelnost ve vztahu společnost => partner, k možné nedůvěře současných partnerů ke společnosti a tím pádem i k neochotě partnerů se se společností více svázat a poskytnout společnosti v projektech plnou podporu.

- **Důsledek - snížení zisku, či dokonce nucené neúčasti na projektu**

Důsledkem toho může být snížený zisk z projektů. Dále pak cena za subdodávku, která není konkurenceschopná anebo v některých případech i neochota spolupráce a tím znemožnění podání nabídky.

- **Nevhodná uroveň partnerství s dodavatelem**

Definujeme a zajistíme vhodný stupeň partnerství s dodavatelem tak, aby z něj bylo možno čerpat největší množství výhod a finančních prostředků např. pro marketingové kampaně, anebo backrebate.