

# Zarządzanie systemami dystrybucji

Organizowanie

# Organizowanie sprawnych działań systemu dystrybucji

Koordinacja działań wszystkich jego elementów – ich integracja tak, aby wszystkie przyczyniały się do powodzenia systemu.

- Relacje w kanałach
- Integracja w kanałach marketingowych
- Integrator w kanale marketingowym
- Konflikty w kanałach
- Motywowanie uczestników kanału

# Relacje (związki, więzi, powiązania)

między uczestnikami kanału dystrybucji powstają na tle ich współuczestnictwa w procesie udostępniania wytworzonych produktów nabywcom finalnym



# Ewolucja relacji między uczestnikami kanałów dystrybucji

Niska intensywność współpracy  
(międzyorganizacyjne stosunki transakcyjne)

Wysoka intensywność współpracy  
(międzyorganizacyjne stosunki partnerskie)

Bardzo wysoka intensywność  
współpracy  
(stosunki oparte na prawie własności do partnera)

Transakcje pojedyncze

Transakcje powtarzane

Kontrakty długoterminowe

Partnerstwo między sprzedawcą i nabywcą

Alians strategiczny

Sieć przedsiębiorstw

Integracja pionowa typu korporacyjnego



# Partnerstwo - przykłady

- **marketing partnerski** – budowanie trwałych związków partnerskich z klientami, dostawcami; tworzenie lojalności
- **marketing relacji z klientem** (CRM-customer relationship marketing)
- **efektywna obsługa klienta** (ECR – efficient consumer response )



# Partnerskie stosunki współpracy

- zasada dobrowolności i trwałości
- interakcyjne kontakty
- powiązania technologiczne, informacyjne, osobiste
- współdziałania przynoszące korzyści wszystkim partnerom

# Integracja w kanale

- Proces zespalandia element6w w caość
- Proces łączenia cel6w, funkcji, działań, zasob6w, struktur organizacyjnych przedsiębiorstw uczestniczących w dystrybucji produkt6w

# Rodzaje integracji

- pozioma, pionowa
- bezkapitałowa, kapitałowa
- funkcjonalna, strukturalna, kooperacyjna, korporacyjna
- krótkotrwała, strategiczna



# Rodzaje kanałów dystrybucji ze względu na stopień integracji

- kanały konwencjonalne
- kanały zintegrowane pionowo

kanały administrowane

kanały kontraktowe

kanały korporacyjne

# Główny cel integracji pionowej

Osiągnięcie **efektu synergii**



osiągnięcie większej sprzedaży i / lub  
większych oszczędności niż w pojedynczym  
działaniu

# Korzyści kanałów dystrybucji

- wzrost poziomu obsługi dystrybucyjnej nabywców finalnych
- usprawnienie przepływu informacji rynkowych
- wzrost użyteczności i efektywności kanału
- wzrost konkurencyjności przez oferowanie nabywcom relatywnie większych korzyści



# Integrator (lider) kanału

Uczestnik kanału mający zdolność do:

- opracowanie wspólnej dla całego kanału koncepcji działania
- kontrolowania i wywierania wpływu na pozostałych uczestników

*Źródła dominacji:*

wielkość, uznana pozycja, duży udział w rynku, zawarta umowa, członkostwo w uznanych zrzeszeniach, organizacjach

# Główne zadania integratora kanału

- ustalanie strategii dystrybucji
- dobieranie uczestników kanału
- organizowanie i kontrolowanie funkcjonowania kanału
- motywowanie uczestników kanału
- rozstrzyganie konfliktów

# Rodzaje konfliktów

- konflikty pionowe (wertykalne)
- konflikty poziome (horyzontalne)
- konflikty międzykanałowe



# Źródła konfliktów

- sprzeczność celów uczestników kanału
- niejasny podział ról, czynności, kosztów, korzyści pomiędzy poszczególnych uczestników
- nadużywanie władzy przez liderów kanału
- zakłócenia w przepływie informacji rynkowych

# Środki motywowania uczestników kanału

- *finansowe*: rabaty, prowizje, premie, finansowanie;
- *komunikacyjne*: wspólne badania rynku, regularne zebrania, pisma okólne, zastosowanie poczty elektronicznej/ Internetu;
- *usługowe*: wspólne odwiedzanie klientów, szkolenia, pokazy, kluby;



# Środki motywowania uczestników kanału c.d.

- *techniczne*: serwis techniczny, szkolenia techniczne, bezpłatna linia telefoniczna;
- *Logistyczne*: 24-godzinny serwis dostawczy, szybkie realizowanie zamówień, dotrzymywanie terminów;
- *promocyjne*: dopłaty do kosztów reklamy, oferty wprowadzające nowy produkt, skoordynowane uczestnictwo w targach