



Оптовая и розничная торговля. Маркетинговая логистика

Основные вопросы

- ▶ Розничная торговля: функции, стратегии, типы
- ▶ Решения и тенденции развития в розничной торговле.
- ▶ Оптовые посредники: функции и типы.
- ▶ Маркетинговые решения в оптовой торговле.
- ▶ Маркетинговая логистика: цели, задачи, решения.

Розничная торговля

Розничная торговля - деятельность, связанная с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного использования.

Развитие розничной торговли:

Магазины предлагают все больше услуг ➡️ возрастают торговые наценки ➡️ условия для появления новых форм розницы, торгующих по доступным ценам при меньшем сервисе.

Функции розничных посредников

- ▶ Подбор ассортимента
- ▶ Передача информации
- ▶ Продвижение товара и стимулирование продаж
- ▶ Хранение товара
- ▶ Ценообразование
- ▶ Обслуживание конечных потребителей.

Уровни обслуживания:

- ▶ *Самообслуживание*: низкие цены, самостоятельный «поиск-сравнение-выбор»
- ▶ *Свободный выбор товара*: возможна помощь продавца
- ▶ *Ограниченное обслуживание*: широкий ассортимент, помощь продавца и некоторые услуги
- ▶ *Полный комплекс обслуживания*: высокие издержки - высокие цены.

Стратегии позиционирования розничной компании

1) *Узкий ассортимент и высокий сервис* (концепция традиционной розницы):

- ▶ долговременные отношения с клиентурой
- ▶ неценовая конкуренция
- ▶ небольшие размеры
- ▶ имидж
- ▶ глубокий ассортимент
- ▶ высокая норма прибыли

Стратегии позиционирования розничной компании

2) *Широкий ассортимент и ограниченный сервис* (масс-мерчайдзинговая концепция):

- ▶ высокие объемы продаж
- ▶ быстрый оборот за счет низких цен
- ▶ значительные торговые площади
- ▶ множество отделов
- ▶ низкая норма прибыли.

Стратегии позиционирования розничной компании

3) Узкий ассортимент, ограниченный сервис:

- ▶ снижение издержек
- ▶ создание сети магазинов
- ▶ централизация закупок, продвижения, сбыта.

4) Широкий ассортимент, высокий сервис:

- ▶ качество товаров и услуг
- ▶ имидж
- ▶ оформление
- ▶ высокая норма прибыли.

Основные типы розничных магазинов:

- ▶ Специализированный магазин
- ▶ Универмаг
- ▶ Супермаркет
- ▶ Гипермаркет
- ▶ Магазин с удлинённым рабочим днем
- ▶ Дискаунтер (Walmart и Target)
- ▶ Магазин бросовых цен
 - ▶ от производителя
 - ▶ оптовые базы
 - ▶ клубы
- ▶ Выставка.

Формы внемагазинной торговли:

- ▶ Прямые многоуровневые продажи (*сетевой маркетинг*)
- ▶ Прямой маркетинг:
 - ▶ прямая почтовая рассылка
 - ▶ торговля по каталогам
 - ▶ телемаркетинг
 - ▶ телевизионные магазины
 - ▶ э-торговля
- ▶ Торговые автоматы
- ▶ Службы заказов.



Маркетинговые решения в розничной торговле

- ▶ Целевой рынок
- ▶ Поставки и ассортимент товаров
 - ▶ параметры
 - ▶ обновление
 - ▶ источники поставок
 - ▶ политика закупок
 - ▶ методы закупок
- ▶ Месторасположение
- ▶ Атмосфера магазина
- ▶ Предоставляемые услуги:
 - ▶ до покупки
 - ▶ после покупки
 - ▶ дополнительные услуги
- ▶ Цены:
 - ▶ уровень наценки
 - ▶ скидки
- ▶ Продвижение.

Оценка эффективности продаж:

Показатели:

- ▶ Число людей, проходящих около магазина в среднем за день
- ▶ Процентная доля посетивших магазин
- ▶ Процентная доля посетителей, совершивших покупку
- ▶ Средний объем покупки

Тенденции развития розничной торговли:

- ▶ Появление новых формы торговли и их комбинации
- ▶ Рост розничных гигантов
- ▶ Новые технологии
- ▶ Выход крупных компаний на мировой рынок
- ▶ Предложение опыта
- ▶ Конкуренция между разными формами продаж.

Оптовая торговля

Оптовая торговля - деятельность, связанная с продажей товаров и услуг организованным потребителям для последующей перепродажи либо использования в производственных целях.

Оптовики способны выполнять сбытовые функции более эффективно и с меньшими затратами.

Функции оптовой торговли

- ▶ Закупки и формирование ассортимента
- ▶ Дробление партий товара
- ▶ Складирование
- ▶ Транспортировка товара
- ▶ Предоставление информации
- ▶ Финансирование и принятие рисков
- ▶ Продажи и продвижение.

Типы оптовых посредников

- 1) Посредники, принимающие право собственности на товар
 - ▶ оптовые компании
 - ▶ дилеры
 - ▶ дистрибьюторы
- 2) Посредники, помогающие найти покупателя и передать ему право собственности
 - ▶ брокеры
 - ▶ собственные и независимые агенты и др.
- 3) Сбытовые отделения и офисы производителей
- 4) Специализированные оптовые компании.

Маркетинговые решения в оптовой торговле

- ▶ Целевой рынок
- ▶ Ассортимент товаров и услуг
- ▶ Ценообразование
- ▶ Продвижение
- ▶ Месторасположение

Тенденции - серьезный спад (прямые закупки).

Необходимо:

- адаптировать услуги к потребностям поставщиков и потребителей
- четко определить свое место в канале сбыта.

Методы привлечения розничных торговцев:

- ▶ Совместная реклама, помощь в рекламе
- ▶ Предмаркировка
- ▶ Системы автоматических повторных заказов
- ▶ Специальные расценки при продвижении
- ▶ Право снижения цены
- ▶ Право возврата или замены
- ▶ Финансирование демонстраций товара

Концепции управления распределением

- ▶ **Управление цепочкой поставок:** оптимизирует процесс закупок, производства и распространения товара.
- ▶ **Управление цепочкой спроса:** изучение требований рынка, прогноз объемов продаж и на этой основе определение объемов распределения, производства и закупок.

Маркетинговая логистика

Физическая дистрибуция - деятельность по хранению и доставке продукции к местам ее продажи и потребления.

Логистика - управление потоками материалов и готовой продукции с целью удовлетворить требования покупателей и обеспечить прибыль поставщику.

Маркетинговая логистика

Задача - скоординировать действия всех участников канала (поставщиков, производителей, посредников, покупателей).

Цель - найти наиболее эффективный способ предоставления ценности:

- ▶ оптимизировать товародвижение и хранение
- ▶ дать потребителям желаемый уровень обслуживания при минимальных затратах.

Интегрированный подход к логистике.

Маркетинговая логистика

- ▶ ***Интегрированные логистические системы*** - включают управление запасами, материальными потоками и физической дистрибуцией как единой системой при поддержке современных информационных технологий.

Решения в маркетинговой ЛОГИСТИКЕ

- 1) Обработка заказа: сокращение цикла «заказ - оплата»
- 2) Складирование
 - ▶ количество складов
 - ▶ типы (собственные / аренда)
 - ▶ месторасположение

Решения в маркетинговой логистике

2) Складирование: ? *Сколько складов
Какими должны быть
Где располагаться*

Основные характеристики складов:

- ▶ размер единовременных вложений
- ▶ текущие затраты
- ▶ степень контроля
- ▶ гибкость
- ▶ количество ассортиментных позиций.

Распределительный центр - крупный автоматизированный склад, предназначенный для перемещения товаров

Решения в маркетинговой логистике

з) Объем запасов:

- ▶ быстрое выполнение заказов
- ▶ с увеличением объема запаса возрастают затраты



Решения в маркетинговой логистике

4) *Транспортировка:*

- ▶ железнодорожный транспорт
- ▶ водный
- ▶ воздушный
- ▶ автомобильный
- ▶ трубопровод.

Характеристики способов транспортировки:

- ▶ стоимость и скорость доставки,
- ▶ надежность, способность перевозить разные грузы,
- ▶ частота отправки партий, количество пунктов отгрузки.

Комбинирование перевозки, контейнеризация

Решения в маркетинговой логистике

5) *Обслуживание потребителей*

- ▶ доступность предварительной информации
- ▶ быстрота подачи
- ▶ сроки поставки и гарантии выполнения заказа
- ▶ возможность возврата
- ▶ гибкий ассортимент
- ▶ дополнительные услуги.

Необходимо оценить важность тех или иных услуг для потребителя и соотнести выгоды от их предоставления с затратами на выполнение.

Домашнее задание

- ▶ 1. Организационная структура коммерческой службы розничных торговых предприятий.
- ▶ 2. Планирование и организация закупочной деятельности в розничных торговых предприятиях.
- ▶ 3. Товарно-ассортиментная политика как основа коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
- ▶ 4. Зарубежный опыт организации коммерческой деятельности в розничных предприятиях.
- ▶ 5. Принципы и методы продажи потребительских товаров.
- ▶ 6. Франчайзинг как форма поддержки малого предпринимательства.
- ▶ 7. Значение закупочной деятельности в функционировании розничных торговых предприятий.

- ▶ 8. Стимулирование сбыта. Перспектива его развития в новых экономических условиях.
- ▶ 9. Фирменный стиль продажи товаров.
- ▶ 10. Профессиональная этика и этикет, их проявление в процессе обслуживания покупателей.
- ▶ 11. Организация и развитие складского хозяйства оптового торгового предприятия.
- ▶ 12. Комплексный подход к формированию коммерческо-хозяйственных связей в оптовой торговле на рынке товаров.
- ▶ 13. Планирование и технология организации закупок в оптовом торговом предприятии в процессе товародвижения.
- ▶ 14. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии: методы, организация и эффективность.
- ▶ 15. Организация продажи товаров со склада оптового торгового предприятия.
- ▶ 16. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле в процессе товародвижения.

- ▶ 17. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового торгового предприятия на рынке товаров.
- ▶ 18. Политика ценообразования в коммерческой деятельности оптового торгового предприятия на рынке товаров.
- ▶ 19. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
- ▶ 20. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
- ▶ 21. Организационная структура коммерческой службы оптового торгового предприятия, механизм её управления, основные функции и задачи.
- ▶ 22. Информационная система обеспечения закупочно-сбытовой деятельности оптового торгового предприятия, её роль и оценка эффективности.
- ▶ 23. Средства обеспечения безопасности коммерческой деятельности

Спасибо за внимание!

