**1)Стратегия сбыта — Селективная**

Стратегия сбыта — **Селективная**

Селективное распределение позволяет производителю добиваться необходимого охвата рынка при более жестком контроле и с меньшими издержками, чем при организации интенсивного распределения.

Для повышения эффективности сбыта продукции и в целях экономии средств организации часто прибегают к использованию многоканальных систем распределения продукции.

**2)Канал распределения**

Используемый канал распределения — сетевой маркетинг, таргетированная реклама, сарафанное радио, рекомендации клиентов.

Производитель напрямую продает товар потребителю без посредников.

8 основных задач решаемых данным каналом

1. Исследовательская работа - сбор информации, необходимой для планирования.

2. Стимулирование сбыта - распространение информации о товаре.

3. Установление контактов - налаживание и поддержание связи.

4. Приспособление товара - подгонка товара под требования покупателей.

5. Проведение переговоров - попытки согласования цен и прочих условий.

6. Организация товародвижения - транспортировка и складирование товара.

7. Финансирование - изыскание и использование средств для покрытия издержек.

8. Принятие риска - принятие на себя ответственности за функционирование канала.

**3) Основной тип посредников**

Основной тип посредников — **брокеры.**

Компания Blackout studio использует брокеров с целью заключения новых внешних торговых связей. Брокерами могут являться:

* Маркетинговые агентства
* Ивент агентства
* Технические менеджеры артистов / фестивалей
* Компании, которые выбирают Blackout в качестве **субподрядчика**

*Распространению компании на рынке, а также формированию постоянной клиентской базы, а также укреплению отношений с уже существующими клиентами за счет поддержания связи и проведению мероприятий на существующих платформах*

**4) Среднее количество уровней в каналах распределения**

Сегодня компании чаще всего используют несколько каналов распределения товаров и объединяют усилия для привлечения потребителей. Основным каналом является прямая коммуникация с компаниями-заказчиками, которые продают услуги проведения массовых мероприятий более комплексно. Однако распространена практика, когда компания является **субподрядчиком** другой компании, которая использует ресурсы других организаций с целью выполнения более крупного заказа.

**5) Надбавки**

Процент надбавки на продукт зависит от сложности выполнения и исполнения, потому что компании не выгодно делать большую наценку на товар с целью прямой наживы, т.к потребитель может отказаться и пойти к другой компании предлагающей более выгодные условия, поэтому процент надбавки на услугу должен быть по нашему мнению до 80% от начальной стоимости чтобы это устраивало как производителя услуги так и их потребителей. Компания Blackout studio предоставляет продукцию по таким ценам которые устраивают потребителей, что делают ее конкурентоспособной относительно других компаний на рынке сбыта

**6) Система мотивации новых посредников**

Так как компания blackout studio практически не имеет посредников при производстве услуг и выполняет все функции продвижения продукта самостоятельно сложно говорить о каких либо системах мотивации. Однако можно назвать денежное поощрение за помощь в поиске клиентской базы брокерами, а также мотивация клиентов за счет системы лояльности и скидок постоянным клиентам.

**7) Проблемы/недостатки**

Основной проблемой в существующем канале распределения является расширение клиентской базы. Из за того что компания обладает устоявшейся клиентской базой, на сегодняшний день появляется проблема в том что не получается активно расширяться и выход на новых клиентов происходит не так активно

**8) Канал для нашей идеи**

По нашему мнению для нового продукта, предлагаемого нами, стоит пользоваться уже существующим и используемым компанией каналом распределения, а именно Сетевой маркетинг, так как это удобный способ продвижения продукта.